

**UNIVERZITA KARLOVA**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

---

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!**

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce  Posudek oponenta/ky

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Pechánek Patrik

Název práce: Frazeologie v českých televizních reklamách s celebritami

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Jirák Jan

Pracoviště: KMS IKSŽ

**1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)**

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Tento vztah nelze posoudit, jelikož autor neučinil schválené teze součástí práce ani je neuložil jako samostatný soubor do SISu. Na s. 8 však konstatuje "Oproti původní tezi, která počítala se zahrnutím všech televizních reklam, se zde práce odchýlí a bude zkoumat pouze reklamy, ve kterých vystupují celebrity", což je podle mého soudu zvláště u televizní reklamy vcelku pochopitelný krok .

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	A
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	C
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	A
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Grafická úprava odevzdané práce vykazuje některé dílčí slabiny (např. chybějící odrážení odstavců - viz s. 8).

#### 4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Předložená bakalářská práce nazvaná "Frazeologie v českých televizních reklamách s celebritami" si vytýká vcelku jednoduchý cíl zjistit "Jak často se ale po boku celebrit v televizních reklamách objeví frazémy" (s. 8). Cíl odpovídá tématu práce, ale nelze popřít, že je vlastně docela banální a nemá ambice hlouběji přispět k poznání mechanismů tv reklamy ani k dynamice proměn české frazeologie.

Výsledná práce je rozdělena do šesti kapitol zahrávaných Úvodem a Závěrem. Autor v práci nejprve - a poněkud překvapivě - probírá téma "televize jako médium", a to v kap. 1, v jejím rámci pak mimo jiné odbočuje - opět poněkud překvapivě - k vlivům/účinku médií. V následujících kapitolách konečně přistupuje k vlastnímu tématu práce (reklama, kap. 2 a frazeologie kap. 3) - tyto kap. 1-3 představují oborové, resp. teoretické zarámování práce. Pak následuje kap. 4 věnující se metodologii (zde se také zmiňuje o pojmu "celebrita", který by ale logicky patřil do teoretického, resp. konceptiálního zarámování) a vlastní analýzy (kap.5 a diskuse o výsledcích v kap 6). Je příznačné, že výklady z teoretické části nejsou ve vlastní analýze prakticky vůbec využity.

Práce se opírá o vcelku spolehlivě provedenou rešerši odborné literatury (s důrazem na tituly vážící se k marketingu a reklamě, částečně i k lexikologii češtiny).

Práce je vybavena spolehlivým poznámkovým aparátem a napsána klidným, pojmově ukázněným jazykem prokazujícím, že autor zvládá odborný styl. Práce zjevně prošla korekturou.

Z uvedených komentářů je zřejmé, že se jedná o solidní, promyšlenou a původní práci. Předložený text dokládá, že autor si osvojil principy odborné práce a zásady akademického psaní. Práci proto jednoznačně doporučuji k obhajobě.

#### 5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Mohl byste uvést autory, kteří se v jiných evropských zemích věnovali či věnují studiu erotických časopisů, a jejich klíčové výzkumy?
5.2	

#### 6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly URKUND.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	
-----	--

#### 6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

- A**  výborně  
**B**  velmi dobře (nadprůměrný výkon, avšak s určitými chybami)  
**C**  dobře (celkově dobrý výkon s řadou výrazných chyb)  
**D**  uspokojivě (přijatelný výkon, ale se značnými nedostatky)  
**E**  dostatečně (výkon splňuje minimální požadavky)  
**F**  nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 19. 5. 2024

.....

Podpis:

***Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!***