

UNIVERZITA KARLOVA
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: Veronika Koničková

Název práce: Postoj českých internetových influencerů k fast fashion

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Doc. PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

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)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	C
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	C
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	D

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

Literatura k tématu je obsáhlá, komplexní. Zahrnuje i důležité články, zdroje a studie.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. 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.)	B
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	E
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce obsahuje značnou řadu chyb, zejm. chyby gramatické (shoda podmětu s přísudkem, interpunkce apod.), v překladu - např. haute couture není vysoký šev, ale vysoká krejčovina apod.

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

Bakalářská práce Veroniky Koničkové představuje velmi aktuální a zajímavé téma postojů českých internetových influencerů, resp. influencerek, k fenoménu fast fashion. Diplomantka téma nejprve definuje na základě teoretických konceptů a věnuje se i ukotvení influencer marketingu jako takového. Zde však poněkud postrádám hlubší propojení influencer marketingu a sociálních médií – jejich vzájemného vztahu využívání benefitů, i zneužívání vágně stanovených hranic. Analytická část výzkumu spočívá v kvalitativní analýze šesti semistrukturovaných rozhovorů s influencerkami (všechny respondentky jsou ženy).

Výzkum přináší zajímavá a originální zjištění, autorka se ptá zejména na vztahy ke společnostem, produkujícím eticky problematickou rychlou módu, na etiku komerční spolupráce apod. Slabinu práce spatřuji v tom, že diplomantka poněkud nekriticky přejímá výroky influencerek jako fakta a nekonfrontuje je ani v rozhovorech, ani v interpretaci výsledků práce, dostatečně s realitou. Zejména v oblasti módy a životního stylu existuje obrovská tendence ke stylizaci a prezentování vlastních hodnot a životního stylu. Například uvedené influencerky uvádí, že označují komerční reklamu, ale nikoliv dle pravidel sociálních médií, pouze hashtagem, což je neetické a matoucí pro spotřebitele. Dále influencerky sice uvádí, že si jsou vědomy negativních důsledků fast fashion, ale převážná většina značek, které influencerky komerčně prezentují, je diktovaná právě těmito řetězci. Zajímavý je také poznatek, že problematika fast fashion je vnímaná jako vzdálená od ČR.

Diplomantka tedy uvádí celou řadu přínosných nových poznatků a sdělení, ale v celkové interpretaci rozhovorů by měla zaujmout větší odstup a nepřijímat nekriticky sebe prezentaci influencerů. Práce je každopádně velmi dobrým doplněním současného stavu poznání o tomto vysoce aktuálním tématu, které ovlivňuje životy mladých lidí, a může sloužit jako dobrý podklad pro další výzkum.

Celkově lze konstatovat, že celkově práce splňuje standardy, kladené na bakalářské práce, přináší nové poznatky a je na velmi dobré obsahové úrovni.

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

5.1	Jakou další výzkumnou metodu byste navrhla pro zkoumání tématu postojů influencerů k fast fashion, aby byly výsledky lépe zobecnitelné?
5.2	

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) **B** **C** **D** **E** **F** (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 5. 6. 2019

Podpis:

.....

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!