

**Příloha k protokolu o SZZ č.**

**Vysoká škola:**

JU v Č. Budějovicích

Pedagogická fakulta

**Pracoviště:** KSV

**Datum odevzdání posudku:** 25. 7. 2017

**Jméno a příjmení studenta:**

Michaela Matějková

**Obor:** NJu-SVu-SZu

**Vedoucí/oponent\* bakalářské práce:**

Mgr. Michal Šimůnek, Ph.D.

## POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Název práce:** Zobrazování dětí v reklamách: problematické aspekty

**Kritéria hodnocení práce** (označte vždy právě jednu z možných známek):

**1. Struktura práce** (úplnost, logická posloupnost a vyváženost kapitol, rozsah práce)

**A – výborně**

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

**2. Metodologická a metodická stránka práce** (stanovení hypotéz/cílů práce, vhodnost a kvalita dat a metod)

**A – výborně**

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

**3. Práce s literaturou a dalšími informačními zdroji** (výběr, správná citace, použití, dodržování bibliografických norem)

**A – výborně**

B – velmi dobře

**C – dobře**

N – nevyhověl/a

**4. Odborná správnost – znalost problematiky** (prokázání znalosti řešené problematiky, prokázání specifických znalostí, schopnost aplikovat znalosti na konkrétní problém)

**A – výborně**

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

**5. Zhodnocení výsledků, naplnění cílů, aplikovatelnost v praxi**

**A – výborně**

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

**6. Úroveň jazykového a stylistického zpracování**

**A – výborně**

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

---

\* nehodící se škrtněte

## 7. Formální a grafická úroveň práce

- A – výborně
- B – velmi dobře
- C – dobře
- N – nevyhověl/a

### Závěrečné shrnutí, komentáře, otázky k obhajobě:

Bakalářská práce Michaely Matějkové se věnuje problematickým aspektům zobrazování dětí v reklamách (se zaměřením na televizní reklamu), přičemž tuto problematiku nahlíží zejména z právní (či v širším smyslu regulační) perspektivy. Práce je přehledně strukturována na část popisně kompilační (shrnutí regulačních mechanismů v oblasti reklamy, vymezení problematiky zobrazování dětí v reklamách apod.) a část případovou, ve které autorka diskutuje vybrané příklady nevhodných či zakázaných reklam. Závěrem autorka shrnuje a hodnotí regulační mechanismy v České republice.

Bakalářská práce je napsána přijatelným odborným stylem (místy je stylisticky méně obratná, ojediněle se objevují chyby v interpunkci), snad jen první kapitola, ve které autorka vymezuje základní pojmy (co je to reklama apod.), je v odborném textu poněkud zbytečná. Autorka dokázala přehledně zpracovat zvolené téma, první část její práce je přínosná zejména předloženým přehledem regulačních mechanismů reklamy v ČR a ve stručné podobě i v Rakousku a Německu. Jednotlivé právní normy však mohly být více komentovány, autorka převážně pouze cituje relevantní pasáže z příslušných právních norem. V druhé části pozitivně hodnotím autorčinu snahu vytvořit vlastní mechanismus pro hodnocení reklam z hlediska etiky. Nedostatek práce shledávám v omezeném literárním kontextu, ze kterého autorka vychází, zejména mi chybí literární rešerše relevantní zahraniční literatury věnující se zobrazování dětí v reklamě (viz e-databáze dostupné na JU).

Michaela Matějková prokázala schopnost psát odborné texty a její práci hodnotím (ještě) jako **výbornou**.

**Navrhovaná klasifikace** (výsledná známka není aritmetickým průměrem známek jednotlivých kritérií hodnocení práce):

- A – výborně
- B – velmi dobře
- C – dobře
- N – nevyhověl/a

V Českých Budějovicích dne 25. 7. 2017

.....  
Podpis recenzenta bakalářské práce