

A 18/6/08

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: Petrovská Natálie

Název práce: Regulace reklamy na alkohol v kontextu právní a etické úpravy v ČR od r. 1993

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: JUDr. PhDr. Benda Josef, Ph.D.

Pracoviště: FSV UK, IKSŽ, katedra mediálních studií

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)
 Cíl práce, technika práce i její struktura odpovídají schváleným tezím

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	3
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

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

Práce splňuje formální i obsahové požadavky kladené na bakalářské práce. Je vhodně členěna na část teoretickou a praktickou, kdy se část teoretická dále dělí na čtyři kapitoly, a sice historie regulace reklamy na alkohol v ČR, základní pojmy, zákonná úprava a etická samoregulace. V praktické části se autorka zabývala jednak analýzou případů, kterých se regulace dotkla, jednak se snažila podchytit případy reklam na alkohol, které dle jejího soudu nedodržují zákony a etické kodexy.

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	3
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby	3

	s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	5
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	3

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

Grafická úprava práce je relativně přehledná, v práci se však vyskytují některé překlepy a další nedostatky, které úroveň práce zbytečně snižují. Velmi pozitivně lze hodnotit barevný tisk obrazových materiálů v praktické části. Některá označení a tvrzení, která se v práci vyskytují, jsou diskutabilní.

Po formální stránce autorka poněkud opomněla uvést plný název Institutu komunikačních studií a žurnalistiky na titulní straně, kde je tento uveden pouze jako "Institut komunikačních studií"

V obsahu je u názvu kapitoly 1.3.5 překlep "Zamítnilý návrh zákona z r. 2005" (má být "zamítnutý") a není zde uveden seznam pramenů, který v práci tvoří druhou polovinu str. 51.

Na str. 2 velikost písma poslední věty a posledních dvou slov věty předposlední je větší, než velikost ostatního textu. Na str. 43 je překlep "VYŠKOVICKÉ PIVO".

Označení zákona slovem "zákon" a směrnice slovem "směrnice" není vhodné psát uprostřed věty velkým písmem (např. str. 3, 6, 9, 47 atd.). Taktéž slovo "euronovela" není vhodné psát s velkým počátečním písmenem (viz např. str. 9 nahoře). Rozhodně není vhodné hovořit jednou o směrnici (str. 3) a jednou o direktivě (str. 9 nahoře, str. 10) Televize bez hranic, když oboje znamená jedno a to samé.

Na str. 4 autorka uvádí, že "Pojem média chápeme jako prostředky masové komunikace nebo-li hromadné sdělovací prostředky - tisk, rozhlas a televize a samozřejmě internet." Zařazení internetu mezi média je však minimálně diskutabilní - internet je prostředím a ne médiem.

Přijetí citovaných autorů je místy celé uvedeno verzálkami (např. poznámky pod čarou na str. 5, 6), místy však minuskami (např. poznámky pod čarou na str. 1, 7).

Označení zákona o rozhlasovém a televizním vysílání za "tzv. Mediální zákon" přímo v nadpisu kapitoly 1.3.3 považují za vysloveně nevhodné.

Velikost písma nadpisu kapitola 1.4, věnované etické samoregulaci reklamy, je zřetelně větší, než velikost nadpisů kapitol 1.1., 1.2 a 1.3. Rovněž není příliš vhodné, že někde jsou poznámky pod čarou prokládány mezerou (např. na str. 12, 15, 25), jinde však navazují na sebe bez mezery (např. na str. 14). Zjevně by bylo vhodné sjednotit.

Obchodní firmy některých společností nejsou uvedeny zcela přesně, tj. včetně čárek, velkých a malých písmen atd, dle údajů obsažených v obchodním rejstříku (např. Plzeňský Prazdroj, a.s. na str. 21 a 41 kdy navíc je někdy jeho obchodní firma zkrácena na prosté "Prazdroj" na str. 26 a 27, Euro Center Trade s.r.o. (str. 39), atd.). Zejména to pak platí na str. 29 dole, kde jsou uvedeny jen prosté názvy příslušných obchodních společností bez rozlišení malých a velkých písmen, jakož i povinného dodatku, navíc často i s překlepy a přepisy (Brown-Forman Czech & Slovak Republics, s.r.o., Global Spirits s.r.o., Jan Becher - Karlovarská Becherovka, a.s., MAXXIUM CZECH s.r.o., STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.) - data uvedená v práci byla prostě převzata bez dalšího z <http://www.forum-psr.org/en/o-sdruzeni>.

Mnohastránkové citace z Kodexu reklamy Rady pro reklamu (str. 18 až 21), Iniciativy zodpovědných pivovarů (str. 22 až 25), jakož i Etického kodexu Fóra PSR (str. 30 až 33) patří svým rozsahem spíše do příloh a ne do vlastního textu práce.

V závorkách je text někdy od závorek oddělen mezerami (text) - např. str. 48 nahoře, jinde však závorky text těsně obklopují (text) - např. str. 48 dole.

Uvedení nadpisu summary jako "cizojazyčné résumé, tj. zpola česky a zpola anglicky, navíc s překlepem, považují za nevhodné.

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

Předložená práce relativně kvalitně postihuje problematiku, kterou si zvolila za objekt svého zájmu, obecně však vykazuje velké množství citací. Je otázkou, zda by nebylo vhodnější vložit do textu práce více vlastních názorů. Hlavní hodnoty práce spatřuji v její praktické části.

Připomínky k formálním náležitostem této práce jsou shrnuty výše.

S ohledem na výše uvedené doporučuji předloženou bakalářskou práci k obhajobě a po kvalifikovaném zodpovězení níže uvedených otázek ji navrhuji hodnotit stupněm velmi dobře.

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

5.1	Navrhnete vhodné doplnění právní úpravy reklamy na alkohol, a své návrhy zdůvodnete.
5.2	Porovnejte českou právní úpravu reklamy na alkohol s právní úpravou v Polsku a Maďarsku.

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

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 2.6. 2008

Podpis: ..{

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