

Příloha k protokolu o SZZ č.:

Diplomant: Bc. Nikola Macoszková

Vysoká škola: PF JU

Aprobace: Učitelství ZŠ – VV/OVn

Katedra: pedagogiky a psychologie

Oponent diplomové práce:

doc. PhDr. Ludmila Prokešová, CSc.

Datum odevzdání posudku:

24. 7. 2015

OPONENTSKÝ POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

Název: Vliv reklamy na vývoj pubescenta

Diplomová práce má velmi zajímavé a aktuální téma. Jeho výběr pochopíme, když vezmeme v úvahu aprobaci autorky. Dokázala ji – domnívám se – při práci v textu velmi dobře využít.

Skutečnost, že zpracovávala originální námět, měla určité výhody, na druhé straně bylo nutno prostudovat poněkud odlišnou odbornou literaturu v poměrně velkém rozsahu (viz seznam literatury).

Diplomantka v první teoretické části práce srozumitelně vymezuje základní pojmy, některé dokonce ilustruje vhodným výtvarným materiálem (přílohy 1. – 8. strana 117 -124). Pozornost věnuje i vývojovému období tj. pubescenci. K tématu se bezprostředně vztahují části zabývající se formováním osobnosti pubescenta a jeho sociálním vývojem.

V empirické části práce se autorka záměrně zaměřila na skupinu, která je z hlediska reklamy a jejího cíleného působení poměrně početná a relativně snadno se stává předmětem manipulace. Jde o pubescenta tj. žáka 2. stupně základní školy. Respondenty se v tomto případě stali žáci 2. stupně základní školy v Třeboni a v Třebíči. Počet 309 respondentů pokládám pro diplomový úkol za dostačující.

V kontextu s cílem výzkumu diplomantka stanovila 6 předpokladů. Potřebná data získala dotazníkovým šetřením. Pro tento účel sestavila originální dotazník a na vybraném vzorku (35 žáků) si v předvýzkumu ověřila jednoznačnost a srozumitelnost otázek a pokynů.

Vyhodnocení dotazníkového šetření, interpretace výsledků i jejich grafické vyjádření jsou provedeny velmi pečlivě a přehledně. Zjištěné údaje jsou v diskusi konfrontovány s předem stanovenými předpoklady a přinášejí zajímavé či méně očekávané skutečnosti (strana 184). Jde například o předpoklad č. 3, kdy by bylo možné očekávat „značkové podvědomí“ ve vztahu k sociálnímu statusu spíše u dívek. Naopak výsledky předpokladu č. 1 nemohly – domnívám se – poznatky k danému tématu příliš obohatit. Bylo by patrně zajímavější zachytit postoje respondentů k reklamě v souvislosti s chováním, názory či postoji v rodině, než v souvislosti s dosahovaným prospěchem (navrhuji jako námět k rozpravě při obhajobě).

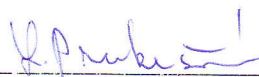
Celkově působí předložená diplomová práce vyváženě a jak po stránce obsahové, formální i stylistické plně odpovídá nárokům kladeným na diplomové úkoly. Její rozsah tyto nároky převyšuje.

Doporučuji k obhajobě

Klasifikace: **výborně**

Otázky k obhajobě:

1. V čem se nejvíce liší postoje žáků – respondentů – ze sledovaných škol?
2. Jaké jsou reálné možnosti škol při ovlivňování názorů žáků ve vztahu k masové mediální komunikaci? (například při výuce občanské výchovy, při realizaci průřezových témat a podobně)



podpis oponenta diplomové práce
doc. PhDr. Ludmila Prokešová, CSc.

V Českých Budějovicích dne 24. 7. 2015

Stupeň klasifikace	výborně	velmi dobře	dobře	nevyhověl
-----------------------	---------	-------------	-------	-----------