

**Pedagogická fakulta
Univerzita Hradec Králové**

Hodnocení diplomové práce oponentem práce

Jméno autora: Bc. Lucie BUŇKOVÁ

Název práce: Vliv mediální výchovy na postoj žáků druhého stupně základní školy k reklamě

Oponent: Mgr. Olga KESNEROVÁ RÁDKOVÁ, Ph.D.,
Katedra pedagogiky a psychologie PdF UHK

Téma práce: aktuální

Zaměření práce: Práce je rozčleněna na část teoretickou a praktickou. V teoretické části (kap. 2.) se autorka zabývá objasněním pojmu „reklama“, zaměřuje se na historii reklamy, typy reklam, jazyk v reklamě apod. V kapitole 3. autorka nejprve uvádí vymezení pojmu „postoje“ a zamýšlí se nad utvářením postojů a zvláště nad tím, za jakých podmínek se postoje mohou měnit. Jako velmi přínosná z hlediska studijního oboru autorky a její budoucí učitelské profese se mi jeví kapitola 4., týkající se mediální výchovy, především pak podkapitoly 4.3 a 4.4 Aktivity vhodné pro mediální výchovu a její realizace na ZŠ. Na druhou stranu velmi oceňuji nejen možnosti realizace mediální výchovy do konkrétního předmětu aprobace autorky (výchova k občanství, potažmo dějepis), ale právě i autorčinu snahu o konkrétní zařazení mediální výchovy i do výuky ostatních předmětů z dalších vzdělávacích oblastí. Velmi pěkné a přínosné jsou nápady a návrhy jejího konkrétního využití ve výuce. Kladně hodnotím i zpracování kap. 5. o kritickém myšlení, která je nedílnou součástí tématu Reklama, zvláště pak konkrétní příklady k jejímu rozvíjení.

Celkově autorka prokazuje přehled o dané problematice i schopnost pracovat s odbornými zdroji.

Praktická část obsahuje vymezení cílů výzkumu, stanovené hypotézy, popis použitých výzkumných metod, samotnou realizaci výzkumu a průběh projektového dne. Pro své výzkumné šetření použila autorka 3 dotazníky (s využitím Likertovy škály i otevřených otázek). Byly zvoleny dotazníky položené před a po realizaci projektového dne, které vhodně přispívají ke zjištění změny postojů žáků ve vztahu k reklamě. Autorka poté porovnává, zda změny v postojích žáků opravdu nastaly či ne. Je zajímavé, do jaké míry se hypotézy potvrdily či nepotvrdily.

Dále bych vyzdvihla přípravu na projektový den, která je zpracována velmi pečlivě, přehledně a podrobně. Oceňuji taktéž pestrost veškerých zrealizovaných činností a důslednou přípravu didaktických pomůcek a materiálů. Jediné, co by se dalo v celé práci vytknout, je malý „vzorek“ respondentů. Jistě by bylo zajímavé a přínosné, kdyby autorka projektový den zrealizovala i s jinými skupinami žáků. Na druhou stranu chápu, že je obtížné najít školu, která se uvolí věnovat studentovi 6 hodin na projektový den.

DP je velmi dobře zpracována, je vidět, že si autorka vše důkladně promyslela a následně zrealizovala. Cíle teoretické i praktické části byly sladěny.

Jazyková a stylistická úroveň práce: velmi dobrá

Rozsah práce: přiměřený

Použitá literatura: aktuální

Počet uváděných titulů: zcela dostačující až nadstandardní

Frekvence citací a odkazů v textu odpovídá požadavkům.

Práce s odbornými zdroji: velmi dobrá

Formální stránka práce: odpovídá požadavkům

Využitelnost pro praxi: vysoká

Cíl práce: splněn

Úroveň diplomové práce: odpovídá požadavkům

Práci doporučuji k obhajobě.

Autorku prosím, aby se u obhajoby zamyslela:

- nad tím, jaký má reklama vliv na český jazyk (na vytváření novotvarů, přejímání cizích slov, posunování významů apod.) a jaké by si na toto téma vytvořila a vymyslela činnosti;

- nad tím, jak by žákům vysvětlila, že televize nedodržují pravidla vysílacích časů, co se týče vhodnosti reklam pro určitou věkovou skupinu;
- nad tím, zda by projektový den koncipovala stejným způsobem nebo by po této zkušenosti něco změnila.

Výsledné hodnocení: A
V Hradci Králové 4. 5. 2016

Mgr. Olga Kesnerová Řádková, Ph.D.
oponent práce