

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Aktivity lídrů irských politických stran na sociálních
sítích ve volební kampani při parlamentních volbách v
roce 2020**

Natálie Černá

Plzeň 2021

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Mezinárodní teritoriální studia

Studijní obor Mezinárodní vztahy – britská a americká studia

Bakalářská práce

**Aktivity lídrů irských politických stran na sociálních
sítích ve volební kampani při parlamentních volbách v
roce 2020**

Natálie Černá

Vedoucí práce:

PhDr. Jiří Zákravský, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofické Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2021

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů
a literatury.

Plzeň, 30.4.2021

.....

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Jiřímu Zákravskému, Ph. D. za jeho cenné rady a odborné vedení, které mi pomohlo k napsání této práce. Zároveň bych mu ráda poděkovala za jeho čas a skutečnou vstřícnost během společných konzultací.

Obsah

1 ÚVOD	8
2 TEORIE NASTOLOVÁNÍ AGENDY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A VÝHODY JEJÍHO VYUŽITÍ	11
3 IRSKÉ POLITICKÉ STRANY V IRSKÝCH PARLAMENTNÍCH VOLBÁCH 2020	16
4 AKTIVITY LÍDRŮ IRSKÝCH POLITICKÝCH STRAN NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH PŘI PARLAMENTNÍCH VOLBÁCH 2020	21
4.1. Četnost aktivity na Twitteru.....	21
4.2. Počet a druh interakcí od sledujících na Twitteru	30
4.3. Počet dotazů směřovaných lídrům na Twitteru.....	40
4.4. Četnost a druh příspěvků zveřejněných na Facebooku	42
4.5. Četnost a druh reakcí na příspěvky lídrů na Facebooku	46
5 ZÁVĚR	57
6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ	60
7 RESUMÉ	64

Seznam příloh

Obrázek 1: Příklad umístěných reklam na Facebooku při irských parlamentních volbách 2020 lídrem Green Party, Eamonem Ryanem.	13
Tabulka 1: Výsledky irských parlamentních voleb v letech 2016 a 2020 u vybraných politických stran.....	17
Graf č.1: Počet tweetů Leo Varadkara v jednotlivých dnech	22
Graf č.2: Druh tweetů Leo Varadkara	22
Graf č.3: Počet tweetů Michaéla Martina v jednotlivých dnech	23
Graf č.4: Druh tweetů Michaéla Martina.....	23
Graf č.5: Počet tweetů Brendana Howlina v jednotlivých dnech	24
Graf č.6.: Druh tweetů Brendana Howlina	25
Graf č.7.: Počet tweetů Mary Lou McDonald v jednotlivých dnech.....	26
Graf č.8.: Druh tweetů Mary Lou McDonald	26
Graf č.9: Počet tweetů Eamon Ryana v jednotlivých dnech	27
Graf č.10: Druh tweetů Eamon Ryana.....	27
Graf č.11: Počet tweetů Róisín Shortall v jednotlivých dnech	28
Graf č.12: Druh tweetů Eamon Ryana.....	29
Tabulka č. 2.: Porovnání výsledků voleb s celkovým počtem aktivit na Twitteru	30
Graf č.13.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Leo Varadkara	31
Graf č.14: Druh reakcí na tweet Leo Varadkara	31
Graf č.15.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Micheála Martina	32
Graf č.16.: Druh reakcí na tweet Micheála Martina	32
Graf č.17.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Brendana Howlina.....	33
Graf č.18: Druh reakcí na tweet Brendana Howlina.....	34
Graf č.19.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Mary Lou McDonald.....	35
Graf č.20.: Druh reakcí na tweet Mary Lou McDonald	35
Graf č.21.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Eamona Ryana	36
Graf č.22.: Druh reakcí na tweety Eamona Ryana	36
Graf č.23.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Catherine Murphy	37
Graf č.24.: Druh reakcí na tweety Catherine Murphy	38
Graf č.25.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Róisín Shortall.....	39
Graf č.26.: Druh reakcí na tweety Róisín Shortall.....	39
Tabulka č.3.: Současný počet sledujících a aktivit v daném období jednotlivých lídrů a počet interakcí od jejich sledujících v daném období.....	40
Graf č.27.: Počet dotazů určených lídrům na Twitteru.....	41
Graf č.28.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Leo Varadkarem.....	42
Graf č.29.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Micheálem Martinem	43

Graf č.30.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Mary Lou McDonald.....	43
Graf č.31.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Eamonem Ryanem	44
Graf č.32.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Peadarem Tóibínem	45
Graf č.33.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Róisín Shortall.....	46
Graf č.34.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Leo Varadkara	47
Graf č.35.: Druh reakcí na příspěvky Leo Varadkara.....	47
Graf č.36.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Micheála Martina.....	48
Graf č.37.: Druh reakcí na příspěvky Micheála Martina	49
Graf č.38.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Mary Lou McDonald	50
Graf č.39.: Druh reakcí na příspěvky Mary Lou McDonald	50
Graf č.40.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Eamona Ryana	51
Graf č.41.: Druh reakcí na příspěvky Eamona Ryana	52
Graf č.42.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Peadara Tóibína	53
Graf č.43.: Druh reakcí na příspěvky Peadara Tóibína	53
Graf č.44.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Róisín Shortall	54
Graf č.45.: Druh reakcí na příspěvky Róisín Shortall	54
Tabulka č.4.: Aktivita lídrů na Facebooku a jejich interakce s uživateli, seřazeno dle počtu aktivit	55
Tabulka č.5.: Umístění stran lídrů v parlamentních volbách 2020 a jejich průměrná denní interakce na Facebooku, seřazeno dle počtu interakcí.....	56

1 ÚVOD

Online sociální sítě jsou nedílnou součástí moderního světa a stále více ovlivňují životy lidí, ať již běžný chod jejich života či jejich informovanost o politice. Tato práce bude s touto skutečností pracovat. Konkrétně se bude soustředit na irské parlamentní volby v roce 2020, u kterých budou sledovány aktivity volebních lídrů politických stran Fianna Fáil (Micheál Martin), Sinn Féin (Mary Lou McDonald), Fine Gael (Leo Varadkar), Green Party (Eamon Ryan), Labour Party (Brendan Howlin), Aontú (Peadar Tóibín) a Social Democrats (Catherine Murphy a Róisín Shortall). Pro práci bylo vybráno šest stran, které byly v irských parlamentních volbách 2020 nejúspěšnější. Pro přehlednost této práce byla vynechána koaliční strana Solidarity–People Before Profit (složená z levicové socialistické strany People Before Profit a socialistické strany Solidarity), jež se sice umístila v počtu získaných hlasů v parlamentních volbách na pátém místě, ale jelikož budou zkoumány aktivity lídrů stran – tedy vždy jednotlivců, bylo by její zařazení komplikované, jelikož nemá oficiálního lídra. V případě Catherine Murphy a Róisín Shortall budou vždy zkoumány jejich jednotlivé aktivity, zhodnocení popularity bude posouzeno jak u každé individuálně, tak i jejich společně.

Volby do dolní komory irského parlamentu (v této práci bude někdy označována jejím irským názvem *Dáil*) se konají v Irsku nejméně jednou za pět let a proporčním volebním systémem je vždy obsazeno celkem 160 křesel. Volby v roce 2020 se uskutečnily 8. února a skončily vítězstvím strany Sinn Féin. Jelikož však nedokázala vytvořit většinovou vládu, která by tvořila alespoň 81 poslanců, vládu vytvořily strany Fianna Fáil, Fine Gael a Green Party. Premiérem, neboli *Taoiseachem*, se stal Micheál Martin z Fianna Fáil a po dvou letech – tedy v roce 2022 – bude nahrazen Leo Varadkarem z Fine Gael (RTÉ 2020). Leo Varadkar do této doby bude zastávat funkci *Tánaiste*, neboli zástupce premiéra, tuto funkci bude poté zastávat Micheál Martin.

V první části práce budou nejprve krátce představeny již zmíněné politické strany, jejich představitelé a program pro volby v roce 2020. Strany je nutné krátce představit, aby byla následná analýza jejich aktivit uvedena do kontextu. Dále bude představena teorie nastolování agendy pomocí sociálních sítí, která přiblíží současný význam a podstatu využití kampaně na internetu. Sociální sítě jsou v současné době jedním z míst, kde politické strany mohou získávat nové voliče, bude tedy i krátce představeno využití tohoto prostoru během parlamentních voleb 2020. Budou zhodnoceny výhody i nevýhody užívání sociálních sítí politickými stranami, jelikož v současné době platformy, jako jsou Facebook či Twitter vytvářejí prostor pro šíření lživých informací, neboli *fake news*. Uživatelé tedy mají lepší přístup k informacím přímo od politiků a jejich stran, zároveň však bude zhodnoceno, zda jsou tyto informace vždy důvěryhodné.

V druhé části práce budou zkoumány aktivity lídrů na Facebooku a Twitteru. Tyto dvě sociální sítě byly zvoleny, jelikož na nich lídři mají největší sledovanost a jejich aktivity tam byly nejpočetnější. Facebook je nejvíce využívanou sociální sítí roku 2020 (Tankovska 2021) a Twitter je naopak častým místem, kde politici začínají konverzaci o jimi vybraných tématech (Spring – D'Urso 2019). Vymezené období pro zjištění aktivit lídrů bude 14. leden až 8. února roku 2020. Toto období bylo zvoleno, jelikož 14. ledna byl vyhlášen den voleb, ten byl zvolen právě na 8. února. Je to tedy časové rozmezí, ve kterém aktivity lídrů souvisely s volbami.

K analýze příspěvků bude použita stránka *Socialbakers Suite*. Pomocí této analytické stránky budou zkoumány následující ukazatele na Twitteru: průměrná denní aktivita lídrů, průměrný počet různých druhů příspěvků (tweet, retweet, průměrný počet dotazů od sledujících určený lídři¹). Na Facebooku budou zkoumány následující ukazatele: průměrný počet příspěvků, průměrný počet a druh reakcí na příspěvek, typ reakcí od fanoušků na příspěvek (Facebook nabízí

¹ Za dotaz je považována otázka, která je položena příslušnému politikovi, ukočena „?“ a uživatel v ní musí být označen pomocí „@“.

tyto možnosti *sad, love, angry, haha, wow* a *like*) a průměrný počet interakcí se sledujícími. Tyto ukazatele budou nejprve vyhodnoceny u konkrétních jednotlivců, později budou v této práci vzájemně porovnány. Účelem bude vyhodnotit nejvíce aktivního a nejvíce populárního představitele politických stran na výše zvolené dvojici online sociálních sítí, tento ukazatel však neznamená, že je daný politik nejoblíbenější i mimo online sociální síť. Popularita bude určena především dle počtu interakcí od sledujících jednotlivých lídrů.

Zdroji této práce budou zpočátku především volební programy jednotlivých stran pro parlamentní volby 2020 a kniha *Politics in the Republic of Ireland* (Coakley – Gallagher 2018). Pro představení vlivu sociálních sítí na politiku bude pracováno s odbornými články, které se zabývají určováním agendy na sociálních sítích a problematikou šíření lživých informací. Mezi takové patří například článek J. T. Feezell (2017) *Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era* (2017) či text *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, jehož autory jsou M. E. McCombs a D. L. Shaw (1972), který bude sloužit jako základ toho, co je to nastolování agendy a jak se liší nastolování na sociálních sítích. V druhé části práce budou využívány příspěvky z oficiálních profilů lídrů irských politických stran na Twitteru a Facebooku, jejich analýza bude prováděna s pomocí *Socialbakers Suit*.

Na závěr práce dojde ke zhodnocení, zdali nejvíce úspěšní a aktivní lídři na sociálních sítích byli stejně úspěšní i ve volbách, jelikož jak již bylo zmíněno výše, vliv sociálních sítí stále roste a tato možnost je pravděpodobná. Cílem je představit konkrétní aktivity lídrů a zkoumat, zdali se početná aktivita rovná i úspěchu na sociálních sítích Facebooku a Twitteru. Dále je cílem porovnat vzájemně činnosti lídrů.

2 TEORIE NASTOLOVÁNÍ AGENDY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A VÝHODY JEJÍHO VYUŽITÍ

Jelikož cílem této práce je zjistit, jaký z představitelů irských politických stran ovládl Facebook a Twitter během parlamentních volbách 2020, je důležité představit i samotné nastolování agendy na sociálních sítích, konkrétně s větší pozorností na nastolování agendy v Irsku. Média jako televize či rádio sehrávala po mnoho let důležitou roli v nastolování agendy a sloužila jako ideální prostředek pro sdílení konkrétní politické propagace. Tato média však mohla sama rozhodnout, jakým tématům se budou věnovat a mohla ovlivnit jakým způsobem budou veřejnosti komunikována (McCombs – Shaw 1972: 176).

Sociální sítě přinesly v tomto ohledu revoluci v nastolování agendy. Pomocí nich je nyní možné pro politiky hovořit k voličům přímo, ve většině případů bez cenzury a o všech tématech, která uznají za vhodné. Zároveň jsou prostředkem, pomocí kterého může veřejnost s politiky komunikovat a na jejich vyjádření reagovat. Tato skutečnost je považována za jeden z faktorů ovlivňujících volební preference (Rafter 2018: 272). Dle průzkumu agentury Reuters jsou sociální sítě zdrojem získávání zpráv pro 46 % obyvatel Irska ve věku 18-24 let. Celkově se na Facebook jako zdroj zpráv obrací 39 % obyvatel Irska, na Twitter poté 14 % (Russell 2020). Lze tedy usoudit, že sociální sítě ovlivňují především mladší generace. Tomu napovídá i průzkum, dle kterého 59 % žen a 62 % mužů ve věku 25-34 má jako svůj zdroj zpráv právě sociální sítě. Volby v roce 2016 byly nazvány „prvními volbami uskutečněnými skutečně skrze sociální média v Irsku“², jelikož více než 70 % kandidátů mělo během voleb aktivní účet na Twitteru (Rafter 2018: 272).

Jak již bylo zmíněno výše, televizní vysílání či rádiový rozhlas nenabízí příliš často přímý kontakt s politiky. Ten musí nejprve komunikovat s médii, která

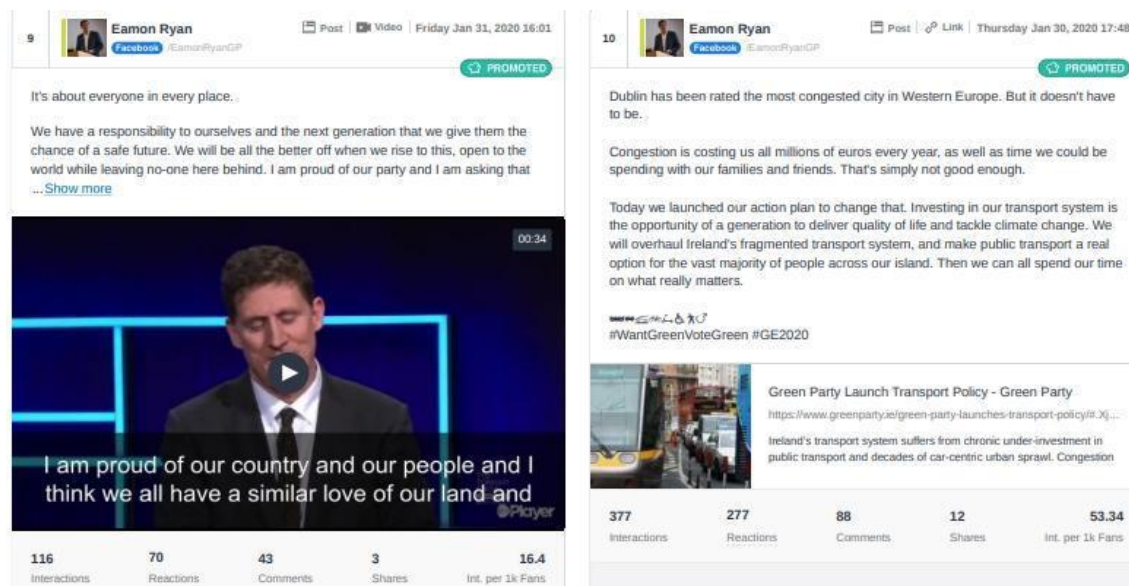
² V originálu: „the first truly social media election in Ireland” (Rafter 2018: 272).

slouží jako prostředník a ta mohou ovlivnit výslednou zprávu. Sociální média nabízí kontakt přímý, což lze považovat za jeden z důvodů, proč jsou v současné době stále populárnější a staly se součástí nastolování agendy. Politik či politický subjekt se tedy nemusí přizpůsobovat tématům, která nastolovala masová média, má tedy možnost ovlivnit témata sám. Uživatel má zároveň sám možnost vybrat si, jaké zprávy a události bude sledovat (Rafter 2018: 258).

