

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se věnuje problematice populistických výroků, které se objevují v reklamních kampaních politických stran během předvolebního období. Práce je pojata jako průzkum diskurzu populismu v rámci parlamentních voleb v České republice, které probíhaly v roce 2017. Práce si klade za cíl analyzovat a popsat použití populistických prvků u devíti politických subjektů, které prošly 5% klauzulí. Práce se odrážela od teorie populismu jako marketingové strategie od Windera a Tenschera (2012). Vzhledem tomu, že je populismus rozšířeným fenoménem, snahou bylo prokázat, že se tento fenomén prolíná skrz každou zkoumanou politickou stranu. Nehledě na to, zda je strana populistická či nikoliv. Diplomová práce vychází z obsahové analýzy venkovních a televizních reklam politických stran. Závěrem této práce je, že populismus je velmi populární a dobře fungující koncept, jehož prvky může uplatnit prakticky kterýkoliv politický aktér.

### **Klíčová slova:**

Populismus, parlamentní volby, politická komunikace, Česká republika

### **Název práce:**

Populismus jako politická komunikace