

Anotace (abstrakt)

Diplomová práce „Mediální obraz Dopravního podniku hl. m. Prahy“ se snaží popsat, jaký byl vytvořen mediální obraz této společnosti ve vybraných českých denících Metro, MF Dnes, Právo a Pražský deník v průběhu roku 2011 a 2012. Za toto období bylo v rámci výzkumu této práce podrobena systematické kvantitativní i kvalitativní obsahové analýze celkem 680 článků. Teoretická část práce uvádí čtenáře do širšího kontextu a slouží jako platforma ukotvující část praktickou. V té nejprve představím zvolenou metodologii a následně dosažené výsledky a interpretaci. Kvantitativní obsahová analýza zjišťuje míru zastoupení tématu v jednotlivých denících, jeho časové rozvržení v průběhu zkoumaného období, ale zabývá se i vysledováním nejčastějších témat, která byla v tisku v souvislosti s Dopravním podnikem uváděna. Práce se dále zaměřuje na typy zpráv (hard news a soft news) a také zkoumá, kteří aktéři se ve vybraných denících objevují. Další část se zabývá jazykovou interpretací jednotlivých výroků o Dopravním podniku, tedy v jakých oblastech je předmět analýzy hodnocen pozitivně či negativně, a to na základě hodnotících atributů, jazykových prostředků a porovnání. Vyhodnocením získaných dat docházím k zamítnutí hlavní hypotézy, že mediální obraz pražského Dopravního podniku je spojen především s nevýhodnými veřejnými zakázkami a smlouvami.