

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou kampaně Danuše Nerudové před prezidentskými volbami 2023, a to se zaměřením na sociální sítě. Cílem práce byla charakteristika klíčových prvků typických pro kampaň na sítích Facebook, Instagram a TikTok. Konkrétně text rozděluje kampaň do čtyř částí, které jsou určeny podle časové osy a zároveň situace, ve které se Nerudová nacházela v předvolebních průzkumech. V práci je ke zkoumání využita obsahová analýza zaměřená na určení typů příspěvků užitých v dané fázi kampaně. Konkrétně se jedná o analýzu přechodu od prezentace kontaktní kampaně k publikování příspěvků se serióznějšími tématy, což souviselo s nárůstem preferencí v předvolebních průzkumech. Okrajově se práce zaměřuje také na účast Danuše Nerudové v televizních debatách a zkoumá externí proměnné z hlediska širokého chápání politického marketingu od Stephana Henneberga.

V práci bylo dosaženo závěru v podobě upřesnění jednotlivých faktorů ovlivňujících kampaň Danuše Nerudové na sociálních sítích, konkrétněji výzkum našel pozitivní ladění příspěvků na sítích. Zároveň je výsledkem práce zjištění o minimálním užití negativní kampaně. Práce zjistila, že hlavním aspektem kampaně Nerudové na sociálních sítích byla vlastní sebe prezentace místo hanobení dalších kandidátů, kdy klíčovou složkou bylo pro kandidátku získat více pozornosti a dostat se na vysoké pozice v preferencích.