

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institút 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: Tardík Michael

Název práce: Hudba v reklamě

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Vedral Jan

Pracoviště:

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

Práce se v mnohém odlišuje od schválených tezí. Vzhledem k tomu, že v nich autorovi chybí vymezení techniky i konkrétnější vymezení zpracovávaného materiálu, je těžké určit, nakolik se jich výsledek drží. Přestože změny autor v textu neodůvodňuje a i výsledná struktura je jiná, jsou ale povětšinou k lepšímu.

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	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

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

Práce je logicky rozdělena do tří částí, v první se autor zabývá reklamou obecně, v druhé specifiky hudby v reklamě a ve třetí se pokouší o vlastní analýzu vybraných reklamních spotů. V prvních dvou částech autor bohatě pracuje s odbornou literaturou z oblasti reklamy a z textu je zřejmé, že je mu toto prostředí blízké. V některých pasážích text dokonce působí (trochu nevhodně) jako manuál pro reklamní tvůrce, jak pracovat s hudbou.

Největší rezervy má autor v třetí části, kdy své poznatky zkouší aplikovat na reklamní spoty. Text připomíná dojmologii s nejasným hodnocením reklamních spotů v procentech. Konkrétní ošidnost této metody je patrná u rozboru reklamy na Metaxu. Píseň Touch The Sun vznikla původně jen pro reklamu, až na základě jejího úspěchu z ní autoři udělali celou písničku. Celkově je ale práce soudržná a teoretická a praktická část provázaná.

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	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté	1

	bez udání zdroje, hodnotěte 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.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte stupněm 5)	3
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

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

Po formální stránce je práce v předložené podobě v pořádku. Autor hojně a správně cituje z odborné literatury. Práci kazí jen drobné překlepy ("díky logo" str.29, "Jed o to mít vlastní znělku" str. 30) a hrubka ("Při melodii se přidávali tečky" str. 30). Na straně 35 jsou špatně odsazené odstavce. Avizovaná cd příloha v kopii práce, kterou jsem měl k dispozici, chyběla.

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

Oproti strohým тезисům se autorovi podařilo napsat práci, ve které se s hudbou v reklamě vypořádává z mnoha úhlů. Dokázal propojit historickou, teoretickou i praktickou část práce (nejlépe v pasážích o dějinách reklamy). V závěrečné praktické části by rozbor konkrétních reklam zasloužil zvolení vhodnější metody, kupříkladu Barthesovy mytologie. Práce je podnětná, i když pro mediální studia svým předmětem, provedením a použitou literaturou možná ne úplně typická.

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

5.1	Co si myslíte z etického hlediska o používání předělávek písní v reklamě?
5.2	

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!