

Univerzita Hradec Králové
Filozofická fakulta
Katedra sociologie
Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno autora	Jiří Lukšík
Název práce	Reklama jako komunikační prostředek (Sémioticko-vizuální vnímání reklamy)
Studijní obor	Sociologie obecná a empirická
Vedoucí práce	PhDr. Michal Tošner, Ph.D. Katedra sociologie FF UHK
Oponent práce	doc. Milan Tuček; Katedra sociologie FF UHK
Rok obhajoby	2017

Hodnocení cíle/ů práce

(charakteristika cíle, způsob jeho stanovení, užitečnost cíle, slovně)

Cílem bakalářské práce je provedení výzkumu v oblasti televizní reklamy, a to na pánské výrobky Old Spice. Zkoumána bude tvorba významu prostřednictvím 10 reklamního sdělení a recepce významu ve třech kulturních kontextech - českém, německém a britském. Vytipováno bude jedno či např. pro Británii více reklamních sdělení, které byly či jsou vysílány ve všech třech prostředích. Samotný výzkum je zajímavý, originálně uchopený a provedený náročným způsobem ve třech národních kontextech.

Jako vedoucí práce a její posuzovatel připomínám, že je zde posuzována přepracovaná verze předchozí bakalářské práce, která nebyla obhájena z důvodu nezáměrného porušení citačních standardů a nedodržování normy pro práci s odborným textem. Během několika následujících konzultací, které jsem studentovi poskytl, jsem mu předal vytištěnou citační normu a vysvětlil práci s odborným textem. Navzdory tomuto postupu student neporozuměl, co je po něm požadováno. Sice odstranil křiklavé případy neoznačených citací, avšak k tomu, aby dosáhl souladu s běžnou citační normou má práce stále velmi daleko. Rozpor mezi nedbalou prací s textem a vlastním výzkumem je značný. Studentovy znalosti (posuzované v praktickém ohledu) by stačily na formulování strategií marketingového sdělení, ovšem z hlediska standardů vysokoškolské kvalifikační práce se jedná o tvar velmi problematický.

Bereme-li jako jeden z cílů bakalářské práce to, že student prokáže schopnost práce s odborným textem a kompetenci k tvorbě odborného textu vlastního, pak cíl práce nebyl splněn. Na druhou stranu, provedení vlastního výzkumu, i přes nedbalou teoretickou práci, lze vnímat jako zdařilé a shledat, že cíl výzkumného záměru byl naplněn.

Hodnocení obsahové stránky práce

<i>Užití zásadní odborné literatury a zdrojů</i>	ano	s výhradami	ne
<i>Přiměřená odborná terminologie práce</i>	ano	s výhradami	ne
<i>Vhodně zvolená metodologie</i>	ano	s výhradami	ne
<i>Práce s výzkumnými otázkami</i>	ano	s výhradami	ne
<i>Adekvátní průběh analýzy dat</i>	ano	s výhradami	ne
<i>Splnění deklarovaného cíle/cílů práce</i>	ano	s výhradami	ne

Hodnocení formálních kritérií práce

<i>Stylistická úroveň práce</i>	dobrá	s výhradami	špatná
<i>Pravopis a gramatika</i>	dobré	s výhradami	špatné
<i>Vhodná grafická úprava stránkování a textu</i>	dobrá	s výhradami	špatná
<i>Zpracování tabulek, obrázků, příloh</i>	dobré	s výhradami	špatné

Zásadní připomínky k obsahové úrovni práce

V úvodu práce student obecně vymezuje své téma, jímž je studium reklamy jako komunikačního prostředku. Tato má být analyzována prostřednictvím sémiotické a vizuální analýzy a dále má být hodnocena ve třech kulturních kontextech: českém, německém a britském. Tento smělý záměr byl pojat jako součást zadání bakalářské práce na základě toho, že student deklaroval možnost organizace výzkumu ve všech těchto geograficky rozptýlených evropských prostředích.

Následuje kapitole nazvaná „Co je výzkum?“, v níž se student pokouší o teoretickou práci. Jeho postup je však formálně pochybný, neboť se jedná o kompilát citací a velmi těsných parafrází sestávající se z českých textů převážně dostupných online. Sociologická perspektiva je mizivá a převažuje žargon marketingu. Způsob, jakým na zdroje odkazuje je v žánru závěrečné vysokoškolské kvalifikační práce nedostačující. Osobně se mi přičí zvláště pasáže, které se týkají sémiotiky, jež přebírá ze sekundárních zdrojů pochybného původu. Neznamená to, že jsou vždy chybné, ale vypovídají o způsobu práce autora textu. Vyvozují z toho, že sémiotické přístupy se obecně postupem času trivializovaly a vulgarizovaly a jsou vyčerpané. Z pohledu současné marketingové praxe jsou již za zenitem. Pokud marketingová praxe nachází nový potenciál, pak to nejsou ani obecné marketingové poučky ani obecná psychologie a nakonec ani sémiotika, ale je jím právě sociálně vědní výzkum v podobě designové antropologie. K těmto novým trendům, se ale student nemohl, s ohledem na způsob jakým postupuje, dopracovat. To by bylo možno na bakalářské rovině studentovi odpustit. Hůře se však akceptuje neschopnost osvojení zásad odborné práce.

Zásadní připomínky k formální úrovni práce

Předkládaná bakalářská práce po stránce formální zcela nenapravila vytýkané nedostatky. Během dodatečných konzultací jsem zdůrazňoval, že způsob citací není náležitý a očekával jsem, že student uvede odkazy do souladu s citačními zvyklostmi a citační normou. Bohužel v přepracované bakalářské práci odkazy na použité zdroje stále neodpovídají požadovanému úzu. Sice byly odstraněny pasáže, jež by bylo možno kvalifikovat jednoznačně jako plagiát, ale text neodpovídá obecným formálním standardům. Co naplat, že výzkum a jeho výsledky jsou zajímavé, stále jejich hodnotu sráží formální úroveň práce.

Otázky k obhajobě práce

S ohledem na četné konzultace již nemám žádných nejasností a doplňujících dotazů.

Stručné slovní hodnocení (dle uvážení posuzovatele)

Jako pedagog a jako vedoucí bakalářské práce a jako osoba, která věnovala čas konzultacím, nejsem stále uspokojen. I když některé postupy využívající sémiotické analýzy v praktické části považuji za vcelku zdařilé, musím konstatovat, že autor by se uplatnil spíše v samotné marketingové praxi, ale jeho text nemá parametry kvalifikační práce. Způsob jeho obhajoby proti osvojení těchto standardů je z jeho hlediska přesvědčivý. To však svědčí o neochotě zvládnout obvyklou techniku. Proto bych studentovi doporučoval, aby namísto studijních ambicí a dalšího prodlévání v akademickém prostředí směřoval spíše k vlastní komerční praxi.

Výsledné hodnocení práce

Práci s výhradami připouštím k obhajobě.

Navržené hodnocení

S ohledem na uvedené výhrady nemohu v kontextu kritérií pro vysokoškolské kvalifikační práce hodnotit bakalářskou práci Jiřího Lukšíka lépe než známkou E.

15. 8. 2017, Praha

.....
datum a místo

.....
podpis autora posudku