

**Bc. Jana Pečenková: Role symbolu v mediální komunikaci**

**Hodnocení výběru tématu**

Jak najít klíč k dešifrování sdělení, která rezonují v médiích? Tak by bylo možné ve zkratce shrnout cíl práce. A není to cíl ledajaký, marketingoví čarodějové a spin doktoři se snaží, aby sdělení, která do médií přenášejí, byla dobře zakódovaná, a aby je běžný čtenář/divák/posluchač/návštěvník jen tak nerozluštil. To by pak ztratila sílu působit na jeho podvědomí. Autorka práce to vystihuje trefně ve stanovení cíle: „Záměrem mé práce je ukázat, že jsou mediální sdělení plná symbolů, které slouží k tomu, aby jejich recipienta určitým způsobem navedly na požadovanou cestu interpretace obsahu mediálního sdělení (str. 8).“ Lze tedy shrnout, že téma, které si autorka vybrala je zajímavé i aktuální.

**Hodnocení formální stránky práce**

Jako oponent práce můžu napsat, že uspořádání jednotlivých sekcí textu je přehledné a logické. Diplomová práce po uvedení do problematiky přechází v teoretickou část, která je formálně rozčleněna do pěti základních výkladových kapitol, z nichž ta poslední je metodologická. Další tři kapitoly lze považovat za vlastní zkoumání autorky - jimiž jsou: Využití sémiotiky pro analýzu nadlinkové komunikace; Využití sémiotiky pro analýzu podlinkové komunikace a Průzkum vnímání symbolů v reklamě. Následuje shrnující závěr. Přítomnost všech výkladových kapitol je účelná a v souboru tvoří vyvážený celek.

Rovněž nakládání s poznámkovým aparátem odpovídá požadavkům, které jsou na diplomovou práci kladeny. Dostatečný je i seznam pramenů, z nichž autorka vcelku korektně cituje. V seznamu literatury jsou však zastoupeny, z těch stěžejních, především starší prameny, které ještě nereflektují roli nových médií. Jazyková úroveň textu je slušná.

**Hodnocení obsahové stránky práce**

První část diplomové práce je popisná - teoretická. Ucelenou formou přináší vhled do problematiky sémiotiky, symbolu a jeho role

v komunikaci. Lze shrnout, že autorka v této části vhodně kombinuje informace z děl hlavních teoretiků sémiotiky a zařazuje je do souvislostí s následujícím zkoumáním. To ještě předjímá popis metod sémiotické analýzy, který je metodologickým východiskem pro výzkum. Samotné zkoumání pak zohledňuje jak dříve shrnuté teoretické poznatky tak i vlastní praxi, kterou autorka nabyla během pracovních aktivit v oblasti public relations.

Z celého zkoumání je pak patrné, jak velký vliv na nás mají mediální sdělení spolu se symboly, které v sobě nesou. Výběr zkoumaných kampaní je vhodný, byť poněkud nahodilý a v případě společnosti Benetton i prvoplánový. Co se týče dekódování obsahu mediálních sdělení, lze říci, že autorka splnila svůj cíl. Zajímavý je i vzhled do používání symbolů v komunikačních sděleních z druhé strany – z pohledu tvůrce sdělení, tedy z vlastních zkušeností autorky z oblasti public relations. Podnětný a užitečný je výzkum vnímání symbolů v reklamě, který autorce potvrdil hypotézu, že symboly v reklamách či podlinkových sděleních na recipienty působí a vytváří tak vztah mezi nimi a producentem sdělení.

### ***Celkové hodnocení***

Je zřejmé, že Bc. Jana Pečenková splnila jak formální kritéria, jež jsou na diplomovou práci kladena, tak je i kvalitou zpracování výzkumné části přesáhla. Po celkovém zhodnocení tedy doporučuji předloženou práci k obhajobě a v případě její obhajoby navrhuji její hodnocení stupněm „**výborně**“.

V Praze dne 10. 2. 2014

Mgr. Filip Poštulka