

Příloha k protokolu o SZZ č.

Diplomantka: Andrea KOLÁŘOVÁ

Vysoká škola:
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta

Katedra: Ústav bohemistiky

Aprobace: učitelství pro SŠ (ČJ – NJ)

Datum odevzdání posudku: 13. května 2008

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

POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

Vztah obrazu a textu v billboardové reklamě

Předkládaná diplomová práce, jejímž tématem je vztah obrazu a textu a jejich funkce v současné billboardové reklamě, má dvě základní části: část teoretickou a část praktickou. Obsahem teoretické části je „uvedení do problematiky“, tj. charakteristika pojmu reklama, vymezení funkce reklamy v České republice před rokem 1989 a po něm, dále klasifikace reklamních médií a popis elementů podílejících se na výstavbě reklamních komunikátů. Tato problematika, rozdělená do čtyř samostatných kapitol, je zpracována přehledně, dostatečně komplexně a s bohatými odkazy na odbornou, převážně cizojazyčnou, literaturu.

Pátá kapitola náležející stále ještě do části teoretické, je nazvána Obraz a text. Autorka zde charakterizuje obraz jakožto nositele informace, vymezuje funkce slova/textu v reklamním sdělení a specifikuje vztah obrazu a textu z hlediska jejich významového postavení v komunikátu i z hlediska jejich vzájemné sémantiky. V této kapitole však měla být podle mého názoru věnována pozornost rovněž funkcím obrazu v reklamě, neboť je to právě obraz, který na billboardu upoutá recipienta nejdříve. Kromě toho právě způsoby vizualizace informací (přímým obrazem, nepřímým obrazem) umožňují pochopení obsahu celého reklamního sdělení (o této problematice píše např. W. Kroeber-Riehl, jehož práci autorka mnohokrát cituje).

Praktická část diplomové práce je orientována na vlastní výzkum celkové kompozice dnešních billboardů. Autorka ji uvádí popisem analyzovaného materiálu, chybí zde však údaj o rozsahu zaznamenaného materiálu, tj. o počtu billboardů, s nimiž autorka pracovala.

Vlastním objektem materiálových analýz v této části práce je popis neverbálních

elementů vytvářejících billboardové reklamní komunikáty, jež autorka rozdělila do deseti tematických skupin. Pozornost je věnována barvě, písmu, obrazu a na závěr v každé tematické skupině také vztahu obrazu a textu. Tento vztah je ale vždy charakterizován jen z hlediska dominance buď obrazu, nebo textu, vlastním sémantickým relacím mezi těmito konstitutivními prvky, tzn. sémantickým interakcím mezi verbální výpovědí a jejím vizuálním ztvárněním, již pozornost věnována není.

Závěr: Za pozitivum předkládané diplomové práce považuji zejména dobrou orientaci autorky v odborné literatuře a pečlivý popis neverbálních prvků a jejich funkcí stimulujících persvazi v současných billboardových reklamních komunikátech.

Práci doporučuji k obhajobě.

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

A handwritten signature in black ink, written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and appears to be 'L. Plu'.

podpis vedoucí diplomové práce

V Českých Budějovicích dne 13. května 2008

Stupeň kvalifikace: výborně velmi dobře dobře nevyhověl

