



FAKULTA PEDAGOGICKÁ  
ZÁPADOČESKÉ  
UNIVERZITY  
V PLZNI

Katedra výtvarné kultury  
Klatovská 51, 306 14 Plzeň  
Tel.: 377 636 493, 377 636 471  
e-mail: suromar@kvk.zcu.cz

## Protokol o hodnocení Bakalářská práce

**Název práce:** Vizuální a audiovizuální komunikace v televizní reklamě zaměřené na dětského diváka

**Práci předložila studentka:** Aneta Čechová

**Studijní obor:** Vizuální kultura se zaměřením na vzdělávání

**Posudek vedoucího práce:**

**Práci hodnotila:** PhDr. Jan Mašek, Ph.D.

### 1. Cíl práce

*Cíl práce zaměřený na problematiku reklamního vlivu na dětského diváka byl přehledně a velmi pěkně odpovídajícím způsobem naplněn.*

### 2. Obsahové zpracování

*Bakalářská práce se zaměřuje analýzu vizuální a audiovizuální komunikace v televizní reklamě a její vliv kategorií dětí školního věku. Dobře popisuje v rámci rozsahu bakalářské práce historický přehled a popis základních pojmů v oboru reklamní propagace - vymezuje typologii, funkce reklamy i si všímá její právní regulace. Práce je věnována reklamním prostředkům a jejich analýze, a především kontextu dětského vnímání reklamního působení, včetně některých výzkumů v českém prostředí. V nejdůležitější a také poslední části práce (kap. 4 a 5) je provedena na sémiotickém základě analýza celkem šesti reklamních spotů, které jsou velmi pěkně a přehledně analyzovány a porovnány.*

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

*Provedení této teoretické práce, včetně kvality obrazových příloh práce je bez připomínek.*

### 4. Formální náležitosti

*Jazykový projev a grafická úprava práce je bez zásadních připomínek - text je psaný zajímavě a přehledně.*

### 5. Stručný komentář hodnotitele

*V práci je nutné vyzdvihnout autorčin systematický přístup k analýze jednotlivých reklamních spotů, včetně komparace použitých reklamních prostředků. V přehledném systému rozboru sémiotických modalit a charakteristik videoklipů autorka také dobře odvodila význačné a společné rysy reklamních šotů zaměřených na dětského diváka. Na str. 34 je v 2. a 3. řádce odspoda je terminologická nepřesnost „..., který daboval jak scénáře (?), tak i reklamní herce.“ Pozn. v praxi pojem „dabování scénáře“ nedává smysl. Ve práci je také velmi pěkně naznačena podstata jak sémiotického přístupu k analýze, tak také moderního multimodálního analytického rámce, který byl v práci aplikován samozřejmě v duchu rozsahu bakalářské práce nutně omezeně, ale cíleným způsobem. Celkově práci považuji za velmi zdařilou.*

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

-----

### 7. Navrhovaná známka

**Výborně.**

Datum: 23. 8. 2016

Podpis: PhDr. Jan Mašek, Ph.D.

