

Analýza počtu sledovateľov a reakcií na príspevky vybraných politikov na sociálnej sieti Facebook

Peter KRAJČOVIČ

Abstrakt

Príspevok analyzuje profily, resp. stránky vybraných politikov na sociálnej sieti Facebook. Autor porovnáva počty sledovateľov jednotlivých profilov (stránok), vývoj počtu interakcií na príspevky, počet komentárov k príspevkom, počet zdieľaní príspevkov, vývoj počtu zdieľaní príspevkov alebo iného obsahu na profiloch (stránkach), celkový počet reakcií na príspevky alebo iný obsah na profiloch (stránkach) a vývoj počtu reakcií na príspevky alebo iný obsah na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov.

Kľúčové slová: Facebook, politici, sociálne médiá, užívatelia

Úvod

Celkový počet aktívnych užívateľov sociálnych médií dosiahol v januári 2021 úroveň 4,2 miliardy. Oproti roku 2020 tento počet predstavuje nárast o 490 miliónov aktívnych užívateľov. Priemerný čas strávený sledovaním sociálnych médií dosiahol 2 h 25 min (Digital 2021 global report, 2021). Očakáva sa, že do roku 2023 dosiahne počet aktívnych používateľov sociálnych médií na celom svete približne 3,43 miliárd používateľov mesačne, čo predstavuje približne tretinu celej populácie. Približne 800 miliónov z týchto používateľov bude pochádzať z Číny a približne 450 miliónov z Indie (Social media – Statistics & Facts, 2020).

Medzi sociálnymi médiami sú najpopulárnejšie sociálne siete Facebook, Instagram, Twitter a LinkedIn. V posledných rokoch sa do popredia dostávajú aj ďalšie sociálne siete, ako napríklad Snapchat alebo TikTok. Počet užívateľov sociálnej siete Facebook dosiahol v júli 2021 viac ako 2,85 miliardy aktívnych užívateľov mesačne, z toho 2,75 miliárd túto sociálnu sieť aktívne využívalo prostredníctvom mobilnej aplikácie (Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Facts, 2021).

Facebook využívajú nielen milióny ľudí na komunikáciu s priateľmi a zdieľanie osobných informácií, ale milióny firiem a inštitúcií vrátane hercov, spevákov či politikov na komunikáciu so svojim publikom. V posledných rokoch možno sledovať trend, že komunikácia prostredníctvom sociálnych sietí nahrádza komunikáciu prostredníctvom iných kanálov

a napríklad politici na Slovensku touto cestou pomerne často komunikujú aj rôzne oficiálne informácie.

V príspevku analyzujeme aktivitu vybraných slovenských politikov na sociálnej sieti Facebook, pričom najväčšiu pozornosť venujeme analýze počtu sledovateľov a reakcií na príspevky politikov. Analýza bola spracovaná za obdobie od 6. 3. 2020 do 29. 7. 2021 s využitím údajov z analytického nástroja CrowdTangle od spoločnosti Facebook.

Analyzované boli nasledovné stránky a profily:

Eduard Heger - predseda vlády SR: <https://www.facebook.com/premier.sr>

Igor Matovic: <https://www.facebook.com/igor.matovic.7>

Richard Sulik: <https://www.facebook.com/RichardSulik>

Veronika Remišová: <https://www.facebook.com/remisova.veronika>

Boris Kollar: <https://www.facebook.com/BorisKollarOfficial>

Zuzana Čaputová: <https://www.facebook.com/zcaputova>

Peter Pellegrini: <https://www.facebook.com/pellegrini.peter>

Robert Fico: <https://www.facebook.com/robertficosk>

Luboš Blaha: <https://www.facebook.com/LBlaha>

Milan Mazurek • Republika: <https://www.facebook.com/MilanMazurek.Republika>

Kvôli lepšej prehľadnosti a štylistike textu pri jednotlivých analyzovaných stránkach (profiloch) neuvádzame, či ide konkrétne o profil alebo stránku. V analýze sme sa zamerali na počet sledovateľov (tzv. followers), nie ľudí, ktorí označili danú stránku (profil) „páči sa mi to“. Tieto počty sú rozdielne. Interakcia na príspevky zahŕňa označenie „páči sa mi to“ a ďalšie reakcie (angry, sad, love, wow, haha), zdieľanie obsahu, komentovanie a kliknutie na príspevok (alebo iný obsah). Reakcia na príspevok zahŕňa označenie „páči sa mi to“ (tzv. like) a ďalšie reakcie (angry, sad, love, wow, haha).

Výsledky analýzy

Najviac sledovateľov na Facebooku má Zuzana Čaputová. Tesne za ňou nasleduje Peter Pellegrini. Za posledné dva mesiaca však možno pozorovať nárast sledovateľov stránok, resp. profilov Ľuboša Blahu a Milana Mazureka.

Profil prezidentky SR Zuzany Čaputovej mal k 29. 7. 2021 na sociálnej sieti Facebook 318 455 sledovateľov a od začiatku pandémie (6. 3. 2020) získal viac ako 120 000 nových sledovateľov. Najvyšší prírastok sledovateľov má profil Petra Pellegriniho, ktorému od začiatku pandémie

pribudlo viac ako 210 000 nových sledovateľov. Prehľad počtu sledovateľov k 29. 7. 2021 zobrazuje tabuľka 1.

Tabuľka 1 Počet sledovateľov na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov k 29. 7. 2021

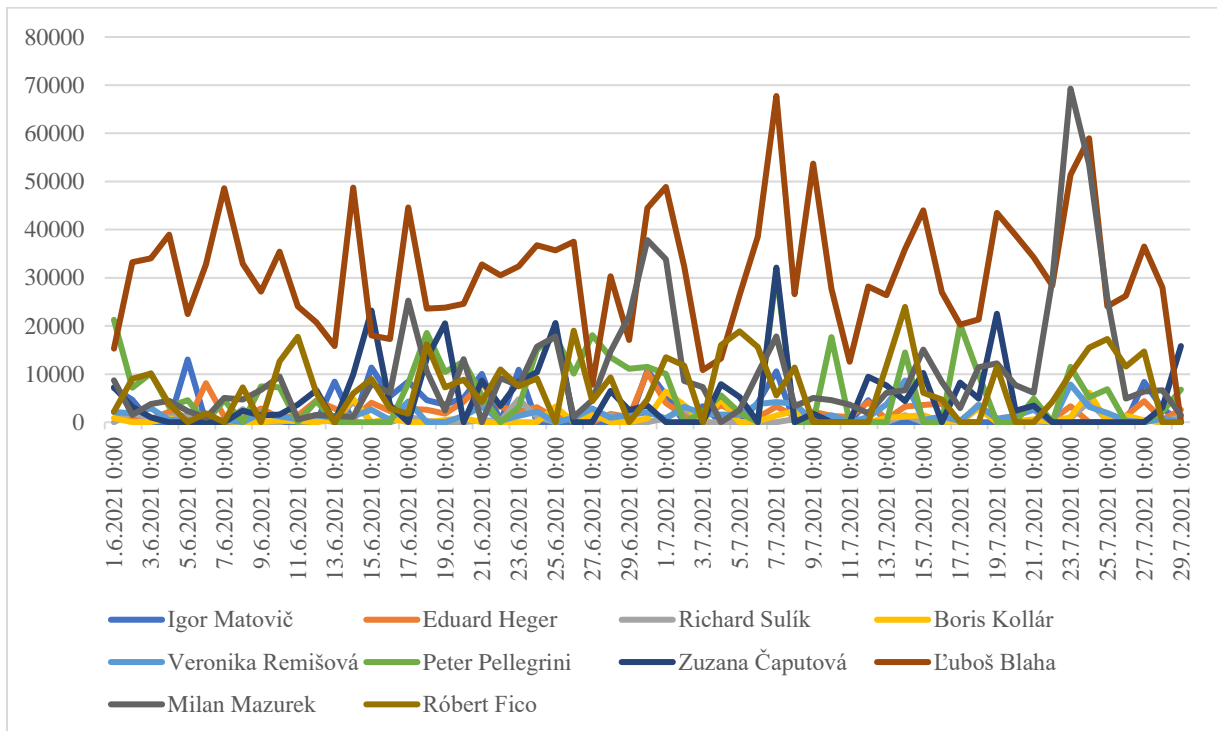
Profil/stránka politika na sociálnej sieti Facebook	Počet sledovateľov (followers)
Zuzana Čaputová	318 455
Peter Pellegrini	316 000
Igor Matovič	284 639
Ľuboš Blaha	153 154
Boris Kollár	147 242
Richard Sulík	143 524
Róbert Fico	136 515
Milan Mazurek	124 101
Veronika Remišová	57 540
Eduard Heger	34 000

Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)

Počet sledovateľov za posledné dva mesiace (od 1. 6. 2021 – 29. 7. 2021) narastal nielen profilom Zuzany Čaputovej a Petra Pellegriniho, ale aj profilom Ľuboša Blahu a Milana Mazureka. Naopak, profilom Igora Matoviča, Richarda Sulíka, či Borisa Kollára počet sledovateľov klesal. Nárast zaznamenala aj oficiálna stránka predsedu vlády SR Eduarda Hegera, ktorý však má celkovo najmenej sledovateľov zo všetkých analyzovaných profilov/stránok.

Najviac interakcií od začiatku pandémie (6. 3. 2020) zaznamenáva profil Ľuboša Blahu, celkovo takmer 13 000 000 interakcií. Najväčší počet interakcií pritom dosiahli príspevky zo dňa 7. 7. 2021, v ktorých sa autor venoval predovšetkým „zmarenému referendu o predčasných voľbách“. Tieto príspevky dosiahli celkovo 67 750 interakcií. Najväčší počet interakcií

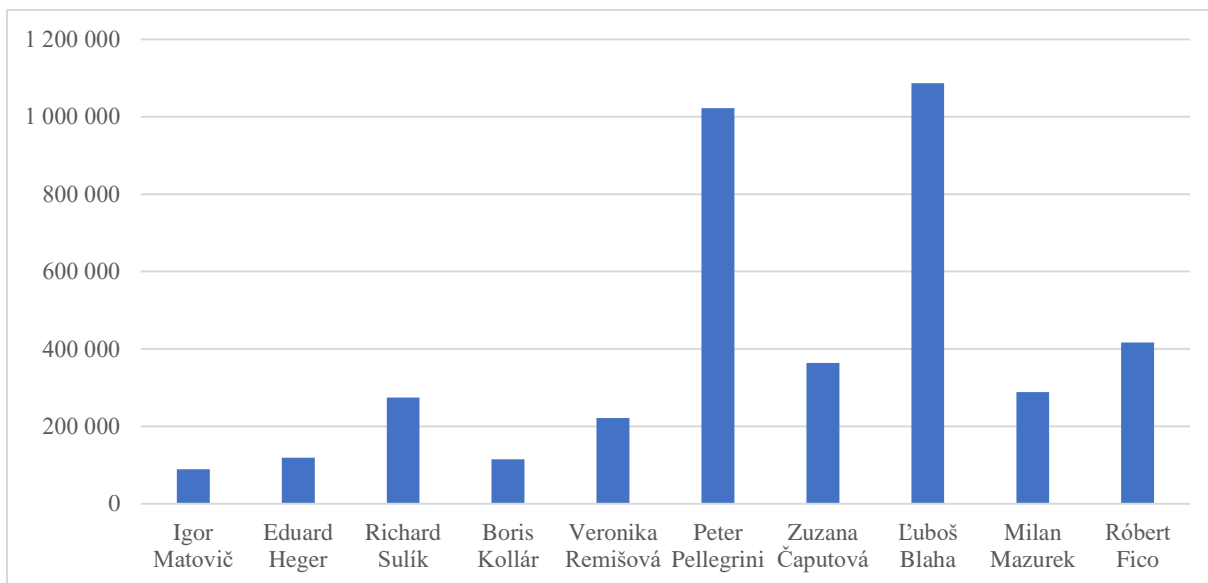
jednotlivo však získali príspevky na stránke Milan Mazurek • Republika zo dňa 23. 7. 2021 (celkovo 5 príspevkov a viac ako 69 000 interakcií). Podrobnejšie výsledky zobrazuje graf 1.



