

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
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: Kvasnicová Sandra

Název práce: Česká socialistická reklama v první polovině osmdesátých let

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Vošahlíková Pavla, Doc., PhDr., DrSc.

Pracoviště: Historický ústav AV ČR

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)

Práce odpovídá schváleným tezím, v tomto směru nelze autorce nic vyloučit.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	1
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Vzhledem k nedostatku odborné literatury ke zkoumanému období musela autorka vynaložit značné úsilí k vyhledání literatury i pramenů a práci s nimi zvládla práce dobře.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejeté 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.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce je původní a ve svém oboru i průkopnická, což je třeba u bakalářské práce vysoce hodnotit.

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

Posuzovaná práce se zabývá problematikou závažnou, ale do současnosti opomíjenou. Jako u většiny průkopnických prací je možno autorku upozornit na některé směry dalšího bádání. Práce se hodně věnuje teoretickým úvahám o vztahu pojmu propaganda a propagace, větší pozornost by si v této souvislosti zasloužil také vztah propagace a obchodní propagace. Vedle zahraničních publikací lze k tomuto tématu využít i starší domácí encyklopedie a teoretické studie, které ovšem většinou nezahrnují sledované období. Zajímavé v této části textu je rozdělení na černou, bílou, případně šedou propagandu (s. 16) podle míry její pravdivosti. Tato míra se však mohla v průběhu doby měnit v závislosti na nových poznatcích a objevech. Například propagace alkoholu jako zdraví posilujícího prostředku nemusela být vždy jen lživou reklamou, ale mohla se opírat o nedokonalé medicínské poznatky. Podobných příkladů lze nalézt celou řadu, právě proto je reklama tak vynikajícím pramenem k poznání dobového myšlení. Jinou drobnou příkomínku mám k Reklamnímu klubu (s. 20). V souvislosti s ním by se mohla objevit poznámka o tom, že jeho vznik souvisel s novými aspekty ve vztahu stát - reklama po vzniku samostatného Československa a k jeho zrodu přispěly diskuse zainteresovaných odborníků při přípravách zákona proti nekalé soutěži.

V hlavní části práce věnované 80. letům se autorka nemohla inspirovat cizími poznatky a její vlastní závěry je třeba ocenit jako původní. Pro další zpracování tématu navrhuji několik směrů, kterými by se mohlo ubírat. Vedle televizní reklamy, úpravy výloh, plakátové tvorby, inzerce zůstává poněkud stranou rozhlas celostátní i místní. Už od 50. let zpívaly např. zákazníkům mléčných barů, nakupujícím v obchodech ovocem a zeleninou i jinde hvězdy populární hudby o zdravém stravování. Také některé filmy je možno chápat jako reklamní snímky, nejvýrazněji se reklama na mléko projevila asi ve filmu Parta hic, ale nevyhnula se ani mnoha dalším. Podobné tendence se projevíly ovšem už v meziválečné éře (Evička otvírá očička). Podobné zkoumání by ovšem stačilo na samostatnou práci. Jednodušší úkol by snad představovalo sledování personální kontinuity meziválečné a tzv. socialistické reklamy (Jiří Solar ad.)

Otázky, na které jsem v souvislosti s prací upozornila, nemají zpochybnit její kvalitu. Ukazují jen na možnosti dalšího výzkumu. Doufám, že v něm bude autorka pokračovat stejně úspěšně jako ve své bakalářské práci.

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

5.1	Lze srovnat některé aspekty tzv. kolektivní reklamy meziválečné éry a obchodní propagace v 80. letech ?
5.2	Kdy se v české obchodní propagaci projevoval výrazně osvětově výchovný záměr?

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!