

## Anotace

Tato diplomová práce zkoumá koncept názorového vůdcovství. Snaží se ho definovat, popsat jeho zrod a vývoj a následně jej vztáhnout na českou mediální obec a její současné představitele. Diplomantka přitom vychází z literaturou podloženého předpokladu, že takzvaní *opinion leaders*, česky názoroví vůdci, se nacházejí uvnitř každé sociální skupiny či komunity. Jsou to jedinci s nadstandardním osobním vlivem na proces rozhodování a utváření názorů lidí ve svém okolí. Jedinci, na které se lidé obracejí se žádostí o radu, relevantní informace nebo kontext ve chvíli, kdy se cítí nejistě či nerozhodně. Právě možnost mít na koho se obrátit považuje autorka této diplomové práce při výkonu novinářské profese, která vyžaduje kritickou práci s informacemi, objektivní nahlížení na události a schopnost rychle se zorientovat v často nepřehledném tématu, za zcela klíčovou. Poté, co v úvodní fázi nabídne teoretické rámce k důkladnému poznání konceptu názorového vůdcovství, se tak diplomantka v praktické části zaměřuje na názorové vůdce v řadách současných českých novinářů. Vlastní výzkum má dvě části – ta první se formou dotazníkového šetření snaží tyto specifické novináře či novinářky identifikovat. Vychází přitom z dat nasbíraných od respondentů z redakcí všech typů předních českých médií. Na kvantitativní výzkum pak navazuje druhá, kvalitativní fáze. Ta se prostřednictvím polostukturovaných rozhovorů snaží identifikované názorové vůdce konfrontovat s tím, jak je na ně nahlíženo a zároveň blíže popsat fenomény, které tyto jedince provází.