

Univerzita Karlova
Fakulta sociálních věd
Institut sociologických studií
Katedra veřejné a sociální politiky

Hodnocení konzultanta bakalářské práce

Název práce: **Negativní, difamující a zesměšňující politické kampaně v ČR v letech 2006 až 2010 a jejich dopady na veřejnou politiku**

Autor: Ivo Mluděk

Konzultant: MUDr. Petr Háva, CSc.

Praha 14.6.2011

Práce Ivo Mludka patří nepochybně k velmi komplexně pojatému přístupu ve všech jeho částech. Ihned od počátečního přístupu se autor pustil do tohoto tématu s velkým pracovním nasazením. Jde nepochybně o poznatkový přínos, který kriticky reflektuje vývoj přístupů politických aktérů (politických stran) k volebním kampaním. Autorovi se podařilo vedle bohatého empirického materiálu, zachycujícího jevou stránku studovaného fenoménu, proniknout také do podstaty vnitřních procesů, na úroveň konkrétních aktérů a mechanismů vývoje těchto kampaní. S využitím velmi zdařilého přehledu souvisejících aktuálních teoretických poznatků tak byl autor schopen postupně rozklíčovat celou řadu procesů a jejich determinant. Autor měl vlastně značnou výhodu, že se se značným předstihem věnoval sběru empirických dat a tak se mu otevřela možnost se zabývat více podrobněji a hlouběji souvisejícími teoretickými aspekty.

V závěrech práce se pak Ivo Mluděk dostává k odpovědím na poměrně bohatou strukturu 8 výzkumných otázek. Ze závěrů vyplývá, že uplatnění nových metod politického marketingu pod vlivem komerčních zájmů zahraničních firem, představuje pro další vývoj české demokracie a tvorbu veřejné politiky značná rizika. Politický marketing a spolupráce s PR agenturami se nepochybně podílelo na obsahovém vyprázdnění samotné politiky, což ostatně reflektovala v průběhu těchto kampaní řada jiných autorů.. Ukazuje se tak zřetelně, že bychom zjevně v ČR měli věnovat podstatně větší pozornost především obsahovým dimenzím „policy“ a „polity“, tj. obsahovým aspektům jednotlivých politik v kontextu jejich hodnotících rámců namísto těžko odůvodnitelnému a nákladnému důrazu na metody boje o moc s pomocí bulvárně zaměřených a zjednodušujících marketingových technik, tedy spíše formální stránku politické komunikace.

Tuto práci považuji za velmi přínosnou pro českou veřejnou politiku. **Navrhuji práci hodnotit jako výbornou.** Vzhledem k tomu, že Ivo Mluděk věnoval této práci velké úsilí a podařilo se mu zpracovat svým způsobem ojedinělou reflexi zkoumaného problému, cítím vnitřní povinnost jej navrhnout na **pochvalu za zpracování** této práce panem děkanem.

Petr Háva

14.6.2011