

**POSUDEK MAGISTERSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

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

**Typ posudku** („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce

Posudek oponenta/ky

**Autor/ka práce**

Jméno a příjmení: Bc. Markéta Císová

**Název práce** Výrazové prostředky televizních reklam firem Radegast a Staropramen

**Autor/ka posudku**

Jméno a příjmení: prof. MgA. Martin Štoll, Ph.D.

Pracoviště: katedra mediálních studií FSV

**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 checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

Že se práce nakonec od tezí trochu odchyluje, je logické a je to v pořádku. Jen došlo k zajímavému posunu, že v tezích autorka slibovala, že půjde o analýzu jazykových a stylistických prostředků, a nezmiňuje audiovizuální výrazové prostředky. Bylo by dobré, kdyby se vyjádřila k tomu, proč je nakonec zahrnula – protože jejich analýzu považují za spíše nepovedenou. (viz níže)

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	D
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	D
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	C
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	B
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	C

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

Lze říci, že diplomantka využila základní oborové prameny, jakkoliv jde spíše o slovníkové a učebnicové texty. Co mne zaráží je, že mezi nimi není jediný text o audiovizualitě, výrazových prostředcích v audiovizi (film, televize) nebo dramaturgii, přestože právě tyto prvky jsou jednou z podstatných částí její analýzy. Určitě těmito prostředky nejsou „například barva“, grafické prvky a úhel záběru kamery – jak se dozvídáme v kapitole 1. 2., těch je daleko víc, a hlubší znalost teoretického zázemí tu je absentuje. Dokladem neujasněnosti je to, že zvukové prvky mají samostatnou kapitolu, a jsou z „audio-vizuálních“ prostředků vyčleněny. Bohužel pramen „Jurášková a Horňák“ jsou „pouze“ slovníkem, tedy přehledovým a povšechným textem a k takové analýze audiovizuality zcela nedostačujícím.

Z toho pak vyplývají takové formulace, že autorka se chytá slova „synchronní“, aniž by věděla, k čemu se to v audiovizi využívá. „Synchronní“ je skutečně pouze mluvená řeč, vše ostatní je „asynchronní“, jak zvuky přírody, tak i hudba je tzv. mimo obraz a nevychází z žádného zdroje v obraze - říkáme tomu nediegetický zvuk. Doporučuji například alespoň přehledový zdroj: <http://25fps.cz/2007/filmovy-zvuk/>. Možná, že autorka myslela slovo „synchronní“ v jiném smyslu, jakoby „souhlasný“. Ovšem právě tento „souhlasný“ efekt je tvořen právě výrazovými prostředky, je jimi složen, přičemž jde i o kompozici obrazu, vztah zvuku a obrazu, který se proměňuje a vyvíjí, střihovou skladbu atd. atd. No – toto považují za nejslabší část celé analýzy.

U jazykových prostředků je na tom práce podle mne lépe.

Úroveň zpracování materiálu je pečlivá a detailní, jakkoliv je analýza založena spíše na popisu, než že by z ní vyplývaly nějaké nové informace. Vyplývá z nich určitě určitá atmosféra, určitá typologie narace, a odlišnost mezi pivovary. Čekal jsem nějaké výživnější shrnutí, šlo ale víceméně o opakování zjištění z dílčích kapitol. Například autorka vůbec nepostřehla, že oba typy kampaní jsou založeny na situaci. Základním půdorysem je situace, která má všechny atributy příběhovosti – v případě Radegastu určitě, se všemi kolizemi a peripetemi, (ano, i tato základní dramaturgická literatura tu chybí), v případě Smíchova situace jako rámce určité atmosféry. Pokud jde o původnost práce, o té nepochybuji, s jejím přínosem pro obor bych byl opatrný. Je to spíše základní úroveň bez větších objevů, navíc s ne zcela uchopenými pojmy.

### 3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

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

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

Práce má logickou strukturu, možná by tam nemusela být ta kapitola o regulaci reklamy na alkoholické výrobky, ale budiž. Podloženost závěrů (podle mě) trochu kulhá vzhledem k ne zcela správně (podle mě) uchopeným pojmům, resp. audiovizuálním prostředkům.

Terminologie je až na audiovizuální segment zvládnuta, citační norma je dodržena a poznámkový aparát je funkční. Jazyková a stylistická stránka práce je standardní. Do očí mě kopl kůň, který (se) „řehtá“ (s. 64) – podle mě má řehtat.

Je dobře, že autorka navedla čtenáře na svůj audiovizuální materiál i screenshoty z reklam, aby si mohl udělat alespoň základní představu.

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

Jak bylo řečeno výše, práce podle mého pokulhá v analýze audiovizuálních prostředků, protože autorka přesně neví, jaké to jsou a nedefinuje je. Ví, že mluví o ruchách a o hudbě, o barevnosti obrazu apod., nicméně televizní reklama je malý příběh (zvláště když se ještě odkazuje k mýtu), je to kompozice auditivní a vizuální linie, která je v permanentním vztahu a nějak se vyvíjí, k čemuž napomáhá zejména střihová skladba.

Jinak ale oceňuji záměr práce, vybrané kampaně (resp. pivovary) se dají dobře srovnat, protože je za těmito reklamami zcela jasná komunikační strategie obou konkurentů. Takže práce může sloužit jako základní vzhled do možností televizní reklamy. Těšil jsem se, že se ponoříme hlouběji, a zejména že na konci dojde k jakémusi „grande finale“, a ono zůstalo u repetice.

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

5.1	Když se podíváte na ty dva typy kampaně – našla byste a) jednoslovné vyjádření pro každou z nich, tj. jaké téma je v každé z nich obsaženo, b) nějaký přírůstek k nějakému filmu, který má podobnou atmosféru či atmosféru?
5.2	Jsou tyto dvě kampaně úspěšné? Setkala jste se s nějakými daty, které by tyto kampaně hodnotily? Jen se ptám.
5.3	Proč jste upustila od výzkumných otázek, které jste si vytkla v teziích? Možná by to Vašemu textu dalo ještě uchopenější rádek.
5.4	

### 6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	10% - v textu je dost vyzdrojovaných citací, které podle mne dělají tato procenta
-----	---

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

A  B  C  D  E  F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 28. 1. 2025

Podpis: .....

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