

Cílem této rigorózní práce je analýza problematiky genderu, a to zejména ve vztahu k médiím a v oblasti realizace politiky rovných příležitostí..

Jako pracovnice marketingového oddělení nadnárodní společnosti jsem měla možnost od roku 2002 být pravidelně v kontaktu s mediálním trhem a zároveň sledovat vývoj v oblasti uplatňování politiky rovných příležitostí v praxi.

Po teoretickém úvodu, který je věnován historii, terminologii a vývojovým proměnám genderu jako kulturní konstrukci, která může být pro mapování tématu v českém prostředí do budoucna základní, následuje kapitola věnovaná sociálnímu aspektu genderu, zejména pak politice rovných příležitostí a nástrojům jejího uplatňování. Zvláštní kapitola je zde věnována sexualitě, která se pokouší nastínit rozdíl mezi mužskou a ženskou sexualitou v trochu jiném světle. Závěr teoretické části práce je věnován vztahu genderu a médií. V této kapitole se znovu vracíme k faktorům ovlivňujícím vrůstání člověka do společnosti, ale též k tvorbě, reprodukci a posilování genderových stereotypů a nerovností.

Důležitým pramenem této práce je i obsahová analýza, která nám umožňuje prezentaci aktuální situace genderové problematiky v předních lifestyleových časopisech pro muže a ženy. Současně se jedná i o analýzu genderových aspektů reklamy a jejich rozbor z hlediska obrazu mužů a žen. Výzkumná část tvořená obsahovou analýzou představuje závěr mé rigorózní práce, jsou zde shrnuty zároveň i hypotézy, které z výzkumu vyplývají a naznačen budoucí vývoj na poli genderové rovnosti.