

Abstrakt

Předkládaná diplomová práce se zabývá polarizací české mediální krajiny po roce 2013 jako diskursivním konstruktem. Tématem je vznik nových mediálních projektů v reakci na převzetí vydavatelského domu MAFRA Andrejem Babišem. Sledovány jsou tři projekty: Echo24.cz, Reportér a Neovlivní.cz. Cílem práce je popsat diskurs alternativních médií, jak se reprezentují ve vlastní, aktuální situaci. Z teoretického hlediska práce vychází z teorie společenské odpovědnosti médií jako problematické, ale hluboce zakořeněné hodnoty. Dále se věnuje trendu koncentrace vlastnictví médií a popisuje porevoluční vývoj médií, který po roce 2013 dospěl ke změnám zásadním pro naše téma. Jsou jimi proměna modelu vlastnictví médií a polarizace mediální krajiny. Celá první část práce je kontextuálním zakotvením kritické analýzy diskursu nových mediálních projektů. Cílem výzkumu je ověření hypotézy: Alternativní média se vymezují v opozici k mainstreamu a využívají k reprezentaci své pozice, svých cílů a vlastních zájmů argumenty založené na principech teorie společenské odpovědnosti médií. Výsledkem práce je zjištění, že nové projekty v analyzovaných textech konstruují opozici *my versus oni* jako *nezávislost versus oligarchizace*. Zároveň hodnoty a principy teorie společenské odpovědnosti reprezentují jako univerzální, tedy ideologicky.