

Abstrakt

Diplomová práce *Analýza politické instrumentalizace deníku Mladá fronta DNES v období před volbami do Poslanecké sněmovny PČR v roce 2013* zkoumá, zda v období před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2013 využíval předseda politického hnutí ANO Andrej Babiš svou pozici vlastníka mediální skupiny MAFRA k ovlivnění mediálních obsahů deníku *Mladá fronta DNES*. Teoretický rámec stručně popisuje základní pojmy z oblasti politické komunikace a geopolitického rozdělení jednotlivých modelů politické komunikace včetně české mediální scény. Pozornost je upřena především na vývoj a možné způsoby instrumentalizace tištěných médií působících na českém mediálním trhu po roce 1989. Z kvantitativního výzkumu vyplynulo, že zatímco ve volbách skončilo politické hnutí ANO na druhém místě, umístilo se v rámci získané mediální pozornosti až za čtyřmi dalšími politickými stranami. Titulní strany deníku *Mladá fronta DNES* tedy nebyly využity k výraznější propagaci Andreje Babiše a jeho politického hnutí. V navazující závěrečné části výzkumu je provedena interpretace výsledků kvantitativní analýzy v souvislosti s možnou instrumentalizací z hlediska výběru politických témat prezentovaných na titulních stranách deníku během zkoumaného období.