

Carl Data Company 

Od lajků k hlasům:

Analýza komunikace předsedů
parlamentních stran na sociálních
sítích



Úvodem

V Carl Data Company se věnujeme analýze sociálních sítí. V tomto projektu jsme se konkrétněji zaměřili na české politické spektrum, specificky pak na **kommunikaci předsedů hlavních politických stran**. Výstupem našich analýz může být například **report v reálném čase**, který denně monitoruje dění mezi vybranými politiky či napříč politickým spektrem.

Každý příspěvek, včetně popisků, videí a fotografií, analyzujeme ve více než **čtyřiceti různých kategoriích**, jako jsou emoce sdělení nebo objekty ve videu. Sledujeme také barvu objektů, přítomnost hudby a zvířat, a především téma každého postu. U videí jsme schopni identifikovat, ve které sekundě politik nebo jiný mluvčí hovoří o konkrétním tématu a kdy přechází k dalšímu.

Tímto způsobem monitorujeme, která **témata** jsou dominantnější nebo úspěšnější na dané platformě a jaký engagement (např. reakce v podobě líků a komentářů) tato témata generují. Zjišťujeme, jaké **emoce** politici nejčastěji vyjadřují, která témata jsou u konkrétního politika úspěšnější a která se lépe hodí pro danou platformu. Detailně rozeznáváme rozdíly v komunikaci mezi politiky a zkoumáme důvody, proč je jedno téma silnější než druhé.

Obsah

01	Úvod: Politika a sociální sítě	4
02	Aktivita českých politiků na sociálních sítích	6
03	Nejvíce populární platformy a formáty	7
04	Dominantní témata komunikace	9
04.01	Andrej Babiš	11
04.02	Ivan Bartoš	14
04.03	Petr Fiala	17
04.04	Marian Jurečka	20
04.05	Tomio Okamura	23
04.06	Markéta Pekarová Adamová	26
04.07	Vít Rakušan	29
05	Metodologie	32
06	Zaujala vás tato zpráva?	32

01 Úvod

Politika a sociální sítě

Význam komunikace politiků na sociálních sítích

Sociální sítě v posledním desetiletí zásadně proměnily způsob, jakým politici komunikují s veřejností. Tento trend reflektuje nejen dynamiku moderní politické komunikace, ale i proměnu samotného politického prostředí. Sociální sítě dnes umožňují politikům přímou komunikaci s voliči bez dalších zprostředkovatelů. Tato bezprostřednost zásadně ovlivňuje způsob, jakým jsou politické narativy tvořeny, prezentovány a přijímány.

Politická komunikace na sociálních sítích už není pouze o předávání informací. Stala se **komplexním procesem**, jehož cílem je nejen informovat, ale i mobilizovat, zapojovat a přesvědčovat. Moderní technologie poskytují politikům možnost oslovit široké publikum za poměrně nízké náklady, navazovat zdánlivě osobnější vztahy s voliči a reagovat na aktuální témata v reálném čase. Tento nástroj zároveň otevírá dveře politickým nováčkům, kteří díky sociálním sítím mohou překonat bariéry spojené s tradičními kampaněmi, včetně vysokých finančních nákladů.

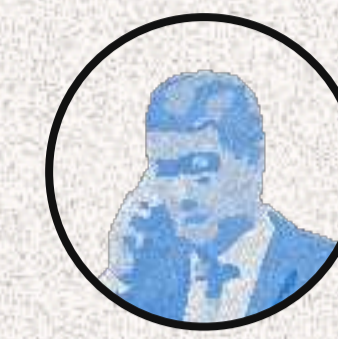
V českém kontextu hraje politická komunikace na sociálních sítích stále významnější roli. Politici využívají platformy jako **Facebook, Instagram, TikTok** či **YouTube** nejen pro prosazování svých politických agend, ale také k budování své osobní značky. To, co pozorujeme, není pouze otázkou technologické inovace - tento trend je jasným znakem toho, že se zásadně mění pravidla politického marketingu.

Analyzovaní předsedové stran:

Pro účely této analýzy jsme se zaměřili na komunikaci předsedů českých parlamentních stran během čtvrtého kvartálu roku 2024. Konkrétně jsme sledovali tyto politiky:



Andrej Babiš
ANO



Tomio Okamura
SPD



Ivan Bartoš
Piráti



Markéta Pekarová Adamová
TOP 09



Petr Fiala
ODS



Vít Rakušan
STAN



Marian Jurečka
KDU-ČSL

Ačkoli Marian Jurečka ani Ivan Bartoš již nejsou předsedy svých stran, na začátku sledovaného období tuto funkci zastávali. Pro zachování srovnatelnosti dat a relevance v dlouhodobém politickém diskurzu jsme se proto rozhodli analyzovat také je.

Sledované platformy sociálních sítí:



Facebook

Platforma s nejširším dosahem napříč demografickými skupinami, využívaná zejména pro delší textové příspěvky a sdílení odkazů.



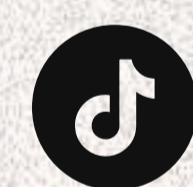
Instagram

Prostor pro vizuální komunikaci, který umožňuje politikům prezentovat osobní stránku jejich života prostřednictvím fotografií a krátkých videí.



YouTube:

Platforma pro sdílení videí, vhodná pro delší formáty jako tiskové konference, projevy a propagační videa.



TikTok:

Relativně nová platforma, oblíbená mezi mladšími voliči, kde dominuje krátký a dynamický obsah.

U každého z profilů byla sledována četnost příspěvků, míra interakce (lajky, komentáře, sdílení) a tematické zaměření obsahu.

Kompletní seznam sledovaných profilů je uveden v přehledu:

Předseda	Facebook	Instagram	YouTube	TikTok
Andrej Babiš	Andrej Babiš	@andrejbabis	neaktivní profil	@andrejbabis
Petr Fiala	Petr Fiala	@petr.fiala1964	neaktivní profil	@p_fiala
Tomio Okamura	Tomio Okamura - SPD	@tomio.cz	@tomiookamura-official	@tomiospd
Vít Rakušan	Vít Rakušan	@vitrakusan	@rakusanvit	nemá profil
Markéta Pekarová Adamová	Markéta Pekarová Adamová	@marketaadamova	nemá profil	nemá profil
Marian Jurečka	Marian Jurečka	@marianjurecka	neaktivní profil	@marian.jurecka
Ivan Bartoš	Ivan Bartoš	@pirativanbartos	nemá profil	@ivan.bartos.pirat

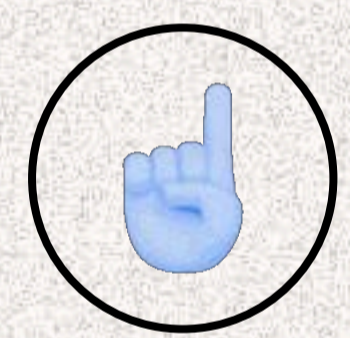
Většina z moderních platforem umožňuje kombinaci různých forem obsahu. Vedle čistě textových příspěvků vzniká prostor pro příspěvky vizuální i audiovizuální, což umožňuje efektivní oslovování různých cílových skupin.

Významnou roli hraje v politické komunikaci i sociální síť X (dříve Twitter), ale její dynamika a formát interakcí se od ostatních platforem liší. Její důraz na stručnost a rychlost sdílení informací ztěžuje srovnání s platformami, kde se budují komplexnější narativy a dlouhodobější strategie. Z tohoto důvodu nebyla X do analýzy zahrnuta.

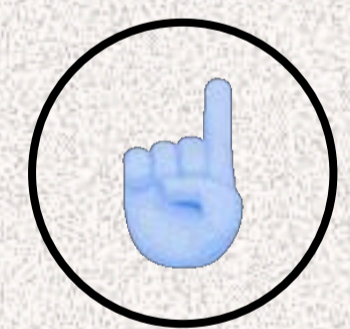
Sběr dat

Data byla získávána prostřednictvím scrapingu sociálních sítí za období od 1. října 2024 do 31. prosince 2024. Tento proces zahrnoval systematické shromažďování obsahu z analyzovaných profilů na Facebooku, Instagramu, TikToku a YouTube. Abychom do analýzy zahrnuli i vliv placeného obsahu, využili jsme informace z Knihovny reklam jednotlivých platforem, které poskytují přehled o sponzorovaných příspěvcích (tomuto tématu se podrobněji věnujeme v podkapitole Promování postů a kampaně na sociálních sítích). Metoda sběru dat má však i své limity, které uvádíme níže.

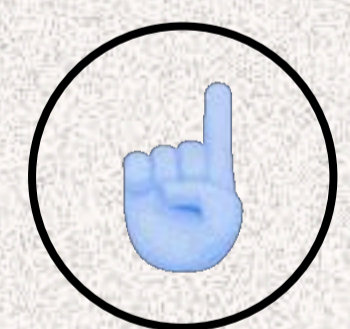
Limity metodologie



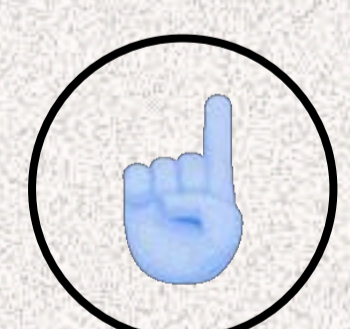
Do analýzy jsme nezahrnuli posty, které politici předsílili od někoho jiného, zejména na Facebooku. Stejně tak jako posty na Facebooku u kterých figurovali politici pouze v kolaboraci (neplatí pro Instagram).



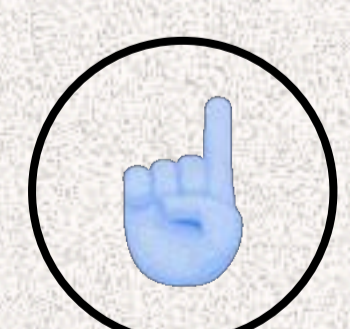
Z analýzy byla rovněž odstraněna všechna videa, jejichž délka přesahovala 15 minut.



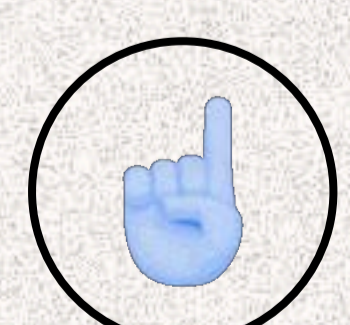
Ačkoli jsme analyzovali i příspěvky pokrývající více témat, ve výstupech této zprávy se vždy zaměřujeme pouze na hlavní téma každého příspěvku.



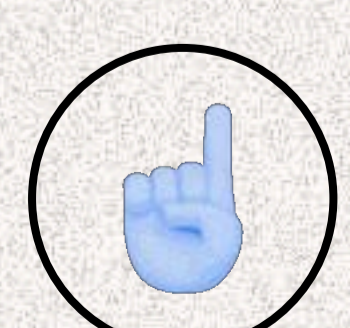
Sběr dat probíhal především v prvním týdnu roku 2025. Některé metriky se mohou aktuálně lišit od těch zde uvedených. Změnit se mohl i celkový počet postů, jelikož některé příspěvky mohly být zpětně smazány.



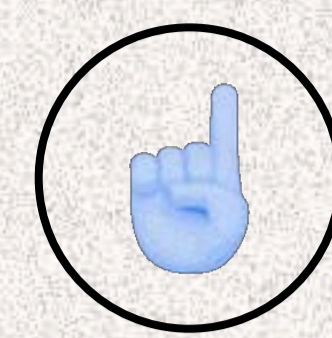
Čistě textové příspěvky na Facebooku nebyly hodnoceny. Jedná se přibližně o 3 % všech analyzovaných postů.



V analýze jsme nerozlišovali mezi Youtube shorts a klasickými videi na Youtube.



Analyzovaný počet přehrání na Facebooku odpovídá přehrání ve 3. sekundě videa. Tato metrika lépe odpovídá skutečnému diváckému zájmu, jelikož do ní nejsou zahrnuty odchody v prvních sekundách.



Při výpočtu engagementu a ve všech navazujících analýzách jsme sledovali celkový součet reakcí (emotikonů). Hlubší analýza jednotlivých reakcí není součástí této zprávy.

 live

Zajímá vás jiný politik, téma či data v reálném čase?

Chcete datové insighty o vlastní straně nebo naopak protikandidátovi? Moci se dívat pravidelně na to, jak se vám s daným tématem daří zaujmout a jak to jde ostatním?

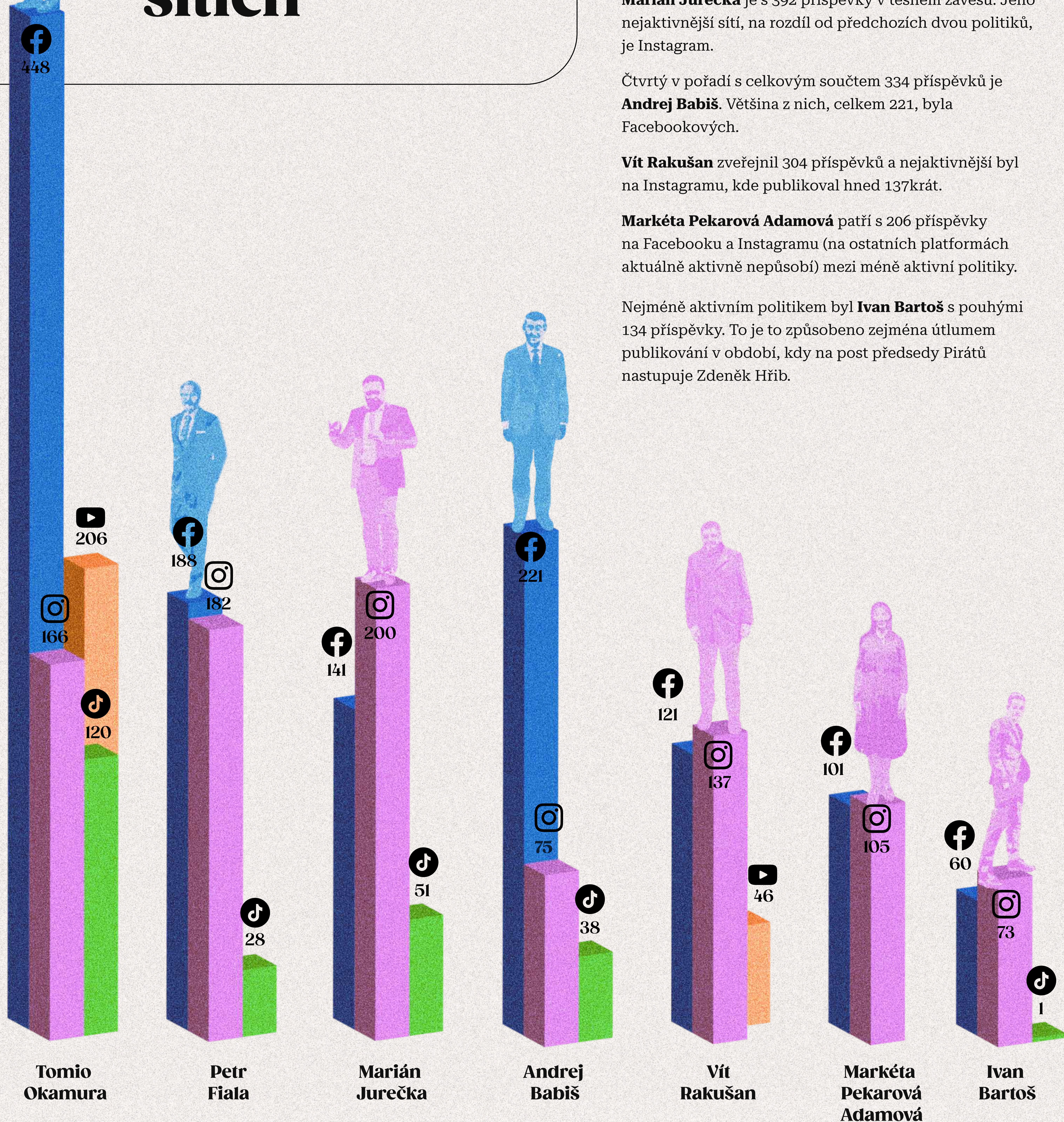
Díky přehledným dashboardům v našem nástroji Carl for Social Business je můžete vidět v reálném čase tak, jak se události dějí a to na pár kliknutí.

Napište nám na hello@carldatacompany.com a rádi s vámi probereme vaše konkrétní požadavky a možnosti spolupráce.

02

Aktivita českých předsedů na sociálních sítích



448


Mezi českými politiky je z pohledu aktivity na sociálních sítích značný rozptyl.

Předsedové stran se liší nejen ve využívání jednotlivých platform, ale i v preferovaných formátech obsahu. Je zřejmé, že každý z nich volí odlišnou strategii komunikace.

Tomio Okamura byl zdaleka nejaktivnějším politikem s celkovým počtem 940 příspěvků na Facebooku, YouTube a dalších platformách. Nejvíce příspěvků zveřejnil na Facebooku (448).

Petr Fiala byl druhý v pořadí s 398 příspěvků, přičemž jeho nejpoužívanějšími sítěmi jsou Facebook a Instagram, na kterých publikoval téměř stejný počet příspěvků (mezi 180-190).

Marián Jurečka je s 392 příspěvků v těsném závěsu. Jeho nejaktivnější sítí, na rozdíl od předchozích dvou politiků, je Instagram.

Čtvrtý v pořadí s celkovým součtem 334 příspěvků je **Andrej Babiš**. Většina z nich, celkem 221, byla Facebookových.

Vít Rakušan zveřejnil 304 příspěvků a nejaktivnější byl na Instagramu, kde publikoval hned 137krát.

Markéta Pekarová Adamová patří s 206 příspěvků na Facebooku a Instagramu (na ostatních platformách aktuálně aktivně nepůsobí) mezi méně aktivní politiky.

Nejméně aktivním politikem byl **Ivan Bartoš** s pouhými 134 příspěvků. To je to způsobeno zejména útlumem publikování v období, kdy na post předsedy Pirátů nastupuje Zdeněk Hřib.

03

Nejvíce populární platformy a formáty

Facebook je dlouhodobě nejpoužívanější sociální síť v Česku, s více než 4,5 miliony uživatelů. Není tedy překvapivé, že jej i politici v průměru využívají nejčastěji. Druhá nejrozšířenější platforma - Instagram - má o téměř milion uživatelů méně. Jeho výhodou je však výrazně mladší publikum, které se hodí k oslovování mladých voličů a prvovoličů. To platí ještě více pro TikTok, kde je uživatelská základna nejmladší. V Česku tuto platformu využívá něco málo přes 2 miliony lidí. Níže uvádíme srovnání dat o působení sledovaných politiků na sociálních sítích, která jsme shromáždili z jednotlivých platform.



35 %



9 %



9 %



47 %

Facebook

Dominují příspěvky obsahující fotografie (703 postů) nad posty obsahující videa (577). Příspěvky s videem na Facebooku generují vysoké hodnoty zapojení, včetně sdílení (celkem 47 000 sdílení).

Instagram

Druhou nejvyžívanější platformou je Instagram (938 příspěvků), zejména díky formátu Reels, který je populární u mladšího publika. Reels na Instagramu získávají 429 000 lajků a 65 000 komentářů.

YouTube:

Třetí síť je v tomto pořadí YouTube (252 příspěvků), který v současné době někteří politici aktivně nevyžívají, tomu tak dříve bylo. Toto napovídá postupnému upozaďování této platformy.

TikTok:

Hraje zatím spíše okrajovou roli (238 příspěvků), ale videa na TikToku dosahují vysokého počtu lajků (638 000 lajků) a sdílení (83 000 sdílení). Vzhledem k tomu, že někteří politici začali s publikováním na TikTok v rámci sledovaného období, dá se očekávat, že význam této sítě pro politiky poroste a ve velmi krátké době by mohl předčit YouTube.

Hlubková analýza formátů

Videa:

Videa jsou nejpopulárnější formát napříč platformami, a to jak z pohledu celkového počtu příspěvků (1491 s videem a 1214 s fotkami), tak například lajků (2 300 000 u videí oproti 1 300 000 u fotek).

Fotografie:

Příspěvky s fotografiemi na Instagramu (514) získaly 457 000 lajků a jsou efektivní především pro budování vizuální identity. Ještě více jsou mezi politiky oblíbené posty s fotografiemi na Facebooku (700 postů a 866 000 lajků)

Textové příspěvky:

Čistě textové příspěvky byly z analýzy vynechány (viz limity výzkumu). Nicméně z celkových dat je zřejmé, že se jedná o nejméně oblíbený formát (přibližně 3 % všech příspěvků na sledovaných platformách).

Hlavní rozdíly mezi politiky:



Tomio Okamura: Nejvíce příspěvků na všech hlavních platformách (v průměru 10,2 příspěvku za den), s výraznou preferencí videí na Youtube a Facebooku. Zaměřuje se na delší videoformáty.



Petr Fiala: Aktivní na Instagramu s 271 příspěvků a TikToku, což signalizuje snahu oslovit mladší publikum. Průměrně publikuje napříč platformami 4,3 příspěvku za den.



Marian Jurečka: Výrazně využívá Instagram Reels, což ukazuje orientaci na vizuálně atraktivní a dynamický obsah. Frekvence jeho příspěvků byla ve sledovaném období stejně jako u Petra Fialy 4,3 za den.



Andrej Babiš: Dominantně postuje na Facebooku, zejména využívá videa. V průměru postuje 3,6 příspěvků za den. Má však nižší aktivitu na ostatních platformách.



Vít Rakušan: Celková aktivita je sice nižší (3,3 příspěvku v průměru za den), ale zato rozmanitá. Zaměřuje se na Instagram, Facebook i Youtube.



Markéta Pekarová Adamová: Ve srovnání s ostatními má nižší aktivitu (2,2 příspěvků denně). Nižší počet příspěvků může odrážet nižší prioritu sociálních sítí v její strategii.



Ivan Bartoš: Byl nejméně aktivní napříč všemi sociálními sítěmi, s průměrem 1,5 příspěvku denně. Je však nutné zohlednit jeho odchod z funkce předsedy.



Promování postů a kampaně na sociálních sítích

Všichni analyzovaní politici využívají promování příspěvků zejména na Facebooku a Instagramu. U části politiků, především u Tomia Okamury a Andreje Babiše, je poměrně snadno dohledatelné, které příspěvky byly promované. Další sdílí ve vyšší míře příspěvky, které byly sponzorovány jinými subjekty. Například u Mariana Jurečky to byly posty financované Ministerstvem práce a sociálních věcí a oficiální stránkou Lidovců. Třetí, poněkud problematickou variantou je situace, kdy část těchto příspěvků není zveřejněna přímo z účtu daného politika, ale je financována třetími stranami. Tyto subjekty často nebývají uvedeny jako spoluautoři příspěvků, ať už záměrně, nebo kvůli nastavení platformy. Nejčastěji jde o specializované agentury, které se starají o rozšíření dosahu politiků na sociálních sítích.

Z dostupných dat vyplývá, že Tomio Okamura měl v analyzovaném období spuštěné kampaně u nejvíce příspěvků – minimálně 365 na Facebooku a Instagramu, přičemž plátcem byla strana Svoboda a přímá demokracie. Na druhém místě je Petr Fiala s nejméně 64 promovány příspěvků financovanými Občanskou demokratickou stranou. Třetí nejvyšší počet placených kampaní měl Andrej Babiš. Je však možné, že další část příspěvků byla promována třetími stranami. Celkový počet by tak mohl být vyšší.

Na účtech Mariana Jurečky a Markéty Pekarové Adamové je patrné, že mnoho příspěvků je financováno a promováno přímo jejich politickými stranami nebo příslušnými ministerstvy.

Na YouTube a TikTok se nám nepodařilo dohledat žádné placené kampaně.

Závěr

Je evidentní, že politici přistupují k užívání sociálních sítí odlišně. Zároveň je však patrná snaha části z nich o budování dosahu na všech sledovaných platformách.

Někteří, jako Tomio Okamura, sází na vysokou frekvenci příspěvků a širokou škálu formátů, aby maximalizovali dosah a zapojení sledujících. Jiní, jako Ivan Bartoš nebo Markéta Pekarová Adamová, jsou na sociálních sítích méně aktivní, což může odrážet jejich zaměření na jiné formy komunikace, jako je osobní kontakt nebo tradiční média.

Platformy jako Facebook a Instagram se stávají mainstreamovými kanály pro politické sdělení, zatímco TikTok využívají politici k oslovování mladšího publika.

Do budoucna lze očekávat, že politici budou nadále optimalizovat své strategie, aby co nejlépe odpověděli na potřeby různorodého publika. To zahrnuje nejen volbu vhodných platform, ale také důležitost pravidelné analýzy dat pro zlepšení komunikace a zvýšení efektivity jejich sdělení.

04

Dominantní témata komunikace

2 708
příspěvků

data za 1/10-31/12/2024

30

přibližný počet příspěvků
týdně na jednoho politika

data za 1/10-31/12/2024

V rámci analýzy jsme monitorovali 45 témat. Obecně neaktivnějším je Tomio Okamura, který má nejvíce příspěvků hned ve 20 tématech. Druhé místo obsadil Petr Fiala, který dominuje 10 tématům (viz tabulka na následující straně).

