

Abstrakt

Cílem této práce je potvrdit či vyvrátit hypotézu, zda Andrej Babiš využívá publikum Mladé Fronty DNES pro posílení svého politického vlivu a oslabení pozice konkurenčních stran. Na základě teorií politické komunikace se zaměřím na politický paralelismus českých médií, který teoreticky zhodnotím na úrovni organizačního propojení, na úrovni politického paralelismu novinářů a na úrovni mediálních publik. Následně pomocí kvantitativní analýzy zhodnotím politický paralelismus mediálního obsahu deníku Mladá Fronta DNES. Mým záměrem je vypořádat, jaký byl mediálně konstruovaný obraz vybraných politických stran ve volbách do obecních zastupitelstev na podzim 2014 a ověřit tak možnou hypotézu, zda Andrej Babiš využívá vlastnictví média pro posílení politického vlivu.