

Abstrakt

Bakalárska práca skúma rolu vizuálnej komunikácie v politike a tvorbu sebareprezentačných stratégií vybraných kandidátov počas českých prezidentských volieb v roku 2023. Teoretická časť práce predstavuje vizuálnu politickú komunikáciu, kognitívne spracovanie obrazov a formovanie politického imidžu prostredníctvom vizuálnych rámcov a príslušných dimenzií. Analytická časť práce využíva kvantitatívnu a kvalitatívnu obsahovú analýzu na skúmanie sebareprezentačných stratégií kandidátov Petra Pavla, Andreja Babiša, Danuše Nerudovej a Pavla Fischera na Instagrame. Cieľom štúdie je zistiť, ako vybraní politickí kandidáti využívali sociálne médium Instagram na sebareprezentáciu a na ktoré vizuálne rámce kládli dôraz. Analýza 1 371 instagramových príspevkov vybraných kandidátov odhaľuje preferenciu pre rámec ideálneho kandidáta pred rámcom populistického kandidáta. Z analýzy rovnako vyplývajú rodové rozdiely vo využívaní dimenzií. Práca ďalej skúma interakcie používateľov s rôznymi vizuálnymi rámcami a dimenziami, pričom sú zaznamenané mierne rozdiely v počte interakcií.