Jessica T. Fezzel uvádí, že uživatelé, kteří jsou nejvíce ovlivňováni agendou na sociálních médiích, jsou ti, jež mají menší povědomí o politické scéně. Uživatelé s větším zájmem a orientací směřují svůj zájem spíše k médiím typu rozhlas a televize, k sociálním sítím jsou více kritičtí. Sociální sítě však stále mohou zastávat podobnou funkci jako televize či rozhlas. Uživatelé, tedy i politici, mohou zprávy pouze z jiných kanálů sdílet, nemusí být přímo jejich autory (Fezzel 2017: 2–5).

Jednotlivé politické strany jsou si v současné době vědomy vlivu sociálních sítí a je v jejich zájmu být aktivně zapojeny. V kampani do *Dáilu* v roce 2020 měla Sinn Féin na Facebooku umístěných celkem 843 reklam, zatímco Fine Gael 169, Fianna Fáil 121, Labour Party 138 a Green Party 505 (Holroyd 2020). Počet reklam však nemusí odpovídat tomu, jakou výši finančních nákladů na ně strana vynaložila. Reklamy umístěné na Facebooku mají nejčastěji podobu fotografie či videa, které obsahují propagaci dané strany, šíří volební program a vyzývá k volbám. Jejich vytvoření si strany platí, dále platí jejich šíření na Facebooku, aby měly reklamy co největší dosah.

Obrázek 1: Příklad umístěných reklam na Facebooku při irských parlamentních volbách 2020 lídrem Green Party, Eamonem Ryanem.



Zdroj: Eamon Ryan (2020). Získané pomocí platformy Socialbakers Suite.

Sinn Féin vynaložila ze zmíněných stran finanční náklady na umístění reklam na Facebook nejnížší (30 tisíc eur), zatímco Fine Gael měla náklady nejvyšší (98 tisíc eur) a Fianna Fáil investovala celkem 79 tisíc eur. Větší finanční náklady tedy v tomto případě neznamenal úspěšnější internetovou kampaň, více důležitý se ukázal být spíše počet reklam a široké demografické pokrytí (Holroyd 2020).

Skutečnost, že je pro politiky angažovanost na sociálních sítích výhodou, dokazuje studie, kterou v roce 2020 vytvořily Maria Petrova, Ananya Sen a Pinar Yildirim. V ní tvrdí, že založení nového twitterového účtu může kandidátům přinést zhruba 1-3% části finančních příspěvků, které by získali během dvou let. Toto však platí u nových kandidátů, u stávajících není nárůst příliš signifikantní. Aktivita na Twitteru tedy finančně pomáhá slabším novým kandidátům a stranám (Petrova – Sen – Yildirim 2020: passim).

Jak již bylo zmíněno výše, sociální sítě nabízejí přímý kontakt voličů s politiky. Tato skutečnost začala být ještě více uplatňovaná během roku 2020. V důsledku světové pandemie se začalo obracet na sociální sítě více uživatelů a témata lidských práv či voleb (jako např. hnutí Black Lives Matter a prezidentské volby ve Spojených státech amerických) byla probírána na sociálních sítích více, jelikož to mnohdy bylo jediným místem, kde lidé mohli vést hromadný dialog. Dle průzkumu, který byl uskutečněn v září 2020, se strávený čas na sociálních sítích během pandemie zvýšil u 72 % respondentů (Wold 2020).

Tato skutečnost má své četné výhody i nevýhody. Výhodou je již zmíněný fakt, že komunikace s politiky nikdy nebyla snazší, lidé mají možnost politika neomezeně oslovit a politické strany a jejich představitelé mají možnost neomezeně informovat uživatele o tématech, které uznají sami za vhodné. Sociální sítě dávají možnost úspěchu i novým či slabším stranám, voliči se o nich lépe dozvědí a poznají je. Političtí představitelé již nemusí čekat na televizní či rozhlasový rozhovor, který by mohl změnit význam jejich slov nebo předem určit jasně vymezené téma, na které by politik musel odpovídat. Nevýhodou je, že technologický pokrok a velké množství informací z mnohdy neověřených zdrojů vytváří prostor pro manipulaci s pravdou. Facebook i Twitter v současné době označují lživé příspěvky, mnohdy se ovšem stane, že se příspěvek stane populárním dříve, než je jako nepravdivý odhalen (Sanz Moreno 2020). Z tohoto důvodu v roce 2016 23 % oslovených Američanů uvedlo, že nevědomě sdíleli nepravdivou informaci a 64 % přiznalo, že v důsledku *fake news* nevědí, jakým informacím mají věřit (Barthel – Mitchell – Holcomb 2016). Analýzy aktivit uživatelů a jejich profilů dovolují politikům vytvářet reklamy a obsah, který bude přímo zaměřený na jejich zájmy či přesvědčení. Problémem však je, že tato data o uživatelích mohou být sbírána bez jejich vědomí a reklamy určené na podporu jednotlivých politiků mohou být financované a vytvářené neznámou stranou (Nott 2020)

Lživé informace jsou vytvářené politiky i jejich voliči. Během irských parlamentních voleb 2020 vznikly webové stránky, které měly za úkol odhalit nepravdivé informace a zamezit tak šíření *fake news*. Uživatelé v Irsku nemají ve zprávách na sociálních sítích důvěru, pouze 17 % dotázaných ve věku 18 až 24 let odpovědělo, že online informacím důvěřují (Shattock 2020). Další hrozbou současné doby je *deep fake*³, který je především šířený na sociálních sítích. Falešně vytvořená videa nevytváří většinou sami politici, ale jejich efekt jim může být k prospěchu. Zároveň mohou skutečné video označit jako *deep fake*, v tom případě je poté obtížné dokázat opak, jako v případě Joaoa Doria, guvernéra Sao Paula⁴ (Thomas 2020). Sociální média tedy pomáhají politikům vytvářet vlastní agendu a získávat voliče, zároveň však pro uživatele i politiky znamenají riziko manipulace a šíření nepravdivých informací.

³ „DEEPPFAKE je technologie na bázi AI, která shromažďováním modelů lidského chování vytváří vlastní modely, které by měly být racionální a inteligentní – tedy simulují lidské chování. Počítač tedy na základě kombinací obrázků a videí dostupných na internetu dokáže předpovědět, jak se určitá osoba v dané chvíli může cítit. Tento nově vytvořený obraz i zvuk se potom často vkládá do už existujícího videa, které má navodit pocit originality. Díky této technologii sledující skutečně může uvěřit, že osoba na videu skutečně, řekla nebo udělala něco, co ve skutečnosti nikdy nedělala” (Popov 2020).

⁴ Jao Dorio byl natočen jako účastník skupinového sexuálního aktu, později řekl, že to byl deepfake a neexistovala možnost, jak mu dokázat opak (Thomas 2020).

3 IRSKÉ POLITICKÉ STRANY V IRSKÝCH PARLAMENTNÍCH VOLBÁCH 2020

Tato práce se bude v druhé části zabývat konkrétní aktivitou irských politických stran v jejich kampani při parlamentních volbách 2020, je tedy důležité jejich bližší představení. V kampani se o parlamentní křesla irského *Dáil Éireann* ucházelo celkem 531 kandidátů, obsazeno bylo po volbách 160 křesel. Volební účast byla 62,9 %. Nejvíce hlasů získala strana Sinn Féin, která obdržela 24,53 % hlasů, čímž skončilo po devíti letech vítězství strany Fine Gael. Fine Gael získala 20,86 % hlasů, ocitla se tím tedy na třetí pozici. Druhý největší počet získaných hlasů obdržela strana Fianna Fáil, s celkovým počtem 22,18 %. Strany, jež byly zmíněny v úvodu a bude s nimi následovně pracováno, získaly následující počet hlasů: Green Party obdržela 7,13 %, Labour Party 4,38 %, Social Democrats 2,90 % a Aontú 1,90 % (Elections Ireland nedatováno). Pro tyto volby platila také kvóta pro minimální počet ženských kandidátů. Pokud strany chtěly finanční podporu od státu, musely mít alespoň 30 % kandidátů ženského pohlaví. Tato kvóta však množství žen v irském *Dáilu* příliš neovlivnila, jelikož bylo ve výsledku zvoleno 77,36 % mužů a 22,64 % žen (Gallagher 2021). Celkový přehled voleb, s ohledem na vybrané strany a porovnáním s parlamentními volbami v roce 2016 je vyobrazen v následující tabulce.

Tabulka 1: Výsledky irských parlamentních voleb v letech 2016 a 2020 u vybraných politických stran

Název strany	2020 Získané hlasy (%)	2020 Počet křesel	2016 Získané hlasy (%)	2016 Počet křesel	Nárůst/ Pokles křesel
Sinn Féin	24,53	37	13,85	23	↑14
Fianna Fáil	22,18	38	24,35	44	↓7
Fine Gael	20,86	35	25,52	49	↓14
Green Party	7,13	12	2,72	2	↑10
Labour Party	4,38	6	6,61	7	↓1
Social Democrats	2,90	6	3,01	3	↑3
Aontú	1,90	1	X	X	X

Zdroj: Vytvořeno autorkou práce pomocí údajů zpracovaných Michaellem Gallagherem (2021).

Na následujících stranách budou představeny jednotlivé politické strany. Jejich popis bude obsahovat i krátké shrnutí jejich volebního programu na rok 2020, aby byl možný obsah facebookových a twitterových účtů během parlamentní volební kampaně 2020 více přiblížen. Jako první bude představena strana, jejíž vítězství bylo mnohými považováno za překvapivé (Quinn 2020). Sinn Féin započala být aktivní již v roce 1905 a od té doby se stala nejvýznamnější levicovou nacionalistickou stranou v Irsku. Existuje nejen v Irské republice, ale také v Severním Irsku a její působení je mnohdy považováno za kontroverzní, jelikož je spojována s organizací IRA⁵ (Kubátová 2020). V době parlamentních voleb byla lídrem Mary Lou McDonald a pod jejím vedením dosáhla strana v roce 2020 vítězství. Toto vítězství je mimo jiné přisuzováno aktivitám na sociálních sítích, což bude podrobněji popsáno v další části této práce (Bray – Hutton 2020). Nejvíce je tato politická strana tradičně volena dělnickou třídou a mladým obyvatelstvem (Gallagher 2020). Sinn Féin dlouhodobě usiluje o sjednocení Severního Irska a Irska, tato skutečnost se promítla také v jejím předvolebním manifestu. Mezi další činnosti, které chtěla strana po volbách uskutečnit, mimo jiné patří snížení bezdomovectví, zvýšení kapacit nemocnic, možnost odchodu do důchodu v 65

⁵ Irská republikánská strana byla irská teroristická organizace, která především v letech 1969 až 1998 usilovala o sjednocení Irského poloostrova.

letech a ochrana environmentu (Sinn Féin 2020: 7–10).

Fianna Fáil, vznikla v roce 1926 a je v počtu let u vlády nejúspěšnější irskou politickou stranou. Řadí se jak mezi konzervativní, tak středo-pravicové nacionalistické strany a stejně jako Sinn Féin podporuje sjednocené Irsko a záchranu irského jazyka. Jak již bylo zmíněno, je historicky nejsilnější irskou stranou, v roce 2011 však v parlamentních volbách ztratila 57 ze svých 77 křesel a jejímu dlouhodobému vládnutí nastal konec. Podporu nejčastěji nachází mezi nejstarší generací (Gallagher 2021). V parlamentních volbách byl jejím lídrem současný irský premiér Micheál Martin a ve svém volebním manifestu prosazovala pět hlavních bodů: kvalitní život pro každého (dostupné daně a zdravotnictví), podporu dostupného bydlení, bezpečnost obyvatel a podporu venkovského obyvatelstva, boj proti klimatickým změnám a silné Irsko na mezinárodní scéně (Fianna Fáil 2020: 7–12).

Fine Gael je dlouhodobě druhou nejvýznamnější politickou stranou, vznikla v roce 1933 a od roku 1937 až 2007 se vždy umístila ve volbách na druhém místě. Změna přišla v letech 2011 a 2017, kdy volby vyhrála. Je středopravicová, v průběhu 20. století zastávala spíše konzervativní názory, což souvisí i s tím, že je tato strana křesťansko-demokratická. V 21. století je považována spíše za liberální stranu, například v otázkách LGBT práv a potratů. Zároveň je považována za stranu, u které se v letech 2016 (Carty 2016) až 2020 (Horgan-Jones – O'Halloran – Roche 2020) nejčastěji vyskytuje negativní kampaň a z tohoto důvodu bývá kritizována. Hlavní podporu získává od střední třídy, farmářů a starší generace (Gallagher 2020). Jejím lídrem je Leo Varadkar, *Taoiseach* v letech 2017 až 2020. Narozdíl od předešlých stran kladla Fine Gael ve svém manifestu z roku 2020 důraz na domluvu s Velkou Británií po Brexitu, stejně jako ostatní však zmiňovala téma daňové reformy, klimatické změny, větší bezpečnosti či pozici Irska v zahraniční politice. Otázce sjednocení irského ostrova nekladla FG takový důraz, podporuje však maximálně otevřené hranice a sjednocení v budoucnosti nevyklučuje (Fine Gael 2020: 5–13).

Green Party je z dosavadně zmíněných stran nejmladší, její vznik se datuje k roku 1981 a řadí se mezi středo-levicový proud. V roce 2007 se stala vládní stranou, tou po boku Fianna Fáil setrvala do roku 2011, ve volbách toho samého roku však přišla o všechna svá křesla. Podobně jako Sinn Féin působí i v Severním Irsku. Program Strany zelených, jejímž lídrem byl v roce 2020 Eamon Ryan, byl v určitých ohledech stejný jako u výše zmíněných stran (podpora bydlení, zdravotnictví), mnohem větší důraz však kladla na ekologii, kdy prosazovala zákaz jednorázových plastů, stavbu větrných elektráren, přidání klauzule o ochraně environmentálního prostředí do ústavy a zalesňování přírody (Green Party 2020: 3). Tento program nacházel podporu především u střední třídy a mladé generace (Gallagher 2020).

Labour Party byla dlouhodobě nejsilnější levicovou stranou, vznikla v roce 1912 a v jejím prvenství ji překonala již zmíněná Sinn Féin. LP ve vládě naposledy působila v letech 2011 až 2016, od tohoto roku je jejím lídrem Brendan Howlin. Za jeden z důvodů poklesu volebních preferencí strany je považována tzv. *Tesco Ad*, kontroverzní negativní kampaň kritizující Fine Gael (Doyle 2012). Volební program strany nebyl rozdílný od programů stran předchozích, opět obsahoval příslib podpory bydlení, zdravotnictví, zmenšení chudoby obyvatel a boj proti klimatickým změnám (Labour Party 2020: 3–9). Labouristé jsou nejčastěji voleni střední i dělnickou třídou (Gallagher 2020).

Social Democrats jsou velmi mladou stranou, založenou v roce 2015 třemi irskými poslanci Stephenem Donnelly, Catherine Murphy a Róisín Shortall, poslední dvě jmenované jsou současnými lídry strany, Stephen Donnelly odešel a stal se členem Fianna Fáil. Její odlišnost od ostatních stran spočívá především tom, že o parlamentní křesla v roce 2020 se ucházelo více ženských kandidátů nežli mužských (Gallagher 2020). V jejím programu k volbám 2020 se opětovně řešily otázky bydlení, klimatické změny, lepšího postavení irské gaelštiny, ale i například sociální problémy, jako jsou migrace, sexuální a domácí násilí, bezplatné školství, práva LGBT či ochrana dětí na sociálních sítích (Social Democrats 2020: 1–4).

Aontú je nejmladší politickou stranou, v roce 2019 ji založil Peadar Tóibín, který původně zastupoval stranu Sinn Féin. SF opustil, jelikož se neshodovala s jeho tvrdým postojem proti interrupcím, který je nyní specifický pro Aontú, což je jedno z témat, které ji činí konzervativní stranou. Dalším specifickým znakem této strany je prosazování sjednoceného Irska, z tohoto důvodu působí také v Severním Irsku (Gallagher 2020). Zrušení potratů a sjednocené Irsko byly také body v manifestu, kde se mimo jiné nacházela jako již obvykle problematika bydlení, zdravotnictví či podpora obyvatelstva, které žije na venkově.(Aontú 2020: passim). Peadar Tóibín byl jediným úspěšným kandidátem z této strany a byl zvolen do *Dáilu*.

