

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: Slaven Elčič

Název práce: Naratologie v reklamní tvorbě

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Tereza Klabíková Rábová

Pracoviště: IKSŽ FSV UK

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

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

Výsledná práce se drží postupu vytyčeného v tezích; veškeré úpravy jsou objasněné a k dobru věci.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte 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	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Zpracovaná literatura je, byť někdy trochu zjednodušeně a někdy naopak komplikovaně vyložená, vzhledem k úrovni bakalářských prací nadstandardní (užitečný by možná byl i J. Culler: Krátký úvod do literární teorie) a velmi dobře vybraná; a v práci pak skutečně aplikovaná.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte 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	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. 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.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	3
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
V závěrečném seznamu literatury jsem nenalezla citovanou R. Holanovou; způsob citací není vždy formálně jednotný. Někdy se v textu objevuje nejasná syntax, někdy nevhodná stylistika a interpunkční chyby nebo záměna pomlčky a spojovníku. Ženská příjmení je třeba v textu přechylovat (M. Bal).

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

Jsem velmi ráda za volbu tématu; naratologie skutečně není v rámci analýzy reklamní komunikace příliš běžným přístupem. Soucítím s problémem nejednoznačností terminologických; podobně obtížné je stanovovat konotace daných výpovědí; subjektivní přístup je zde zcela nevyhnutelný (u výkladu interpretace mohla být jen zmínka o hermeneutickém výkladu). Bühlerovy funkce dále zpracovával právě Jakobson, ale i mnozí další, ale to už by se práce rozrostla do rozměrů práce diplomové. Práce je myšlenkově náročná a metodologicky (metodou interpretativní, sémiotickou, tedy kvalitativní, jsou texty zpracovány – a následně hodnoceny v tabulkách – v kódovacích formulářích, tedy kvantitativně, což představuje jakési sloučení obou postupů) teoreticky na vysoké úrovni. Propojení naratologické perspektivy s vnímáním reklamních "příběhů" přináší zajímavé výsledky (s. 29n.) a východiska pro další práce podobného typu.

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

5.1	Z jakého důvodu byly k analýze vybrány právě tyto čtyři tematické oblasti reklamy zmíněné na s. 28?
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!