

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: Sýkorová Kristýna

Název práce: Skrytá reklama na sociálních sítích

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Houdek Petr

Pracoviště: KMPR 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input 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)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	D
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	E
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	E
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	D

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

Práce trpí typickými problémy, především cílem "představení tématu" (kvalifikační práce nejsou Wikipedie, nemají téma představovat, mají řešit odborný problém) a "učebnicovým" a deskriptivním cílením řešerše. Opravdu je zcela zbytečné doslova citovat naučné slovníky, zákony, učebnice atp. ohledně základních pojmů - které v empirické části z většiny nejsou využity. Prvních 30 stran je veskrze zbytečných, z 35 % se doslova překrývají s těmito zdroji (zdůvodnění "Vzhledem k tomu, že studuji Právnickou fakultu Univerzity Karlovy a tato oblast je mi blízká, jsem se rozhodla zaměřit na skrytou reklamu a její ošetření v právním rámci." je sice z pohledu autorky pochopitelné, ale zcela irelevantní s ohledem na cíl posunu poznání v oblasti komunikace). K vlastní skryté reklamě se autorka dostává až na str. 18, opět, věnuje se spíše legislativě místo studiím z oblasti komunikace (či dotazníkového průzkumu, který pak využívá). Autorka navíc nepostupuje polemicky, všechny zdroje přejímá nekriticky bez jakékoli komparace širší literatury. Některé formulace jsou pak až surreálné, kupř. "Lidé neví, jaký obsah na sociálních sítích sledují...".

Je vždy varovné, když místo uznávaných studií autorka v metodice reflektuje spíše bakalářské práce. Místo emulace uznávaných postupů (v publikovaných studiích) pak pracuje dle stěžích obhájených kvalifikačních prací - jako je bohužel i tento případ. Metodika je založena na tom, že se autorka respondentů mj. na příkladech ptá, zda de iure skrytou reklamu rozeznají; měří tedy jen jakousi ochotu přiznat ne/znalost. Autorka se navíc ptá "Myslíte, že by takhle mohla být označena placená spolupráce?", takže odpovědi nemůže vyhodnotit za ne/správné, protože lidé si mohou myslet cokoli, autorka se neptá, zda je označena správně či de iure atp., což by umožnilo rozhodnutí o ne/správnosti výroku.

To, zda výsledky *ovlivňuje* věk či vzdělání vyhodnocuje vizuálně. V práci především není žádný pokus o eliminaci alternativních vysvětlení stejných dat; jako kupř. že starší věnují obrázkům (hashtagům) méně pozornosti, méně je zajímají, mají nižší motivaci odpovědět v nehonoraném dotazníku atd.

Práce dále vykazuje všechny chyby v metodice; vzorek je nereprezentativní ničemu, nenáhodný (dotazník byl umístěn na autorkou zvolené fóře; někdy zjevně i zcela irelevantní "Lidé jej taktéž komentovali s kritikou, že příspěvek není relevantní ke skupině, a v takovou chvíli jsem od dané skupiny dostala minimum odpovědí."), je popsán nestandardizovaně a chaoticky. Opět jsou zcela nesmyslně deskripce vzorku duplikovány informací textem a grafy.

Musím říci, že jsem nepochopil, jak autorka měří rozeznávání ne/skryté reklamy u respondentů, když sama neví, zda podněty (čtyři arbitrárně zvolené příspěvky) ve skutečnosti jsou či nejsou skrytá reklama; "Bez informací od influencerů nebo zadavatelů, které by potvrdily, nebo vyvracely, zdali se jednalo o spolupráci, nelze činit kategorický soud. Snažila jsem se tudíž influencerů obepsat, abych zjistila, jestli šlo o spolupráci, či nikoliv, ovšem nedostala jsem žádnou odpověď. Z tohoto důvodu se jedná pouze o ilustrativní příklad." Nejspíše se asi jedná vždy o nepřiznané sponzorství, ale dokázáno to není, takže výsledkem práce je, jak nereprezentativní vzorek lidí nemotivovaně hodnotí eticky ambivalentní příspěvky... výsledky jsou tak nehodnověrné, nereplikovatelé, nezobecnitelné. Stačilo přitom udělat dotazníkový experiment, v kterém by autorka respondentům přeložila přiznanou a nepřiznanou reklamu u stejného příspěvku a pak by měřila, jak odlišné hodnocení/odpovědi budou od respondentů.

Závěry práce, mj. "by měla být právní úprava striktní a ymahatelná natolik, aby chránila spotřebitele a nebyl zde ponechán prostor pro vágní a avádějící zmiňování placené spolupráce influencerů", mohly být formulovány, aniž by jakákoliv práce/výzkum byly realizovány.

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	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	D
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)

Práce trpí tu a tam neoborným a naivním jazykem. Abstrakt je tak vágní, že není jasná přidaná hodnota práce (navíc je psán v budoucím čase). Mnohé formulace nedávají smysl, kupř. "V případě sledování obsahu tvořeného influencerů není ani jisté, o jaký typ obsahu se jedná." [9]. Mnohé formulace se opakují (kupř. o času stráveném na sociálních sítích se dozvíme téměř v každé kapitole). Práce je špatně členěna, i v metodice je obsažena i rešerše či diskuze. Závěrečné části obsahují už řadu hrubek a překlepů, dáno asi uspěchanou finalizací práce.

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

Záměr práce byl užitečný a práce měla potenciál (daný i dvojitou odborností autorky na právo a komunikaci), nicméně ten vůbec nebyl naplněn. Rešeršní část práce připomíná spíše jakýsi rychlý komentář k zákonům a normám (a téměř neobsahuje studie věnující se skryté reklamě z oboru komunikace). Metodika je celá chybně, proto i výsledky (viz výše) a závěry práce bylo možné napsat rovnou, bez nutnosti provést předchozí výzkum (právo by mělo být vymahatelné a striktní, i kdyby skryté reklamě skoro nikdo nepodléhal, že...). Práce má tak limitně nulovou hodnotu.

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

5.1	Jaká alternativní vysvětlení Vašich výsledků Vás napadají (vizte návod výše)? Jak by byla jiná metodika je schopna odlišit?
-----	---

5.2 Co dalšího byste na svém výzkumu změnila, kdybyste jej měla provést znovu? Proč?

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1

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

- A
- B
- C
- D
- E
- F nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 30. 08. 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!