

**Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích**

**Filozofická fakulta**

**Ústav věd o umění a kultuře**

## **POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

Autor práce a studijní obor: Vanda Petrovičová (Kulturní studia)

Název práce: Fenomén minipivovarů: Sémantická analýza reklamních strategií a pивní kultura v jižních Čechách

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Petr Bílek, CSc.

### **Slovní vyjádření, náměty a otázky k obhajobě:**

Zadání práce směřovalo k oblasti generování specifických významů, obklopujících materiál vymezovaný vágně jako „pivní kultura“, a k analýze reklamních strategií, jež pro tuto kulturu generují určité symbolické významy. Tím by práce zůstávala v areálu kulturních studií, a vyhýbala by se výkladům směřujícím do oborů marketingové komunikace, sociologie reklamy či naopak dějin pivovarnictví. Vyvarovat se eklektických výletů do takovýchto oblastí, pro něž autorka nedisponuje patřičným vzděláním, se však podařilo jen částečně. K původně zamýšlenému tématu práce jen nakročila a toto téma se jádrem práce nestalo. Proto má práce jen úvodový charakter a svědčí snad o schopnosti autorky kultivovaně do výkladu poskládat různé zdroje, ale to, co v názvu slibuje „sémantickou analýzu reklamních strategií“, práce ve skutečnosti nenabízí.

Čtyři výkladové kapitoly, které práce nabízí, se věnují velmi různorodým a disparátním oblastem. I to omezuje přínos práce: V první kapitole se nabídne elementární vymezení fungování reklamy a marketingu (navíc ještě zatížené o rychlovýlet do historie, psychologie reklamy a další oblasti, které jsou samy o sobě složité a vydatné a neměly by být brány v potaz jen na úrovni zcela laického konspektování elementárních definic, informací a zajímavostí). V druhé kapitole přejdeme k charakterizaci pivovarů a specifického segmentu minipivovarů, takže se ocitáme u zcela jiného typu materiálu, ale i výkladu. Ve třetí kapitole se nabízí odbočka k pivní kultuře, čili opět zcela jiná materiálová a výkladová oblast. A totéž nastane u poslední kapitoly, věnované (sebe)prezentaci minipivovarů v jižních Čechách. V každé kapitole tedy začínáme od samého začátku, na nic se nenavazuje a nic se hlouběji a analytičtěji nerozvíjí, protože předchozí výklad byl věnován něčemu zcela jinému. Proto má práce ve výsledku charakter několika úvodů do různorodých témat, z nichž ale nic objevnějšího neplyne.

Téma práce, vytyčené v zadání, se začíná naplňovat až v poslední kapitole, kde ovšem dostane jen malý prostor. A i na něm má výklad charakter letmo a asi i nahodile uváděných

příkladů a odkazů. Není tu patrná logika výkladu, tedy proč tématem jedné z podkapitol je pивní sklo a další podkapitola se zas věnuje vizuální identitě – zda jedno nějak souvisí s druhým (a třeba i spadá pod to druhé) je ponecháno na čtenáři a jeho domýšlení. Práci chybí hlubší ponoření a promyšlení celého výkladu; připomíná spíš epizody televizní série. O tom, že práce nedrží pohromadě a nesměřuje k pevnějšímu uchopení alespoň některých témat, svědčí i závěr, který je zcela rétorický – je slohovým cvičením na konci práce, aniž by ale nabízel něco objevného či nosného, k čemu práce dokázala dojít.

Ne všechny aspekty práce ale vnímám jako problematické. Oceňuji výkladový styl, který se snaží být nebanální, ale přitom srozumitelný a pestrý. Oceňuji i poměrně bohaté zdrojové podloží a důsledné odkazování ke zdrojům. Proto věřím, že elementární kritéria pro obhajitelnost předložená práce splňuje. Tudíž ji doporučuji k obhajobě.

**Navrhovaná klasifikace: dobře**

.....  
podpis vedoucího práce

V Českých Budějovicích dne 5. 6. 2023

|                     |               |                     |           |                   |
|---------------------|---------------|---------------------|-----------|-------------------|
| Stupeň klasifikace: | v ý b o r n ě | v e l m i d o b ř e | d o b ř e | n e v y h o v ě l |
|---------------------|---------------|---------------------|-----------|-------------------|