

Posudek diplomové práce Michaely Rybičkové na téma

**Využití sociálních médií ve volební kampani v ČR se zaměřením na prvovoliče**

Práce o politickém marketingu v sociálních sítích patří ke stálícím novomediálnímu prostoru v posledních letech. V tomto ohledu odvádí diplomantka práci na dobré, ne však objevené úrovni, když se věnuje nejen celkové problematice, ale i speciálně vzorové kampani Baracka Obamy. Místy ovšem postrádám dovysvětlení některých prvků jako třeba v případě informace o využití mobilní reklamy v kampani Baracka Obamy, kdy se sice dozvíme, že byla využita, nicméně už nevíme s jakým úspěchem.

Těžištěm práce ovšem není shrnutí zahraničních kampaní, ale výzkum průběhu dvou známých kampaní z loňských voleb v online prostředí. V tomto výzkumu diplomantka přichází s podrobnou analýzou opřenou především o přímá svědectví autorů kampaně, což odhaluje nové skutečnosti i o celkovém přístupu k politickému marketingu u nás. Bohužel se tak ale vyhnula celkově problematice tzv. black hat přístupu v této oblasti, kam patří například využívání falešných identit pro ocerňování protivníků apod. Rád bych se ji proto na tuto oblast zeptal během obhajoby.

Přesto práci navrhuji hodnotit jako výbornou.

V Praze 31. 5. 2011

Josef Šlerka