4 AKTIVITY LÍDRŮ IRSKÝCH POLITICKÝCH STRAN NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH PŘI PARLAMENTNÍCH VOLBÁCH 2020

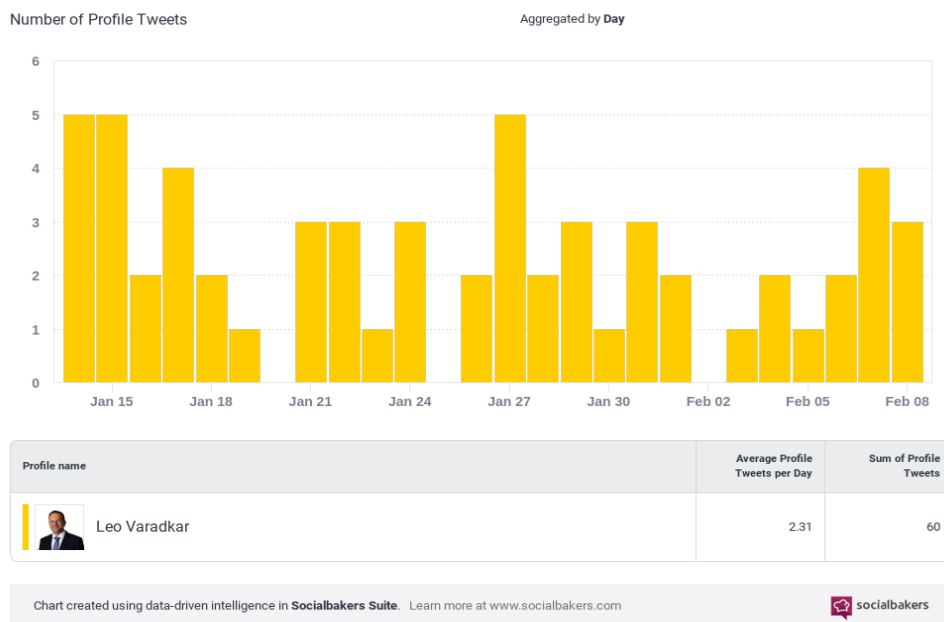
Tato část práce bude věnována konkrétním aktivitám lídrů politických stran na sociálních sítích, konkrétně tedy na Twitteru a na Facebooku. Postup, jakým budou aktivity lídrů zkoumány, byl již zmíněn v úvodu práce, pro jasnost bude však znovu představen. Pomocí platformy *Socialbakers Suite* – tato platforma umožňuje získání statistických informací o četnosti aktivit a interakcí, lze pomocí ní porovnávat aktivity na Twitteru a na Facebooku – se následující strany této práce budou soustředit na nárůst sledujících, počet a druh reakcí od sledujících, četnost aktivity lídrů, průměrný počet dotazů od sledujících a průměrný počet interakcí mezi sledujícími a lídry. Nejprve budou tyto ukazatele zkoumány u jednotlivců, poté budou vzájemně porovnány. Pomocí vzájemného porovnání bude na konci této části vyhodnocen nejúspěšnější lídr na sociálních sítích a bude posouzena podobnost četnosti aktivit a interakcí s výsledky voleb. To vše bude zkoumáno v rozmezí 14. ledna až 8. února 2020.

4.1. Četnost aktivity na Twitteru

Počet zveřejnění tweetů, retweetů⁶ či odpovědi na tweet nám může naznačit, za jak důležitou lidři v předvolební kampani sociální síť Twitter považovali. Na této platformě byli aktivní všichni představitelé z výše představených politických stran. Jako první bude představen lídr strany Fine Gael, Leo Varadkar, který zveřejnil v předem vymezeném období celkem 60 tweetů, 59 retweetů a odpověděl na 27 tweetů ostatních uživatelů.

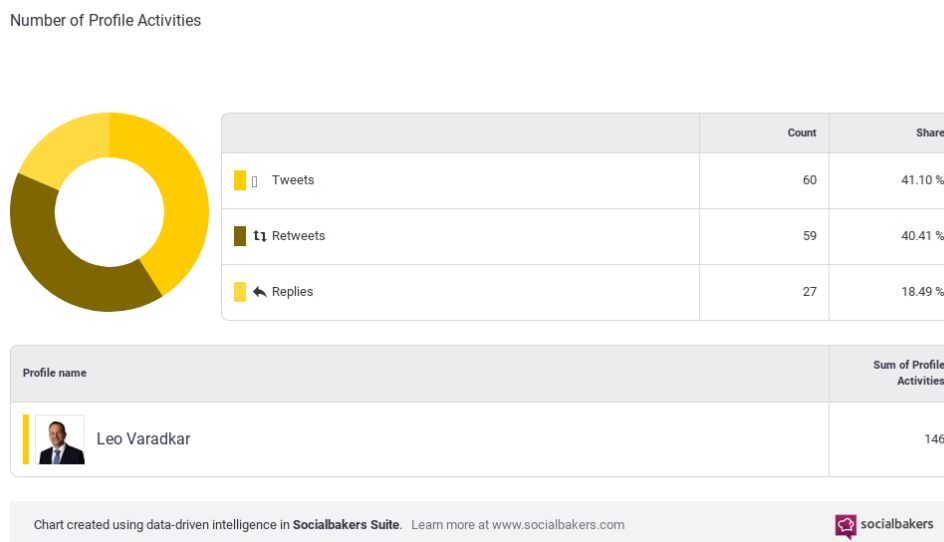
⁶ Sdílení příspěvku, který byl vytvořený jiným uživatelem.

Graf č.1: Počet tweetů Leo Varadkara v jednotlivých dnech



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.2: Druh tweetů Leo Varadkara

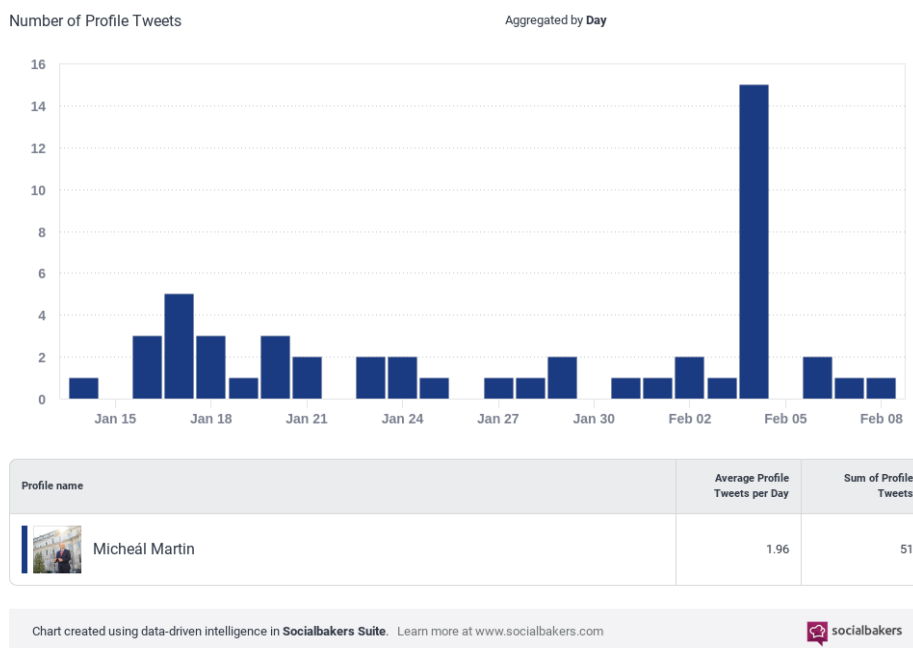


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Dle grafu č.1 lze říct, že nejvíce aktivní byl Leo Varadkar den před vyhlášením voleb, v den vyhlášení voleb a 27. ledna, tedy v den, kdy se konala televizní debata lídrů politických stran. Dle grafu č.2 je viditelné, že poměr tweetů

a retweetů byl téměř rovnoměrný, zatímco odpovědí bylo pouze 18,49 %. Celkem zveřejnil 146 příspěvků. Aktivita Michaéla Martina (Fianna Fáil) byla nižší; zveřejnil celkem 51 tweetů a 5 retweetů.

Graf č.3: Počet tweetů Michaéla Martina v jednotlivých dnech



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

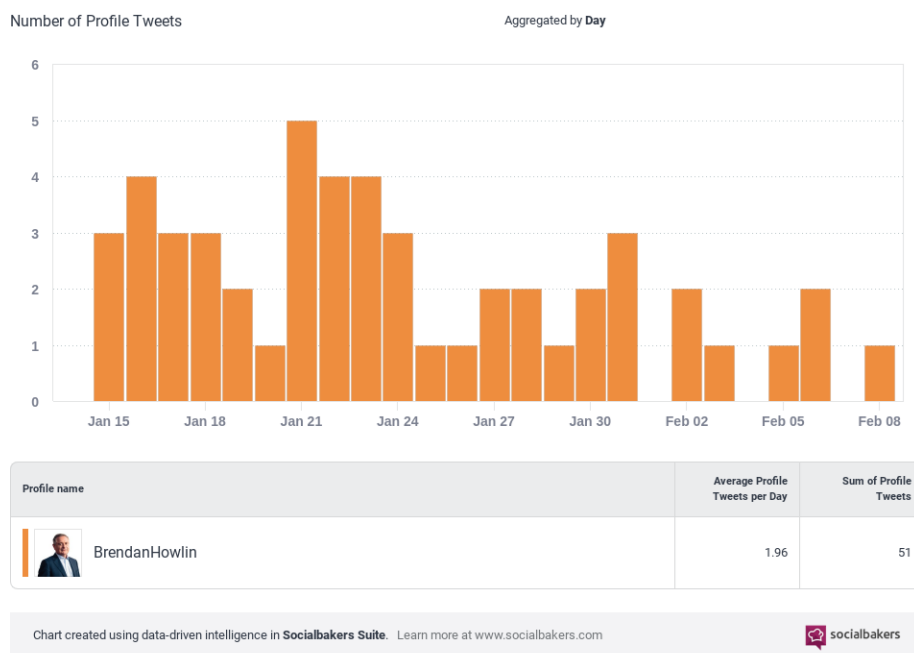
Graf č.4: Druh tweetů Michaéla Martina



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Narozdíl od Leo Varadkara neovlivnilo aktivitu Micheála Martina datum vyhlášení voleb. Jediný den, kdy byla jeho aktivita výrazně větší, byl 4. únor 2020. V tento den zveřejnil lídr Fianna Fáil řadu propagačních příspěvků, v kterých se věnoval některým bodům z volebního programu, jako např. školství či podpoře bydlení. V grafu č. 4 je také zřejmé, že Micheál Martin nekladl důraz na odpovídání na tweety, jelikož nezveřejnil ani jednu odpověď. Celkem zveřejnil o více než polovinu méně příspěvků než Leo Varadkar, tedy 56. Lídr strany Labour Party, Brendan Howlin, byl podobně aktivní jako Micheál Martin, jelikož v období vyhlášení voleb až jejich konání zveřejnil 51 tweetů.

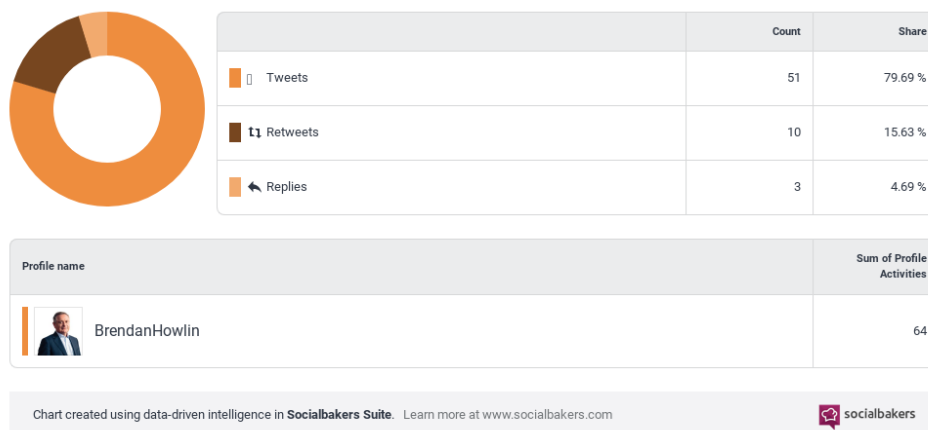
Graf č.5: Počet tweetů Brendana Howlina v jednotlivých dnech



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.6.: Druh tweetů Brendana Howlina

Number of Profile Activities



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

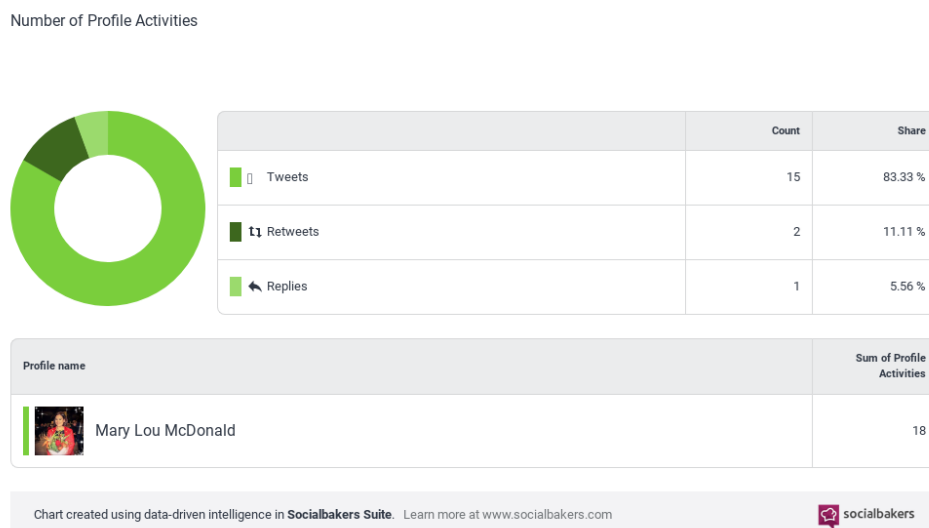
Z 5. grafu lze usoudit, že Brendan Howlin byl aktivní po celou dobu volební kampaně. Nejvíce byl však na Twitteru přítomný 21. ledna 2020, rozdíl oproti ostatním dnům však nebyl výrazný, jednalo se pouze o nárůst o jeden příspěvek a s tímto dnem nebyla spojena žádná událost. V 6. grafu lze spatřit, že lídr Labour Party zveřejnil 10 retweetů a 3 odpovědi. Jeho interakce s uživateli tedy nebyla příliš početná. Prozatím nejméně aktivním ze zmíněných lídrů byla Mary Lou McDonald z Sinn Féin; zveřejnila pouhých 15 tweetů.

