

Hodnocení diplomové práce
Katedra teologické a sociální etiky TF JU v Českých Budějovicích

Název práce: **Etika ve světě reklamy**

Autorka: **Pavel Antl**

Diplomová práce s názvem „**Etika ve světě reklamy**“ je pojednána na 83 stranách formátu A4, včetně seznamu literatury, příloh a abstraktu. Práce je členěna do šesti hlavních částí. Členění se zdá být logické a přehledné. Napovídá tomu i úvod práce, který je dobrým uvedením do tématu a jeho vymezením.

První část je vlastně uvedením do problematiky. Autor obeznamuje čtenář se základními pojmy, kterými jsou komunikace, media, reklama. Postupuje vcelku seriózně, neodbíhá k nepodstatným detailům. Snaží se ve stručnosti a diferencovaně objasnit základní pojmy, včetně krátkého přiblížení historie reklamy.

Druhá část má čtenáři objasnit fungování reklamy a její dělení na adresáty. Jak sám autor na úvod této části připomíná, nemělo by jít o kapitolu popisnou, narozdíl od části předchozí. Tato část má svou kvalitu. Autor v ní prokazuje schopnost analyzovat problém. Je schopen kritické, etické reflexe, přesto že má občasnou tendenci sklouzávat k pouhému popisu věci. Celkově lze tuto část práce hodnotit jako zdařilou a poctivě zpracovanou. Má svou hodnotu i vzhledem k zaměření celé práce.

Třetí část se věnuje regulaci a samoregulaci reklamy v ČR. Na tuto část se dá vztáhnout beze zbytku hodnocení předcházející části, i když toho útěku k popisu je zde trochu více. Jedná se hlavně o části 3.3. až 3.5. V těchto případech šlo rozvinout reflexi o významu rady pro reklamu v ČR nebo etického kodexu.

Čtvrtá část nese název „**Eticky problematické reklamy**“. Již z názvu samotného je zřejmé, že se bude jednat převážně o popis vybraných reklam, což se následně v textu potvrzuje. Vystižnější by byl snad nadpis „**Etický pohled na reklamu**“. Přesto se nedá autorovi i v tomto uspořádání vytknout nepřehlednost zpracování. Ocenit je možné také odkazy na konkrétní příklady, které objasňují některá zdůvodnění.

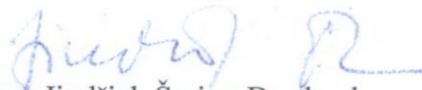
Pátá část se věnuje reklamě a mediální gramotnosti. V porovnání s předchozími kapitolami je tato část neobvykle krátká, jen pět stran textu. Její stručnost vypovídá o stručném pojednání v ní obsažené tematiky. Kvalitou zpracování nijak zvlášť nevybočuje z dosavadního trendu.

Šestá, poslední část má název „**Pozitiva a negativa reklamy**“. Pokud byla předcházející část krátká, tak tato je „zu kurz“, pouhé tři strany. Nejde to snad nazvat ani kapitolou. Autorovi již zřejmě docházel dech a tlačil jej čas. Jedná se o jakési úvahy formou otázek a odpovědí, pomocí nichž chce autor odpovědět na otázky vytyčené na úvod práce.

Celkově se dá říct, že práce svým charakterem splňuje požadavky kladené na takovýto druh práce. Jedná se o jednu z těch lepších prací. Oceňuji zvláště přehlednost práce a její linii, které se autor drží. Přispívají k tomu i kratičké úvody do každé z kapitol. Formální stránka, stylistická úroveň práce a odkazového aparátu jsou průměrné. **Práci doporučuji k obhajobě!**

22.8. 2009

České Budějovice


doc. Jindřich Šraj, Dr. theol.