

POL 490: Volební kampaň v teorii a praxi – interaktivní workshop

Vyučující: Mgr. Otto Eibl, Ph.D. (eibl@fss.muni.cz)

Mgr. Miloš Gregor, Ph.D. (mgregor@fss.muni.cz)

Termíny: ve čtvrtek od 15:15 do 18:30;

výuka bude probíhat ve dnech 23.2., 2.3., 16.3., 30.3., 13.4., 27.4. a 11.5.

Učebna: U41

ECTS: 6

Výukové metody: seminář

Anotace:

Kurz je simulací osobní volební kampaně kandidáta. Cílem kurzu je zprostředkovat studentům praktickou zkušenost s přípravou, plánováním a realizací volební kampaně. Podobně jako v případě volby českého prezidenta je kampaň rozdělena do několika vln. Během úvodní hodiny budou studenti vyzváni, aby si rozmysleli, zda chtějí kandidovat a jejich úkolem pak bude sesbírat co nejvíce nominačních podpisů svých kolegů z kateder politologie a mezinárodních vztahů. V rámci podpisové kampaně by měli již před voliče předstupovat s promyšleným ideovým profilem, hrubými obrysy programu a dalšími potřebnými znaky „politické identity“. Nejúspěšnější kandidáti s nejvíce podpisy pak budou moci kandidovat dál. Z neúspěšných kandidátů (nebo ze studentů, kteří nominační kampaň nevedli) se na druhé hodině vytvoří podpůrné týmy kandidátů, kteří prošli nominačním procesem. Každý člen týmu bude mít odpovědnost za určitou oblast kampaně (tiskový mluvčí, volební stratég, správa sociálních sítí, analytik...).

Poté se otevře prostor pro přípravu vlastní kampaně – zpracuje se strategický a taktický plán, navrhnu se jednotlivé akce a propagační materiály. Ty jsou pak skrze různé komunikační kanály (plakáty, letáky, Facebook, YouTube atd.) představovány studentské obci.

V průběhu semestru kurz navštěvují experti z praxe, kteří posuzují kvalitu předkládaných návrhů a představovaných kroků kampaně. Poskytují tak studentům zpětnou vazbu, díky níž dochází ke zkvalitňování výstupů studentských kampaní.

Na konci kurzu proběhne debata kandidátů a následně volby (hlasování v ISu).

Kurz je orientován výlučně prakticky.

Podmínky ukončení kurzu:

V průběhu semestru je pak třeba odevzdávat a plnit průběžné úkoly. Jejich zadání se studenti dozví vždy v průběhu jednotlivých seminářů. Úkoly je třeba odevzdávat do odevzdáren v ISu, vždy do pondělí před konáním dalšího semináře.

V seminářích pak aktivně konzultují plány a konkrétní výstupy vlastních kampaní s vyučujícími, zejména pak s experty z praxe.

Na konci semestru digitálně odevzdávají veškeré materiály, které v průběhu kampaně vznikly (úschovna, odevzdávárna, apod.). **Součástí musí být průvodní text, který shrnuje cíle kampaně, její strategii a taktiku. Povinnými součástmi kampaně jsou: plakát, event, stránka na sociální síti a spot.**

Účast na všech seminářích je **povinná**.

Osnova:

23. února

Úvodní hodina (Otto Eibl, Miloš Gregor)

Informace k výuce v kurzu, upřesnění požadovaných výstupů. Zároveň bude představen celý kurz a nejlepší výstupy z několikaleté historie kurzu. Dále budou studenti informováni o průběhu volby a budou si moci vybrat kandidáty.

Nominační archy musí být doručeny do 2. března do 10:00 do schránky před sekretariátem katedry (kancelář č. 4.61). Po sečtení podpisů budou studenti na přednášce tentýž den informováni o tom, komu bude umožněno dále kandidovat. Kandidáti budou mít za úkol na setkání 2. března představit sami sebe a pokud již budou mít k dispozici tým, tak i jeho členy. Kandidáti mají za úkol si (s týmem) promyslet i hlavní message kampaně.

2. března

Volební produkt – kandidáti a jejich program (Anna Shavit, ANO)

- co nabídnout voličům
- kdo jim to má nabízet
- co a jak se bude komunikovat?

Zadání úkolu na další setkání: Vypracovat brief kampaně, připravit komunikační strategii a představit základní reklamní výstupy (plakát, logo). Příprava tiskové konference, kde bude veřejnosti představen kandidát a jeho program.

16. března

Strategie kampaně a její provádění (Jaroslav Poláček, TOP 09)

- jak naplánovat kampaň?

- Jak poznat vlastního voliče?
- Co a jak se má komunikovat?

Zadání na další setkání: Připravit koncept grafiky, plán komunikace na sociálních sítích, připravit funkční profil kandidáta/ky na sociálních sítích.

Tutoriály: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator

<http://www.youtube.com/user/KPOLFSS>

30. března

Komunikace v sociálních sítích a kontaktní kampaň (TBA)

- efektivní kampaň
- case study úspěšných kampaní

Zadání na další setkání: Připravit detailně rozpracovaný koncept volebního spotu (spolu se scénářem apod.). Ideálně si kandidáti s týmy připraví už i hrubou/pracovní verzi spotu (není nutností).

13. dubna

Předvolební spot a GOTV (Otto Eibl a Miloš Gregor)

- představení konceptů / rozpracovaných spotů
- konzultace strategií na závěrečnou fázi kampaně

Zadání na další setkání: finalizace volebního spotu, který bude na příští hodině představen. Kandidáti si zároveň připraví proslov pro závěrečnou fázi kampaně, kterým se budou snažit motivovat voliče k účasti ve volbách.

27. dubna

Mediální trénink (Otto Eibl a Miloš Gregor)

- jak prezentovat lépe
- body language, kamerové zkoušky

11. května

Debata kandidátů a volby v ISu

Doporučená literatura:

- Baker, Frank W. 2009. Political Campaigns and Political Advertising. Santa Barbara: ABC Clio.
- Bowers, James R. – Daniels Stephanie (eds.) 2011: Inside Political Campaigns. Boulder, London: Lynne Rienner Publishers.
- Brader, Ted. 2006. Campaigning for Hearts and Minds. Chicago: Chicago University Press.
- Johnson, Dennis W. 2011. Campaigning in the Twenty-First Century. New York: Routledge.
- Mark, David. 2006. The Art of Negative Campaigning. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Shea, Daniel M. – Burton, Michael J. 2006. Campaign Craft. Santa Barbara: Praeger.
- Spiller, Lisa – Bergner, Jeff. 2011. Branding the Candidate. Santa Barbara: Praeger.
- Stonecash, Jeffrey M. 2008. Political Polling. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Winberg, Tamar. 2009. The New Community Rules: Marketing on the Social Web. Sebastopol: O'Reilly.