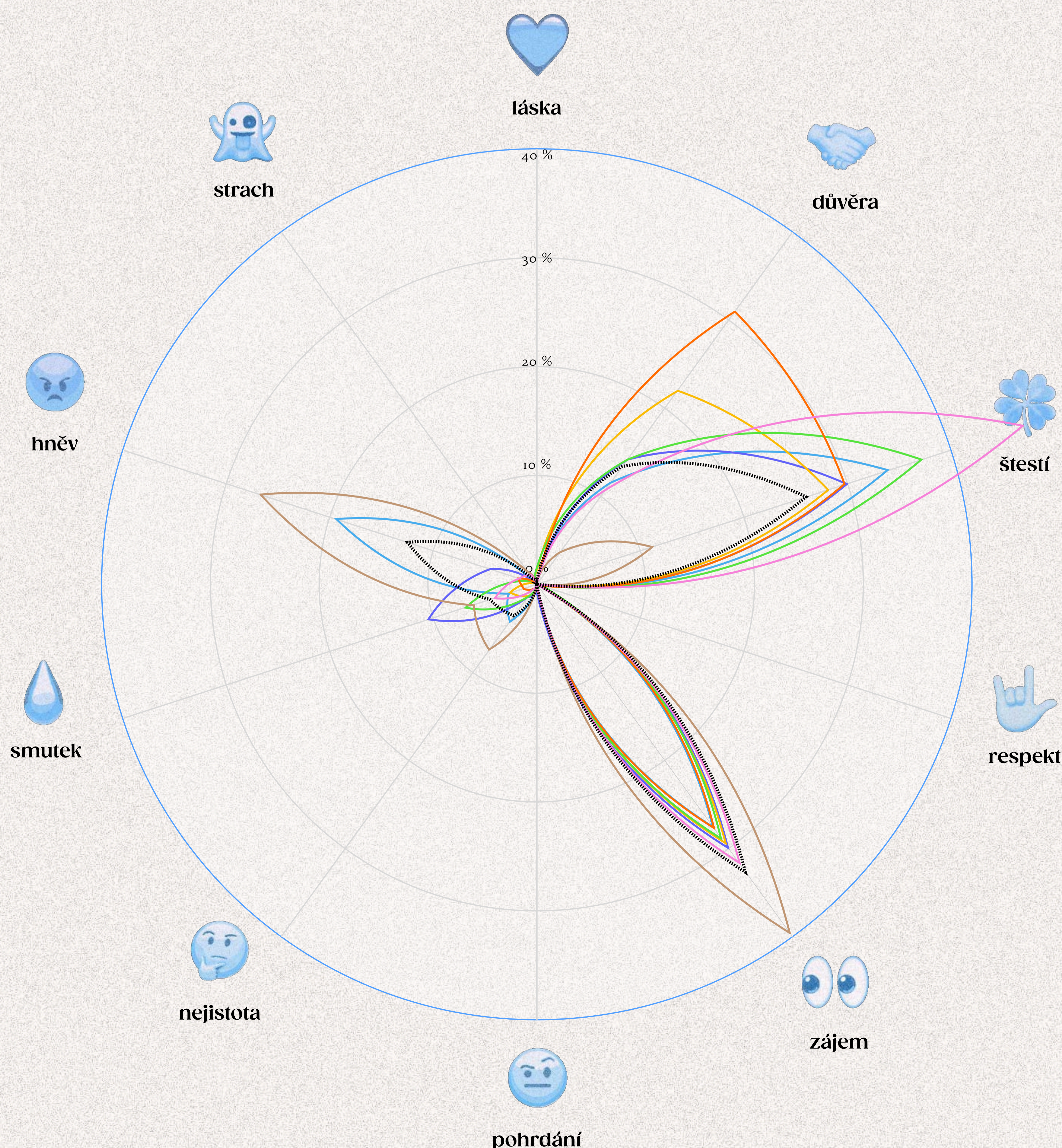
Politici používají v komunikaci různé emoce. Nejčastější jsou pozitivní, jako důvěra, štěstí nebo zájem. Najdou se však i negativní, jako je hněv v příspěvcích Tomia Okamury nebo smutek v příspěvcích Ivana Bartoše.

Emoce v příspěvcích:

- Andrej Babiš
- Ivan Bartoš
- Marian Jurečka
- M. Pekarová Adamová
- Petr Fiala
- Tomio Okamura
- Vít Rakušan
- ⋯ Průměr

Jak detekujeme emoce?

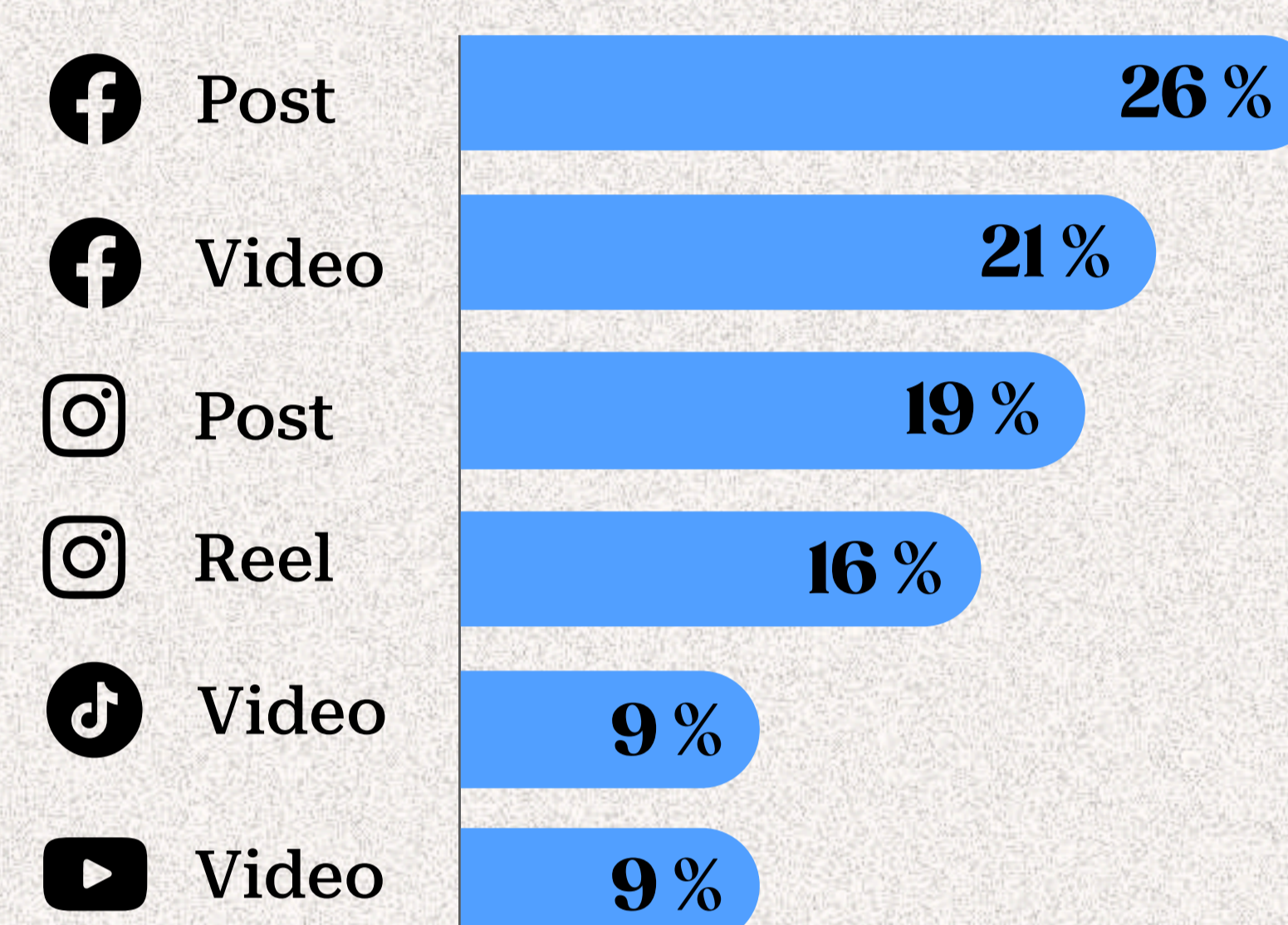
Na základě vizuálního zobrazení emocí (např. smutný obličej na fotografii) v kombinaci s tím, o čem se v příspěvku mluví nebo píše (např. „jsme zklamaní“), rozřazuje náš model automaticky příspěvky do předem definovaných 10 kategorií.



Přehledová data:

		Podíl příspěvků	Počet příspěvků
1.	Tomio Okamura	35 %	940
2.	Petr Fiala	15 %	402
3.	Marian Jurečka	14 %	392
4.	Andrej Babiš	12 %	332
5.	Vít Rakušan	11 %	304
6.	Markéta Pekarová Adamová	8 %	205
7.	Ivan Bartoš	5 %	133

Nejčastější formáty celkem:





Úplný výčet témat v analyzovaných postech

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Sentiment příspěvků*	Počet komentářů	Počet komentářů na příspěvek	Počet lajků	Počet lajků na příspěvek	Politik s nejvíce příspěvky	Počet příspěvků	Podíl příspěvků**
Spory v koalici a vládní krize	194	7%	4,3	62 265	321	298 714	1 540	Tomio Okamura	121	62%
Ekonomika	171	6%	5,4	71 657	419	227 705	1 332	Tomio Okamura	77	45%
Sociální dávky	157	6%	7,5	15 662	100	60 872	388	Marian Jurečka	126	80%
Parlamentní volby 2025	142	5%	6,4	63 276	446	217 846	1 534	Tomio Okamura	52	37%
Důchodová reforma	141	5%	5,6	32 533	231	92 504	656	Marian Jurečka	68	48%
Migrace	127	5%	3,4	27 730	218	188 188	1 482	Tomio Okamura	105	83%
Válka na Ukrajině	78	3%	3,5	23 076	296	130 236	1 670	Tomio Okamura	55	71%
Digitalizace	71	3%	6,6	12 601	177	50 246	708	Marian Jurečka	19	27%
Státní rozpočet	69	3%	4,8	22 323	324	74 287	1 077	Tomio Okamura	37	54%
Korupce a transparentnost	63	2%	4,1	25 241	401	111 206	1 765	Tomio Okamura	26	41%
Potraviny	62	2%	6,6	23 568	380	74 873	1 208	Marian Jurečka	19	31%
Kultura a umění	59	2%	8,2	12 767	216	61 957	1 050	Petr Fiala	15	25%
Energetická krize	59	2%	4,1	13 804	234	67 780	1 149	Tomio Okamura	48	81%
Dezinformace	59	2%	3,9	34 400	583	143 254	2 428	Tomio Okamura	31	53%
Sociální politika a nerovnosti	57	2%	4,9	14 194	249	57 105	1 002	Tomio Okamura	22	39%
Bydlení a bytová krize	52	2%	3,5	10 674	205	51 299	987	Tomio Okamura	27	52%
Zdravotní péče	46	2%	5,5	21 579	469	65 630	1 427	Andrej Babiš	15	33%
Výstavba dálnic	45	2%	7,0	25 036	556	69 274	1 539	Petr Fiala	32	71%
Bezpečnostní politika	42	2%	5,4	23 493	559	56 024	1 334	Petr Fiala	13	31%
sport	41	2%	8,0	18 148	443	102 919	2 510	Petr Fiala	15	37%
Krajské volby	38	1%	7,1	6 022	158	25 719	677	Vít Rakušan	19	50%
Vzdělávání a školství	30	1%	6,4	16 899	563	46 501	1 550	Petr Fiala	9	30%
Svoboda projevu	29	1%	6,8	6 145	212	39 820	1 373	Vít Rakušan	9	31%
Prezidentské volby v USA	29	1%	5,7	8 495	293	41 857	1 443	Tomio Okamura	19	66%
Zemědělství	28	1%	4,9	5 763	206	22 751	813	Tomio Okamura	14	50%
Green deal	28	1%	2,0	2 701	96	18 244	652	Tomio Okamura	25	89%
Kryptoměny	25	1%	6,8	8 796	352	24 748	990	Andrej Babiš	13	52%
Reforma státní správy	23	1%	6,2	9 243	402	28 746	1 250	Petr Fiala	7	30%
Inflace	20	1%	2,0	3 607	180	15 006	750	Tomio Okamura	17	85%
Genderové nerovnosti	16	1%	6,4	2 590	162	31 570	1 973	Tomio Okamura	7	44%
Minimální mzda	15	1%	5,8	2 223	148	17 187	1 146	Vít Rakušan	8	53%
LGBTQ+	15	1%	5,1	1 946	130	24 512	1 634	Tomio Okamura	14	93%
Povodně	14	1%	5,5	1 848	132	8 011	572	Marian Jurečka	5	36%
populace	13	0%	5,0	5 693	438	15 555	1 197	Andrej Babiš	4	31%
Volby do Evropského parlamentu	12	0%	6,1	1 702	142	8 974	748	Tomio Okamura	7	58%
Automobilový průmysl	12	0%	3,5	4 187	349	15 683	1 307	Tomio Okamura	7	58%
Životní prostředí ostatní	11	0%	5,9	2 181	198	22 414	2 038	Tomio Okamura	6	55%
Financování vědy	5	0%	7,2	916	183	2 410	482	Markéta P. Adamová	2	40%
Průmyslová výroba ostatní	4	0%	7,8	298	75	1 248	312	Petr Fiala	2	50%
Jaderná energie	4	0%	7,8	590	148	2 460	615	Petr Fiala	3	75%
Umělá inteligence	2	0%	8,0	5	3	96	48	Marian Jurečka	2	100%
Izraelsko-hamásovská válka	2	0%	5,0	735	368	2 390	1 195	Petr Fiala	2	100%
Veřejná bezpečnost	1	0%	7,0	67	67	1 075	1 075	Vít Rakušan	1	100%
Jaderná elektrárna Dukovany	1	0%	5,0	22	22	65	65	Marian Jurečka	1	100%
ostatní	596	22%	7,1	195 274	328	1 020 220	1 712	Petr Fiala	134	22%
Celkový součet	2708	100%	5,8	841 975	311	3 639 181	1 344			



Andrej Babiš

334 příspěvků

O 52 méně, než je průměr.
Z toho 236 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

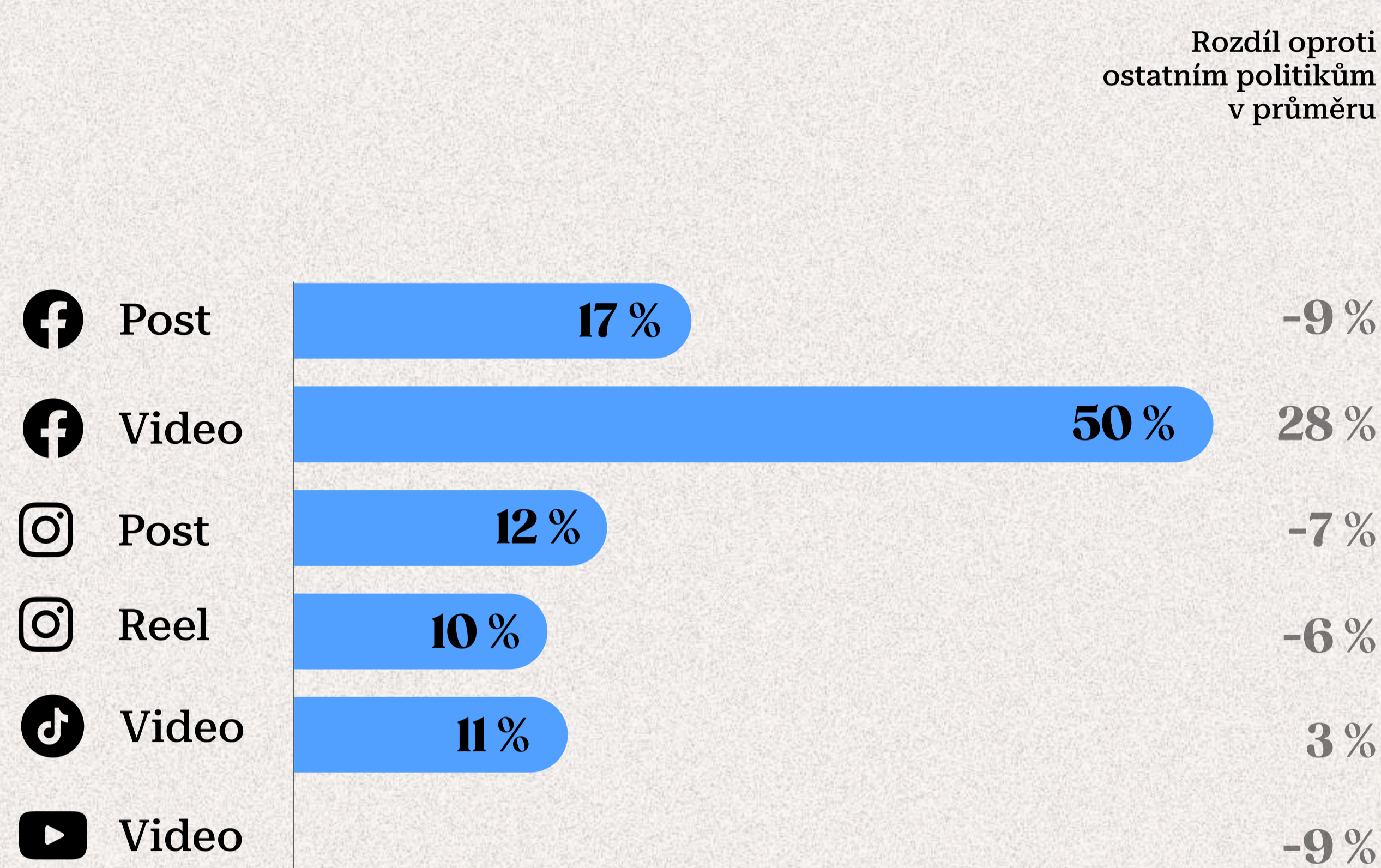
Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024

Zajímal by Vás například Karel Havlíček nebo Alena Schillerová?

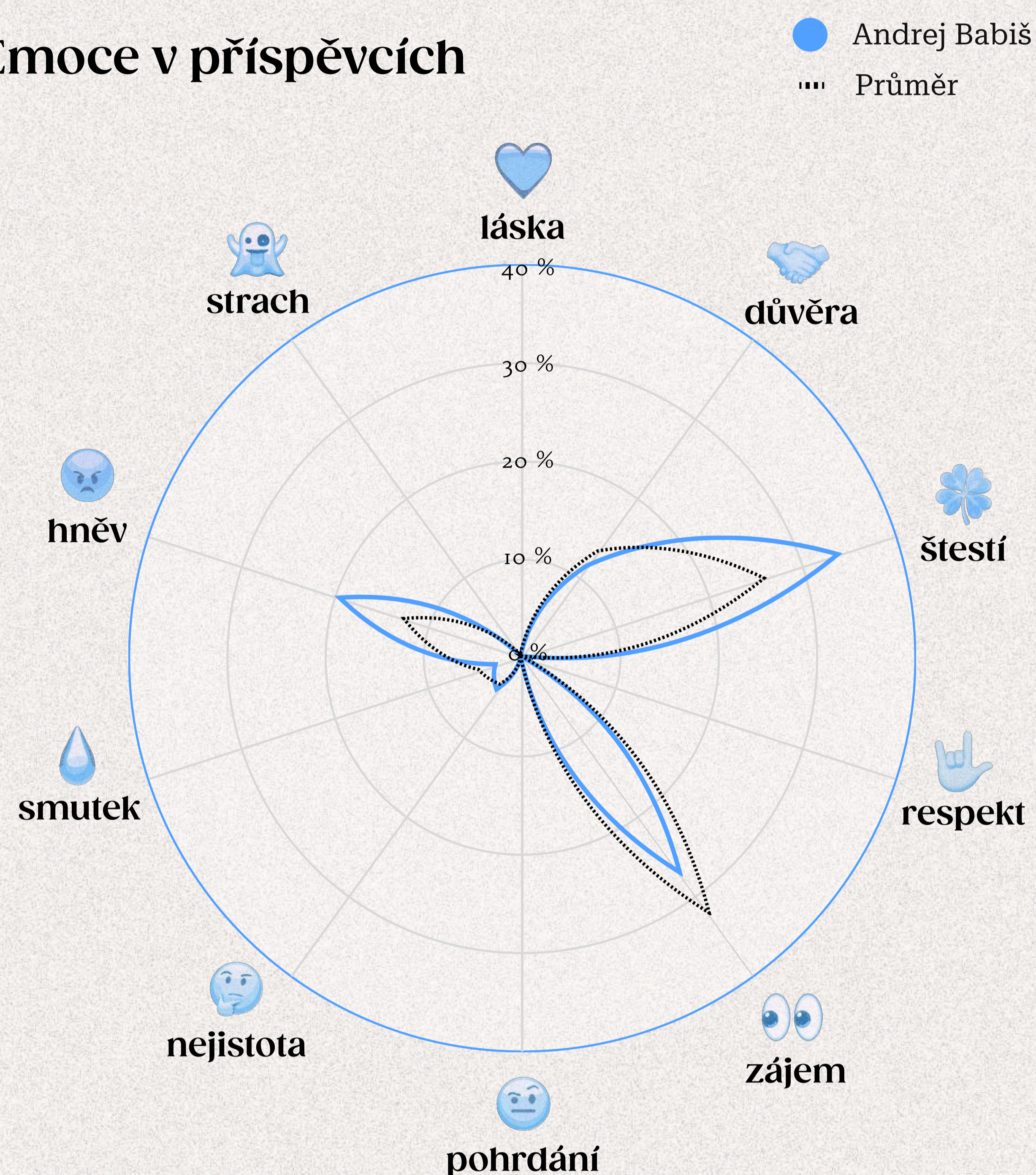
Napište nám. Rádi se s Vámi sejdeme a probereme Vaše potřeby.

Nejčastější mediatypy



Andrej Babiš využívá častěji než ostatní zejména videa na Facebooku. O něco častěji využívá také Tiktok. Youtube kanál sice vlastní, ale nejsou na něm v poslední době zveřejňována žádná videa.

Emoce v příspěvcích



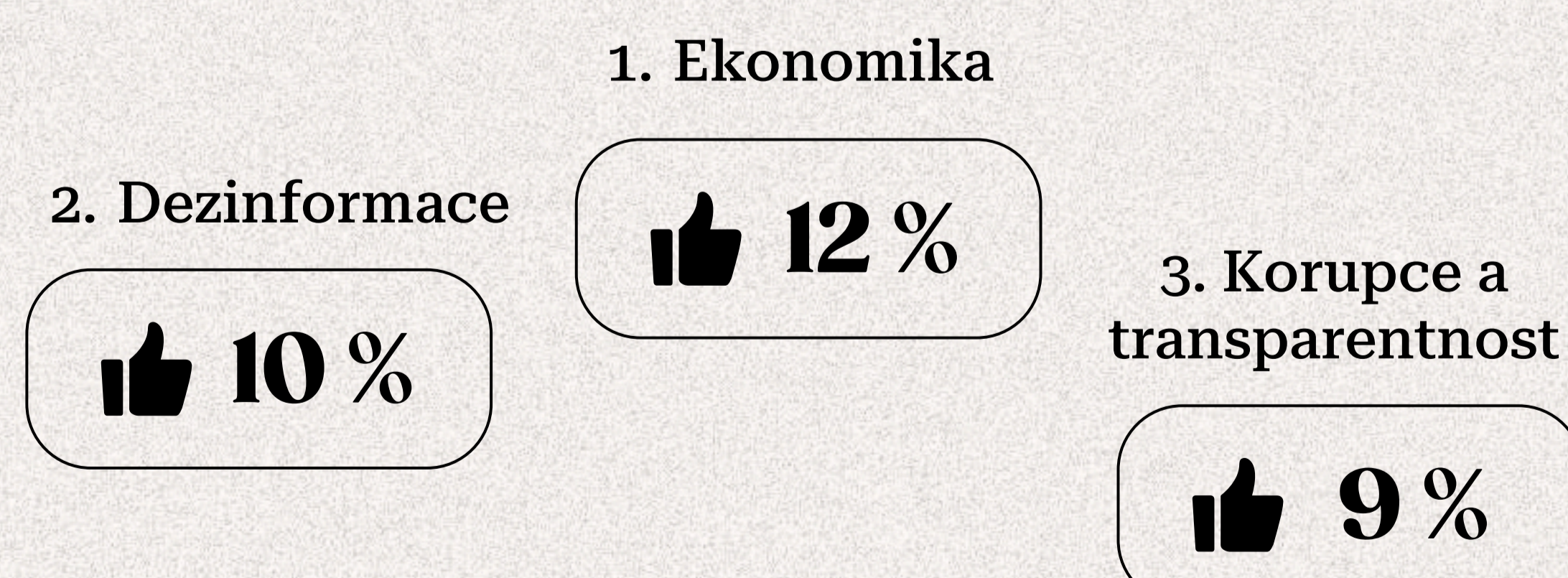
Nejčastější témata ve videích

Rank	Téma	Počet příspěvků	Podíl z celku (%)
1.	Spory v koalici a vládní krize	25	11%
2.	Ekonomika	21	9%
3.	Dezinformace	16	7%
4.	Parlamentní volby 2025	14	6%
5.	Zdravotní péče	13	6%
6.	Kryptoměny	10	4%
7.	Korupce a transparentnost	10	4%
8.	Bydlení a bytová krize	9	4%
9.	Digitalizace	7	3%
10.	Důchodová reforma	6	3%

Nadprůměrné přehrání na téma



Nadprůměrný engagement u videí



Andrej Babiš se nejčastěji věnoval sporům v koalici a vládní krizi, ekonomice a dezinformacím. Oproti ostatním politikům dosahuje vysokého engagementu. Zajímavostí je, že kromě politických témat zveřejňuje výrazně častěji příspěvky "ze života", které mívají velký dosah. Jedná se např. o venčení psa, návštěvu kadeřníka apod.



