

**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: Kašperková Tereza

**Název práce:** Femvertising v odvětví tělové kosmetiky v České republice

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Nina Ortová, M.A.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Mírné odchýlení od tezí ve struktuře práce je vhodně zvolené a v práci hned v úvodu vysvětlené, jinak vše odpovídá 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	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	A
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	A

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

Výsledná práce sice nepřináší zcela originální téma, nicméně je velmi solidně zpracovaná. Autorka pracuje s poměrně rozsáhlým množstvím literatury, kterou umí vhodně aplikovat do praktických poznatků v průběhu i v závěru práce, nicméně jsem přesvědčená, že literatura by se ještě dala rozšířit tituly, které se věnují např. fat studies ve spojitosti s reklamou a reprezentací ženského těla ve veřejném prostoru. Vhodné by bylo taky zařadit malou kapitolu věnovanou proměnám reklam zobrazujících ženy, protože v tomto ohledu došlo k obrovskému posunu, obzvláště v posledních cca třech až pěti letech. Některé citované zdroje, např. o genderových stereotypech, přitom pochází z období staršího než deset let a nemohou tak reflektovat současnost. Technika zpracovaného materiálu je vhodně zvolená, nicméně autorka uvádí, že analyzuje televizní a online spoty, přičemž ale následně zkoumá jen ty online (na Youtube) - může přitom existovat poměrně významný rozdíl mezi online a televizní formou spotu. Některé popisy reklam jsou mírně subjektivní, např. na str. 31 autorka uvádí, že muž s dítětem je pravděpodobně manželem laborantky, neuvádí ale co ji k tomu vede a z pouhého popisu logická souvislost nutně nevyhází.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	B

3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotíte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejeté 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.)	A
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	A
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Struktura práce by mohla doznát menších úprav, ne však ve zcela zásadním rozsahu. Nicméně např. v kapitole o genderových rolích už autorka dle mého názoru v posledním odstavci popisuje spíš stereotypy než role samotné. Pro lepší přehlednost čtenáře bych také doporučovala využívat více odkazů k následujícím kapitolám, např. aby si čtenář při čtení o stereotypech v reklamě byl jistý, že se dostanete i k problematice současné snahy o větší diverzitu v reklamách, přičemž k tomuto se dostáváme až ve čtvrté kapitole, do té doby jde spíš o kritiku stereotypizace. V praktické části bych doporučila lepší grafické členění výsledků a samotnou tabulku s výsledky bych doporučovala posunout trochu výš, ať má čtenář přehled dřív. Jinak je ale práce co se týče jazyka a stylistiky na vysoké úrovni odpovídající bakalářské diplomové práci, napsaná je srozumitelně, citace fungují.

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

Studentka prokázala velmi dobrou schopnost pracovat se zdroji a aplikovat je do zkoumané problematiky, stejně jako prokázala schopnost nad tématem kriticky uvažovat. Oceňuji pasáž o limitech práce, které samozřejmě existují (viz mé poznámky výše). Nicméně autorka dokázala napsat kvalitní práci v rozsahu odpovídající bakalářskému stupni vysokoškolského studia. Mé výhrady míří spíš ke struktuře a potřebě doplnění některých pasáží než k již napsanému obsahu, který považuji za kvalitní.

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

5.1	Jak byste aplikovala témata body positivity (self-love) či fat studies do femvertisingu a byla tato témata přítomná ve vašem zkoumaném vzorku? (Případně se zkuste zamyslet jak - hrála velikost těla ve spotech roli? Byly zastoupené různé váhové kategorie, různé tělesné nedostatky jako např. celulitida, strie, kožní řasy na břicho apod.? Zmiňovala jste vitiligo, ale tady se ptám na "běžnější" nedostatky.)
5.2	Je podle vás stoprocentně nutné k tomu, aby reklama splňovala prvky femvertisingu, v ní mít celou škálu diverzity? Jak byste to například udělala s reklamou, kde můžeme vidět především pouze ty ruce a která je přítom opravdu krátká? A může fungovat plně femvertisingová reklama, která je určena pouze pro jeden specifický, např. i nezápadní trh?

#### 6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly URKUND.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	Shoda 10 %, nicméně při prozkoumání systémem vyhodnocených podobných pasáží dle mého názoru nedošlo k plagiátorství.
-----	--

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

- A  výborně
- B  velmi dobře (nadprůměrný výkon, avšak s určitými chybami)
- C  dobře (celkově dobrý výkon s řadou výrazných chyb)
- D  uspokojivě (přijatelný výkon, ale se značnými nedostatky)
- E  dostatečně (výkon splňuje minimální požadavky)

**F**  nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 25. 5. 2023

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!***