

Diplomová práce „Obsahová analýza webových stránek fotbalových hráčských agentů“ pojednává o porovnání devíti různých fotbalových agentur, které jsou v práci rozděleny do dvou skupin. První, čtyřčlenná skupina, se od té druhé odlišuje tím, že v ní agentury na svých webových stránkách evidují více jak padesát hráčů. Pět dalších agentur eviduje padesát hráčů a méně. Na stránkách těchto devíti agentur byla provedena sémiotická analýza, v níž byly znaky rozděleny do tří různých oblastí. Do první oblasti spadají znaky jako fotografie, ve druhé oblasti byly zařazeny znaky s ikonickou povahou, ve třetí pak znaky s čistě lingvistickou povahou. Všechny sledované znaky byly nato v rámci kvalitativní analýzy rozčleněny do šesti kategorií. Práce byla postavena na třech hypotézách, které se všechny potvrdily. V té první větší agentury, které zastupují více jak padesát hráčů, se ukázalo, že se prezentují ve větší míře jako ty úspěšné agentury. Druhá hypotéza se týkala skutečnosti, že se každá prezentuje nějakými znaky evokujícími dojem výjimečnosti. Třetí hypotéza poté poukázala na to, že se znaky skromnosti více objevují u agentur menších.