

Cílem bakalářské práce „Mediální obraz farmářských trhů“ je popsat vývoj mediálního obrazu pražských farmářských trhů, jak jej prezentovala MF DNES v roce 2010 a v první polovině roku 2011. Výzkum proběhl kombinací kvantitativní a kvalitativní analýzy a ankety mezi návštěvníky trhu. Výsledkem je srovnání tří analyzovaných období se zaměřením na vývoj hodnocení fenoménu farmářských trhů a prezentaci problémů, které jejich konání doprovázely. V analýze se ukázalo, že mediální obraz byl v roce 2010 nekritický. Články o farmářských trzích byly výrazně pozitivní a prezentovaly pouze kladné ohlasy. Trhy byly také spojovány s politikou jednotlivých městských částí, kterým byla přikládána zásluha za jejich založení. Přestože deník v první polovině roku 2011 začal informovat o problémech trhů, anketa mezi návštěvníky trhů ukázala, že negativní zprávy jejich nákupní chování a důvěru v trhy neovlivnily.