

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 vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Balážovič Adam

Název práce: Proměna české inzerce a reklamy za 1. světové války

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Sekera Martin

Pracoviště: IKSŽ - KMS

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

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

Oproti tezím je vypuštěna kapitola o české společnosti 1914 - 1918, ale zastupuje ji kapitola o Rakousko - Uhersku na počátku 20. století, v níž by tematika mohla být obsažena. Charakteristika české společnosti by v práci pro sledované období být měla, přece jen jde zejména v sociální a ekonomické oblasti o něco, co se bezprostředně k inzerátové reflexi vztahuje. Průběžně se jí autor občas dotýká při výkladech konkrétních inzerátů, ale jen intuitivně (příklad - náhražky potravin v každodenním životě).

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	4

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

Pro téma reklamní a inzertní aktivity v českých médiích za 1. světové války není, pokud je mi známo, relevantní odborná literatura. Proto autor používal kompendia. Technika zpracování je založena na rozboru formálních, obsahových a kvantitativních znaků v průběhu vymezených časových období. V závěrech, kterými autor hodnotí formální aspekty (rozuměj grafické) až příliš srovnává se současnou reklamní teorií i praxí, výrazem bývá hodnotící pojem "moderní". Lze to pochopit jako snahu autora vysvětlit propagační formáty z hlediska současných nároků či trendů. Popis jednotlivých příkladů je někdy zbytečně podrobný. Dobré je pojetí tematizace inzerce podle druhů nabízeného zboží a služeb. Problematické je časové vymezení období, během nichž autor provádí výzkum, pro větší hodnověrnost závěrů by mělo být delší. Práci je z tohoto důvodu nutno chápat jako podnět k dalšímu podrobnějšímu zpracování.

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 přejaté bez udání zdroje, hodnotěte 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.)	3
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte stupněm 7)	4
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

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

Práce je po formální stránce v pořádku, ale autorův styl je poznamenán silnou dávkou subjektivity, takže výsledek působí spíše publicisticky než odborně. A to zvláště v částech věnujících se rozboru formy a obsahu inzerátů. Nejzajímavější jsou statistické výsledky práce. Byť na malém vzorku, tak prokazují úpadek grafického zpracování reklamy na konci války a obsahovou restrukturalizaci nabízeného. Proto je škoda kapitoly, která měla obsahovat sociální a ekonomickou charakteristiku situace.

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

Přínos práce spočívá v hodnotě sondy, která prokázala, že reklama a inzerce prošly od počátku války do jejího konce změnami odpovídajícími ekonomickému a sociálnímu stavu státu. Byť tento záměr nebyl formulován v tezí, prospěla by výsledné podobě práce též kapitola o Národní politice a její inzertní strategii, s níž tento titul vstupoval do počátku války. Ve velké části práce se projevuje vliv popularizačního stylu na místo odborného.

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

5.1	Jak byste charakterizoval skupinu čtenářů Národní politiky po stránce sociální příslušnosti?
5.2	Jaká technika tisku se používala pro výrobu obrazových inzerátů v NP v této době?

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

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

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