

## **Anotace**

Bakalářská práce sleduje rozmach trendu gastronomie a kulinářství ve společnosti a jeho převzetí masovými médii. Práce si nedává za cíl odpovědět z jaké příčiny média pracují s novými trendy během procesu vzniku mediálního obsahu, nýbrž se snaží zmapovat jednotlivá sdělení a nalézt odpověď na to, jakou formou média s obsahem pracují a jak je gastronomie a kulinářství prezentováno v předních pořadech v českém éteru. Pomocí obsahové analýzy práce srovnává jednotlivé pořady a jejich podíl kulinářského obsahu zahrnující široké spektrum podnětů a dobu vyobrazující samotný akt vaření. Práce tak odkrývá, do jaké míry média používají aktuální trendy pro tvorbu svého obsahu a také za jakým účelem diváci obsah vyhledávají. Výzkum pracuje s mediální preferencí zábavy v mediální tvorbě a komparací obsahu se sledovaností odpovídá na to otázku, jakému obsahu dávají diváci v České republice přednost.

## **Klíčová slova**

Obsahová analýza, TV Show, pořady, programové schéma, gastronomie, kulinářství, Prostřeno, Masterchef,