

## PROTOKOL HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

### POSUDEK VEDOUCÍHO

JMÉNO STUDENTA: **Martin Fencl**

NÁZEV PRÁCE: ***Přímá volba prezidenta České republiky 2013. Analýza kampaní a výsledků voleb***

HODNOTIL (u externích vedoucích uveďte též adresu a funkci ve firmě): PhDr. Mgr. Petr Jurek

#### 1. CÍL PRÁCE (jaký byl a do jaké míry byl naplněn)

Cíl práce je stanoven na s. 3. Cílem práce je zařazení kampaní kandidátů postoupivších do druhého kola prezidentské volby do typologií volebních kampaní představených v teoretické části práce.

Cíl práce se autorovi podařilo s určitými výhradami k obsahovému zpracování naplnit.

#### 2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita vlastní práce, vhodnost příloh)

V teoretické části práce se autor zaměřil zejména na možnosti typologizace volebních kampaní a strategií kampaní. Ve větší či menší míře představil různé možnosti typologizace volebních kampaní. Tato nestejná míra pozornosti věnovaná jednotlivým konceptům a typologiím představuje určitý problém. Některé koncepty a typologie autor představil poměrně zevrubně (např. koncept Pippy Norris), což mu umožnilo rozvést v rámci analýzy náležitou argumentaci týkající se klasifikace v rámci dané typologie. Oproti tomu představení jiných konceptů (viz např. kap. 3.5 či 3.6) věnoval autor podstatně menší pozornost, což se negativně projevilo i na možnostech využití těchto konceptů v empirické analýze. Možná by bylo bývalo lepší z možných typologií vyselektovat pouze dvě až tři klíčové, ty náležitě rozpracovat a následně využít v analýze. Autorovi by to mimo jiné poskytlo prostor výrazněji pracovat s původními publikacemi a nikoli jen s parafrázemi konceptů v přehledových monografiích, které neposkytují (zejména s ohledem na operacionalizaci) patřičný základ pro empirickou analýzu.

Samotnou analýzu autor rozdělil na dvě části – v první se zaměřil na statické prvky volební kampaně, ve druhé sledoval dynamiku volební kampaně. Vesměs se mu podařilo statickou a dynamickou rovinu kampaně správně oddělit. Nelze se však zbavit dojmu, že statickým prvkům věnoval autor podstatně více prostoru a energie při tvorbě analýzy než dynamice kampaně.

V analýze se autor místy uchyluje k žurnalistickému pojetí tématu, když namísto argumentů opřených o data zakládá svá tvrzení na jakémsi obecném mínění a „zřejmých pravdách“ (viz např. poslední odstavec na s. 23). Jindy se autor až příliš spoléhá na hodnocení odborníků, jimiž nahrazuje argumentaci (viz teze Arkmanové a Zelinkové na s. 23 či hodnocení Vysekalové či Brabce na s. 29). V práci tak na řadě míst čtenář nalezne pouze tvrzení o tom, co se komu vyplatilo a čím kdo zapůsobil, aniž by tato tvrzení byla doprovázena relevantními a přesvědčivými argumenty. Argumentace tudíž postrádá patřičnou hloubku. Hodnotící teze nedoprovázené argumenty rovněž nepředstavují vhodný základ pro zařazení kampaní do typologií nastíněných v teoretické části práce.

Přílohy ilustrují autorovu argumentaci a lze je považovat za vhodný doplněk práce.

### **3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, kvalita citací a používané literatury, grafická úprava)**

Autorův jazykový projev je přes stylistickou kostrbatost srozumitelný, poměrně často se však uchyluje k žurnalistické formě vyjadřování. Autor řádně odkazuje na použité zdroje. Spektrum použitých zdrojů je vzhledem k tématu adekvátní, autor se nicméně až příliš často namísto vlastní analýzy opírá o tvrzení mediálních analytiků (většinou převzatých z textů zpravodajského formátu, kde z podstaty není mnoho prostoru na pečlivou argumentaci). To se projevuje na úrovni argumentačního aparátu práce (viz výše).

Z hlediska grafického formátu práce je třeba vytknout, že nadpisy první úrovně nejsou umísťovány na začátek strany. Titulky obrázků v přílohách by zasloužily pečlivější zpracování.

### **4. STRUČNÝ CELKOVÝ KOMENTÁŘ (silné a slabé stránky práce, zdůvodnění hodnocení)**

Celkový dojem z předložené práce je rozporuplný, pozitiva však přeci jen převažují. Autor prokázal nevšední zájem o téma, snažil se opřít svou analýzu o relevantní koncepty a v samotné analýze se pokusil postihnout široké spektrum rysů sledovaných kampaní. Práce má nicméně i nezanedbatelné slabé stránky, mezi něž patří nesourodá kvalita jednotlivých částí teoretického rámce a obecnost a žurnalistický charakter argumentů v analýze.

### **5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY URČENÉ K ROZPRAVĚ PŘI OBHAJOBĚ**

Autor by v rámci obhajoby měl nastínit konkrétní argumenty, o které opíral zařazování sledovaných kampaní do typologií. Konkrétně by měl argumentačně podpořit zařazení Zemanovy kampaně do kategorie postmoderní kampaně s prvky moderní kampaně ve srovnání se Schwarzenbergovou postmoderní kampaní. Dále by měl odůvodnit přiřazení Zemanovy kampaně ke strategiím rozšiřování a neutralizace ve srovnání se přiřazením Schwarzenbergovy kampaně ke strategiím rozšiřování a utvrzování.

Autor by měl doplnit patřičné argumenty podporující některá tvrzení v práci a tím demonstrovat, že daná tvrzení mají určitou analytickou hloubku (byť tato není z práce patrná). Konkrétně by mohl argumentačně podpořit svá tvrzení ze s. 29: „změna kampaně přinesla své ovoce“, „Schwarzenberg výrazně dominoval“ a „to výrazně kandidátovi pomohlo“.

### **6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA**

V případě přesvědčivé obhajoby doporučuji práci hodnotit známkou VELMI DOBŘE.

Datum: 16. května 2014

Podpis: