

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: Drachovská Zuzana

Název práce: Využití celebrity endorsement v rozhovorech v časopise ZOOT

Autor(ka) posudku

Příjmení a jméno: Miessler Jan

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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)

Autorka byla v relativně obtížné situaci jednak vzhledem ke změně vedoucího práce a jednak vzhledem k tomu, že původního cíle práce – analyzovat Mercedes Benz Prague Fashion Week – by bylo oproti původním očekáváním prakticky nemožné dosáhnout vzhledem obtížné dostupnosti některých klíčových materiálů a neochotě potenciálních respondentů svolit k interview. Autorka však měla v úvodu práce tak zásadní odchýlení od původních tezí mnohem podrobněji vysvětlit, respektive mohla vypracovat nové teze.

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	B
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	B
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	D
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	C
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	D

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

Autorka analyzuje bezplatný magazín vydávaný módním e-shopem ZOOT a snaží se konfrontovat rétoriku vydavatele ohledně unikátnosti tohoto marketingového nástroje s poněkud méně vzletnou realitou. Jako ústřední koncept své analýzy si vybrala časopisem intenzivně využívaný tzv. celebrity endorsement a její analýza se zaměřuje zejména na způsob, jakým jsou v magazínu vedeny rozhovory s celebritami, jejichž fotografie zdobí jednotlivé titulní stránky. V podstatě jde o to, nakolik je magazín, respektive struktura jeho rozhovorů s celebritami, odlišný od "standardu" podobných bezplatných magazínů, což zjišťuje jednak náčrtem komparace s několika takovými časopisy (ČiliChili, České dráhy, Marwick a Magnus) a jednak analýzou témat pokrytých v jednotlivých rozhovorech a jejich opakování. Srovnání s ostatními magazíny je ovšem poněkud stručné, zejména chybí hlubší analýza, jak tyto časopisy pracují s celebritami. Podrobná analýza rozhovorů z časopisu ZOOT pak sice umožňuje identifikovat opakující se témata, ale nikoliv prvky, které by byly v jednotlivých rozhovorech výjimečné. Samotný zvolený postup tak autorku vede k závěru, že napříč analyzovanými rozhovory existují regularity, naopak jen těžko by jí mohl dovést k odhalení toho, co je zde případně unikátní. I tak lze vzhledem k frekvenci opakování dospět k legitimnímu závěru, že regularity jsou natolik četné, že je možné – v souladu s

kritikou kulturního průmyslu, kterou autorka zmiňuje – mluvit o standardizaci. Platnost takového závěru by však bylo možné posílit právě podrobnějším srovnáním s jinými "standardními" magazíny nebo třeba analýzou jazyka/diskurzu rozhovorů. Autorka sice v diskuzi (s. 175nn) zmiňuje dva formálně odlišně prezentované rozhovory, kde by proto bylo možné mluvit o inovativnosti, na její závěry to však nemá žádný zásadní vliv. Teoretická část cituje relevantní literaturu týkající se reklamy, marketingu a konceptu celebrity endorsement, její rozsah by mohl být širší, ale v podstatě poskytuje dostatečnou oporu pro samotnou analýzu, pro kterou využívá zakotvenou teorii. Vzhledem k většímu množství textů a k tomu, že charakteristiky tohoto konkrétního typu diskurzu dosud nikdo neanalyzoval, jeví se tento postup vhodnější než například kvantitativní obsahová analýza nebo analýza diskurzu. Identifikace opakujících se tematických kategorií tak umožňuje charakterizovat tento typ diskurzu, což lze pokládat za jeden z hlavních přínosů práce. Zjištění, že rozhovory magazínu ve skutečnosti nebyly tak inovativní, jak se vydavatel snažil prezentovat, naproti tomu příliš nepřekvapí vzhledem k tomu, že celý mediální projekt byl koneckonců především marketingovým nástrojem, ve kterém je snaha o originalnost z podstaty věci vždy sekundární.

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	D
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	C
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	A
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.)	A
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	A

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

Práce na některých místech vykazuje určité problémy související s autorskou perspektivou, respektive s tím, že autorka občas přejímá perspektivu vydavatele magazínu, nebo s občas poněkud neakademickým slovníkem. To se projevuje například ve formulacích "rozhodnutí ukončit časopis přišlo v nejnevhodnější dobu" (s. 30) nebo "Pro celebrity to znamenalo obrovské zviditelnění, protože se do spolupráce vrhaly pouze ty, které se značkou samozřejmě spolupracovaly..." (s. 26). Textu by prospěla jazyková korekce, která by pokud možno reflektovala kritický odstup autorky. Grafu na s. 174 by zase prospěly numerické hodnoty. Závěr by mohl být méně stručný a mohly být zmíněny případné limity analýzy. Navzdory těmto prohrškům práce jako celek vykazuje obstojné zvládnutí oborové terminologie, obsahuje patřičný poznámkový aparát, dodržuje citační normu a je zpravidla na slušné stylistické i jazykové úrovni.

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

Autorka provedla důkladnou analýzu všech publikovaných rozhovorů a na jejím základě se jí podařilo identifikovat pravidelně se opakující témata, které svědčí o "standardizaci" těchto rozhovorů a která charakterizují tento typ diskurzů. Platnost závěrů poněkud oslabuje absence hlubšího srovnání s dalšími podobnými časopisy a analýzy využívaných jazykových prostředků. Práce se nevyhnula občasným formálním prohrškům a zejména se příliš nevyvíjela s odchýlením od původních tezí. Tyto nedostatky však nemají rozhodující vliv na hlavní přínos práce, kterým je analýza de facto standardizovaného využití celebrity endorsementu v marketingové komunikaci typického korporátního magazínu.

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

5.1	
5.2	
5.3	
5.4	

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 13. 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 sekretářce příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu.