

Formulář pro posuzování diplomových prací

Jméno studenta/ky: Lucie Kubíčková

Studijní program: EKS

Název diplomové práce: Žánrové očekávání od reklamní fotografie v časopisech od roku 1970 do současnosti

Jméno posuzovatele/ky: Michaela Fišerová, M.A., Ph.D.

Okruhy hodnocení diplomové práce:

A) Formální kritéria

Formální struktura a úprava práce, úplnost povinných částí práce, gramatická a stylistická stránka, korektní a jednotné uvádění zdrojů.

Hodnocení (0-10 bodů): 9
Předkládaná diplomová práce obsahuje všechny povinné náležitosti. Je psána kultivovaným jazykovým projevem, odborným stylem, autorka pečlivě uvádí své zdroje. Práce obsahuje menší množství překlepů.

B) Struktura práce

Jasná formulace problému, vymezení cíle a jeho soulad s obsahem práce, celková koncepce a struktura práce, adekvátnost postupu a vyváženost jednotlivých částí práce.

Hodnocení (0-10 bodů): 8
<i>Připomínky a komentáře:</i> Autorka jasně vymezuje cíl svého zkoumání, který odpovídá rozvrhu a obsahu práce. Struktura práce je poněkud obsáhlá a členitá, avšak srozumitelná a přehledná. Rozsahem je práce delší než je zvykem, částečně je to dáno podrobností zkoumání v teoretické části práce, která svým rozsahem výrazně převyšuje empirickou část práce, obzvláště samotný výzkum.

C) Rozbor tématu

Identifikování a vysvětlení základních pojmů a koncepcí, rozsah a relevantnost použité literatury, úroveň práce s odbornou literaturou, adekvátnost výkladu použitých textů.

Hodnocení (0-10 bodů): 10

Připomínky a komentáře:

Autorka prokazuje výbornou orientaci v rozsáhlé primární i sekundární literatuře týkající se dané problematiky. S literaturou pracuje adekvátně a pečlivě. Současně prokazuje schopnost jejího funkčního tvůrčího využití pro formulaci vlastního pojetí reklamního fotografického žánru.

D) Aspekt originality

Vlastní autorská analýza daného problému, schopnost samostatně a tvořivě uvažovat a navrhnout řešení, vlastní argumentační a formulační úroveň.

Hodnocení (0-10 bodů): 10

Připomínky a komentáře:

Autorka formuluje vlastní teorie žánrového očekávání od současné reklamní fotografie za pomoci Kressovy multimodality a Barthesovy a De Duveho teorie fotografického obrazu. Autorka vhodně a funkčně pracuje s danými koncepcemi, které dále doplňuje o přehled reklamních norem z hlediska etických kodexů, o Mitchellovo pojetí "mluvících metaobrazů" v případě uvádění oznamu o použití "ilustrační" fotografie v reklamním sdělení, a o rozsáhle pojednanou kontroverzní koncepci reklamy Oliviera Toscaniho, která má za úkol zmapovat diskursivní limity daného žánru. Tento komplexní průzkum autorce umožňuje nahlédnout problematiku z několika komplementárních stran a následně formulovat své vlastní pojetí "žánrových očekávání" od současné reklamní fotografie. V empirické části navíc autorka tuto svou koncepci ověřuje prostřednictvím kombinované kvalitativní analýzy reklam a její recepce zkoumané pomocí strukturovaných rozhovorů. Tato empirická sonda do prostředí čtenářské recepce lifestyleových magazínů pro ženy, zohledňující Kressovu teorii reklamních módů, měla za cíl prozkoumat míru důvěry ve fotografické reklamní sdělení. Tato se ukázala být dána právě konvenčním způsobem znázornění propagovaného produktu. Z daného výsledku autorka vyvozuje, že "Vzhledem k tomu, že respondentky ze všech módů charakteristických pro žánr reklamní fotografie považovaly za nejdůležitější právě znázornění propagovaného produktu, je logické, že reklamní kampaně Oliviera Toscaniho vyvolaly kontroverze, když jejich součástí nebyl samotný produkt, který reklama propagovala." (s. 105) Autorka v takto komplexně pojatém výzkumu prokazuje nejen bezchybné osvojení si referenčních teorií studovaného oboru, ale i schopnost tvořivě na ně navazovat a navrhnout vlastní řešení formulovaných problémů.

E) Význam práce

Formulace jasných a zdůvodnitelných závěrů, adekvátnost a úplnost splnění cílů práce, celková odborná úroveň a přínos práce.

Hodnocení (0-10 bodů): 9

Připomínky a komentáře:

Předkládaná práce splňuje stanovené cíle. Autorka formuluje jasné a zdůvodněné závěry svého zkoumání. Její náročný a komplexně pojatý výzkum pokládám za zdařilý a mimořádně přínosný i z hlediska studovaného oboru. Navrhuji hodnocení stupněm 1 (výborný). Práci doporučuji na cenu rektora UK.

Otázky na obhajobu:

Jak byste definovala termín "znázornění" použitý v práci v souvislosti se zobrazením produktu v reklamní fotografii?

Součet bodů (0-50 bodů): 46

Celkové hodnocení (známka)*: 1 (výborně)

* V případě, že některý z okruhů hodnocení A), B), C), D) je hodnocen počtem bodů 0, práce je klasifikována známkou 4.

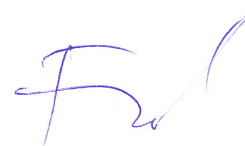
Hodnotící stupnice:

50-40 bodů: 1 - výborně

39- 25 bodů: 2 - velmi dobře

24-15 bodů: 3 - dobře

14-0 bodů: 4 - nedostatečně



Datum: 7. 7. 2018

.....
podpis