



Posudek oponenta¹ diplomové práce

Student/ka:	Lucie Benýšková
Název práce:	Vliv sociálních sítí při volbě prezidenta České republiky v roce 2023
Vedoucí:	Josef Straceny
Oponent²:	Tomáš Samek

Diplomová práce Lucie Benýškové se zabývá tím, jakou roli hrají sociální sítě v politické komunikaci – konkrétně ve druhém kole loňské prezidentské volby. Hlavní výzkumná otázka zjišťuje, zda voliči byli ovlivněni obsahem, který počínaje prvním dnem druhého kola až do finální volby na svém oficiálním facebookovém a instagramovém účtu zveřejňovali dva čelní kandidáti na tuto funkci, totiž Petr Pavel a Andrej Babiš. Nejsm si jist, zda použitá metodologie, resp. její konkrétní aplikace je s to takto položenou otázku odpovědět – což potvrzují i závěrečné pasáže práce. Ale podívejme se nejprve na celý autorčin postup.

Práce obsahuje všechny formální náležitosti a součásti, kterou jsou požadovány. Po rozboru teorie médií a jejich vztahu k politice se autorka snaží pojmově vymezit nová média a sociální sítě. Už zde některé pasáže vyvolávají otázky, na něž autorka nedává odpověď. Příklad: Diplomantka uvádí, že „v moderní demokratické společnosti hrají média zásadní roli. Staví se totiž do role prostředníka mezi politickými institucemi a občany. Nutno dodat, že totéž platí i pro totalitní společnost.“ – Ano, to je dobrý postřeh, ale nutně vyvolává otázku, v čem tedy tkví specifická role médií v demokratické společnosti, tedy čím se role médií v demokraciích a totalitách liší. Nebo se neliší? Další odstavce tuto otázku nejen neodpoví, ale spíše ještě zatemní, když čteme: „V demokratickém uspořádání sice média musí garantovat svobodu projevu, ale zároveň zůstávají plně závislá na inzerentech.“ To je ovšem

¹ Nehodící se škrtněte.

² Pokud posudek vypracovává vedoucí práce, nevyplňovat.

zjevný rozpor: jsou-li, jak říká autorka, závislá na inzerentech plně, jak mohou garantovat svobodu projevu? To by vyžadovalo nuancovanější formulaci – s tímto zásadním rozparem se nelze vypořádat pouhou spojkou *ale*, která sice naznačuje, že si je autorka rozporu vědoma, ale nijak tento rozpor nevysvětluje ani neřeší. Čtenář tak zůstane u pouhé logické kontradikce, jež zůstane neobjasněna.

Když definuje sociální síť, autorka explicitně vychází z toho, jak tento pojem chápe sociologie – ale její charakteristika je nepřesná, příliš vágní (a tudíž zaměnitelná s jinými sociologickými pojmy, jako je třeba *sociální skupina*), ale hlavně: ztotožňuje sociologický a antropologický pojem sociální síť se sociálními sítěmi typu facebook, což ovšem není totéž: sociologický pojem sociální síť je širší a soudobé digitální sociální sítě jsou jenom jeho podmnožinou. Nicméně autorka píše o obou užitích tohoto termínu, jako by byla identická – vlastně si tohoto rozdílu buď není vědoma, nebo ho nedokáže postihnout.

Ve svém výzkumu dělá některá klíčová rozhodnutí nebo závěry na základě mechanického, zásadní kontext často přehlížejícího porovnávání čísel: všimá si třeba oficiálních účtů obou kandidátů, kteří postoupili do druhého kola – s tím, že se rozhodne vyloučit síť X (dříve twitter) proto, že na něm je menší procento populace než na facebooku nebo instagramu: to je nepochybně pravda, ale z hlediska cíle sledovaného autorkou je přece podstatné, jaký segment společnosti je přítomen na té které síti, vždyť síť X má největší vliv na to, co se posléze octne v médiích, a z hlediska toho, jak dopadnou volby, ji nelze ignorovat jen s poukazem na to, *kolik* lidí na ní je, nýbrž je vždy nutné brát i v úvahu, *kteří* lidé to jsou: je-li na nějaké síti největší hustota novinářů, politiků a obecně vlivných lidí oběho pohlaví – nadto násobená mírou pozornosti, kterou tomuto sociálnímu médiu věnují a jak často ho citují – je to právě síť X. O ní autorka píše: „Tuto platformu využívalo v roce 2022 však pouze 28 % uživatelů, z čehož vyplývá, že tento vzorek není dostatečně relevantní pro účely této práce.“ Inu, to žel nevyplývá. Nevyčítám autorce to, že se rozhodla sledovat jen určitou výseč – to je vzhledem k rozsahu politické komunikace celkem logické; ale je chyba, jestliže svou volbu zdůvodňuje pouze redukcionistickým poukazem na jedno hledisko a ostatní relevantní hlediska jí zcela unikají.