Graf 1 Vývoj počtu interakcií na príspevky (alebo iný obsah) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

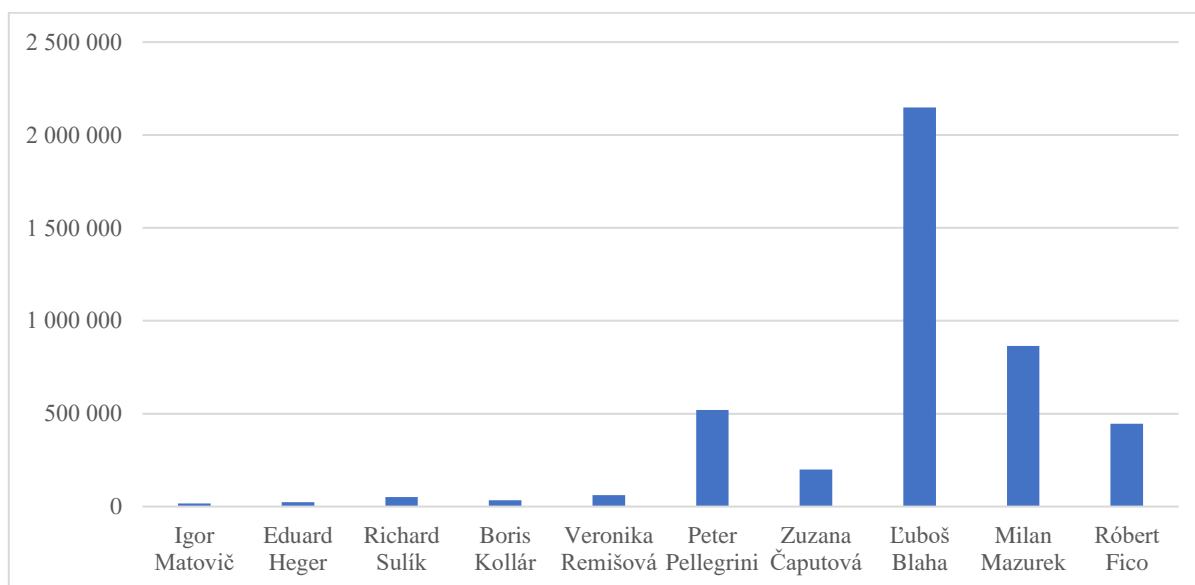
Zdroj: vlastné spracovanie (údaje: CrowdTangle, 2021)

Najviac komentárov majú príspevky na profile Ľuboša Blahu a Petra Pellegriniho. Naopak, najmenej komentárov majú príspevky na profile Igora Matoviča. Príspevky na profile Ľuboša Blahu majú súčasne aj najviac zdieľaní (viac ako 2 000 000 od prvého pozitívneho prípadu ochorenia COVID-19 na Slovensku, t. j. 6. 3. 2020). Najviac zdieľaným príspevkom boli príspevky na profile Milan Mazurek • Republika zo dňa 23. 7. 2021 (takmer 25 000 zdieľaní). Podrobnejšie výsledky zobrazujú grafy 2 – 4.



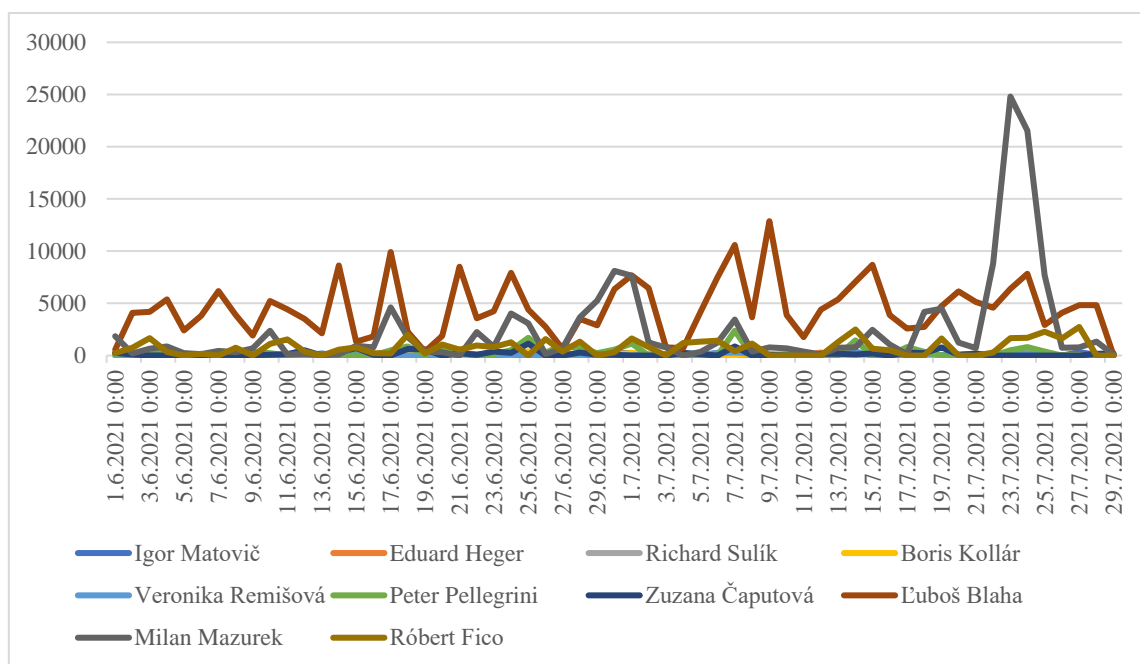
Graf 2 Počet komentárov k príspevkom (alebo inému obsahu) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)



