

Posudek vedoucího diplomové práce

název práce: **V zajetí konzumerizmu**

diplomantka: **Lucie Papíková**

vedoucí práce: **PhDr. Ondřej Hubáček**

školní rok: **2005/2006**

Předmětem diplomové práce je problematika konzumerizmu, zúžená na jeden z jeho nejcharakterističtějších projevů – módu. Autorka si klade za cíl přispět k poznání faktorů stimulujících dynamiku módních trendů a podporujících tak konzumní charakter spotřebního chování lidí. Jde tedy o téma v pravém slova smyslu kulturologické a zároveň aktuální. Přitom, přestože jde nepochybně o významný kulturní fenomén, není toto téma zatím v dostatečné míře předmětem systematického empirického zkoumání. Práce tak představuje zajímavý podnět pro aplikaci kulturologického přístupu k analýze a rozšíření poznatků kulturologie o problematice sociokulturních regulativů a kulturních vzorů v oblasti spotřebního chování.

Práce má dvě hlavní části. První část obsahuje teoretickou konceptualizaci dané problematiky prostřednictvím vymezení obsahu jednotlivých klíčových pojmů (masová společnost, masová kultura, móda, sociokulturní regulativ atd.) a jejich vzájemných souvislostí. Úroveň zpracování této části svědčí o tom, že diplomantka věnovala velkou pozornost jak studiu odborné literatury, tak sledování probíhajících diskusí o daných problémech. Uplatnila přitom multidisciplinární přístup, zahrnující společenskovední disciplíny jako sociologie, psychologie a kulturologie i relevantní subdisciplíny jako teorii masové kultury, sociologie volného času nebo antropologie módy.

Druhá část práce obsahuje popis metodologie a výsledky srovnávacího empirického výzkumu dané problematiky, který autorka prováděla. Cílem výzkumu byla verifikace vstupních hypotéz týkajících se vlivu tří faktorů na spotřební chování lidí - pohlaví, životní úroveň a reklamy. Výzkum autorka prováděla technikou hloubkových rozhovorů na souboru 16 respondentů (8 v ČR a 8 ve Švýcarsku), zkonstruovaného v souladu se vstupními hypotézami. Výsledky výzkumu podpořily dvě ze tří vstupních hypotéz – hypotézu, že ženy mají větší tendenci ke spotřebnímu chování než muži, a hypotézu, že lidé se subjektivně necítí být

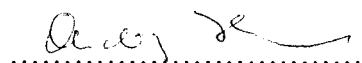
ovlivnění reklamou. Naopak, nepodpořily hypotézu, že Švýcaři mají díky vyšším konzumním možnostem vyšší tendenci ke spotřebnímu chování než Češi.

Ve obou částech má diplomová práce výbornou úroveň. Autorka prokázala schopnost jak teoretického zvládnutí poměrně složitého tématu, nacházejícího se v průsečíku obecnějších problémů masové kultury a spotřebního chování a stojícího na pomezí tří vědních oborů – kulturologie, sociologie a psychologie, tak operacionalizace tohoto tématu pro potřeby empirického výzkumu (včetně formulace vstupních hypotéz a převedení do podoby měřitelných indikátorů) a konečně i analýzy empirických dat a interpretace výsledků.

Práce přináší řadu podnětných poznatků, které by si zasloužily podrobnou diskusi. Z řady otázek, které se v této souvislosti nabízejí, považují za nejzávažnější dvě, které vyplývají ze specifického vymezení cílové skupiny výzkumu na zaměstnané lidi s vysokoškolským vzděláním ve věku 25 až 35 let. Zprvée, do jaké míry je možné (alespoň hypoteticky) vztáhnout závěry o přijetí první a třetí hypotézy na další skupiny populace v obou zemích? Za druhé, do jaké míry lze vztáhnout na jiné cílové skupiny závěr o odmítnutí druhé hypotézy?

Předloženou práci za výbornou a doporučuji ji k obhajobě.

V Praze dne 18. května 2006



PhDr. Ondřej Hubáček