

Oponentský posudek diplomové práce

Název práce: Sémioпростor reklamních kampaní před referendem o vstupu ČR do EU

Jméno autorky: Markéta Knotová

Jméno vedoucího práce: PhDr. Otakar Šoltys, Csc.

Jméno oponenta: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.

Předkládaná diplomová práce pojednává o sémioпростoru reklamních kampaní před referendem o vstupu ČR do EU. Práce sestává ze dvou základních částí; teoretické a analytické. První z kapitol se zabývá teorií sémiotiky, navazuje na ni kapitola pojednávající o analyzovaném materiálu a kapitola týkající se vybraných aspektů české mediální krajiny. Celou práci pak uzavírá kapitola o konstrukci sémioпростoru komunikátů a závěr.

Autorka si zvolila důležité a zároveň zajímavé téma (ačkoliv ho zpracovává s určitým časovým odstupem).

Diplomantka v předložené práci postupuje systematicky a pečlivě. První kapitola nabízí utříděné a poučné seznámení se základy sémiotiky- seznámení se základními termíny a koncepty. Tato teoretická část navíc nepůsobí samoučelně, ale autorka s řadou představovaných termínů intenzivně pracuje v analytické části práce, teoretická a analytická část tak tvoří kompaktní celek.

Jako pozitivní rys diplomové práce vnímám skutečnost, že se autorka nezaměřuje jen na pouhé obsahy analyzovaných kampaní, ale všímá si také širších souvislostí; frekvence výskytu jednotlivých sdělení, podmínek vzniku kampaní a také podoby české mediální krajiny.

Za obzvlášť přínosnou a zajímavou považuji část věnovanou konstrukci sémiotického prostoru komunikátů (od strany 52 dále). Autorka zde zdařile interpretuje konotace tiskových kampaní i mýty, které mohou artikulovat. Autorka přitom umně a promyšleně rozehrává opravdu Barthesovskou řetězovou konotaci. Kladem je také skutečnost, že se diplomantka místy pohybuje na metajazykové úrovni a reflektuje svůj vlastní způsob konotace (str. 59).

Výběr analyzovaného materiálu je průkazný a logický- autorka prezentuje různé typy reklamních nosičů kampaně; tiskovou reklamu, televizní spot, rozhlasový spot.

Diplomantka pracuje se zvolenou metodou s příkladnou ukázněností a zároveň si zcela uvědomuje podmíněnost a limity zvolené metodiky a vlastních závěrů (jak je patrné např. na str. 108).

K určitému zmatení může dojít, když autorka pojednává o stanicích s největší poslechovostí. Na str. 42 autorka píše: „*Vysílaly se na stanicích Impuls a Frekvence 1 jako na nejposlouchanějších stanicích.*“, na straně 47 se ale čtenář dozví: „*Ve sledovaném období, tedy první polovině roku 2003, posluchače nejvíc oslovoval Radiožurnál- jeho podíl na trhu byl 12,8 procenta, zatímco u Impulsu to bylo 11,3 procenta a u Frekvence 1 10,1 procenta...*“

V jednom případě autorka sahá k příliš zobecňujícímu tvrzení: „*Což na českého diváka působí líp – nevychvalovat všechno nekriticky až do nebe, ale uznat, že na věci jsou i slabiny.*“ (str. 40) Toto tvrzení je navíc problematické, protože vysuzuje účinky obsahů z vlastností obsahu (pohybuje se tak na úrovni *common sence* teorie).

Nesouhlasím s tvrzením uvedeným na straně 49, že vydavatelství Sanoma je jedničkou v segmentu lifestyleových časopisů.

Předkládaná diplomová práce je psána pečlivě a promyšleně, obsahuje všechny vyžadované náležitosti. Diplomovou práci rozhodně a rád doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnotiti stupněm **v ý b o r n ě**.

V Praze 15.6.2006

PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.