

## Abstrakt

Tato bakalářská diplomová práce se zabývá mediálním obrazem amerických prezidentských kandidátů ve vybraných českých denících. Pro případovou studii bylo zvoleno volební klání z roku 2012. Práce rozebírá teoretické koncepty budování a nastolování agendy, rámcování a politické image. Využívá metodologii popsanou v odborné literatuře a vlastní výzkum. Autor identifikoval celkem 19 kategorií atributů, které média politikům přisuzují a které ovlivňují voliče. Metodou smíšené, kvantitativní i kvalitativní obsahové analýzy bylo poté zkoumáno, které z těchto kategorií převažují av jakém světle jsou podávány. Výběrovým souborem byly tři přední české zpravodajské deníky – Právo, Mladá fronta DNES a Lidové noviny ve sledovaném období od 27. 8. 2012 do 6. 11. 2012. Vedle atributů byla ve výzkumu sledována též význačnost, která je tématu i kandidátům přisuzována, či frekvence výskytů tématu. V neposlední řadě pak bylo sledováno i celkové vyznění článků, které vedlo k výpočtu koeficientu mediálního stranění jednotlivým kandidátům. Výzkum tak přináší komplexní obraz o tom, jak byli američtí prezidentští kandidáti v denících prezentováni.