

Katedra psychologie a sociologie TF JU
v Českých Budějovicích

POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

Autorka práce: Radka Cirhanová
Vedoucí diplomové práce: Jan Polivka
Posuzovatel: Jan Polivka
Název: Psychologické aspekty reklamy
Formální stránka:

včetně příloh má předložená práce celkem 87 stran a 124 poznámek. Obsahuje reprezentativní českou literaturu k tématu, navíc i méně dostupnou Brownovu monografii v angličtině, která patří k nezákladnějším. V její anotaci je chybička: nakladatelství se jmenuje Penguin, nikoliv Penquin. V seznamu literatury jsou i internetové zdroje, což je také plus a to tím spíše, že některé údaje bychom jinak dost těžko hledali. Závažnější chybou ovšem je, že autorka opomenula seřadit literaturu podle abecedy. Jinak je gramatická stránka vcelku v pořádku, překlepů není mnoho. Výjimečně se setkáme s některými formulačními neobratnostmi (např. str. 19 dole: „Již dávno dosahovala tato barva značného stupně účtyhodnosti.“). Práce obsahuje také průzkum, pro nějž byl použit dotazník konstruovaný autorkou. Nenašel jsem ale bližší charakteristiky vzorku zkoumaných osob. Prezentace výsledků průzkumu je graficky i formálně přehledná.


Prezentace práce:

nemám žádné významnější výhrady, odborné termíny jsou používány prakticky bez výjimky správně, práce je čtivá. Koncepce je ucelená a smysluplná. Dobrá je také prezentace některých vlastních názorů a motivů, proč bylo právě toto téma zpracováno. Zřetelný je zájem autorky o problematiku, což se pak projevuje adekvátně v celkovém výsledku.

Obsahová stránka:

originalita námětu koresponduje dobře s kvalitou zpracování. Teoretická část poskytuje velmi obстойný přehled o problematice, která je velmi aktuální. Kapitoly poskytují nejen prezentaci fakt, ale i řadu podnětů k zamyšlení. Při celkové složitosti zkoumaného problému někde dochází k simplifikacím, např. v otázce charakteristik barev, myslím si, že jakž takž rozumná tajná policie (str. 19 dole) bude spíš nosit nenápadný oděv a ne černý. Pochopitelně freudovská a jungovská symbolika jsou dost obtížnými tématy, chceme-li je charakterizovat stručně a přitom výstižně (str. 36 a 37), takže poněkud přílišným zjednodušením se nevyhnula ani autorka, i když uvádí řadu dobrých postřehů. Velmi dobrou ilustrací problematiky jsou různá loga a symboly, uváděná v textu. Nejlepší složkou práce je uvádění různých kontextů a aspektů reklamy, které svědčí o promyšlenosti koncepce práce. Je vždycky dobré, když se i vedoucí práce dozví něco nového, což ovšem nebývá zrovna často.

Celkově lze tedy konstatovat, že se jedná o zdařilou práci a proto ji doporučuji k obhajobě.


.....
(Jan Polivka)