# PROTOKOL HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

### POSUDEK VEDOUCÍHO

JMÉNO STUDENTA: ***Pavel Škopek***

NÁZEV PRÁCE:  ***Komunikace českých parlamentních stran na internetové sociální síti Facebook***

HODNOTIL (u externích vedoucích uveďte též adresu a funkci ve firmě):

PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.

1. **CÍL PRÁCE (jaký byl a do jaké míry byl naplněn)**

Cílem práce je dle autora zjistit, analyzovat komunikaci politických stran na sociální síti Facebook v současné době. Dále chce autor zjistit, jakým způsobem a v jaké míře používají stany Facebook jako „komunikační kanál pro komunikaci se svými příznivci“ (s. 8).

Domnívám se, že tento cíl se podařilo splnit velmi dobře, byť mám jisté výhrady k samoúčelnosti takto položené otázky, která je řešená spíše statisticky než aby se zkoumaly analýzy dopadů. Práce nezkoumá například korelaci mezi aktivitami na sociálních sítích a výzkumem voličské podpory, zacílením v politickém marketingu, co mohlo kvalitu práce zlepšit.

1. **OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita vlastní práce, vhodnost příloh)**

Po obsahové stránce autor předložil práci, v níž se v teoretické části zaobírá politickým marketingem a sociálními sítěmi v praktické části pak analyzuje v intencích cílů, které se vytyčil. Výsledky pak prezentuje pečlivou formou.

Teoretická část je silně ovlivněna knihou Jablonského o politickém marketingu, která vyšla v češtině a není na závadu v případě pojednávání o obecnostech politického marketingu. Ale v případě postmoderního politického marketingu by stálo za úvahu doplnit práci o další vhodné zdroje (např. Pippa Norris) stejně jako více provázat politický marketing s reflexí vývoje sociálních sítí, kterážto část je spíše stručnou anotací vývoje než cokoliv jiného. Odborných statí dostupných v databázi EBSCO je na toto téma dostatečné množství.

Podrobněji a velmi poctivě autor zpracovává metodologickou část na s. 19-27, kde detailně vysvětluje všechny body výzkumu nadstandardním způsobem.

 V praktické části autor postupuje přesně v souladu s vytyčenými cíli a zvolenou metodou. Výstupy z práce jsou kvantitativního charakteru, resp. Čtenář má k dispozici spíše technická data k další práci, než aby bylo možné činit závěry o úspěšnosti či neúspěšnosti facebookových strategií jednotlivých stran.

1. **FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, kvalita citací a používané literatury, grafická úprava)**

Po formální stránce považuji práci za zdařilou. Celkový dobrý dojem jen výjimečně kazí drobnosti jako např. na s. 37, kdy poslední dva odstavce nestejné velikosti, číslování stránek je v celé práci v nadstandardní velikosti a naopak seznamy zdrojů jsou uvedeny velmi malým písmem.

1. **STRUČNÝ CELKOVÝ KOMENTÁŘ (silné a slabé stránky práce, zdůvodnění hodnocení)**

Jak již bylo uvedeno výše, v intencích vymezených v koridoru cíle práce a výzkumu autor předložil vzornou práci. Avšak výzkum zaměřený na Facebook bez širšího kontextu nedává moc smysl. Autor se dle mého názoru měl zaměřit i na jednotlivé politiky a jejich užívání facebooku (facebook umožňuje mimo jiné decentralizaci kampaní, ale tento prvek zde není reflektován) a/anebo zkoumat nějakou originální a konkrétní otázku či problém, v níž by reflektována analýza efektu takto realizovaných kampaní.

1. **OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY URČENÉ K ROZPRAVĚ PŘI OBHAJOBĚ**

Viz výše.

1. **NAVRHOVANÁ ZNÁMKA**

Práci doporučuji k obhajobě a za předpokladu solidní obhajoby nemám námitek k udělení známky VELMI DOBŘE.

Datum: 27.5.2012 Podpis: