

Příloha k protokolu o SZZ č.

Vysoká škola: JU v Č. Budějovicích

Pedagogická fakulta

Pracoviště: katedra společenských věd

Datum odevzdání posudku: 20. 8. 2021

Jméno a příjmení studenta:

Bc. Karolína Ranglová

Obor: *AJ2 - Olan*

Občanská výchova/ZSV

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Marek Šebeš, Ph.D.

Oponent diplomové práce:

PhDr. Helena Pavličíková, CSc.

POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

(posudek vedoucího/oponenta práce)

Název práce: Reklamní gramotnost. Teoretický koncept a didaktická aplikace.

Kritéria hodnocení práce (označte vždy právě jednu z možných známek: A – výborně, B – velmi dobře, C – dobře, N – nevyhovělo):

1. Struktura práce, její téma a cíle

(úplnost, logická posloupnost a vyváženost kapitol, rozsah práce, relevance tématu a cílů práce z hlediska přínosu pro určitý vědní obor, pedagogickou praxi apod.)

A	B	C	N
---	---	---	---

Reklamní gramotnost jako součást mediální gramotnosti je důležitým a rovněž poměrně atraktivním tématem, které je součástí RVP jak pro základní školy, tak pro školy střední. Oceňuji způsob, jakým se autorka rozhodla toto téma vyřešit – a to od rozsáhlého teoretického vstupu, až po samostatný tvůrčí vstup v podobě původních návrhů na vyučovací jednotky pro různé ročníky 2. stupně ZŠ i SŠ. Nevyhnula se sice při tom některým nepřesnostem zejména v pasážích, kdy se vyjadřuje k právním normám, které se zabývají regulací reklamy, přesto považuji výsledky diplomové práce za velmi zdařilé. Navíc je potřebné dodat, že diplomová práce jako celek představuje didaktickou pomůcku pro učitele výchovy k občanství a základů společenských věd.

2. Práce s literaturou a dalšími informačními zdroji

(výběr, správná citace, použití, dodržování bibliografických norem, napojení na existující datový a literární kontext, využití literárních rešerší pro volbu tématu práce a formulaci výzkumného problému, práce s cizojazyčnou literaturou)

A	B	C	N
---	---	---	---

Výběr literatury odpovídá zaměření tématu diplomové práce. Autorka neměla situaci jednoduchou, zejména v úvodních kapitolách, kdy se musela vyrovnat s velkým množstvím různých koncepcí cílů, forem a metod reklamy. Pasáže o psychologii reklamy nabízely prostor ke komentářům. Je škoda, že to nebylo využito.

3. Metodologická a metodická stránka práce

(stanovení cílů práce, vhodnost a kvalita dat a metod, popřípadě metodologické zdůvodnění výběru metod)

A	B	C	N
---	---	---	---

Metody odpovídají stanoveným cílům. Autorka dokáže i poměrně složitou problematiku podat srozumitelně a vhodně ji zařazuje do celku kapitoly, popř. podkapitoly. Poznatky formulované v kapitole o reklamní gramotnosti jsou podstatné a některé by bylo vhodné v textu graficky zvýraznit (např. složky a dimenze RG).

4. Odborná správnost – znalost problematiky

A	B	C	N
---	---	---	---

schopnost aplikovat znalosti na konkrétní problém, správná práce s pojmy a koncepty, kontextuální správnost argumentace)

Zejména teoretickou částí práce prolíná komplex poznatků zpracovaných na základě pečlivého studia české i cizojazyčné relevantní odborné literatury. Propojit je do jednoho souvislého a logického celku nebylo vůbec jednoduché a autorka musela zvládnout i řadu různých názorů, které se vztahovaly k témuž problému. Proto se nabízelo, aby autorka některé tyto pasáže více komentovala. Třeba konkrétně některé názory na pojetí reklamní gramotnosti. V praktické části práce autorka prokázala, že teorii dokáže aplikovat do učitelské praxe.

5. Závěry a naplnění cílů

A	B	C	N
---	---	---	---

(jsou formulovány jasné závěry, je zřejmé, jaké poznatky práce přinesla, jsou nové poznatky vztaženy k původnímu literárnímu kontextu, jsou výsledky práce nahlíženy kriticky – například jsou uvedena omezení pro jejich platnost?)

Cíl práce je explicitně formulován až v první větě Závěru, což považuji za chybu, i když je zřejmé z kontextu textu v samotném Úvodu, co chce autorka svou prací vyřešit. Pokud by Úvod diplomové práce byl rozsáhlejší, bezpochyby by to autorce pomohlo a přispělo k lepšímu a snadnějšímu hodnocení výsledků práce.

6. Úroveň jazykového a stylistického zpracování

A	B	C	N
---	---	---	---

(odborný jazyk, gramatická a pravopisná správnost, stylistická kvalita)

Je velká škoda, že se v textu objevuje řada chyb pravopisných, a to v základní shodě podmětu s přísudkem (např. začali se ozývat hlasy - na s. 10, tyto uvážliví konzumenti - na s. 22, studie zjistili – na s. 33). Problém činila i interpunkce zejména u vět vložených, sjednotit doporučuji psaní ženských příjmení – přechylovat!!

7. Formální a grafická úroveň práce

A	B	C	N
---	---	---	---

(obsahuje práce všechny náležitosti, jaká je její grafická úroveň)

Formální úroveň je velmi dobrá. Na rozdíl od pravopisných a gramatických chyb – konkrétně viz výše – je v textu minimum chyb písařských. Některé obrázky jsou nevýrazné a špatně rozlišitelné, možná by bylo vhodné řadit každou navrhovanou vyučovací jednotku na novou samostatnou stranu.

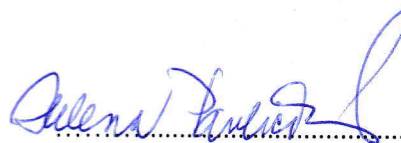
Celkové zhodnocení práce, popřípadě otázky k obhajobě

Diplomová práce Bc. Karolíny Ranglové splňuje všechny požadavky kladené na tento typ kvalifikačních prací, proto ji doporučuji k obhajobě a hodnotím známkou velmi dobře. Diplomantku bych chtěla vyzvat, aby u obhajoby vysvětlila tvrzení ze strany 23. „Budoucí reklama by měla udržovat rozmanitý život člověka s ohledem na životní prostředí“. Vidíte kolem sebe některé snahy různých firem naplňovat tuto tezi ve svém marketingu i v současné době?

Celkové hodnocení práce (výsledná známka není aritmetickým průměrem známek jednotlivých kritérií hodnocení práce):

A - výborně	B – velmi dobře	C - dobře	N - nevyhověl
-------------	-----------------	-----------	---------------

V Českých Budějovicích dne 20. 8. 2021



Podpis vedoucího/**oponenta** diplomové práce