

Abstrakt

Diplomová práce *Mediální konstrukce ženství podle ženských lifestyleových časopisů v letech 2006 a 2016* se zabývá hodnotami, jaké ženské lifestyleové časopisy svým čtenářkám prezentují. Takové hodnoty se týkají témat jako vztahy, sexualita, vzhled, postava, zdraví nebo úspěch v kariéře. Práce bude zkoumat, v jakých rolích žena v rámci těchto hodnot a témat v časopisech vystupuje. Cílem práce je tedy přinést obraz dokonalé ženy tak, jak ji zobrazují ženské lifestyleové magazíny.

Teoretická část je rozdělena do pěti kapitol. První se zabývá historickým vývojem časopiseckého trhu v České republice od roku 1989. Ve druhé kapitole se píše o vývoji trendů v mediálních obsazích za posledních deset let. Třetí část se zabývá vlastnictvím médií a lifestyleových časopisů. Další část přináší pohled na obsahovou stránku ženských lifestyleových časopisů. Poslední kapitola se zaměřuje na roli žen a ženských lifestyleových časopisů v současné společnosti. Pojednává například o pojmu „double burden“ neboli „dvojí břemeno“.

Analytická část kombinuje kvalitativní a kvantitativní obsahovou analýzu a má za úkol zjistit, jak se proměňuje pojem ženství v ženských lifestyleových časopisech a ženské hodnoty (vztahy, sexualita, vzhled, zdraví a kariéra) mezi lety 2006 a 2016. Zvolené srovnávané roky zohledňují krizi v roce 2008, která měla vliv na financování médií i na následné trendy v oblasti médií, jako například prorůstání PR do mediálních obsahů, komercializace či celebritizace médií. Právě i zkoumání těchto trendů se bude má práce věnovat.

Klíčová slova

Ženství, gender, lifestyleové časopisy, kvalitativní analýza, kvantitativní analýza, *Cosmopolitan*, *Joy*, *Žena a život*

Rozsah práce: 162 503 znaků včetně mezer