

Posudek na diplomovou práci Dany Veselé Vývoj a proměny reklamy firmy Škoda Auto v kontextu vývoje a proměn obrazového vyjádření.

Hlavním cílem autorčiny práce byla analýza různých faktorů, které měly vliv na proměny reklamní strategie firmy. Zajímala ji organizace vzniku reklamy, strukturní proměny reklamy, způsoby její prezentace a především vzorce vnímání zobrazení. Zvláštní pozornost pak věnuje tomu, jak se do reklamy promítají proměny média fotografického obrazu. Diplomová práce Dany Veselé zahrnuje také analýzu několika reklamních ukázek, na kterých chce autorka ukázat oprávněnost svých teoretických východisek.

V první části své práce podává autorka historický přehled vývoje faktorů, které se podílejí na finální podobě reklamy a konkrétně si všímá těch, které se projevíly v samotné strategii vývoje reklamy firmy Škoda Auto. Podstatné zjištění, k němuž autorka dospěla se týká obecných znaků, které se objevují v automobilové reklamě a jakou realitu reklamy tyto znaky znázorňují, zachycují a konstruují.

V závěru své práce autorka využívá některé aspekty Barthesovy semiotické teorie k odkrytí stereotypních znaků zachycujících společenské proměny analyzovaného období, které se zároveň projevují ve způsobu vnímání kódů v reklamě.

Diplomovou práci Dany Veselé doporučuji k ústní obhajobě. Autorka v historické části své práce dokázala udržet únosnou míru obecnosti výkladu zvolené tematiky a v druhé části práce prokázala schopnost využít kvalitativní metody semiotické analýzy k objasnění zvoleného tématu.

Doporučuji klasifikovat tuto diplomovou práci jako výbornou.

Doc.PhDr. Ivan Mucha, CSc.