Andrej Babiš

334 příspěvků

O 52 méně, než je průměr.
Z toho 236 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Úplný výčet témat ve formátu videa

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Přehraní	Přehraní na příspěvek	Doručení tématu	Sentiment příspěvků*	Engagement Rate**
Spory v koalici a vládní krize	25	11%	1 154 881	46195	44%	4,9	8%
Ekonomika	21	9%	462 907	22043	36%	4,0	12%
Dezinformace	16	7%	929 725	58108	40%	2,9	10%
Parlamentní volby 2025	14	6%	944 107	67436	48%	6,6	7%
Zdravotní péče	13	6%	688 225	52940	39%	5,4	9%
Kryptoměny	10	4%	251 476	25148	51%	7,4	6%
Korupce a transparentnost	10	4%	726 538	72654	35%	2,4	9%
Bydlení a bytová krize	9	4%	339 654	37739	54%	2,7	12%
Digitalizace	7	3%	514 336	73477	61%	5,1	4%
Důchodová reforma	6	3%	120 950	20158	58%	4,2	19%
Zemědělství	5	2%	109 189	21838	58%	5,4	11%
Krajské volby	5	2%	108 202	21640	54%	7,8	7%
sport	4	2%	861 511	215378	44%	7,0	7%
Sociální politika a nerovnosti	4	2%	575 710	143928	51%	5,3	7%
Potraviny	4	2%	158 242	39561	57%	5,5	5%
Migrace	4	2%	210 941	52735	76%	5,5	6%
Energetická krize	4	2%	125 741	31435	51%	4,0	11%
Demografie a stárnutí populace	4	2%	112 760	28190	54%	4,8	17%
Vzdělávání a školství	3	1%	164 301	54767	68%	6,7	8%
Výstavba dálnic	3	1%	97 545	32515	53%	5,0	13%
Volby do Evropského parlamentu	3	1%	112 436	37479	56%	7,0	3%
Státní rozpočet	3	1%	39 088	13029	69%	3,7	18%
Prezidentské volby v USA	3	1%	63 351	21117	77%	6,3	17%
Kultura a umění	3	1%	310 159	103386	41%	6,3	8%
Inflace	3	1%	23 629	7876	62%	2,7	22%
Bezpečnostní politika	3	1%	111 704	37235	31%	3,7	7%
Válka na Ukrajině	2	1%	19 054	9527	43%	5,0	20%
Sociální dávky	2	1%	261 704	130852	79%	5,0	5%
Automobilový průmysl	2	1%	105 166	52583	51%	5,0	7%
Reforma státní správy	1	0%	84 894	84894	53%	1,0	15%
Povodně	1	0%	5 520	5520	45%	5,0	18%
Green deal	1	0%	13 661	13661	63%	3,0	15%
Financování vědy	1	0%	20 026	20026	94%	5,0	7%
ostatní	37	16%	7 558 738	204290	35%	7,3	5%

*Doručení tématu = odhad, kolik % lidí dokoukalo sdělení od začátku (bod A) do konce (bod B). Datový model určí, kdy o daném tématu začal politik ve videu mluvit (bod A) a kdy skončil (bod B). Data jsou poté proložena benchmarkem retenční křivky, která určuje, jak v průběhu času lidé ve videích odpadají.

** 0 - velmi negativní

10 - velmi pozitivní



Andrej Babiš

334 příspěvků

O 52 méně, než je průměr.
Z toho 236 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Ukázky příspěvků



Detekce tématu

Ostatní

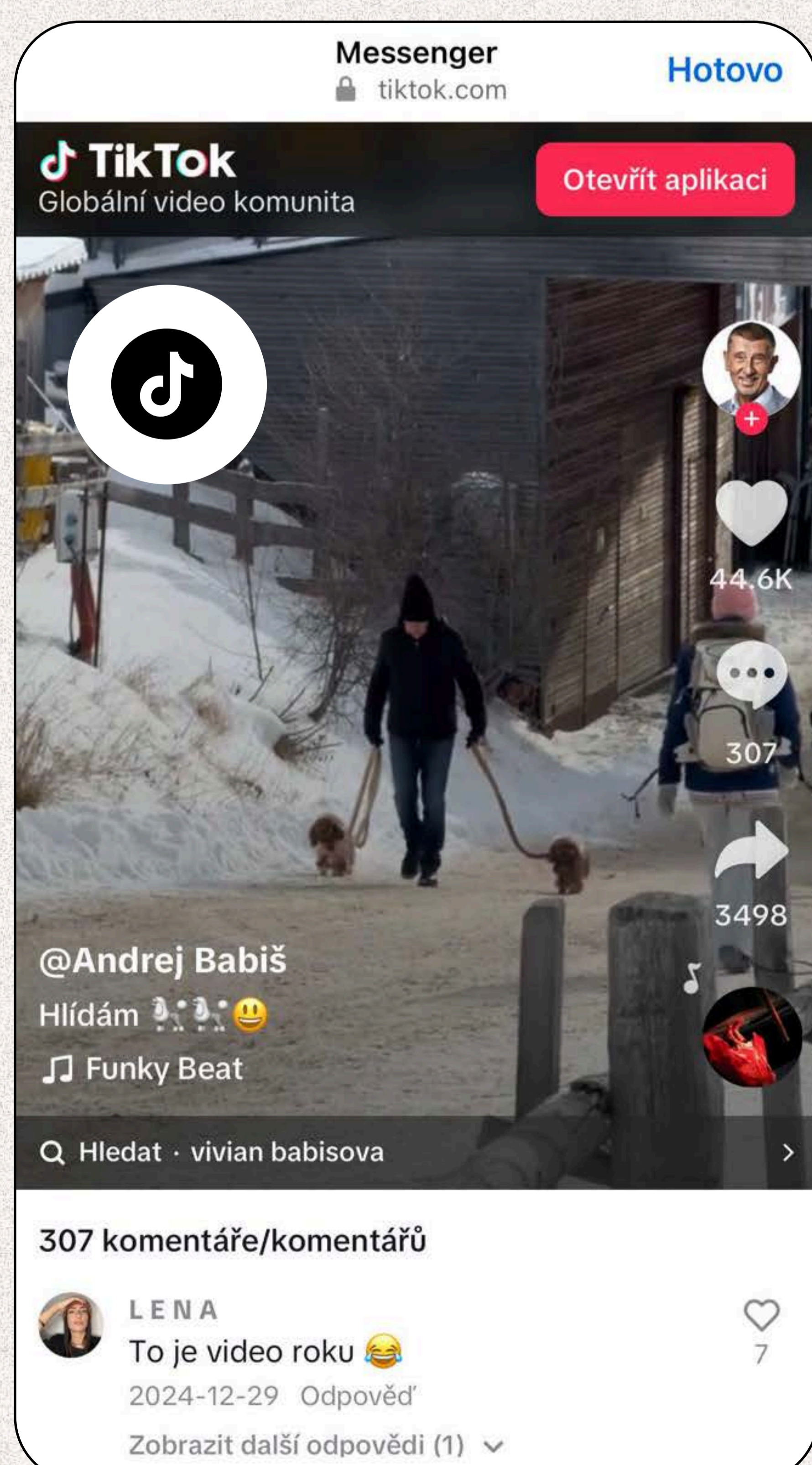
28 % příspěvků Andreje Babiše patří do kategorie ostatní (u video formátů je to 16 %). Tyto příspěvky jsou různorodého typu, většinou však odlehčené, nejčastější emoci je u těchto příspěvků štěstí (77 %). Mívají vysoký dosah, ale u video formátů nižší engagement než je tomu u klasických politických témat.

[Odkaz na příspěvek](#)

Detekce tématu Desinformace

Vyvracení různých informací patří k tématům, která mají rovněž vysoký engagement. U těchto příspěvků se však v hojném počtu vyskytují i "vysmívající se" reakce, které odkazují spíše k aktivitě kritiků Andreje Babiše.

[Odkaz na příspěvek](#)

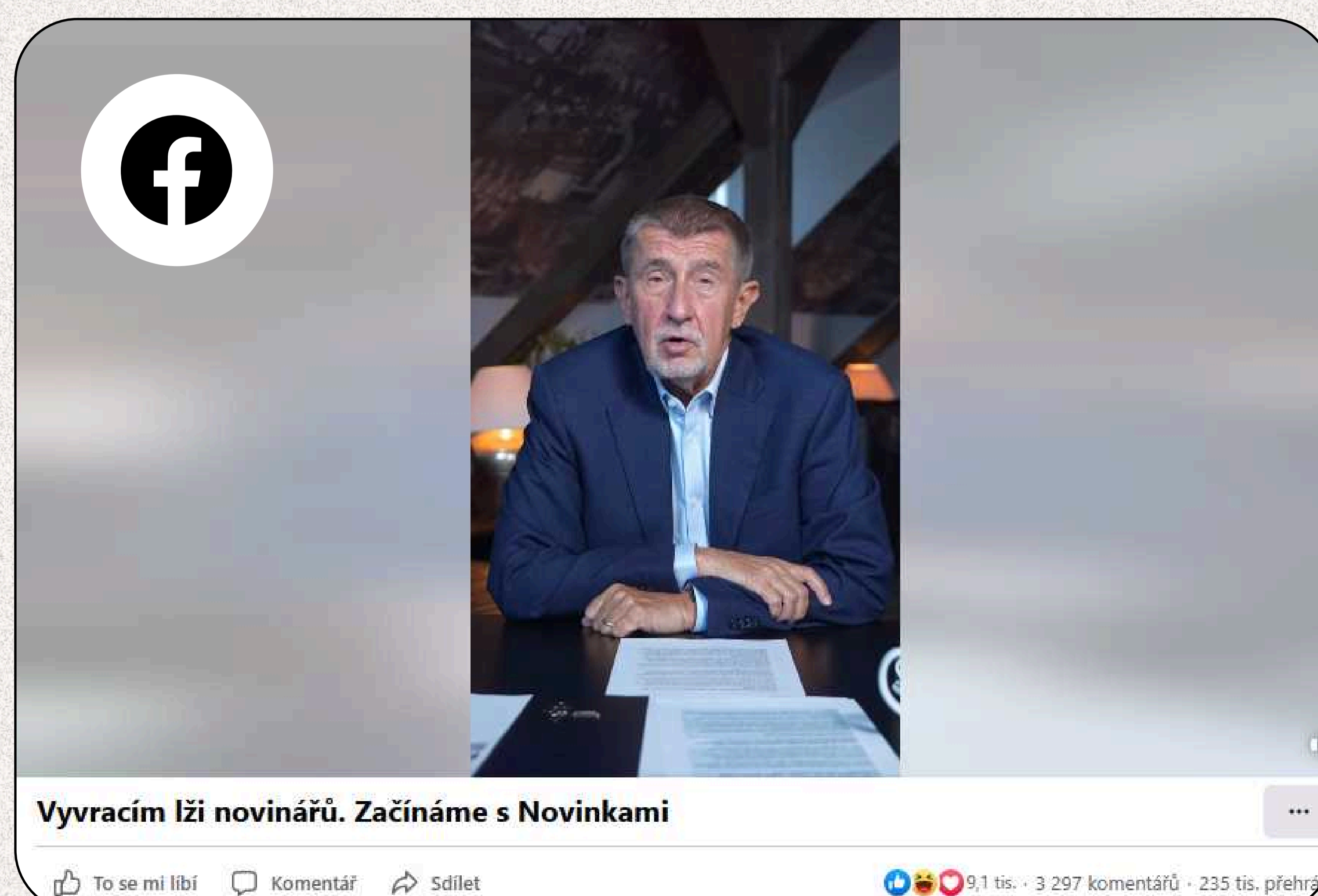


Detekce tématu

Zvířata

Video s venčením psa mělo nadprůměrný dosah na všech platformách, kde bylo zveřejněno. Na TikToku zároveň dosáhlo vysokého engagementu (10 %).

[Odkaz na příspěvek](#)





Ivan Bartoš

134 příspěvků

O 252 méně, než je průměr.
Z toho 37 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

1 příspěvek

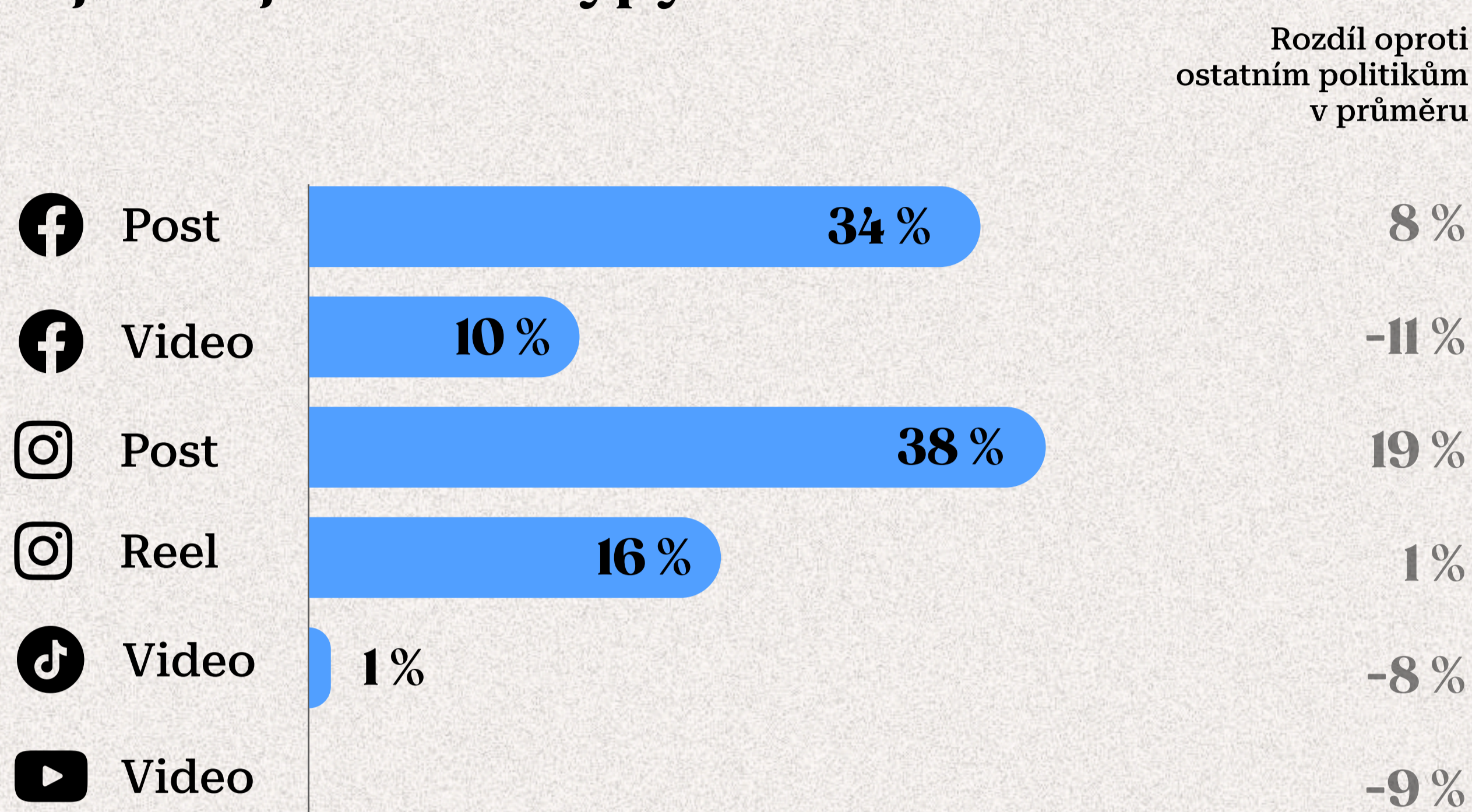
Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024

**Zajímal by Vás například
Zdeněk Hřib?**

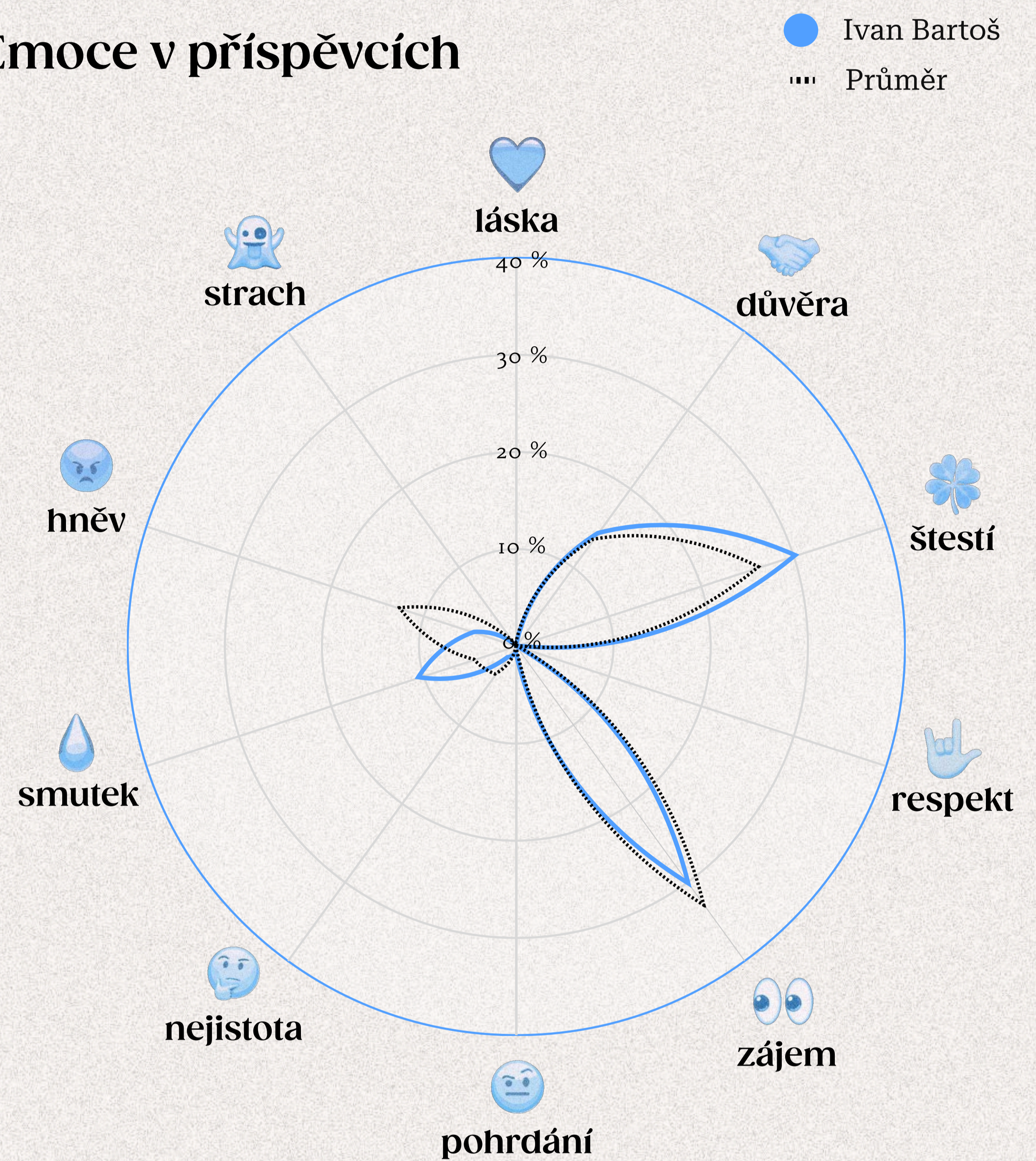
Napište nám. Rádi se s Vámi sejdeme
a probereme Vaše potřeby.

Nejčastější mediatypy



Ivan Bartoš, stejně jako Petr Fiala nebo Markéta Pekarová Adamová, preferuje statické příspěvky před videem. Na TikToku sice do nedávna publikoval videa, nicméně krátce po krajských volbách, které předcházely sledovanému období, došlo k výraznému poklesu aktivity, a tak v období od 1. 10. do 31. 12. 2024 zveřejnil pouze jediné video. Z hlediska emocí ve videích se u I. Bartoše objevuje ve vyšší míře než u ostatních politiků smutek.

Emoce v příspěvcích



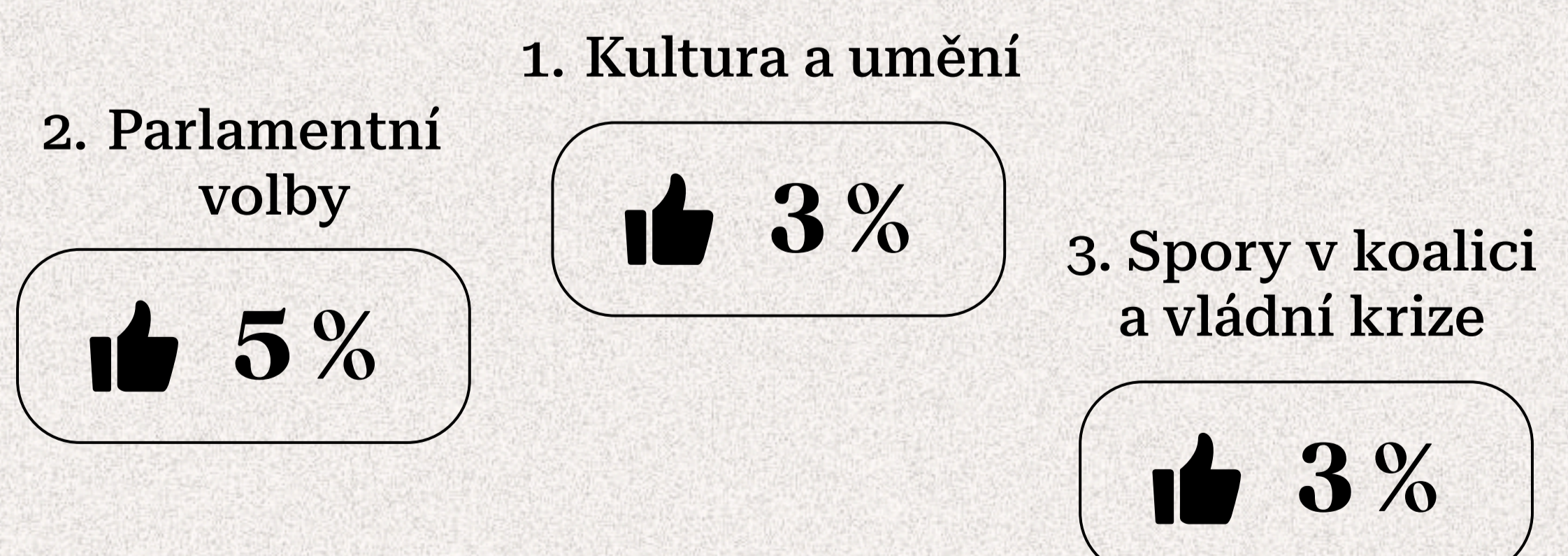
Nejčastější témata ve videích

Rank	Téma	Počet příspěvků	Podíl z celku (%)
1.	Korupce a transparentnost	7	19%
2.	Parlamentní volby 2025	6	16%
3.	Spory v koalici a vládní krize	5	14%
4.	Kultura a umění	4	11%
5.	Životní prostředí ostatní	2	5%
6.	Vzdělávání a školství	2	5%
7.	Genderové nerovnosti	2	5%
8.	Digitalizace	2	5%
9.	Válka na Ukrajině	1	3%
10.	Státní rozpočet	1	3%

Nadprůměrné přehrání na téma



Nadprůměrný engagement u videí



Ivan Bartoš má vzhledem k nejnižší aktivitě ze sledovaných politiků také nejmenší počet témat, kterým se věnuje. Nejčastěji se ve videích zaměřoval na korupci a transparentnost, tato videa mají také poměrně vysoký počet přehrání, nicméně engagement rate je u nich spíše malý. Naopak vyšší engagement rate i počet přehrání na příspěvek měla videa zaměřená na parlamentní volby.



Ivan Bartoš

134 příspěvků

O 252 méně, než je průměr.

