

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: Kalousová Karin

Název práce: Femvertising v kategorii dekorativní kosmetiky v České republice

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)

Výsledná práce odpovídá schváleným tezím.

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	A
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	A
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	B

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

Studentka předložila bakalářskou práci, která zpracovává zajímavý a společensky důležitý fenomén tzv. femvertisingu. Oceňuji především kvalitu zpracování teoretických východisek výzkumu, do kterých autorka neopomněla zahrnout kritiku tohoto přístupu k reklamě a zasadila ho do kontextu genderových studií a vývoje feminismu v posledních dekadách, a to až do té míry, že poukazuje na určitou komodifikaci některých feministických myšlenek. Tento kritický přístup k marketingovým a reklamním trendům považuji za velmi důležitý a z mého pohledu se autorce podařilo především v teoretické části práce čtenáře a čtenářky dobře připravit na uvažování o femvertisingu. Za užitečnou považuji s ohledem na malou empirickou obeznamenost s femvertisingem v ČR také volbu konkrétní převzaté, přehledné a srozumitelné metody posuzování výskytu femvertisingu v analyzovaných reklamách. Samotná analýza je s ohledem na novost tématu v ČR spíše základní a mechanická, což ale nepovažuji za slabinu práce. Do budoucna bych byla zvědavá na explorativnější analýzu, která by navrhla vlastní typologii toho, jak se s různými definicemi ženskosti a s emancipací žen pracuje reklama dostupná v ČR - domnívám se, že takový přístup by autorce nabídl více prostoru pro hlubší zhodnocení velmi zajímavého rozporu mezi komercializací a emancipací žen skrze reklamní sdělení, resp. určitého paradoxu postfeminismu.

Z hlediska konkrétních argumentů, které autorka v práci uvádí, jsem se zarazila jen na několika místech. Na s. 32 autorka uvádí, že podle jejího názoru daná reklama nesplňuje kritérium autenticity - při analýze by se ale měla řídit jinými faktory, než svým názorem či pocitem - obecně by bylo dobré, kdyby některé argumenty v práci byly v tomto smyslu průkaznější. Např. na s. 47 mě překvapilo, že se autorka pro přítomnost kritéria zobrazení

různorodých ženských kvalit rozhodla jen na základě pestrého zobrazení etnických identit, přestože, jak uvádí, "různorodá reprezentace žen z hlediska tělesných konstitucí není v reklamě zastoupena". Tady je pro mě tedy metodologicky matoucí, jestli se autorka pro platnost kritéria rozhodovala jen na základě přítomnosti diverzity v jednom aspektu (např. etnicita), i když jiný aspekt (např. pestrost tvarů těla) není přítomen. V kap. 2.4 chybí představení kampaně Bodyhero, kterou autorka slibuje představit na s. 22, pak ale představuje jen dvě ze tří slibovaných reklam.

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	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
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)	C
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

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

Po formální stránce je práce v pořádku, výhrady mám jen k některým jazykovým pochybením, která ale nejsou nijak zásadní a je třeba říci, že stylistická úroveň textu je výborná. Autorka píše v podstatě systematicky chybně "více jak" ve smyslu "více než", občas zapomíná oddělovat vedlejší větu vloženou čárkou. Na s. 22 píše "kritériím, které", místo správného "která" a na s. 23 opakovaně chybně skloňuje ("ženy, které popisují sebe sama"). Na s. 15 nerozumím rozdíl mezi "ročním reportem" a "zprávou", na s. 17 mě zmátlo vyjádření "reklamy, které pracují s pro-ženským nadáním" - co to je, pro-ženské nadání? Zřejmě jde o nevhodný překlad z cizojazyčného originálu. Na s. 30 autorka píše o "stereotypickém", místo stereotypním ideálu krásy. Na s. 39 je v textu vyšinutí z vazby ("spot nehovoří ani neukazuje pouze jeden produkt"). Při psaní o male gaze (s. 19) by bylo vhodné odkázat na autorku konceptu, L. Mulvey, ne na slovníkové heslo, na s. 21 jsem pak byla překvapena autorčinou redukcí feminismu na "přesvědčení, že by se ženami mělo být zacházeno stejně jako s muži...".

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

Diplomovou práci Karin Kalousové považuji na úrovni bakalářského studia za velmi zdařilý text, slibný je z mého pohledu především autorčin kritický přístup k fenoménu femvertisingu a její schopnost pro tento kritický pohled nejen vyhledat oporu v existující literatuře a výzkumech, ale zároveň o rozporech samostatně uvažovat. Práci navrhuji hodnotit jako výbornou, stupněm A.

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

5.1	
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: 3. 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!