

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Janouch Filip

Název práce: Sémiotická analýza televizní komunikace značky Air Bank v roce 2017

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Schneiderová Soňa, PhDr., PhD.

Pracoviště: MKPR FSV UK

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	C

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce působí poněkud nevyváženě, disproporčně. Autor se snažil popsat mnoho věcí, takže pak se stalo, že některým tématům je věnována pozornost větší, některým menší: intertextovosti je věnována necelá stránka, pragmatolingvistice jsou věnovány tři odstavce. Zbytečně mnoho prostoru je věnováno znaku, protože vlastně znaková teorie se ve své podstatě ani v analytické části nezúročuje.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	A
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	B

3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A
-----	--	---

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

1. Je potřeba odkazovat ke konkrétnímu autorovi studie ve sborníku, nikoliv ke sborníku jako celku a jeho editorům: Někteří autoři vnímají zvuk jako doprovod, který „podkresluje působení jazykového a vizuálního kódu“. (Schneider, Krausová 2008: 290);
2. Někdy se objeví nedostatky při stylizaci: Denotace je pojem vycházející z širšího společenského a kulturního konsenzu, neboť smysl daného znaku je přijat členy sdílené kultury. Tudíž i tento pojem je závislý na kulturním prostředí, v jehož rozmanitosti se může měnit. – Věta začínající sp. souř. důsl. nemůže stát samostatně.
3. Problémy jsou se správným užíváním vztažného zájmena jenž: komunikační mix, jež jsme definovali ve třetí kapitole; Je to tedy způsob komunikace reklamního sdělení, jenž ovlivňuje naše nákupní chování a nabádá nás ke koupi výrobku (s. 32) atd.
4. V českém textu bych raději volila pojem intertextovost, nikoliv intertextualita.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Výhrady mám k tomu, že Barthes je citován prostřednictvím Holeše a Černého. Mýtus je vysvětlen velmi povrchně. Autor při analýze postupuje víceméně subjektivně a intuitivně, např. vysvětlení toho, že vybavení Ní banky má představovat banku jako molochoa atd. mě osobně nepřesvědčuje, neboť mně se vybaví jen kontrast moderní X zastaralé atd.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	1. Prosím o vysvětlení výroků: Lze do kategorie mýtu řadit i reklamní sdělení a reklamní bloky v televizi? Autor se domnívá, že u některých bizarních kategorií, jako je například kosmetika, nábytek či sanační prostředky rozhodně ano. (s. 33).
5.2	2. Podle teoretické části vycházíte z Barthes - proč tedy pracujete při analýze vlastně výhradně s náboženskou symbolikou? Peklo, Anděl atd. 3. Barthes pracuje s pojetím mýtu ve smyslu "rozkrývání signifikace", na první pohled nezjevné implikace. Není takové zobrazení v rozporu s reklamou, která má být přece jenom pro příjemce čitelná?

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNICENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 29. 5. 2018

Podpis:

.....

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!