

Protokol o hodnocení diplomové práce

Název práce: Vizualita v televizní reklamě se zdravotnickou tématikou

Práci předložila studentka: Bc. Jana Broumská

Studijní obor: Učitelství Vv pro SŠ a ZUŠ

Posudek oponenta práce:

Práci hodnotila: PhDr. Vladimíra Zikmundová, Ph.D.

1. Cíl práce

Cílem diplomové práce Jany Broumské bylo provést analýzu vizuality vybraných reklamních klipů se zdravotnickou tématikou, které byly prezentovány v posledních 10 letech v českých veřejnoprávních i privátních televizních kanálech. Metodou sémiotické a obrazové analýzy v souvislosti s kinematografickou stránkou audiovizuálního komunikátu měla zhodnotit vizualitu a persvazivní popř. manipulativní prvky jednotlivých komunikátů, včetně jejich základní klasifikace. V mediálně pedagogické části na konkrétních příkladech pak měla doporučit učitelské a rodičovské veřejnosti, které typy scén a reklamních klipů jsou vhodné a žádoucí pro výchovu ke zdraví či nevhodné z hlediska psychosomatického vývoje a etického cítění dětí a mládeže.

2. Obsahové zpracování

Již na prvních řádcích úvodní kapitoly studentka Jana Broumská vyjadřuje svůj postoj k tematice reklamy a důvody, které ji k analýze tohoto fenoménu vedou. Ovšem otázkou je, jaká část veřejnosti by se studentkou tento postoj sdílela? Kdyby byl postoj větší částí společnosti takto kategoricky odmítavý, byla by reklama tak masivně rozšířená a úspěšná? Dá odmítavý postoj k reklamě generalizovat? Někteřou můžeme přece mít docela rádi, ne? A co děti, mají k reklamě stejný postoj

jako dospělí? Kvalitou racionálně a pragmaticky pojaté analýzy v následujících kapitolách však Jana Broumská nahrazuje tento počáteční moment přílišného pohlcení jednostranným pohledem na věc a dokládá, že dokáže být k této problematice dostatečně „esteticky otevřena“, jak by kvalitní pedagog v kontextu koncepce vizuální gramotnosti měl být.

V přehledové části textu o reklamě obecně podává studentka mnoho cenných informací jak o historickém vývoji, tak o institucích, které se reklamou v ČR zabývají. Zde se omezuje na konstatování deklarovaného poslání, které tyto instituce mají. Zajímavé by bylo dohledat výzkumy nebo alespoň kritiky, jak toto poslání skutečně naplňují. Ve výňatku etického kodexu reklamy studentka vybírá pasáže týkající se léčiv, ale také zdravotnických prostředků. Poměrně značný objem textu, který studentka přejímá, není samoučelný a významově rámuje popisovanou problematiku. V kapitole o sémiotické analýze vztahené k reklamě se studentka zabývá jednotlivými kategoriemi, podle kterých také následně rozebírá vybrané reklamy. Přiřazení významů je výstižné a studentka projevuje značnou citlivost pro jejich rozpoznání a kritické uvědomění.

V mediálně didaktické části pak studentka připravuje přednášku na téma reklamy o zubních zdravotních prostředcích pro studenty specializovaného oboru.

3. Charakteristika a hodnocení formy, technické i řemeslné složky práce

S ohledem na charakter práce není tato složka hodnocena.

4. Formální náležitosti

Text práce je plynulý, čtivý a přehledně strukturovaný a obsahuje pouze drobné chyby spíše v interpunkci. Obrazové přílohy a grafy vhodně ilustrují text. Autorka má snahu o korektní citování bibliografie, pouze podotýká, že v harvardském systému, který aplikuje, se odkaz na bibliografii v závorce používá před tečkou na konci věty.

5. Stručný komentář hodnotitele

Diplomová práce Jany Broumské je na výborné úrovni a doporučuji ji k obhajobě.

6. Otázky a připomínky na autora práce k bližšímu vysvětlení při obhajobě

Měla jste možnost přednášku realizovat? Případně s jakou úspěšností?

7. Navrhovaná známka

Výborně

Datum: 16. 5. 2016

Podpis: PhDr. Vladimíra Zikmundová, Ph.D.

