

Zadanie č. 1

Rešerš a výťah z uskutočnených kvantitatívnych obsahových analýz

Výzkum médií I (JKM008)

Vyučující: PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Vypracovala: Zuzana Poliaková

Ing. Markéta Sedmáková: Komunikace politických stran na Facebooku před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2017

Autor: Sedmáková, Markéta

Jazyk: Čeština

Dátum publikovania: 2019

Typ publikace: Dissertations/Theses

Typ dokumentu: Theses

Prvou pracou, ktorú som sa rozhodla analyzovať a o ktorej si myslím, že môže predstavovať základ pre mnou plánované prevedenie analýzy ako záverečnej práce na predmet Výzkum médií I, je bakalárska práca Ing. Markéty Sedmákovéj sústredená na problematiku komunikácie politických strán na Facebooku pred voľbami do Poslaneckej snemovne v roku 2017 .

Jedná sa o prácu v českom jazyku, ktorá bola v rámci jej vypracovania a obhajoby hodnotená stupňom A – výborne, čo výrazne prispelo k tomu, aby som si danú prácu a analýzu nachádzajúcu sa v nej bližšie preštudovala.

Ako už z názvu vyplýva, práca autorky sa zaoberá politickou komunikáciou na sociálnej sieti Facebook, pričom je rozdelená na teoretickú a analytickú časť. Teoretické zázemie sa zameriava na definovanie pojmu politickej komunikácie, na jej charakter, a taktiež na definície a charakter volebných kampaní v prostredí nových médií. V teoretickej časti je zachytený i historický vývoj volebných kampaní, využitie sociálnych sietí v politickej komunikácii a výzkum tejto politickej komunikácie ako v prostredí nových médií, tak i v prostredí sociálnych sietí. Po spracovaní teoretického zázemia je časť práce sústredená i na konkrétne informácie týkajúce sa volieb do Poslaneckej snemovne v roku 2017, ktoré sú predmetom jej ďalšieho skúmania a analýzy. Autorka tu stručne predstavuje volebné výsledky, volebnú účasť a stručnú charakteristiku zvolených strán. Tieto spomínané teoretické poznatky sú následne aplikované do analytickej časti práce, v ktorej boli skúmané dáta z facebookových účtov politických strán, a to presnejšie tých, ktoré vo voľbách do Poslaneckej snemovne v roku 2017 uspeli (konkrétne ANO, ODS, Piráti, SPD, KSČM, ČSSD, KDU-ČSL, TOP09 a STAN). Ako výskumnú metódu v analytickej časti si autorka zvolila kvantitatívnu obsahovú analýzu jednotlivých publikovaných príspevkov, pričom zvolené dáta sledovala v období posledných štrnástich dní pred samotnými voľbami prebiehajúcimi v dňoch 20. a 21.10.2017.

Cieľom tejto práce bolo zistiť, ako si politické strany osvojili komunikáciu na sociálnej sieti Facebook pred danými voľbami v roku 2017 a zároveň priniesť obraz o tom, aký bol charakter tejto komunikácie. Hypotéza, ktorej vyvrátenie alebo potvrdenie je hlavným cieľom práce znie, že nové a alternatívne strany boli v komunikácii a využívaní sociálnych sietí aktívnejšie než tradičné politické strany. Táto ekvalizačná (inovatívna) hypotéza vychádzala z predpokladu, že nové a alternatívne strany majú menší priestor pre komunikáciu s voličmi prostredníctvom masových médií a z toho dôvodu viac využívajú sociálne siete, kde môžu bez obmedzenia zdieľať svoje obsahy a názory. Hlavný cieľ autorkinej práce bol stanovený s ohľadom na preštudované výskumy zaoberajúce sa politickou komunikáciou v prostredí nových médií a položením si otázky, či nové média majú skôr inovatívny charakter a umožňujú novým a okrajovým stranám efektívnejšiu

komunikáciu než média tradičné alebo len prenášajú nerovnosť do nového prostredia a zvyšujú tradičné strany.

