

Abstrakt

Tato práce se zabývá strategickou komunikací spojenou s prosazováním manželství pro gaye a lesby (tzv. manželství pro všechny). V teoretické části popisuje formy a nástroje strategické komunikace a zaměřuje se na aktuální situaci LGBT+ komunity v Česku, a to z pohledu veřejnosti a politiky. V analytické části práce pomocí metody stakeholder mappingu analyzuje stakeholdery, kteří v Česku do procesu prosazování manželství pro všechny vstupují a usilují o jeho zavedení. Dále s využitím polostrukturovaných rozhovorů popisuje využití strategické komunikace hnutí Jsme fér, které usiluje o zavedení manželství pro všechny. Práce se zaměřuje i na firmy a korporace, které v roce 2023 podepsaly výzvu českého byznysu za zavedení manželství pro všechny. Pomocí rozhovorů zkoumá motivace, obavy a kroky učiněné těmito firmami ve věci podpory manželství pro všechny. Závěrem práce hodnotí úspěšnost strategické komunikace hnutí Jsme fér.