Z toho 37 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

1 příspěvek

Průměrný počet postů za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Úplný výčet témat ve formátu videa

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Přehrání	Přehrání na příspěvek	Doručení tématu	Sentiment příspěvků*	Engagement Rate**
Korupce a transparentnost	7	19%	174 934	24 991	60%	4,6	2%
Parlamentní volby 2025	6	16%	119 774	19 962	54%	7,0	5%
Spory v koalici a vládní krize	5	14%	129 448	25 890	60%	5,8	3%
Kultura a umění	4	11%	73 506	18 377	35%	8,8	3%
Životní prostředí ostatní	2	5%	5 725	2 863	44%	5,0	6%
Vzdělávání a školství	2	5%	10 034	5 017	79%	7,0	5%
Genderové nerovnosti	2	5%	46 934	23 467	48%	6,0	2%
Digitalizace	2	5%	1 552	776	62%	6,0	10%
Válka na Ukrajině	1	3%	10 189	10 189	34%	7,0	2%
Státní rozpočet	1	3%	2 349	2 349	31%	5,0	12%
Krajské volby	1	3%	10 117	10 117	96%	7,0	3%
ostatní	4	11%	44 361	11 090	51%	8,5	4%

*Doručení tématu = odhad, kolik % lidí dokoukalo sdělení od začátku (bod A) do konce (bod B). Datový model určí, kdy o daném tématu začal politik ve videu mluvit (bod A) a kdy skončil (bod B). Data jsou poté proložena benchmarkem retenční křivky, která určuje, jak v průběhu času lidé ve videích odpadají.

** 0 - velmi negativní

10 - velmi pozitivní



Ivan Bartoš

134 příspěvků

O 252 méně, než je průměr.
Z toho 37 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

1 příspěvek

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Ukázky příspěvků



Detekce emoce

Smutek

Příspěvky se věnují kritice současné vlády a zdůrazňují roli Pirátů ve vládních reformách, zejména v oblasti dostupného bydlení, digitalizace a transparentnosti. Kritizují zpoždění digitalizace, změny v důchodové reformě či nedostatečná opatření na podporu bydlení. Některé příspěvky vyjadřují solidaritu s oběťmi tragických událostí. Celkově jde o kombinaci politické kritiky, obhajoby Pirátské strany a připomínek významných historických momentů.

[Odkaz na příspěvek](#)

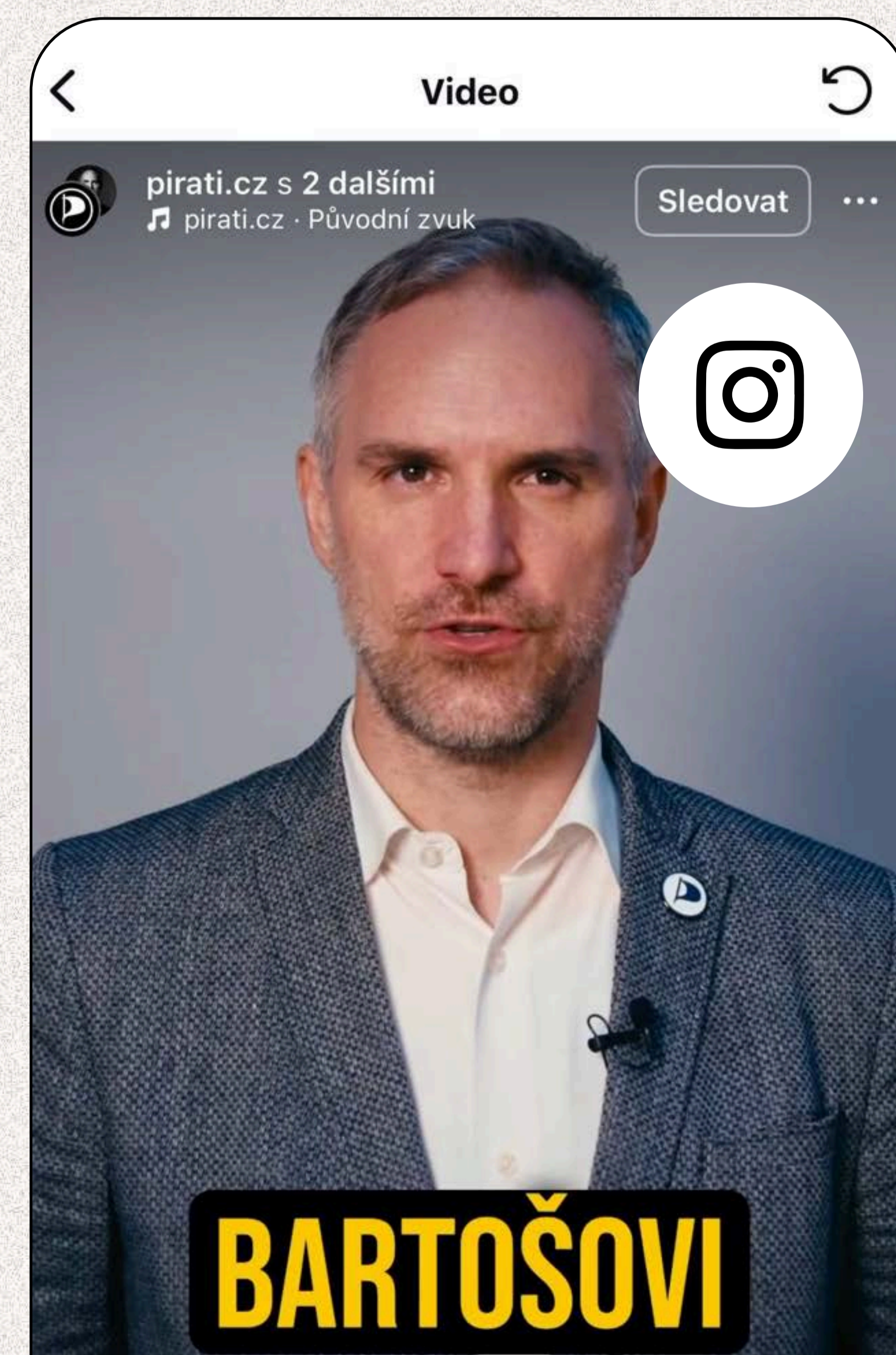


Detekce tématu

Korupce a transparentnost

Příspěvky se zaměřují na odchod Pirátů z vlády a jejich kritiku současného politického dění, zejména vlivu lobbistů a korupčních struktur na rozhodování státu. Opakovaně zmiňují neúspěšnou digitalizaci stavebního řízení, zákulisní tlaky, neprůhledné veřejné zakázky a snahy Pirátské strany prosadit transparentní pravidla pro lobbying.

[Odkaz na příspěvek](#)



Detekce tématu

Parlamentní volby 2025

Symbolické předání síti Zdeňkovi Hřibovi dosáhlo v kontextu Bartošových příspěvků na sociálních sítích relativně vysokého počtu zhlédnutí.

[Odkaz na příspěvek](#)



Petr Fiala

398 příspěvků

O 12 více, než je průměr.
Z toho 156 s videem.

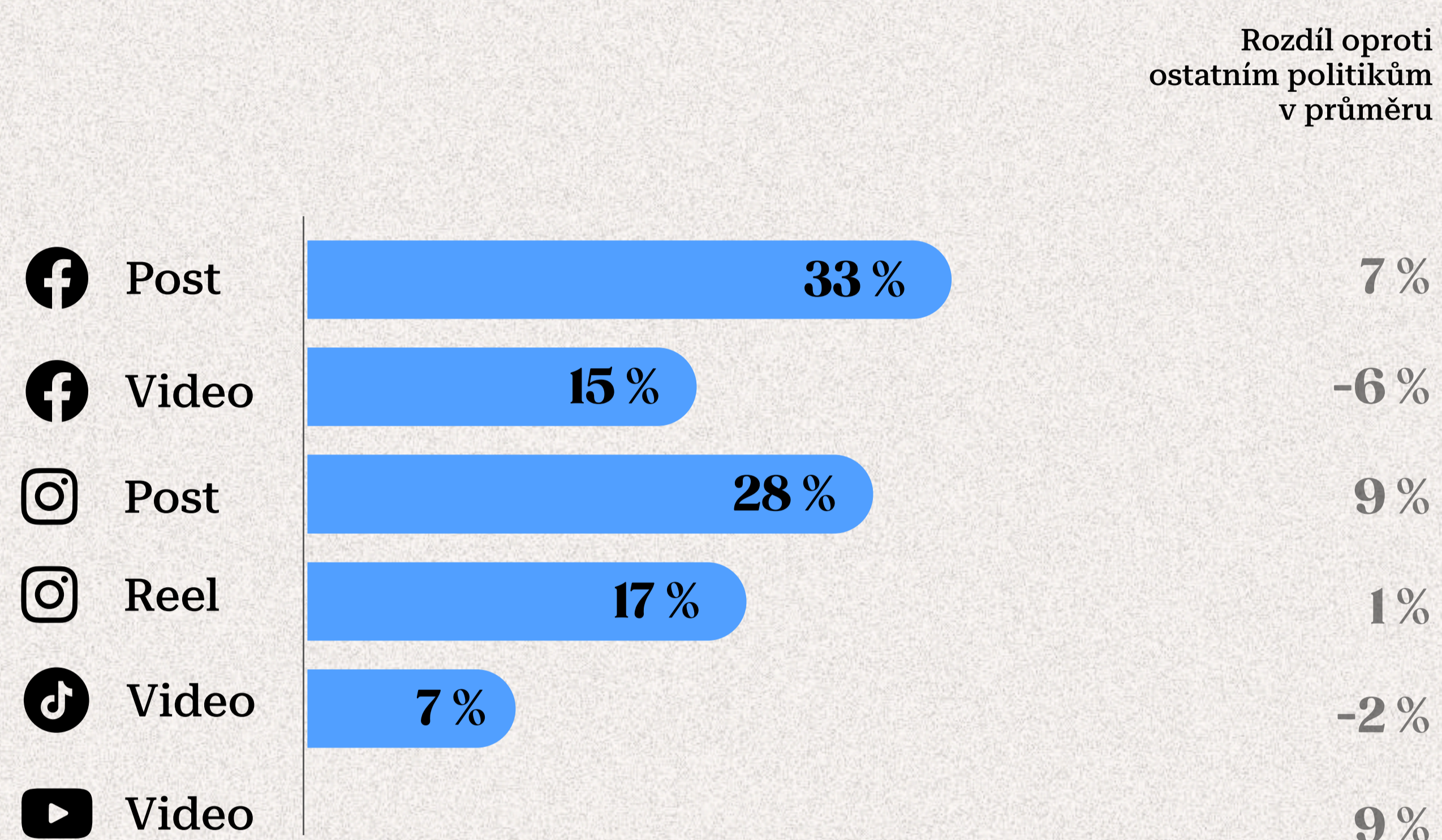
Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

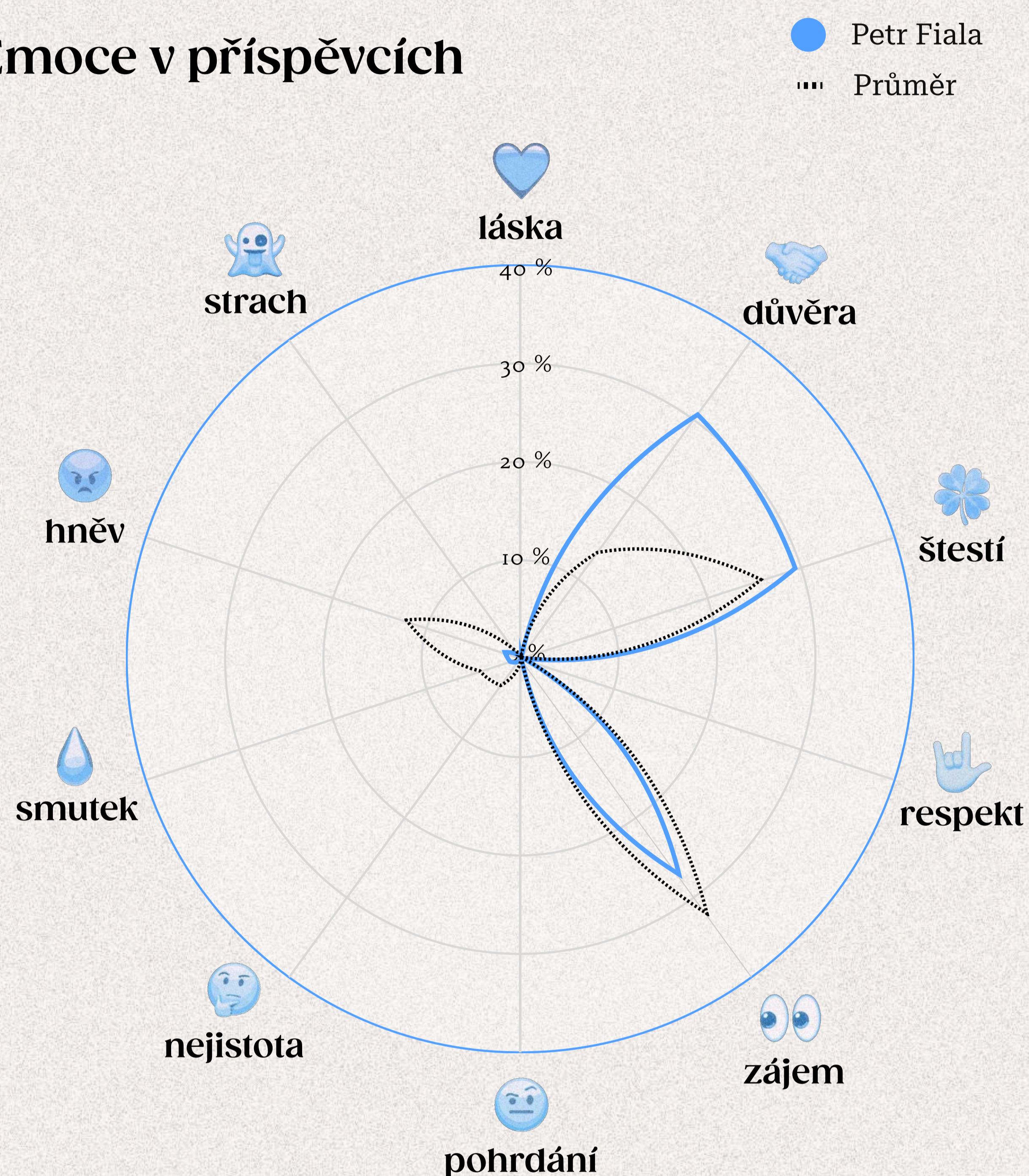
Data za 1/10-31/12/2024

Nejčastější mediatypy



Petr Fiala využívá častěji statické posty než ostatní politici, a to jak na Facebooku, tak na Instagramu. Obecně však platí, že mají tyto formáty nižší dosahy než video formáty. Petr Fiala se snaží komunikovat v pozitivním duchu. Oproti ostatním se zdá, že se snaží více budovat důvěru (30 % příspěvků) a nadprůměrně se objevuje také emoce štěstí (rovněž 30 %).

Emoce v příspěvcích



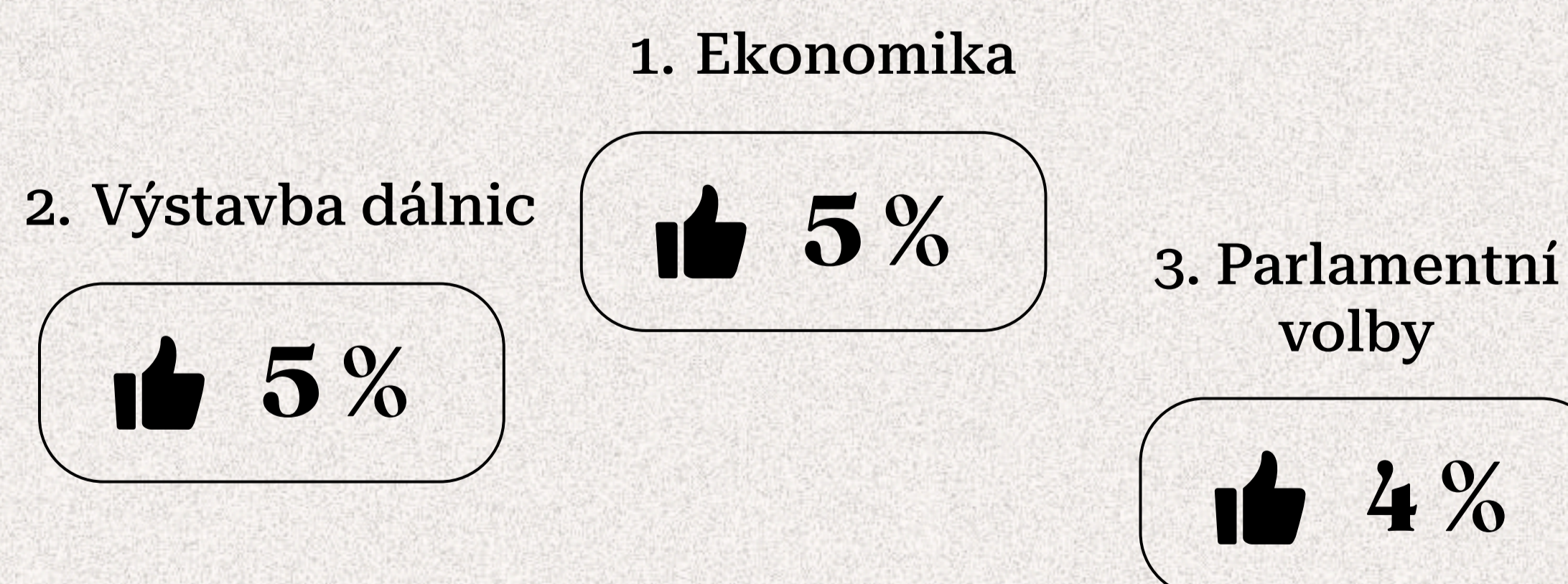
Nejčastější témata ve videích

Rank	Téma	Počet příspěvků	Podíl z celku
1.	Ekonomika	14	9%
2.	Sport	11	7%
3.	Výstavba dálnic	10	6%
4.	Parlamentní volby 2025	10	6%
5.	Důchodová reforma	8	5%
6.	Bezpečnostní politika	7	4%
7.	Spory v koalici a vládní krize	6	4%
8.	Reforma státní správy	6	4%
9.	Kultura a umění	6	4%
10.	Vzdělávání a školství	5	3%

Nadprůměrné přehrání na téma



Nadprůměrný engagement u videí



Ve videích se Petr Fiala nejčastěji věnoval ekonomice, sportu (i když v tomto případě spíše v osobní rovině), výstavbě dálnic nebo parlamentním volbám 2025.



Petr Fiala

398 příspěvků

O 12 více, než je průměr.

Z toho 156 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Úplný výčet témat ve formátu videa

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Přehrání	Přehrání na příspěvek	Doručení tématu	Sentiment příspěvků*	Engagement * Rate**
Ekonomika	14	9%	895 751	63 982	53%	7,1	5%
sport	11	7%	1 038 064	94 369	39%	6,9	2%
Výstavba dálnic	10	6%	319 844	31 984	49%	7,3	5%
Parlamentní volby 2025	10	6%	611 506	61 151	58%	6,4	4%
Důchodová reforma	8	5%	249 888	31 236	63%	6,3	7%
Bezpečnostní politika	7	4%	256 986	36 712	37%	5,3	6%
Spory v koalici a vládní krize	6	4%	207 569	34 595	40%	6,3	5%
Reforma státní správy	6	4%	168 101	28 017	49%	7,2	6%
Kultura a umění	6	4%	215 823	35 971	46%	7,8	4%
Vzdělávání a školství	5	3%	368 264	73 653	66%	7,0	5%
Energetická krize	5	3%	372 094	74 419	37%	6,6	4%
Dezinformace	5	3%	366 608	73 322	41%	5,4	4%
Státní rozpočet	3	2%	239 332	79 777	42%	7,0	4%
Potraviny	3	2%	92 300	30 767	42%	7,0	2%
Kryptoměny	3	2%	355 200	118 400	57%	7,0	3%
Digitalizace	3	2%	40 744	13 581	60%	5,7	5%
Svoboda projevu	2	1%	14 278	7 139	57%	9,0	7%
Povodně	1	1%	18 277	18 277	95%	7,0	4%
Migrace	1	1%	320 435	320 435	86%	8,0	2%
Krajské volby	1	1%	26 943	26 943	35%	7,0	8%
Demografie a stárnutí populace	1	1%	17 412	17 412	51%	7,0	3%
Bydlení a bytová krize	1	1%	28 231	28 231	42%	7,0	2%
ostatní	44	28%	2 370 086	53 866	37%	7,5	4%

*Doručení tématu = odhad, kolik % lidí dokoukalo sdělení od začátku (bod A) do konce (bod B). Datový model určí, kdy o daném tématu začal politik ve videu mluvit (bod A) a kdy skončil (bod B). Data jsou poté proložena benchmarkem retenční křivky, která určuje, jak v průběhu času lidé ve videích odpadají.

** 0 - velmi negativní

10 - velmi pozitivní



Petr Fiala

398 příspěvků

O 12 více, než je průměr.
Z toho 156 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Ukázky příspěvků



Detekce tématu

Ostatní

Příspěvky se nejčastěji zaměřují na osobní vzpomínky, politické události a veřejné akce. Často zmiňují dětství, sport, Brno a českou identitu, ale také charitativní aktivity, jako je „Punč pro Emila“. Nechybí ani odkazy na podcasty a rozhovory, kde autor sdílí své názory a zkušenosti. Důležitou roli hrají také vánoční přání a pohledy na rodinné hodnoty. Celkově jde o mix osobních, politických a společenských témat podaných neformálním stylem. Nejčastější emocií je v tomto případě štěstí ve 44 %.

[Odkaz na příspěvek](#)



Detekce tématu

Výstavba dálnic

Výstavba dálnic a silnic patří k nosným tématům Fialovy komunikace. Příspěvky rovněž dosahují vyššího engagementu, ale i v tomto případě často negativního.

[Odkaz na příspěvek](#)

Detekce tématu

Sport

Sportovní témata mají vysoký počet přehrání na jedno video, ale v tomto případě se jedná převážně o osobní postoje a vzpomínky. Například jezdění na skateboardu nebo vztah k fotbalu. Témata mají také relativně vysoký engagement, avšak v tomto případě hodně často negativní - vysmívající se nebo zamračené emotikony na Facebooku. Jedná se tedy o mnohé reakce odpůrců Petra Fialy.

[Odkaz na příspěvek](#)





Marian Jurečka

392 příspěvků

O 6 více, než je průměr.
Z toho 206 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

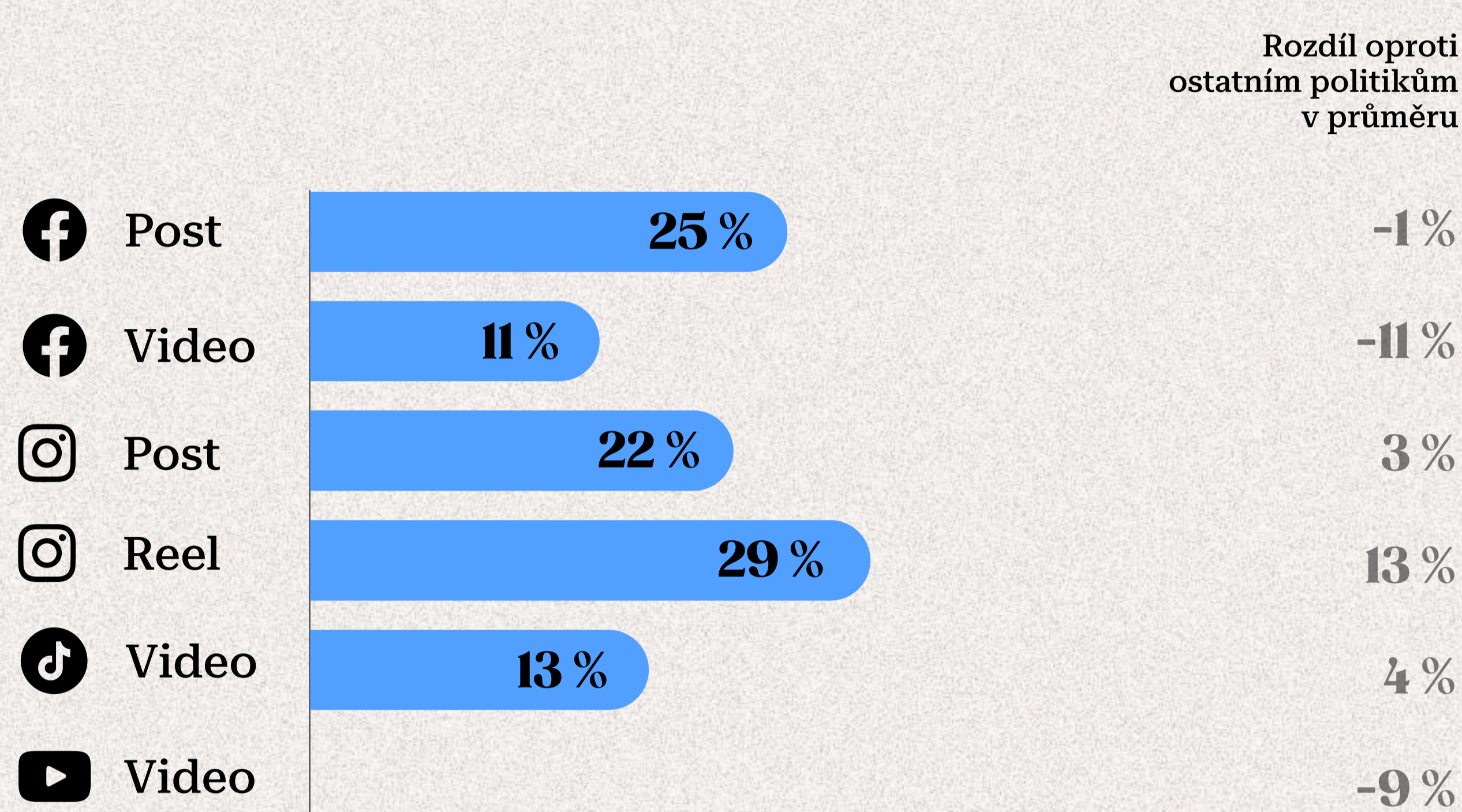
Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024

Zajímal by Vás například Marek Výborný?

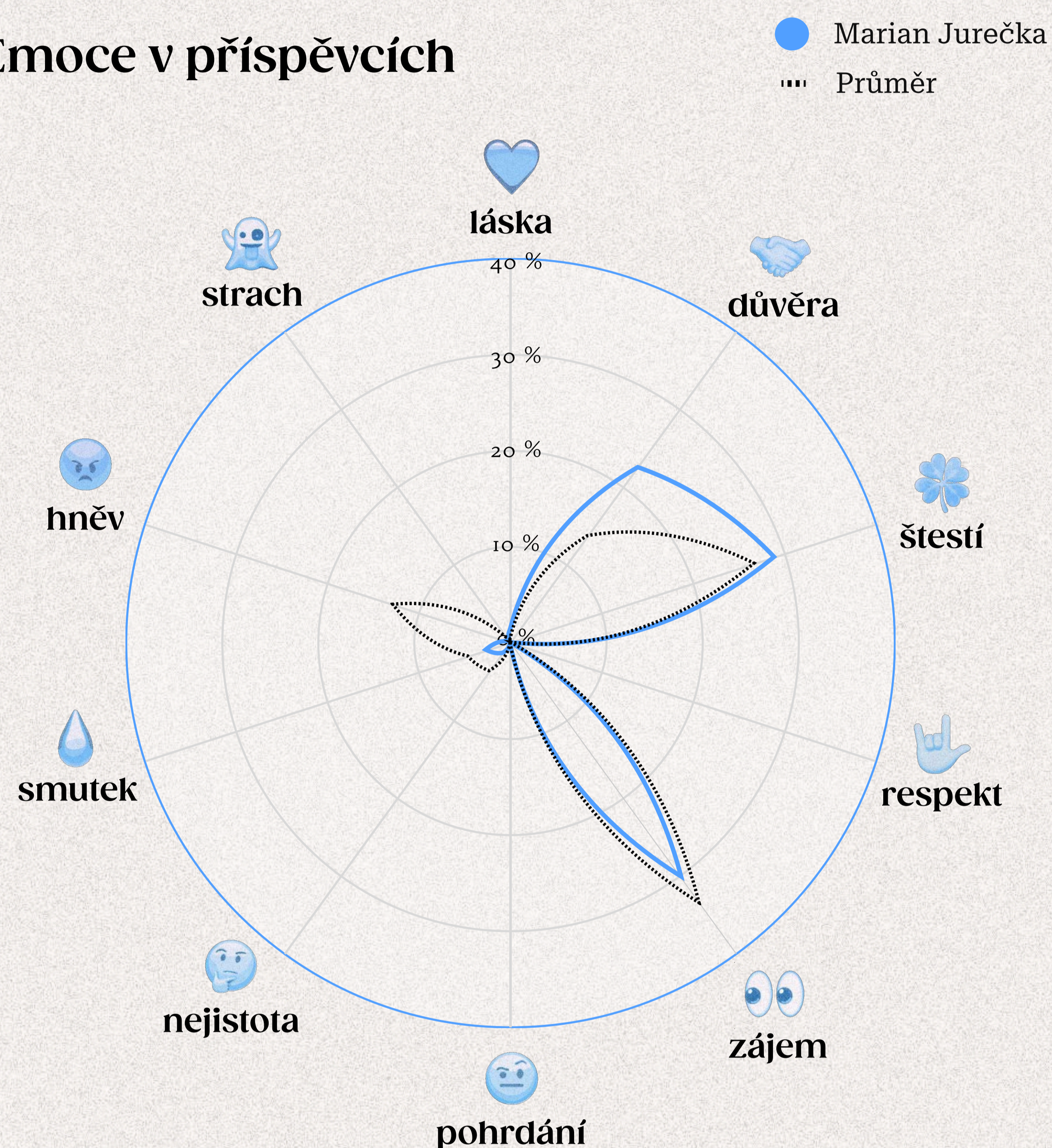
Napište nám. Rádi se s Vámi sejdeme a probereme Vaše potřeby.

Nejčastější mediatypy



Primárním komunikačním kanálem pro Mariana Jurečku je Instagram, kde nejvíce využívá Reels. V tomto ohledu je podíl tohoto formátu nadprůměrný oproti ostatním sledovaným politikům. Marian Jurečka navíc začal v průběhu sledovaného období využívat TikTok jako nový komunikační kanál. Oproti tomu jeho komunikace na YouTube je v tuto chvíli utlumená, poslední publikovaná videa jsou více než rok stará.

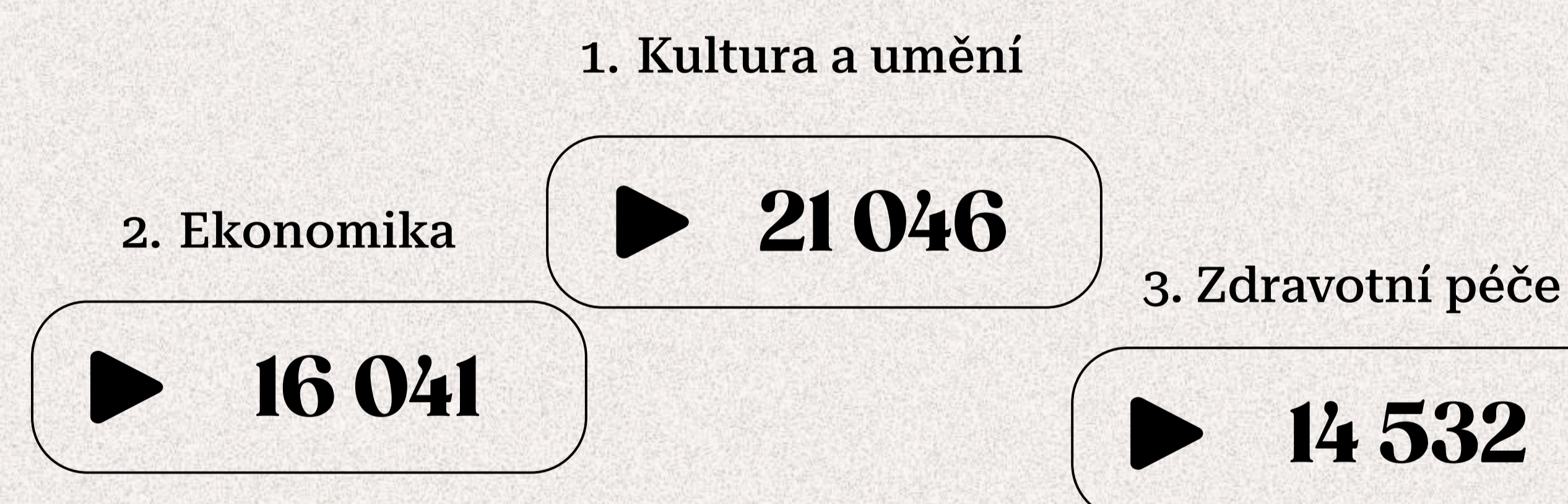
Emoce v příspěvcích



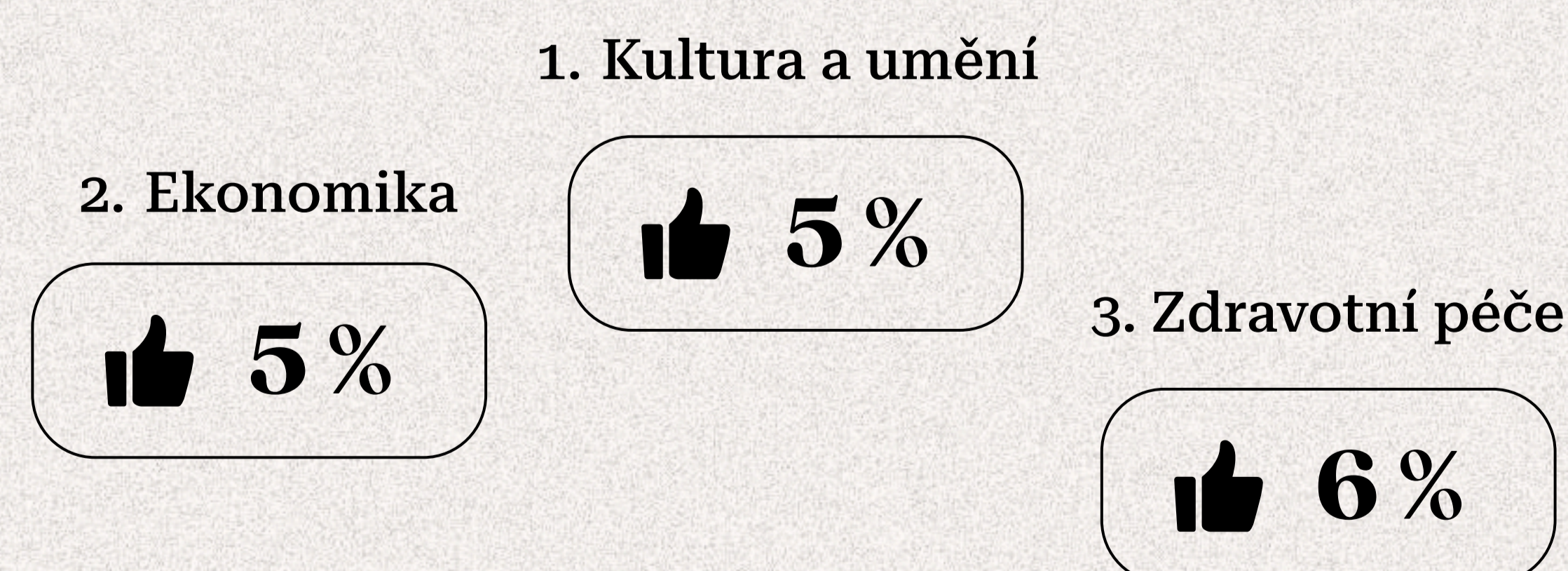
Nejčastější témata ve videích

Rank	Téma	Počet příspěvků	Podíl z celku
1.	Důchodová reforma	47	23 %
2.	Sociální dávky	41	20 %
3.	Ekonomika	11	5 %
4.	Potraviny	10	5 %
5.	Digitalizace	10	5 %
6.	Parlamentní volby 2025	9	4 %
7.	Zemědělství	7	3 %
8.	Spory v koalici a vládní krize	7	3 %
9.	Kultura a umění	7	3 %
10.	Zdravotní péče	5	2 %

Nadprůměrné přehrání na téma



Nadprůměrný engagement u videí



Nejvíce přehrání na video mají videa zaměřená na témata kultury a umění, ekonomiky a zdravotní péče. Nicméně nejčastějším tématem jeho videí byla důchodová reforma, kterou komunikoval ve 47 videích napříč jednotlivými platformami. Jedním z dalších témat, kterým se Marian Jurečka věnoval, byla digitalizace, kde co do počtu příspěvků dokonce předčil Ivana Bartoše.



Marian Jurečka

392 příspěvků

O 6 více, než je průměr.

Z toho 206 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Úplný výčet témat ve formátu videa

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Přehrání	Přehrání na příspěvek	Doručení tématu	Sentiment příspěvků*	Engagement * Rate**
Důchodová reforma	47	23%	161 517	3 437	51%	6,0	3%
Sociální dávky	41	20%	159 030	3 879	46%	6,5	2%
Ekonomika	11	5%	176 450	16 041	47%	5,9	5%
Potraviny	10	5%	94 291	9 429	44%	7,2	3%
Digitalizace	10	5%	39 851	3 985	47%	7,0	4%
Parlamentní volby 2025	9	4%	38 507	4 279	50%	7,1	4%
Zemědělství	7	3%	93 155	13 308	39%	6,7	3%
Spory v koalici a vládní krize	7	3%	32 735	4 676	39%	5,9	4%
Kultura a umění	7	3%	147 323	21 046	32%	7,4	5%
Zdravotní péče	5	2%	72 658	14 532	47%	7,0	6%
Sociální politika a nerovnosti	4	2%	11 906	2 977	49%	8,0	2%
Minimální mzda	4	2%	5 851	1 463	51%	7,0	1%
Demografie a stárnutí populace	4	2%	18 231	4 558	39%	6,0	3%
Vzdělávání a školství	3	1%	8 875	2 958	40%	6,3	2%
Genderové nerovnosti	3	1%	3 237	1 079	41%	7,0	1%
Reforma státní správy	2	1%	6 525	3 263	34%	5,0	4%
Korupce a transparentnost	2	1%	13 227	6 614	33%	5,0	4%
Volby do Evropského parlamentu	1	0%	2 949	2 949	34%	7,0	3%
sport	1	0%	5 121	5 121	34%	7,0	2%
Migrace	1	0%	1 749	1 749	52%	1,0	5%
Jaderná elektrárna Dukovany	1	0%	2 127	2 127	72%	5,0	4%
Dezinformace	1	0%	45 400	45 400	41%	5,0	2%
Bydlení a bytová krize	1	0%	1 197	1 197	34%	7,0	2%
ostatní	24	12%	159 563	6 648	32%	6,9	3%

*Doručení tématu = odhad, kolik % lidí dokoukalo sdělení od začátku (bod A) do konce (bod B). Datový model určí, kdy o daném tématu začal politik ve videu mluvit (bod A) a kdy skončil (bod B). Data jsou poté proložena benchmarkem retenční křivky, která určuje, jak v průběhu času lidé ve videích odpadají.

** 0 - velmi negativní

10 - velmi pozitivní



Marian Jurečka

392 příspěvků

O 6 více, než je průměr.
Z toho 206 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

4 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Ukázky příspěvků



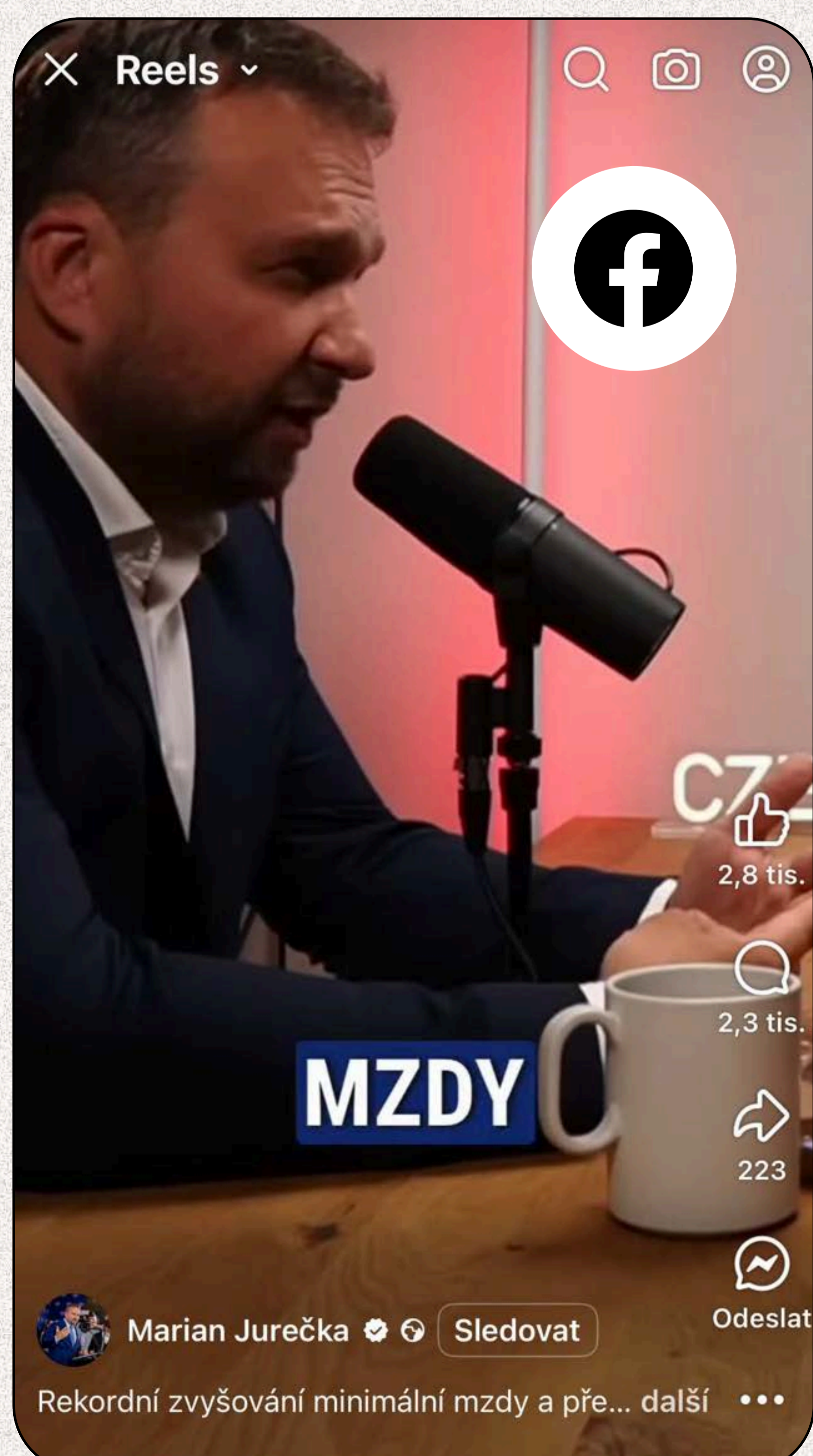
Detekce tématu

Kultura a umění

Videa v rámci tématu kultura a umění mají u Mariana Jurečky průměrně vyšší počet zhlédnutí na jedno video, než je tomu u ostatních témat.

Přestože většina v tomto období souvisela se Štědrým dnem, ani Marian Jurečka se nevyhnul vyššímu podílu negativního engagementu.

[Odkaz na příspěvek](#)



Detekce tématu

Ekonomika

Marian Jurečka měl v daném období vyšší podíl Reels než ostatní politici. Například u příspěvku, kde komentuje zvyšování minimální mzdy, však nasbíral v drtivé většině negativní engagement - skrze emotikony výsměchu nebo naštvání.

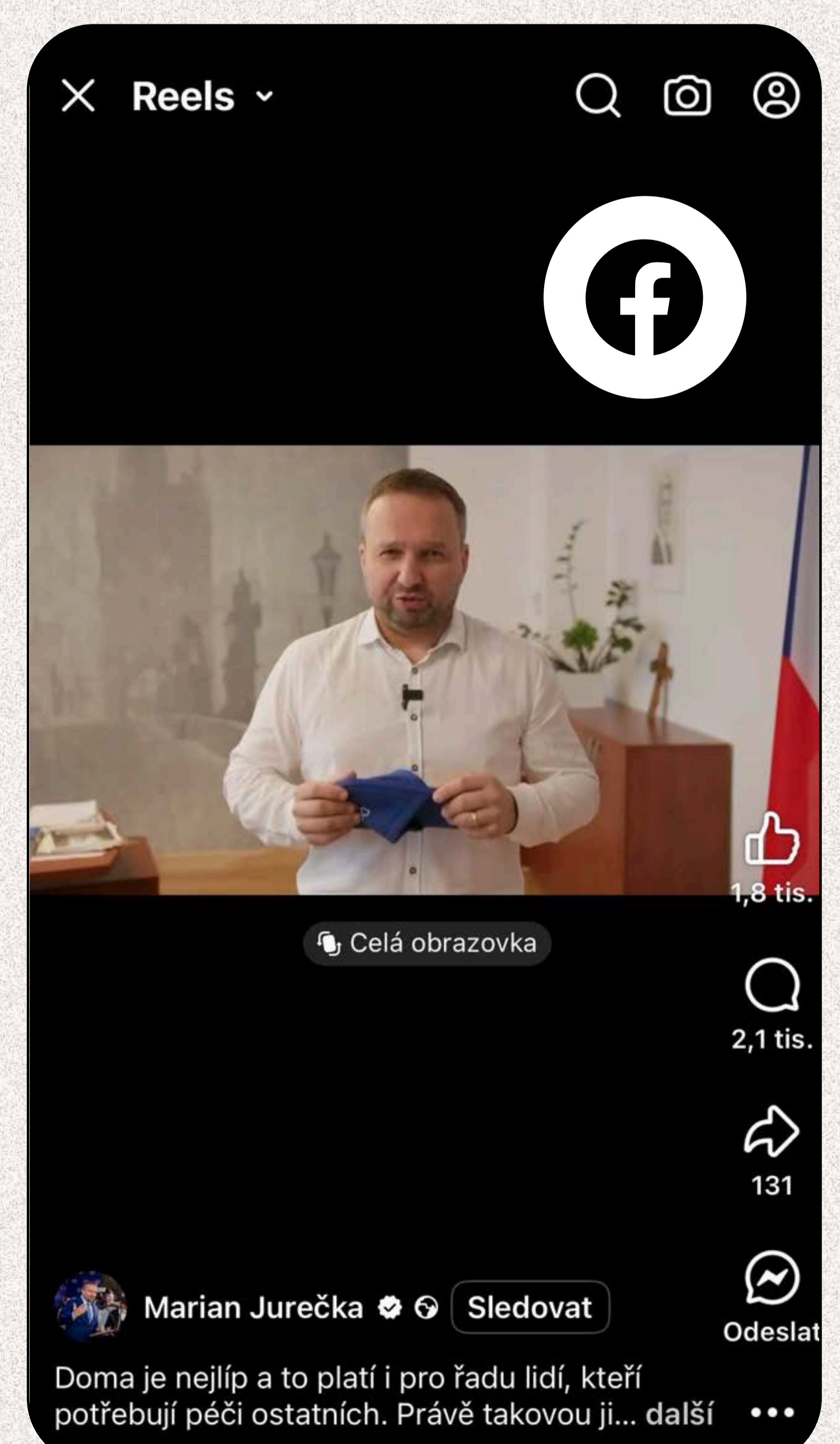
[Odkaz na příspěvek](#)

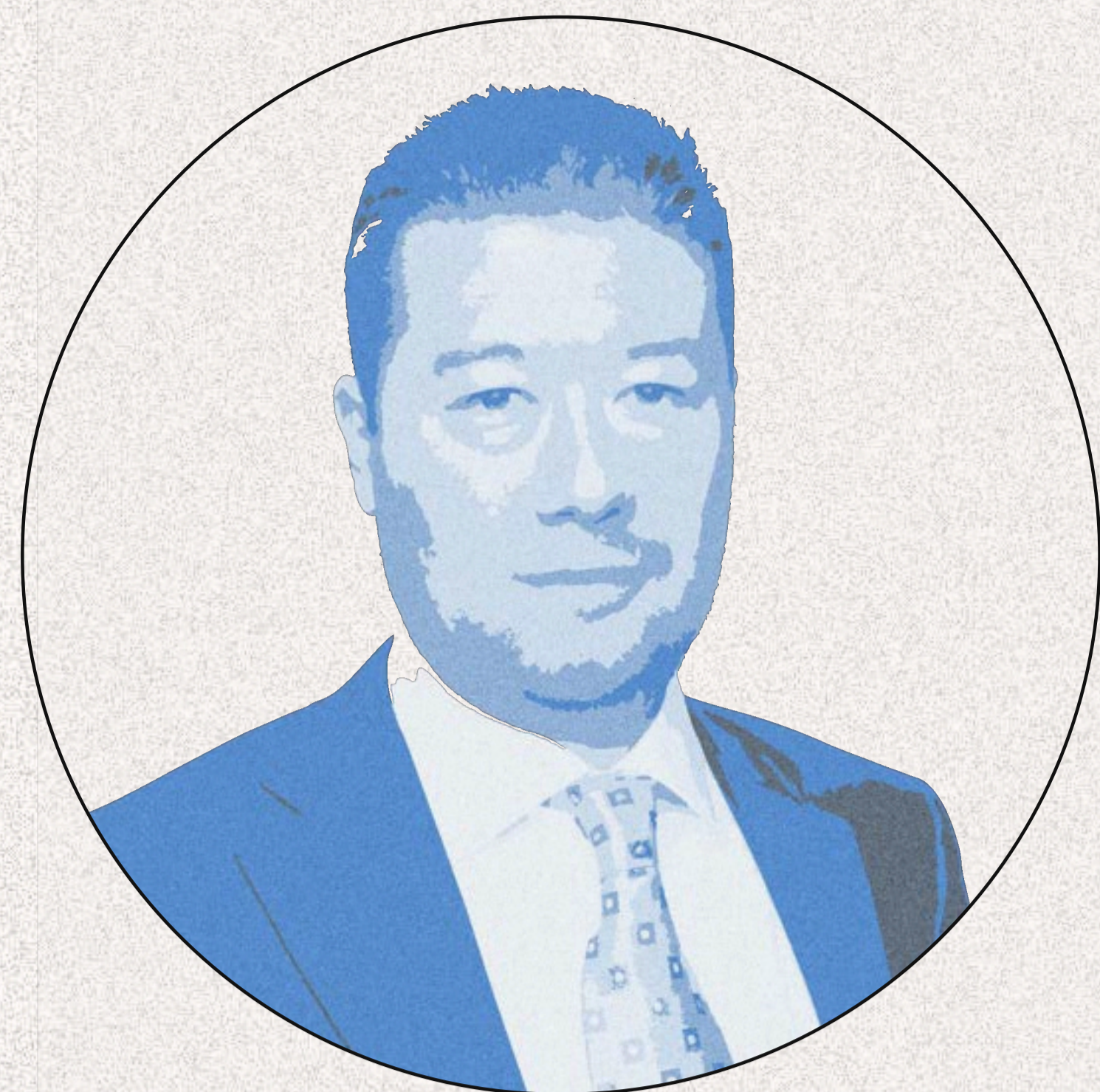
Detekce tématu

Zdravotní péče

Stejně tak je tomu u zdravotní péče, kde má sice nadprůměrně vysoký engagement, nicméně navýšený negativnějšími reakcemi.

