

Příloha k protokolu o SZZ č. ....

Diplomantka: Lenka DOLEŽALOVÁ

Vysoká škola: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Pedagogická fakulta

Katedra: bohemistiky

Aprobace: Č – N (SŠ)

Datum odevzdání posudku: 15. května 2006

Vedoucí diplomové práce:  
doc. PhDr. A. Jaklová, CSc.

## **POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE**

### **Prostředky reklamní komunikace**

Téma předkládané diplomové práce je velice aktuální, prostředky reklamní komunikace v České republice se v současnosti zabývají nejenom marketingoví odborníci, ale též lingvisté, žurnalisté a psychologové.

Předpokladem vymezení jednotlivých prostředků reklamy a jejich funkce v současném reklamním diskurzu bylo studium reklamy obecně, jejích forem a možností persvaze, a to zejména v závislosti na typech reklamních médií. Na základě této teoretické báze přistoupila diplomantka k charakteristice neverbálních, konkrétně optických prvků tiskové reklamy a zabývala se, nejdříve opět v rovině teoretické, grafickým uspořádáním reklamního komunikátu, jeho typografií, tzn. písmem, dále obrazem a barvou. Vzhledem k tomu, že se česká odborná literatura problematice neverbálních kódů v reklamě dosud blíže nevěnovala, vycházela diplomantka v této části práce z literatury německé.

Poznatky získané studiem aplikovala diplomantka na zaznamenaný materiál, který shromažďovala v období září 2004 až březen 2006. Její materiálový korpus tvořilo celkem 2 200 reklamních komunikátů.

Vlastní jádro diplomové práce představují analýzy konkrétních reklam reprezentujících inzerci v jednotlivých segmentech magazínového a novinového tisku. Tyto detailní analýzy, doplněné v práci složkou obrazovou, prováděla diplomantka především z hlediska neverbálních prostředků a jejich persvazivní funkce. Získala tak celou řadu zajímavých informací, týkajících se persvaze reklamy na jednotlivé produkty i reklamních strategií konkrétních zadavatelů reklamy v časopisech a novinách.

V závěru práce diplomantka získané poznatky shrnula a vyhodnotila. Přestože zde podle našeho názoru věnovala příliš mnoho pozornosti zadavatelům reklam na úkor detailnějšího popisu uplatnění a funkce jednotlivých optických a grafických prostředků, hodnotíme práci jako velice zdařilou. Svými zjištěními plynoucími z analýz reklam publikovaných v periodickém tisku tato diplomová práce bezesporu přispívá k přesnějšímu a detailnějšímu poznání současné české tiskové reklamy.

Návrh na klasifikaci diplomové práce: **v ý b o r n ě**

.....  
podpis vedoucí diplomové práce

V Českých Budějovicích dne 15. května 2006

Stupeň kvalifikace:      v ý b o r n ě              v e l m i   d o b ř e              d o b ř e              n e v y h o v ě l