

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá mediální komunikací prostřednictvím nových technologií, konkrétně vybraných sociálních sítí Facebook a Instagram, v oblasti aukčního trhu s uměním. Zkoumány jsou přední české aukční domy 1. Art Consulting, Dorotheum a EuropeanArts. Zahraniční aukční domy jsou zastoupeny dvojicí světových lídrů aukčního trhu s uměním, aukčními síněmi Christie's a Sotheby's. Práce shrnuje nejprve trh s uměním a jeho charakteristiku, marketingovou a mediální komunikaci aukčních síní, český i zahraniční aukční trh a historii aukčních síní zkoumaných v diplomové práci. Metodikou zpracování materiálu je kvantitativní obsahová analýza. Analýza se zaměřuje především na množství sociálních sítí využívaných aukčními síněmi ke komunikaci s příznivci a ostatní veřejností, úspěšnost této komunikace a největší část výzkumu je věnována povaze jednotlivých mediálních sdělení. U vybraných sdělení je zkoumána mimo jiné délka, úspěšnost, původ, zaměření, téma atd. Analýza byla zaměřena na období od podzimu 2016 do jara 2017. Výsledky kvantitativní analýzy jsou popsány a na závěr je provedeno srovnání českých a zahraničních aukčních síní v oblasti komunikace prostřednictvím sociálních sítí.