[Odkaz na příspěvek](#)





Tomio Okamura

940 příspěvků

O 554 více, než je průměr.
Z toho 659 s videem.

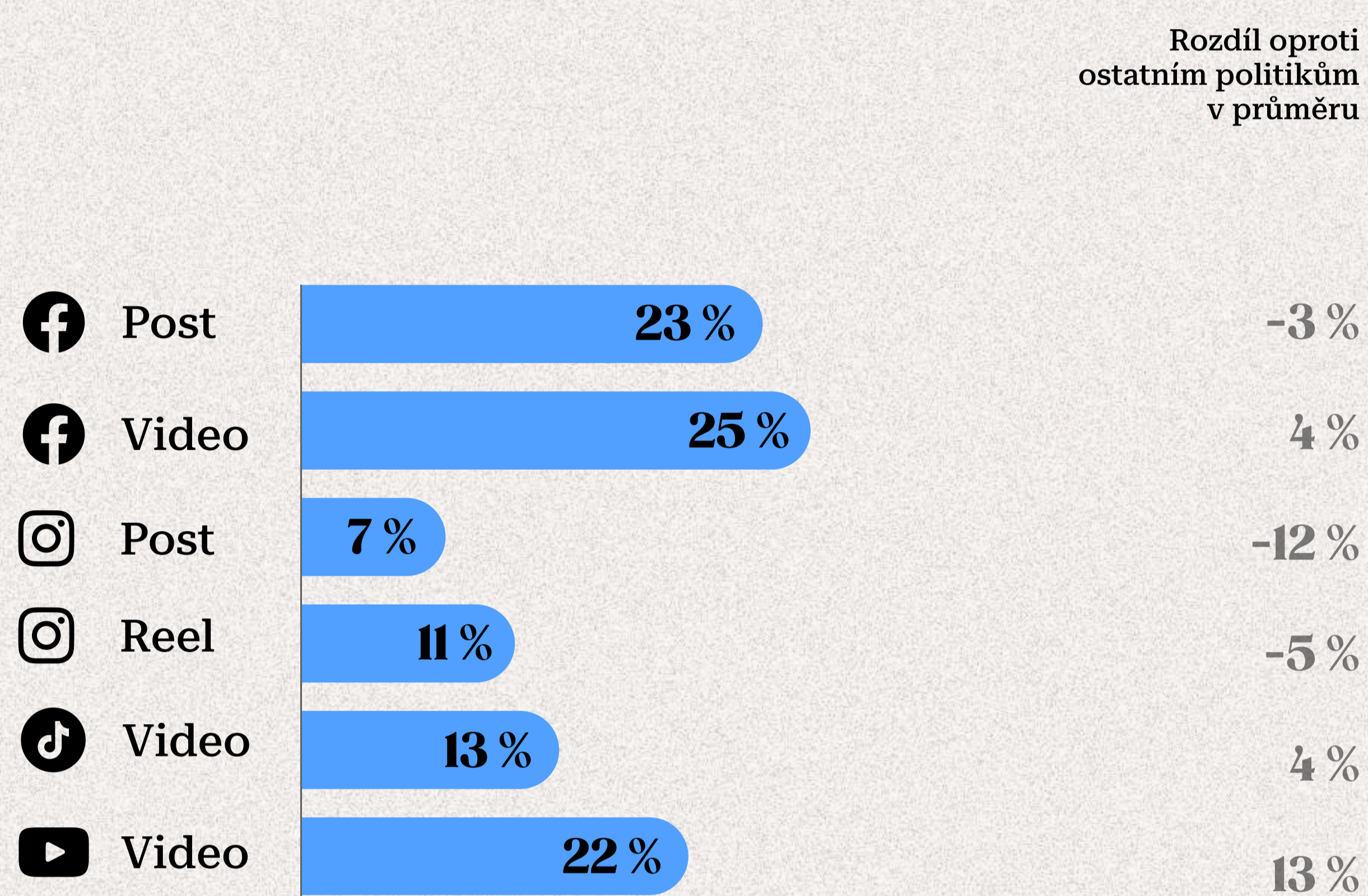
Data za 1/10-31/12/2024

10 příspěvků

Průměrný počet postů
za 1 den.

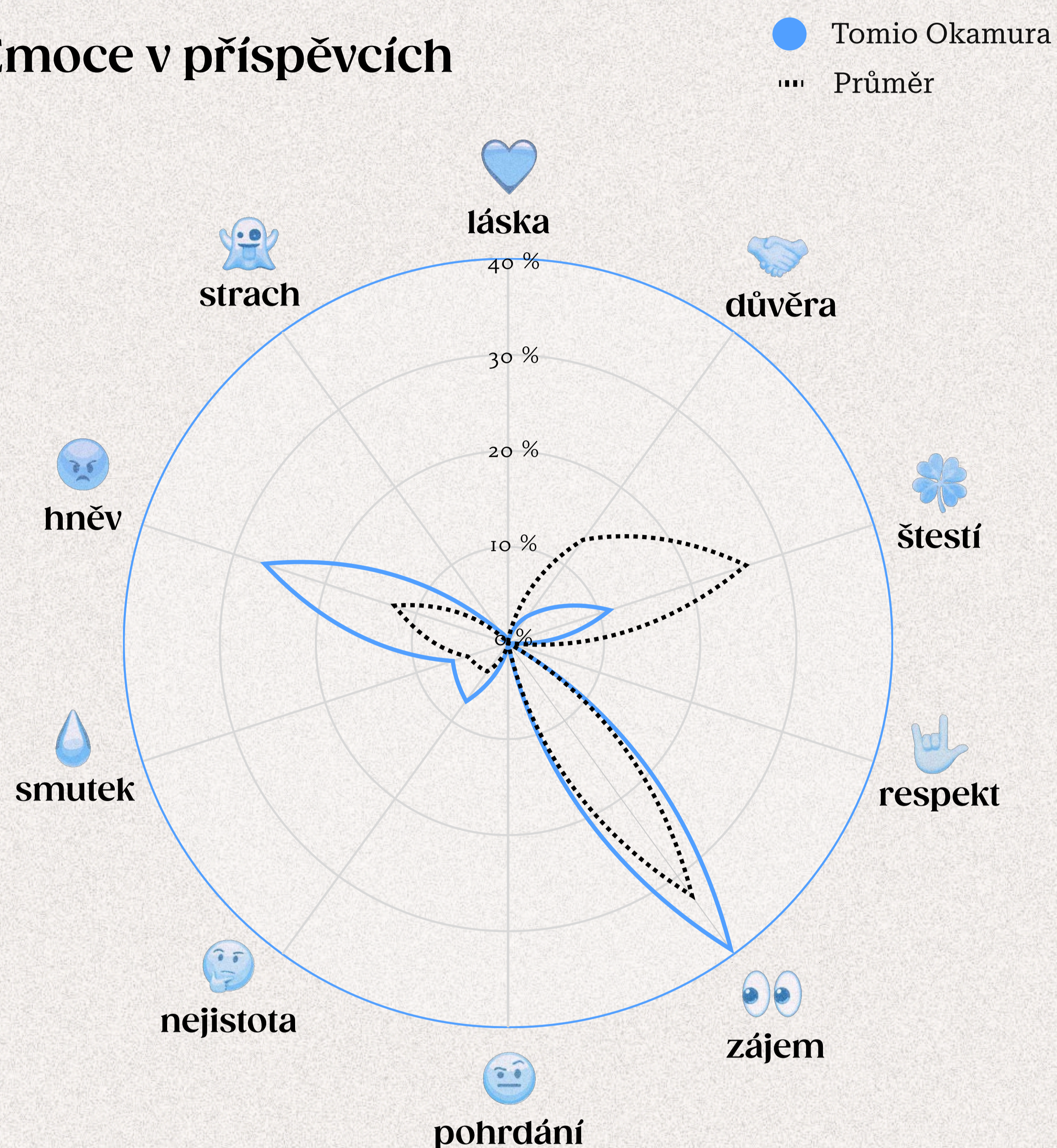
Data za 1/10-31/12/2024

Nejčastější mediatypy



Tomio Okamura je jako jediný politik aktivní v rámci všech sledovaných formátů. Oproti průměru má vyšší podíl u všech video formátů, tj. na Facebooku, Tiktoku i Youtube.

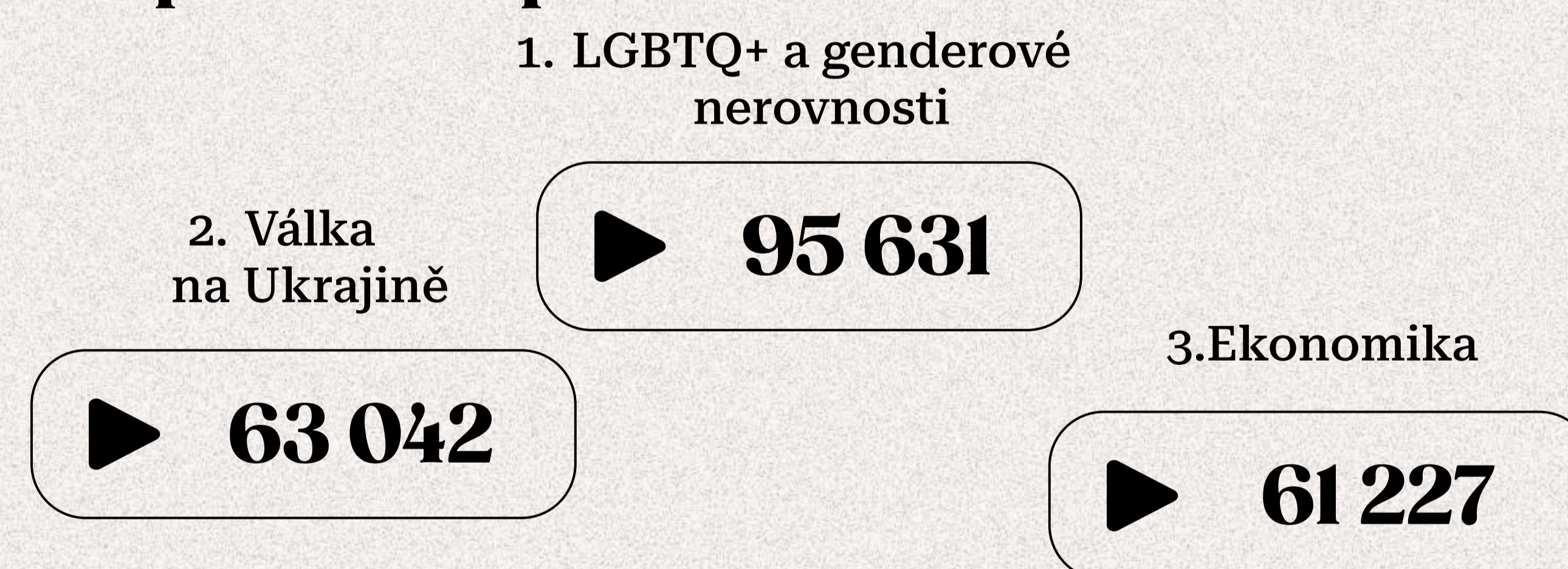
Emoce v příspěvcích



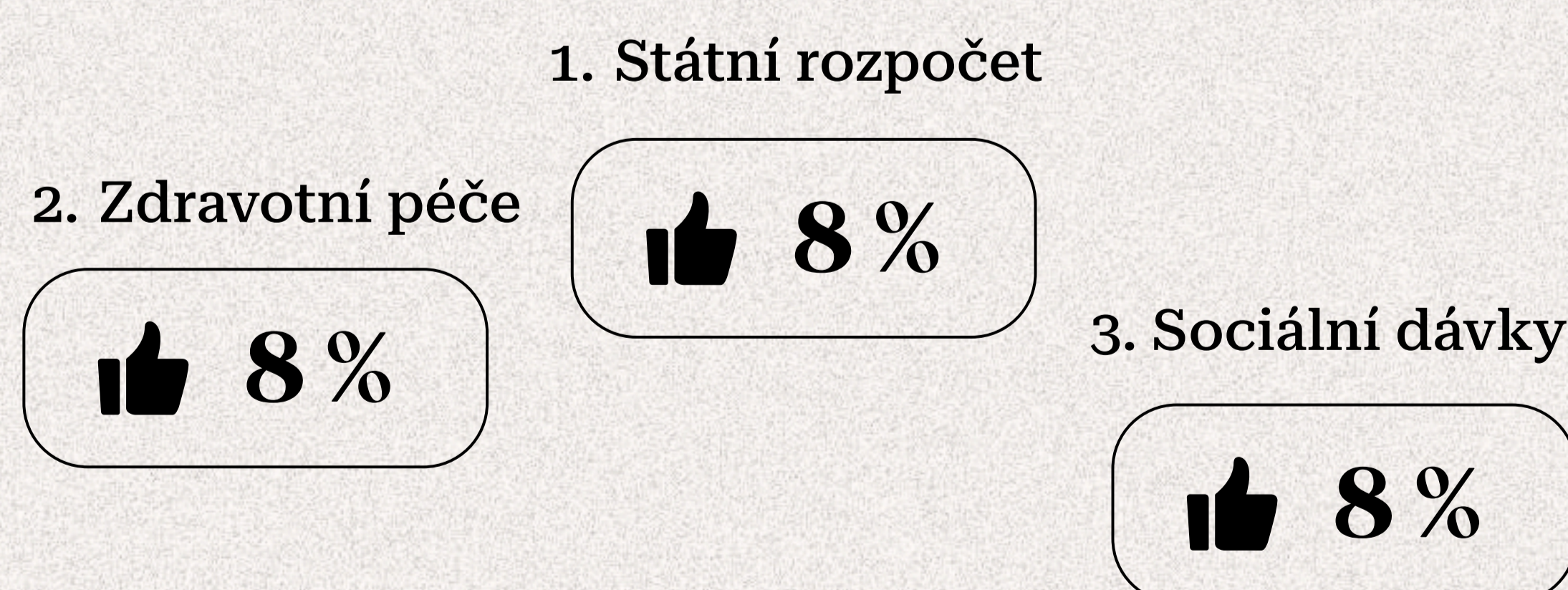
Nejčastější témata ve videích

Rank	Téma	Počet příspěvků	Podíl z celku
1.	Spory v koalici a vládní krize	110	17 %
2.	Migrace	68	10 %
3.	Ekonomika	61	9 %
4.	Parlamentní volby 2025	37	6 %
5.	Energetická krize	35	5 %
6.	Státní rozpočet	31	5 %
7.	Důchodová reforma	31	5 %
9.	Dezinformace	26	4 %
8.	Korupce a transparentnost	19	3 %
10.	Bydlení a bytová krize	19	4 %

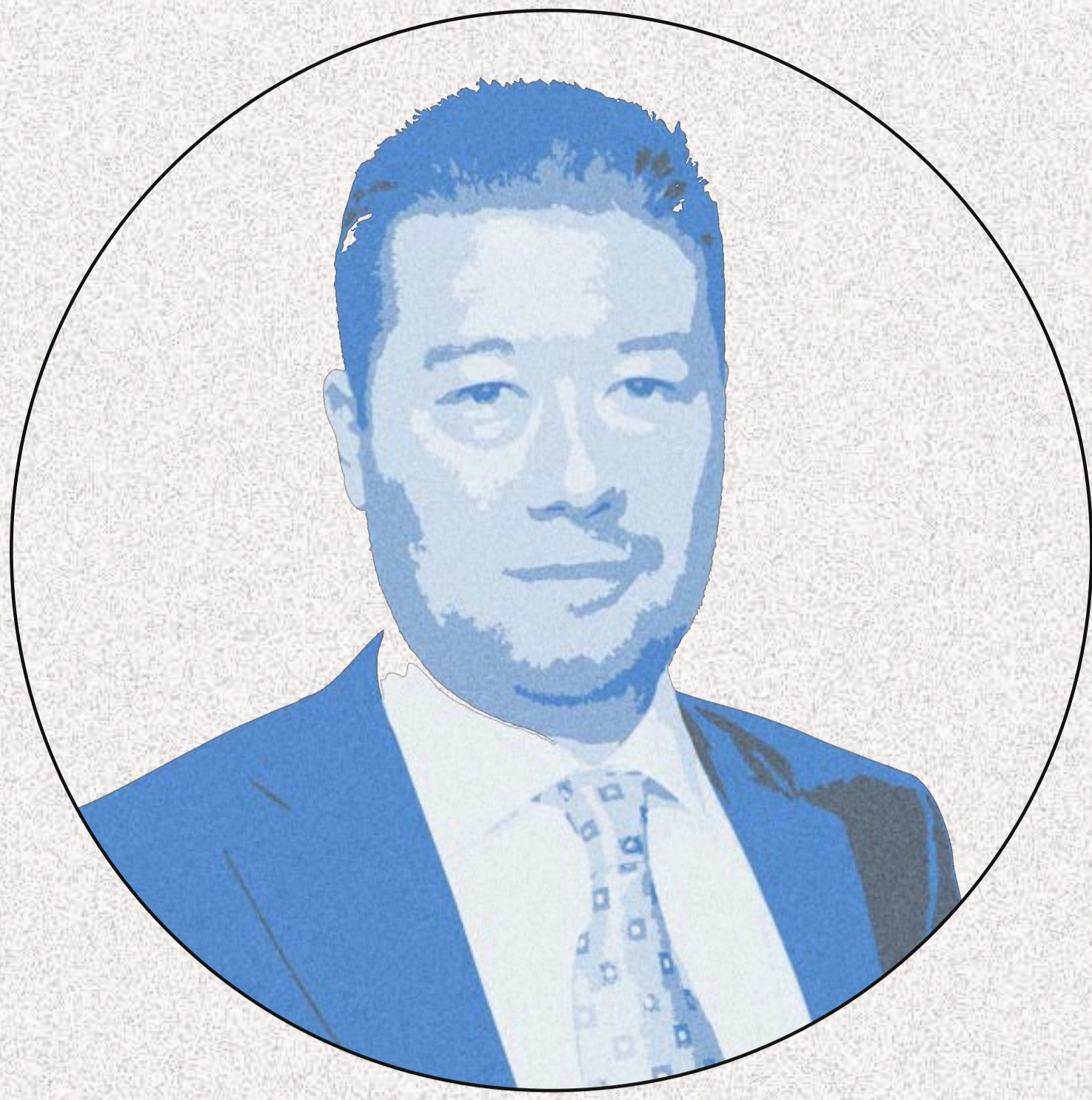
Nadprůměrné přehrání na téma



Nadprůměrný engagement u videí



Tomio Okamura se ve svých příspěvcích nejvíce věnoval Sporům v koalici a vládním krizím. Druhým hlavním tématem byla migrace a ekonomika obecně. Nejvíce přehrání na jedno video však získal u tématu LGBTQ+ a války na Ukrajině. Vysokého engagementu dosáhl u sociálních témat jako je zdravotní péče, sociální dávky nebo zastřešujícího tématu státního rozpočtu.



Tomio Okamura

940 příspěvků

O 554 více, než je průměr.
Z toho 659 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

10 příspěvků

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Úplný výčet témat ve formátu videa

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Přehrání	Přehrání na příspěvek	Doručení tématu	Sentiment příspěvků*	Engagement Rate**
Spory v koalici a vládní krize	110	17%	2 986 063	27 146	52%	4,2	6%
Migrace	68	10%	2 608 715	38 363	51%	4,2	5%
Ekonomika	61	9%	3 734 848	61 227	55%	5,1	3%
Parlamentní volby 2025	37	6%	1 510 900	40 835	52%	5,5	5%
Energetická krize	35	5%	1 011 103	28 889	61%	4,2	4%
Státní rozpočet	31	5%	429 296	13 848	52%	4,7	8%
Důchodová reforma	31	5%	579 530	18 695	49%	4,0	6%
Dezinformace	26	4%	1 144 574	44 022	51%	4,8	5%
Korupce a transparentnost	19	3%	373 990	19 684	67%	4,8	7%
Bydlení a bytová krize	19	3%	209 333	11 018	58%	3,2	6%
Digitalizace	16	2%	232 753	14 547	53%	5,0	7%
Potraviny	15	2%	552 386	36 826	40%	3,8	4%
Válka na Ukrajině	14	2%	882 584	63 042	46%	5,0	6%
Prezidentské volby v USA	14	2%	309 043	22 075	49%	5,4	5%
Zemědělství	13	2%	263 857	20 297	56%	3,8	5%
Zdravotní péče	12	2%	219 650	18 304	43%	4,4	8%
Sociální dávky	10	2%	458 860	45 886	64%	5,0	8%
LGBTQ+	10	2%	866 195	86 620	45%	6,6	3%
Krajské volby	9	1%	104 155	11 573	46%	7,0	8%
Svoboda projevu	8	1%	262 416	32 802	51%	5,0	7%
Volby do Evropského parlamentu	7	1%	66 098	9 443	50%	5,0	10%
Genderové nerovnosti	7	1%	759 534	108 505	44%	4,7	4%
Životní prostředí ostatní	6	1%	580 433	96 739	39%	5,7	4%
Výstavba dálnic	6	1%	235 159	39 193	50%	4,7	4%
Bezpečnostní politika	6	1%	178 502	29 750	65%	5,0	6%
Kryptoměny	5	1%	120 169	24 034	52%	5,0	4%
Inflace	5	1%	62 788	12 558	51%	2,0	10%
Vzdělávání a školství	4	1%	292 499	73 125	35%	3,5	7%
Automobilový průmysl	4	1%	135 832	33 958	72%	2,8	5%
Povodně	3	0%	35 910	11 970	45%	5,0	7%
Green deal	3	0%	26 555	8 852	72%	5,0	7%
Sociální politika a nerovnosti	2	0%	47 716	23 858	44%	4,0	4%
Demografie a stárnutí populace	2	0%	13 045	6 523	47%	3,5	11%
Reforma státní správy	1	0%	117 542	117 542	36%	2,0	7%
Průmyslová výroba ostatní	1	0%	5 552	5 552	54%	5,0	6%
ostatní	39	6%	2 046 741	52 481	40%	6,4	4%

*Doručení tématu = odhad, kolik % lidí dokoukalo sdělení od začátku (bod A) do konce (bod B). Datový model určí, kdy o daném tématu začal politik ve videu mluvit (bod A) a kdy skončil (bod B). Data jsou poté proložena benchmarkem retenční křivky, která určuje, jak v průběhu času lidé ve videích odpadají.

** 0 - velmi negativní

10 - velmi pozitivní



Tomio Okamura

940 příspěvků

O 554 více, než je průměr.
Z toho 659 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

10 příspěvků

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Ukázky příspěvků



Detekce tématu

Válka na Ukrajině

Celkem 55 příspěvků věnoval Tomio Okamura válce na Ukrajině.

Nejčastější emoce, kterou s tématem pojí, je hněv (45 % příspěvků). Další častou emoci je smutek (16 %).

[Odkaz na příspěvek](#)



Detekce emoce

Hněv

Tomio Okamura využívá hněv ve 27 % příspěvků. Nejčastěji u témat migrace, spory v koalici, válka na Ukrajině, energetická krize nebo důchodová reforma.

[Odkaz na příspěvek](#)

Detekce tématu

LGBTQ+

LGBTQ+ je jedním z témat, které má nejvíce zobrazení na jeden příspěvek.

Oproti tomu však nedosahuje příliš vysokého engagementu, v průměru se jedná o 3 %.

[Odkaz na příspěvek](#)





Markéta Pekarová Adamová

206 příspěvků

O 180 méně, než je průměr.

Z toho 47 s videem.