Graf 3 Počet zdieľaní príspevkov (alebo iného obsahu) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

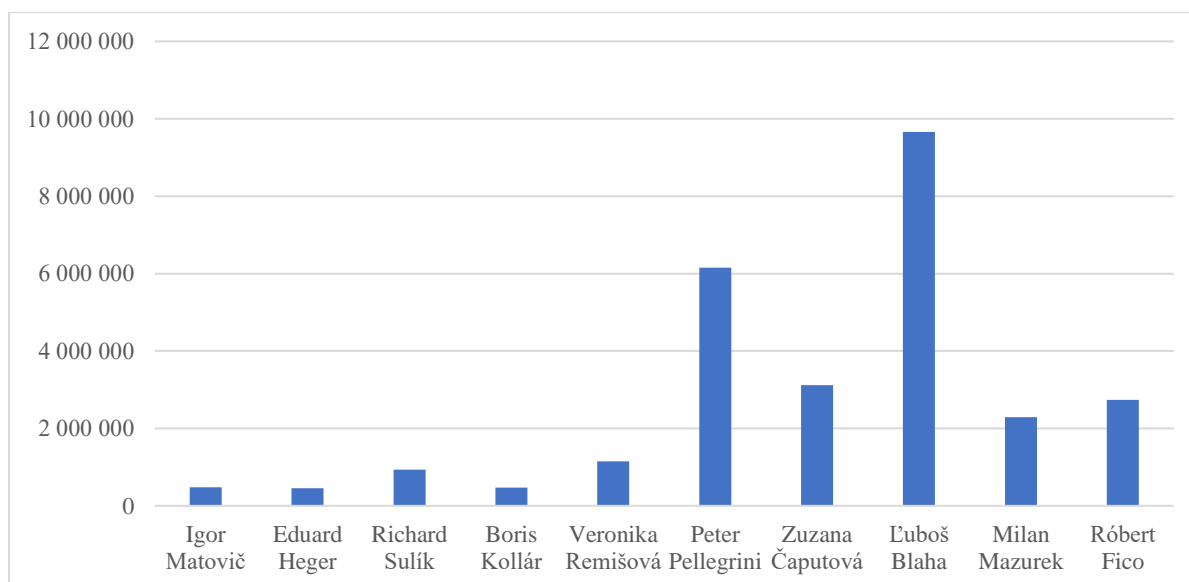
Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)



Graf 4 Vývoj počtu zdieľaní príspevkov (alebo iného obsahu) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

