

Budování značky v umění: Případová studie Damien Hirst

Bakalářská práce

Autor práce: Binh Thanh Mai

Studijní program: Mediální a komunikační studia

Vedoucí práce: Mgr. Tereza Ježková, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Abstrakt

Tato bakalářská práce se věnuje fenoménu brandingu a jeho využití v uměleckém sektoru, a to konkrétně na osobní značce Damiena Hirsta. V teoretické části je kromě definic pojmů souvisejících s praktickou částí práce také popsán brandingový mechanismus a postup tvorby osobní značky ve světě umění. Dále jsou identifikovány největší značkové galerie, muzea a aukční síně. Praktická část práce je zaměřena na obsahovou analýzu širokého spektra informačních zdrojů, které popisují Hirstův život, osobnost a dílo, jejímž cílem je popsat vnímání a budování umělcovy osobní značky. Z práce vyplývá, že Hirst uměl využít příležitosti pro budování své značky, a to díky svému porozumění uměleckému trhu a konzumní společnosti. Také si uvědomoval nutnost sebepropagace skrze média, která často využíval pro budování své značky. Práce dále rozebírá Hirstovu roli jako brand manažera s cílem šokovat a přitahovat pozornost. Cílem práce je poskytnout vhled do role brandingu ve světě současného umění a přispět k pochopení toho, jak mohou umělci využít svou osobní značku k dosažení úspěchu a uznání.