



KATEDRA ČESKÉHO JAZYKA A LITERATURY

Posudek bakalářské práce

Autor: Helena Pondělíčková

Studijní obor: Jazyková a literární kultura

Název práce: Genderové stereotypy v reklamě

Vedoucí práce: doc. PaedDr. Alena Zachová, CSc.

Oponent práce: Mgr. Petra Bubeníčková, Ph.D.

Hodnoticí kritéria	Hodnocení
Soulad názvu práce s obsahem, cílem, anotací, obsahem a závěrem	A
Teoretická podkladová koncepce, metodika/metodologie, terminologie	A
Schopnost analýzy excerpovaného materiálu/předmětu výzkumu a následné syntézy, interpretace a argumentace	A
Sekundární literatura, tvůrčí aplikace, schopnost kritického komentáře	A
Struktura práce (výstavba textu, adekvátnost použitých stylistických prostředků), dodržení ortografické a gramatické normy, bibliografický a poznámkový aparát, jednotný způsob citací	A

Pozn.: Pro hodnocení se používá zavedené vysokoškolské klasifikace, tedy: A,B,C,D,E,F. Pokud diplomant obdrží v jednom (nebo více) z kritérií hodnocení F, pak je celá BP/DP považována za nedostatečnou.

Náměty pro obhajobu (formou otázek):

1. Genderové stereotypy se proměňují v čase, které stereotypy v současné reklamě vás nejvíce zaujaly?
2. Kterým genderovým stereotypům podle vašeho názoru naše společnost nejvíce podléhá?



Další poznámky k práci, kritické připomínky:

Předložená bakalářská práce je zaměřena na reklamní využití genderových stereotypů. Autorka se v prvních dvou částech zaměřila na teoretické vymezení pojmů, s nimiž pracuje, tj. na problematiku mediální komunikace a teorie genderu, zejména na gender v reklamě.

Ve výzkumné a analytické části se zaměřila na současné reklamy a vybraný soubor interpretovala z výše zvoleného hlediska. Cílem práce byla analýza praktik reklamy, reklamní propagace prostřednictvím genderových stereotypů.

Práce je napsaná přehledně, jasně, bez formálních nedostatků.

Datum a podpis vedoucího práce:

V Hradci Králové 30.4.2018

Doc. PaedDr. Alena Zachová, CSc.