

ABSTRAKT:

Diplomová práce na téma “Vliv médií na vnímání body image u adolescentů“ se v teoretické části zabývá popisem a charakteristikou vývojového stádia adolescence, body image a pojmů souvisejících s danou problematikou. Období adolescence ukazuje z mnoha pohledů. Dále jsou zde popsány média, reklama a jejich strategie, které ovlivňují mediální vnímání a následně i chování adolescentů jako spotřebitelů. Empirická část se zabývá rozborem dotazníkového šetření, jehož se účastnila skupina respondentů ve věku 15 – 20 let. Úkolem bylo zjistit, jaký vliv má reklama jako prostředek médií na body image u adolescentů a jak tato věková skupina vnímá své tělo. V závěrečné části diplomové práce jsou shrnuty zjištěné poznatky o vnímání body image u adolescentů a vliv médií na jeho vnímání.