

Příloha k protokolu o SZZ č.

Diplomantka: Veronika HANZLÍKOVÁ

Vysoká škola: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta

Katedra: Ústav bohemistiky

Aprobace: Č – N (SŠ)

Datum odevzdání posudku:
8. ledna 2007

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

POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

K historii české reklamy

Předkládaná diplomové práce se zabývá historií české reklamy a zejména pak studiem historického vývoje neverbálních prostředků v české tiskové reklamě. Téma je to velice aktuální, prvky reklamní komunikace a jejich funkce studují v současnosti v České republice marketingoví odborníci, lingvisté, žurnalisté, psychologové i sociologové.

Diplomová práce je rozdělena do dvou hlavních částí. V první, teoretické části se diplomantka na základě studia české i cizojazyčné odborné literatury věnovala reklamě obecně, jejím typům, funkcím a možnostem persvaze v závislosti na druzích médií. Na tomto základě pak přistoupila k charakteristice neverbálních prvků tiskové reklamy a zabývala se, nejdříve opět v rovině teoretické, grafickým uspořádáním reklamního komunikátu, jeho typografií, zde především písmem, dále obrazem a barvou.

Součástí teoretické části diplomové práce je rovněž obecné vymezení a popis tří historických fází reklamy v Čechách, konkrétně období do roku 1918, dále do roku 1989 a období od roku 1989 po současnost.

Praktickou část práce reprezentují analýzy vybraných reklamních komunikátů, které pocházejí z časopisového tisku; materiál je rozříděn podle jednotlivých historických fází, v nichž byl publikován. Konkrétní analýzy, doplněné v práci složkou obrazovou, prováděla diplomantka z hlediska formy a užití neverbálních prvků a jejich persvazivní funkce. Získala tak celou řadu zajímavých informací, které však bohužel mají pouze dílčí charakter. Diplomantka se sice pokusila podat přehled o značně obsáhlé problematice neverbální stránky

české reklamy z hlediska diachronního, nepodařilo se jí však postihnout hlavní vývojové trendy v užití základních typů neverbálních prvků v tiskové reklamě. Příčinou toho jsou hlavně dosti povrchní, a zejména pouze výběrové analýzy ne zcela dostačujícího vzorku materiálu. Přesto však oceňuji snahu diplomantky vyrovnat se se širokým a pro ni zpočátku zcela neznámým tématem i značnou pracnost danou nutností výběru a analýz výchozího materiálu.

Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Návrh na klasifikaci diplomové práce: **velmi dobře**

.....
podpis vedoucí diplomové práce

V Českých Budějovicích dne 8. ledna 2007

Stupeň kvalifikace: výborně velmi dobře dobře nevyhověl