

Abstrakt

Diplomová práce s názvem “*Časopis Týden v letech 1994-2012 v kontextu bulvarizace médií*” pojednává o bulvarizaci masových médií. Tento jev je pak dale zkoumán na konkrétním příkladu časopisu Týden. Práce je rozdělena na dvě základní části. Teoretická část je věnována fenoménům infotainmentu a bulvarizace v kontextu masové komunikace a masových médií, zároveň se zabývá situací na českém trhu periodických tisků. Předmětem praktické části práce je časopis Týden a jeho proměna v kontextu bulvarizace. První část je věnována představení vybraného titulu. Druhá část patří výzkumnému šetření, které se zaměřuje na znaky bulvarizace v týdeníku. Zabývá se též tím, zda je možno mezi lety 1994-2012 sledovat trend postupné bulvarizace titulu.