

Bakalářská práce „Marketing političek: ženy v kampaních do PSP 2017“ se věnuje vystupování ženských kandidátek v předvolebních kampaních, a to na příkladu kampaní stran před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v roce 2017. V teoretické části tato práce nastiňuje hlavní bariéry vyrovnaného zastoupení mužů a žen na volených politických postech. Seznamuje se stavem zastoupení žen v české porevoluční vysoké politice obecně, následně pak popisuje vývoj zastoupení žen přímo v dolní komoře Parlamentu od roku 1996 až do současnosti. Dále práce popisuje genderové stereotypy, kterým političky čelí nejčastěji, jako je přisuzování zvláštních kompetencí či nekompetencí na základě jejich pohlaví, zdůrazňování jejich rodinné a mateřské role na úkor jejich profesních schopností či kladení důrazu na vzhled a oblečení kandidátek. Část práce mající praktický charakter analyzuje předvolební kampaně nejsilnějších stran při volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu v roce 2017, a to z hlediska přítomnosti, tedy četnosti, a způsobu zobrazování jejich ženských kandidátek v nich. Analýza se týká vybraných prostředků kampaně, kterých využívaly všechny zmiňované strany, tedy volebních materiálů, volebních spotů a televizních debat kandidátů. Úkolem práce je odpovědět na otázku, zda jsou ženské kandidátky stále i v českých volbách z důvodu genderových stereotypů zobrazovány v kampaních méně anebo jiným způsobem než mužští politici.