

Abstrakt

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit, do jaké míry české televizní stanice využívají Facebook pro propagaci svých pořadů a komunikaci s diváky a jakým způsobem tak činí. V teoretické části je charakterizována sociální síť Facebook, její postavení v České republice a působení médií na Facebooku. Dále je obsažena základní terminologie a definice nezbytné pro pochopení fungování facebookové stránky a vysvětleny nástroje, které mohou administrátoři stránek využívat. Teoretická část je zakončena charakteristikou dalších internetových aktivit, které televizní stanice při své propagaci využívají, a jejich propojení s Facebookem. Praktická část je rozdělena do dvou částí. V první části se práce zaměřuje na působení hlavních českých televizních korporací a stanic na Facebooku. Je vymezen způsob jejich komunikace a případně charakterizován tým, který se o komunikaci prostřednictvím sociálních sítí v televizních stanicích stará. V druhé části následuje komparace třech facebookových stránek konkurenčních televizních stanic a třech stránek vybraných konkurenčních pořadů. V závěru jsou shrnuty výsledky a doporučení plynoucí z poznatků z praktické části.