

Diplomová práce „Mediální obraz lobbingu“ se věnuje problematice mediálního zobrazení lobbingu a lobbistů v denících Mladá fronta Dnes a Právo v roce 2008. Lobbing je aktivitou, se kterou má většinová populace pouze mediálně zprostředkovanou zkušenost. Média proto mohou mít velký vliv na vnímání a hodnocení lobbingu veřejností. V práci je nejprve představena problematika mediální reprezentace skutečnosti a jsou nastíněny faktory, které ovlivňují podobu mediálních obsahů. Práce dále stručně pojednává o účincích médií a konceptu agenda-setting. Následně je definován lobbing. Jsou předloženy důvody a podmínky jeho kladného a záporného vnímání. Je poukázáno na pozitivní i negativní funkce lobbingu a jsou představeny různé druhy a podoby lobbingu včetně lobbingu nepřímého, který je spojován s PR aktivitami. Ve výzkumné části práce jsou nejprve představeny výsledky kvantitativního výzkumu, jehož záměrem bylo odhalit nejčastější podoby lobbingu a lobbistů v sledovaných denících. Kvalitativní rámcová analýza následně odhaluje způsoby, jakými jsou lobbing a lobbisté v médiích prezentováni. Práce obsahuje v příloze kódovací knihu a druhy lobbistických technik.