Graf č.7.: Počet tweetů Mary Lou McDonald v jednotlivých dnech



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.8.: Druh tweetů Mary Lou McDonald

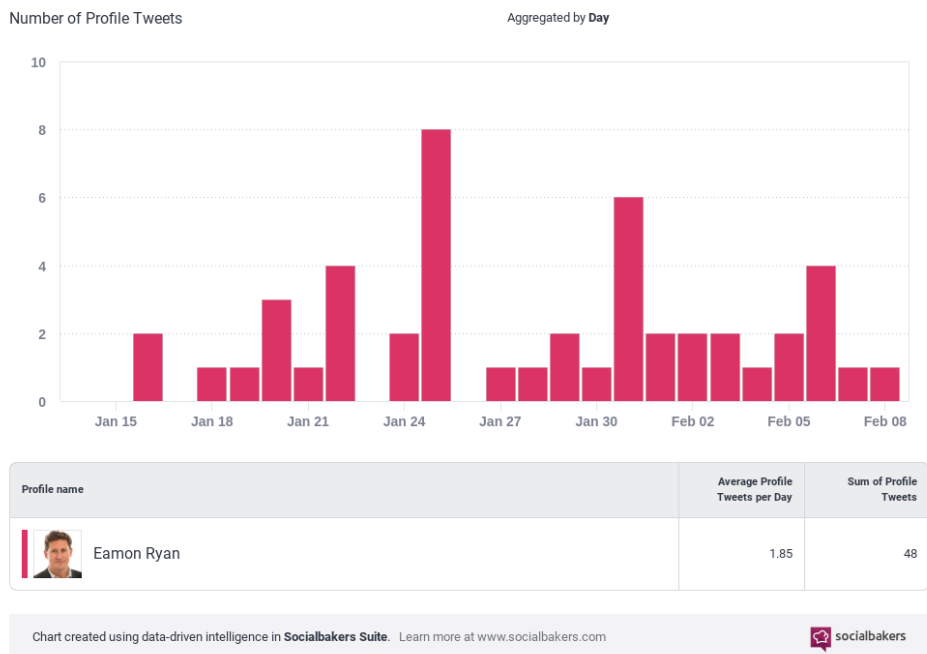


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č. 7 zobrazuje, že Mary Lou McDonald zveřejnila průměrně 0,58 příspěvků denně a pouze dvakrát za zkoumané období zveřejnila alespoň 2 příspěvky za den. Zároveň zveřejnila pouze 2 retweety a 1 odpověď, její aktivita na Twitteru tedy byla alespoň v porovnání s ostatními velmi nízká. Opačné

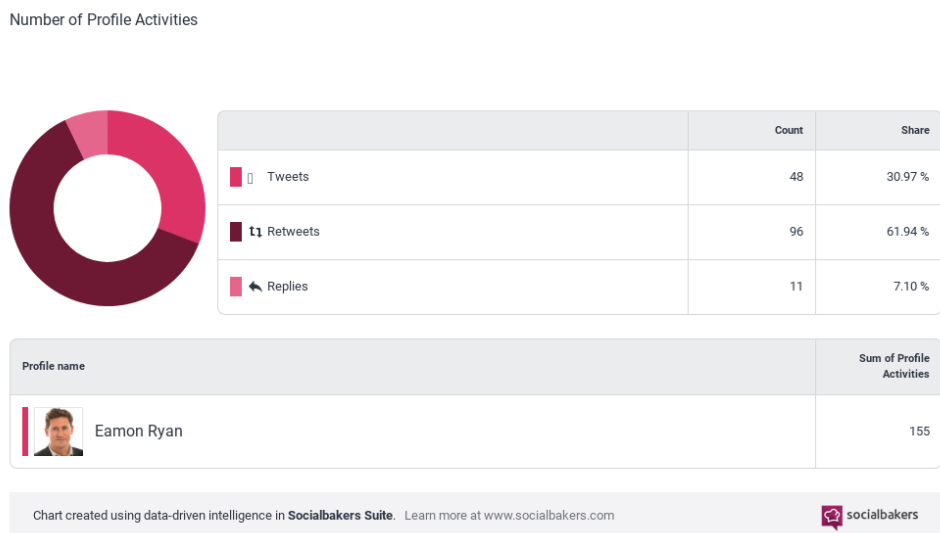
prozatímní prvenství měl lídr Green Party, Eamon Ryan.

Graf č.9: Počet tweetů Eamon Ryana v jednotlivých dnech



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.10: Druh tweetů Eamon Ryana



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Eamon Ryan zveřejnil celkem 48 svých tweetů, nejvíce aktivní byl 25. ledna 2020, toto datum však nemělo žádný zvláštní význam či specifický druh

příspěvků. Ryan je prozatím prvním uživatelem, který zveřejnil více retweetů nežli tweetů. Retweetů sdílel 96, což bylo 61,94 % z jeho celkové aktivity. Svých vlastních tweetů zveřejnil necelých 31 %. Odpověděl na 11 příspěvků a jeho celkový počet aktivit byl 155. Lídrem, který nebyl na Twitteru během volební kampaně téměř vůbec aktivní byl představitel Aontú, Peadar Tóibín. Ten za celé období sdílel pouze 6 retweetů, z tohoto důvodu u něj nebude uveden žádný graf. Velmi podobnou aktivitu měla Catherine Murphy, jedna ze dvou lídrů strany Social Democrats. Catherine Murphy zveřejnila pouze 7 svých tweetů a 3 retweety, pro vytvoření grafu, který by zobrazoval podrobně její aktivitu tedy není dostatek dat. Její aktivitu na Twitteru nahradila druhá lídryně Social Democrats, Róisín Shortall.

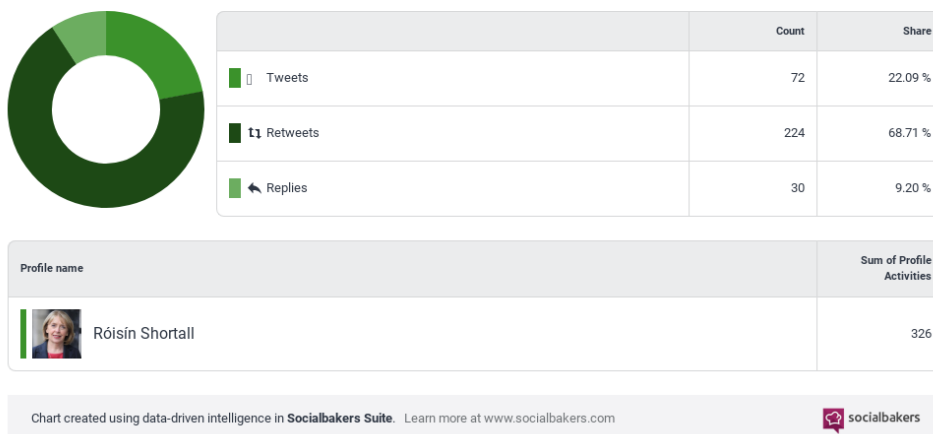
Graf č.11: Počet tweetů Róisín Shortall v jednotlivých dnech



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.12: Druh tweetů Eamon Ryana

Number of Profile Activities



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Dle grafu č. 11. Róisín Shortall zveřejnila v daném období celkem 72 vlastních tweetů. Nejvíce aktivní byla 6. února 2020, kdy zveřejnila 15 tweetů. V tento den se účastnila televizní debaty a pomocí příspěvků její účast propagovala. Graf č.12 znázorňuje, že Shortall sdílela ze všech lídrů nejvíce retweetů, celkem 224 a odpověděla na 30 příspěvků. Celkem byla aktivní 326krát, čímž se stala nejvíce aktivním lídrem na Twitteru. V následující tabulce bude srovnání počtu celkových aktivit lídrů s výsledky voleb, aby bylo zjištěno, zdali tyto dva údaje vykazují podobnost. Lídři budou seřazeni dle jejich počtu aktivit a v druhé části tabulky bude uvedeno jejich umístění ve volbách.

Tabulka č. 2.: Porovnání výsledků voleb s celkovým počtem aktivit na Twitteru

Jméno a strana	Počet aktivit	Pořadí jednotlivých stran dle počtu získaných hlasů ve volbách
Róisín Shortall a Catherine Murphy (SD)	333	6.
Eamon Ryan (GP)	155	4.
Leo Varadkar (FG)	146	3.
Brendan Howlin (LP)	64	5.
Micheál Martin (FF)	56	2.
Mary Lou McDonald (SF)	18	1.
Peadar Tóibín (Aontú)	6	7.

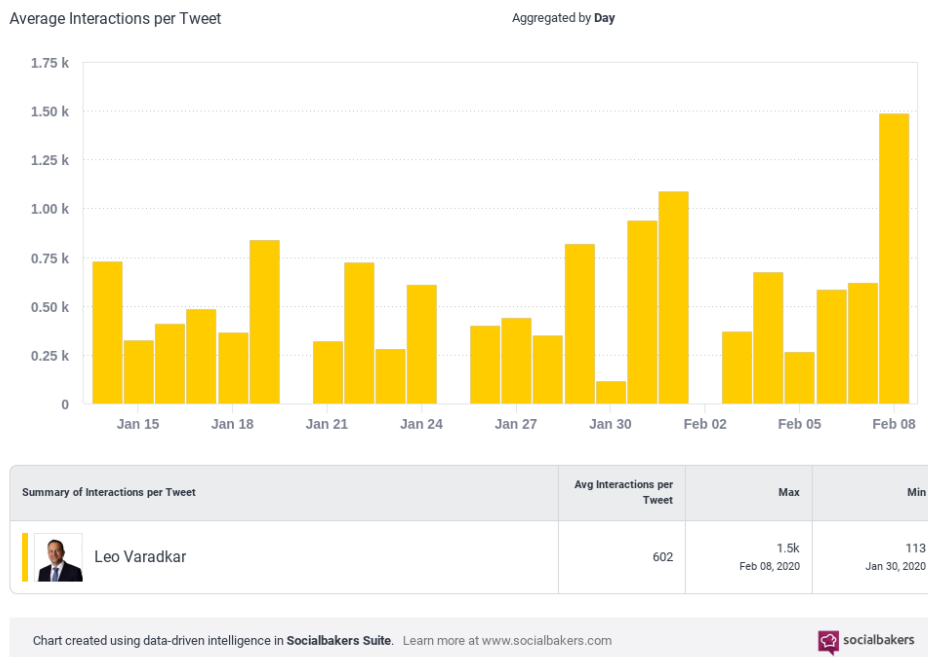
Zdroj: Vytvořeno autorkou práce na základě dat získaných prostřednictvím Socialbakers Suite.

V tabulce je znázorněno, že počet aktivit neodpovídal pořadí stran ve volbách. Pořadí se shodovalo pouze v případě Fine Gael a Aontú, v tomto případě však můžeme hovořit jen o pouhé náhodě. Spíše lze říct, že úspěšnější strany ve volbách měly méně aktivní lídry. Nejvíce aktivní byly po sečtení jejich aktivit na Twitteru lídři strany Social Democrats, Green Party a Fine Gael, naopak nejméně aktivní lídři Aontú, Sinn Fein a Fianna Fáil.

4.2. Počet a druh interakcí od sledujících na Twitteru

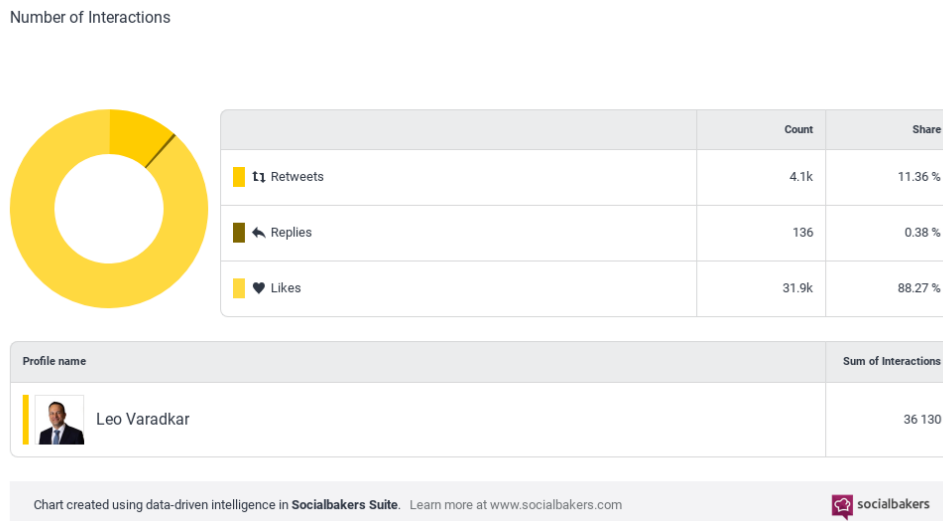
Poté, co byly představeny aktivity samotných lídrů, je důležité představit i aktivity uživatelů, kteří na Twitteru lídry sledují. Je možné, že počet reakcí na jednotlivé lídry je ovlivněn tím, kolik sledujících v dané době měli. Bohužel však nejsou dostupné údaje, které by tuto teorii mohli podpořit, tato možnost tedy zůstane jen pouhou domněnkou. Na závěr této kapitoly bude představen alespoň současný počet sledujících všech lídrů, aby bylo určeno, zdali existuje souvislost v současné době. Jako první bude opět představen Leo Varadkar.

Graf č.13.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Leo Varadkara



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.14: Druh reakcí na tweet Leo Varadkara

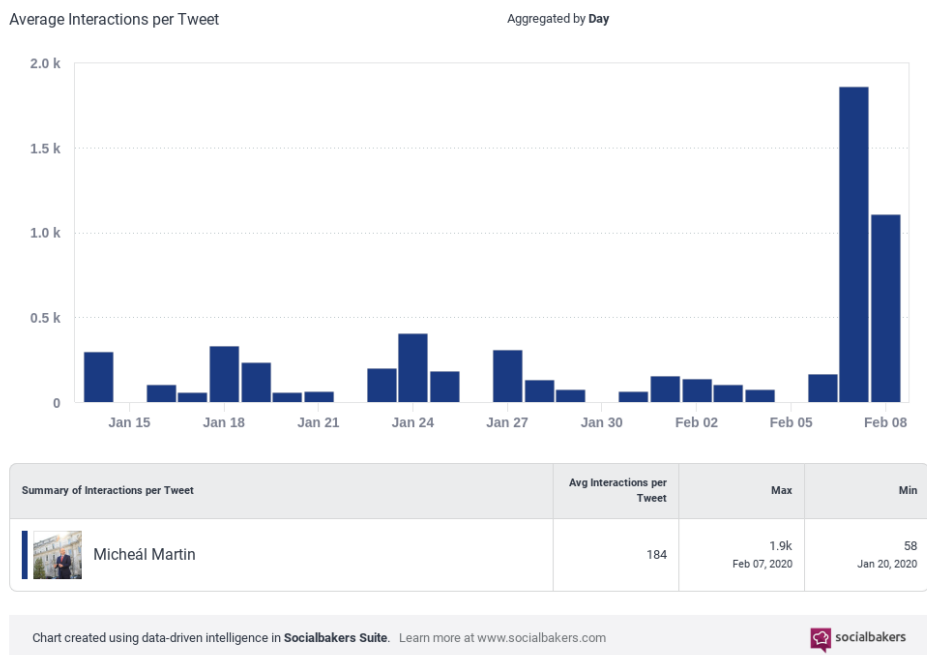


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Dle grafu č. 13 byl průměrný počet reakcí na tweety *Taoiseacha* Varadkara byl 602, nejvíce jich poté obdržel v den voleb, 8. února 2020. Graf č. 14 znázorňuje, že na jeho příspěvky uživatelé odpovídali minimálně, převážně jeho

sledující reagovali pomocí *like*, který bude v této práci označován tím, že se uživatelům příspěvek líbil. Celkem Leo Varadkar získal 36 130 reakcí. Méně populárním byl Micheál Martin.

Graf č.15.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Micheála Martina



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

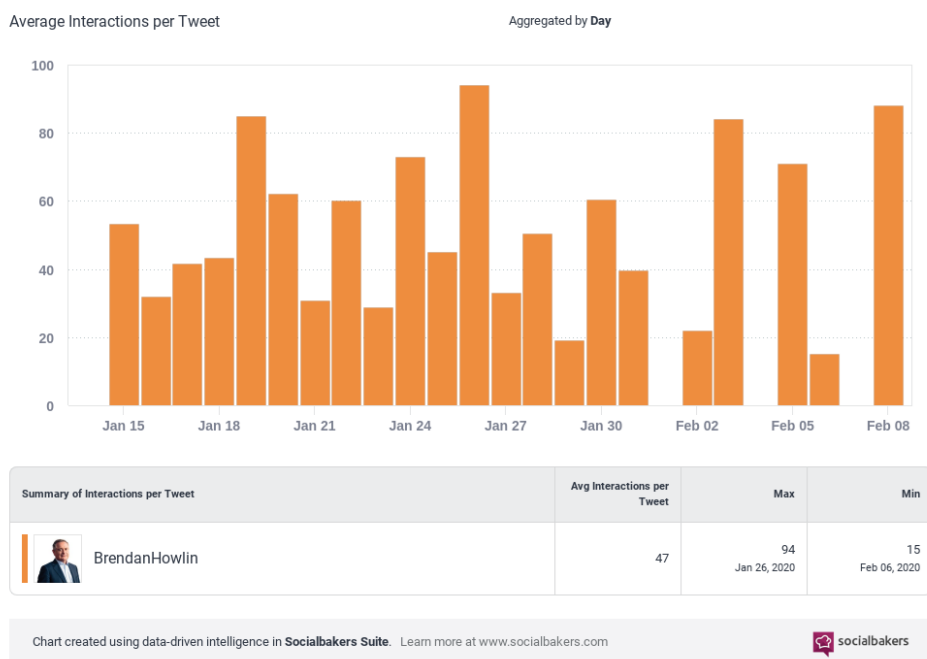
Graf č.16.: Druh reakcí na tweet Micheála Martina



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Micheál Martin obdržel dle grafu č. 15 průměrně 184 reakcí na jeden tweet, nejvíce úspěšným dnem pro něj byl den před volbami, 7. února 2020. Není to den, kdy byl nejvíce aktivní, zveřejnil však svojí fotku před jeho rodným domem, která získala na Twitteru úspěch. Martin dle grafu č. 16 neobdržel ani jednu odpověď na jeho tweety, převážně se jeho uživatelům tweety pouze líbily. Celkem získal 9 371 reakcí na jeho příspěvky. Méně populárním byl Brendan Howlin.