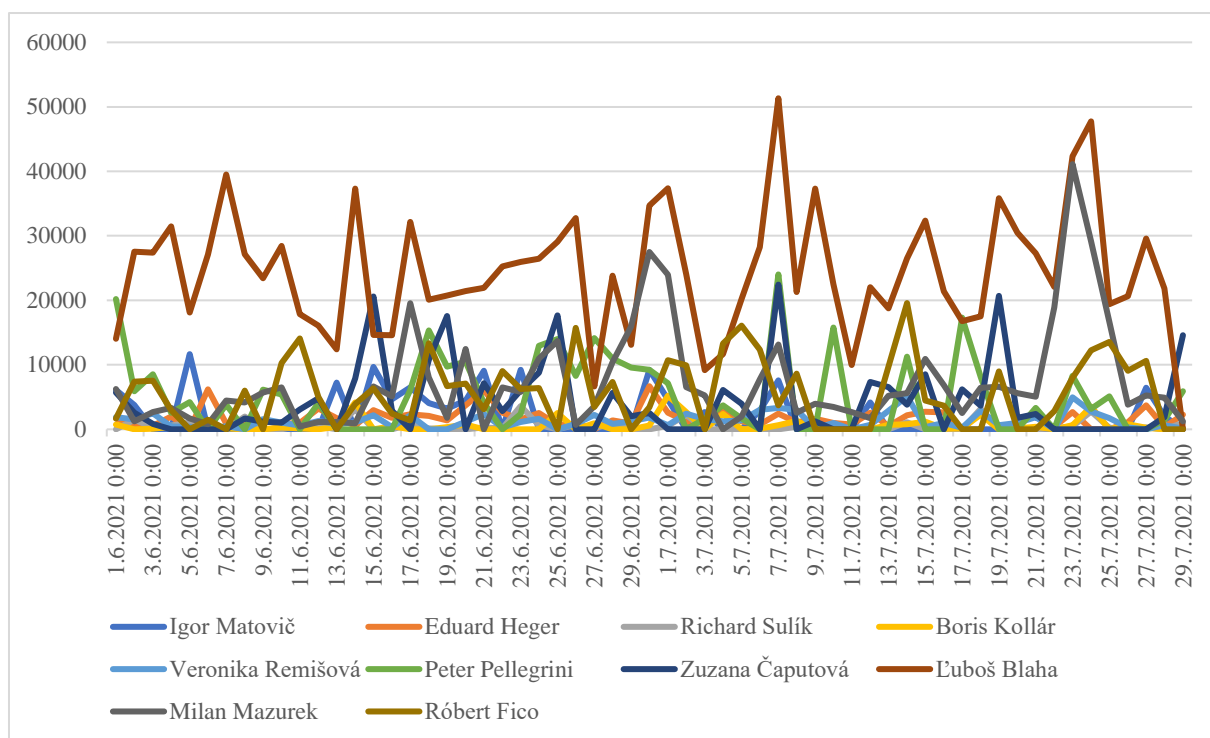
Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)

Príspevky na profile Ľuboša Blahu majú zároveň aj najviac reakcií (viac ako 9,5 mil.). Za nimi nasledujú príspevky na profiloch Petra Pellegriniho (viac ako 6 mil.) a s výraznejším odstupom Zuzany Čaputovej (viac ako 3 mil.). Podrobnejšie výsledky zobrazujú grafy 5 – 6.



Graf 5 Celkový počet reakcií na príspevky (alebo iný obsah) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

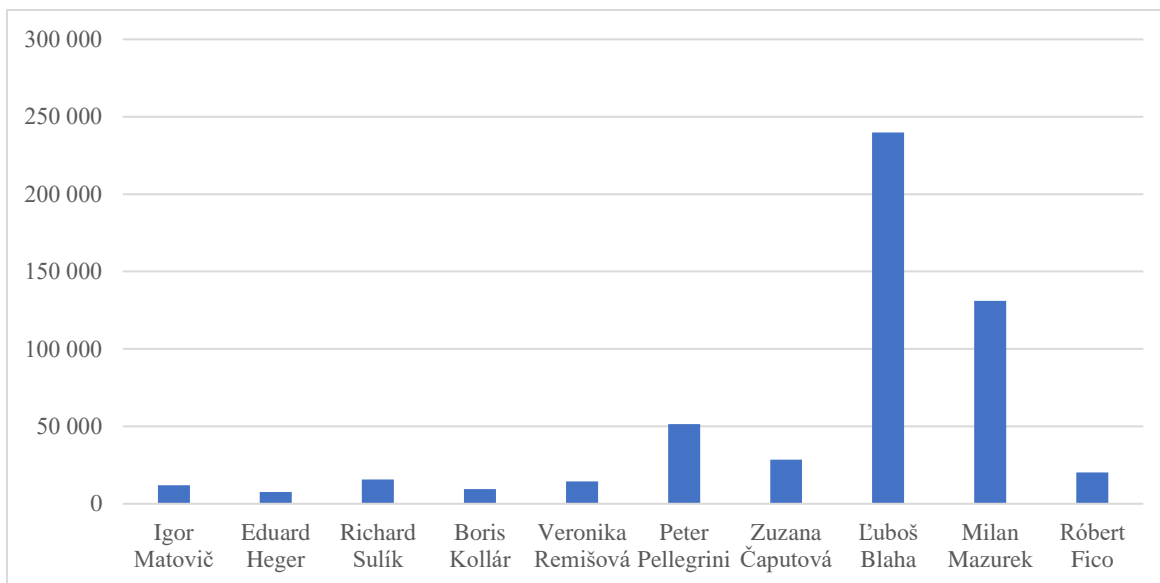
Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)



