



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 Bakalářské práce

**Název práce: Zobrazení nahoty a erotických motivů v televizní reklamě**

**Práci předložil(a) student(ka): Lucie Skýpalová**

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

**Posudek vedoucího práce :**

**Práci hodnotil(a): PhDr. Jan Mašek, Ph.D.**

### 1. Cíl práce

*Cíl práce zaměřený na analýzu zobrazení a vlivu nahoty a erotických motivů v televizní reklamě, včetně vypracování vlastního modelu kategorizace těchto scén byl beze zbytku přehledně a velmi pěkně odpovídajícím způsobem naplněn.*

### 2. Obsahové zpracování

*Originalita práce spočívá především ve vlastním teoretickém zpracování modelu kategorizace nahoty a erotických motivů v oblasti televizní reklamy, přičemž velmi dobře navazuje na přístup L. Nejezchlebové (v kontextu publikace Sex v reklamě o typech sexuálních informací v soudobé české tištěné reklamě). Neméně důležitou součástí je shrnutí některých přístupů a výzkumů, které řeší prokázaný vliv nahoty a erotiky v audiovizuálních médiích na děti a mládež.*

### 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 ve svém celku bez zásadních připomínek - text je psaný zajímavě a přehledně. Lze nalézt jen drobné chyby v textu např. na str. 70 (4. řádek) je nesprávně vytištěno slovo „současností“, na str. 71 (ř. 13) by mělo být slovo „doplnila“.

### 5. Stručný komentář hodnotitele

Tato bakalářská práce řeší zejména problematiku použití erotických motivů v české televizní reklamě. Přehledně vysvětluje základní pojmy rozdíly mezi erotikou a pornografií a řeší především otázku sexuálních referentů ve spojení s reklamou a erotickými motivy. Práce celkově velmi pěkně analyzuje vybrané scény reklam vysílaných v České republice a své závěry upřesňuje konkrétními záběry, které jsou vyobrazeny v obrazových přílohách práce. S využitím multimodální sémiotické analýzy koncipuje vlastní model kategorizace zobrazované nahoty a erotických motivů v televizní reklamě, což je z mediálně výchovného hlediska velmi významný proces. V celku přehledně a v rámci svých možností autorka shrnuje závěry některých výzkumů, které řeší a prokazují vliv nahoty a erotiky v audiovizuálních médiích na děti a mládež. Považuji celkový přínos této poměrně obsáhlé práce za velmi významný, včetně vhodně využitých obrazových příloh.

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

----

### 7. Navrhovaná známka

Výborně.

Datum: 24.5.2013

Podpis: Jan Mašek