

Abstrakt

Práce zkoumá otázku, jestli a případně jak a proč se během první vlny koronaviru na jaře 2020 proměnila sledovanost internetové televize Mall.tv. Při hledání odpovědi využívá kvantitativní analýzu interních dat poskytnutých Mall.tv, která byla zpracována prostřednictvím statistických výpočtů. Zároveň testuje hypotézu, podle které mohl být klíčovým faktorem ovlivňujícím proměny velikosti a sociodemografického složení projekt #kulturažije. Z výsledku analýzy ale vyplývá, že publikum se během jara příliš nezměnilo a větší změny jsou zřetelné až po skončení jarní vlny. Hypotéza, že projekt #kulturažije měl na web přivést větší množství nových uživatelů, se tak nepotvrdila, impakt projektu byl spíše marginální.