

Abstrakt (česky)

Diplomová práce s názvem „Komunikace a vizuální prezentace značky Girls Without Clothes na online platformách a jejich vliv na vytváření komunity zákazníků“ analyzuje image oděvní firmy Girls Without Clothes, a to ze dvou hledisek. Zkoumána je zejména její komunikace na sociálních sítích Facebook a Instagram, poté je pozornost věnována názoru zákazníků, kteří značku na těchto konkrétních platformách sledují. Ve výkladové části se práce zaměřuje na vysvětlení potřebných témat (vizualita, komunita, reklamní obraz aj.) z okruhů vizuální rétoriky, teorií obrazu a mediálních teorií, v části výzkumné je firma Girls Without Clothes nejprve představena a následně je zasazena do konkurenčního prostředí. Pomocí rozboru vizuálních obrazů je poté zjišťováno, jakou má společnost image, přičemž je analýza věnována primárně způsobu komunikace. Konkrétně je pozornost zaměřována na výrazné prvky, které se při komunikaci mohou objevovat, jako je např. použití humoru, vulgarismů, tykání atd. Jednotlivé aspekty utvářející způsob komunikace jsou detailně zkoumány a komparovány s konkurenčními lokálními firmami Life is porno a Surfr, které jsou značce Girls Without Clothes v určitých ohledech podobné. V návaznosti na tato zjištění je následně pomocí dotazníkového šetření zkoumáno, jak sledující značky reagují na vybrané prvky, jež image firmy formují. Část práce, která se zabývá postojem zákazníků, je zaměřena pouze na společnost Girls Without Clothes a pomocí kvantitativního výzkumu shromažďuje odpovědi na otázky, které jsou propojeny s výkladovým úsekem. Cílem práce je analyzovat obraz značky Girls Without Clothes a následně tyto poznatky usouvztažnit jak s konkurenčním prostředím, tak s potenciální komunitou tvořenou zákazníky.