

Pořádková Květa

Příloha k protokolu o SZZ č.
FF JU v Českých Budějovicích

Student:
Obor: Estetika

Vysoká škola:

Ústav estetiky

Vedoucí * / Mgr. Ondřej Dadejík, Ph.D.

16. 6. 2011

bakalářské práce

Datum odevzdání posudku:

Recenzent */

Konzultant: Mgr. Hanek Látal, Ph.D.
.....

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Problematika kulturního managementu v Alšově jihočeské galerii

.....
(téma)

Bakalářská práce Květy Pořádkové se zabývá problematikou propagace a návštěvnického servisu v nejvýznamnější uměleckohistorické instituci v Jihočeském kraji, Alšově jihočeské galerii v Hluboké nad Vltavou. Předkládaná práce je snad o to zajímavější, že tato výstavní a sbírková instituce prochází v posledním roce bouřlivým personálním i provozním vývojem, jenž je bedlivě sledován regionálními i celostátními médii. Práce Květy Pořádkové začala vznikat ještě v době, kdy situace byla v galerii poměrně stabilní, což se týká rovněž oblasti marketingu a práce s veřejností. Autorka vycházela od počátku z představy, že ačkoliv galerie má neoddiskutovatelný potenciál své činnosti, nevyužívá ho, čemuž měla snad předkládaná práce napomoci. Pořádková však bohužel ponechala tuto premisu spíše mezi řádky, takže čtenáři, jenž není detailně obeznámen s neuspokojivou situací v galerii, není úplně jasné, proč autorka otázku vlastně řeší. Do určité míry je však výchozí situace, v níž se probíraná instituce nachází, nastíněna ve druhém oddílu práce o činnosti AJG a jejich výstupech směrem k veřejnosti. Ten následuje za úvodními částmi práce, které pojednávají obecně a stručně o vývoji muzea umění ve Spojených státech, Evropě a nakonec v Čechách. Autorka přitom vycházela především z textů současné největší české autority v tomto oboru, Ladislava Kesnera.

Květa Pořádková odvážně vykročila mimo studovaný obor estetiky směrem k oboru kulturního managementu a ekonomiky, což je jistě třeba ocenit, ačkoliv by její přístup ani výsledky v těchto oborech při přísném posuzování zřejmě neobstály. Ve zbývajících částech práce se totiž autorka pustila do analýzy marketingové strategie AJG ve vztahu k obecně uznávaným standardům takových strategií srovnatelných (?) institucí. Autorka bohužel neuvádí žádné konkrétní příklady domácích ani zahraničních institucí, které svou marketingovou strategii úspěšně realizují, což souvisí s výše zmíněnou výtkou o jakési „ideální“ podobě galerie, jež má být dosažena. Na základě dotazníkového šetření, které by však ve smyslu standardních sociologických průzkumů neobstálo – čehož si je autorka

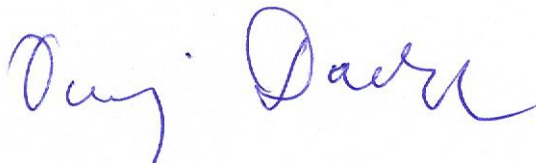
naštěstí vědoma - dochází k rozlišení několika různých segmentů návštěvníků. Jejich potřebám současná galerie někdy více, někdy méně odpovídá. V navazující části práce pak Pořádková naopak rozebírá vybrané aspekty činnosti a výstupy galerie směrem k veřejnosti, jejichž zlepšení a posílení na základě výpovědí zástupců segmentů navrhuje. Tato syntetická část práce patří k nejzdařilejším a také k nejpraktičtějším. V závěru své práce pak autorka cituje několik obecných klíčových bodů pro posílení návštěvnosti muzea a nabízí konkrétní řešení pro situaci AJG.

Celkové hodnocení práce Květy Pořádkové je vlastně docela obtížné. Na jedné straně je nutné znovu ocenit vykročení směrem k vysloveně praktickému zhodnocení vlastního studia, na straně druhé je třeba konstatovat, že toto vykročení má řadu mezer a nedostatků. Týká se to například nedostatečné reflexe české i zahraniční literatury. Rovněž se způsobem citací nelze tak úplně souhlasit. A nakonec, ani jazyková stránka textu není zcela uspokojivá.

Protože však oceňuji odvalu autorky vkročit na neznámé pole a přinést konkrétní praktické návrhy ke zlepšení práce galerie směrem k veřejnosti, navrhuji hodnotit práci známkou **výborně** a **doporučuji** ji k obhajobě.

výborně

Návrh na klasifikaci bakalářské práce:



.....
podpis vedoucího bakalářské práce

Čes. Budějovicích

15. června 2011

V dne

