

Abstrakt

Tato diplomová práce analyzuje fenomén cílených politických kampaní a jeho vliv na veřejnou politiku a zabývá se existencí incetivů pro politické kandidáty k zásahu do soukromí voličů. Pro účely analýzy využívá matematický model hlasování s nekompletní informací, ve kterém kandidáti usilují o maximalizaci proporcionalního podílu získaných hlasů. Výsledky analýzy ukazují, že proces shromažďování informací ze strany politických kandidátů může ovlivnit výsledky hlasování. Dále demonstrují, že kandidáti zastávající extrémní pozice mají větší motivaci využívat v rámci svých kampaní soukromé informace voličů ve srovnání s kandidáty zastávajícími centrální pozici. Výsledky mé analýzy mohou přispět do k diskusi o regulaci cílené politické reklamy na sociálních mediích. Prezentovaný model předpokládá existenci konformity ve vyjadřování politických názorů na sociálních mediích, tento jev je dokumentovaný empirickými poznatky. Diplomová práce rozšiřuje teoretickou literaturu týkající se cílené politické reklamy a jejího vlivu na demokratický proces.

Klíčová slova: Cílená politická reklama, Ochrana soukromí online, Polarizace veřejných politik, Sociální media, Micro-targeting