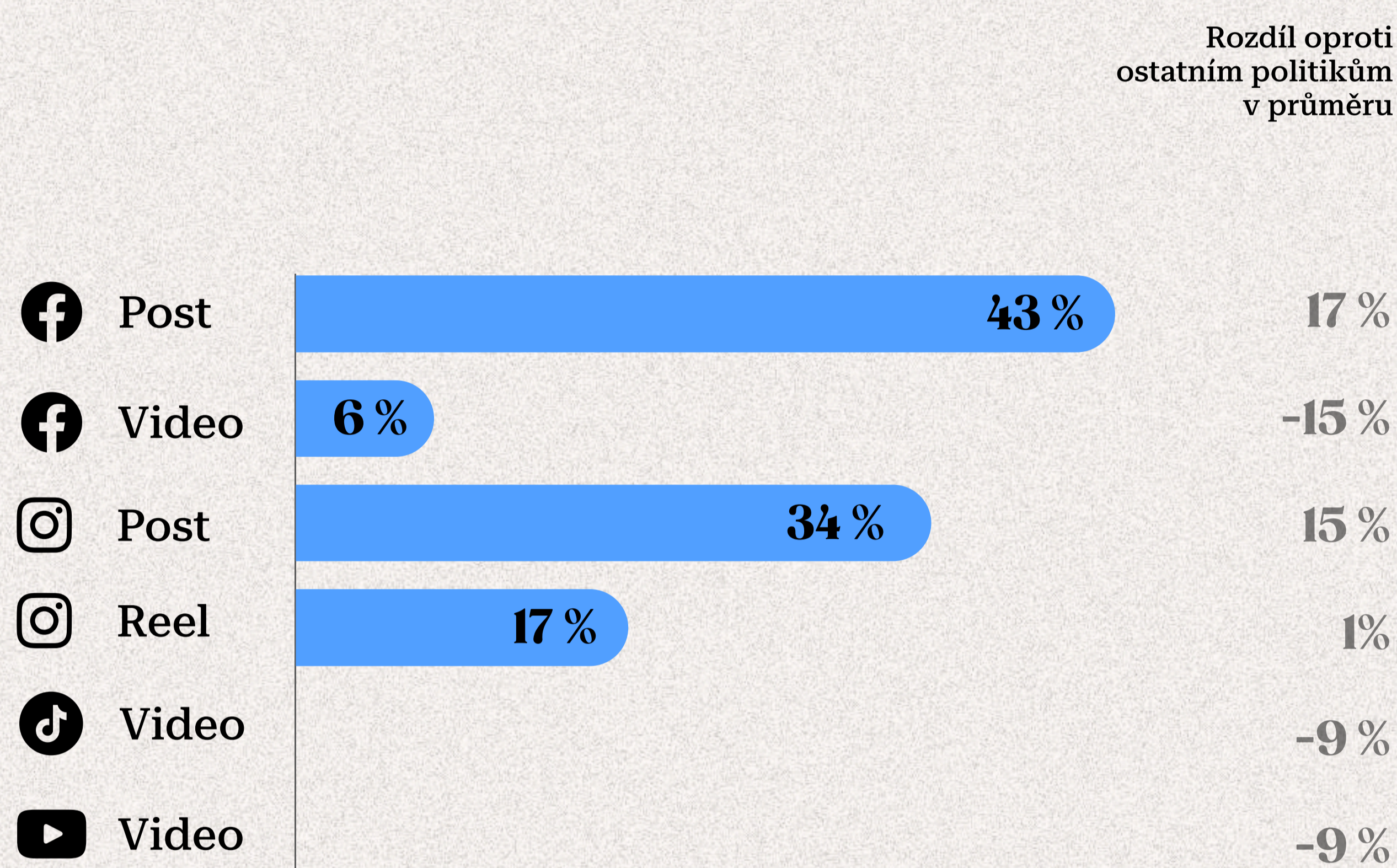
Data za 1/10-31/12/2024

2 příspěvky

Průměrný počet postů za 1 den.

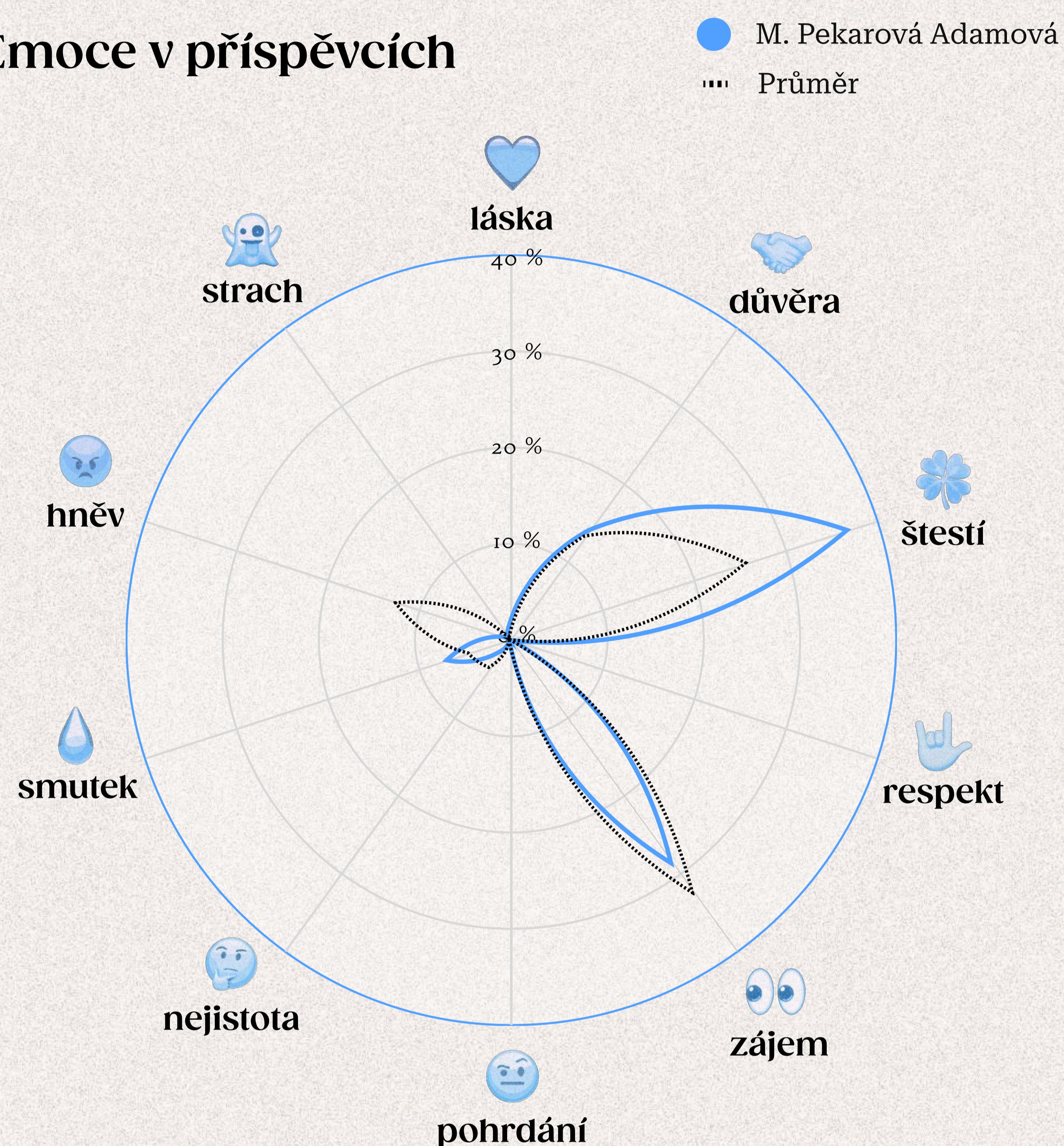
Data za 1/10-31/12/2024

Nejčastější mediatypy



Markéta Pekarová Adamová komunikuje se svými voliči primárně prostřednictvím statických příspěvků na Facebooku a Instagramu. Video využívá spíše okrajově. V tuto chvíli se navíc aktivně neprezentuje ani na YouTube ani na TikToku.

Emoce v příspěvcích



Nejčastější témata ve videích

Rank	Téma	Počet příspěvků	Podíl z celku (%)
1.	Ekonomika	8	17%
2.	Spory v koalici a vládní krize	4	9%
3.	Parlamentní volby 2025	3	6%
4.	Korupce a transparentnost	3	6%
5.	Zdravotní péče	2	4%
6.	Vzdělávání a školství	2	4%
7.	Svoboda projevu	2	4%
8.	Kultura a umění	2	4%
9.	Digitalizace	2	4%
10.	Dezinformace	2	4%

Nadprůměrné přehrání na téma



Nadprůměrný engagement u videí



Markéty Pekarové Adamové nejsilnější témata (z hlediska počtu přehrání i engagementu) ve videích byla korupce a transparentnost a parlamentní volby 2025. Za zmínku určitě stojí videa, která nám spadla do sekce ostatní a která mají také nadprůměrný výkon. Videia v této kategorii se velmi často věnují mezinárodním vztahům, diplomacii nebo návštěvám konferencí.



Markéta Pekarová Adamová

206 příspěvků

O 180 méně, než je průměr.

Z toho 47 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

2 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Úplný výčet témat ve formátu videa

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Přehrání	Přehrání na příspěvek	Doručení tématu	Sentiment příspěvků*	Engagement Rate**
Ekonomika	8	17%	162 669	20 334	58%	7.0	3%
Spory v koalici a vládní krize	4	9%	102 897	25 724	40%	5.0	5%
Parlamentní volby 2025	3	6%	208 547	69 516	56%	7.7	4%
Korupce a transparentnost	3	6%	169 987	56 662	43%	5.0	4%
Zdravotní péče	2	4%	25 660	12 830	72%	7.5	1%
Vzdělávání a školství	2	4%	25 716	12 858	25%	7.5	2%
Svoboda projevu	2	4%	82 101	41 051	45%	8.5	1%
Kultura a umění	2	4%	49 089	24 545	43%	7.0	2%
Digitalizace	2	4%	17 257	8 629	51%	7.5	1%
Dezinformace	2	4%	24 969	12 485	65%	5.0	9%
Bezpečnostní politika	2	4%	41 333	20 667	44%	4.0	5%
Zemědělství	1	2%	21 962	21 962	35%	5.0	2%
Výstavba dálnic	1	2%	16 983	16 983	53%	7.0	8%
Státní rozpočet	1	2%	14 021	14 021	34%	3.0	4%
Sociální politika a nerovnosti	1	2%	84 712	84 712	35%	5.0	2%
Průmyslová výroba ostatní	1	2%	5 905	5 905	76%	10.0	2%
Kryptoměny	1	2%	53 766	53 766	68%	7.0	2%
Financování vědy	1	2%	56 805	56 805	37%	7.0	1%
Důchodová reforma	1	2%	9 235	9 235	34%	5.0	9%
ostatní	7	15%	388 383	55 483	36%	7.3	2%

*Doručení tématu = odhad, kolik % lidí dokoukalo sdělení od začátku (bod A) do konce (bod B). Datový model určí, kdy o daném tématu začal politik ve videu mluvit (bod A) a kdy skončil (bod B). Data jsou poté proložena benchmarkem retenční křivky, která určuje, jak v průběhu času lidé ve videích odpadají.

** 0 - velmi negativní

10 - velmi pozitivní



Markéta Pekarová Adamová

206 příspěvků

O 180 méně, než je průměr.

Z toho 47 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

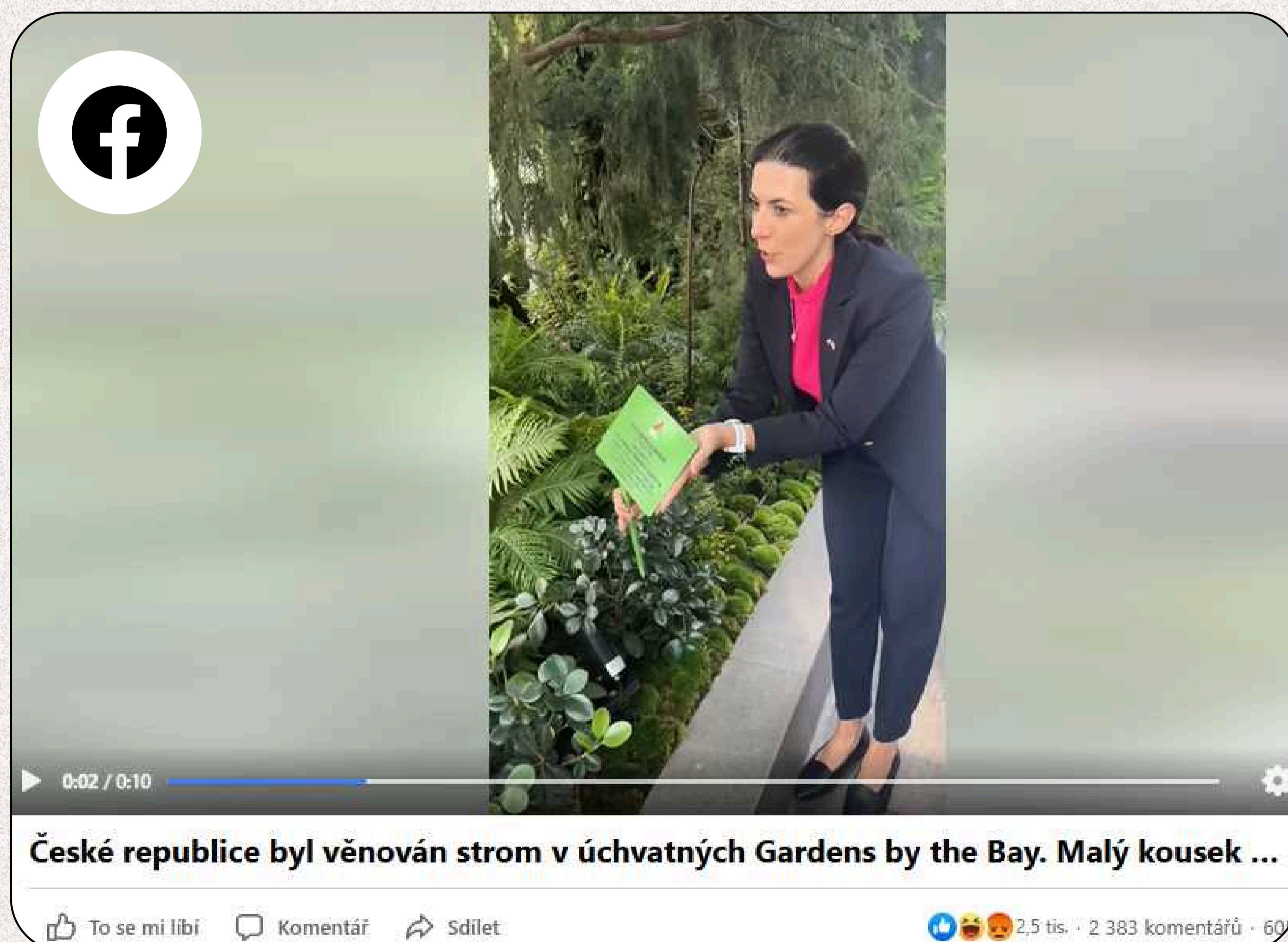
2 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Ukázky příspěvků



Detekce tématu

Ostatní

Témata těchto příspěvků se zaměřují na mezinárodní vztahy, oslavy svobody a transparentnost politiky. Zabývají se posilováním diplomatických vazeb mezi Českou republikou a Singapurem či Albánií, včetně symbolických gest, jako je zasazení stromu v Gardens by the Bay. Dále reflektují význam historických výročí, například oslav 35 let svobody. Zahrnují i otevřenost veřejných institucí, konkrétně Den otevřených dveří v Poslanecké sněmovně, který umožňuje občanům nahlédnout do politického dění. Celkově se jedná o kombinaci diplomacie, občanské angažovanosti a demokratických hodnot.

[Odkaz na příspěvek](#)



Detekce tématu

Korupce a transparentnost

Markéta Pekarová Adamová obecně příliš nepublikuje. Téma korupce a transparentnosti má sice vyšší počet zhlédnutí a relativně vyšší engagement, příspěvky se však týkají pouze hnutí ANO nebo Andreje Babiše.

[Odkaz na příspěvek](#)

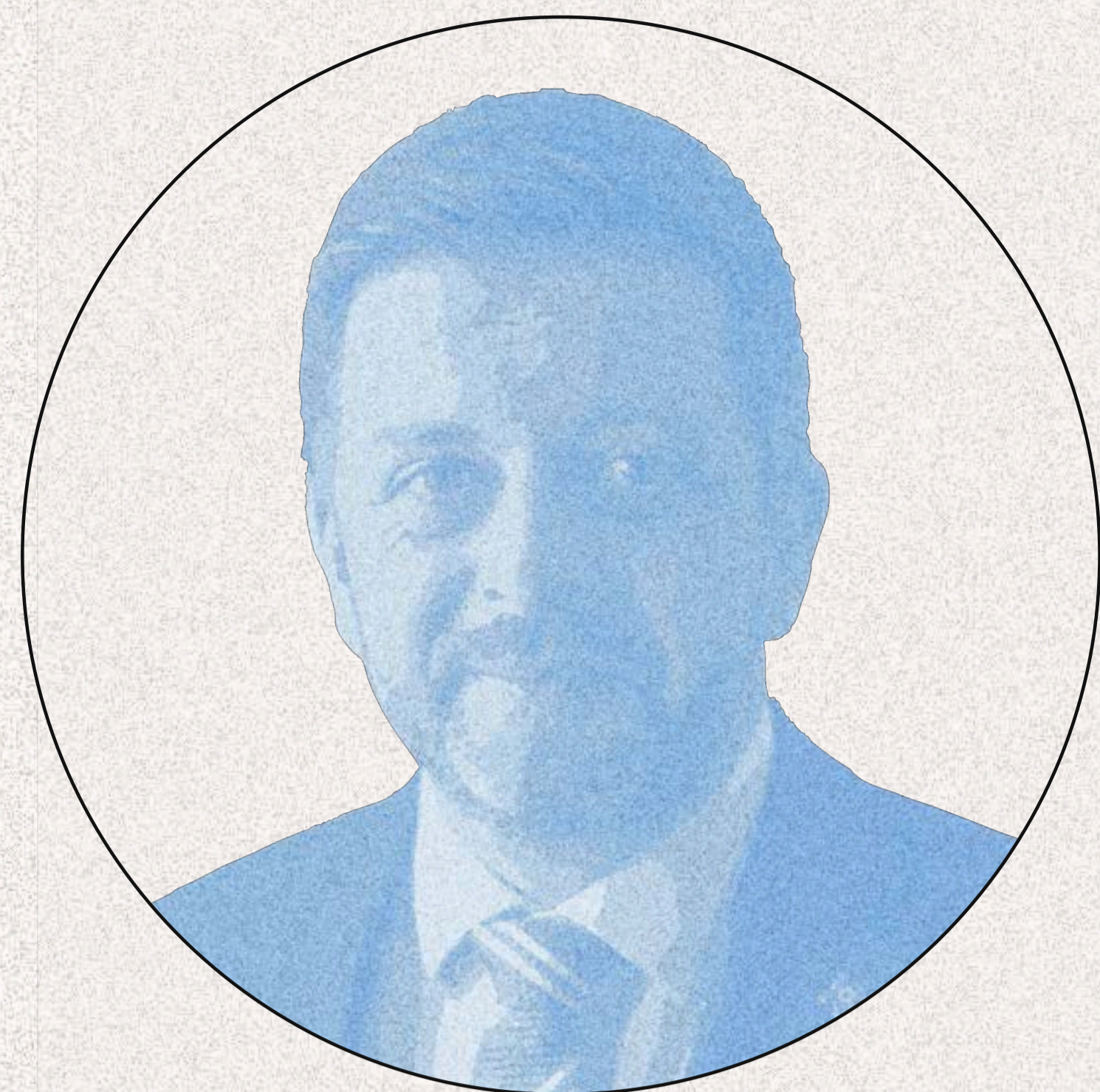
Detekce tématu

Parlamentní volby 2025

Jednou ze společných aktivit na sociálních sítích bylo oznámení kandidatury koalice SPOLU i v parlamentních volbách 2025.

[Odkaz na příspěvek](#)





Vít Rakušan

304 příspěvků

O 85 méně, než je průměr.
Z toho 148 s videem.

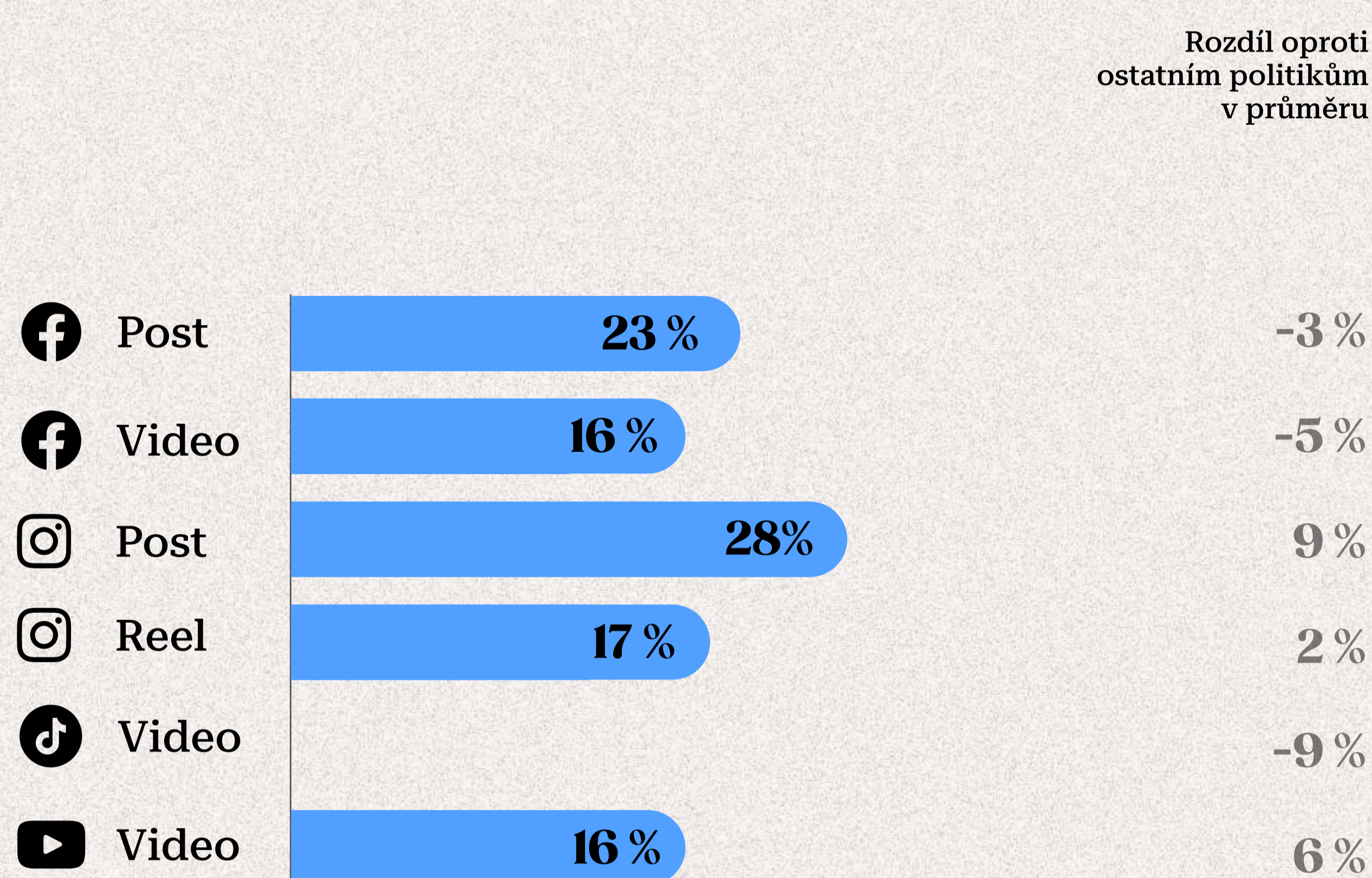
Data za 1/10-31/12/2024

3 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

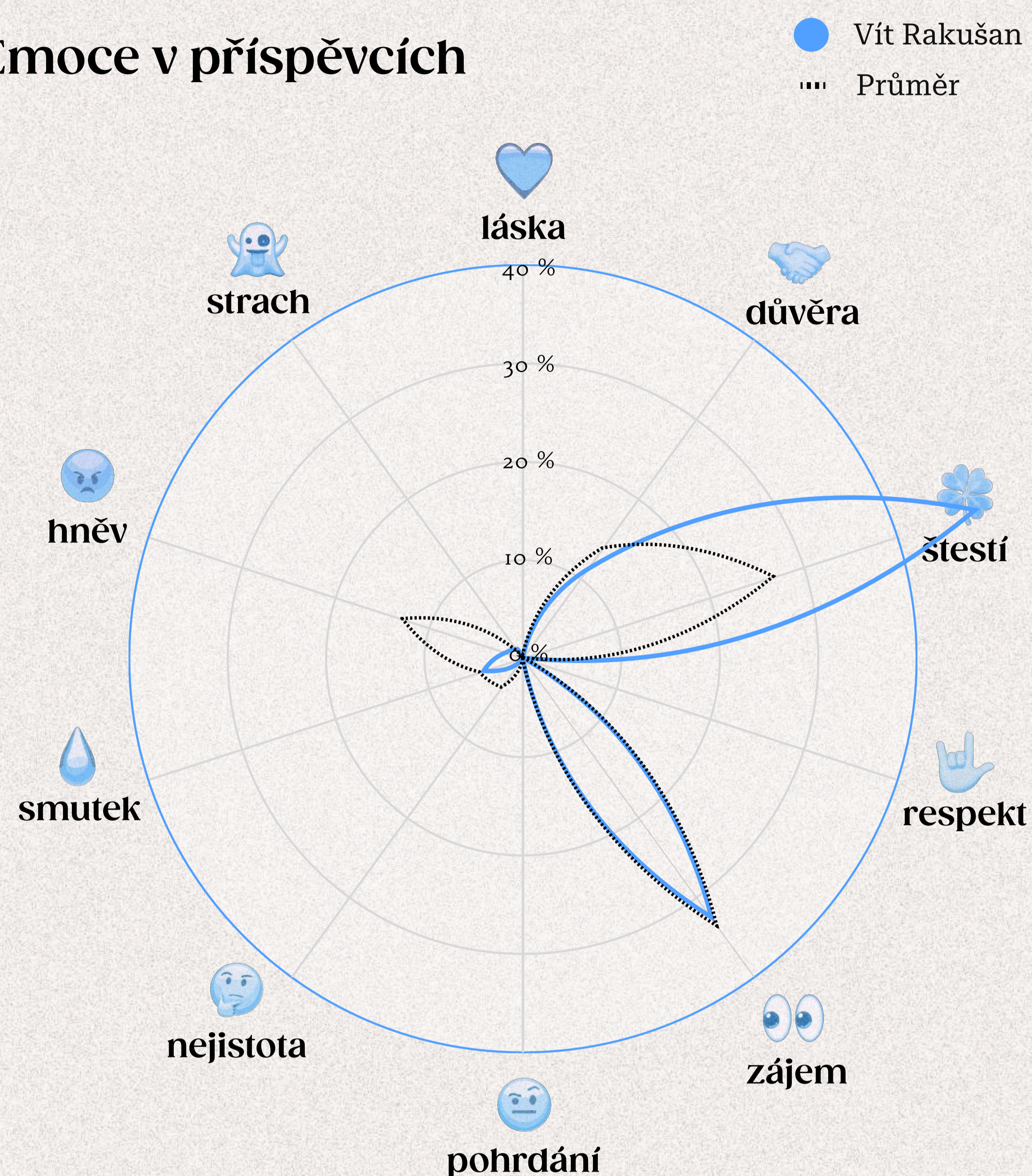
Data za 1/10-31/12/2024

Nejčastější mediatypy



Stejně jako Petr Fiala, i Vít Rakušan preferuje spíše statické příspěvky před videem (na Facebooku i Instagramu). Oproti jiným politikům také využívá nadprůměrně videa na YouTube, ale na TikToku v tuto chvíli nepůsobí.

