

Posudek bakalářské práce
Choroba a zdraví v reklamě
Barbora Ištoková

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Václav Hájek, Ph.D.

Oponent: Doc. PhDr. Jaroslav Vančát, Ph.D.

Práce Barbory Ištokové je věnována, jak název praví, způsobu, jakým se ke zdraví a nemoci staví reklama. Postupně definuje pojem zdraví, nemoci, reklamy, vrcholem je analytická část, v níž rozebírá reklamy, jejichž obsahem je zdraví, ve třech časopisech – od bulváru přes lifestyleový až k magazínu specializovanému na zdravotní rady.

Definice pojmu zdraví a nemoci se opírají o převážně psychologický přístup k němu (skoro bez dalšího povšimnutí je tam uvedena definice WHO o zdraví jako souhrnu biologického, psychického a sociálního stavu). Ještě více se tento přístup uplatňuje v části, věnované reklamě a jejímu působení, kde se však promítá se znovu uváděnými klasifikacemi zdraví nebo příklady zdravého života, z něhož reklama vychází. Např. v kapitole čtvrté, Reklama a zdravý životní styl se dozvíme, že „odborníci doporučují jíst 3 – 5 x denně“ či „každý jídelníček by měl obsahovat dostatek ovoce a zeleniny“ (s. 39). Zde bych místo toho očekával konkrétní příklady reklamního uchopení témat, uváděných v podkapitolách, na které se tato kapitola dělí: současná medicína, strava, pohyb, životní styl, atd.

Hlavním obsahem práce je konkrétní analýza reklam zaměřených na zdraví. Zde autorka poměrně kvalifikovaně popisuje jednotlivé aspekty jejich vizuálního působení, se schopností jejich stylového odlišení, závislého na tiskovém médiu (a typu jeho čtenářů), pro něž je určeno, což dokládá v závěru své analýzy. Možná by bylo zajímavé hledat hlubší vysvětlení, proč čtenáři bulvárního periodika nepotřebují hlouběji vizuálně propracovanou reklamu a zaměřit na to další výzkum.

Práce splnila svůj účel, proto ji doporučuji k obhajobě, v hodnocení velmi dobře.

31. 1. 2015