

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: Drozdová Barbora

Název práce: Percepce marketingových obsahů na sociálních médiích generací Z

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: PhDr. Soňa Schneiderová, Ph.D.

Pracoviště: MKPR IKSŽ

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

Vyplňte 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	C

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

Práce se opírá o dostupnou literaturu, základní pojmy jsou vysvětleny a v zásadě pochopeny.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	C
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	C
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.)	C
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	C

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

Práce obsahuje několik gramatických chyb: Dříve stačilo regulovat marketingové agentury, které obsah tvořili. (s. 7); Tyto vysoká čísla (s. 6); Polovina dětí z obou kategorií viděli úsek (s. 26); zanedbána je korektura, a celkově je práce ne příliš čtenářsky přívětivá (objevují se stylizační nepřilíš funkční klišé; slabší je koherence: místy nekorespondují např. podměty navazujících a souvisejících výpovědí, což brání čtenářskému komfortu - čtenář se musí vracet a opakovaně číst); najdeme zde uvozovky, které nejsou oboustrané a nic neuvozují (s. 6), překlapy (s. 15, s. 22 a jinde).

Dále je to:

- pravopisná nejednostnost v používání pojmů: jednou "nano influenceři" jindy "Nano influenceři" (s. 15); jednou "influcery" (s. 10), jindy "influcery"; "dozorují dodržování zákona" (s. 29) vs. nesprávně "podle zákona" (s. 29);
- nepochopitelné a nadměrné užívání velkých písmen: filmu Sám Doma (s. 26); YouTuberech (s. 22); v Instagramových příspěvcích (s. 8);
- hovorovost: Obsah těchto tvůrců se tedy od samého počátku točí kolem produktů. (s. 12); sedí do jeho běžného, autentického obsahu (s. 15–16); snažili skrz blogery vysvětlit (s. 28);
- co je to „gamblerská hra“? (s. 28) atd.;
- nevhodný je anglicismus „patnáctá edice“; v češtině je rozdíl vydání a edice

Příkladem odbyté stylizace a korektury je věta z Poděkování: Na tomto místě bych ráda poděkovala doc. PhDr. Denise Hejlová. Ph.D. za cenné rady

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

Téma je aktuální, v zahraničí je mu sice věnována pozornost, ale spíše obecně nebo cíleně na starší publikum využívající sociální sítě, a tak se v českém prostředí prostřednictvím BP objevil velmi důležitý průzkum orientující se na dosud nedostatečně probádanou oblast, tedy vnímání influencerů skupinou dětí (6–15). BP slibuje také zacílení na věkovou skupinu mládeže (16 až 22), i když této věkové kategorii se autorka poté nevěnuje.

Práce zpracovává v postati důležitá fakta a okolnosti vzhledem k tématu, přesto působí poněkud roztržitým, resp. nezceleným, dojmem. V úvodní části se mluví o nutnosti poznání toho, jaký vliv má doporučení produktů prostřednictvím uživatelů sociálních sítí na propagaci a prodej značky, pak se výzkum víceméně týká rozpoznání reklamy dětmi, obecně se práce zabývá vlivem influencerů na danou věkovou skupinu (6-15), velká část práce je věnována parafrázování/citování zákona a etického kodexu atd.; v rámci možností je proveden i terénní výzkum. Stěžejní použitá metoda focus group má své výhody a nevýhody; výhodou jsou různorodé víceméně spontánní odpovědi, a tedy i informace, ale nevýhodou je to, že je jich málo, takže průzkum nejde do hloubky a je v podstatě málo vypovídající. Proto je zde vhodné zakomponování výsledků výzkumu agentury IPSOS, které přináší některé zásadní procentuální informace k tématu.

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

5.1	Proč je v názvu použito množné číslo: generací Z?
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: 6. 9. 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!