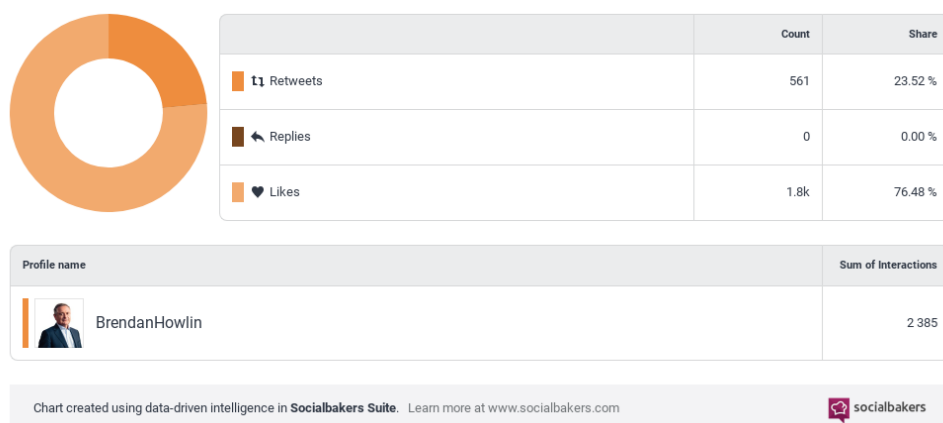
Graf č.17.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Brendana Howlina



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.18: Druh reakcí na tweet Brendana Howlina

Number of Interactions



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

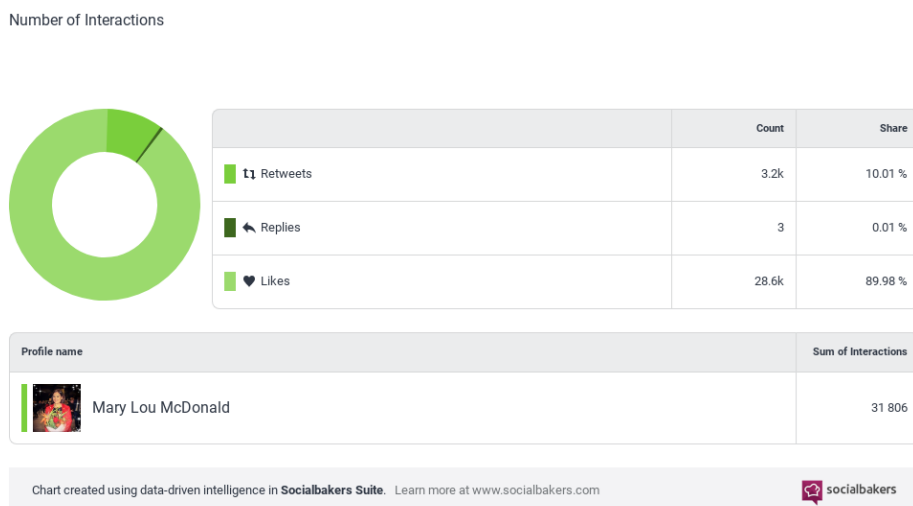
Graf č. 17 zobrazuje, že Brendan Howlin průměrně obdržel pouze 47 reakcí na jeho příspěvek denně. Nejvíce obdržel pouze 94 reakcí a to 26. ledna 2020, kdy vyjádřil svou podporu ženám v politice a nazval se feministou. Stejně jako Micheál Martin nezískal žádnou odpověď na jeden z jeho tweetů. Dle grafu č. 18 poměr příspěvků, které se jeho sledujícím líbily a které retweetly, byl však bližší než u předešlých lídrů. Celkem získal pouze 2368 reakcí. Lídrem s překvapivým výsledkem byla Mary Lou McDonald.

Graf č.19.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Mary Lou McDonald



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.20.: Druh reakcí na tweet Mary Lou McDonald

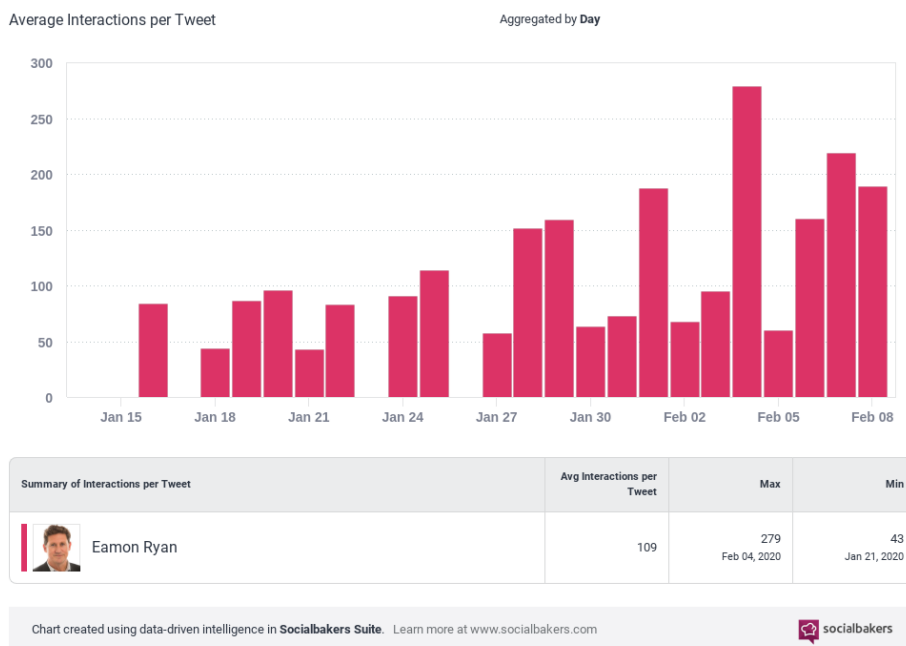


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Přestože byla dle grafu č. 19 Mary Lou McDonald jedním z lídrů, který měl v daném období malou aktivitu, reakce od jejích sledujících patří mezi ty nejvyšší. Průměrná reakce na jeden z jejích příspěvků byla 2100 denně, nejvíce uživatelé interagovali s tweety ze dne 3. února 2020, kdy byl denní průměr 12 300. V tento

den McDonald zveřejnila tweet o přijetí pozvání do televizní debaty. Dle grafu č. 20 odpověděla na tři tweety a nejčastěji se uživatelům její příspěvky líbily. Celkem získala 31 806 reakcí. Eamon Ryan, jeden z nejvíce aktivních lídrů, získal o poznání méně reakcí od sledujících.

Graf č.21.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Eamona Ryana



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.22.: Druh reakcí na tweety Eamona Ryana



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Eamon Ryan získal dle grafu č. 21 průměrně za dané období 109 reakcí denně, největší ohlas získaly jeho příspěvky 4. února 2020, kdy počet interakcí dosáhl čísla 279. Graf č. 22 znázorňuje, že Ryan odpověděl na 5 tweetů ostatních uživatelů, a tak jako u ostatních lídrů, nejvíce uživatelům se jeho příspěvky líbily. Jak již bylo zmíněno v první části páté kapitoly, Peadar Tóibín byl v daném období aktivní pouze 6krát, z čehož žádná z jeho aktivit neobdržela žádnou interakci od sledujících, nebude tedy znázorněna grafem. Catherine Murphy byla i přes stejně nízkou aktivitu úspěšnější.

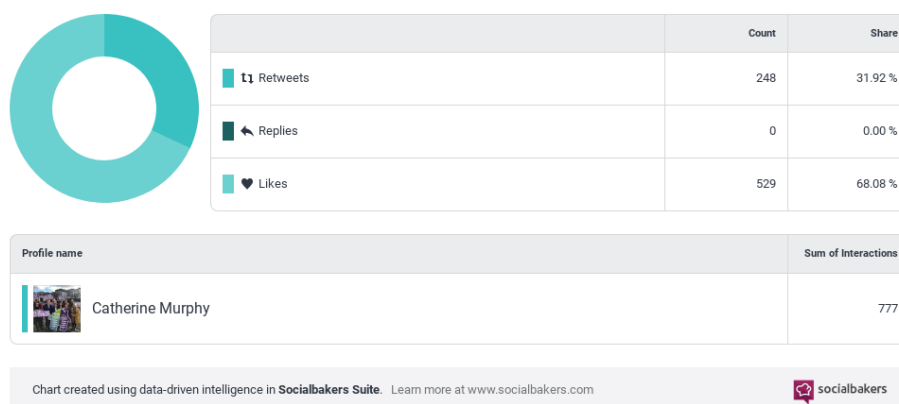
Graf č.23.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Catherine Murphy



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suit.

Graf č.24.: Druh reakcí na tweety Catherine Murphy

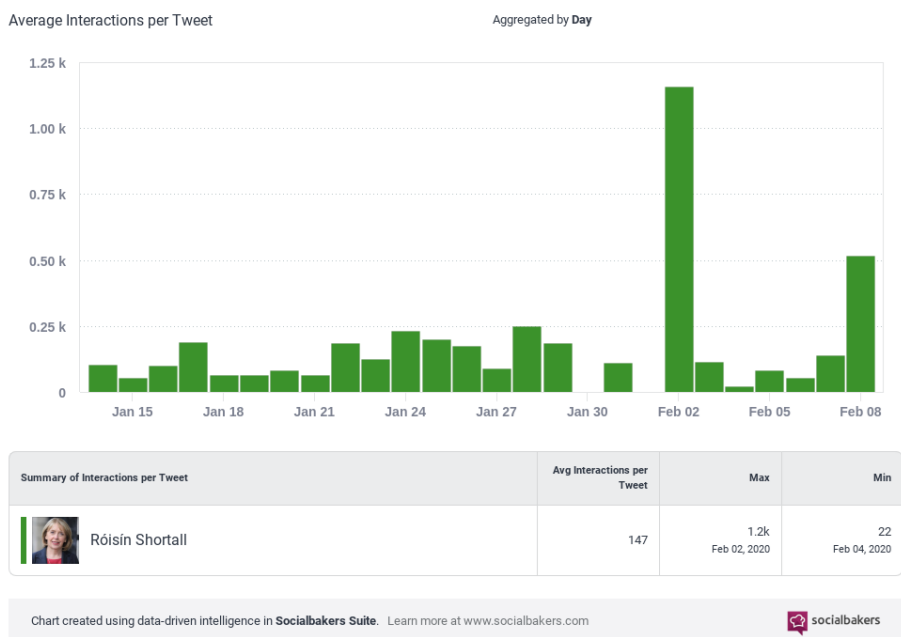
Number of Interactions



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č. 23 ukazuje, že Catherine Murphy zveřejnila pouze 7 svých tweetů, přesto byl její denní průměr na jeden tweet 111 reakcí, nejvíce jich získala 6. února 2020. V tento den zveřejnila video, kde řeší otázku Irské fotbalové asociace a příspěvek, kde vyzývá k volení Social Democrats. Dle grafu č. 24 neobdržela odpověď na žádný z jejích příspěvků, poměr retweetů a příspěvků, které se uživatelům pouze líbily, byl však nejvíce rovnoměrný ze všech ostatních lídrů. Celkem na její příspěvky lidé reagovali 777krát. Druhý lídr strany zaznamenal větší počet interakcí.

Graf č.25.: Průměrný počet reakcí na jeden tweet Róisín Shortall



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.26.: Druh reakcí na tweety Róisín Shortall



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Róisín Shortall dle grafu č. 25 denně obdržela průměrně 147 reakcí na jeden tweet, nejvíce interaktovalo s jejím příspěvkem 1200 osob 2. února 2020. V tento den se účastnila televizní debaty. Graf č. 26 znázorňuje, že Róisín Shortall odpověděl na tweet pouze jeden uživatel, nejvíce se sledujícím příspěvky pouze líbily. Celkem získala 10 608 interakcí. V následující tabulce budou porovnány

počty interakcí s počtem aktivit lídrů, jména lídrů budou seřazena dle jejich počtu sledujících k datu 28. března 2021, jenž bude zaokrouhlen na celé tisíce. Počty interakcí Róisín Shortall a Catherine Murphy budou sečteny, jelikož jsou pro potřeby této práce brány zároveň jako jeden politický celek. Jejich počet sledujících a aktivit bude sečten také.

Tabulka č.3.: Současný počet sledujících a aktivit v daném období jednotlivých lídrů a počet interakcí od jejich sledujících v daném období

Jméno a strana	Počet sledujících v tisících (28.3.2021)	Počet aktivit (14.1.-8.2.2020)	Počet interakcí od sledujících (14.1.-8.2.2020)
Leo Varadkar (FG)	416	146	36 130
Mary Lou McDonald (SF)	153	18	31 806
Micheál Martin (TD)	132	56	9371
Róisín Shortall a Catherine Murphy (SD)	48	333	11 385
Eamon Ryan (GP)	41	155	5229
Peadar Tóibín (Aontú)	13	6	0
Brendan Howlin (LP)	6	64	2385

Zdroj: vytvořeno autorkou práce.

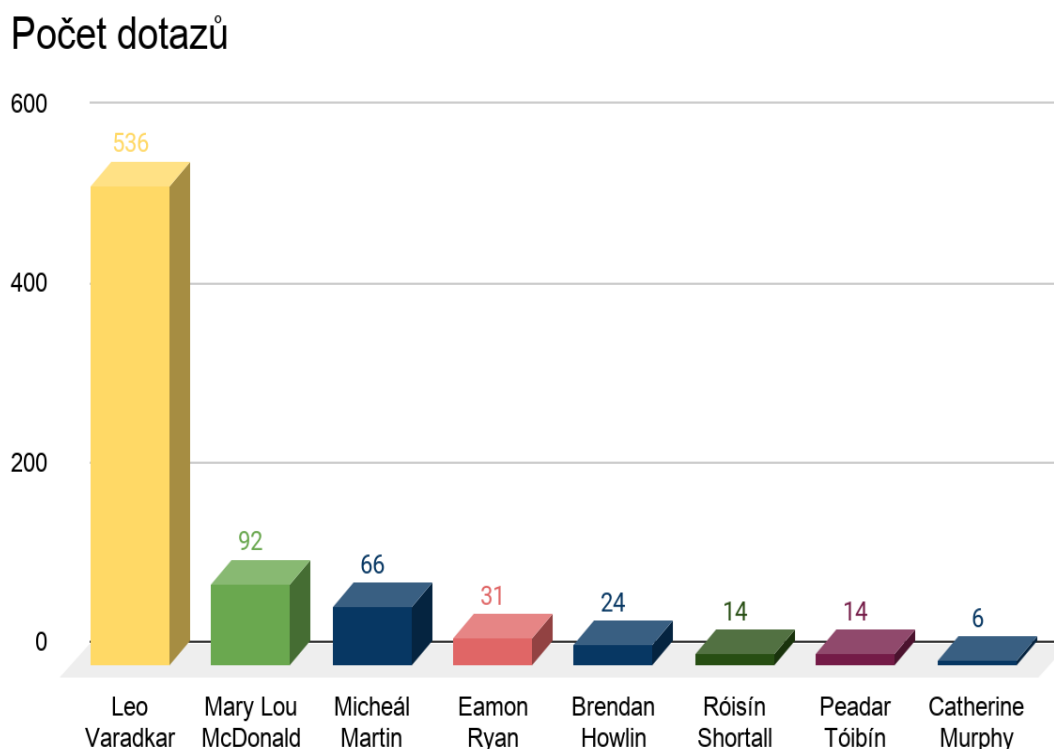
Dle tabulky vyplývá, že pokud se pořadí lídrů podle sledujících během jednoho roku příliš nezměnilo, odpovídá počet interakcí právě počtu sledujících. Počet samotných aktivit lídrů nehraje příliš velkou roli v tom, kolik interakcí představitel strany obdrží.

4.3. Počet dotazů směřovaných lídrům na Twitteru

Dalším údajem, jenž může poukázat na popularitu jednotlivých lídrů, je počet dotazů, které na ně byly na Twitteru směřovány. Jelikož je to pouze jeden údaj, nebude věnována pozornost každému lídrovi zvlášť, ale dojde přímo k porovnání

lídrů. Jednotliví představitelé měli možnost na dotazy odpovědět, nikdo z nich to však nevyužil, nebude tedy tato skutečnost dále rozvíjena. Za dotazy se považuje tweet, který obsahuje označení lídra symbolem @ a je zakončen otazníkem. Nemusí být reakcí na již vytvořený příspěvek lídrem, uživatel ho může vytvořit jako příspěvek samostatný.

Graf č.27.: Počet dotazů určených lídrům na Twitteru



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí údajů dostupných z Socialbakers Suite.