Graf 5 Vývoj počtu reakcií na príspevky (alebo iný obsah) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

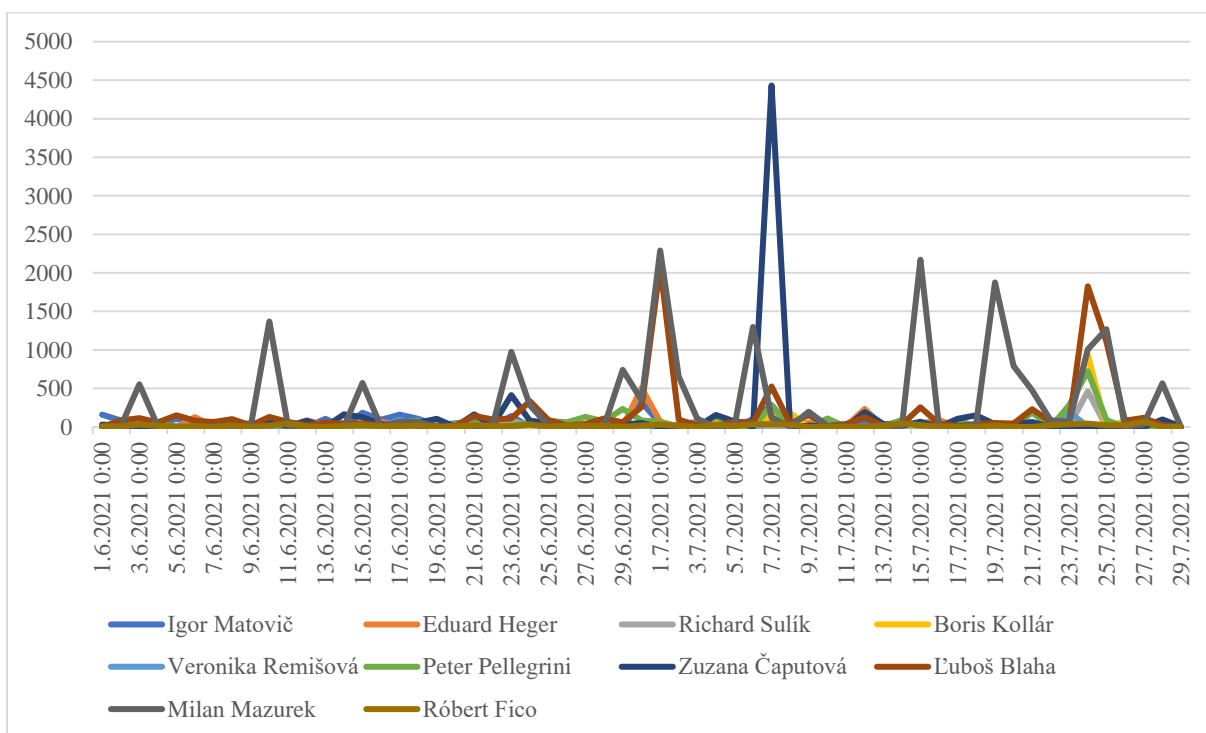
Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)

Príspevky na profiloch Ľuboša Blahu a Milana Mazureka zároveň majú aj najviac negatívnych reakcií (tzv. Angry). Najväčší počet označení „Angry“ mali príspevky na stránke prezidentky SR Zuzany Čaputovej zo dňa 7. 7. 2021 o rozhodnutí Ústavného súdu SR týkajúcom sa referenda o predčasných voľbách. Početnosť reakcií, ako aj počet príspevkov, na ktoré užívatelia sociálnych sietí reagovali negatívne sa na jednotlivých profiloch líšia. Podrobnejšie výsledky zobrazujú grafy 6 – 7.



