

Abstrakt

V diplomové práci Vizuální média v městském veřejném prostoru se zaměřuji na to, jakým způsobem jsou začleněna vizuální média do centra města a jeho blízkého okolí. Soustředím se na přítomnost reklamních sdělení, která pronikají do veřejné sféry města s největší razancí (billboary, bigboardy, citylighty, velkoplošné reklamní tabule, videoobrazovky, plachty atd.). Cílem práce je srovnat umístění a četnost venkovní reklamy v centru Prahy a Barcelony s přihlédnutím na kulturní, historický a geografický kontext obou měst (nezabývám se sémiotickým obsahem mediálních sdělení). Tato dvě města jsem vybrala, protože jsou ve svém regionu nejdůležitějšími ekonomickými a kulturními centry a mají bohatou historii. Protože se jedná o evropská města, mou hypotézou je, že zde budou existovat jisté podobnosti ve vzhledu a ve způsobu umisťování reklamních sdělení. Další hypotézou je, že víc reklam se bude vyskytovat v novodobé zástavbě a méně v historickém centru. Zároveň se ale domnívám, že veřejný prostor v Praze bude mnohem více zaplněn agresivní reklamou než v centru Barcelony, protože je v Praze podle mého názoru reklama málo regulovaná. Budu používat metodu vizuální komparativní analýzy a vizuální sociologie. Prostřednictvím fotoaparátu budu monitorovat stav obou měst a výsledek mapování zanesu do webové online mapy, která mi umožní vypořádat obecné závěry.