

Posudek oponenta

Oponent: Mgr. Tomáš Diviák

Magisterská diplomová práce „**Šíření informací v prostředí online komunit: Příklad české foodie komunity**“

Autorka: Bc. Hana Němečková

Vedoucí práce: doc. RNDr. Jiří Souček, DrSc.

Konzultant: Mgr. Josef Šlerka

Ústav informačních studií a knihovnictví, Filozofická fakulta, Univerzita Karlova v Praze

Autorka si zvolila téma, které se v poslední době stává populárním v rámci studentských prací – foodie komunita a foodblogging. Sama také na úvod přiznává „afinitu“ k tématu i zkoumané skupině, kvalitu práce to ovšem nikterak negativně neovlivňuje. Nejprve popisuje a definuje web 2.0, sociální média a sociální sítě, následně představuje koncepty komunity a affinity spaces. V další sekci práce popisuje a kriticky reflektuje názorové vůdcovství. V závěru teoretické části autorka detailně popisuje, jakým způsobem zkoumaná skupina využívá vybraná sociální média. Výzkumná část pak sestává ze dvou polovin – jednak analýzy sociálních sítí vybraných sociálních médií a také polostrukturovaných rozhovorů se zástupci vybraných pražských gastronomických podniků. U obou z nich nechybí popis a zdůvodnění použitých metod, interpretace výsledků a jejich shrnutí se zaměřením nad dalším možným postupem.

Celkově je práce poměrně čtivá, pravopisných chyb se v textu vyskytuje minimum (zpravidla pouze překlepy, např. s. 34, 37, 38, 78, 93 či 94). Drobnou výhradu lze směřovat snad jen k poměrně hojnému výskytu anglicismů v textu – zvláště u některých výrazů („opinion lídr“ nebo „patern“) působí užívání poangličtělého termínu poněkud křečovitě, přičemž lze ale jednoduše užívat zaběhnuté české ekvivalenty (názorový vůdce...). Stejně tak může být mírně zmatečné, na jakém základě autorka překládá anglické názvy a kdy je ponechává v originále (např. překládání názvů měr centrality v SNA proti ponechání pojmu affinity spaces v angličtině).

Devizou celého textu je bezpochyby informační bohatost, zejména doprovázející část o tom, jak foodies využívají jednotlivá sociální média. Téměř etnografická znalost kontextu a komunity foodies je dobře uplatněna i při interpretaci síťových analýz (s. 62). V tomto ohledu je na místě zdůraznit, že množství informací nijak nenarušuje výše zmíněnou čtivost textu. Co se práce s prameny a odbornou literaturou týče, autorka používá adekvátní množství zahraniční odborné literatury, v níž se dobře orientuje, umí představit relativně méně známé koncepty (s. 19 a dále – affinity spaces) a umí ji i patřičně kriticky zhodnotit (část k dvoustupňovému toku komunikace). Bohužel, první výraznější nedostatek práce tkví právě v tomto bodě. Některé aspekty názorového vůdcovství, s nimiž se autorka vypořádává (např. expertiza v jedné nebo ve více oblastech nebo charakteristiky názorových vůdců), jsou teoreticky i empiricky poměrně rozsáhle popsány a poněkud nejasné vyústění této části práce by umožnily lépe uchopit (shrnutí lze najít Weimannovu práci *The Influencers* (1994)). Zásadnější je ovšem absence jakékoliv zmínky o různých metodách identifikace názorových vůdců

(blíže třeba ve Valenteho a Patchareeyově článku *Identifying Opinion Leaders to Promote Behavioral Change* (2007)) – vzhledem k tomu, že identifikace názorových vůdců je jedním ze dvou hlavních cílů výzkumné části práce, je tato část výzkumu názorového vůdcovství důležitá a neměla by být opomenuta. Na druhou stranu je nutné poukázat na pasáže, v nichž autorka ukazuje kritický úsudek. Mezi takové pasáže patří např. diskuze o povaze blogů (s. 16) a zejména úvaha o proměnách etických standardů recenzování restaurací vlivem demokratizace recenzování prostřednictvím internetu (s. 50).

