



## Posudek vedoucí bakalářské práce

### Adéla Kolouchová: Změna politického marketingu při prezentaci lídra během předvolební kampaně SMER-SD v letech 2016 a 2020

Bakalářská práce Adély Kolouchové se zabývá zajímavým tématem z oblasti politického marketingu, zaměřuje se na otázku, jakým způsobem strana prezentuje odlišné politické lídry v různých předvolebních situacích. Pro výzkum si vybírá stranu Směr-SD a zaměřuje se na prezentaci Roberta Fica před volbami 2016 (tedy v době, kdy strana obhajovala mandát) a Petera Pellegriniho v roce 2020 (kdy strana v důsledku politického skandálu musela lídra vyměnit). Výzkumné téma je vhodně zúženo na prezentaci lídrů na Facebooku, autorka formuluje jasné specifikované výzkumné otázky týkající se srovnání množství příspěvků týkajících se lídrů, míry jejich personalizace, a témat, která jsou v souvislosti s lídry používána, s. 11).

Teoretická část práce je smysluplně strukturována. Autorka v ní vychází z relevantní české i zahraniční literatury a představuje teoretický rámec práce, který velmi vhodně staví na tématu personálního brandingů lídra a jeho spojení se značkou strany. Z teoretického rámce vyplývá očekávání o odlišném způsobu prezentace nového lídra v případě, že strana prochází krizí a je třeba provést rebranding. Následuje logicky včleněná kapitola o sociálních médiích a Facebooku, a kontextuální kapitola představující kontext politické situace na Slovensku před volbami 2016 a 2020, a oba zkoumané politiky.

Analytická kapitola je strukturována tak, aby odpověděla na formulované výzkumné otázky analýzou stranických Facebookových postů. Za nejsilnější část práce považují tematickou analýzu, v níž autorka kóduje témata, která se v souvislosti s lídry stran objevovala. Postup kódování a slučování kódů do širších kategorií je popsán velmi transparentně. Autorka výsledky analýzy také vhodně prezentuje pomocí grafů, a poskytuje erudovanou interpretaci výsledků. Dobře upozorňuje na rozdíly v prezentaci lídrů, dává je do kontextu jednotlivých voleb, upozorňuje na obecnou proměnu podoby prezentace. Analytická část práce dobře zodpovídá výzkumné otázky, shrnuje zjištěné rozdíly v prezentaci lídrů, a zasazuje je do teoretické debaty. Závěr autorky, že Směr nedokázal zcela využít potenciál k rebrandingu, který výměna lídra nabízí, je dobře vyargumentovaný.

Podle mého názoru napsala Adéla Kolouchová výbornou bakalářskou práci, ve kterém originálně zpracovává relevantní politologické téma z ranku marketingu, který je často obtížně analyticky uchopitelný. Autorce se to však jednoznačně podařilo. Výsledky analýzy jsou díky transparentnímu postupu věrohodné. Autorka pracovala samostatně a zpracovala velké množství dat. Prezentace výsledků i jejich interpretace jsou na velmi dobré úrovni. Práce vychází z dostatečného množství relevantních zdrojů, je psaná vyspělým akademickým jazykem.



Univerzita Hradec Králové  
Filozofická fakulta

Vzhledem k obsahu posudku práci Adély Kolouchové ráda doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení A – výborně.

V Hradci Králové, 9. 1. 2023

Mgr. Petra Vodová, Ph.D.