

OBSAH

1. TÉMA KNIHY A CO BUDE ZKOUMÁNO	9
1.1 Limity výzkumu.....	13
2. KONCEPT PERSONALIZACE POLITIKY	16
2.1 Kořeny personalizace politiky.....	18
2.1.1 Individualizace.....	18
2.1.2 Eroze tradičních konfliktních linií.....	20
2.1.3 Rozvoj moderních médií.....	22
2.2 Kořeny personalizace politiky v nových demokraciích	23
2.3 Možné definice	26
2.4 Typy personalizace politiky a její důsledky	33
2.5 Kritika důsledků personalizace politiky	35
2.5.1 Smrt ideologie.....	39
2.5.2 Populismus.....	40
2.5.3 Infotainment a celebritizace	43
2.5.4 Demokracie beze stran.....	45
2.5.5 Personalizace volebních systémů	47
3. INSTITUCIONÁLNÍ PERSONALIZACE	50
3.1 Prezidencializace politiky a politických stran.....	51
3.2 Výběr kandidátů	58
3.3 Personalizace volebních systémů.....	61
3.4 Institucionální personalizace v České republice.....	75
3.4.1 Prezidencializace.....	76
3.4.2 Výběr kandidátů.....	82
3.4.3 Personalizace českého volebního systému	83

4. MEDIÁLNÍ PERSONALIZACE	105
4.1 Celebritizace politiky	110
4.2 Personalizace mediálních obsahů	112
4.3 Mediální personalizace v České republice	116
4.3.1 Celebritizace	117
4.3.2 Personalizace mediálních obsahů	118
5. BEHAVIORÁLNÍ PERSONALIZACE	164
5.1 Preferenční hlasování	167
5.2 Efekt lídra	168
5.3 Behaviorální personalizace v České republice	180
5.3.1. Preferenční hlasování	182
5.3.2 Efekt lídra	183
6. STRANY NA ÚSTUPU, LÍDŘI NA VZESTUPU?	204
6.1 Možnosti dalšího výzkumu	206
6.1.1 Interpretativní rovina výzkumu	207
6.1.2 Explanační rovina výzkumu	208
7. SUMMARY: THE PERSONALISATION OF POLITICS IN THE CZECH REPUBLIC	211
8. UŽITÁ LITERATURA A ZDROJE	225
9. JMENNÝ REJSTŘÍK	253