

Abstrakt

Tato diplomová práce je zaměřena na vliv mediální výchovy na schopnost žáků středních škol interpretovat politickou reklamu. V první části seznamuje čtenáře s konceptem moderní demokracie, ve které hrají média nesmírně důležitou roli, v oblasti politické reality potom především v předvolebním období. Čtenář je uveden do problematiky vlivu médií na občana, který je vystaven produktům politického marketingu. Vzhledem k tomu, že je tato práce zaměřena na žáky střední školy, zabývá se tato práce i národními, mezinárodními a zahraničními výzkumy, které dávají do souvislosti pojmy politika-média-středoškoláci. Druhá část práce je tvořena výzkumem, který se snaží zhodnotit, jaký vliv má mediální výchova na žáky v oblasti analýzy politické reklamy, stejně jako jejich postoje k politologickým tématům. Výzkum je koncipován jako kvalitativní porovnání výpovědí žáků, kteří projdou kurzem mediální výchovy, na otázky zaměřující se na kritickou analýzu vybrané politické reklamy, přičemž jsou odpovědi žáků porovnány s kontrolní skupinou, která takto mediálně vzdělávána nebyla.

Klíčová slova: demokracie, volby, předvolební kampaň, politický marketing, politická reklama, média, masmédia, mediální výchova, středoškolské vzdělávání