

Abstrakt

Cílem diplomové práce je popsat vývoj zobrazení ideálu krásy českých médiích určených dospívajícímu publiku od roku 2005 po současnost. Teoretická část práce mapuje historické proměny ideálu krásy a jeho současný význam pro jedince i společnost, a dále závěry existujících studií o pojetí ideálu krásy v médiích, a to jak tištěných, tak síťových. Zdrojem dat pro analýzu byly náhodně vybrané výtisky časopisů pro dospívající (Bravo Girl, Dívka, Top Dívky, JJ), a dále YouTube videa a instagramové příspěvky známých českých influencerů. Jako metoda zpracování dat je užitá kvalitativní analýza, konkrétně zakotvená teorie. Z výzkumu vyplynulo, že v tištěných časopisech bylo pojetí ideálu krásy vymezeno úzce a příliš nepřipouštělo výjimky, a to po celé zkoumané období. Vše, co se tomuto úzkému pojetí vymykalo, bylo v tištěných médiích rámováno jako problém, který je třeba řešit. Od nástupu síťových médií je dosavadní definice standardu krásy postupně nabourávána mimo jiné i tzv. *body positivity* hnutím. V současném diskurzu se téma krásy diverzifikovalo, připouští se různorodost, a dřívější nedostatky jsou rámovány jako běžné projevy lidského těla. Současný mediální prostor však vedle toho stále opakuje historicky zažitý vzorec ideálního vzhledu. Důležitým aspektem fungování síťových médií je role uživatelů, kteří se na definici ideálu krásy (či na jeho kritice a zpochybnění) spolupodílejí.