

Abstrakt

Název: Popularita sportovních médií v tisku a na internetu – sociodemografický profil čtenářů

Cíl práce: Cílem diplomové práce je analyzovat popularitu sportovních médií. Diplomová práce je zaměřena na sportovní média v tisku a na internetu a na jejich vývoj za posledních několik let. Vlastním přínosem práce je poté sestavení sociodemografického profilu čtenáře se zájmem o sport v tisku a na internetu a zkoumání jeho vztahu ke sportu. Vytvořené profily jsou následně porovnány s cílem nalézt shodné a odlišné rysy.

Metoda: Výzkumná část diplomové práce je založena na analýze a zpracování získaných dat z marketingových výzkumů za zkoumané období. Výzkumu jsou podrobena sportovní média v tisku a na internetu, proto je v závěrečné kapitole výzkumné části použita metoda komparace, která podhaluje rozdílné a shodné rysy obou typů médií. Pro zpracování tématu je využita metoda analýzy dokumentů a metoda komparace.

Výsledky: Z výsledků práce vyplývá, že tištěná a internetová média zažívají odlišnou dobu, a ta se promítá i do sportovních médií. Na jedné straně tištěná média každoročně ztrácí na popularitě a jejich budoucnost je nejistá a na druhé straně u internetových médií se v posledních letech projevuje strmý nárůst popularity. To se samozřejmě promítá i do rozdílné sociodemografické struktury čtenářů se zájmem o sport jak v tisku, tak i na internetu. Společným rysem je silný vliv pořádání velkých sportovních akcí na popularitu obou médií.

Klíčová slova: sportovní média, mediální výzkum, analýza čtenáře, sociodemografie, tisk, internet