

**PhDr. Zdeněk Křížek**  
**posudek na bakalářskou práci**

**Mariany Kopecké**

## **„Etické aspekty reklamní činnosti“**

### **Volba a upřesnění tématu**

Autorka si ku zpracování své bakalářské práce zvolila téma zajímavé a aktuální. Reklama je často diskutována právě z hlediska etických (příp. morálních) aspektů, soudy bývají někdy subjektivní, liší se v prostoru (vzhledem k sociokulturním odlišnostem) i v čase (již odstup několika let může znamenat velký posun v hodnocení některých skutečností). Autorka si byla těchto úskalí vědoma a je sympatické, že ji to neodradilo od hlubšího ponoru do problému a hledání vlastních závěrů.

Vzhledem k tomu, že téma je značně široké, bylo zkoumání zaměřeno jen na jednu z možných oblastí, totiž na etické aspekty reklamy využívající erotických prvků.

### **Metodika zpracování bakalářské práce**

Mohu s potěšením konstatovat, že autorka pracovala na své bakalářské práci systematicky a pečlivě. Využívala možností konzultací a chodila na ně vždy dobře připravena.

Správně jsou stanoveny konkrétní cíle práce a formulovány pracovní hypotézy, jejichž validitu autorka v závěru práce zhodnocuje na základě analýzy sekundárních zdrojů i vlastního dotazníkového šetření.

Práce zachovává standardní strukturu, text postupuje od obecného ke konkrétnímu, od teorie k praktické (empirické) části. Členění kapitol a subkapitol je obsahově ujasněné, logické a přehledné.

### **Práce se zdroji**

Ani zde nelze vytknout nějakou zásadní chybu. Autorka prokázala, že s literaturou a dalšími zdroji umí pracovat. Využívá zdrojů relevantních, systém odkazování v textu je formálně správný. Snad jen v seznamu knižních publikací na konci by bylo vhodné bibliografické údaje doplnit i o ISBN. Asi na dvou místech v textu je nepřesně uveden název knihy O. Toscaniho (v seznamu literatury je již znění správné).

### **Obsahová stránka**

V práci jsem nenašel žádné zásadní věcné chyby. Autorka se mnou svůj text několikrát

konzultovala, mé připomínky respektovala a do konečné verze své BP zapracovala. Dalších připomínek nemám.

Zejména v teoretické části autorka prokázala, že se v problematice reklamy dokáže orientovat na velmi slušné úrovni, že umí využívat dostupných zdrojů a zaujímat k nim vlastní stanovisko.

Problém, který bylo nutné při konzultacích řešit, spočíval nikoliv v nedostatku erudice autorky, ale v zaujetí odpovídajícího úhlu pohledu. Například etické aspekty reklamy v oblasti využití erotických prvků a motivů nebylo možné analyzovat bez zmínky o genderových studiích. Na druhé straně zde hrozilo nebezpečí, že pokud by téma bylo pojednáno z tohoto hlediska, posunulo by to práci jiným směrem, odvedlo by to pozornost od cílů, které si autorka stanovila, a text by přestal být konzistentní. Domnívám se, že autorce se podařilo zmínit genderovou problematiku v rozumné (a nutné) míře, aniž by to poškodilo soudržnost práce.

### **Praktická (empirická) část**

Autorka pro svou analýzu využila jak výsledky jiných výzkumů, tak vlastního dotazníkového šetření. To bylo realizováno mezi 120 pražskými vysokoškoláky. Autorka je si vědoma jak toho, že nejde o reprezentativní výzkum, tak skutečnosti, že respondenti představují pouze určitou poměrně úzkou sociální skupinu, a že tedy nelze výsledky průzkumu zobecňovat na celou populaci.

Domnívám se však, že toto ani není účelem (a není ani v možnostech) práce. Důležité je, že autorka prokázala jak znalost základní teorie sociologických výzkumů, tak vlastní praktické schopnosti podobný výzkum realizovat. Na konci této kapitoly pak navrhuje, jakým způsobem by měl být v dané oblasti proveden výzkum, který by měl reprezentativní platnost. To je podle mého názoru dostačující pro účel kvalifikační práce bakalářského stupně.

### **Jazyk práce**

Z jazykového hlediska je text této BP celkem v pořádku. Občas se vyskytují překlepy, jindy si autorka vypomáhá nevhodnými a nehezkými neologismy („vyzjistit“ - str. 8 dole). V zásadě je však text z jazykového hlediska kultivovaný, přehledný a věcně přesný.

### **Celkové hodnocení**

Bakalářskou práci Mariany Kopecké považuji za kvalitní, doporučuji ji k obhajobě a hodnotím stupněm 1 - .

Jako námět pro případnou rozpravu při obhajobě navrhuji zamyšlení autorky nad příčinou, proč náš etický reklamní kodex věnuje tak malou pozornost právě aspektům spojeným s využíváním (a zneužíváním) erotických motivů.

V Praze dne 26. 8. 2010

PhDr. Zdeněk Křížek