Metóda kvantitatívnej obsahovej analýzy

Časť práce s popisom autorkinej metodológie výskumu začína v úvode charakteristikou celého výskumného procesu. Ponúka definície metódy kvantitatívnej obsahovej analýzy a popisuje jednotlivé kroky potrebné pre prevedenie samotného výskumu, ktorými sa bude riadiť a uskutočňovať ich i samotná autorka vo svojej práci:

- stanovenie cieľov výskumu v podobe výskumnej otázky alebo hypotézy – autorka si v práci stanovila 6 výskumných otázok a uviedla k nim 6 ekvivalentných a odborne podložených hypotéz
- preštudovanie výskumov a teórií na danú tému s možnosťou sa o tieto poznatky v samotnom výskume oprieť
- stanovenie výberového výskumného súboru ako presne daného súboru dát, ktoré budeme sledovať (výber súboru závisí na druhu médií, ktoré pre analýzu zvolíme, na obsahu, ktorý budeme analyzovať a na časovom období, ktoré si pre analýzu stanovíme) – v autorkinom prípade boli analyzované všetky príspevky, ktoré sa na oficiálnych facebookových stránkach politických strán objavili v období od 6.10.2017 do 19.10.2017, pričom ich za sledované obdobie vzniklo celkom 445. Vzhľadom k položeným výskumným otázkam sa autorka nevenovala len aktivite samotných strán, ale taktiež aj aktivite ich sledovateľov vo forme komentárov pod príspevkami (počet sledovaných komentárov bol zredukovaný na prvých 20 pri každom príspevku vzhľadom k veľkému množstvu komentárov).
- definovanie jednotky merania ako najmenšieho prvku, ktorý budeme skúmať (môže sa jednať o článok, jeden titulok, program, v autorkinom prípade príspevok alebo komentár na sociálnej sieti)
- vytvorenie kódovacej knihy – autorka k nemu pristúpila po stanovení všetkých predchádzajúcich bodov. Kódovacia kniha je súbor skúmaných premenných, ich predom určených kategórií a im priradených číselných kódov. Autorka pre určenie jednotlivých premenných a ich kategórií použila metódu emergent kódovania, kedy bol vybraný súbor vopred preskúmaný a na základe tohto prvotného prieskumu boli stanovené jednotlivé kategórie (3 skupiny politických strán, formát príspevkov, obsahová stránka, prvky personalizácie v príspevku, obsah nepolitického prvku, vyznenie príspevku, príspevok namierený proti inej strane/politikovi/vláde, počet komentárov, počet reakcií, počet zdieľaní, počet komentárov od politickej strany a fakt, či sa jedná o fanúšika alebo oponenta strany). Detaily a celé spracovanie kódovacej knihy sa nachádzajú priamo v priloženej práci na strane č. 25.

Výsledky kvantitatívnej obsahovej analýzy

Po všetkých vyššie uvedených krokoch a po zakódovaní celej vzorky autorka pristúpila k štatistickému vyhodnoteniu dát a ich následnej interpretácii v záverečnej časti práce. Venovala sa interpretácii každej z vyššie uvedených kategórií a prehľadnému spracovaniu výsledkov týchto dát

vo forme tabuliek vytvorených priamo na základe získaných výskumných poznatkov. V závere práce sa autorka venovala vyhodnoteniu dát s cieľom potvrdiť alebo vyvrátiť stanovenú hypotézu (nové médiá umožňujú novým a alternatívnym stranám lepšie a aktívnejšie komunikovať so svojimi voličmi oproti zavedeným stranám, ktoré môžu pre svoju komunikáciu ľahšie využiť tradičné médiá), pričom z analýzy facebookových príspevkov českých politických strán v predvolebnej kampani v roku 2017 vyplynulo, že sa k stanovenému tvrdeniu môžeme skôr prikloniť, ale nie vo všetkých sledovaných oblastiach. Autorka výskumom prišla na to, že všetky sledované politické strany si komunikáciu na Facebooku osvojili a príspevky na svojich facebookových stránkach zverejňovali. V súlade so stanovenou hypotézou boli viac aktívne alternatívne, nové a populistické strany a ich sledovatelia boli v počte reakcií taktiež aktívnejší. Po obsahovej stránke v prospech ekvalizačnej hypotézy hovorí i pozitívny štýl komunikácie a dominantné zastúpenie nepersonalizovaných príspevkov v celkovej politickej komunikácii.

