

KATEDRA BOHEMISTIKY
Posudek na bakalářskou práci /magisterskou diplomovou práci

Autor: Bc. Kristina Záchová

Studijní obor: Česká filologie

**Název práce (česky/anglicky): Knižní blogeři jako nástroj marketingu /
Czech Book Bloggers as Marketing Tools**

Vedoucí práce/oponent: Mgr. Vladimír Polách, Ph.D. / Vít Gvoždiak, Ph.D.

Hodnotící kritéria	Hodnocení
Soulad názvu práce s obsahem, schopnost formulovat cíl a závěry práce	3
Teoretická podkladová koncepce, metodologie, terminologie	3
Schopnost analýzy excerpovaného materiálu/předmětu výzkumu a následné syntézy	3,3
Interpretace a argumentace	3,3
Sekundární literatura, tvůrčí aplikace, schopnost kritického komentáře	3
Struktura práce, výstavba textu, adekvátnost použitých stylistických prostředků, dodržení ortografické a gramatické normy	2,3
Bibliografický a poznámkový aparát, jednotný způsob citací	2,3
Výsledný průměr	2,9

1,0 – 1,3 – 1,7 – 2,0 – 2,3 – 2,7 – 3,0 – 3,3 – 4

Hodnocení písemné verze práce – návrh klasifikačního stupně:

Diplomová práce Bc. Kristiny Záchové se zabývá fenoménem knižního blogerství. V první části se autorka pokouší vymezit teoretický kontext čtenářství, čtenáře, knižní kultury a blogů, specificky knižních blogů; v druhé části sumarizuje výsledky dotazníkového šetření, které ve čtyřech segmentech – mladí čtenáři (15–20 let), čtenáři českých knižních blogů, knižní blogeři a nakladatelé – provedla. Celkově se (pravděpodobně) pokouší předložit obraz knižního blogera v kontextu současné knižní kultury. Navzdory snaze, kterou autorka vyvinula a je patrná zejména v praktické části, se diplomová práce potýká s řadou problémů a celkově bohužel znamená, že se téma knižního blogerství rozpadá pod tíhou teoretické neukotvenosti a chaotické změti dat. První, teoretickou část práce je nutné hodnotit přinejmenším jako minimalistickou a reduktivní, spíše však jako nahodilou a do značné míry zmatenou. Všechna témata a všechny problémy, jimž se autorka věnuje, jsou jen stručným komentářem k terminologii či koncepcím, které s knižní kulturou a knižním blogováním tím či oním způsobem souvisejí. Zcela však chybí jednoznačný výkladový rámec, který by právě teoretická část měla nabízet. Problematické je nejen celkové, nesoustavné pojetí výkladu, ale také jednotlivé pasáže vykazují celou řadu nedostatků: nepřipadnou stručnost (např. výklad v kap. Médium i dalších) doplňuje neujasněná funkce jednotlivých částí v celku teoretického výkladu (např. popis technického fungování blogu na s. 14), v některých případech autorka pouze opakuje již řečené (např. výklad o povaze knižního blogu), nesprávným nebo stylisticky neadekvátním způsobem formuluje hypotézy (např. ty genderové na s. 18), nabízí nepodložená tvrzení a spekulace (např. o motivaci psaní blogu na s. 18), směšuje bez zřejmého důvodu a vysvětlení různé koncepty čtenáře (s. 28), bez zjevných souvislostí s praktickou částí předkládá typologii blogosféry (s. 16)

atp. Teoretická část je nejednotná, neformuluje žádné jasné konceptuální a terminologické stanovisko, chybí jí jasnější zaměření a souvislost s částí praktickou; – zčásti se jedná pouze o reprodukci předchozích (zejm. Trávníčkových) výzkumů, a to bez jakéhokoli řádu, natož zhodnocení, kritiky či komentáře.

V druhé, praktické části autorka prezentuje výsledky dotazníkových šetření – tuto část lze považovat v kontextu práce za nejdůležitější; potýká se přinejmenším s dvojicí problémů:

(1) Výsledky jsou předkládány nejednoznačným a nepřehledným způsobem; autorka nerozlišuje mezi prezentací dat a interpretací výsledků. Velké množství údajů, které autorka nashromáždila, se jí nepodařilo smysluplně utřídit, natož interpretovat. Dalo by se říci, že interpretační úroveň diplomové práce zcela chybí. V kapitole Celkové závěry a vyhodnocení dotazníků (s. 77 nn.) autorka předkládá pouze rámcové shrnutí výsledků, nikoli jejich interpretaci. Také z hlediska prezentace dat je ale práce značně heterogenní: autorka kombinuje číselná a verbální vyjádření, u těch číselných kombinuje vyjádření procentuální s absolutními čísly, a vytváří tak složitou směsici nepřehledného výkladu. Není navíc zcela jasné, jakým způsobem dotazníkové šetření souvisí s otázkou knižního blogera jako marketingové nástroje. Ani v závěru práce se autorce nedaří formulovat jasnější výsledky (a důsledky) svého výzkumu. Dá se říci, že navzdory svému názvu se problému (knižního) marketingu diplomová práce takřka nevěnuje.

(2) Jak vyplývá z dotazníků, které autorka připojuje v přílohách DP, i výkladu v hlavní části práce, výzkum se týkal značně širokého spektra problémů (čtenářství, čtení, blogů obecně, literárních blogů, sociálních médií...). Eklektický přístup k problematice knižního blogerství i její (dotazníkové) řešení pak ústí v sumu zjištění, která mají často velmi malou výpovědní hodnotu, jako například zjištění, že „čtenáře zajímají recenze a články, které by měly být zajímavé (27x)“ (s. 65), v jiných případech jsou to zjištění, pro které se dotazníkové šetření nehodí, jako například stáří posledního článku na blogu (s. 53). Celkově lze říci, že dotazníkové šetření je připraveno velmi povšechně (mj. má zbytečně široký záběr) a vede ke sporným výsledkům.

Z jazykového/stylistického a formálního hlediska je práce spíše pod průměrem. Kromě problémů, které se týkají prezentace a interpretace výsledků dotazníkového šetření, se v práci poměrně často objevují stylistické neobratnosti typu: „Šikovní jedinci si mohou blogováním i přivydělávat.“ (s. 7); „Každý dotazník měl jiné otázky“ (s. 35); „V této cílové skupině bylo vyzpovídáno 353 osob, ale výsledky byly započítány pouze u 349 mladých, z důvodu čtyř respondentů v jiném věku.“ (s. 35); „15,4 % (8x) nesleduje, kolik návštěvníků mu za týden otevře stránku blogu.“ (s. 55); „Trvají si na bezchybném projevu“ (s. 75) atp.

Diplomovou práci Bc. Kristiny Záchové k obhajobě nicméně doporučuji; prozatím navrhuji klasifikační stupeň E.

Náměty pro obhajobu (formou otázek):

1. Jakou úlohu v současnosti sehrávají (tradiční) knižní blogy v kontextu dalších on-line platforem (videoblogy, podcasty, facebookové stránky a skupiny atp.)? Jaké jsou jejich limity a nevýhody?

2. Jaký vliv má obsahová stránka blogů na jejich marketingové využití? Jakému typu literatury se české knižní blogy věnují?

Další poznámky k práci, kritické připomínky:

Datum a podpis vedoucího práce/oponenta:

11. 6. 2018

Vít Gvoždiak