Graf 6 Celkový počet označení „Angry“ na príspevky (alebo iný obsah) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)



Graf 7 Vývoj počtu označení „Angry“ na príspevky (alebo iný obsah) na profiloch (stránkach) analyzovaných politikov za obdobie 6. 3. 2020 – 29. 7. 2021.

Zdroj: vlastné spracovanie, 2021 (údaje: CrowdTangle®)

Záver

Komunikácia politikov prostredníctvom sociálnych sietí je dnes bežnou súčasťou politickej komunikácie. Okrem informácií, ktoré politici prostredníctvom svojich profilov alebo stránok zdieľajú, však tieto profily a stránky ponúkajú aj zaujímavé údaje, z ktorých možno predpokladať alebo vyvodzovať správanie, či nálady ľudí. Preto je analýza komunikácie, ale aj údajov z jednotlivých profilov a stránok na sociálnych sieťach dôležitá a môže pomôcť pri ďalších výskumoch alebo analýzach.

Jednotlivé údaje je možné porovnávať a štatisticky vyhodnocovať, čím možno skúmať aj závislosť vybraných premenných. Tieto údaje síce nemožno zovšeobecniť na celú populáciu, a to aj napriek dostatočne veľkej vzorke respondentov a veľkosti údajov. Pri interpretácii údajov je potrebné myslieť na to, že reprezentujú len určitú časť populácie aktívnej v onlinovom prostredí. Prostredie sociálnych sietí navyše umožňuje vytvárať aj falošné profily. Napriek tomu môžeme predpokladať, že tieto údaje majú svoju výpovednú hodnotu a môžu slúžiť ako vhodný zdroj doplňujúcich výskumov pri analýze správania sa publika, jeho reakcií, preferencií a reakcií.

Zároveň je potrebné upozorniť na to, že samotná komunikácia politikov na sociálnych sieťach je často jednostranná, zameraná na prezentáciu len určitého typu informácií. Často súčasťou takejto komunikácie je aj sebareprezentácia. Zriedkavé však nie sú ani zavádzajúce informácie, či zámerná manipulácia publika. Vzhľadom na vysoký počet sledovateľov jednotlivých profilov, ich aktivitu a algoritmus zobrazovania obsahu na sociálnej sieti Facebook, je taktiež potrebná edukácia verejnosti v oblasti mediálnej gramotnosti a posudzovania obsahu, ktorý prijímajú prostredníctvom sociálnych sietí. Na tieto aspekty komunikácie upozorňujú aj viacerí autori (Forester, Ana a Vannetelbosch, 2016; Jawalkar, Chhajed a Rangdal, 2015; Rogers a Niederer, 2020; Jones, 2021).

Literatúra:

Digital 2021 global report. [online]. [cit. 30-09-2021]. Dostupné na:

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Facts. [online]. [cit. 30-09-2021].

Dostupné na: <https://www.omnicoreagency.com/facebook-statistics/>

FOERSTER, M., ANA, M. a V.J. VANNETELBOSCH. 2016. Trust and manipulation in social networks. In: *Network Science*, roč. 4, č. 2, 2016, s. 216-243.

JAWALKAR, P., CHHAJED, G. J. a M. RANGDAL. 2015. A Survey On Opinion Mining Techniques for Social Sites. In: *International Journal of Advanced Research in Computer Engineering & Technology (IJARCET)*, roč. 4, č. 11, 2015, s. 4076-4080.

JONES, M. D. 2021. *Disinformation and You: Identify Propaganda and Manipulation*. Michigan: Visible Ink Press, 2021. 426 s.

ROGERS, R. a S. NIEDERER, S. 2020. *The Politics of Social Media Manipulation*. Amsterdam : Amsterdam University Press, 2020. 292 s.

Social media – Statistics & Facts. [online]. [cit. 30-09-2021]. Dostupné na:

<https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>

Kontakt na autora:

Mgr. Peter Krajčovič, PhD., mim. doc.

Katedra marketingovej komunikácie

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Nám. J. Herdu 2

917 01 Trnava

peter.krajcovic@ucm.sk