

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá vztahem internetové pornografie a marketingové komunikace. Téma je aktuální, neboť zkoumá dynamický trh internetového pornoprůmyslu s fenoménem posledních desetiletí - marketingem. V teoretické části práce jsou nastíněny základní fakta, geneze a historie pornografie v online prostředí. Současně je popsán vliv pornografie na technologický vývoj internetu. Práce představuje základy marketingové komunikace, které jsou relevantní pro prakticky uplatňované postupy vedoucí k zisku v kontextu pornografického průmyslu. Jsou představeny klíčové online marketingové nástroje, které jsou využívány pro reklamní účely na pornostránkách. Zároveň jsou vymezeny specifické pojmy vážící se k rozličným formám provozu erotického obsahu a v návaznosti na to uvedeny různé typy obchodních modelů. Praktická část práce se zabývá analýzou inzertního prostoru na porno webech a společně s tím popisuje konkrétní příklady komunikace v rámci činnosti jednotlivců, ale i společností, jejichž marketingové aktivity se pojí s pornoprůmyslem. Jsou zkoumány především faktické komunikační postupy a jejich účinnost pro dosahování zisku na pornostránkách. Pro metodologii je použita obsahová kvalitativní analýza, pozorování a interview. Výsledky práce potvrzují primární výzkumnou otázku, zda se bannerová reklama na pornostránkách vyplatí více, než inzerce na nepornografických portálech. Marketing na erotických webech limitovaně funguje, zůstává ovšem i nadále otázkou, kdy se stane prostor na takto tematicky zaměřených webech standardním inzertním médiem, které bude pro tradiční zadavatele reklamy eticky přijímáno. Tato bakalářská práce představuje komerční možnosti využití pornografie na internetu, a přispívá tak k akademickým zdrojům, které by mohly vést k dalšímu zkoumání pornografického trhu.