

Oponentní posudek bakalářské práce

Autorka: Radka Štěrbová

Téma BP: Reklama a dítě předškolního věku

Vedoucí BP: PaedDr. A. Kucharská, Ph.D.

Autorka si vybrala jako téma BP vliv reklamy na dítě v předškolním věku, téma řešené z pohledu různých vědních disciplin. V teoretické části mapuje základní charakteristiky dítěte v předškolním věku. Dále se zabývá reklamou, uvádí druhy reklamy a cituje etický kodex. Pokud by se autorka tématu věnovala i nadále, bylo by potřebné hlouběji se zamyslet nad působením reklamy na jednotlivé dimenze dětské psychiky – rozvoj sociálního učení, paměti, vnímání v předškolním věku. Z tohoto úhlu pohledu analyzujte při obhajobě výroky dětí na straně 44. Dále pak v tématu reklamy vzít v úvahu texty z psychologii reklamy z hlediska mediálního konzumu a jeho vlivu na sociální a emoční rozvoj dítěte. Přes uvedené zúžení teoretického přístupu k tématu práce, považuji teoretickou část bakalářské práce za solidní základ k praktickému šetření. Autorka citlivě pracuje s literárními odkazy i s dalšími informačními zdroji.

V praktické části autorka konkretizuje (viz s. 20) cíle BP a formuluje výzkumné otázky. V kapitole 2.3. nás seznamuje s metodikou vlastního šetření a upřesňuje výzkumný vzorek: dvacet osm předškoláků ve věku 3-7 let, čtyřicet rodičů a čtyři paní učitelky z MŠ. Autorka vytvořila projekt výzkumné sondy, jako základní metody zvolila: dotazník, rozhovor a miniexperiment. Výsledky přehledně a systematicky zpracovala v tabulkách. Věkové rozpětí dětí je příliš velké a jistě se promítá do zjištěných údajů. Bylo by zajímavé některé otázky například č. 8 analyzovat u věkové skupiny 3-4 letých a 6-7 letých dětí.

Diskuze k bakalářské práci je zajímavá a přináší podnětné informace pro učitelky z MŠ. Autorka se občas nevyhnula příliš subjektivním závěrům například: Děti tráví u televize stále více času... přepínání z jednoho kanálu na druhý... vaše výzkumná sonda však nepotvrzuje tento výrok. Naopak většina rodičů předškoláků volí vhodné výchovné postupy.

Náměty pro obhajobu BP:

Můžete komentovat pozitivní výsledek : 85% rodičů určují jaký televizní pořad je pro jejich dítě vhodný. Ale též negativní: 13% dětí sleduje televizi neomezeně a 5% se může dívat i na pořady pro dospělé.

Reklama LEGO: 90% dětí znají logo i stavebnici (str. 45) – jak hodnotíte vliv u této reklamu?

Závěrečná diskuse je vedena snahou po objektivním zodpovězení nebo alespoň otevření dalších výzkumných otázek, oceňuji, že si diplomantka uvědomuje složitost sledované problematiky jak z hlediska psychologie tak pedagogiky.

Bakalářská práce je po stránce formální i obsahově odpovědně zpracována. Projekt bakalářské práce byl příliš široce koncipován a i z tohoto důvodu jsou výsledky jen orientační, ale jistě inspirující pro pedagogickou práci učitelek v mateřské škole

Hodnocení bakalářské práce: velmi dobře

V Praze 9.1.2008

PhDr. Lidmila Valentová, CSc.