

Abstrakt

Cílem práce je vysledovat, jak jsou v produktech české vizuální kultury reprezentovány vánoční svátky. Tato reprezentace se mohla proměňovat v čase, na základě kulturních vlivů a ideologií, ale také na základě toho, v jakém druhu produktu vizuální kultury byly Vánoce reprezentovány. Chce zhodnotit, zda existují stálé reprezentace Vánoc, které jsou v naší kultuře zakotveny. Teoretická část práce se zaměřuje na historický vývoj zobrazování Vánoc na českém území. Analytická část pak analyzuje televizní vysílání čtyř českých celoplošných televizních stanic během vánočních svátků v roce 2017 a sleduje, jaké kulturní vlivy v nich byly obsaženy. Prostor je věnován také vizuální kultuře a obrazům. A protože se analytická část zabývá hlavně televizí, jsou zde uvedeny také informace o tomto médiu a specifikách masových médií obecně. Pro analýzu mediálních sdělení byla zvolena kombinace dvou výzkumných metod: kvantitativní obsahové analýzy a sémiotické analýzy.