

Oponentský posudek na magisterskou práci

Název práce: Krizová komunikace firmy skrze sociální média
Studijní obor: Studia nových médií
Autor práce: Bc. Jindra Pišťková
Vedoucí práce: Ing. Petr Očko, Ph.D.
Oponent: Mgr. Adam Zbiejczuk

Předkládaná práce je hodnocena z hledisek:

| Kritéria hodnocení: | Hodnocení | | | | | |
|--|-------------|----------|----------|------------------|---|---|
| | A - výborně | | | F - nevyhovující | | |
| 1. Aktuálnost řešené problematiky | A | B | C | D | E | F |
| 2. Přístup ke zpracování zadaného tématu | A | B | C | D | E | F |
| 3. Naplnění cíle práce | A | B | C | D | E | F |
| 4. Úroveň práce s literaturou a citace literárních pramenů | A | B | C | D | E | F |
| 5. Struktura práce | A | B | C | D | E | F |
| 6. Vlastní přínos studenta | A | B | C | D | E | F |
| 7. Přínos práce pro praxi a originalita závěrů | A | B | C | D | E | F |
| 8. Úroveň jazykového zpracování a formální úprava | A | B | C | D | E | F |

Připomínky, náměty do diskuse při obhajobě práce:

Jindr Pišťková se ve své práci věnuje tématu velmi aktuálnímu: s krizovou komunikací firem v sociálních sítích se můžeme setkávat stále častěji a proto je jistě na místě věnovat se tomuto tématu i na akademické úrovni. Je vidět, že autorka se dobře orientuje a pracuje se zahraniční literaturou (a čerpá z vlastních zkušeností z pobytu v USA). V tomto kontextu stojí za úvahu (to je ovšem spíše námět pro diskusi), do jaké míry je situace v ČR srovnatelná se situací v USA – např. si troufám tvrdit, že kvalitní strategie či pravidla pro krizovou komunikaci (at' už s využitím soc. médií nebo bez nich) rozhodně nejsou v ČR samozřejmostí, a to bez ohledu na velikost firmy či instituce (jak se můžeme dnes a denně přesvědčovat na internetu i v tradičních médiích).

V některých částech (zejména jde o první část kapitoly 3) mám trochu problém s úrovní formulací, např. v části o Twitteru autorka píše: „Firmy, stejně jako u jiných sociálních médií, disponují svou stránkou s profilem, na kterou veřejně mohou publikovat i další uživatelé“ - což je minimálně velmi nepřesné (uživatelé mohou s firemním účtem vést konverzaci, ale nemohou na tento účet přispívat tak jako na FB), také např. vysvětlení principu hashtagu je zmatečné. Na Twitteru také není možné informace „cílit“ (nebo mi není jasné, co tím autorka myslela). Podobně jsou v části věnované výběru monitorovacích nástrojů některé neohrabané formulace. Monitoring příspěvků v češtině není problematický zejména kvůli diakritice – mnohem větší problém pro mezinárodní nástroje plyne ze skloňování a ještě spíše z nutnosti obsáhnout lokální zdroje (komentáře pod články, české blogovací systémy nebo diskusní fóra). I výčet nástrojů je zmatečný až špatný: vedle sebe jsou zde položeny nástroje zcela nesouměřitelné: analytika Social Bakers a monitorovací Buzzboot. Není zmíněn ani Ataxo Social Insider, ani Wunderman Listening Platform (WLIP, white-labelovaný také Newtonem). Přitom v této oblasti by bylo možné čerpat např. z rozsáhlého srovnání v diplomové práci Barbory Buchtové (<http://theses.cz/id/zwgupv>) – zde by také bylo dobré pracovat s knihou Jima Sterna Měříme a optimalizujeme marketing na sociálních sítích.

Naopak celá část 5 (Krise) a 6 (sociální média vs. tradiční média v době krize) jsou zpracovány velmi dobře a mohou být zajímavým zdrojem pro řadu firem i pro akademickou sféru, shrnují obsírně a přitom velmi pochopitelně větší množství studií a je vidět, že v této oblasti se autorka pohybuje na pevnější půdě.

Praktická část práce je inovativní svým metodologickým přístupem, kdy si autorka vytvořila vlastní hodnotící škálu. Snaží se hodnotit pouze krizovou komunikaci jako takovou (bez ohledu na kontext toho, za jakých okolností vůbec ke krizi došlo). V popisu jednotlivých krizí bych jen mírně korigoval některé formulace např. u Vodafonu (k zavedení nového FUP v březnu nedošlo, to bylo pouze v nových tarifech od května plánováno a následné kroky VF – zrušení nového FUP – znamenaly, že se to ani nikdy nestalo). U této konkrétní krize bych také asi nesouhlasil s hodnocením krize na bodové škále. U profilu Trattoria Laura by pak možná stálo za to dodat, že restaurace v současné době již neexistuje (zda a jak to souvisí s probíranou krizí je ovšem asi těžko říci). U restaurace Hansen zase autorka píše o „pravidelné publikaci“ - ta je ovšem rok stará, v době psaní diplomové práce již žádné příspěvky nepřibývaly a stránka byla neaktivní.

Ačkoli je praktická část inspirativní, velmi subjektivní vyhodnocení jednotlivých krizí, jejich nízký počet i rozdílné typy podle mého názoru znemožňují zobecňovat jakákoli doporučení z nich plynoucí a tudíž i „potvrzení“ hypotéz je postaveno na velmi vratkém základě. Z hlediska obecného přístupu bych tedy kritizoval volbu příkladů a snahu na nich prokazovat připravené hypotézy (což by bylo asi mnohem proveditelnější při kvantitativním výzkumu). Přesto má však práce celou řadu kladných přínosů a samotná formulace hypotéz je také kvalitní.

Po stylistické a jazykové stránce by si práce zasloužila ještě jednu korekturu (překlepy, chybějící čárky, stylistické neobratnosti), ale není to nic, co by výrazně narušovalo čitelnost textu.

Otázky do diskuse:

Jedna z vašich hypotéz říká, že nedostatečný monitoring může být příčinou krize. Vybrané příklady však až na jednu výjimku proběhly přímo na profilech daných firem, takže ty si jich dost dobře nemohly nevšimnout. Na základě čeho jste vybírala dané příklady?

Ve vyhodnocení krizí jste se v několika případech obracela i na jejich aktéry – stěžovatele. Co Vás vedlo k tomu, že jste nekontaktovala také zástupce firem, které hodnotíte?

Vyjádření a návrh klasifikace:

Magisterská diplomová práce Jindry Píšťkové je kvalitní prací na velmi aktuální téma, které lze ovšem vytknout nejasněnou koncepci práce: na základě několika vybraných příkladů (jejichž zpracování v praktické části je minimálně napadnutelné), které mají jen velmi těžko obecnou vypovídací hodnotu, se snaží verifikovat hypotézy, které by se daly mnohem spíše zkoumat kvantitativním výzkumem. Teoretická část je poněkud nevyrovnaná, obsahuje i pasáže s faktickými chybami či nejasnostmi. Práce ovšem celkově přináší zajímavou sondu do nového tématu, ukazuje na autorčiny rozsáhlé znalosti v dané oblasti a přináší firmám inspiraci z neúspěchů jiných.

S ohledem na průběh obhajoby navrhuji hodnocení velmi dobře.

Datum: 15.5.2013

Podpis