

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

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce  Posudek oponenta

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Dobrovská Jana

**Název práce:** Americká meziválečná reklamní fotografie v tvorbě Edwarda Steichena

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: PhDr. Alena Lábová

Pracoviště: 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" 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)

Autorka měla při zadávání tezí celkem jasnou představu o své práci, proto neměla problém dodržet predikovanou strukturu práce i její zaměření

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	4
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	3

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

Při hodnocení zdrojové literatury nelze nevidět, že autorka se zafixovala na jedinou knihu, publikaci Patricie Johnstonové o reklamní práci E. Steichena, kterou poté v práci hojně cituje a použije jako vodítko při zpracování analytické části. Protože tato kniha není k dispozici, nelze posoudit míru podobnosti či naopak autorský vklad. Autorka také nevyužila základní literaturu vztahující se k reklamě a fotografii, ať už jde o text R. Barthes - Rétorika obrazu, který je ukázkovým příkladem analýzy reklamního sdělení, popř. text Judith Williamsově - Decoding advertisement (obě publikace máme v knihovně v Hollaru).

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2

3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 7. 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.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

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

Jak jsme již uvedli, zejména v analytické části vychází autorka z uvedené publikace. Nicméně všechny odkazy a citáty má velmi pečlivě označeny s uvedením zdroje. Struktura práce dodržuje logickou linii, autorka nejprve specifikuje pojmy z oblasti reklamy a

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

Bakalářská práce Jany Dobrovské o užití tvorby fotografa Edwarda Steichena je zajímavým exkurzem do historie reklamy. První část práce je věnována meziválečnému období americké tištěné reklamy, okolnostem vzniku prvních reklamních agentur, atd., což je část, kterou můžu ze svého pohledu označit za nejzajímavější. Následuje text o fotografii v reklamě, Edwardu Steichenovi, a popis jeho reklamních kampaní. Druhou část práce tvoří analýza těchto kampaní. Drobné nedostatky lze najít zejména v pasážích, kde se autorka věnuje fotografii samotné, ve kterých rychle naráží na hranice svých vědomostí o médiu fotografie, ale to je s ohledem na studijní zaměření autorky pochopitelné. Na druhou stranu práce podrobně popisuje okolnosti vývoje počátků reklamy v podobě, v jaké ji známe dnes. Většina citací pochází z jedné publikace Patricie Johnstonové, s jejímiž názory a hodnoceními se autorka plně identifikuje a podle množství citací je dobře vytěží. Práci považuji práci za zajímavou a přínosnou a doporučuji k obhajobě.

**5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT MUSÍ VYJÁDŘIT:**

5.1	Co si autorka představuje pod pojmy "rychlé snímky", "ostré čočky", "barevné fotoaparáty" popř. "miniaturní Leica"
5.2	Co chtěla autorka říci větou: "Styl přímé fotografie s předním pohledem fotoaparátu vyvolávají dokumentární efekt".

**6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 10. 6. 2019

Podpis: .....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**