

Konzultantský posudek bakalářské práce Tamary Vraždové *Brands: Cultural Enginneers, Cultural Mediators or Cultural Mediators? The Exploration of the Relationship between Culture, Brands and Consumers*

Bakalářská práce Tamary Vraždové sociologicky zkoumá fenomén „brands“, specificky pak vztah mezi kulturním světem, značkami a spotřebiteli. Svůj výklad zasazuje do obecného kontextu současné „produkce“ a „konzumpce“ významů. Rozebírá několik přístupů a modelů vysvětlujících symbolický význam značek. Text je strukturován do 7 kapitol: v nich se autorka pokouší o pojmové a obsahové vymezení tématu své práce, historii reklamy, značek a spotřebitelského chování. Fenomén značek nahlíží z hlediska vztahu mezi kulturou, tvorbou významů či identitou spotřebitele.

Vyjádření konzultanta:

Bakalářskou práci Tamary Vraždové považují za velmi vyžralou a vysoce nadstandardní. Autorka sama zpracovala množství relevantní literatury k poměrně specifickému tématu: vycházela nejen z obecně pojatých studií, nýbrž i z úzce profilovaných časopiseckých studií. Dokázala identifikovat nosné teoretické přístupy, zhodnotit je i rozvést vlastní argumentaci. Text jako takový drží velice dobře pohromadě, je příkladně strukturována vzhledem ke komplexnosti tématu, které není na žádném místě pojednáno triviálně, zkratkovitě nebo rádo by atraktivně. Tamaře Vraždové se podařilo zrekonstruovat a vytvořit sociologicky relevantní a originální interpretaci fenoménu značek, která svádí dohromady jejich kulturní, sociální, symbolické i psychologické významy.

Práce je napsána dobrou angličtinou, rozsah citované literatury (příkladně zpracované) je vysoce nadstandardní.

Bakalářskou práci Tamary Vraždové *Brands: Cultural Enginneers, Cultural Mediators or Cultural Mediators? The Exploration of the Relationship between Culture, Brands and Consumers* považují za jistým způsobem výjimečnou a doporučují ji hodnotit jako *výbornou-vynikající*.

V Praze 8. 6. 2010

Jan Balon

