

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Křivková Hanka

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2020/21

Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta:

60490858@fsv.cuni.cz

Studijní program/specializace:

Komunikační studia se specializací Marketingová komunikace a public relations

Razítko podatelny:



Název práce v češtině:

Vnímání rychlé módy, jejích rizik a greenwashingu generací Z v Německu

Název práce v angličtině:

The perception of fast fashion, its risks and greenwashing by generation Z in Germany

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023)

(diplomovou práci je možné obhajovat nejdříve šest měsíců od schválení tezí)

LS 2023

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Značky produkující rychlou módu se v komunikaci dopouštějí tzv. greenwashingu, zavádějících sdělení klamajících zákazníka za účelem prodeje. Tato problematika se však naštěstí dostává do povědomí stále více spotřebitelů, obzvláště pak zástupců mladé generace, které se obecně téma udržitelnosti velmi dotýká. Cílem práce bude do hloubky prozkoumat, jak generace Z v Německu vnímá rychlou módu a greenwashing, jak této problematice rozumí a jaké k ní zaujímá postoje.

Dále bude cílem práce zodpovědět výzkumné otázky:

VO1: Jaká rizika si německá generace Z spojuje s pojmem rychlá móda?

VO2: Jaké značky považuje tato generace za vzory v udržitelnosti a jaké naopak ne?

VO3: Jak tato generace vnímá konkrétní tvrzení používaná v rámci greenwashingu?

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

Úvod

V něm bude představeno samotné téma a metoda výzkumu, čtenáři budou seznámeni s důvody, proč jsem dané téma práce zvolila, i s cílem práce doplněným o výzkumné otázky. Dále již v této části nastíním strukturu celé práce.

Teoretická část

1. Konzumní společnost

1.1 Důsledky

1.2 Udržitelnost a cirkulární ekonomika

V této kapitole bude vymezen výchozí obecný pojem konzumní společnost, budou představeny důsledky tohoto fenoménu a dále bude rozebráno, jaká se nabízejí řešení problémů spjatých s konzumní společností.

2. Móda

2.1 Funkce módy

2.2 Rychlá móda

2.3 Pomalá móda

V této kapitole bude představen a definován pojem móda a pro tuto práci klíčové pojmy týkající se současného módního průmyslu, tedy dvou protichůdných trendů. To bude doplněné o vysvětlení, proč dané jevy vznikly a příklady konkrétních výrobců.

3. Greenwashing v módě

Zde bude rozebrána problematika greenwashingu a jednotlivá konkrétní hesla, která značky rychlé módy ve své komunikaci využívají a chlubí se tak díky nim udržitelnou výrobou. Také objasním důvody, proč se k takové komunikaci značky uchylují, na principu nákupního chování.

Výzkumná část

4. Metodologie

4.1 Cíl práce

4.2 Výzkumné otázky

4.3 Výzkumná metoda

4.4 Výzkumný soubor

V této kapitole budou objasněny a odůvodněny výzkumné otázky. Dále bude popsána zvolená výzkumná metoda a její praktické provedení v této práci, zahrnutý bude i popis výzkumného souboru a způsob jeho výběru.

5. Výzkum

5.1 Vnímání rychlé módy

5.1.1 Povědomí o problematice rychlé módy a jejich rizicích

5.1.2 Značky asociované s rychlou módou

5.1.3 Informovanost (o procesech výroby, materiálech, certifikátech)

5.1.4 Vnímání ceny pomalé módy

5.2 Vyhodnocení výzkumu

V této kapitole bude detailně popsána podoba otázek, které budou respondentům položeny během rozhovorů nebo ohniskových skupin a v rámci jednotlivých podkapitol bude shrnuto, jak respondenti odpovídali. Následně zde budou výsledky šetření zpracovány a vyhodnoceny.

Závěr

V této části bude shrnuta celá práce, zejména klíčové poznatky, budou zodpovězeny výzkumné otázky. Dále zde bude reflexe případných limitů výzkumu a návrhy na další zpracování získaných dat. Pokud to bude možné, budou na základě závěrů formulovány hypotézy, jejichž obecná platnost by byla možná ověřit v kvantitativním výzkumu.

Seznam pramenů a přílohy

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Respondenti zastupující generaci Z žijící v Německu

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Explorativní kvalitativní výzkum na základě focus groups nebo hloubkových polostrukturovaných rozhovorů (konkrétní metoda bude zvolena na základě pretestů)

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. Praha: Univerzita Karlova vydavatelství Karolinum, 1993, 374 stran: tabulky; 21 cm. ISBN 80-7066-822-9.

