



FAKULTA FILOZOFICKÁ
ZÁPADOČESKÉ
UNIVERZITY
V PLZNI

Katedra filozofie

PROTOKOL O HODNOCENÍ PRÁCE

Práce (co se nehodí, škrtněte): diplomová

Posudek (co se nehodí, škrtněte): oponenta

Práci hodnotil(a) (u externích hodnotitelů uveďte též adresu a funkci ve firmě): PhDr. Martin Profant, Ph.D.

Práci předložil(a): Bc. Radka Pavlíková

Název práce: Účinky předvolební kampaně na rozhodování německých voličů

1. CÍL PRÁCE (uveďte, do jaké míry byl naplněn):
Byl naplněn odpovídajícím způsobem.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita teoretické a vlastní práce, vhodnost příloh apod.):
První část práce představuje věcný a přehledný popis problematiky nastolování agendy a stavu výzkumu. Zvládnutá a přínosná pasáž, podobně diplomantka pro českého čtenáře přístupně exponovala německou situaci, identifikovala motivy potřebné pro porozumění (např. představila strukturu německé vzdělávací soustavy). Méně tvořivě už působí empirická část.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, správnost citace a odkazů na literaturu, grafická úprava, přehlednost členění kapitol, kvalita tabulek, grafů a příloh apod.):
Bez vážnějších výhrad, oceňuji dnes již v diplomkách spíše neobvyklý překlad převzatých tabulek.

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

Kvalitní expozice problému, příjemné počestění německého tématu s minimem zanedbatelných věcných pochybení (např. Deutsche Forschungsgemeinschaft nelze do češtiny přeložit jako Německou vědeckou nadaci). Spíše nepřesvědčivá je tak řečená empirická část, tedy pokus využít data převzatá z německého longitudinálního výzkumu pro verifikaci dosti plytké hypotézy: „Pokud se v daném období před dotazováním objeví v mediální agendě určité téma, pravděpodobnost, že se jej respondenti rozhodnou uvést nejdůležitější problém bude vyšší, než kdyby se toto téma v mediální agendě neobjevilo.“ Jde spíše o artistní výkon, kterým autorka osvědčuje schopnost takový úkol zvládnout.

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

Název Vaší práce zní: „Účinky předvolební kampaně na rozhodování německých voličů“. V textu práce se ale vůbec přímou volební kampaní nezabýváte, vysvětlíte tedy souvislost nastolování agendy prostřednictvím medií a volební kampaně.

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA (výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl):

Velmi dobře

Datum:

19.5.2019

Podpis:

