

Rešerše kvantitativní obsahové analýzy – Smeták

K rešerši jsem zvolil výzkum nazvaný How Jokowi Communicates with the Public During Covid-19 Crisis: An Analysis of Tweets on Twitter, který byl publikován v časopise Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication. Tuto studii jsem zvolil, jelikož se ve své další práci chci věnovat analýze komunikace českých vládních činitelů na sociální síti Twitter v průběhu první vlny pandemie koronaviru v České republice. Výzkum Kadhunga Prayoga z Universitas Diponegoro se zabývá komunikací prezidenta Indonésie Jokoa Widodoa během pandemie koronaviru prostřednictvím jeho twitterového účtu (@jokowi), a to v období o 1. ledna 2020 do 30. dubna stejného roku.

Výzkumník vypracoval kvantitativní obsahovou analýzu tweetů indonéského prezidenta, které se týkaly pandemie koronaviru. Tomuto tématu se věnovalo v určeném období 150 tweetů z analyzovaného celkového počtu 290 příspěvků. Autor studie data sesbíral za pomoci nástrojů Ncapture a NVIVO 12 určených k analýze. Následně je manuálně překontroloval.

Studované rozmezí si výzkumník určil, aby ve své analýze zahrnul komunikaci indonéského prezidenta na Twitteru před začátkem pandemie, během jejího úvodu a jarního vrcholu. Výzkumník kombinoval sběr dat a kódování po manuální i automatické stránce. Kódování proběhlo v programu Microsoft Excel.

Analýza probíhala ve třech fázích. Ve fázi první výzkumník kodoval manuálně, aby klasifikoval druh zpráv a obsah videí. Následně výzkumník požádal třetí stranu, která se studie nezúčastnila, aby kodovala. Následně byly výsledky porovnány a došlo ke shodě.

Jednotkami analýzy v tomto výzkumu byl počet tweetů věnujících se koronaviru a jejich měsíční porovnání, porovnání komentářů, retweetů a lajků v průběhu měsíců, druhy zpráv a také videí či fotografií, a to včetně srovnání jejich délek a počtu diváků. Sesbíraná data byla následná podrobena kvantitativní obsahové analýze.

Výzkumník v průběhu své práce pomocí kvantitativní obsahové analýzy došel ke zjištění, že zhruba polovina tweetů ve zkoumaném období se týkala koronavirové pandemie. V rámci srovnání jednotlivých měsíců ale výzkumník došel ke zjištění, že počet tweetů týkajících se tohoto tématu se zvyšoval úměrně k rozsahu pandemie v zemi. Zatímco v lednu tweetoval o koronaviru jen v pěti příspěvcích, na jejím vrcholu v březnu šlo již o 72 příspěvků z celkových 86.

Krizová komunikace prezidenta Indonésie dle zjištění studie začala významněji fungovat až v březnu, kdy se Joko Widodo na Twitteru začal profilovat jako aktivní zástupce vlády v poskytování informací o průběhu pandemie v zemi občanům. Výzkum hovoří o tom, že prezident v samotných začátcích pandemie v zemi, kdy bylo potřeba dostat co nejvíce informací k občanům, svůj Twitter nevyužíval takovým způsobem, aby Indonésany dostatečně spravil o důležitých skutečnostech.

Analýza přisuzuje chybějící komunikaci vlády a prezidenta chaos, který v Indonésii propukl v začátcích pandemie, a který vyústil v panické vykupování produktů do zásob. Výzkum taktéž informuje o problému spolupráce napříč jednotlivými institucemi, které by měly občanům dodávat

informace o pandemii v prosté a ucelené formě. Výzkumník upozorňuje na fakt, že krom prezidenta Indonésie o pandemii informoval další účet, a to účet ministerstva zdravotnictví (@KemenkesRI). Ten ale prezident ve svých tweetech nezmiňoval a zároveň byly v rámci obou oficiálních kanálů vlády komunikovány jednotlivé skutečnosti odlišným způsobem. Ministerstvo informovalo především prostřednictvím strohých údajů, kdežto prezident plnil svoji roli i po lidské stránce, kdy lid motivoval a promlouval k němu tak, aby krizi přečkal.

Výzkum se věnoval také komentářům pod příspěvky profilu indonéského prezidenta. Počet komentářů se taktéž zvyšoval podle šíře pandemie v Indonésii. V lednu jich příliš nebyl, případně se týkaly dotazů ohledně opatření přijatých v případě propuknutí pandemie v zemi. Jakmile během února začal počet případů stoupat, začalo se objevovat stále více příspěvků v komentářové sekci, které vyjadřovaly úzkost z narůstajícího počtu případů v Indonésii. Komentáře se různily od těch pochvalných až po urážky či zpochybňování kroků vlády. Podobně jako u komentářů, také počet lajků a retweetů narůstal a klesal podle šíře pandemie v zemi. Narůstat začal v lednu a únoru, nejvyšší byl v březnu a klesat začal v dubnu.

Počet komentářů v březnu dle analýzy souvisel taktéž s větší frekvencí přinášení informací občanům právě prostřednictvím twitterového účtu prezidenta. Nicméně, podotýká, že interakce indonéské hlav státu s lidmi dotazujícími se v komentářové sekci byla nulová.

Výzkum se věnoval taktéž videím, která se týkala koronaviru a byla publikována na Twitteru prostřednictvím oficiálního kanálu prezidenta. Výzkumník uvádí, že videa měla různou délku, přičemž to nejkratší trvalo 36 vteřin. Věnovalo se vysvětlování nutnosti dodržovat vzdálenost a studovat či se modlit doma. Nejdelší video mělo 139 vteřin a obsahovalo apel na udržování svého těla v kondici, vyhýbání se davům, udržování svého mentálního zdraví a výzvy k limitování konzumace hoaxů.

Na celkovém počtu 25 videí a 80 fotografií výzkumník vyzoroval jejich různorodost, která se projevuje nejen v komunikovaném sdělení, ale také v jeho formě. Většina publikovaných fotografií obsahovala obličej prezidenta Indonésie.

Výzkum ve svém závěru uvádí, že profil prezidenta Indonésie fungoval do značné míry jako místo, kam si občané chodili pro informace. Publikována na něm byla nejen nová opatření, ale také kondolence a motivace národu. Výzkumník na zjištěných datech uvádí, že krizová komunikace byla vedena se zpožděním a přispěla tak k chaotickému přístupu obyvatelstva k řešení krize.