

## **Abstrakt**

Předkládaná diplomová práce „*Politická komunikace a politainment v prezidentských volbách roku 2013 v České republice*“ analyzuje politickou komunikaci v historicky první, předvolební prezidentské kampani v České republice. Prezidentskou volbu jsem vnímala jako příležitost pro výzkum nové platformy politické komunikace, jíž je politainment. Primárním cílem práce je představit tento pojem v kontextu současného charakteru politické komunikace a současně v českém prostředí najít proměnné, které tento fenomén definují. Prvky politainmentu analyzuji v kampaních dvou nejúspěšnějších kandidátů aspirujících na úřad prezidenta České republiky, Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga. Primárně jsem se zaměřila na televizní vystoupení obou kandidátů v televizních debatách České televize, které byly vrcholem celé prezidentské kampaně. Zajímala jsem se o obsahová sdělení obou kandidátů a o celkový charakter diskusí. V práci odpovídám na otázky: Co je politická komunikace a jakou roli zaujímá v politice? Jak se proměňuje její podoba v čase? Má personalizace volebních kampaní za následek nástup politainmentu jako fenoménu politických celebrit? Jaká jsou jeho pozitiva a negativa? Může mít politainment nějaké důsledky pro politickou participaci občanů za předpokladu, že média (televize) tvoří základ informovanosti společnosti o politickém dění?