

Abstrakt

Dvanáct let poté, co Satoshi Nakamoto publikoval svoji studii, popisující principy a mechanismy, díky kterým jsou digitální transakce bezpečnější a anonymnější než ve kterékoli bance, se kryptoměny staly multi-miliardovým odvětvím s miliony investory, vývojáři, minery a spekulanty. Skutečné cenové determinanty a způsoby prognózy budoucích cenových změn však zůstávají otevřenou otázkou, na kterou je třeba ještě najít odpověď. Tato studie se snaží zodpovědět, jak moc je cena kryptoměn ovlivněna zprávami z medií a sociálních sítí tzv. "media hype" a zda může být tato veličina použita jako prediktor pro změnu ceny. Dvě kryptoměny, Bitcoin a Tezos a 7 mediálních faktorů pro každý z nich byly zvažovány na denní bázi od 08-01-2018 do 10-31-2020. V zájmu prozkoumání vzájemné závislosti medií a ceny kryptoměn v krátkém, středním a dlouhodobém období tato studie používá přístup založený na vlnkové soudržnosti. Ukázalo se, že změna cen je to, co způsobuje "media hype", avšak tento media hype může tuto změnu umocnit. Proto "media hype" nemůžeme považovat za spolehlivý prediktor ceny kryptoměn. I přesto by měli investoři do kryptoměn vzít media a sociální sítě v úvahu při určování investičních strategií, zvláště pro nové projekty.

Klasifikace	C12, G12, G14, G15, G41
Klíčová slova	Kryptoměna, Bitcoin, Tezos, Média, Analýza časových řad, Analýza sentimentu, Vlnková soudržnost
Název práce	Je „hype“ opravdu tak mocný? Korelace mezi masovou a sociální médii a fluktuacemi hodnoty kryptoměn