

## Abstrakt

V předkládané diplomové práci se budeme věnovat pojetí vlivu masových médií a internetu na lidskou společnost, a to vzhledem k vývoji médií od první poloviny dvacátého století až po současnou dobu. Cílem práce je prostřednictvím tohoto zkoumání představit možnosti, kterými média disponují pro ovlivnění veřejného mínění, šíření ideologií, konstruování zkreslené reality a prosazování konkrétních zájmů skrze efektivní mediální a marketingovou komunikaci. Práce se proto zabývá také pojmem *interpelace* tak, jak jej chápal Louis Althusser, tedy ve smyslu interpelativního působení, skrze které do vědomí subjektů pronikají informace produkované ideologií. Tyto aspekty vlivu mediální a marketingové komunikace práce znázorňuje v kampani z oblasti politického marketingu, konkrétně v prezidentské kampani Karla Schwarzenberga z roku 2013. Pro tyto účely práce mapuje vývoj kritických teorií médií a teorií struktur komunikace v pojetí myslitelů Frankfurtské školy, Williama Johna Thomase Mitchella, Viléma Flussera a George P. Landowa. Výběr pojmů a myšlenek z uvedených zdrojů je odvozen od snahy provést analýzu politické komunikace tak, jak je uplatňována v rámci politických kampaní. Analýza není rozsáhlá, jelikož jejím cílem je vypracování pojmového aparátu vhodného k hlubšímu zkoumání politických kampaní, pro které není prostor vymezený diplomovou prací dostatečný. Cílem práce je proto pomocí zvolené metody vytvořit soubor aspektů, na které je třeba se soustředit při rozborech politických kampaní, ale i politické komunikace obecně.