

Práce (co se nehodí, škrtněte): diplomová

Posudek (co se nehodí, škrtněte): vedoucího

Práci hodnotil(a): PhDr. Lada Hanzelinová

Práci předložil(a): Bc. Petra Vomelová

Název práce: Vliv sociálních a historických podmínek na zobrazení ženy v reklamě

1. CÍL PRÁCE (uved'te, do jaké míry byl naplněn):

Cíl práce - porovnat zobrazení ženy ve společnosti během časových období 30. a 40. let v Českých zemích, Německu a USA a zajisti, zda se reálné postavení žen ve společnosti promítá do zobrazení v reklamě a naopak - byl splněn.

Během výzkumu autorka posunula zkoumané období na 20. až 30. léta 20. století, protože ta jsou pro toto téma příhodnější.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita teoretické a vlastní práce, vhodnost příloh apod.):

Práce zpracovává velké množství dostupné literatury, a to nejen druhotné, která zachycuje téma z dnešního úhlu pohledu, tak i dobové (Solar), která popisuje aktuální návody na tvorby reklamy. Tím mohlo dojít k zajímavému srovnání. Přílohy tvoří nedílnou součást práce a doplňují závěry z teoretické části.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, správnost citace a odkazů na literaturu, grafická úprava, přehlednost členění kapitol, kvalita tabulek, grafů a příloh apod.):

Text je obsáhlý s bohatým poznámkovým aparátem, který je proveden korektně a podle normy. Jazykový projev je kultivovaný, bez překlepů a gramatických chyb, členění kapitol logické.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z práce, silné a slabé stránky, originalita myšlenek apod.):

Práce je originální svou aplikací teorií sociologie, historie a sémiotické analýzy obrazu na rozbor reklamních sdělení.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ (jedna až tři):

Lze očekávat, že reklama poválečného období zobrazovala ženu v jejím reálném postavení ve společnosti a proč?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA (výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl):

Výborně.

Datum: 14.5.2014

Podpis:

