

Abstrakt

Významy v předkládaných obsazích se nenacházejí pouze explicitně podané na povrchových úrovních, ale jsou budovány hluboko v lidské mysli v podobě nejjednodušších sémů – jednotek schopných přenášet význam (Černý a kol., 2004, str. 119). Diplomová práce „Vliv internetového marketingu na internetové mediální obsahy a jejich uživatele v českém mediálním prostředí“ kvalitativně analyzuje vybrané vzorky marketingových obsahů pomocí sémiotické a narativní analýzy. Zatímco sémiotická analýza nám pomáhá interpretovat základní povrchové i hloubkové významy obsažené ve vizuálním i textovém kódu zkoumaných obsahů, za pomoci narativní analýzy zkoumáme příběhy, na kterých je vystaven děj, snažíme se je interpretovat a spolu s výsledky sémiotické analýzy v nich hledáme obsažené mýty.

Cílem aplikace obou metod je popis jednotlivých hloubkových významů a příběhů, na kterých jsou vystaveny jednotlivé komunikáty, a následně charakterizace internetového marketingového diskurzu v českém mediálním prostředí. Příběhy tvoří základ mezilidské komunikace, prostřednictvím příběhu jsme schopni uchovávat a přenášet významy. Příběhy zkoumaného vzorku obsahů byly shodně vystaveny na základním konfliktu (rozporu) a předávány posluchačům prostřednictvím vypravěče, který ovšem ve většině případů nebyl jasně oddělen od hlavní postavy narativu, což je podrobněji diskutováno v rámci rozboru jednotlivých vzorků.