

SHRNUTÍ

Diplomová práce s názvem *Produktor a recipient v reklamní komunikaci* se zabývá komunikačními činiteli v reklamě, zvláště rolemi produktora, adresáta a recipienta, kteří mají na podobu reklamních komunikátů zásadní vliv. Práce sleduje proces vzniku reklamy, seznamuje se základním slovníkem, který se používá v reklamních agenturách, a vysvětluje, proč je důležité rozlišovat mezi jednotlivými částmi textu (*headline, copy, claim*), i když je nutné, aby byly ve vzájemném souladu. Zvláštní pozornost je pak věnována *claimu* a vlivu reklamy na jazyk a mluvu recipientů.