



**Posudek vedoucího
diplomové práce:**

**REKLAMA ZAMĚŘENÁ NA DĚTI A JEJÍ ETICKÝ
RÁMEC**

Autor:

Bc. Jindra Votrubová

Diplomová práce studentky Jindry Votrubové s názvem „**REKLAMA ZAMĚŘENÁ NA DĚTI A JEJÍ ETICKÝ RÁMEC**“, předložená v rámci studia oboru Etika v sociální práci na Katedře etiky, psychologie a charitativní práce, byla psána pod mým metodickým vedením a dle mého názoru s určitými výhradami splňuje požadavky kladené na tento stupeň kvalifikační práce jak po stránce formální, jazykové, tak i obsahové. Rozsah, úprava, splnění formálních požadavků dle metodických pokynů, stylistická i gramatická úroveň jsou bez závažnějších závad a připomínek. Studentka po dobu tvorby diplomové práce systematicky pracovala a průběžně vznikající text konzultovala, i když se jí nepodařilo integrovat všechny mé zásadní podněty.

Co se týče obsahové stránky práce, autorka se zabývá tématem reklamy – jejího legislativního, psychologického, sociálního a etického rámce, zejména s ohledem na nezletilé děti. Úvodní kapitoly 1 (Mezilidská komunikace) a 2 (Reklama jako způsob komunikace) považuji vzhledem k zaměření tématu za zbytečně naddimenzované, zatížené množstvím rozdělení a poznatků pro téma nevyužitelných. Kapitola 3. (Právní a etická regulace reklamy) sleduje nejprve legislativní rámec reklamy, včetně komparace s německou a slovenskou úpravou. V dalším se věnuje etické samoregulaci reklamy (Rada pro reklamu) a etickému kodexu reklamy.

Následně autorka prezentuje postoje církevních dokumentů zaměřených na média (*Inter mirifica*, *Communio et progressio*, *Aetatis novae*). Tomuto tématu věnuje značný prostor (s. 53-66), ovšem ne všechny informace směřují ke klíčovému tématu reklamy zaměřené na děti a postoje církevních dokumentů podle mého názoru nejsou dostatečně kontextualizovány s celkem práce, zejména co se týče jejich vztahu k etickému diskursu. Práce na závěr nabízí podněty k tématu výchovy k mediální gramotnosti, které jsou logickým vyústěním tématu, ovšem domnívám se, že se v práci plně nepodařilo vystihnout podstatu etických důvodů ochrany dětí před působením médií, zejména reklamy (důstojnost, svoboda, kritické myšlení, obrana proti manipulaci apod.).

Za další nedostatky považuji poměrně málo rozsáhlé množství zdrojů, zejména knižních, autorka často velké části práce tvoří na základě jednoho dominantního zdroje (Vybíral, Vavříčková, Winter apod.).

Práci **d o p o r u č u j i** k obhajobě, přičemž ji vzhledem k uvedeným výhradám hodnotím známkou **d o b ř e**.

V Českých Budějovicích dne 14. 5. 2013

Roman Míčka