To vše jsou jen příklady toho, že autorčin text není vždy pojmově a logicky konzistentní, ačkoli celkově je práce strukturována přehledně a vyznačuje se na většině míst zvládnutým odborným jazykem i jasným, srozumitelným stylem, který patří k autorčiným přednostem. Ne vždy však diplomantka umí vystihnout nejpodstatnější stránku věci. Opět příklad: „Za zmínku také stojí status z 26. 1. 2023, který vzbudil nejvíce reakcí „Haha“ (celkem 7 166), jehož obsah zní: „*Byl jsem ve Fortuně, kurz je 12. Vsaďte si 1 000 Kč a*

přijďte všichni volit, vyhraje 12 000 Kč. Babiš vždycky pomáhá, za Babiše bude líp.“ – Víc se tomuto statusu autorka nevěnuje. Přitom šlo o hrubě neetickou komunikaci, která oddané Babišovy voliče (mnohdy lidi z chudších poměrů nebo méně vzdělané) vyloženě nabádala k jednání, které je s největší pravděpodobností obere o tisíc korun. Opravdu je na tomto statusu nejdůležitější to, že vzbudil – autorčinými slovy – nejvíce Haha reakcí?

V situaci, kdy bylo i podle politických analytiků zřejmé, že volby mohou rozhodnout voliči KDU-ČSL, se Andrej Babiš rozhodne široce – i prostřednictvím sociálních sítí – medializovat svou návštěvu Pražského Jezulátka a prezentovat se jako věřící křesťan. To přece nebyl *apolitický* krok, nýbrž přímý důsledek politicky motivované marketingové strategie. Autorka ho však popisuje těmito slovy: „V příspěvcích lze také zaznamenat úsilí o tvorbu apolitického obsahu, který není přímo spojen s volební kampaní (...) Příkladem jsou (...) návštěvy Pražského Jezulátka.“ Zde už jsme svědky zjevného nepochopení politické komunikace Babišova volebního štábu.

Na práci velmi oceňuji kapitolku 8.1 (nazvanou *Diskuze*), která si správně všímá toho, čím jsem tento posudek začal: že totiž zjištěné kvantitativní údaje nelze vnímat jako něco, co je v kauzálním vztahu k autorčině výzkumné otázce: autorka zjistila zajímavou korelaci, za příčinnost ji však nemůžeme považovat – a je správné, že k tomu sama dospívá. Jen o pár stránek dále, v Závěru, ovšem čteme: „I přesto je však nezpochybnitelné, že sociální média hrají důležitou roli v politických kampaních a mají vliv na rozhodování voličů a výsledky voleb, jak dokazují námi provedené popisy procentuálních nárůstů počtu sledujících v druhém kole, hlavně u Petra Pavla v komparaci s jeho radikálně vyšším výsledkem oproti kolu prvnímu.“ To jsou hodně silná slova vzhledem k tomu, že pokud autorkou použité metody něco ukazují, pak korelaci mezi oběma jevy a nikoli kauzalitu. Navíc zde autorka protirečí tomu, co sama říká o pár stránek dříve.

Navzdory všem uvedeným výhradám k jednotlivostem jde *ve svém celku* o práci pěknou, z čehož plyne i mé celkové kladné hodnocení.

Upozornění/Disclaimer: Vzhledem ke stavu poznání k dnešnímu dni nedokáže autor posudku s jistotou stanovit, zda a v jaké míře byly při vypracování této závěrečné práce využity nástroje umělé inteligence.

Závěr: Závěrečná práce splňuje podmínky kladené na závěrečné práce v příslušném oboru.

Podněty k přemýšlení, **otázky do rozpravy:**

1. Vztah mezi komunikací a politickým chováním (třeba volebním) je dialektický a působí obousměrně: komunikační projevy volebních štábů nejen ovlivňují (nebo se snaží ovlivnit) voliče, ale tyto projevy samy často na sebe berou takovou podobu, o níž jsou dané štáby přesvědčeny, že vyjadřuje to, co si voličstvo myslí. Nepůsobí tedy jen komunikace na volební postoje, nýbrž tyto postoje jsou samy často zrcadleny komunikací a ovlivňují ji: ten vliv je zkrátka vzájemný. Jak tato skutečnost komplikuje výzkumy toho typu, pro který jste se rozhodla?
2. Vezměte si jeden konkrétní příklad ze své práce a popište, jak byste ho využila v hodině ZSV na střední škole: co byste na něm studentkám a studentům vysvětlila, s jakým vzdělávacím cílem a jakou metodou?

V Ostrově dne 10. 8. 2024

.....
Tomáš Samek