**Rešerše obsahové analýzy facebookového   
profilu Andreje Babiše**

Obsahovou analýzu provedu na online médiu, a to konkrétně sociální síti Facebooku. Rozhodla jsem se, že výzkum zaměřím na profil politického lídra hnutí ANO, Andreje Babiše. Budu analyzovat jeho příspěvky na tzv. facebookové zdi. Při rešerši, tedy první fázi při provádění obsahové analýzy jsem narazila na několik studií, jenž jsou totožné či mají obdobné zaměření. Rozhodla jsem se je uspořádat dle toho, zda se jednalo ve srovnání s mou zvolenou obsahovou analýzu o stejné téma, výzkumnou jednotku, či médium, ve kterém výzkum probíhá.

Stejnému tématu se věnovala v roce 2017 např. Barbora Lachmanová ve své bakalářské práci, která nese název *„Komunikace Andreje Babiše na sociálních sítích“*. Kromě Facebooku se zabývala také komunikací premiéra na Twitteru a vzájemně ji porovnávala. Časově je výzkum zaměřen na příspěvky, které jejich autor sdílel dva měsíce před krajskými a senátními volbami v roce 2016 a zahrnuje i volební týdny. Cílem autorky bylo odpovědět na otázku, jakým způsobem se na jeho uživatelských účtech promítly blížící se volby a podpora jednotlivých kandidátů hnutí ANO. Závěrem dochází ke zjištění, že se komunikace Babiše na zmáněných sociálních sítích liší, přičemž podpory se od premiéra dostává kandidátům více na Facebooku. Při sběru dat byla zvolena induktivní obsahová analýza, na jejímž základě autorka zanalyzovala obsah jednotlivých sdělení na sociálních sítích. Díky tomu mohla následně odpovědět na tři na začátku položené výzkumné otázky:

1. Jaká témata komunikuje Andrej Babiš na svých účtech na sociálních sítích a liší se obsah a forma vyjadřování ve sděleních, která Babiš sdílí na Facebook a Twitter?
2. Které jeho příspěvky jsou jinými uživateli nejvíce reflektovány?
3. Jak se do komunikace Andreje Babiše na uživatelských účtech na sociálních sítích promítlo téma voleb a podpora kandidátů za hnutí ANO?

Další bakalářskou práci věnující se podobnému tématu vypracoval Michal Bartůněk v roce 2016. Název zní „Na cestě k personalizaci? Analýza komunikace lídrů politických stran na sociálních sítích“, a to včetně Andreje Babiše. Oproti předchozí si autor v práci klade za cíl analyzovat mezivolební období, tedy období, kdy neprobíhá ani žádná volební kampaň. Výzkum prováděl jeden měsíc a soustředil se při něm na šest facebookových profilů předsedů českých politických stran. Výzkumných otázek, které si autor položil je celkem šest:

1. Jaký je rozdíl v charakteru a intenzitě využívání facebookového profilu mezi jednotlivými lídry?
2. Jak významnou roli hraje v projevech politiků na Facebooku personalizace?
3. Jakým politickým tématům se politici na svých profilech věnují?
4. Jak se liší úroveň personalizace v závislosti na valenci příspěvků?
5. Jak se liší charakter komunikace politiků v závislosti na tom, zda patří k vládě nebo opozici?

Výsledky analýzy autor přehledně zpracoval do samostatných grafů. Všichni politici v té době nevyvíjeli příliš přidáváním příspěvků příliš velkou aktivitu. K síti naopak přistupovali spíše opatrně. V případě Andreje Babiše pak autor dospěl k několika závěrům. Jako jediný pravidelně a aktivně diskutoval se svými fanoušky u svých příspěvků, ve svých příspěvcích se nežli na ostatní soustředil spíše sám na sebe. Kromě toho se jeho příspěvky velmi často zmiňuje o svém osobním životě. Závěrem dle výzkumníka vyplívá, že Babiš chápe sociální sítě jako prostředek k přiblížení se lidem. Na konci práce autor upozorňuje na nedostatek, jenž je spojen s nemožnou komparací výsledků např. z výzkumů minulých let, neboť byla tato práce první svého druhu.

Poslední bakalářská práce, která se věnuje podobnému tématu a samotný výzkum se odehrává na stejné platformě, čili Facebooku, je „Komunikace politických stran na Facebooku před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2017“. I přesto, že se nejedná o jednotlivce, nýbrž o strany (včetně ANO), přikládám této práci jistou podobnost. Autorkou je Ing. Markéta Sedmáková, která práci napsala v roce 2019. V práci využívá kvantitativní obsahovou analýzu jednotlivých publikovaných příspěvků a data byla sledována za období posledních čtrnácti dnů před volbami. Cílem bylo zjistit, jaký charakter má tento druh komunikace. Hlavním cílem bylo pak vyvrátit, či potvrdit hypotézu, že nové alternativní strany jsou v komunikaci a využívání sociálních sítí aktivnější než tradiční politické strany. Ke zodpovězení otázek autorka zanalyzovala jak aktivitu samotných stran pomoví jednotlivých příspěvků, tak i aktivitu jejich sledovatelů pomocí komentářů pod příspěvky. Pro určení jednotlivých proměnných a jejich kategorií byla použita metoda emergent kódování, kdy byl vybraný soubor předem přezkoumán a na jeho základě byly stanoveny jednotlivé kategorie. K zobrazení výsledků jsou využity tabulky i grafy.

Stručnou analýzu facebookové stránky Andreje Babiše nabízí i online blog (Zeptej se Filipa). Autor Filip Novák zpracoval výzkum v roce 2017. Zveřejnil např. to, který příspěvek lidé nejvíce ve zmíněném roce sdíleli, nebo který příspěvek byl nejvíc ve stejném roce komentovaný, nebo lajkovaný. Ve svém výzkumu užívá dále také grafy, které nám ukazují provázanost fanoušku jeho stránky na další stránky, ve kterých nechybí jiné politické strany, nebo např. prezident.

Poslední výzkum nese název „Analýza komunikace politických stran na Facebooku“. Výzkum je zvěřejnění na webové stránce, věnující se mediálním analýzám a monitoringu médií. Výzkum se konkrétně váže ke komunikaci v období voleb do Europarlamentu, komunálních voleb v roce 2014 a krajskými volbami v roce 2016. Ukázalo se, že na sociálních sítích si lépe vedou strany s mladšími příznivci a naopak. Konkrétně politické hnutí ANO, jehož členem je i Babiš, přidává průměrně dva příspěvky denně a řadí se tak mezi strany, které spoléhají na kvantitu. Výzkum ukazuje dále např. i průměrnou délku slov, vývoj počtu příspěvků stran, nebo třeba vývoj celkového počtu příspěvků.

Období bylo zvoleno od 27. 10. 2013 – 24. 7. 2016. Informace o věku voličů byly zjištěny z datového archivu z datasetu. Při pporovnání zpravodajských serverů byly ke každému médiu započítány všechny relevantní subdomény s více než pěti sdíleními politickými stranami.

**Zdroje:**

LACHMANOVÁ, Barbora, Komunikace Andreje Babiše na sociálních sítích. Brno, 2017 [cit. 2020-10-25]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/zlalf/BP-Komunikace-Andreje-Babise-na-socialnich-sitich.pdf>

BARTŮNEK, Michal, Na cestě k personalizaci? Analýza komunikace lídrů politických stran na sociálních sítích [cit. 2020-10-25]. Dostupné z: <file:///Users/macbook/Downloads/BPTX_2014_2_11230_0_388823_0_167987.pdf>

SEDMÁKOVÁ, Markéta, Komunikace politických stran na Facebooku před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2017 [cit. 2020-10-25]. Dostupné z: <file:///Users/macbook/Downloads/BPTX_2017_2_11230_0_515973_0_202985.pdf>

Andrej Babiš – Facebook analýza stránky, blog. Dostupné z: <https://zsf.cz/blog/andrej-babis-facebook-analyza-stranky>

Analýza komunikace politických stran na Facebooku. Dostupné z:

<https://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy-studie/analyza-komunikace-politickych-stran-na-facebooku/detail>