

PhDr. Zdeněk Křížek

posudek na bakalářskou práci

Magdaleny Kašparové

„Reklama v kontextu formální analýzy obrazu“

Volba a upřesnění tématu

Reklama je téma, které se jistě dá nahlížet z mnoha stran. Autorka se rozhodla pro formální analýzu obrazových prvků vybraných reklam, což je jistě pro potřeby bakalářské práce téma dostatečně nosné, dobře vymezené a dostačující.

Metodika zpracování bakalářské práce

Práce nezachovává explicitně standardní strukturu členění textu na část teoretickou, metodologickou a empirickou (praktickou). Výklad je spíše lineární, má však logickou návaznost a postupuje přehledně k danému cíli. Absenci striktního rozlišení jednotlivých oddílů proto nepovažuji za závažný nedostatek.

Obsahová stránka

V práci jsem nenašel žádné zásadní věcné chyby. Naopak: autorka v teoretické části prokázala, že se v problematice reklamy a obecně marketingových komunikací dokáže orientovat, umí využívat dostupných zdrojů.

Bylo by však možné diskutovat o proporcích textu vzhledem k sledovanému tématu. Zdá se mi, že např. pojednání o historii reklamy je příliš obšírné. I když uváděná fakta jsou jistě zajímavá, je třeba mít na paměti, že nejde o práci historickou a podrobnější výklad o historii reklamy odvádí pozornost od merita sledovaného problému.

Velmi dobře je zpracována kapitola 3. V ní si autorka definuje jednotlivé aspekty reklamy, které následně hodlá analyzovat. I když jsou tyto aspekty zvoleny poněkud nahodile a subjektivně a i když často nejde pouze o formu, ale též obsah, lze připustit, že pro zvolenou metodu zkoumání jsou přijatelné.

Z terminologického hlediska je nepřesné směřovat reklamu a propagaci (strana 11, odst. 1). Pojem reklama je subsystém (hyponymum) pojmu propagace; propagace pak kromě reklamy

zahrnuje další typy tzv. marketingových komunikací (např. Public Relations, osobní prodej, sponzoring a jiné.)

Praktická (empirická) část

Zde by jistě bylo možné se ptát, proč autorka zvolila právě tento typ výzkumu. Sémiotická analýza je jistě metodou vhodnou. Nějak jsem však v textu nenašel, proč se autorka rozhodla zrovna pro tuto metodu. Je právě výhodou dodržování standardní struktury členění textu, že se na takovéto metodické záležitosti nezapomene.

Tento typ výzkumu také trpí jistou mírou subjektivnosti a nezdá se, že výzkumník nalézá (už třeba při výběru zkoumaných vzorků) to, co nalézt chce.

Jinak by samozřejmě bylo možné postupovat jinak, včetně metod kvantitativních, kdy by třeba bylo možné využití jednotlivých prvků v reklamách hodnotit statisticky.

Volbu výzkumné metody autorkou samozřejmě respektuji, jen mi přece jen chybí přesvědčivější zdůvodnění. Možná by také nebylo na škodu, kdyby si autorka potvrdila výsledky své analýzy třeba výzkumem názorů recipientů reklamy. Výzkum by tak byl více objektivizován.

Práce se zdroji

V tomto bodě jsem neshledal žádné věcné ani formální chyby. Zdrojů je poměrně hodně (i když by se daly jistě najít mnohé další).

Práce s literaturou a internetovými prameny je v pořádku, včetně odkazování v textu.

Jazyk práce

Styl místy připomíná více odbornou esej, než standardní odborný text kvalifikační vysokoškolské práce.

Na druhou stranu však musím ocenit, že se v něm nevyskytují žádné závaznější gramatické ani syntaktické nedostatky.

Celkové hodnocení

Předložená bakalářská práce v zásadě splňuje nároky kladené na tento stupeň kvalifikačních vysokoškolských textů. Dle mého názoru je přijatelná a je možné bez ji komplikací obhájit.

Práci proto doporučuji k obhajobě a hodnotím stupněm 2.

V Praze dne 18. 9. 2013

PhDr. Zdeněk Křížek