

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut mezinárodních studií

PROTOKOL O HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(Posudek vedoucího práce)

Práci předložila studentka: Marika Pechová

Název práce: *Komparace volebních kampaní politických stran ve Francii ve volbách do EP v roce 2014 z hlediska využití nástrojů politického marketingu*

Vedoucí práce:

PhDr. Ondřej Matějka, Ph.D.

1. OBSAH A CÍL PRÁCE (stručná informace o práci, formulace cíle):

Hlavním cílem práce je zjistit na základě komparace použití nástrojů politického marketingu třemi nejsilnějšími francouzskými politickými stranami (PS, UMP, FN) v kampani před volbami do Evropského parlamentu v roce 2014, zda se tyto kampaně lišily - a tím přispět k vysvětlení výsledku těchto voleb.

2. VĚCNÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, argumentace, logická struktura, teoretické a metodologické ukotvení, práce s prameny a literaturou, vhodnost příloh apod.):

Originálním autorčinným záměrem je propojit dvě badatelská pole: první se vztahuje k fenoménu politického marketingu a jeho vzrůstající důležitosti ve veřejném prostoru; druhý kontext se týká nárůstu popularity strany *Front national* ve Francii.

Ve své analýze M. Pechová vychází z velmi solidní obeznamenosti s dostupnou literaturou k teorii a praxi politického marketingu. Na tomto základě si vybrala tři oblasti/nástroje politického marketingu (plakáty, reklamní spoty, sociální sítě), které systematicky mapuje podle jednotné analytické mřížky pro všechny tři strany na základě relativně rozsáhlého korpusu zdrojů (dostupných na internetu).

S citem pro detail se věnuje analýze obsahu i formy sdělení ve všech třech vybraných „médiích“; u facebooku připojuje i základní kvantifikaci zvýrazňující intenzitu využití i recepce tohoto nástroje v období bezprostředně před volbami.

Na závěr každé z podkapitol nabízí částečné srovnání, celkovou komparaci prezentuje na konci práce i ve formě přehledné tabulky (str. 64-65).

Práce je doplněna velmi bohatým obrazovým materiálem v přílohách.

3. FORMÁLNÍ A JAZYKOVÉ ZPRACOVÁNÍ (jazykový projev, správnost citace a odkazů na literaturu, grafická úprava, formální náležitosti práce apod.):

Práce je napsána korektním jazykem s menším množstvím chyb a překlepů (překlepy: např. str. 9,55; interpunkce: str. 12, 37, 41; chybné použití zájmena „svůj“: str. 49; shoda podmětu s přísudkem: str. 65).

Po formální stránce studie splňuje požadavky kladené na magisterskou diplomovou práci.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z bakalářské práce, silné a slabé stránky, originalita myšlenek, naplnění cíle apod.):

Autorka nepochybně demonstruje schopnost formulovat výzkumný problém a systematicky postupovat v jeho řešení. Přesto nelze v práci přehlédnout několik problematických aspektů:

- V práci je zřetelná disproporce v hloubce obeznamenosti se dvěma základními kontexty, ve kterých se autorka pohybuje: nástroje politického marketingu nastudovala velmi poctivě a práce s literaturou se zde zdá relativně vyčerpávající; naopak zdroje týkající se vzestupu *Front national* jsou zastoupeny výrazně méně. Při četbě výsledného tvaru práce také vystupuje absence tematizace dalšího relevantního kontextu týkajícího se specifčnosti evropských voleb v národním politickém fungování.
- Závažnějším limitem práce je určitá povrchnost analýzy a občasná interpretační bezradnost. Autorka se bohužel nedokázala vyvarovat poněkud banálních sdělení typu: „Příroda působí na diváky klidným a zdravým dojmem, může také reprezentovat svobodu v jakémkoli smyslu.“ (str. 40) Opakovaně též píše o „vhodnosti“, „správnosti“ zvolených barev, typu písma apod. – aniž by bylo jasné, s jakými kritérii pro hodnocení těchto kvalit pracuje.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ (jedna až tři):

1/ Při obhajobě by se autorka mohla zamyslet nad specifícností evropských voleb ve francouzském politickém provozu: ovlivňuje to nějakým způsobem výběr nástrojů politického marketingu – resp. způsoby jejich využití jednotlivými aktéry (politickými stranami)?

2/ Za bližší vysvětlení by též stálo autorčino pozorování „serióznosti“ kampaně *Front national* (str. 65). Opravdu odložila v reklamním spotu Marine Le Penová svůj obvyklý agresivní komunikační styl a břitký, ironický jazyk? Pokud ano, nebylo by to třeba alespoň základně porovnat s jejími konfrontačními mediálními výstupy během kampaně a navrhnout nějakou interpretaci tohoto rozdílu?

3/ Jak si autorka vysvětluje výrazný náskok *Front national* v oblasti sociálních sítí (zejména co se nárůstu počtu fanoušků před volbami týče)?

6. DOPORUČENÍ / NEDOPORUČENÍ K OBHAJOBĚ A NAVRHOVANÁ ZNÁMKA

(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl):

Navzdory uvedeným nedostatkům práci doporučuji k obhajobě a navrhuju hodnotit jako **velmi dobrou**.

Datum: 29.1. 2016

Podpis:

Pozn.: Hodnocení pište k jednotlivým bodům, pokud nepíšete v textovém editoru, použijte při nedostatku místa zadní stranu nebo přiložený list. V hodnocení práce se pokuste oddělit ty její nedostatky, které jsou, podle vašeho mínění, obhajobou neodstranitelné (např. chybí kritické zhodnocení pramenů a literatury), od těch věcí, které student může dobrou obhajobou napravit; poměr těchto dvou položek berte prosím v úvahu při stanovení konečné známky.