Dren Gërguri: Campaigning on Facebook: Posts and online social networking as campaign tools in the 2017 general elections in the Republic of Kosovo

Autor: Gërguri, D.

Afiliace: UNIVERSITY OF PRISHTINA "HASAN PRISHTINA"

Jazyk: angličtina

Zdroj: In: Central European Journal of Communication. (Central European Journal of Communication, 2019, 12(1):92-109)

Nakladateľské údaje: Polish Communication Association

Rok publikovania: 2019

Druhou skúmanou prácou, ktorej som sa venovala a ktorej spracovanie považujem za prínosné v rámci mojej plánovanej záverečnej práce, je publikácia Drena Gërguriho venujúca sa kampaniam, príspevkom a sociálnej sieti Facebook ako nástrojom predvolebnej kampane v parlamentných voľbách v Kosove v roku 2017. Práca je koncipovaná tentokrát v anglickom jazyku, pričom sa ale zaoberá obdobnou tematikou ako prvá práca, ktorej som sa venovala vyššie. Z môjho pohľadu predstavuje prostriedok pre porovnanie, doplnenie a hlbšie uchopenie možností, ktorými je možné práce tohto a podobného charakteru vypracovať.

Práca je venovaná analýze využitia sociálnej siete Facebook politickými stranami v parlamentných voľbách v Kosove v roku 2017 a zaoberá sa prispôbením kosovských politických strán tejto novej forme politickej komunikácie a sledovania ich popularity na tejto platforme. Publikácia popisuje i tok informácií a zdieľaní posielaných prostredníctvom Facebooku, kde majú politici možnosť priamo sa s občanmi spojiť, a to bez využitia tradičných médií. Z metodologického hľadiska si autor pre svoj výskum zvolil metódu kvantitatívnej obsahovej analýzy, v ktorej sa zameriava na 7 facebookových profilov kosovských politických strán a analyzuje, ako tieto strany využívajú Facebook vo forme nástroja pre svoju volebnú kampaň, a taktiež skúma spôsob a formu obsahového zdieľania ako nástroja pre informovanie, interaktivitu či mobilizáciu populácie. Okrem samotnej analýzy práca ponúka i teoretické zázemie, ktoré je venované najmä vzťahu politickej komunikácie a sociálnych médií, a taktiež priblíženie tohto vzťahu od histórie až po súčasnosť. V náväznosti na to autor prináša i teoretickú, odborne podloženú časť zameranú na vzťah sociálnych médií a volebných kampaní, v ktorej predstavuje rôzne modely komunikácie využívané vo volebných kampaniach.

Autor si v úvode svojej práce stanovil 2 hypotézy, ktoré sa bude v rámci svojej analýzy snažiť potvrdiť alebo naopak vyvrátiť. Prvá hypotéza znie, že existuje pravdepodobnosť, že opozičné strany sa na využívanie Facebooku ako komunikačného prostriedku adaptujú skôr, rýchlejšie a zároveň ho využívajú aktívnejšie. Táto hypotéza je založená na tvrdení, že si jednotlivé politické strany v Kosove osvojili využívanie sociálnych sietí v rôznych časoch, a práve preto je ich komunikácia protredníctvom týchto médií na rôznej úrovni. Táto hypotéza bude vyhodnocovaná prostredníctvom analýzy adaptácie politických strán na sociálnu sieť Facebook, a to za predpokladu, že prvá adaptácia tejto platformy prebehla najmä v prostredí opozičných strán. Predmetom výskumu bude taktiež i analýza samotnej aktivity jednotlivých strán na Facebooku.

