

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Ladislav KÝVALA	
Název práce	Vybrané aspekty humoru v audiovizuální reklamě	
Autor posudku	RNDr. Zuzana Wroblowska, Ph.D.	2023/24

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	c
2 Nastavení cílů a metod práce	40	c
3 Úroveň teoretické části práce	50	d
4 Úroveň analytické části práce	50	d
5 Úroveň projektové části práce	50	e
6 Splnění cíle práce	60	c
7 Struktura a logika textu	40	c
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	d
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	b
Výsledné hodnocení	2,50	D

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

- Oceňuji nasazení autora. Práce po stránce gramatické a stylistické vyhovuje požadavkům. V dalším hodnocení se zaměřím na zjištěné nedostatky, jejich zdůvodnění a komentování.
- Text teoretické části je komparací dostupných zdrojů jen v omezené míře. Některé poznatky, které budou využívány v navazující praktické a projektové části, se opírají o neaktuální zdroje, viz např. na s. 38 dílo autorů Chattopadhyay a Basu (1990, s. 475), které nadto nemá autor práce uvedeno v seznamu literatury.
- Při odkazování na zdroje autor nepracuje výhradně se standardem daným předepsanou citační normou a doporučeními fakulty, což mohu podložit existencí tří různých způsobů odkazování na díla dvojice autorů, například na stránkách 25, 26 a 32.
- Autor nevyužívá v dostatečné míře aktuální zdroje. Stupněm D hodnotím parametr 8 také proto, že další chyby, mimo těch již uvedených, jsem dohledala v seznamu zdrojů.
- Metodologii a vysvětlení postupu práce autor nevěnuje dostatečnou pozornost. Limity a rizika metody nejsou diskutovány vůbec.
- Autorovi se mohlo dostat kvalitnějšího náhledu na možnosti metody obsahové analýzy, kdyby čerpal například z díla The Directory of Qualitative Inquiry (Schwandt, 2001) nebo alespoň ze snadno dostupného díla „Velký slovník marketingových komunikací“ autorského kolektivu pod vedením Juráškové a Horňáka (2012) a článků či monografií řady dalších autorů, kteří se věnují analýzám obsahu v online i offline prostoru.
- Praktická část je velmi rozsáhlá. Obsahově zajímavé jsou mentální mapy, které se překvapivě objevují jak v textu, tak v příloze, k čemuž vznáším též výhradu.
- Autor neusiloval o sestavení kódovníku, který by zvýšil disciplínu analýzy každého jednotlivého objektu (rozuměj reklamy). Popisy reklamy proto nemají pevnou strukturu, což snižuje kvalitu analýzy. Někde autor píše, na čem byla reklama založena, jinde jaké získala ocenění apod.
- Zásadní analyzovaná kategorie (parametr), kterou je „Výrazné prvky reklam“, je u některých objektů analýzy uvedena uprostřed popisu/hodnocení, jinde jsou výrazné prvky reklam shrnuty v závěrečné větě, případně v popisu a hodnocení zcela chybí.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

- Jako jednoznačně slabou stránku práce hodnotím projektovou část. Kapitoly 8.1 až 8.3 jsou napsány takovým způsobem, že se vlastní zjištění ztrácí díky rozvleklosti a nízké strukturovanosti sdělení. Celá projektová část není přehledně a jednoznačně provázána s teoretickou a praktickou částí práce.
- Jako kritický nedostatek shledávám návrhovou část projektu. Uvedením odkazu na místě, kde ho hodnotitelé neočekávají, téměř v samotném závěru práce, autor umožnil dospět oponentovi ke zjištění, že doslovně použil výstupy jiného autorského kolektivu, a to pedagogů katedry informačních studií a knihovnictví Masarykovy univerzity. Vlastní přínos pro praxi tím zpochybnil a originalitu jeho práce to činí diskutabilní. Mám za to, že v rámci oponentního řízení je student povinen své konání obhájit, a proto práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- Znáte alespoň jeden jiný přístup k třídění produktů vedle „matice barev produktů“? Pokud ano, představte ho a posuďte jeho výhody a nevýhody.
- Z jaké databáze jste čerpal při sestavování souboru analyzovaných reklam?
- Co přesně máte na mysli, když uvádíte, že obsahová analýza byla použita jak v kvalitativním, tak kvantitativním zastoupení. Svě vysvětlení opřete o původní zdroje, které definují Vámi použitou metodologii.

Ve Zlíně dne <<<18. dubna 2024>>>

Podpis:

RNDr. Zuzana Wroblowská, Ph.D.