

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá vztahem televizních vydavatelů a internetu, respektive jakým způsobem televizní vydavatelé využívají internetové kanály pro komunikaci s uživateli. Práce přitom vychází ze závěrů několika analýz, které zjistily, že televizní vydavatelé aplikují televizní logiku i u svých internetových kanálů, čímž plně nevyužívají potenciál internetu. Cílem práce bylo toto tvrzení ověřit, a zjistit, jakým způsobem pracují vybraní čeští a zahraniční vydavatelé se svými webovými stránkami a sociálními sítěmi, a jak přistupují ke svému publiku. K tomuto účelu byla provedena obsahová analýza webových stránek a profilů na sociálních sítích 20 vybraných pořadů, na jejímž základě byla komunikace každého zkoumaného pořadu i vydavatele kategorizována dle typologie přístupů k publiku od Eugenie Siapery. Kvůli značným rozdílům v komunikaci jednotlivých pořadů práce identifikovala i hlavní faktory ovlivňující podobu komunikace.
