

ZÁZNAM O PRŮBĚHU OBHAJUBY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Název práce:	Šíření informací v prostředí online komunit: Příklad české foodie komunity
Jazyk práce:	čeština
Student:	Hana Němečková
Fakulta:	Filozofická fakulta
Studijní program:	Informační studia a knihovnictví
Studijní obor:	Studia nových médií
Obor práce:	Studia nových médií
Vedoucí / školitel:	doc. RNDr. Souček Jiří, DrSc.
Oponent(i):	Mgr. Diviák Tomáš
Předseda komise:	doc. PhDr. Rudolf Vlasák
Členové komise:	Mgr. Vít Šisler, Ph.D. Mgr. Josef Šlerka Mgr. Michaela Slussareff, Ph.D.
Datum obhajoby:	22.06.2016
Průběh obhajoby:	Diplomantka byla vyzvána k seznámení komise s obsahem práce. Předložila písemnou formu obhajoby, která bude přiložena k posudku. Byl přečten posudek oponenta Mgr. Tomáše Diviáka, který se nemohl obhajoby zúčastnit. Doporučuje velmi dobře. Doc. RNDr. Jiří Souček DrSc. představil svůj posudek - vedoucího práce. Doporučuje výborně. Mgr. Josef Šlerka vyzval diplomantku k zodpovězení otázek na nejasnosti v metodice výzkumu. Diplomantka zahájila svou obhajobu k námitkám oponenta. Dostudovala zdroje, které v práci chyběly, a vysvětlila, jak souvisejí s výsledky jejího výzkumu. V rámci obhajoby také diplomantka popsala opomenuté definování vazeb. Komise se shodla na známce výborně.
Výsledek obhajoby:	Výborně

doc. PhDr. Rudolf Vlasák

Obhajoba magisterské diplomové 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

Oponent: Mgr. Tomáš Diviák

22.6.2016, ÚISK FF UK

Představení práce:

Diplomová práce se zaměřuje na šíření informací v kontextu české komunity tzv. foodies (lidí, kteří se zabývají dobrým jídlem a vyhledáváním nových zážitků v této oblasti).

V teoretické části je nastíněn vývoj prostředí online komunit, od internetových fór po sociální média, a zkoumána využitelnost Katzova a Lazarsfeldova modelu dvoustupňového toku komunikace v online prostředí.

Rovněž se zabýváme specifiky online komunikace o jídle a motivace k participaci v ní. Zabýváme se i charakteristikami foodblogingu, službami Twitter, Instagram, Foursquare (Swarm) (v globálním i lokálním kontextu) a specializovanou českou sítí pro foodies, Scuk.

Praktická část práce prostřednictvím analýzy sociálních sítí (SNA) identifikuje opinion lídry české online komunity v prostředí Twitteru, Instagramu a Scuku. Dále se zabývá odpovědí na výzkumné otázky.

VZ1: Jak se šíří informace v online zájmových komunitách, v tomto případě v české online komunitě foodies? Jakou roli v tomto procesu mají opinion lídři?

VZ2: Do jaké míry charakter online zájmové komunity utváří médium, které je komunitou využíváno k šíření informací?

Součástí práce je i kvalitativní výzkum dopadu šíření informací online na offline prostředí - konkrétně na tržby, návštěvnost a reputaci pražských restaurací.

VZ1: Jakou důležitost přikládají zástupci gastronomických podniků šíření informací v prostředí sociálních médií?

VZ2: Jaký vliv mají online opinion lídři komunity foodies na úspěšnost gastronomických podniků? Jak toho podniky využívají?

Závěr:

Opinion lídry českých foodies jsou zejména producenti obsahu. Nemusí jít jen o foodblogery, ale i uživatele, jejichž „záběr“ je širší. Příkladem jsou youtubeři.

Struktura komunity foodies se proměňuje v závislosti na síti, kterou používá. Objevujeme v ní subkomunity regionální (brněnská) nebo tematické (vinaři, fitness a zdravotní styl).

Navrhujeme označit ji pojmem *affinity space*, afinitním prostorem, který je z hlediska závěrů z SNA i analýzy rozhovorů se zástupci gastronomických podniků, dominovaný Martinem Kucielem, alias panem Cuketkou.

Zástupci podniků intuitivně vnímají každého návštěvníka svého podniku jako člověka, který může vyjádřit svůj názor online a podniku tím pomoci (či mu uškodit).

Vyrovnat se navíc musí s tím, že foodies jako kritiky svého podnikání, až na výjimky nerespektují. Dopad, který online komunikace na jejich podnik má, konkretizovat zatím neumí. Pokud zaznamenali vyšší návštěvnost či tržby, bylo to po zveřejnění recenzí v klasických tištěných médiích.

Obhajoba:

- **Typologie názorových vůdců**

Gabriel Weimann, *The Influentials* (1994) mapuje různé typologie názorových vůdců Kingdon: aktivisté, pasivní lídři, ukecávači (talkers)

Booth a Babchuk: podle frekvence vlivu – aktivní názoroví vůdci a příležitostní názoroví vůdci

Parsons: nositel vědění, emoční lídr, lídr orientovaný na úkol

Merton: monomorfní experti vs. polymorfní top názoroví vůdci

Rogers, 1962, Difuze inovací: inovátoři, časní osvojitelé, raná většina, pozdní většina, zpozdilci

Rozdělení druhů sociálních pozic v síti uvádějí podle Crosse a Parkera (2004).

Komunikátoři (connectors)

Inovátoři (early adopters)

Spojovatelé (boundary spanners)

Prodavači (salesmen)

Maveni (the maven)
 Úzká hrdla (bottlenecks)
 Žáby na prameni
 Murphyovci
 Lidé na okraji (peripheral people)

- **Metody identifikace názorových vůdců a vztah k metodě zvolené práci**

Rogers, 1962, Difuze inovací

Pozorování – podle struktury sítě a stopách chování v systému

Vyhodnocování klíčových rolí – názoroví vůdci jsou identifikováni speciálními pracovníky v terénu obeznámenými se sociálním systémem

Měření sociálních interpersonálních vztahů – dotazování informantů

Sebeidentifikace – evaluace vlivu

Valente, Pumpuang (2007)

celebrity, self-selektce, sebeidentifikace, poziční přístup, expertní identifikace, metoda sněhové koule, sociometrika...

- **Definování vazeb v jednotlivých analyzovaných sítích**

Spojení uživatelů na analyzovaných sociálních sítích prostřednictvím funkce “sledovat”

Scuk – Přidání do záložky Oblíbení uživatelé (Oblibenci) na osobním profilu

Twitter – Princip followingu

Instagram – Princip sledování

- **Výpočet celkového stupně (červeně je zvýrazněn uživatel, který se v rámci analyzované sítě díky metrice celkový stupeň objevuje nově)**

Scuk

uživatel	status	vstupní stupeň uzlu
pan Cuketka	recenzent	221
Michala	recenzent	116
Kačka Žvýkačka	recenzent	93
coq au vin	recenzent	49
farfalla	selhala při vyplnění dotazníku	47
Mýval	recenzent	44
marteska	recenzent	43
Lipár	recenzent	41
Hedvika	recenzent	37
Veronicus	recenzent	36

uživatel	status	středová mezipoloha
pan Cuketka	recenzent	77846,5
Michala	recenzent	6130,1
Hedvika	recenzent	1647,6
Kačka Žvýkačka	recenzent	1547,8
maja	návštěvník, kterému byl odeslán dotazník	1233,2
Dv	recenzent	1117,0
Jirka S.kipp	autorizovaný návštěvník s veřejnými návštěvami	1111,9
Maty	recenzent	964,3
Lipár	recenzent	901,5
Irena	recenzent	776,7

uživatel	status	celkový stupeň
pan Cuketka	recenzent	508
Michala	recenzent	171
Kačka Žvýkačka	recenzent	108
Lipár	recenzent	70
Jirka S.kipp	autorizovaný návštěvník s veřejnými návštěvami	66
Mýval	recenzent	59
marteska	recenzent	58
farfalla	selhala při vyplnění dotazníku	56
mpavlikova	návštěvník, kterému byl odeslán dotazník	55
Hedvika	recenzent	51

Twitter

uživatel	vstupní stupeň uzlu
cuketka	187
copywriterka	129
zufanek	98
realmeatsociety	92
maskrtnica	87
marekl	80
coq_aubin	72
kackazvykacka	72
sanger_foodblog	66
vietfoodfriends	65

uživatel	středová mezipoloha uzlu
cuketka	16778,1
realmeatsociety	9086,7
copywriterka	4258,3
peterhandzus	2807,2
jirka_22	2777,4
giraffy_brno	2277,0
qvako	2180,4
marekl	2108,2
blanchee_n	2032,9
ondrejzemek	1774,7

uživatel	celkový stupeň uzlu
cuketka	248
copywriterka	159
realmeatsociety	154
zufanek	116
maskrtnica	114
jirka_skip	106
marekl	98
bukacek	97
coq_aubin	94
sanger_foodblog	92

Instagram

uživatel	vstupní stupeň uzlu
cuketka	91
copywriterka	77
maskrtnica	73
shopaholicnicol	68
nicole_e	66
kitchenettehome	63
martinapavlikova	58
smoothcooking.cz	56
jirka_skip	54
chefkamu	50

uživatel	celkový stupeň uzlu
cuketka	126
copywriterka	106
jirka_skip	96
maskrtnica	92
martinapavlikova	87
kitchenettehome	84
smoothcooking.cz	81
nicole_e	81
iamveronicus	81

uživatel	středová mezipoloha uzlu
cuketka	5875,5
smoothcooking.cz	5201,3
fitmark.cz	5069,3
nicole_e	4196,7
jirka_skip	3620,2
MichalSanger	3459,6
bonnyandbondgirl	3407,7
iamveronicus	3296,5
shopaholicnicol	3225,6
fitfoodlover	3116,4