

ABSTRAKT

Bakalářská práce *Současná reklama na alkohol* se zabývá kvalitativní analýzou několika českých televizních reklamních spotů známých značek luxusního i běžného alkoholu vyráběného v České republice. Opírá se o teoretická východiska z oblasti marketingové komunikace a z oblasti lingvistického studia. Výzkum sleduje používání persvazivních prostředků v reklamních video-spotech se zaměřením na cílové skupiny recipientů reklamního sdělení. Zvláštní pozornost je pak věnována prostředkům jazykovým, které jsou vztaženy k ostatním vyjadřovacím prostředkům v daném typu reklamy, jako je dynamický obraz a zvuk