Druhou hypotézou, ktorú sa autor snažil potvrdiť alebo znegovať je tvrdenie, že komunikácia kosovských politických strán na Facebooku má skôr informatívny ako mobilizačný

charakter. Táto hypotéza je determinovaná vopred prevedeným prieskumom zameraným na jednotlivé typy príspevkov využívaných politickými stranami – z prevedeného prieskumu vyplynulo, že sa v rámci komunikácie politických strán vyskytujú 2 hlavné typy príspevkov – jeden s charakterom informatívnym a druhý s charakterom mobilizačným.

Metóda kvantitatívnej obsahovej analýzy

Využívané a skúmané dáta obsahujú 524 facebookových postov publikovaných siedmimi politickými stranami v priebehu predvolebnej kampane v roku 2017, a to konkrétne v období od 31.5.2017 do 9.6.2017. Dáta pre preverenie analýzy boli zozbierané za pomoci programovacieho jazyka software R, pričom i kategorizácia a niektoré ďalšie časti analýzy boli uskutočnené za pomoci spomínaného softwaru. Následne po samotnom zozbieraní boli tieto dáta exportované do programu Microsoft Excel, v ktorom bola konečná kvantitatívna analýza siedmich facebookových profilov prevedená.

I v tomto prípade je možné sa na metodologickú stránku analýzy pozrieť z hľadiska jednotlivých krokov, ktoré je potrebné pri vykonávaní kvantitatívnej obsahovej analýzy vykonať. V prípade rozoberanej práce sa autor sústredil na:

- stanovenie cieľov výskumu v podobe výskumnej otázky alebo hypotézy – autor si v práci stanovil 2 hypotézy, ktoré sa v priebehu prevádzania analýzy snažil potvrdiť alebo vyvrátiť.
- preštudovanie výskumov a teórií na danú tému s možnosťou sa o tieto poznatky v samotnom výskume oprieť – v prípade tejto práce sa jedná napríklad o vopred prevedený prieskum, z ktorého vyplýva, že sa v rámci komunikácie politických strán vyskytujú 2 hlavné typy príspevkov – informatívne a mobilizačné. Práve tento prieskum determinuje znenie druhej vyššie uvedenej hypotézy.
- stanovenie výberového výskumného súboru ako presne daného súboru dát, ktorý bude autor sledovať – v autorovom prípade boli analyzované všetky príspevky, ktoré sa na oficiálnych facebookových stránkach politických strán objavili v období od 31.5.2017 do 9.6.2017, pričom ich konečný počet za sledované obdobie bol celkom 524.
- definovanie jednotiek merania – v autorovom prípade se jedná o viacero prevedených prieskumov, na základe ktorých si zvolil i sledované jednotky
 - v prípade sledovania využívania Facebooku kosovskými politickými stranami sa jedná o časové jednotky zobrazujúce využívanie tejto platformy v jednotlivých rokoch, ďalej o adekvátne priradenie názvu politickej strany, ktorej sa dané využívanie týka, a taktiež o počet sledovateľov jednotlivých politických stránok a vývoj tohto počtu sledujúcich voličov.
 - v prípade sledovania využívania Facebooku politickými stranami konkrétne pred voľbami v roku 2017 sa autor zamerl na počet každodenných príspevkov v období pred samotným uskutočnením volieb, a to z hľadiska každej politickej strany. Okrem prispievania zo strany politikov, sa autor sústredil i na sledovanie a zobrazenie miery interaktivity pri jednotlivých publikovaných príspevkoch (v tomto prípade ide o jednotky – počet príspevkov, počet označení „páči sa mi to“, počet komentárov a počet zdieľaní).
 - v prípade analýzy jednotlivých typov publikovaných príspevkov ich rozdelil do dvoch kategórií – mobilizačné a informatívne, pričom i tieto dva hlavné typy rozdelil do

d'alších podkategórií (mobilizačné – politický prejav/výzva k účasti vo voľbách, informatívne – udalosť/iná informácia) a z hľadiska formy zdieľanej informácie sa okrem samotného textu sústredil aj na sledovanie príspevkov s prítomnosťou ďalšieho média – fotografie alebo videa.

