

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK MAGISTERSKÉ 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: Pavlík Mikuláš

Název práce: Trendy v komunikaci mezi značkou a zákazníkem v kontextu rozvoje sociálních médií na příkladu módního řetězce Everlane

Autor(ka) posudku

Příjmení a jméno: Vochocová Lenka

Pracoviště: KMS 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 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)

Předložená práce v základních parametrech odpovídá schváleným tezím, autor v ní informuje o drobném rozšíření oproti tezím, které vnímám jako vhodné.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

| | | Hodnocení známkou |
|-----|---|-------------------|
| 2.1 | Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu | C |
| 2.2 | Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji | D |
| 2.3 | Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu | C |
| 2.4 | Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli | B |
| 2.5 | Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru | C |

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

Diplomová práce Mikuláše Pavlíka tematizuje oblast, která má potenciál být základem velmi podnětné studie aplikovatelné v každodenním životě, pokud by byla uchopena ze širšího sociologického pohledu a řádně kontextualizována. Autor zcela legitimně zvolil perspektivu méně kritickou a hermeneutickou a zaměřil se v souladu se svojí specializací spíše na perspektivu marketingovou. Z mého pohledu je to škoda, ale jeho volbu akceptuji a nemá zásadní vliv na mé hodnocení. Naopak oceňuji, že se pokusil klasické marketingové zadání uchopit z nestranného a kritičtějšího pohledu.

Z hlediska úplnosti zpracované literatury je třeba říct, že autor vybírá literaturu značně selektivně. Také by bylo třeba ji kritičtěji reflektovat a utvořit na jejím základě ucelenější teoretická východiska, z nichž by bylo patrné, k jakým hlavním myšlenkám bude autor vztahovat výsledky svého výzkumu. Rešerše jsou v podstatě jen deskripce hlavních závěrů několika vybraných studií řazených za sebe bez jasnější vazby. Kritičtěji by bylo třeba vyhodnotit například myšlenku van Dijck (s. 13), podle níž se mění význam fotografie z média sloužícího k zaznamenání vzpomínek na komunikační nástroj a zejména nástroj budování identity - právě takové pasáže textu působí značně ahistoricky a generačně tendenčně, jako například některé výpovědi respondentek, které z mého pohledu zcela nepřijatelně označují (bez autorovy další reflexe a kontextualizace historickými fakty) generace Y a Z jako spotřebně uvědomělejší, méně konzumní než generace před nimi. Takové odvážné tvrzení

by bylo třeba podložit jasnými daty, která by například prokazovala, že generace, které minimálně v kontextu Československa konzumovaly jednoznačně méně, než je standardem dnes, jsou právě ty, které aktuálně nejvíce přispívají k nezměrné konzumaci, plýtvání, nákupu zboží zatěžujícího životní prostředí a jiným negativním jevům. Taková důležitá data však v práci bohužel nenajdeme. Za až provokativní považuji odstavec na s. 39, který spekulativním způsobem relativizuje moc korporací ("neexistuje jasné určení, kdo má v otázce nastolování témat týkajících se /nejenom/ společenské odpovědnosti, ale i celkové komunikace navrch"). Podobně v deskriptivní části popisující komunikaci mezi značkou Everlane a jejími zákazníky autor jako by oslavoval harmonickou diskusi, namísto toho, aby sledoval a kriticky vyhodnotil pozice a možnosti obou stran ("vyjadřování chvály a těšení se" - s. 50, "vyjadřování radosti" - s. 53 aj.). Za mnohem přínosnější považuji momenty, v nichž autor reflektuje moc na straně značky, když popisuje, jak značka vybere ke zveřejnění jen ty dotazy, na které chce odpovědět (s. 54), bohužel ale autor inklinuje spíše k líčení vzájemné idyly, jak vyplývá ze shrnutí na s. 55 (odborný přínos takových shrnutí považuji za nižší než občasné momenty, v nichž autor téma nahlíží kriticky).

Moje výtky týkající se nízké kritičnosti vůči zpracované literatuře se vztahují o to více k analýze samotných rozhovorů. Jedná se opět jen o prostou deskripci vyjádření respondentek k několika tematickým oblastem, bez kritické interpretace získaných dat. Kromě výše zmíněného názoru na generační rozdíly ve způsobu spotřeby, které by bylo třeba konfrontovat s historickými i aktuálními daty, se tato absence kontextualizace projevuje zejména v až nepřijatelně alibistickém tvrzení jedné narátorky (s. 64), která relativizuje význam diskuse o špatných pracovních podmínkách v továrnách v Bangladéši tím, že zdůrazňuje benefity toho, že tito lidé dostávají práci (a "mají tak na chleba") - autorka výroku tak vyzývá k harmonickému pohledu na věc. Je však otázkou, jestli lze na témata týkající se globálního vykořisťování nahlížet "vyváženě a harmonicky", jak respondentka požaduje, nebo nakolik je to etické. Obecně považuji některá data získaná z hloubkových rozhovorů za velmi cenná a zvolenou perspektivu za velmi zajímavou a inspirativní, jen je škoda, že autor získaná data nezasadil do kontextu a kriticky nerefletoval. Domnívám se, že to je způsobeno slabým vztahem mezi teoretickými východisky (jen deskripce) a samotnými daty (také představena jen deskriptivně), kvůli němuž autor nedisponoval potřebnými nástroji ke kritickému vyhodnocení získaných dat.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

| | | Hodnocení známkou |
|-----|---|-------------------|
| 3.1 | Logičnost struktury práce, podloženost závěrů | B |
| 3.2 | Zvládnutí terminologie oboru | B |
| 3.3 | Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu | B |
| 3.4 | Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.) | B |
| 3.5 | Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F) | B |
| 3.6 | Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava | B |

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

Struktura předložené práce je poměrně logická, jen, jak jsem konstatovala výše, teoretická východiska příliš nekorrespondují s empirickými daty a jejich vyhodnocením, resp. nepřipravují autora dostatečně na kritickou reflexi dat a jejich kontextualizaci. Z hlediska struktury není zcela zřejmé, proč autor u deskripcí sociálních sítí Twitter a Facebook také nezařadil podkapitolu "Výzkum", jako v případě Instagramu. U příloh oceňuji, že autor poskytuje komplexní informaci o jejich zdroji, možná by ale bylo lepší tuto informaci uvádět přímo u přílohy. Po jazykové stránce je práce výborná, čtivá a bez zásadních stylistických nebo gramatických chyb.

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

Diplomovou práci Mikuláše Pavlíka považuji za inspirativní projekt, který přináší zajímavé otázky a sbírá data, která by mohla být společensky významná, pokud by je autor zároveň dokázal v širším společensko-politicko-ekonomickém rámci vyhodnotit. I v této deskriptivní podobě jsou však jistě přínosem pro obor marketingové komunikace a celkově práci hodnotím jako velmi dobrou.

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

| | |
|-----|--|
| 5.1 | |
| 5.2 | |
| 5.3 | |
| 5.4 | |

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 18. června 2018

Podpis:

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