

Diplomová práce s názvem Rámování přírody v lifestyleových časopisech je obsahovou analýzou lifestyleových časopisů Elle a Esquire. Prostřednictvím zvolené metody obsahové analýzy kombinující dva základní přístupy (kvalitativní a kvantitativní) by měla být nalezena odpověď na otázku, jakým způsobem je v Elle a Esquire zobrazována příroda. Práce vychází z tzv. teorie rámování. Pomocí kvalitativní rámcové analýzy jsou identifikovány, popsány, definovány a interpretovány rámce přírody, které se ve zkoumaném obsahu časopisů nacházejí. Kvantitativní obsahová analýza posléze umožňuje tyto rámce kvantifikovat a zjistit tak, které rámce se v konkrétních časopisech nejčastěji objevují a které jsou zastoupeny jen minimálně.

Analýze samotné předchází obsáhlá teoretická část, která se věnuje teoretickému vymezení problematiky různorodého chápání a vnímání přírody, médiím a obecným konceptům přírody. Následuje rámcová analýza. Jednotlivá zobrazení přírody jsou uspořádána do kategorií, které představují devět rámců přírody. Tyto rámce jsou nejprve v obsahu identifikovány a poté interpretovány. Analýza se přitom nezaměřuje pouze na jednotlivá zobrazení přírody v textové a obrazové části obsahu, ale bere v úvahu také širší kontext. Zvláštní pozornost je věnována inzertní části a tomu, jakým způsobem využívají reklamy odkazy na přírodu a jakým způsobem ji zobrazují.

Výsledky kvantitativní obsahové analýzy potvrdily to, co naznačila již rámcová analýza. V obsahu obou časopisů převládají taková zobrazení, která přírodu zpodobují jako čistou a blahodárnou, a to jak v inzertní, tak v neinzertní části. V časopisu Elle tento rámeček výrazně převažuje. Časopis Esquire je v zobrazování přírody o něco diverzifikovanější, znázorňuje přírodu také jako hřiště a jako výzvu. Důležitým poznatkem a shodným znakem obou časopisů je, že přírodu téměř vůbec nezachycují jako ohroženou. Zobrazení přírody kopírují samotný charakter lifestyleových časopisů, příroda je prezentována jako víceméně neproblematická a nekomplikovaná.