Okrem tabuliek prezentujúcich výsledky analýzy sa v práci nachádzajú aj tabuľky, ktoré prehľadne rozdeľujú strany a informácie o nich, na základe ktorých autor výsledky vyhodnocuje a interpretuje (napríklad tabuľka rozdeľujúca strany na veľké, stredné a malé, ďalej na strany pôsobiace v parlamente a mimo neho, alebo rozdelenie strán z hľadiska ich ideologického zamerania). Po všetkých vyššie uvedených krokoch autor pristúpil k vyhodnoteniu získaných dát a poznatkov a ich následnej interpretácii v záverečnej časti práce.

Výsledky kvantitatívnej obsahovej analýzy

Prvú uvedenú hypotézu, v ktorej autor uviedol, že Facebook ako komunikačná platforma bola skôr prijatá a aktívne využívaná opozičnými stranami, sa autorovi podarilo potvrdiť. Prvou stranou, ktorá Facebook v Kosove začala využívať, je strana VV, ktorá predstavuje stranu opozičnú a už v roku 2009, kedy facebooková stránka tejto strany vznikla, bola považovaná za opozičnú stranu. Aj vzhľadom k tomuto faktoru si drží prvenstvo vo formovaní svojej virtuálnej siete v porovnaní s ostatnými kosovskými politickými stranami, keďže má na svojom konte väčší počet sledovateľov ako ostatných 6 strán dohromady. Ďalším príkladom je i strana NISMA ako nová strana v kosovskom politickom spektre, ktorá si svoj profil na Facebooku vytvorila hneď v prvý deň založenia a fungovania strany.

Druhá uvedená hypotéza znela, že kosovské politické strany príspevky na Facebooku využívajú skôr z hľadiska ich informatívneho potenciálu než toho mobilizačného. Túto hypotézu autor vyvrátil, keďže využívanjšou formou uverejňovania príspevkov na Facebooku je text mobilizujúci voličov. Typ mobilizačných príspevkov prevláda u všetkých kosovských politických strán v porovnaní s príspevkami, ktoré majú informatívny charakter. Na doloženie oprávneného vyvrátenia tejto hypotézy slúži i porovnanie počtu jednotlivých druhov príspevkov, kedy autor prišiel k výsledku, že celkovo 219 z 524 publikovaných príspevkov malo mobilizačný charakter, zatiaľ čo informatívnu funkciu plnilo len 108 zo všetkých príspevkov. V rámci záverečného vyhodnotenia sa teda autorovi podarilo obe uvedené hypotézy potvrdiť resp. vyvrátiť, čím bol cieľ jeho práce splnený.

Záver

Pri rešerši a výbere tématického zamerania mnou vybraných prác som sa zamerala na tématiku komunikácie politických strán na sociálnej sieti Facebook, vzhľadom k tomu, že by som sa rovnakej v resp. obdobnej téme rada venovala vo svojej záverečnej analytickej práci a verím, že mi vyhl'adané práce budú môcť svojou kvalitou slúžiť ako vzorové príklady.

Pri výbere prác, ktoré som pri mojej rešerši vyhl'adala a preštudovala, mi boli veľmi nápomocné databáze odborných periodík a titulov sprístupnených knižnicou FSV UK prostredníctvom platformy EBSCOhost. V rámci mojej rešerše som využila nasledovné databázy: Scopus, SocINDEX, Directory of Open Access Journals, Social Sciences Citation Index, Springer Nature eBooks, ResearchGate.