Emoce v příspěvcích



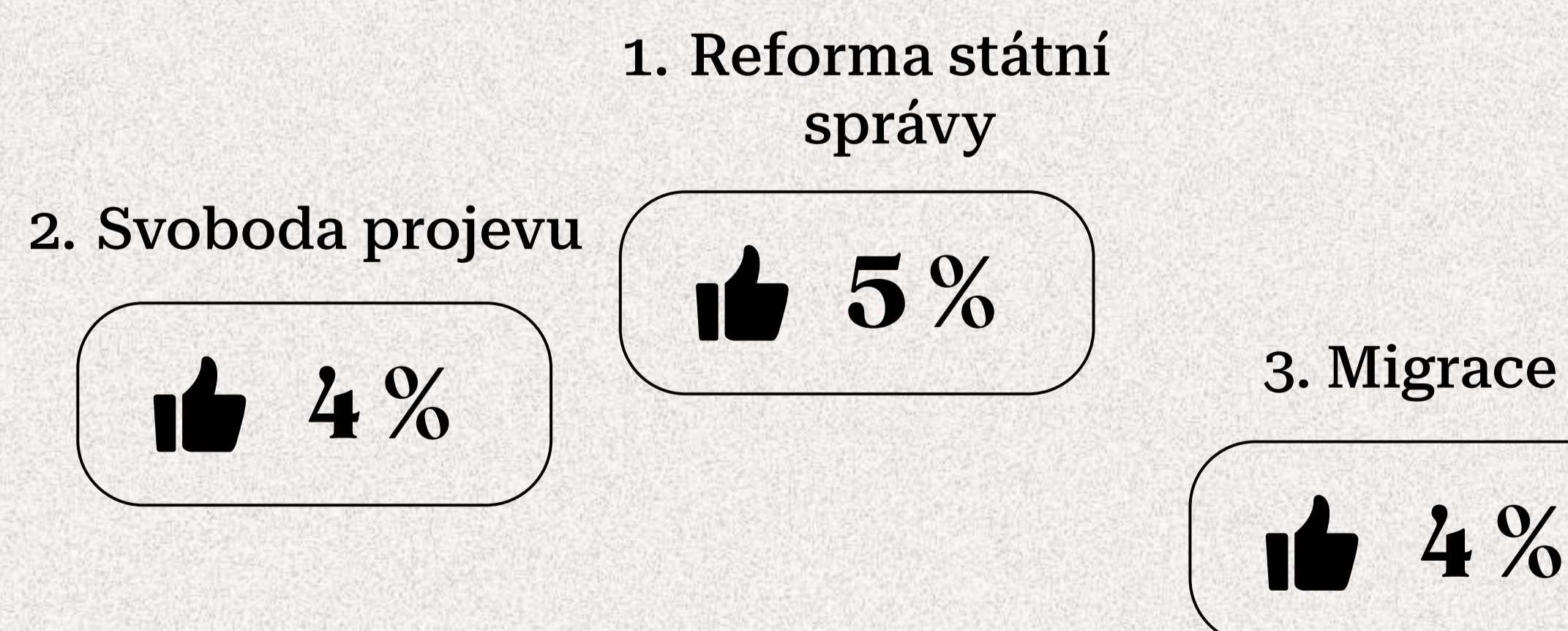
Nejčastější témata ve videích

		Počet příspěvků	Podíl z celku
1.	Krajské volby	11	8 %
2.	Spory v koalici a vládní krize	8	5 %
3.	Minimální mzda	8	5 %
4.	Bezpečnostní politika	8	5 %
5.	Sport	7	5 %
6.	Migrace	7	5 %
7.	Svoboda projevu	6	4 %
8.	Reforma státní správy	6	4 %
9.	Potravin	6	4 %
10.	Zdravotní péče	4	3 %

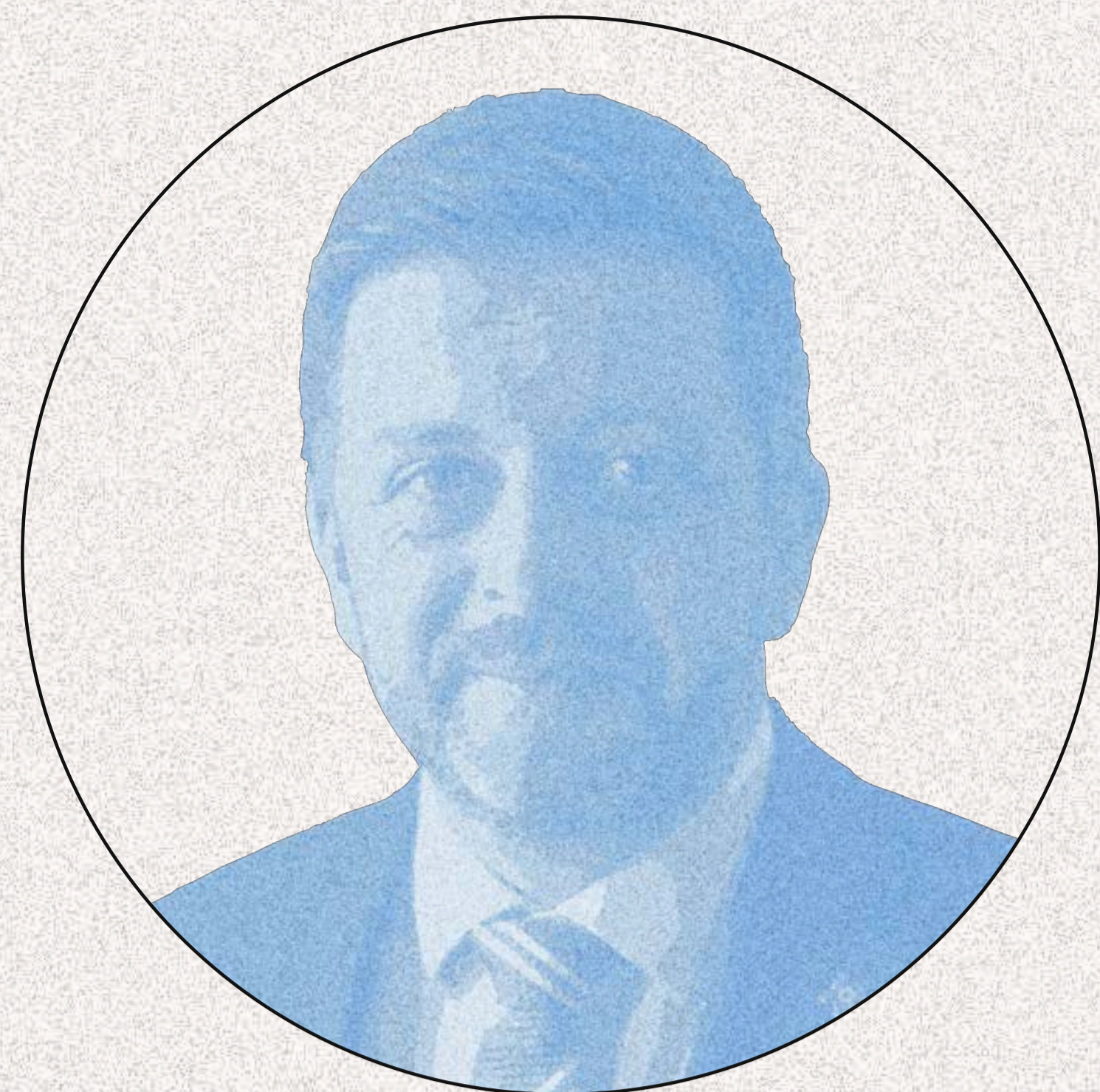
Nadprůměrné přehrání na téma



Nadprůměrný engagement u videí



Nejvíce se Vít Rakušan věnoval tématu krajských voleb, nicméně tato videa nemají vysoký počet přehrání ani engagement. Naopak nejvyšší počet přehrání na příspěvek zaznamenala videa s tématem minimální mzdy. Nadprůměrný engagement měla pak například videa zaměřená na reformu státní správy.



Vít Rakušan

304 příspěvků

O 85 méně, než je průměr.
Z toho 148 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

3 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



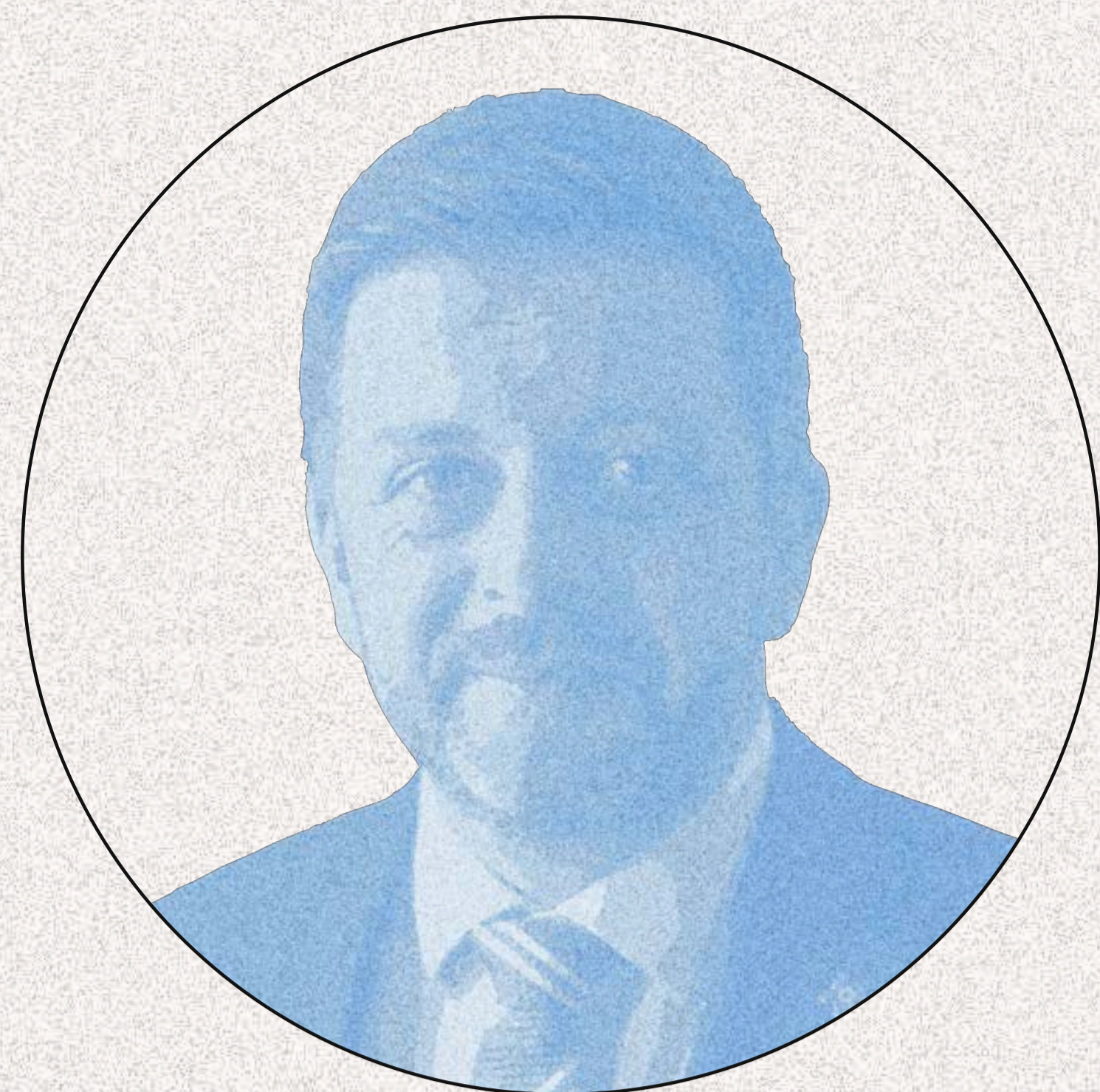
Úplný výčet témat ve formátu videa

Témata	Počet příspěvků	Podíl příspěvků	Přehrání	Přehrání na příspěvek	Doručení tématu	Sentiment příspěvků*	Engagement * Rate**
Krajské volby	11	8%	144 231	13 112	46%	6,6	3%
Spory v koalici a vládní krize	8	5%	551 706	68 963	55%	5,0	2%
Minimální mzda	8	5%	652 319	81 540	48%	4,9	3%
Bezpečnostní politika	8	5%	625 127	78 141	55%	6,1	3%
sport	7	5%	115 336	16 477	44%	7,4	3%
Migrace	7	5%	74 757	10 680	59%	5,3	4%
Svoboda projevu	6	4%	442 549	73 758	50%	7,7	4%
Reforma státní správy	6	4%	97 242	16 207	46%	6,0	5%
Potraviny	6	4%	319 518	53 253	38%	7,8	4%
Zdravotní péče	4	3%	33 775	8 444	68%	5,5	4%
Ekonomika	4	3%	14 807	3 702	50%	6,0	6%
Životní prostředí ostatní	3	2%	58 459	19 486	75%	7,0	4%
Vzdělávání a školství	3	2%	71 829	23 943	49%	7,7	7%
Sociální politika a nerovnosti	3	2%	45 214	15 071	48%	6,0	5%
Sociální dávky	3	2%	13 141	4 380	43%	6,3	14%
Zemědělství	1	1%	3 658	3 658	100%	7,0	4%
Veřejná bezpečnost	1	1%	56 841	56 841	34%	7,0	2%
Státní rozpočet	1	1%	2 588	2 588	85%	5,0	7%
Kultura a umění	1	1%	541	541	35%	7,0	4%
Demografie a stárnutí populace	1	1%	1 436	1 436	59%	5,0	2%
Bydlení a bytová krize	1	1%	72 593	72 593	76%	5,0	1%
ostatní	53	36%	1 187 425	22 404	46%	7,2	4%

*Doručení tématu = odhad, kolik % lidí dokoukalo sdělení od začátku (bod A) do konce (bod B). Datový model určí, kdy o daném tématu začal politik ve videu mluvit (bod A) a kdy skončil (bod B). Data jsou poté proložena benchmarkem retenční křivky, která určuje, jak v průběhu času lidé ve videích odpadají.

** 0 - velmi negativní

10 - velmi pozitivní



Vít Rakušan

304 příspěvků

O 85 méně, než je průměr.
Z toho 148 s videem.

Data za 1/10-31/12/2024

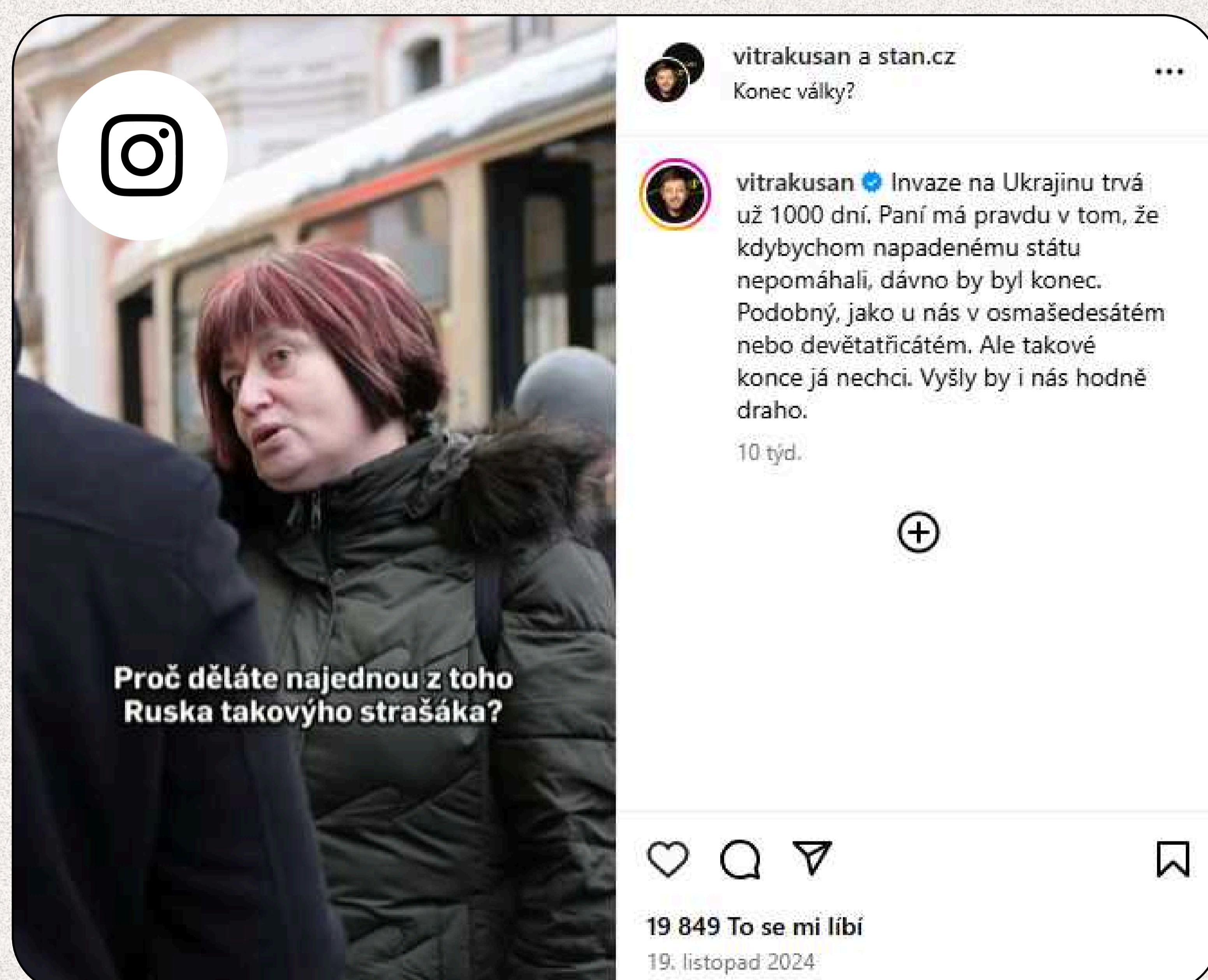
3 příspěvky

Průměrný počet postů
za 1 den.

Data za 1/10-31/12/2024



Ukázky příspěvků



Detekce tématu

Bezpečnostní politika

Téma bezpečnostní politiky mělo u Víta Rakušana v průměru vysoký zásah, ale většina celkových zobrazení pocházela z jednoho Reels, kde se dostal do konfrontace ohledně postojů k pomoci Ukrajině. Celkově se na profilu projevuje snaha o budování pocitu důvěry - například projevy zájmu o názory občanů.

[Odkaz na příspěvek](#)



Detekce tématu

Svoboda projevu

Témata svobody projevu se logicky vázala k 17. listopadu. i zde Rakušan využíval interakce s občany, které v rámci jeho sociálních sítí fungují poměrně dobře.

[Odkaz na příspěvek](#)

Příspěvky se zaměřují na projekt VENKOFF, ve kterém Vít Rakušan navštěvuje různé regiony ČR, poznává místní komunitu, hodnotí práci starostů a řeší komunální problémy. Dále se věnuje spolupráci s hasiči, policií a záchranáři, debatám o budoucnosti (např. vzdělávání), hospodským setkáním s občany a transformaci regionů, jako je uzavírání šachet. Nechybí ani politické reflexe roku 2024 a vyhodnocení slibů. Příspěvky propojují autentické zážitky s regionální politikou a snahou o zlepšení života na venkově.

[Odkaz na příspěvek](#)



Detekce tématu

Ostatní

05

Metodologie

Po sběru dat pomocí scrapingu (viz kapitola Politika a sociální sítě a část Sběr dat), kdy automatizovaně stahujeme všechny veřejné příspěvky politiků za dané období, analyzujeme všechny posty pomocí připravených modelů a promptů. K tomu zejména využíváme Google Cloud Platformu a její službu Vertex AI, konkrétně modely gemini-1.5-flash-002 a gemini-1.5-pro-002. Výstupy z modelů jsou následně validovány porovnáním s jinými modely, přičemž sledujeme rozdíly ve výstupech. Servery, které pro tyto procesy používáme, se nacházejí v Evropské unii. Funkce, skrze které se data analyzují, mají více než 10 000 řádků kódu (promptová část má více než 30 normostran).

Každý příspěvek, včetně popisků, videí a fotografií, je analyzován ve více než čtyřiceti různých kategoriích, jako jsou emoce sdělení nebo předměty umístěné ve videu. Sledujeme také umístění fotografie, barvu předmětů, přítomnost hudby a zvířat, a především téma každého postu. Vycházíme z kategorií témat používaných Googlem, ale adaptujeme je také pro český politický segment. Pokud se jedná o video, jsme schopni identifikovat, ve které sekundě politik nebo jiný mluvčí hovoří o daném tématu a kdy začal mluvit o dalším tématu.

Ve výstupech zprávy můžeme sledovat, jakým tématům se politik věnoval, kolikrát se daná témata vyskytla, jaký byl engagement atd. Dále zjišťujeme, jaké emoce politik nejčastěji používá, která témata fungují lépe u konkrétního politika a která témata jsou vhodnější pro vybranou platformu.

Jak už bylo řečeno, kromě kategorizace, kterou využívá Google, sledujeme u příspěvků i kategorie obsahu, které jsou specifické pro český politický diskurz (kategorie využívané Googlem byly pro tento typ analýzy nedostačující). Při výběru kategorií/témat, která budeme v příspěvcích sledovat, jsme vycházeli z dlouhodobé analýzy sociálních sítí politiků v České republice. Oproti kategorizaci témat od Googlu jsme tak sledovali témata jako Green Deal, migrace, válka na Ukrajině, energetická krize, LGBTQ+ a dalších přibližně 40 témat. Většina výstupů této zprávy se vztahuje právě k této kategorizaci.

Zaujala vás tato zpráva?

Chcete více takových insightů o vlastní straně nebo naopak protikandidátovi? Moci se dívat pravidelně na to, jak se vám s daným tématem daří zaujmout a jak to jde ostatním?

Díky přehledným dashboardům v našem nástroji Carl for Social Business je můžete vidět v reálném čase tak, jak se události dějí a to na pár kliknutí.

Napište nám na hello@carldatacompany.com a rádi s vámi probereme vaše konkrétní požadavky a možnosti spolupráce.

