



## POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Posudek oponenta

Autor práce: Barbora Pourová  
Název práce: Presentování stáří v reklamách  
Autor posudku: PhDr. Markéta Sedláčková, Ph.D.  
Návrh klasifikace práce: *velmi dobře*

#### Základní charakteristika práce.

Práce se věnuje aktuálnímu tématu stáří, konkrétně pak jeho zobrazování v reklamách. Toto téma není v české sociologii příliš zpracováno, jedná se proto o přínosný počín, přestože rozsah zkoumaného vzorku i interpretace zjištění mají své odborné nedostatky.

### KONCEPČNÍ STRÁNKA PRÁCE

#### Má práce jasně formulovaný záměr, cíl, výzkumnou otázku a odpovídají jim závěry?

Záměr zkoumání, tedy postavení stáří v reklamě, je jasně deklarován, přesto vymezení kategorie stáří se v průběhu práce ukazuje jako lehce problematické (odkdy, jak poznat věk zobrazovaný v reklamě).

#### Má práce adekvátně stanovenou a jasně vyloženou metodu a postup řešení?

Ano, metoda obsahové analýzy je adekvátní, technika sběru dat je popsána detailně.

#### Jsou jednotlivé části práce (zejm. teoretická a empirická) vyvážené a vhodně propojené, vytváří text konzistentní celek?

Teorie vyložené v první části jsou dále použity v části empirické, jak při kategorizaci pro potřeby analýzy, tak při interpretaci výsledků.

#### Jsou argumentace a text práce a vystavěny logicky, jasně, srozumitelně? Má práce přehlednou strukturu?

Struktura práce je vcelku logická, v úvodu je taktéž srozumitelně představena. V části 3 bych uvítala samostatněji a odborněji vytvořenou strukturu... (více viz hodnocení teorie).

### OBSAH PRÁCE

**Hodnocení kvality teoretické části práce** (relevance k tématu a záměru práce, šíře a hloubka, vzhled autora do problematiky, samostatnost, originalita zpracování...).

Teoretická část vysvětluje relevantní teorie k analýze stáří v reklamách. U části 3 se každá kapitola věnuje jednomu článku, dokonce je dle článku pojmenována. Navrhovala bych větší samostatnost a inovativnost autorky při vytváření struktury, články by bylo lepší více promíchat a diskutovat jejich závěry vzájemně. Minimálně uzavřít teorii shrnutím základních poznatků a naznačení jejich použití v empirické části.

Obecně bych ocenila více kritického přístupu k teoriím, např. socializace skrze média, ale vliv médií je přeci dále usměrňován názory okolí (rodina, škola...). Některá tvrzení autorky působí trochu naivně, např. str. 14 „bylo by užitečné, kdyby se média svým zobrazováním přiblížila co nejvíc realitě“. Vždyť většina médií je tu právě pro utváření jiné reality, nešedivé, a diváci je sledují také proto, aby utekli z reality, reklama je pak prakticky „světem snů“.

**Hodnocení kvality empirické části práce** (adekvátnost použitých metod a postupů vzhledem k cíli práce, správnost aplikace metod a postupů, prezentace a interpretace výsledků...).

V úvodu empirické části si autorka klade výzkumné otázky, podává dobrý a velmi detailní popis techniky sběru dat. Při utváření kategorií ke třídění dat oceňuji odvolávání se na dříve zmíněnou teorii, i tak další analýza ukazuje na problematické momenty kategorií. Přestože výběr vzorku je pro jakési hrubé zmapování obrazu stáří v české reklamě vcelku dostačující, pro srovnání s výsledky amerických výzkumů by bylo třeba vzorek konstruovat pečlivěji.

**Hodnocení diskuse a závěrů práce** (soulad interpretací a závěrů s výsledky empirických analýz, provedení diskuse závěrů, snaha o vysvětlení závěrů a jejich argumentace, zodpovězení výzkumných otázek, naplnění cílů práce).

V závěru práce je podáno vyhodnocování hypotéz na základě provedeného výzkumu, jen bych byla opatrnější v některých tvrzeních, např. „negativní zobrazování stáří...já jsem ve svém výzkumu nic takového nenašla“. Zprv je to třeba reklama se zobrazováním „zvědavé staré ženy“, kterou autorka dříve kritizuje, navíc už jen spojení s určitými výrobky, bez přímého negativního zobrazení, může starší lidi devalvovat (např. Prostamol UNO, kosmetika – vrásky jsou nepřijatelné...). Při finálním srovnávání s výsledky se zahraničními studii, bylo by dobré více připomenout omezení provedeného výzkumu (nereprezentuje všechny české reklamy).

## FORMÁLNÍ ASPEKTY PRÁCE

**Hodnocení naplnění kritérií odborného textu** (rozsah práce (BP 72-126 tis. znaků, DP 108-162 tis. znaků) citační normy, odkazy, popis datových zdrojů, jasnost odlišení myšlenek autora od převzatých, seznam literatury atd.)

Práce naplňuje základní parametry odborného textu. Poznámku mám k abstraktu, kde jsou úvodní 2, 3 a 4 věta informačně velmi slabé – je možno je vynechat – abstrakt by měl naopak obsahovat i zjištěné výsledky zkoumání, jen tak plní svou informační funkci pro další badatele.

**Hodnocení vhodnosti a úplnosti využití informačních zdrojů** (literární prameny, databáze, zahraniční literatura, datové zdroje...)

Využití zdrojů je odpovídající, otázkou je vzorek výzkumu (jeden televizní kanál).

**Hodnocení jazykové, stylistické a grafické úrovně práce** (grafická úprava, členění textu, označení příloh, zpracování tabulek, grafů, schémat atp.)

Práce je psána spíše jednoduchým jazykem, což sice zajišťuje srozumitelnost, trochu odbornější stylistika by ale neškodila. Oceňuji podrobné tabulky v příloze k analýze dat.

**Celkové hodnocení práce**

Celkově hodnotím práci jako velmi dobrou.

Datum: 27. srpna 2018

Podpis: