

**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: Johana Nápravníková Kořanová

**Název práce:** Komparace sexistických reklam: webové stránky vs. další formy marketingové komunikace

**Autor(ka) posudku**

Příjmení a jméno: Tereza Klabíková Rábová

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 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)

Výsledný text z většiny odpovídá tezím, některé kapitoly jsou ku prospěchu komplexnosti pohledu na téma přidány.

**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	2
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	2
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	2
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	2
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	2

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

Diplomantka práci zakládá na širší odborných zdrojů (i v návaznosti na svou práci bakalářskou) stejně jako na praktických materiálech (soutěž Sexistické prasátečko aj.). Na základě excerptu literatury sestavila analytický formulář, prostřednictvím nějž podrobuje zvolené 4 reklamní komunikáty rozboru. Vyzdvihnout je třeba přínos práce: autorka zpracovává komplexní téma zahrnující jak nanejvýš aktuální problematiku sexismu přítomného ve veřejné komunikaci, tak dílek do obrazu, který srovnává podoby a nástroje komunikace webové oproti jiným reklamním kanálům, participuje tedy i na zpracování diskurzu marketingové komunikace.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	1
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	1
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	2
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	1

	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.)	
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte písmenem F)	1
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	1

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

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

Práce je pečlivě koncipovaná, upravená, doložená přílohami. S radostí konstatuji, že rovněž jazyková a stylistická úroveň textu je hodna magisterské práce. K závěrům: situace je evidentně poněkud spletitější, než že by bylo možno konstatovat, že k digitální podobě prezentace společností se váže jeden určitý typ vyjadřovacích prostředků, zatímco např. psané formy inklinují k jiným = prostředky se prolínají a protínají dle konkrétního kontextu, záměrů apod. Vztahy mezi podobami online a offline (marketingové) komunikace vyžadují do budoucna další pozornost (a bude třeba prostudovat rozsáhlý materiál, abychom syntetizovali možné pravidelnosti); neboť jejich studium je a i nadále bude z různých důvodů (lingvistických, společenských, etických) celospolečensky závažné; předložená práce představuje solidní, kultivovanou a podloženou ukázkou, kudy a jak se k těmto cílům lze vydat.

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

5.1	Lze na vašem materiálu ukázat, jak se (Manovichem definovaná) modularita, variabilita či transkódování projevují na použitých výrazových prostředcích? Proč se tedy ve vašich případech některé (jazykové, parajazykové) jevy objevují jen na webu, nebo jen offline?
5.2	Jaká je podle vašeho odhadu a v souvislosti se společenským ovzduším budoucnost užívání prvků sexismu ve veřejné persvazivní komunikaci?
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:

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.**