

## Posudek na diplomovou práci **Silvie Petty** „**Reklama a společnost (ČR od začátku 90.let)**“

Předkládaná diplomová práce pojednává o stále pro sociální vědy atraktivním tématu reklamy; její charakter je teoreticko-empirický.

Teoretická část se zde skládá z různých důležitých momentů existence reklamy – ve výkladové posloupnosti jde o:

- marketing (jakožto širší rámec reklamy samotné, v realitě),
- pojetí reklamy (jaký měla autorka důvod k výběru právě uvedených definic?; postrádám sociologický přístup k reklamě),
- typologizace reklamy (některé subkapitolky jsou spíše výčtem, jakýmsi konspektem, než uceleným textem; celkově kapitola končí tabulkou bez komentáře),
- vývoj reklamy (ve skutečnosti jde spíše o vývoj médií pro reklamu než reklamu samotnou; nicméně oceňuji stručnost nutné pasáže a to, že se soustředí na současnost s jen s kusými poznámkami k vývoji do II.poloviny 20.století – ovšem bylo by vhodné změnit název podkapitoly; nenašly by se jisté analogie ve „vlasteneckých motivech“ na přelomu 19./20.st. a dnes?; opravdu se dá říci – str. 17 -, že socialismus neznal konzumní životní styl?),
- právní základy (něco je jisté v daném tématu nutné probrat či připomenout, ale mnohdy jde o zbytečné detaily – např. na str.23 vyjmenování všech členů Rady pro reklamu; ani institucionalizace reklamy není v této souvislosti tím nejdůležitějším a bylo možné ji s čistým svědomím vynechat),
- psychologii reklamy (psychologický aspekt reklamy je, pochopitelně, velice podstatný až téměř klíčový, nicméně vzhledem k tomu, na jakém oboru je práce obhajována, bych opravdu přivítala přinejmenším pohled sociologie; celá kapitola je až příliš důsledně založena na práci Vysekalové – podobně jako i některé předchozí);
- kapitolu „Češi a reklama“, pod kterýmžto názvem se skrývá výklad základních výsledků výzkumu Factum Invenio z r. 2011 o vztahu Čechů k reklamě (stručný obsah závěrečné zprávy).

Následující kapitolou, či spíše druhou částí je empirický blok vycházející z vlastního průzkumu na téma „Mladí lidé a reklama“. Důležitá (a sociologická) je kapitola o tzv. generaci Y, jejíž příslušníky chtěla diplomantka (v souvislosti s jejich názory na reklamu) zkoumat – je škoda, že se autorka tomuto tématu nevěnovala více, a to v teoretickém bloku. Diplomantka dále informuje o metodice výzkumu – dotazník posílaný e-mailem (ráda bych se dozvěděla něco víc o reprezentativním výběrovém souboru (úctyhodného počtu) 323 občanů ČR ve věku od 15 do 30 let získaných kvótním výběrem, resp. o konkrétních krocích výběru respondentů a realizace výzkumu). V dalším výkladu autorka postupuje podle jednotlivých otázek, které byly v dotazníku položeny – získaná data jednak souhrnně komentuje, jednak uvádí s podrobnostmi v tabulce, event. grafu (také v příloze). Zajímavé jsou např. části o postoji mladých lidí k jednotlivým tezím o reklamě, kde jsou výsledky průzkumu – pokud je to možné – alespoň částečně konfrontovány s výše zmíněným výzkumem celé populace. Diplomantka vždy usiluje o svůj vlastní komentář, své vysvětlení získaných dat.

Zhruba jeden a půl stránkový závěr je spíše závěrem k vlastnímu průzkumu – celkový závěr celé práce pak poněkud postrádám.

Přílohy obsahují užitečné dokumenty – dotazník a data z výzkumu.

Pokud jde o formální kulturu práce, mám 2 hlavní připomínky: 1) orientaci v textu silně stěžuje diplomantčina důslednost při uvádění názvu tabulky/grafu vždy pod tabulkou/grafem bez jakéhokoli zvýraznění; 2) problematičtější citování – u dokumentačního materiálu je zásadně jen obecný údaj, podle něhož původní text/data vyhledat nelze (např. str. 15 „Zdroj: Admosphere, s.r.o. (monitoring internetu: SPIR-Mediaresearch, a.s., ceny TV podla sledovanosti: ATOMediaresearch, a.s.)“) a při citování v textu chybí někdy stránka – nap.str.37, někdy i jiné údaje – např.str. 7. Ačkoli rozhodně nejsem expertem na slovenštinu, přece jen občasné chyby v interpunkci či vypadnutí písmen poznám.

Literatura není na diplomovou práci příliš bohatá, o to zřejmější je absence sociologických zdrojů.

Diplomovou práci doporučuji k obhajobě s předběžnou klasifikací dobře.

Praha, 9.9.2013

PhDr. Jana Duffková, CSc.