

Abstrakt

Rigorózní práce se zabývá tištěným časopisem *Kraus*, který na českém mediálním trhu fungoval od listopadu 2011 do července 2012. Magazín byl výjimečný svým formátem „personality magazínu“, který byl v České republice první a doposud jediný. Práce mapuje fungování magazínu na českém trhu a analyzuje jej perspektivou kritické politické ekonomie komunikace. V rámci zasazení do širšího politicko-ekonomického kontextu je část práce věnována zahraničním předlohám časopisu *Kraus*, zejména pak nizozemskému magazínu *Linda*, který je na rozdíl od českého personality magazínu velice úspěšný a vychází ve stejném vydavatelském domě –*Sanoma Magazines*. V menším rozsahu práce popisuje magazín *O, The Oprah Magazine*, který zaštiťuje známá Američanka Oprah Winfrey. Součástí je i stručná charakteristika mediálního obrazu Jana Krause, který prvnímu českému osobnostnímu magazínu dal své jméno a tvář. Hlavními zkoumanými politicko-ekonomickými oblastmi ve vztahu k magazínu *Kraus* jsou mj. marketingové strategie, vlivy vlastníků a vedoucích pracovníků na produkci, inzerci, komodifikace, internacionalizace a strukturace. Součástí práce jsou i kvalitativní analýzy (metodou zakotvené terie) jednak autorských článků Jana Krause, jednak recepce magazínu *Kraus*. Interpretace pěti interview se čtenáři by měla načrtnout prvotní vhled do přijetí magazínu publikem.