

Příloha k protokolu o SZZ č.

Vysoká škola: JU v Č. Budějovicích

Pedagogická fakulta

Pracoviště: KSV

Datum odevzdání posudku: 19. května 2014

Jméno a příjmení studenta:

Lucie Pěšková

Obor:

Vedoucí/~~oponent~~ bakalářské práce:

Mgr. Michal Šimůnek, Ph.D.

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Název práce: Sémiotická analýza reklamních sdělení zaměřených na děti a mládež

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

7. Formální a grafická úroveň práce

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

Závěrečné shrnutí, komentáře, otázky k obhajobě:

Cílem předložené bakalářské práce je analyzovat vybraný vzorek reklamních sdělení z časopisů určených pro děti a mládež. Práce je metodologicky ukotvena v sémiotické analýze, analyzovaná reklamní sdělení byla vybrána z časopisu Bravo Girl! Autorka nejdříve seznamuje čtenáře se základními pojmy a koncepty sémiotické analýzy, krátce se zamýšlí nad vztahem dětí, mládeže a reklamy, představuje časopis Bravo Girl! a v závěrečné části předkládá samotnou analýzu vybraného vzorku reklamních sdělení. Ačkoli má práce uspokojivou úroveň (autorka, byť s dílčími výhradami, prokázala, že je schopna pracovat s odbornou literaturou a zdroji, že je schopna aplikovat zvolenou metodu), nacházím v ní řadu nedostatků. Autorka jen omezeně ovládá odborný styl psaní, stylisticky je práce nevyzrálá. Teoretická expozice práce (vymezení klíčových pojmů sémiotiky) je uspokojivá, byť místy autorka poněkud tápe (proč do přehledu zařadila Peirce a jeho pojetí znaku, s. 13-14), místy je argumentace v této části zmatená (srv. např. poslední odstavec kaptioly 4 na s. 21). Podstatné přitom je, že značná část teoretické expozice není nijak využita v analytické části. Přestože autorka v závěrečné interpretační části jen omezeně využívá pojmy a koncepty představené v první části práce, považuji interpretaci reklamních sdělení za poučenou, kritickou a vhodně doplněnou o komentáře R. Barthes (zejména jeho postřehy o reklamě na kosmetické přípravky).

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 19. května 2014



Podpis vedoucího/recenzenta bakalářské práce