

Abstrakt

Tato bakalářská práce si klade za cíl výzkum politické komunikace s bližším zaměřením na negativitu. Obsahové analýze podrobuje příspěvky na sociálním médiu Twitter sdílené předsedy vybraných českých politických stran ve vytyčeném období před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2021. Jednotlivé příspěvky jsou rozříděny do kategorií, pomocí nichž je podrobněji analyzováno, zda je tón daného sdělení pozitivní či negativní. U negativních příspěvků je dále analyzován jejich cíl a obsah. Sledována je také frekvence, s jakou byly příspěvky v daném období jednotlivými politickými aktéry sdíleny. Na základě této analýzy práce vyvozuje závěry o tom, jak vybraní političtí aktéři ve sledovaném období komunikovali s veřejností a konkrétněji, jak přitom ve své politické komunikaci využívali konceptu negativity.

Struktura práce je rozvržena na teoretickou, metodologickou a analytickou část. V teoretické části je definován kontext politické komunikace a politického marketingu spolu s novými médii a specifiky, které do této komunikace vnášejí. Dále je zde vymezen koncept negativity v politické komunikaci, její užití, dělení z hlediska obsahu a také její účinky. Jako její protipól je popsána také pozitivita. V metodologické části je představen cíl práce spolu s výzkumnou otázkou a předloženy jsou i hypotézy, jejichž platnost práce dále ověřuje. Do této části spadá i představení výzkumné metody obsahové analýzy a nastínění jejích limitů. Součástí je také kódovací kniha a popis procesu operacionalizace. V poslední, analytické, části práce je definován zkoumaný vzorek a pomocí SPSS jsou data zpracována.

Klíčová slova

Volební kampaně, sociální média, politické strany, obsahová analýza, politická komunikace, negativita, Twitter