

Posudek bakalářské eseje

Jan Ambrož „**Web-copywriting: reklamní texty v prostředí Internetu**“.

Praha: FHS UK, 2009

### **1) Problém vlastního vymezení tématu a smyslu práce**

Jan Ambrož sám sebe v úvodu představuje jako zkušeného tvůrce webových stránek a redaktora internetových textů. Úctyhodné je jistě i množství článků (asi půl druhé stovky), které publikoval – většinou v elektronické podobě – a věnoval problematice Internetu. Od loňského roku také působí jako školitel web-copywritingu, tedy právě tématu zvoleného v bakalářské práci.

Vybaven značným vhledem do této speciální oblasti pak neměl problém s vymezením jasného a smysluplného námětu bakalářské práce, jejímž záměrem je vlastně formulovat zásady správné tvorby webového obsahu. Přestože je konkrétní formulace hypotézy, tj. „nerespektování teorií doporučovaných principy web-copywritingu“ poněkud vágní, pokusil se autor vcelku úspěšně předběžně utřídit tyto „principy“ v kapitolách 4 a především 5. Vlastním obsahem práce se pak stává získání podpory pro osobní doporučení, a to jak v sekundární literatuře (část hermeneutická), tak ve vlastním výzkumu (část empirická).

### **2) Otázka metodičnosti přístupu**

Autor použil pro svou práci relevantní teoretické zdroje. Určitý problém indikuje poměr využívání přímých citací a parafrází. Přímých citací je naprosté minimum a navíc jsou občas graficky rámovány jako určité „ilustrace“ (např. s. 9, 11) a to bez platného odkazu na konkrétní stránku. V naprosté většině se v práci využívají parafráze (např. s. 10, s. 11 – z Křížka a Crhy, s. 15, 17, 18 ad.), které občas volně přecházejí do autorského textu, jenž je již určitým výkladem apriorních stanovisek. Jedna z mála přímých citací na s. 15 (uvozená i odkazem na konkrétní stránku), totiž formulace z knihy Křížka – Crhy o nespificičnosti reklamy na Internetu zakládá možnost pro polemiku. protikladné stanovisko ovšem není pečlivě doloženo, pouze se objevuje ve závěru v podobě dvou lakonických řádek.

Pozitivně lze naopak hodnotit vypracovanou empirickou část, kde si autor vytvořil přehlednou metodu hodnocení, jež mu umožňuje vynést určité soudy.

Práce má jasné a přehledné členění, čtenářsky je velmi srozumitelná.

### **3) Věcné poznámky**

V uspořádání jednotlivých kapitol je práce dostatečně logicky členěna. Od obecných výkladů o reklamě, o reklamních textech a o reklamních textech na Internetu přistoupil autor k výzkumné části, kterou vcelku dostatečným způsobem zhodnotil v závěru. Poněkud nejasná mi připadá poznámka ze závěru o neschopnosti dobře zpracovaných firemních stránek předat adekvátně informace (s. 45).

Porovnáním počtem znaků má práce odpovídající rozsah.

Neodhalil jsem žádné vážné prohřešky v technických náležitostech práce.

#### **4) Hodnota pramenů a poznámkového aparátu**

Vzhledem k relativní novosti a úzkému vymezení tématu má zvolená sekundární literatura pouze malý rozsah. Kromě opory pro vytvoření sociologického (Giddens) a psychologického (Plháková) kontextu spočívá těžiště ve výčtu literatury o reklamě a o některých jejích specifitějších otázkách (Křížek – Crha, Smith – Taylor, Postler, Schwabe, Vysekalová – Mikeš, Čmejrková) a o problematice webových stránek (McGovern, Graponne – Couzin). Podstatným zdrojem se stávají elektronické dokumenty. Literatura je zapsána formálně správným způsobem.

Poznámkový aparát je užíván technicky správně, a to jednak pro odkazy na literaturu a jednak pro určité vysvětlující vsuvky.

Grafická úprava bakalářské práce naplňuje požadované standardy.

#### **5) Jazyková stránka práce**

Po gramatické stránce vykazuje práce autora jazykově dobře vybaveného. Bohužel moje velmi vážně míněné rady ke úpravě stylu zcela ignoroval. Práce působí místy rozkouskovaným dojmem heslovitého školení a občas sklouzává do žurnalistické manýry značně emfatických či hovorových obrátů, které podle mého názoru nemají ve vědeckém stylu své místo („zadělávat si na problém“ (s. 42), „firmy se nenamáhají“ (s. 43), „chmurné výsledky“ (s. 43), weby si s copywritingem netykají (s. 45), atd.). Celou práci tak proniká jistý nesoulad mezi očekáváním skeptického a uvážlivého vědeckého rozboru provedeného s chladným a více méně nezúčastněným odstupem a rétorikou vypjatého plédování za předkládaná řešení.

#### **6) Závěrečné hodnocení**

V práci lze pozitivně hodnotit návrh tématu, uváženou strukturu kapitol, srozumitelné vyjadřování a pečlivý sběr dat a jejich dostatečné vyhodnocení. Naopak přístup k hermeneutice literatury, práce s citováním a parafrázováním, žurnalistický styl prozrazují, že se práce vědeckému diskurzu poněkud vzdálila.

Práci navrhuji k obhajobě, nicméně v důsledku uvedených výhrad je moje hodnocení 2.

Aleš Svoboda, vedoucí práce, 1. 9. 2009