

## **Abstrakt**

Tato práce se věnuje roli sociálních médií v americké prezidentské kampani. Média hrají obecně důležitou roli v prezidentské kampani. Každé nové médium je spojeno s velkým očekáváním ohledně jeho dopadu na vývoj politické kampaně. Z toho důvodu zkoumáme otázku: Jakou roli hrají sociální média v americké prezidentské kampani. Role těchto médií je zkoumána na případové studii. V první kapitole jsou definovány sociální média a platforma, na které fungují, Web 2.0. Prezentovány jsou zde také nejdůležitější aspekty sociálních médií. Následující kapitola prezentuje teoretické pozadí sociálních médií v politice se zaměřením na aspekty, které jsou relevantní pro sociální média a jejich roli v politické kampani. Třetí kapitola je případovou studií prezidentské kampaně Baracka Obamy. Na začátku případové studie jsou prezentována data, která ukazují využití médií během voleb 2008. Poté jsou analyzována nejdůležitější sociální média v Obamově kampani. Nejdříve je analyzována Obamova oficiální stránka MyBarackObama. Poté je analyzován YouTube, následovaný analýzou sociálních sítí, především Facebooku. Poslední kapitola se věnuje blogům.