

Autor diplomové práce: **Bc. Michaela Rybičková**

Název diplomové práce: **Využití sociálních médií ve volební kampani v ČR
se zaměřením na prvovoliče**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Petr Očko, Ph.D.**

Konzultant: **Mgr. Adam Zbiejczuk**

Posudek

Autorka si pro svou diplomovou práci zvolila téma na pomezí politologie, sociologie, nových médií, resp. informační vědy a marketingu a zaměřila se na zmapování způsobů využití sociálních médií ve volební kampani. Téma využití nových možností internetu a zejména pak online sociálních sítí pro politické účely je relativně novou oblastí, kde podrobnější rozpracování teoretických i praktických aspektů, jako je tomu v této práci, umožňuje více systematický pohled na tento rychle se rozvíjející fenomén a je tak možno výběr tohoto tématu autorkou přivítat.

Samotná práce je z metodického hlediska velice systematicky zpracována. Postupuje od teoretického vymezení marketingu a politického marketingu, přes vymezení způsobu vedení volebních kampaní v ČR i v zahraničí, charakteristiku online sociálních sítí až k praktickým aplikacím těchto nástrojů v politických kampaních. V teoretické části by snad je bylo vhodné detailněji definovat pojmy jako demagogie či propaganda a také vymezit politiku ve smyslu veřejné služby.

Zejména praktická část je pak velice precizně zpracována a zejména v analýze konkrétních příkladů z praxe (prezidentská kampaň Baracka Obamy, resp. zejména volební kampaně TOP09 a Strany zelených) je využito mnoho cenných zdrojů a informací kvantitativního i kvalitativního charakteru. Na jejich základě vyvozuje autorka cenné závěry a doporučení využitelné v budoucích (nejen politických) marketingových kampaních využívajících online sociální sítě. Autorka svá tvrzení také hojně dokumentuje výstupy statistik, analýz a studií, včetně uvedení ilustračních snímků jednotlivých aplikací sociálních sítí a grafů, které umožňují čtenáři se velmi dobře zorientovat v dané problematice.

K praktické části je možno podotknout snad jen výběr příliš populárních příkladů ze zahraničí – kampaň Baracka Obamy je v kontextu využití sociálních sítí jistě nejznámějším příkladem, i když jistě není jediným, kdo se v této oblasti prosadil. Bylo by tedy užitečné vybrat i některé příklady z Evropy nebo méně známé americké politiky.

Diplomová práce celkově je velmi kvalitně zpracovaným souhrnem významných trendů v oblasti politického marketingu za využití nových médií a může tak být velmi hodnotným přínosem pro oblast informační vědy a do značné míry také pro oblast politologie. Tedy konstatuji, že práce **splňuje standard kladený na diplomovou práci** a doporučuji ji k obhajobě s hodnocením „**výborně**“. Je možno také doporučit, aby autorka výtah ze svého textu publikovala v některém z relevantních odborných recenzovaných periodik.

Ing. Petr Očko, Ph.D.

vedoucí diplomové práce

ÚISK FF UK