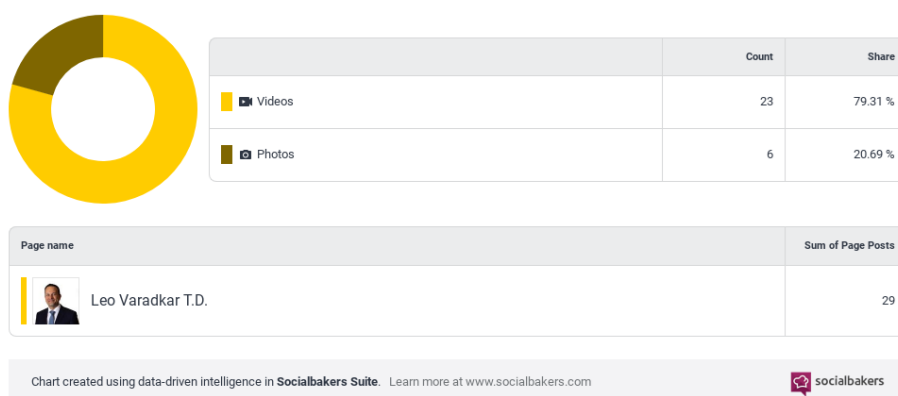
Jediným lídrem, který obdržel více než 100 dotazů byl Leo Varadkar. Varadkarovi položili uživatelé 536 dotazů, ale jak již bylo zmíněno výše, v té době byl irský *Taoiseach*. Je tedy pravděpodobné, že obdržel značně vyšší počet dotazů právě z tohoto důvodu. Pokud by se sečetly dotazy Róisín Shortall a Catherine Murphy, znamenalo by to pro vedení strany Social Democrats celkem 20 otázek a nejméně dotazovaným by se stal Peadar Tóibín, jinak by jím byla Catherine Murphy. Celkový počet dotazů položených lídrům téměř naprosto odpovídá pořadí počtu interakcí od sledujících.

4.4. Četnost a druh příspěvků zveřejněných na Facebooku

Facebook je další platformou, kterou využívali všichni lídři, s výjimkou Brendana Howlina. V této práci bude tedy lídr Labour Party považován za znevýhodněného a na konci této práce bude jeho nepřítomnost na jedné ze dvou největších sociálních platform zhodnocena. Nejprve bude představena, podobně jako na Twitteru, četnost aktivity jednotlivých lídrů. Poté bude vždy ukázáno, zdali irští lídři sdíleli videa, fotografie, příspěvky bez příloh (statusy) nebo odkazy. Jako první bude opět představen Leo Varadkar, který měl na Facebooku nižší aktivitu než na Twitteru.

Graf č.28.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Leo Varadkarem

Number of Page Posts with Post Types

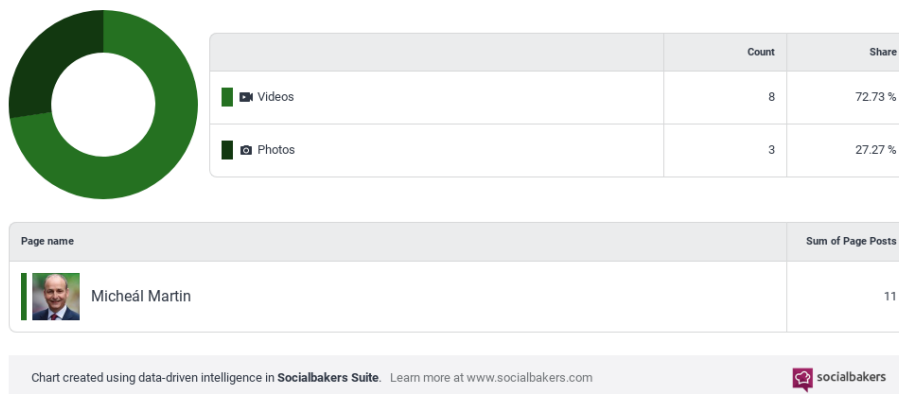


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Dle grafu č. 28 *Taoiseach* zveřejnil celkem 29 příspěvků, z nichž 23 bylo videí a pouze 6 fotografií. Z deseti jeho nejvíce populárních příspěvků bylo 9 videí, lze tedy usoudit, že i z tohoto důvodu sdílel nejvíce právě videa. Z dostupných údajů bylo zjištěno, že nejvíce aktivním na Facebooku byl Varadkar ve třech dnech a to 28. ledna, 6. a 7. února, kdy vždy zveřejnil tři příspěvky. 6. a 7. února se ve svých příspěvcích soustředil na vyzývání občanů k volbám. Méně aktivním lídrem byl, stejně jako na Twitteru, Micheál Martin.

Graf č.29.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Micheálem Martinem

Number of Page Posts with Post Types



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č. 29 znázorňuje, že Micheál Martin na Facebooku sdílel 11 příspěvků a podobně jako Leo Varadkar většina z nich byla videa. Jeho průměrný počet příspěvků za den byl 0,42, aktivitu měl tedy skutečně nízkou. Vždy zveřejnil pouze jeden příspěvek za den, výjimkou byl 19. leden, kdy navštívil Douglas v Corku, aby se tam mohl setkat s voliči. Na tuto událost v ten den poukázal třikrát. Mary Lou McDonald byla naopak na Facebooku velmi aktivní.

Graf č.30.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Mary Lou McDonald

Number of Page Posts with Post Types

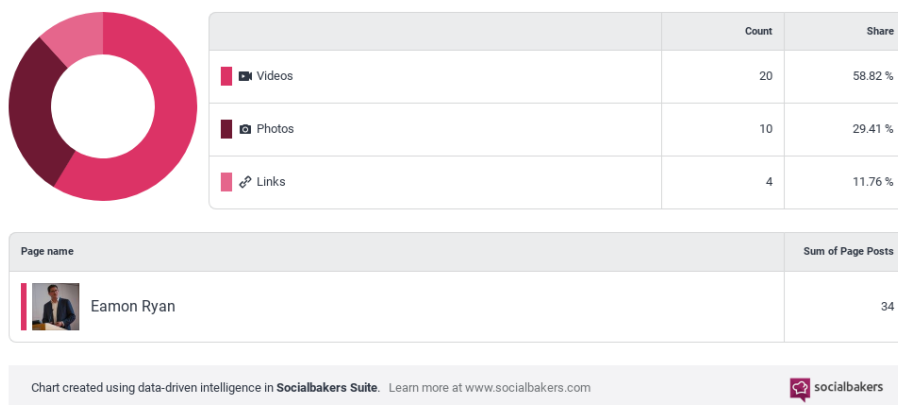


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite

Lídryně Sinn Féin zveřejnila dle grafu č. 30 celkem 44 příspěvků, většina z nich (33) byla videa. Z deseti jejích nejpopulárnějších příspěvků bylo 6 videí. Narozdíl od již předchozích zmíněných lídrů sdílela Mary Lou McDonald i samotné statusy a odkazy, těch však bylo méně než videí. Nejvíce aktivní byla stejně jako Leo Varadkar tři dny a to 22. ledna, 6. a 8. února. Každý z těchto příspěvků byl vyzváním k volbě Sinn Féin, kromě jednoho, ten se týkal nepozvání strany do televizní debaty. Podobnou aktivitu jako McDonald měl Eamon Ryan.

Graf č.31.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Eamonem Ryanem

Number of Page Posts with Post Types



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č. 31 znázorňuje, že Eamon Ryan celkem zveřejnil 34 příspěvků a i u něj byla nejčastějším druhem videa. Stejně jako McDonald, zveřejnil zároveň také 4 odkazy. Sedm z jeho deseti nejvíce úspěšných příspěvků byla videa, tedy i u něj platí, že sdílení videí bylo zajímavé i pro jeho facebookové sledující. Eamon Ryan byl výrazně nejvíce aktivní 7. února, jelikož v tento den zveřejnil 12 příspěvků (jeho denní průměr byl jeden příspěvek), které se týkaly jeho účasti v televizní debatě, vyzváním k volení Green Party a ochrany životního prostředí. Nejvíce aktivním lídrem na Facebooku byl Peadar Tóibín.

Graf č.32.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Peadarem Tóibínem

Number of Page Posts with Post Types

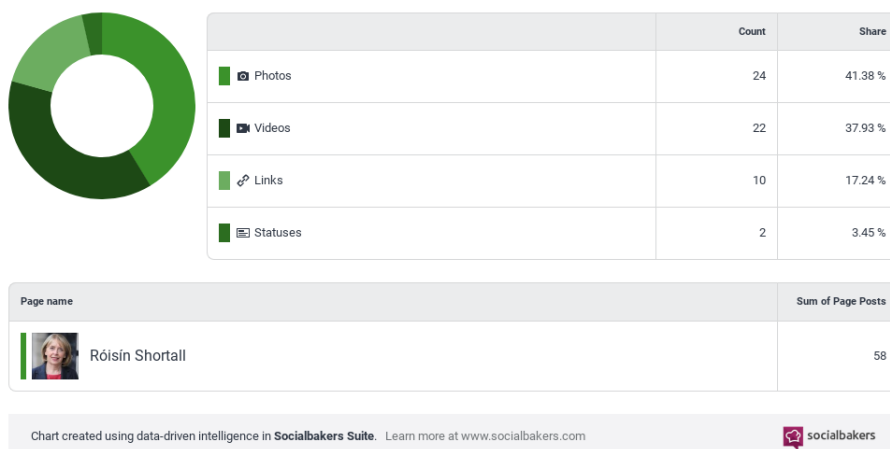


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Lídr Aontú jako jediný zvolil odlišnou strategii a dle grafu č. 32 sdílel převážně fotografie (63). Přestože sdílel pouze 24 videí, 4 z nich byla v jeho deseti nejúspěšnějších příspěvcích. Sdílel také největší počet odkazů (14). Nejvíce aktivní byl přímo v den voleb, tedy 8. února, kdy zveřejnil 7 příspěvků. Většina z těchto příspěvků se týkala výzývaní k volení Aontú. Lze tedy říct, že svou neaktivitu na Twitteru nahradil nadprůměrnou aktivitou na Facebooku. To však nelze tvrdit o Catherine Murphy, která byla málo aktivní na Twitteru, na Facebooku však nezveřejnila příspěvek žádný. Více Social Democrats na Facebooku zastupovala Róisín Shortall.

Graf č.33.: Četnost a druh příspěvků zveřejněných Róisín Shortall

Number of Page Posts with Post Types



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

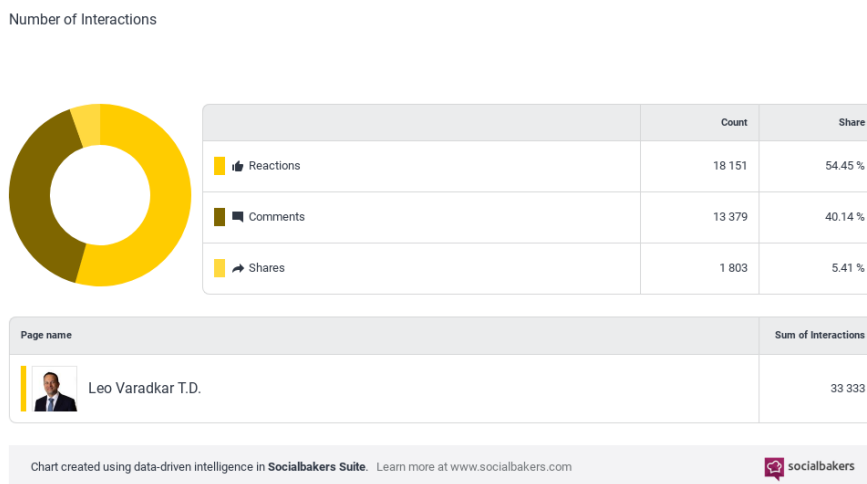
Dle grafu č. 33 představitelka Social Democrats zveřejnila celkem 56 příspěvků a jako jediná měla téměř vyrovnaný poměr fotografií a videí. Téměř vyrovnaný poměr byl i mezi jejími nejúspěšnějšími příspěvky, 4 z nich byla videa a 5 bylo fotografií (jeden byl odkaz). Odkazů sdílela 10. Nejvíce aktivní byla čtyři dny (31. ledna, 3., 5. a 6. února), kdy pokaždé zveřejnila 4 příspěvky. Jejich nejčastějším tématem byly jednotlivé body volebního manifesta, televizní debata a výzva občanů k volení Social Democrats.

4.5. Četnost a druh reakcí na příspěvky lídrů na Facebooku

V následujících stranách bude věnována pozornost tomu, jaké ohlasy měly příspěvky lídrů a jejich sledujících. Nejprve bude zjištěno, jaký poměr komentářů, reakcí a sdílení příspěvky získaly. Následně bude zjištěno, jaké reakce příspěvky obdržely. Jak již bylo zmíněno v úvodu, na Facebooku mohou uživatelé reagovat pomocí *like*, *wow*, *happy*, *sad*, *love*, *angry* a *haha*. Každá z těchto reakcí s sebou přináší určitou emoci. Jak již anglické názvy napovídají, *like* bude použit, pokud se uživateli bude příspěvek líbit, *wow* označuje nadšení, *happy* je šťastnou reakcí, *sad* naopak smutnou, *love* vyjadřuje ještě větší zalíbení nežli reakce *like* a *haha* je použito, pokud uživatele příspěvek pobavil. Komplikovanější vysvětlení nastává

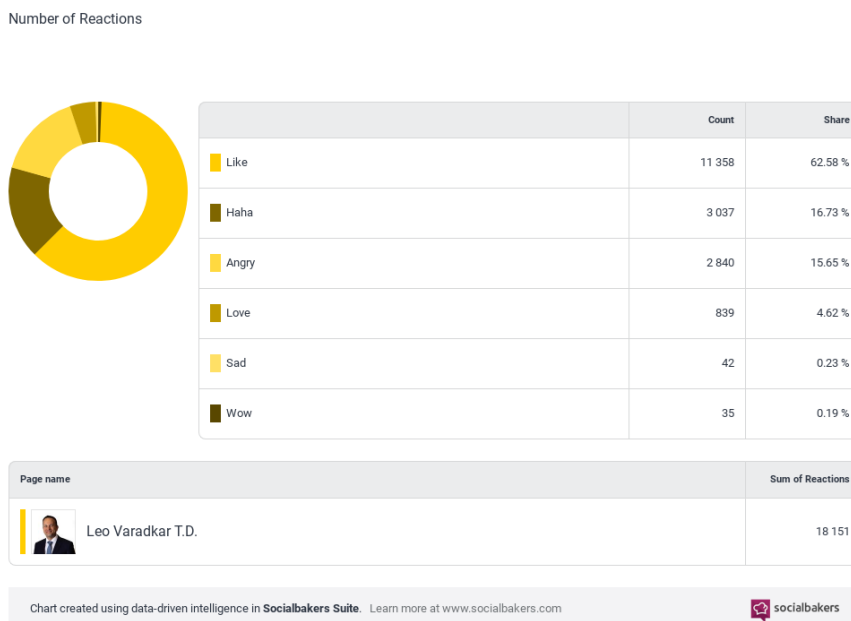
u reakce *angry*, jelikož nelze jistě říct, jestli byl uživatel rozrušen obsahem příspěvku, nebo je tato reakce zamýšlena jako negativní názor na lídra samotného. Pokud tedy bude u daného lídra větší množství právě této reakce, bude krátce zhodnoceno, která z těchto dvou možností nastala.

Graf č.34.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Leo Varadkara



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

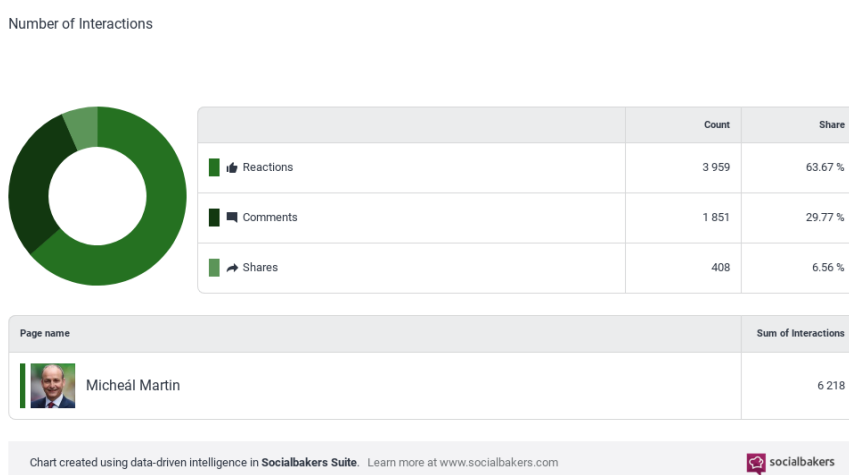
Graf č.35.: Druh reakcí na příspěvky Leo Varadkara



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Leo Varadkar dle grafu č. 34 obdržel celkem 33 333 interakcí na jeho příspěvky. Nejčastěji uživatelé odpovídali jednou ze zmíněných reakcí, podobně časté však byly i komentáře. Nejméně se poté jeho příspěvky sdílely, tato možnost byla zvolená pouze v 5,41 %. Graf č. 35 znázorňuje, že reakce byly převážně kladné, více než polovina příspěvků se uživatelům pouze líbila. Nejvíce úspěšným příspěvkem bylo pozvání k volbám ze dne 7. února 2020 (Varadkar 2020). Tento příspěvek také obdržel nejvíce reakcí *like* (625), poté však získal velké množství *haha* (477) a *angry* (315). Vzhledem k povaze videa lze předpokládat, že tyto dvě reakce byly zamýšlené především negativně k osobě Leo Varadkara. Reakce *love* obdržel Leo Varadkar 839, v pouhých desetinách procenta se vyskytovaly reakce *sad* a *wow*. Méně reakcí obdržel Micheál Martin.

