

Předkládaná diplomová práce „*Neparlamentní politické strany v procesu mediální komunikace. Komunikační chování neparlamentních stran v ČR před volbami do PSP ČR v roce 2006*“ vychází z teze, že politické strany – chtějí-li uspět v současném dynamicky se měnícím mediálním prostředí – musí při své prezentaci reflektovat moderní trendy ve vývoji politické komunikace. Práce je založena na hypotéze, že neparlamentní (malé) politické strany tyto principy mediální a politické komunikace nezvládají, což je jednou z příčin jejich nevýrazných volebních výsledků (ovšem nikoliv příčinou jedinou). Pro zkoumání byly zvoleny čtyři neparlamentní politické strany kandidující ve volbách do Poslanecké sněmovny PČR v roce 2006. V teoretické části práce jsou tak nejprve představeny soudobé fenomény politické komunikace, mezi něž patří například medializace a personalizace politiky či pojetí politiky jako zábavy. Pozornost je věnována také projevům profesionalizace politické komunikace, politickému marketingu a významu výzkumů veřejného mínění. Praktickou část práce tvoří definice a aplikace metody sémiotické analýzy, a to na vybrané mediální produkty, resp. obsahy – volební spoty zkoumaných politických stran a vystoupení představitelů stran v diskusním pořadu České televize *Otázky Václava Moravce*.