

Abstrakt

Tato diplomová práce zkoumá zapojení influencerů do českých prezidentských kampaní v roce 2023 z perspektivy politické komunikace. Analyzuje fenomén angažovanosti influencerů v politických kampaních prostřednictvím sdíleného obsahu na sociálních sítích. Teoretická část práce analyzuje současnou problematiku sociálních sítí a úspěšných tvůrců, influencerů, kteří na nich působí a mají schopnost ovlivňovat názory i postoje svých sledujících. Práce se opírá o koncept celebritizace politiky, který se zabývá procesem, kdy si politici adoptují komunikační strategie a prvky spojené s celebritami a zábavním průmyslem, aby získali větší pozornost veřejnosti. Součástí teorie celebritizace politiky je nicméně i vstupování celebrit do politiky, což bude důkladně rozebráno v teoretické části. Výzkum je uskutečněn pomocí dvou kvantitativních metod, a to obsahové analýzy a dotazníkového šetření. Pomocí využití výzkumných metod budou zodpovězeny výzkumné otázky, které zkoumají nejčastější formy a způsoby zapojení influencerů do politických kampaní během voleb. Výzkum objasní roli influencerů v současné politické komunikaci a jejich míru schopnosti ovlivňovat politické preference voličů.