

Abstrakt

Práce se zabývá volbou generálního ředitele České televize v roce 2017. Na téma je pohlíženo z hlediska mediální agendy jednotlivých tištěných a internetových médií. Zkoumaná média byla vybrána klíčem nejvyšší čtenosti ve zkoumaném období od začátku ledna do konce dubna 2017. Práce je rozdělena do dvou částí, teoretické a praktické. Teoretická část se zabývá specifiky účinků médií, které kategorizuje do tří typů. Dále teorie zmiňuje koncept nastolování témat, který řadíme do dlouhodobých účinků médií, a do kterého patří zkoumaná mediální agenda. Teorie také vymezuje pojmy veřejnoprávní média a média veřejné služby, pojmy s nimi související a základní právní ukotvení. Teoretická část představuje instituci České televize a její dozorčí orgán, který generálního ředitele volí, Radu České televize. Praktická část skrze analýzu zpravodajských výstupů, které byly k volbě ve vymezeném období publikovány, pomocí kvantitativní obsahové analýzy a kvalitativní analýzy rámců ukazuje, jakým způsobem byla volba v mediálním prostředí zobrazována a jaká témata nastolovala. V kvantitativní části jsou stanoveny kódy, které se ve zpravodajských výstupech nejvíce vyskytovaly. Kvalitativní část pak pracuje s pěti rámci, které z kvantitativní analýzy vplynuly a bylo zajímavé je zkoumat do hloubky, tedy kvalitativním způsobem. Závěrem diplomové práce jsou zodpovězeny tři stanovené výzkumné otázky.