

Oponentní posudek bakalářské práce

Ústav: Ústav jazyků
Student(ka): **Faruk Pršeš**
Studijní program: Angličtina v elektrotechnice a informatice (B2655)
Studijní obor: Angličtina v elektrotechnice a informatice (2609R007)
Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Ing. Eva Ellederová**
Oponent bakalářské práce: **Mgr. Miroslav Kotásek, Ph.D.**

Akademický rok: **2019/20**

Název bakalářské práce:

Android vs iOS: srovnávací studie

Celkové hodnocení bakalářské práce:

Předloženou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.
Celkový počet bodů: 85.

Slovní hodnocení:

Faruk Pršeš ve své předkládané bakalářské práci porovnává dva operační systémy využívané současnými tzv. smartphony. Činí tak v přehledně rozvržené práci. Bohužel však autor není často schopen rozlišovat relevantní zdroje – „press release“, „public relations“ jsou brány stejně vážně jako jiné zdroje. Postrádám tedy schopnost rozlišit, že citovaná tvrzení mohou být sice pravdivá z pohledu prodejce/výrobce mobilních zařízení nebo softwarových vývojářů, kteří jsou však primárně vedeni nikoli snahou nestranně o produkt informovat, ale snahou (nutností) prodávat, i když je trh již plně nasycen. Do této kategorie spadá stylisticky nevhodné používání superlativů (nejcitelněji v nepaginovaném rozšířeném abstraktu – např. v případě adj. „nejlepší“, stejně jako užití slov „perfect“ a „perfectly“ – s. 19).

Nejsem příliš kompetentní k posouzení vhodnosti otázek v dotazníku, snad bych jen namítl, že zvolená věková skupina je příliš úzká (18-30 let). Nejsem také schopen říct, zda počet respondentů je dostatečný pro nějaké relevantní závěry. Vyhodnocení některých výsledků je diskutabilní a hraničí s deformací, přičemž svědčí spíše o autorově zjednodušené představě o sociologické dynamice konzumerismu než o čemkoli jiném: „young women [...] tend to care more about trends, product popularity and prestige“ (s. 31). Opakovaně se objevují odkazy k výrobkům firmy Apple jako k „prestižní“ značce. Otázkou, kterou si autor neklade, ale která je zřejmě z pohledu (nejen) marketingu podstatná, je, kdy přestává být značka prestižní svou exkluzivností (penetrace trhu je vyšší než 50 % a výrobky dané firmy jsou tak více než běžné) a stává se „prestižní“ skrz jiné faktory, jako je neopodstatněně vyšší cena než u konkurence, kultovní status (ať už jakkoli oprávněný nebo neoprávněný) apod. Z hlediska jazykového je práce zvládnuta dobře, objevují se občasné problémy v užití členů, chybná shoda v čísle u zájmen, chybně zvolené slovo (např. „honeycomb“ ani „lollipop“ nemají k sobě nadřazený pojem „dessert“ – s. 16). Výjimečně se objeví chyba ve slovosledu: „not only the user can“ nm. „not only can the user“ (s. 8). Pokud autor užívá zkratky a chce jejich význam vysvětlit, měl by tak učinit již při jejich prvním a nikoli až druhém použití („UI“ – s. 8). V práci odevzdávané na elektrotechnické fakultě mě překvapuje nutkání autora zdlouhavě vysvětlovat, co je „operační systém“, stejně jako to, co je „feature“ (s. 14). Práci navrhuji k obhajobě

Otázky k obhajobě:

Mgr. Miroslav Kotásek, Ph.D.
Oponent bakalářské práce