

Abstrakt

Diplomová práce se zaměřuje na vizuální komunikaci Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary prostřednictvím sociální sítě Instagram. Tuto síť používá festival ke komunikaci s návštěvníky, čímž buduje svou identitu a vytváří komunitu fanoušků. Teoretická část práce přibližuje historii Instagramu a fungování této populární aplikace, dále se zaměřuje na působení karlovarského festivalu i zahraničních filmových festivalů na Instagramu. Závěr teoretické práce nabízí definice vizuální komunikace se zaměřením na specifika analogové, digitální a internetové fotografie. Práce pomocí kvantitativní obsahové analýzy instagramových fotografií a sémiotické analýzy prvků technického a obsahového charakteru zkoumá, jaký vizuální styl komunikace festival používá a jak tento styl přebírají návštěvníci festivalu a média informující o festivalu. V rámci tohoto výzkumu je zkoumán instagramový profil karlovarského festivalu a vybrané profily zástupců médií a návštěvníků. Cílem práce je popsat, jaký vizuální jazyk a styl používají na Instagramu organizátoři festivalu a jak se tento jazyk odráží na budování identity samotného festivalu.