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: Alžběta Hamrová
Název práce: Zobrazování živočišných produktů v reklamě
Autor/ka posudku
Příjmení a jméno: PhDr. Soňa Schneiderová, PhD.
Pracoviště: MKPR, IKSŽ FSV UK

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	☒	☐	☐	☐	☐
1.2	Technika práce	☒	☐	☐	☐	☐
1.3	Struktura práce	☒	☐	☐	☐	☐

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

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	C
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
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	A
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, hodnoťte 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, hodnoťte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

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

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)
Téma je pečlivě zpracováno, autorka pracuje s relevantní literaturou, vhodně ji využívá k argumentaci svého druhu, účelně je propojena část teoretická a praktická. Jazyková úroveň je dobrá. Chyby, např. v interpunkci, se vyskytují ojediněle, např. s. 19, Konzumace nemasných pokrmů jako je ovoce či zelenina s sebou nese femininní auru)
Jen několik poznámek k úvaze:
Téma práce je Zobrazování živočišných produktů v reklamě, autorka však vychází pouze z pojmu karnismus, který vymyslela americká sociální psycholožka Melanie Joy, především však veganská aktivistka. BP je tedy předurčena takto jednostranně formulovanou tezí, což záměrně nastoluje úhel pohledu na danou problematiku a je jí podřízen i ilustrativní výběr reklam (sama autorka mluví o tom, že některé jsou "nosnější" a jiné nevyhovují daným východiskům, s. 9). Chápeme, že ilustrovat danou ideologii je pravděpodobně autorčiným cílem, ale předurčenost jedné ideologie, na jejímž základě je něco deklarováno, zužuje pole objektivních argumentací daného tématu a je škoda, že získáváme poněkud neúplný vhled do toho, jak jsou reklamy na živočišné produkty realizovány.
Místy emocionální osobní zaujetí autorky k problému, které je patrné z jazykových prostředků a expresivního ladění vyjadřování (např. s. 9; V naší lásce ke zvířatům a k jejich chutnému masu lze pozorovat křehký paradox, …) může místy snižovat přesvědčivost odborné práce.
Autorka také vychází z toho, že reklamy na živočišné produkty pracují s psychologickými vzorci, které pomáhají člověku překonat to, že konzumuje živočišné produkty. Tady lze namítnout, že podstata člověka je založena na hluboce zakořeněných vzorcích, které umožňují člověku žít a přežít, a adaptovat se v socializované společnosti (proto existuje i celá řada tabu).

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

5.1	Jaký je podle vás nejvhodněší způsob realizace reklam, jež zákazníka přesvědují ke koupi, ev. konzumaci živočišných produktů?
5.2	Je to, jak "dříve" lidé přispupovali k chovu, zpracování živočišných produktů, špatně (lov, chov a domácí nezastírané zpracování zvířat)? Je nějaký podstatný rozdíl mezi "dnes" a "dříve", který by měl mít vliv např. na zpracování tohoto tématu v reklamě?

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

A (výborně) ☐ **B** ☒ **C** ☒ **D** ☐ **E** ☐ **F** (nedoporučuji k obhajobě) ☐

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 6. 9. 2019 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!