

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Autor práce	Jiří Zapalač	
Název práce	Vnímání genderově neutrálních reklam mezi příslušníky generace Z	
Autor posudku	Mgr. Eliška Káčerková, Ph.D.	2024/25

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	a
Výsledné hodnocení	1,17	A

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

- Teoretická východiska se zabývají relevantními oblastmi a jsou vystavena na mnoha odborných zdrojích z odborných databází. To v rámci kvalitativní úrovně zpracování teoretického rámce vysoce převyšuje standardní bakalářské práce (většina zdrojů je zahraničních, objevují se uznávané odborné časopisy a odborné databáze).
- Metodický postup je nastaven vzhledem k vytyčenému cíli vhodně a srozumitelně. Výběr vzorku posuzovaných reklam však působí subjektivně, kromě kritérií stereotypnost versus genderová neutrálnost nejsou dány další klíčové vlastnosti pro výběr (např. produktová kategorie, hlavní aktér/aktérka reklamy, relevance výběru pro generaci Z apod.).
- Analytická část je přehledná, dobře strukturovaná, autor poměrně kvalitně interpretuje výsledky šetření. Zodpovězení výzkumných otázek je jednoznačné. Oceňuji konkrétní doporučení pro praktickou aplikaci v tomto typu reklamy.
- Po formální stránce jsou chybně označeny zdroje u obrázků 5 – 11.

Otázky k obhajobě:

- V kapitole o genderově neutrální reklamě uvádíte Tsichla (2020): „Reklama postupně přetváří vnímání genderových rolí tím, že představuje ženy jako sebevědomé, aktivní a nezávislé, zatímco muže zobrazuje v pečujících a rodinně orientovaných rolích. Tyto proměny do určité míry odrážejí širší společenské změny v chápání postavení mužů a žen.“ Existuje podle vás do budoucna riziko, že se role žen a mužů ve společnosti dostanou do opačného extrému?
- Lze pak mluvit o genderově neutrální reklamě, nebo spíše o reklamě, která otáčí genderové stereotypy do opačného postavení – u mužů (pečující o rodinu), u žen (úspěšná, nezávislá)?

Systém na kontrolu plagiátorství (STAG UTB) identifikoval shodu 2 %. Vedoucí práce konstatuje, že práce není plagiát.

Ve Zlíně dne 11. 5. 2025

Podpis: Eliška Káčerková, v.r.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01