

Diplomová práce řeší vliv zisku literární ceny na mediální obraz oceněné knihy na příkladu roku 2012. Věnuji se konkrétně těmto oceněním a těmto vítězným dílům: Cena Jaroslava Seiferta (Vladimír Binar: *Čiňanova pěna*), Cena Jiřího Ortena (Vratislav Maňák: *Šaty z igelitu*), Cena Josefa Škvoreckého (Kateřina Tučková: *Žitkovské bohyně*), Magnesia Litera – Kniha roku (Michal Ajvaz: *Lucemburská zahrada*).

Analyzuji proměnu množství (počet výskytů a podíl v rámci textu) a modifikaci novinářského hodnocení titulu (na škále pozitivní – neutrální – negativní). V prvním případě využívám kvantitativní analýzu mediálního obsahu, v případě druhém komparativní sémiotickou analýzu. Vybraným vzorkem je deset českých periodik, uvádím je v abecedním pořadí: A2, Aktuálně.cz, Hospodářské noviny, Host, iDnes.cz, Lidové noviny, Literární noviny, Reflex, Respekt, Tvar.

Hlavním výstupem je zjištění, nakolik česká tištěná i online psaná média reflektují výsledky literárních ocenění, a zároveň pokus o určení mediální síly jednotlivých cen.