Co se výzkumné části týče, velice dobře a poctivě jsou definovány hranice zkoumaných sítí i vymezení výběru respondentů pro rozhovory. Co ale v textu chybí, je definování toho, co tvoří jednotlivé hrany v daných sítích – je to přátelství, komunikace v soukromých zprávách, sdílení obsahu, komentování postů nebo něco jiného či nějaká kombinace toho všeho? Od toho se totiž odvíjí jak zvolené metody, tak i interpretace. Je škoda, že tato zásadní informace absentuje při pohledu na jinak detailní popis toho, kdo jsou uzly v sítích. Dalším problematickým bodem při SNA je zvolení měr centrality – zatímco zvolení betweenness dává smysl a je dobře zdůvodněné, u stupně (degree) je zvolena jen jeho příchozí část – lze nicméně argumentovat, že názorový vůdce však není pouze populární, je rovněž aktivní (jak ukázal již Kingdon (1970) ve studii *Opinion Leadership in the Electorate*). Takový uzel má tedy vedle vysokého indegree vysoký také outdegree, tedy vstupní stupeň, což by mohlo pozměnit výsledky analýzy. S tím úzce souvisí i další problematický moment – autorka nikde přesně neurčuje kritérium, podle kterého lze centrální aktéry označit za názorové vůdce. Jsou to ti, kteří jsou v dané síti v top10 zároveň u betweenness i u indegree? Ačkoliv to výsledky a interpretaci nemusí zásadně měnit, čtenáře to může mást a interpretaci výsledků to dělá poněkud arbitrární. Zde by jistě pomohla lepší orientace v metodách identifikace názorových vůdců, jak je naznačeno výše. Vyjma těchto spíše obecně metodologických problémů jsou však celkově analýzy sítí velice zdařilé, dobře interpretované a zasazené do kontextu. Na tomto místě bych vyzdvihl především analýzu podskupin a vizualizaci dat – podskupiny jsou korektně interpretovány a vizualizace uvážlivá a přehledná. Dobře vyzozorované zjištění v tomto světle představuje přechod mezi tématy jídla, životního stylu a módy na Instagramu, stejně bystře je ale interpretována struktura podskupin na Twitteru. Dobře provedeny jsou také rozhovory a užívání výňatků z nich při analýze. Dobrým příkladem je interpretace situace kolem Taste of Prague (s. 97).

Asi největší slabinou celé diplomové práce je ovšem špatná provázanost teoretické části s praktickou. Úvodní přehledová část o sociálních médiích působí jaksi samoučelně, byť je informačně bohatá a dobře napsaná. Není jasné, co z ní vyplývá pro další text nebo co si z ní má čtenář odnést. Nejvíce je však tento nedostatek patrný při dalším pohledu na diskuzi o komunitách a affinity spacech a dvoustupňovém toku komunikace v teoretické části. Celá pasáž o komunitách a affinity spacech vybízí k zařazení foodies do jedné z kategorií nebo navržení kritéria, na jehož základě to bude možné učinit empiricky ve výzkumné části. Autorka se sice k rozuzlení v praktické části dostává a odůvodněně klasifikuje foodies jako affinity space (s. 79), je to ovšem zničehonic až po síťových analýzách, které k takovému úsudku nebyly potřeba. Tato úvaha měla proběhnout již v teoretické části po představení obou konceptů a v praktické části měla být doplněna či ověřena. Podobně bezúčelně vyznívá i kapitola o slabých a silných vazbách, která se nakonec v interpretaci výsledků žádným způsobem neprojevuje a ani metodologie se na ní neodvolává. Podobně se také nabízí propojení dobré úvahy o etických standardech v hodnocení restaurací ze s. 50 na závěr kvalitativního výzkumu, kde se respondenti vyjadřují k vlivu blogů o jídle a recenzním serverům a jejich dopadu na provoz svých podniků.

Kritéria hodnocení práce a jejich bodování:

Metodologie a věcné zpracování tématu:	30 bodů
Přínos a novost práce:	15 bodů
Citování a využití informačních zdrojů:	15 bodů
Slohové zpracování:	12 bodů
Gramatika textu:	4 body

Celkově se jedná o diplomovou práci se zajímavými východisky, metodami i závěry, kterou jednoznačně **doporučuji k obhajobě**, avšak vzhledem k některým nedostatkům pouze se známkou **velmi dobře (2)**.

K obhajobě navrhuji následující body:

- a) rámcově zmapovat relevantní typologie názorových vůdců a zasadit do nich výsledky práce
- b) zorientovat se v metodách identifikace názorových vůdců a vztáhnout je k metodám zvoleným v předložené práci
- c) definování vazeb v jednotlivých analyzovaných sítích a přihlídnutí k tomu, zda jejich povaha adekvátně reprezentuje šíření informací tak, jak je to předpokládáno v textu
- d) výpočet celkového stupně (degree) u analyzovaných sítí a jeho porovnání s výsledky v práci, případné upravení interpretace

Pakliže diplomantka zdárně provede a obhájí výše navržené úkoly, připouštím možnost výslednou známku zlepšit na výborně (1).

Dne 23. 5. 2016 v Groningenu, Nizozemí

Mgr. Tomáš Diviák