

Hodnocení bakalářské práce

Posudek oponenta práce

Jméno autora: Monika Musilová

Název práce: Genderové aspekty reklamy a subjektivní vnímání genderových stereotypů v reklamách dětmi ve věku 11-14 let

Vedoucí práce: Mgr. Leona Stašová, Ph.D.

Oponent práce: Mgr. et Mgr. Petra Kalibová

Téma práce: Studentka Monika Musilová zvolila téma, které je v současné společnosti velmi aktuální, objevuje se často v odborné literatuře a jistě koresponduje se studovaným oborem autorky práce. Téma genderových aspektů reklamy je navíc velmi originální a může přinést zajímavé poznatky.

Zaměření práce: Autorka se v teoretické části práce rozdělené do tří kapitol zabývá nejprve vymezením genderové role a stereotypů, představuje reklamu jako nástroj genderové komunikace a vymezuje specifika vývojového období puberty.

Empirické šetření: Empirická část práce je obsažena ve 4. kapitole, je logicky uspořádána, v úvodu této části autorka popisuje design výzkumu, definuje výzkumný cíl, formuluje výzkumné otázky, atd. Autorka zvolila smíšený design výzkumu a formuluje celkem tři hypotézy (zde je škoda, že autorka nepodložila jednotlivé hypotézy odbornými poznatky). Metodou je kombinace obsahové analýzy a dotazníkového šetření.

Autorka by neměla uvádět, že do výsledků zahrnula 104 „správně“ vyplněných dotazníků, jelikož toto může být pochopeno jinak, než jak sama autorka zřejmě myslela. Bohužel není dotažena do konce verifikace hypotéz, škoda, že autorka

nezvolila složitější statistické metody (např. test dobré shody), ale vyhodnocuje pouze na základě procentuální četnosti.

Ačkoliv empirická část práce obsahuje určité metodologické nedostatky, práce splnila má očekávání co do přínosu. Skutečně přináší velmi zajímavé výsledky.

Využitelnost pro praxi: Střední.

Rozsah práce: Předkládaná bakalářská práce je rozsahově velmi nadprůměrná (84 stran) a je rozdělena do čtyř kapitol.

Práce s odbornými zdroji: Autorka v textu přiměřeně cituje, celkem v práci využila 39 zdrojů, zahraniční zdroje byly použity, stejně jako metodologická literatura. Pokud autorka uvádí (např. na s. 10), že řada zdrojů hovoří např. o definici, měla by také uvést, o které zdroje se jedná.

Jazyková, formální a stylistická úroveň práce: Jazyková, formální a stylistická úroveň práce je na dobré úrovni. Chyby se neobjevují ojediněle (např. na s. 28, 30, 36, 71), dále doporučila bych autorce zdokonalit „odborný jazyk“.

Cíl práce: Cíl práce je uveden v úvodu práce jako „popsat genderové aspekty vybraných typů reklam“.

Konkrétní náměty, připomínky nebo otázky vyžadující doplnění u obhajoby:

1. Na s. 11 autorka uvádí, že se problematikou zabývá „velmi mnoho“ sociologů.
Může některé z nich uvést?
2. Na základě jakého klíče autorka volila jednotlivé reklamy do kapitol 2.1 a 2.2?

Navrhované hodnocení: výborně – velmi dobře – dobře – nedostatečně

Datum: 2. 4. 2015

.....

Podpis oponenta práce