

UNIVERZITA PARDUBICE
Fakulta filozofická, Katedra sociálních věd
Posudek oponenta/vedoucího bakalářské/diplomové práce

Název práce: Vliv reklamy na život seniorů

Autor/ka práce: Iveta Špinková

Vedoucí práce: Zuzana Hloušková

Zvolené téma práce má potenciál rozvíjet teoretický aparát oboru komunitní práce, nicméně vnímám, že takto pojaté téma nelze v rámci bakalářské práce uchopit dostatečně do hloubky. Cíl práce je stanoven poněkud rozkolísaně, přesto se ho podařilo alespoň částečně naplnit. V teoretické části jsou nejprve rozpracovány všechny klíčové pojmy a uvedená teoretická východiska odpovídají stavu současného poznání i stupni studia. Studentka využívá adekvátní odborné prameny, které však zcela nekriticky přijímá, aniž by je reflektovala či analyzovala. Je vůbec obtížné najít nějaký vlastní text autorky, a tak teoretická část představuje především kompilaci vybraných teoretických postulátů z odborné literatury. Autorka práce se opírá především o poznatky z oblasti marketingu a zaměřuje se na psychologické působení reklamy. Za klíčovou považuji především kap. 1.4.3., která představuje východisko pro vlastní výzkum (zejm. formulaci hypotéz), protože se v ní autorce podařilo na základě nedávných výzkumných studií shromáždit poznatky zacílené na vztah reklamy a seniorů. Autorka si pro výzkumnou část zvolila kvantitativní výzkumnou strategii, metodu dotazování, techniku dotazník. Metodologie výzkumu je v základních obrysech popsána, trochu však v práci postrádám bližší popis organizace a průběhu výzkumu s uvedením časové posloupnosti jednotlivých kroků a také nějakou reflexi etických rizik výzkumu. Studentka na druhou stranu prokázala dovednost zpracování statistického třídění prvního i druhého stupně. Je škoda, že se více nezaměřila na rozdíly mezi respondenty z města a z venkova a spokojila se s pouhým konstatováním, že se jejich odpovědi v ničem neliší. Závěr obsahuje shrnutí především výzkumné části práce v porovnání s tvrzeními z odborné literatury, a navíc je aktuálně vztaženo k letos natočenému dokumentárnímu filmu Šmejdí, jehož shlednutí autorka doporučuje všem seniorům jako určitou prevenci před riziky předváděcích akcí.

Pokud jde o strukturu práce, odpovídá sice zvyklostem, přesto bych vytkla určitou torzovitost teoretické části a až přehnané třídění textu na mnoho malých podkapitol, které ani nejsou očíslovány. Po formální stránce nemá práce další výrazné nedostatky a odpovídá požadavkům kladeným na závěrečnou kvalifikační práci. Práci doporučuji k obhajobě a s ohledem na výše uvedené důvody ji navrhuji hodnotit známkou velmi dobře.

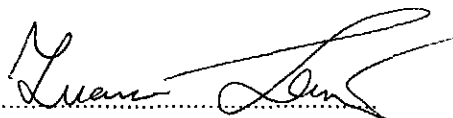
Doplňující otázky:

Jak si vysvětlujete, že se odpovědi respondentů z města a z venkova v ničem nelišily?

Dokážete domyslet, jaká rizika plynou z toho, že senioři v tak vysoké míře akceptují veškeré informace, které z reklam získají?

Jak lze ve vztahu k hypotéze č. 1 interpretovat dílčí výsledek z Vašeho výzkumu, kdy bylo 18% respondentů donuceno šetřit peníze kvůli tomu, že si chtěli koupit něco z reklamy, a tato situace se u nich opakovala více než třikrát?

Dne: 20. 8. 2013



Podpis vedoucí práce