

Předkládaná diplomová práce „*Ze zábavňování médií a politainment. Případová studie: Prezidentské volby v České republice*“ analyzuje politickou komunikaci v předvolební prezidentské kampani v České republice. Politické instituce jsou stále více závislé na masových a nových médiích. Pojem politainment tvoří v současné době nedílnou součást politického zpravodajství. Hlavním cílem této práce je představit tento pojem v kontextu současného charakteru politické komunikace. Prvky politainmentu analyzuji v kampaních dvou nejúspěšnějších kandidátů usilujících o úřad prezidenta České republiky, Andreje Babiše a Petra Pavla. Primárně jsem se zaměřil na vystoupení obou kandidátů v televizních debatách na České televizi, FTV Prima a TV Nova, které byly vrcholem celé prezidentské kampaně. Zajímal jsem se o obsahová sdělení obou kandidátů a o celkový charakter diskusí.

V práci odpovídám na tyto zvolené otázky: Jakou roli zaujímá politická komunikace v politice? Jak se proměňuje její podoba od 90. let? Co si představit pod pojmem „*politainment*“? Jaká jsou jeho pozitiva a negativa? Jaká byla nastolována témata během prezidentských kampaní? Odstartovaly historické první přímé prezidentské volby v roce 2013 začátek politainmentu u nás? Patří zábava do politiky a kdy je přiblížení lidem skrze zábavu únosné a co už je za hranou?