Metodologická učebnice popisující metody sociálního výzkumu. Poskytuje ucelený pohled na kvantitativní i kvalitativní výzkumné metody. Kniha se z velké části zaměřuje i na problémy kvalitativního výzkumu a jedna kapitola je věnována problémům srovnávacího výzkumu.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace [online]. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

Popisuje kvalitativní metody sběru dat, jejich kódování, vyhodnocování a interpretaci. Pozornost věnuje i počítačovým nástrojům sloužícím kvalitativnímu výzkumu, psaní zprávy o výzkumu a hodnocení jeho kvality.

TAHAL, Radek. Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy. Praha: Grada Publishing, 2017, 261 stran : ilustrace ; 25 cm. ISBN 978-80-271-0206-8.

Autoři v knize reflektují moderní technologie a postupy, jednotlivá témata pojímají prakticky s ohledem na české podmínky i mezinárodní trh. Seznámíte se s úlohou marketingového výzkumu, se zásadami správných formulací při zadávání výzkumných projektů a s konkrétními metodami a technikami kvantitativního a kvalitativního výzkumu. Kniha přináší také řadu praktických aplikací z oblasti produktových a cenových testů, výzkumu životního stylu i testů reklamních kampaní.

VEBLEN, Thorstein. Theory of the Leisure Class. Start Publishing, 2013, 1 online resource (360 p.). ISBN 1-62558-147-5.

Veblen byl v tomto směru jedním z prvních, kdo upozornil – řečeno dnešní terminologií – na příznaky konzumního způsobu života. Jedná se o jednu z nejslavnějších prací tzv. kritické sociologie. Veblen ve své knize podal první systematickou analýzu životního způsobu, který je důsledkem společenské organizace založené více na motivu peněžního zisku než tzv. instinktu dobré práce.

HAUNEROVÁ, Klára, Vladimíra KHELEROVÁ a Zuzana ŠIMONOVSKÁ. Fashion management. Praha: Grada, 2019, 191 stran: ilustrace (některé barevné), portréty; 24 cm. ISBN 978-80-271-2113-7.

Publikace se věnuje hlavním aspektům, které ovlivňují výrobu a prodej módního zboží. Autorky představují kategorie módy (haute couture, ready to wear, fast fashion, pomalá a udržitelná móda) i celý cyklus od tvorby trendů přes návrh a výrobu zboží až po jeho prodej. Kniha dále seznamuje s postavením módního průmyslu v celospolečenském kontextu a ukazuje i jeho stinné stránky, zejména škodlivý dopad na ekologii a nelidské pracovní podmínky při výrobě zboží v rozvojových zemích.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

BORISOVA, Varvara. *Pre-loved: vintage obchody jako alternativa k rychlé módě*. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, 2021.

BOUROVÁ, Tereza. *Motivy spotřebitelů k nákupu upcyklované módy*. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, 2020.

DVOŘÁK, Michal. *Slow fashion v Praze*. 2018. PhD Thesis. Vysoká škola ekonomická v Praze.

KONÍČKOVÁ, Veronika. *Postoj českých internetových influencerů k fast fashion*. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2019.

KUBRANOVÁ, Lucia Nikola. *Spotrebiteľské správanie na trhu módného priemyslu so zameraním na Slow Fashion*. 2020. PhD Thesis. Mendelova univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta.

KUBŮ, Karolína. *Přístup českých módních návrhářů k otázkám udržitelnosti a jejich komunikace směrem k zákazníkům*. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2021.

LACKOVÁ, Karina. *Trend slow fashion a jeho vnímání mileniálními*. 2019. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí práce Hejlová, Denisa.

NIKOLIČI, Margarita. *Společenská odpovědnost v módním průmyslu*. 2018. PhD Thesis. Vysoká škola ekonomická v Praze.

ORŠULOVÁ, Lenka. *Fenomén udržitelnosti v módním průmyslu České republiky na příkladu značky NILA, retailu s udržitelnou módou a doplňky*. 2020. PhD Thesis. Vysoká škola ekonomická v Praze.

SEDLMAJEROVÁ, Tereza. *Problematika společenské odpovědnosti organizací v módním průmyslu*. 2020. PhD Thesis. Vysoká škola ekonomická v Praze.

STRAKOVÁ, Eliška. *Udržitelnost českých oděvních značek pohledem teorie paradoxu*. 2021. PhD Thesis. Vysoká škola ekonomická v Praze.

ŠÍMOVÁ, Klára. *Spotřebitelské chování zákazníků tří vybraných kamenných obchodů se second-hand oblečením*. 2017. PhD Thesis. Vysoká škola ekonomická v Praze.

ŠPONEROVÁ, Adéla. *Udržitelná móda v médiích očima redaktorů*. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Géla, František.

ZÁBRANSKÁ, Hana. *Specifika nákupního chování spotřebitelů v oblasti udržitelné módy*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2021, 114 s. (184 901 znaků). Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/47135>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ústav marketingových komunikací. Vedoucí práce Káčerková, Eliška.

Datum / Podpis studenta/ky

13. 3. 2023

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

doc. PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTIŠKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.