

Abstrakt

Cílem práce je snaha porozumět chování ovlivněnému sociální distinkcí obsaženou v prostředích a konverzacích účastníků reálné televizní produkce. Současná mediální scéna je zaplavena reálnou televizní produkcí, která v dosud nezvyklém množství využívá pro své potřeby samotné skupiny konzumentů mediálních obsahů. Východiskem pro práci byl koncept demotického obratu obyčejných lidí, tedy těch skupin konzumentů mediálních obsahů, které neužívají status experta nebo celebrity a nejsou posuzováni jako mediálně zajímaví nebo angažovaní v médiích. V rámci pořadu pak tyto skupiny vstupují do prostoru mediálně konstruované skutečnosti. Za použití analytického konceptu zkoumání životního stylu a třídních odlišností jsem kvalitativně analyzovala obsah vybraného vzorku soutěžní reality show Prostřeno! Vycházela jsem z principu zakotvené teorie a na základě přístupů vycházejících z prací Pierra Bourdieu. Teoretická část je zaměřena na koncepty třídy a habitu. Pro všechny třídy je společný nějaký životní styl, kterým člověk sebe sám prezentuje před okolním světem. Cílem empirické části byla snaha o odpověď na výzkumnou otázku: *Na základě jakých indikací jednotliví asesori definují životní styl a pozici ostatních účastníků v sociálním prostoru a jejich odlišný vkus v jídle, bydlení a zábavě?*