

## **Abstrakt**

Diplomová práce pojednává o knižním influencerství a jeho využití nakladateli a knihkupci jako marketingového nástroje. Práce představuje tento novodobý fenomén, jeho charakteristiku, principy, nejvýznamnější knižní influencery v České republice a online prostředí, kde knižní influenceři působí. Cílem diplomové práce bylo zjistit principy a podmínky spolupráce mezi knižními influencery, nakladateli a knihkupci, vzájemné vztahy a působení online obsahu knižních influencerů na čtenáře. Vyhodnocení probíhalo na základě dotazníkového šetření se šesti knižními influencery, osmi nakladateli, dvěma knihkupci a 662 čtenáři. Výzkumná část nám ukazuje, jak tyto spolupráce fungují v praxi, zda je to klíčový nástroj marketingu pro nakladatele a knihkupce, jak se bude do budoucna vyvíjet a jaké postoje ke knižnímu influencerství mají všechny tři zkoumané skupiny. Výzkum se zároveň dotýká i otázky stírání rozdílů mezi knižními influencery a literárními kritikami, kde můžeme zaznamenat značné nepochopení knižními influencerů ze strany literárních kritiků a rivalitu vůči nim. V závěru jsou formulovány konkrétní předpoklady vývoje do budoucna a aktuální trendy i nedostatky, které by měly být zlepšeny či odstraněny jak ze strany knižních influencerů, tak ze strany nakladatelů a knihkupců.