

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	<b>Andrea Vojkovská</b>
Název práce	<b>Krizová komunikace – Životní prostředí v Ostravě</b>
Obor/forma studia	<b>MK KS</b>
Akademický rok	<b>2012/2013</b>
Autor posudku	<b>Jiří Chvojka</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	<b>c</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	30	<b>c</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>d</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>d</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	<b>c</b>
6 Splnění cíle práce	60	<b>c</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>b</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	<b>c</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	<b>b</b>
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	<b>b</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,87</b>	<b>C</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Autorka měla popsat krizovou komunikaci města Ostrava týkající se životního prostředí. Rozepsala se na 100 stranách, ale kvantita rozhodně neznamenala kvalitu. Krizové komunikaci jako takové se konkrétně věnovala pouze na přibližně pěti stranách a šlo pouze o popis, nikoliv hodnocení kroků nebo aplikaci teoretické části. Práce byla naprosto nevhodně a proti pravidlům uměle prodlužována například vložení dvou celých průzkumů veřejného mínění, které měly být maximálně v příloze a které měly minimální vliv na téma bakalářské práce.

Rozsah práce byl příliš dlouhý, aniž tomu odpovídal obsah, nastavení cílů nebylo v souladu s tématem bakalářské práce, protože otázky se měly týkat úspěšnosti/neúspěšnosti krizové komunikace, nikoliv porovnávání stavu znečištění s pocity obyvatelstva. Pokud se měla otázka týkat rozporu mezi skutečným znečištěním a PR/mediálním obrazem skutečnosti, měla být tato věc zkoumána z pohledu PR, nikoliv ekologie.

Teoretická část – úvod do problematiky PR - je příliš široká, celé odstavce jsou pouze opsány z knih, nemá jasnou strukturu. Na některých místech se opakuje (zásady krizové komunikace jsou zmíněny celkem čtyřikrát, pokaždé stejně), v mnoha pasážích si vyloženě odporuje (kapitola Dělení krizí). Řada důležitých detailů (krizový scénář, krizový manuál) je vyloženě odbytá a bez přesných teoretických termínů nebo přesné specifikace, kterou by bylo možné později využít. V oblasti historie autorka pracuje s daty spíše beletristicky, opomíjí celou řadu klíčových událostí v oblasti PR (vznik PR v USA úplně ignoruje, v Evropě zmiňuje pouze události ve Velké Británii a předkládá je jako světovou historii) a v reáliích ne příliš neorientuje. Příklady komunikačních krizí jsou vybrány z jediné webové stránky a z té jsou téměř doslova přeloženy. Vzhledem k množství doslovných citací je analytická část na hranici plagiátorství. Kapitoly důsledky krize a konec krize vůbec neodpovídají svému názvu. Bylo by možné v kritice dále pokračovat například poukazováním na zjevně nevhodně vybranou

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

literaturu (beletrie místo vědeckých prací na dané téma), ale výše uvedené zdůvodnění je pravděpodobně dostatečné.

Teoretická část – kampaň pro zlepšení veřejného mínění nijak nekoresponduje s předchozími uvedenými teoriemi, řada vět a popisů nedává smysl (strategie PR není strategií, ale jen opsanými mediálními doporučeními jedné z agentur, což autorka navíc přiznává). Stránky 35 až 66 jsou pouze vloženým přepisem průzkumů a analýz, které neříkají o kampani nic a stačilo by jejich výsledky popsat maximálně na dvou stranách. Cílem bakalářské práce nemůže být opisování metodologie sociologických průzkumů. Celá teoretická část je vlastně holým popsáním skutečnosti, jak vnímají obyvatelé Ostravy své město a že v popředí je ekologie. Vzhledem k existující komunikační krizi, kterou chce autorka řešit, je podobná věc nabíledni.

Autorka v praktické části řeší samotnou komunikační krizi na polovině jediné stránky číslo 70, zatímco historii znečištění řeší na stránkách 20. Konkrétní komunikační kroky autorka pouze popisuje, ale nehodnotí jejich účinnost (například chybí počet debat s občany a počet jejich účastníků, hodnocení zásahu cílové skupiny a vliv komunikačních prostředků na zlepšení krize...).

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Jaký byl výsledek krizové komunikace v Ostravě, jaké byly přínosy/jaká byla negativa?
2. Jakou mají návštěvnost webové stránky Dýchám pro Ostravu, jaká je struktura jejich návštěvníků, jak se změnil jejich obsah na základě výsledků výzkumu?
3. Jaké konkrétní kroky by autorka navrhla jako reakci na negativní novinové titulky, které zjevně ignorují krizovou komunikační kampaň SMO?

**V Praze dne 11. května 2013**

**Podpis: Jiří Chvojka**