

## **Anotace**

Cílem bakalářské práce je představit aktuální situaci na českém televizním trhu v porovnání s minulými roky. Jak se měnila sledovanost jednotlivých stanic a také preference diváků s rozšířením programové nabídky zejména o zaměřené kanály. V první části práce se čtenář seznámí se stručnou historií televize, vysvětlením pojmu médium, definicí mediálního publika a vývojem stanic na českém mediálním trhu. Poté práce představí jednotlivé metody, pomocí kterých je prováděn výzkum. Metodami jsou kvantitativní analýza dat z elektronického měření sledovanosti televize a kvalitativní analýza pomocí metody Focus groups, neboli skupinových rozhovorů. V závěrečné části jsou předloženy výsledky analýzy, které tyto metody přinesly – jak a jestli se měnily v čase divácké preference.