

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: Jakub Havránek

Název práce: Studie komunikačních aktivit Artbanka Museum of Young Art

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Jan Skřivánek

Pracoviště: Ambit media, autor je šéfredaktorem časopisu Art+Antiques

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 checked="" 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 přináší přehledný popis komunikačních aktivit soukromého muzea umění AMoYA a naplňuje požadavky kladené na bakalářskou práci.

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 | 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)

Práci chybí širší kontext (srovnání AMoYA s jiným muzejními a galerijními institucemi) a popis zůstává ve velmi obecné rovině. Z hlediska práce se zdroji je slabinou nedostatečné využití tištěných médií.

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 | 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, hodnot'te 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, hodnot'te stupněm 5) | 3 |
| 3.5 | Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce | 2 |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Autor se místy uchyluje k jazyku, který neodpovídá vědecké práci - "...měla AMoYA tzv. eso v rukávě...";
"...poutače byly trnem v oku památkářům..."

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

Hlavní slabinu předkládané práce spatřuji v samotném výběru tématu. Projekt AMoYA se sice po celou dobu své existence těšil značné mediální pozornosti, z marketingového hlediska však jeho komunikace přinesla jen málo nového. Šlo u uplatnění v podstatě standardních postupů na muzejní prostředí, přičemž provozovatelé – jak v poněkud jiném kontextu píše i autor práce – nedokázali reflektovat jeho specifickou.

Pokud práci chápeme jen jako případovou studii o komunikačních aktivitách směřujících k etablování značky AMoYA, pak je její slabinou na jedné straně přílišná obecnost, na druhé pak nedostatečné ukotvení v širším kontextu. V čem se komunikační aktivity AMoYA lišily od aktivit Galerie Rudolfinum či Musea Kampa, které autor zmiňuje jako potenciální konkurenty muzea? Nakolik se proces etablování značky AMoYA podobal rebrandingu Muzea českých výtvarných umění na GASK? Jak s venkovní reklamou zacházejí další pražské výstavní instituce? Předkládaná práce si tyto otázky bohužel neklade.

Důsledkem nedostatečné orientace autora v muzejním prostředí a pražském výstavním dění je, že nedokáže adekvátně zhodnotit ani ty body komunikačního mixu AMoYA, které byly do značné míry inovativní. Především mám na mysli prezentaci muzea formou aplikace pro tablet, což nejen v Česku, ale ani v zahraničí dodnes není běžným standardem. Poměrně originálním prvkem, navíc velmi důležitým z hlediska etablování AMoYA v rámci výtvarné komunity, bylo zapojení vysokých výtvarných škol (a to nejen českých, ale i slovenských) do projektu. Autor se omezuje na výčet zúčastněných škol, v čem byla (či mohla být) jejich účast pro projekt přínosná, však dále nerozebírá.

Pokud jde o vytykanou přílišnou obecnost práce, ta se projevuje hlavně v absenci tvrdých dat. Autor nikde neuvádí žádná konkrétní čísla – kolik bylo publikováno článků, kolik využito reklamních ploch či jak vyčíslit podporu ze strany mediálních partnerů. Je jasné, že některé údaje jsou jen obtížně získatelné, je však otázkou, zda autor plně využil všechny možné informační zdroje.

Autor v úvodu práce vysvětluje, že vzhledem k aktuálnosti tématu pracoval primárně s elektronickými zdroji. Proti tomu v principu nelze nic namítat, není to však omluvou pro ignorování tištěných médií. Deníků a časopisů jsou v práci citovány jen skrze webové stránky, například Lidové noviny však na lidovky.cz nezveřejňují zdaleka všechny články.

Opomenutím (z hlediska tématu i jako možného informačního zdroje) je přesnější podchycení role Poštovní spořitelny ERA, která – jak autor správně uvádí – byla generálním partnerem projektu, po roce však svou spolupráci s Artbankou ukončila. Ze seznamu literatury není zřejmé, že by autor s tiskovými materiály spořitelny pracoval či se pokusil kontaktovat někoho z jejích pracovníků.

Obecnějším problémem je, že projekt AMoYA byl v mnoha směrech netransparentní – od vymezení vztahu muzea k půjčovně uměleckých děl Artbanka po otázku financování a smluvní vztahy s Galerií hlavního města Prahy. Autor si je těchto témat vědom, věcně se jimi však nezabývá. Vzhledem k zaměření práce to nutně nevádí, nesouhlasím však s jeho interpretací, že upozorňování na tyto problémy bylo antikampaní ze strany názorových tvůrců umělecké scény, „kteří se cítili obejiti“. Vhodně zvolená komunikační strategie jistě může dokázat mnohé, na druhou stranu ne vše je „pouhým marketingem“. Důvodem ukončení činnosti AMoYA a Artbanky podle mě nebyly chyby v komunikaci, ale právě netransparentnost celého projektu, který pod rouškou dobročinné aktivity na podporu mladého umění parazitoval na veřejných rozpočtech.

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

| | |
|-----|---|
| 5.1 | V čem byly silné stránky komunikační strategie AMoYA ve srovnání s jinými pražskými výstavními institucemi? |
| 5.2 | Nakolik fungovala AMoYA jako vhodný marketingový nástroj k propagaci samotné Artbanky? |

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

výborně – **velmi dobře** – **dobře** – **nedoporučuji k obhajobě**

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Práci doporučuji hodnotit známkou 2 až 3 v závislosti na průběhu ústní obhajoby.

Datum: ...8. 6. 2014.....

Podpis:

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