

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: Jan Červenka

Název práce: Fotografické strategie společnosti American Apparel

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Sandra Štefaniková

Pracoviště: Institut komunikačních studií a žurnalistiky

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

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

Práce se rozchází s tezemi ve dvou bodech. Důvody změny rozsahu analýzy jsou vysvětleny v úvodu práce a jsou vhodné. Druhou změnou jsou jiné názvy kapitol, které doslovně nekorespondují s názvy, tak jsou navrženy v tezích. Autor sice tuto změnu v práci nevysvětluje, změna názvů kapitol ale nesnižuje kvalitu práce.

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	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	3
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)

Autor pracuje s poměrně malým množstvím odborné literatury. Používá hodně internetových zdrojů, včetně bulvární internetové stránky BuzzFeed. Nereflektuje aktuální odborné články (dostupné přes web Knihovny FSV UK – Sage), které se věnují roli fotografie ve společnosti a jejímu významu v marketingových kampaních. Teoretická část je zbytečně nabobtnalá a nudná. Autor příliš sumarizuje poznatky z prostudované literatury, přitom ne všechny informace jsou pro práci důležité. Jiné důležité informace jsou naopak v práci reflektovány nedostatečně. To se týká především metodologie práce. Autor zmiňuje, že provedl kvantitativní analýzu, neuvádí ale žádné podrobnosti (kapitola 5.2), např. jakou konkrétní metodu, východiska (vzorek analyzovaných fotografií a zdroj fotografií) a postupy analýzy použil. Stěžejní částí práce je potom kvalitativní analýza vybraných fotografií podle Rolanda Barthes – "Rétorika obrazu". Výběr této metody je vhodný, jelikož jejím prostřednictvím lze velmi dobře zachytit denotované a konotované významy a popsat reklamní strategii. Samotná aplikace metody na reklamní fotografie American Apparel je poněkud zkratkovitá. Autor také příliš odděluje lingvistické sdělení od obrazového a nereflektuje konotované významy lingvistického sdělení.

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	3
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, hodnotte 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.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Struktura práce je poněkud nepřehledná. Některé kapitoly jako např. "1.2 Fotografie v gastronomii" působí až nadbytečně. Poznátky Rolanda Barthesa, které zde autor rozebírá, by měly být součástí spíše kapitoly o metodologii práce, která je naopak příliš stručná. Zbytečně dlouhé je také povídání o společnosti "American Apparel" (4. American Apparel). Citační norma je nejednotná, např. uvádění/neuvádění přímých citací v uvozovkách. Některá tvrzení se neopírají o odbornou literaturu např. v kapitole 1.1. Produktová Fotografie, v kapitole 2. Módní fotografie autor zaměňuje pojmy "archetyp" a "stereotyp".

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

Cílem práce bylo popsat využití fotografií v reklamních kampaních a strategiích oděvní společnosti American Apparel za použití kvantitativních a kvalitativních metod, předně obrazové analýzy podle Rolanda Barthesa. Práce trpí především nepřehlednou strukturou, zbytečností teoretické části a nedostatečným popisem použité kvantitativní metody. Analýza není provedena špatně, v práci ale chybí faktické informace o postupu kvantitativní analýzy. Kvalitativní část podle R. Barthesa je příliš stručná, její provedení zůstalo "na půli cesty". Vzhledem k připomínkám navrhuji autorovi hodnocení dvě až tři. Autor by měl během diskuze při obhajobě vysvětlit, jak probíhalo kvantitativní šetření a hlouběji se zamyslet nad lingvistickými sděleními analyzovaných fotografií.

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

5.1	Kterou kvantitativní metodu autor použil a jak kvantitativní šetření probíhalo?
5.2	Jaký je ve vybraných fotografiích vztah mezi lingvistickým a obrazovým sdělením?

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!