

## **Kamila Mrázková: Vliv reklamy a referenční skupiny na spotřební chování dětí**

### **Posudek oponenta bakalářské práce**

**Oponet: Tomáš Samek, M. A.**

Bakalářská práce Kamily Mrázkové se snaží k mnoha již napsaným pracím na téma reklamního ovlivňování dětí přistoupit inovativně v tom, že nezkoumá jen samotný vliv reklamy, nýbrž i referenční skupinu a zpětný dopad dětské reklamy na spotřební chování rodičů. V zadání práce došlo ke změně z důvodů, které autorka nemohla sama ovlivnit, a je dobré, že tuto změnu hned na začátku přesvědčivě vysvětluje.

Práce má poměrně robustní teoretickou komponentu: ve své první a rozsahem největší části se komplexně věnuje různým aspektům spotřebního chování obecně a ve vztahu k reklamě zvláště, zkoumá vliv masových médií i internetu včetně sociálních sítí, zabývá se socializací, strukturou sociálních skupin a jejím vztahem k sociální konformitě. Promyšlená struktura této části dokládá schopnost pyramidálního myšlení v míře, jež je mezi studenty bakalářské úrovně studia spíše vzácná. Třebaže je tato část z drtivé většiny kompilační, je podaná živě a autorka umí výsledky svého studia podat tak, aby měl text potřebnou dynamiku, logickou návaznost a věcnou vyváženost: je zároveň čtivý i obsažný, opět kombinace dvou vlastností, s nimiž se v písemných projevech studujících nesečkáváme tak často. Škoda, že se autorka omezuje skoro výlučně na česky psané zdroje - to je samozřejmě zásadní omezení, neboť zahraniční literatura k tématu je v tomto směru mnohem bohatší a obeznámenost s ní by text posunula o třídu výš. U studentky schopné podat tak dobrý výkon tento nedostatek mrzí ještě víc.

Pokud jde o praktickou část, je třeba upozornit na to, že termín "respondenti", který autorka užívá, není vhodný, protože zde překládaný výzkum má kvalitativní povahu. Je dobré, že si autorka snaží všimnout sociální dynamiky v rámci cílové i referenční skupiny a systematicky komparuje vždy vliv reklamy a marketingu na děti i rodiče. Polostrukturované rozhovory jsou pečlivě zpracovány hned ve dvou směrech: jednak autorka promýšlí jejich strukturu z hlediska teorie spotřebního chování dřív, než otázky začne vytvářet, a to tak, aby postihovaly několik tematicky jasně vymezených okruhů; jednak autorka s obdobnou soustavností rozebírá výsledky svého výzkumu, v nichž identifikuje tři semiautonomní témata, která se v odpovědích objevují. Zde bych možná rád viděl větší pružnost při získávání odpovědí tak, aby výsledek nepůsobil jako nezbytný důsledek apriorního dotazovacího schématu. Víc promyslet to, nakolik způsob získávání poznatků ovlivňuje jejich výslednou povahu a podobu. A taky prohloubit výzkum širší paletou metod, než jakou je polostrukturovaný rozhovor.

V případě, že autorka bude pokračovat ve studiu, bych pro další práci doporučoval jednak již zmíněné doplnění jazykové kompetence, jednak prohloubení reflexivní složky, zejména s ohledem na epistemologické aspekty výzkumu, a to proto, že autorka intelektuálně zjevně má kapacitu na ještě podstatnější, hlubší analýzu, než jakou ve své pěkné práci podává. Práci **doporučuji k obhajobě** a navrhuji pro ni hodnocení **výborně minus**.



Tomáš Samek