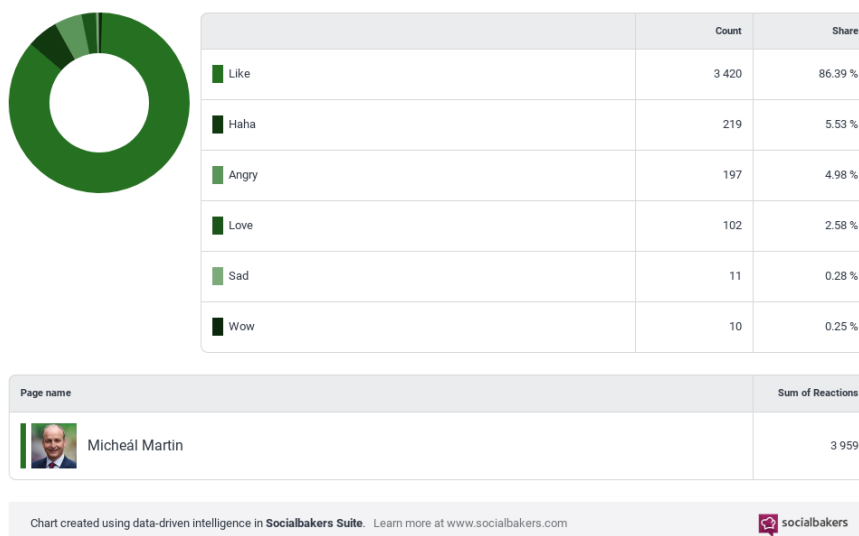
Graf č.36: Druh a četnost interakcí na příspěvky Micheála Martina



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.37.: Druh reakcí na příspěvky Micheála Martina

Number of Reactions

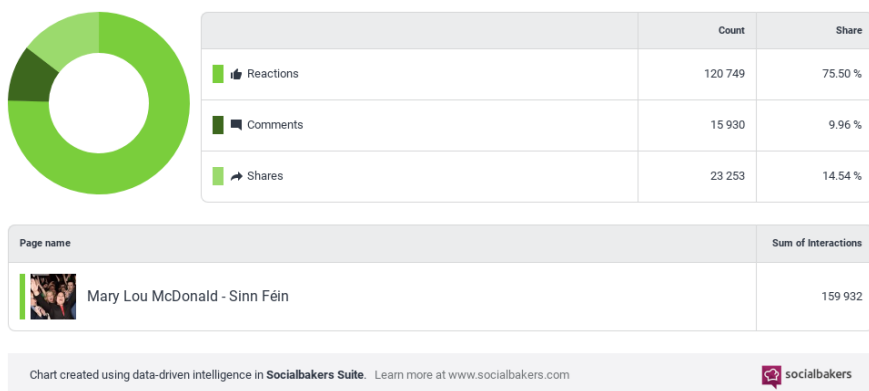


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Dle grafu č. 36 je zřejmé, že Micheál Martin obdržel méně reakcí než Varadkar (6218), což ovšem lze přisuzovat tomu, že byl na Facebooku o poznání méně aktivní. Na Martinovy příspěvky, tak jak ukazuje graf č. 37, bylo převážně reagováno a nejméně byly sdíleny. Komentovány byly téměř ve třetině případů. Stejně jako Leo Varadkar získal nejvíce reakcí typu *like* (3420) poté *haha* (219) a *angry* (197). Poslední dvě reakce však byly použity v malém množství, nelze tedy posoudit v jakém kontextu je uživatelé použili. Podobně jako u Leo Varadkara následovala reakce *love* (102), *sad* a *wow* bylo použito jen v desetinách procenta. Výrazně více interakcí obdržela Mary Lou McDonald.

Graf č.38.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Mary Lou McDonald

Number of Interactions



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.39.: Druh reakcí na příspěvky Mary Lou McDonald

Number of Reactions



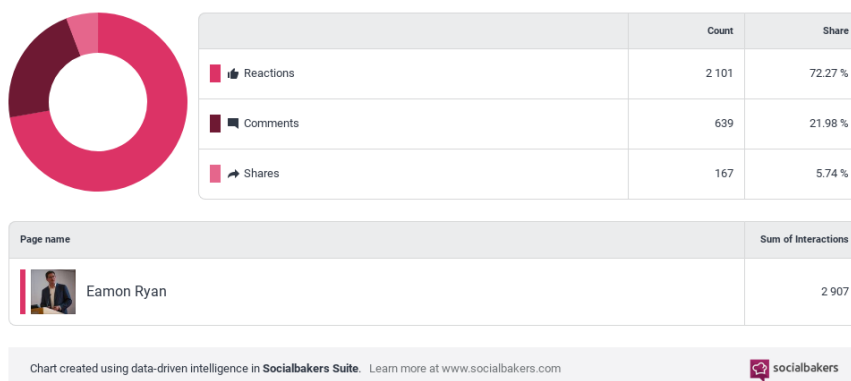
Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Mary Lou McDonald získala dle grafu č. 38 celkem 159 923 interakcí od jejích sledujících na Facebooku. Většina uživatelů především reagovala (75,5 %), příspěvky McDonald však byly také často sdílené (14,5 %), což může být důvodem tak vysokého počtu interakcí, jelikož je mělo možnost vidět více osob. Komentovány byly v jejím případě nejméně, tuto možnost zvolilo pouze necelých

10 % uživatelů. Dle druhu reakcí zobrazených v grafu č. 39 lze také usoudit, že byla na Facebooku mnohem více oblíbená než předešní dva lídři. Téměř 90 % reakcí bylo typu *like*, hned poté však byla nejčastější reakce *love*. Naopak reakce *angry* bylo vzhledem k 120 749 reakcím zanedbatelné množství, svůj souhlas uživatelé tímto způsobem vyjádřili pouze 84krát, což činilo pouze 0,07 % reakcí. Z této skutečnosti nelze usoudit, zdali její oblíbenost napomohla výsledkům voleb, je s nimi ovšem shodná. Nejvíce úspěšným příspěvkem bylo oznámení účasti v televizní debatě z 3. února 2020. Z 12 833 reakcí byla pouze jedna typu *angry*. Reakce *sad* a *wow* byly obdobně často používané jako *angry*. Nejméně interakcí z prozatím zmíněných lídrů získal Eamon Ryan.

Graf č.40.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Eamona Ryana

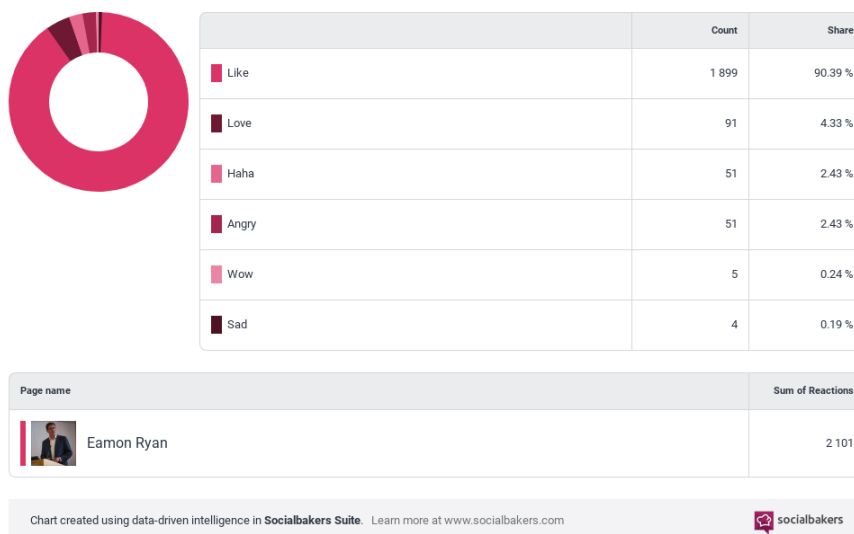
Number of Interactions



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.41.: Druh reakcí na příspěvky Eamona Ryana

Number of Reactions

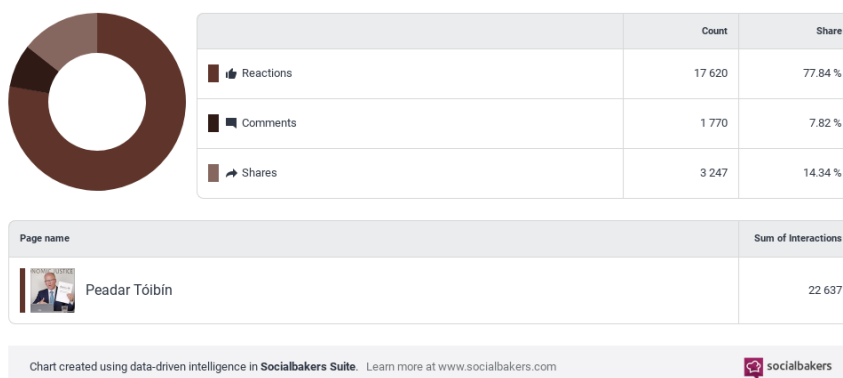


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Dle grafu č. 40 lídr Green Party nezískal příliš interakcí (2907), přesto však byla většina z nich kladná. Graf č. 41 znázorňuje, že více než 90 % jeho příspěvků se uživatelům líbilo, druhou nejčastější reakcí bylo *love* (4 %). *Haha* a *angry* bylo použito v každém případě v téměř 2,5 %, *wow* a *sad* bylo i u Eamona Ryana používáno nejméně, v obou případech tuto možnost uživatelé zvolili pouze v desetinách procenta. Reakce byly nejčastějším druhem interakce, nejméně se jeho příspěvky naopak sdílely. Ryanovy příspěvky komentovala více než jedna pětina uživatelů. Nízký počet interakcí lze přisuzovat malému počtu zveřejněných příspěvků. Nejvíce aktivní lídrem na Facebooku byl Peadar Toibín, ten však nezískal nejvíce interakcí.

Graf č.42.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Peadara Tóibína

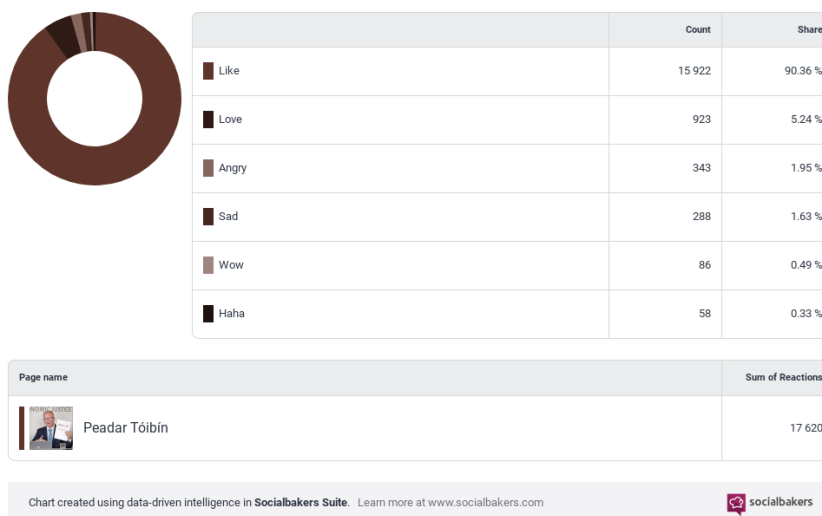
Number of Interactions



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.43.: Druh reakcí na příspěvky Peadara Tóibína

Number of Reactions

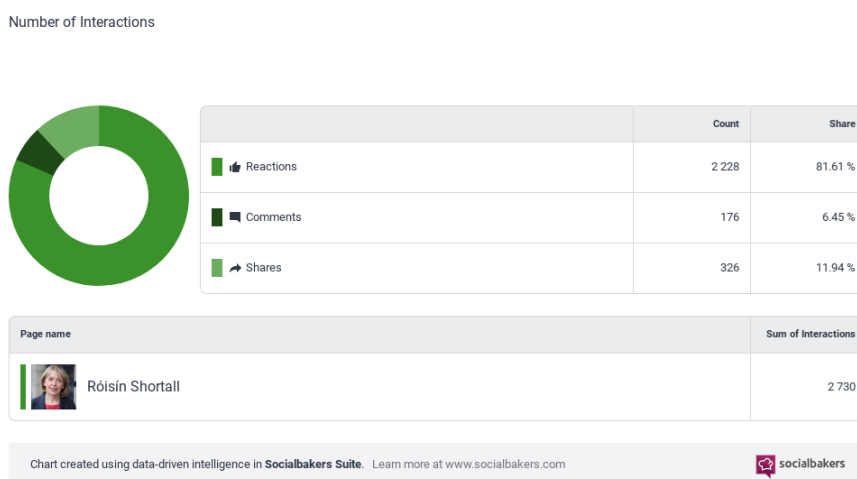


Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Lídr Aontú dle grafu č. 42 obdržel od uživatelů celkem 22 637 interakcí, nejvíce bylo na jeho příspěvky reagováno, podobně jako Mary Lou McDonald byl však více sdílen, než komentován. Tato možnost byla zvolena pouze v necelých 8 % případech. Graf č. 43 vyobrazuje, že reakce na jeho příspěvky byly především pozitivní, po Leo Varadkarovi ovšem získal druhý nejvyšší počet reakcí *angry*. V jeho případě se však jednalo o negativní reakce na příspěvky, které obsahovaly

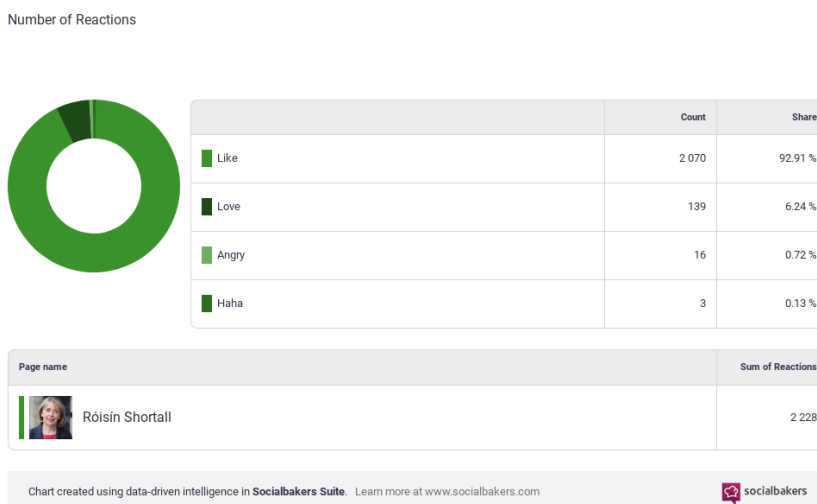
negativní sdělení, jako např. příspěvek z 23. ledna, kdy nebylo Aontú pozváno do televizní debaty lídrů. Catherine Murphy nezveřejnila žádný příspěvek, neobdržela tedy ani žádné interakce. Její kolegyně ze *Social Democrats*, Róisín Shortall, obdržela podobný počet interakcí jako Eamon Ryan.

Graf č.44.: Druh a četnost interakcí na příspěvky Róisín Shortall



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Graf č.45.: Druh reakcí na příspěvky Róisín Shortall



Zdroj: vytvořeno autorkou práce pomocí Socialbakers Suite.

Róisín Shortall byla druhým nejaktivnějším představitelem politické strany na Facebooku, přesto s ní uživatelé příliš neinteraktovali. Dle grafu č. 44 je dalším lídrem, kterého příspěvky byly více sdíleny, než komentovány (rozdíl však nebyl

příliš vysoký, sdílené byly ve 12 % případů a komentovány v 6 %), především na ně však jako u ostatních bylo reagováno. Graf č. 45 znázorňuje, že reakce byla především pozitivní, jelikož reakci *angry* použili uživatelé pouze šestnáctkrát, naopak téměř 93 % uživatelům se její příspěvky líbily.

Počet dotazů nemůže být na Facebooku určen, jelikož tento údaj není dostupný. Poté co byly představeny aktivity, interakce a jejich druhy, budou mezi sebou lídři vzájemně porovnání. V následující tabulce bude u každého lídra uveden počet jejich sdílených příspěvků, interakcí a počet sledujících. Za touto tabulkou bude následovat další, v které bude u každého lídra představen průměrný denní počet interakcí a umístění v parlamentních volbách 2020. Stejně jako u Twitteru bude také uveden současný počet sledujících na Facebooku jednotlivých lídrů. Následně bude zhodnocena podobnost oblíbenosti na Facebooku s výsledky voleb. Cílem není zjistit, zda měla aktivita na Facebooku vliv na výsledek voleb, ale pouze srovnat pořadí popularity lídrů s tím, na jakém místě se jejich strana umístila. Brendan Howlin bude z důvodu jeho nepřítomnosti na Facebooku z tabulky vynechán, stejně tak Catherine Murphy z důvodu její neaktivity.

Tabulka č.4.: Aktivita lídrů na Facebooku a jejich interakce s uživateli, seřazeno dle počtu aktivit

Jméno	Počet aktivit	Počet interakcí (zaokrouhлено na tisíce)	Počet sledujících v březnu 2021 (zaokrouhлено na tisíce)
Peadar Tóibín	103	27	13
Róisín Shortall	58	3	3
Mary Lou McDonald	44	160	174
Eamon Ryan	34	3	8
Leo Varadkar	29	33	108
Micheál Martin	11	6	26

Zdroj: vytvořeno autorkou práce.

Tabulka č.5.: Umístění stran lídrů v parlamentních volbách 2020 a jejich průměrná denní interakce na Facebooku, seřazeno dle počtu interakcí

Jméno a strana	Počet interakcí (zaokrouhleno na tisíce)	Pořadí jednotlivých stran dle počtu získaných hlasů ve volbách
Mary Lou McDonald (SF)	160	1.
Leo Varadkar (FG)	33	3.
Peadar Tóibín (Aontú)	27	7.
Micheál Martin (FF)	6	2.
Róisín Shortall (SD)	3	6.
Eamon Ryan (GP)	3	4.

Zdroj: vytvořeno autorkou práce.

První tabulka ukazuje, že podobně jako na Twitteru, počet interakcí spíše určuje počet sledujících jednotlivých lídrů než četnost jejich aktivity. Nejvíce aktivními uživateli na Facebooku byli Peadar Toibín a Róisín Shortall, přesto více interakcí obdrželi Mary Lou McDonald a Leo Varadkar, tedy uživatelé s nejvíce sledujícími. Z druhé tabulky lze určit, že výsledky voleb a počet interakcí si podobné nejsou. Jediným příkladem, kdy se tato skutečnost shodovala, byla Mary Lou McDonald. Z dostupných dat je také zřejmé, že výsledky voleb nemají konkrétní podobnost s počtem sledujících. Větší počet sledujících však odpovídá většímu počtu interakcí.

5 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo zjistit konkrétní aktivity lídrů irských politických stran během voleb do irského parlamentu 2020 a zdali se početná aktivita rovná i úspěchu na sociálních sítích Facebooku a Twitteru. Dále bylo cílem porovnat vzájemně aktivity lídrů.

Analýza facebookových a twitterových účtů lídrů ukázala, že na platformě Twitter byl nejvíce populárním tehdejší *Taoiseach* Leo Varadkar. V období 14. ledna až 8. února 2020 s jeho příspěvky na Twitteru interagovalo nejvíce uživatelů a v současné době má také nejvíce sledujících. Jelikož jich má téměř o 300 tisíc více než druhá Mary Lou McDonald, lze očekávat, že situace byla stejná i v době konání voleb. Vysoký počet jeho sledujících lze vysvětlit tím, že byl v letech 2017 až 2020 premiérem Irska, o jeho tweety tedy mohl být větší zájem i z řady jeho nevoličů. Mary Lou McDonald byla zároveň druhým nejpopulárnějším lídrem v množství interakcí, třetí byly představitelky Social Democrats, Róisín Shortall a Catherine Murphy. Z této dvojice byla aktivní především Shortall, pokud by lídrem byla pouze Murphy, umístila by se na posledních místech. Micheál Martin má v současné době třetí nejvyšší počet sledujících, to však může být zapříčiněno tím, že se v období mezi výsledky voleb a vytvoření této práce stal novým irským premiérem. Ve vymezeném období byl čtvrtým nejvíce populárním lídrem v počtu interakcí. Za ním následoval lídr Green Party, Eamon Ryan, u kterého se shoduje současný počet sledujících a umístění dle interakcí. Nejméně populárním byl Peadar Tóibín, na 6 jeho tweetů nebyla uskutečněna žádná interakce. Více úspěšný byl Brendan Howlin a to i přes nižší počet sledujících.

Dle těchto výsledků lze usoudit, že počet interakcí na Twitteru nemá podobnost s tím, kolik strany lídrů získaly hlasů během parlamentních voleb 2020. Větší podobnost byla mezi výsledky a počtem sledujících, ani v tomto případě však nelze říct, že by se tato skutečnost mohla považovat za ovlivňující faktor voleb. Jediný ukazatel, který se většině případů shodoval, byl počet sledujících a počet

interakcí.

Na Facebooku byla nejvíce populární Mary Lou McDonald. Lídryně SF získala o téměř 130 tisíc více interakcí než druhý Leo Varadkar a v současné době má také nejvíce sledujících. Leo Varadkar má druhý nejvyšší počet sledujících, třetím nejvíce populárním lídrem byl Peadar Toibín, přestože v počtu sledujících ho překonává Micheál Martin. Toibín byl zároveň nejvíce aktivním představitelem na Facebooku. Martin získal čtvrtý nejvyšší počet interakcí. Nejméně populární počtem sledujících i interakcí byli Eamon Ryan a Róisín Shortall. Brendan Howlin a Catherine Murphy v daném období nebyli na Facebooku přítomni. Tato analýza také ukázala, že neexistuje přímá podobnost mezi popularitou na Facebooku a výsledky voleb. Jediným údajem, který platil ve většině případů, byla souvislost počtu sledujících a počtu interakcí.

Celkově nejvíce populárním lídrem je Mary Lou McDonald, která obdržela v zaokrouhleném součtu 192 tisíc interakcí. Popularita v tomto kontextu znamená, že lídr obdržel nejvíce interakcí, ty nemusí být pouze pozitivní, ale nejvíce interakcí ho tvoří tím nejvíce slavným. V případě Mary Lou McDonald se především na Facebooku ovšem jedná o interakce převážně pozitivní. Druhým nejvíce populárním lídrem byl Leo Varadkar, jak již však bylo zmíněno výše, Leo Varadkar byl v daném období irským premiérem, lze tedy očekávat, že o jeho osobnost byl zájem, který mohl být i mezinárodní a to mohlo zapříčinit jeho popularitu. Na třetím místě se umístil představitel Aountú, Peadar Toibín, přestože na Twitteru neobdržel ani jednu interakci, na Facebooku jich měl zaokrouhleně 27 tisíc, tedy celkem více než následující lídři. Čtvrtým nejpopsalnějším lídrem byl současný premiér, Micheál Martin. Martin na Facebooku a Twitteru obdržel 15 370 interakcí. Naopak nejméně populární je Catherine Murphy s 777 interakcemi. Aktivity Murphy však ve volbách zastupovala Róisín Shortall, která obdržela zaokrouhleně 13 600 interakcí. Strana Social Democrats by tedy v jejich hromadném zastoupení nebyla tou nejméně aktivní. Po Róisín Shortall v popularitě následuje lídr Green Party, Eamon Ryan, který zaokrouhleně získal od uživatelů

8200 interakcí. Nejméně aktivním lídrem po Catherine Murphy byl Brendan Howlin z Labour Party, jeho nepřítomnost na Facebooku zapříčinila, že celkem obdržel od uživatelů pouze 2385 interakcí.

Skutečností, že sociální sítě představitelů stran nejsou minimálně prozatím hlavním informačním zdrojem voličů, svědčí také fakt, že nejvíce populární lídr na Facebooku Mary Lou McDonald má kolem 174 tisíc sledujících, zatímco její strana získala v parlamentních volbách přes 535 tisíc hlasů. Pokud by tedy pouze teoreticky každý její sledující byl zároveň volič Sinn Féin, stále by existovalo 364 tisíc voličů, kteří její angažovanost na Facebooku neznají. Dle výsledků analýzy lze říct, že aktivita lídrů dokazuje jejich znalost důležitosti sociálních sítí v 21. století. Jak bylo zmíněno během představení nastolování agendy pomocí sociálních sítí, Facebook a Twitter hraje v současné době důležitou roli během volebních kampaní a téměř všichni irští lídři využili tuto skutečnost a snažili se, ať již více či méně úspěšně, zaujmout potenciální voliče právě v tomto prostředí.

6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

- Aontú (2020). *Think outside the political cartel: Vótáil Aontú!* (<https://aontu.ie/aontuWPress/wp-content/uploads/2020/02/Olltoghch%C3%A1n-2020-Aont%C3%BA.pdf>).
- Barthel, M. – Holcomb, J. – Mitchell, A. (2016). Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion. *Pow Research Center*. 15. 12. 2016 (<https://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>, 20. 3. 2021).
- Bray, J. – Hutton, B. (2020). Election 2020: Politicians playing catch-up with social media. *The Irish Times*. 22. 1. 2020 (<https://www.irishtimes.com/news/politics/election-2020-politicians-playing-catch-up-with-social-media-1.4148098>, 20. 2. 2021).
- Carty, E. (2016). Fine Gael had ‘most negative campaign’ ahead of general election. *Irish Examiner* 4. 3. 2016 (<https://www.irishexaminer.com/news/arid-20385494.html>, 26. 2. 2021).
- D’Urso, J. – Spring, M. (2019). General election 2019: Why social media is full of political Twitter screenshots. *BBC*. 14. 11. 2019 (<https://www.bbc.com/news/uk-politics-50351821>, 28. 3. 2021).
- Doyle, K. (2012). BUDGET: Every Little Hurts -- Labour's words coming back to haunt us. *Independent*. 6. 12. 2012 (<https://www.independent.ie/regionals/herald/news/budget-every-little-hurts-labours-words-coming-back-to-haunt-us-28962202.html>, 3. 3. 2021).
- Elections Ireland. General Election of 8 February 2020. *Elections Ireland* (<https://electionsireland.org/results/general/33dail.cfm>, 5. 3. 2021).
- Gallagher, M. (2021). Irish election 8 February 2020. *Trinity College Dublin*. 7. 1. 2021 (https://www.tcd.ie/Political_Science/people/michael_gallagher/Election2020.php, 1. 3. 2021).

Green Party (2020). *Towards 3030: A decade of change* (https://www.tcd.ie/Political_Science/people/michael_gallagher/Manifestoes2020/GreenManifesto20.pdf).

Holroyd, M. (2020). Ireland election: How Sinn Féin dominated the social media campaign. *Euronews*. 2. 10. 2020 (<https://www.euronews.com/2020/02/10/ireland-election-how-sinn-fein-dominated-the-social-media-campaign>, 15. 3. 2021).

Horgan-Jones, J. – O'Halloran, M. – Roche, B. (2020). Fine Gael deletes spoof election video after negative response. *The Irish Times*. 18. 1. 2020 (<https://www.irishtimes.com/news/politics/fine-gael-deletes-spoof-election-video-after-negative-response-1.4144232>, 1. 3. 2021).

Feezell, J. T. (2017). Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era. *Political Research Quarterly* 71 (2), s. 482–494.

Fianna Fáil (2020). *An Ireland for all* (https://www.tcd.ie/Political_Science/people/michael_gallagher/Manifestoes2020/FFManifesto20.pdf).

Fine Gael (2020). *A future to Look Forward to: Building the Republic of Opportunity* (https://www.tcd.ie/Political_Science/people/michael_gallagher/Manifestoes2020/FGManifesto20.pdf).

Labour Party (2020). *Manifesto 2020* (https://www.tcd.ie/Political_Science/people/michael_gallagher/Manifestoes2020/LabManifesto20.pdf).

Kubátová, E. (2020). Irskem otrásl úspěch levicových nacionalistů. Pro mladší voliče není Sinn Féin ‚toxická‘, míní expert. *iRozhlas*. 11. 2. 2020 (https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/irsko-sinn-fein-volby-ira-levice-nacionalismus-varadkar_2002110741_eku, 3. 3. 2021).

McCombs, M. E. – Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly* 36 (2), s. 176–187.

Nott, L. (2020). Political Advertising on Social Media Platforms. *Human Rights Magazine* 45 (3).

Petrova, M. – Sen, A. – Yildirim, P. (2020). Social Media and Electoral Dynamics: Reversing 'Incumbency Advantage' in the US. *The Globe Post*. 24. 7. 2020 (<https://theglobepost.com/2020/07/24/social-media-politicians/>, 5. 3. 2021).

Popov, R. (2020). Umělá inteligence ve světle pandemie COVID-19 a potřeba jejího urychleného legislativního rámce. *EPRAVO* 3. 6. 2020 (<https://www.epravo.cz/top/clanky/umela-inteligence-ve-svetle-pandemie-covid-19-a-potreba-jejeho-urychleneho-legislativniho-ramce-111278.html>, 25. 3. 2021).

Quinn, C. (2020). Sinn Fein Just Upended Ireland's Status Quo. What Comes Next?. *Foreign Policy*. 12. 2. 2020 (<https://foreignpolicy.com/2020/02/12/sinn-fein-irish-elections-2020/>, 20. 3. 2021).

Rafter, K. (2010). The media in politics. In: Coakley, J. – Gallagher, M. eds., *Politics in the Republic of Ireland* (Dublin: PSAI Press), s. 257–276.

Russell, C. (2020). Over half of Irish consumers get their news from social media. *The Journal*. 15. 6. 2016 (<https://www.thejournal.ie/irish-consumers-social-media-2825396-Jun2016/>, 1. 3. 2021).

Sanz Moreno, J. Á. (2020). Social Media Platforms and Political Communication. *Minsait*. 12. 5. 2020 (<https://www.minsait.com/ideasfordemocracy/en/social-media-platforms-political-communication-full>, 15. 3. 2021).

Shattock, E. (2020). Why disinformation and fake news are electoral issues. *RTE* 30. 1. 2020 (<https://www.rte.ie/brainstorm/2020/0130/1111901-why-disinformation-and-fake-news-are-electoral-issues/>, 20. 3. 2021).

Sinn Féin (2020). *Giving workers and families a break* (https://www.tcd.ie/Political_Science/people/michael_gallagher/Manifestoes2020/SFManifesto20.pdf).

Social Democrats (2020). *Invest in Better* (https://www.tcd.ie/Political_Science/people/michael_gallagher/Manifestoes2020/SocDemsManifesto20.pdf).

Tankovska, H. (2021). Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active users. *Statista*. 9. 2. 2021

(<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, 28. 3. 2021).

Thomas, D. (2020). Deepfakes: A threat to democracy or just a bit of fun?. *BBC* 23. 1. 2020 (<https://www.bbc.com/news/business-51204954>, 28. 3. 2021).

Wold, Suzin (2020). COVID-19 is changing how, why and how much we're using social media. *Digital Commerce 360*. 16. 9. 2020 (<https://www.digitalcommerce360.com/2020/09/16/covid-19-is-changing-how-why-and-how-much-were-using-social-media/>, 25. 3. 2021).

7 RESUMÉ

This bachelor thesis focuses on the activity of lead figures of Irish political parties on social media during parliamentary election campaign in 2020. It studies seven selected political parties and their leaders, namely on Micheál Martin of Fianna Fáil, Mary Lou McDonald of Sinn Féin, Leo Varadkar of Fine Gael, Eamon Ryan of Green Party, Brendan Howlin of Labour Party, Peadar Tóibín of Aontú, Catherine Murphy and Roísín Shortall of Social Democrats. The political parties are shortly introduced in the first part of this thesis. The introduction is followed by a theory of agenda setting through social media, its advantages and disadvantages.

The second part of the thesis examines activities created by the leaders on Facebook and Twitter during the parliamentary election campaign; from January 14th 2020 to February 8th 2020. It also analyzes the number of interactions created by followers and subscribers of the leaders and types of interactions. The results of this thesis show that the most popular leader on Facebook and Twitter was Mary Lou McDonald.