

Posudek bakalářské práce

Název práce: Reklama a dítě předškolního věku

Autorka práce: Radka Šterbová

Předložená bakalářská práce je zaměřena na problematiku vlivu reklamy na předškolní dítě. Téma je to zajímavé a aktuální – shodou okolností v minulých týdnech byla publikována mezinárodní studie, která upozorňovala na rizika vlivu reklamy na děti.

Autorka si projekt pečlivě připravila a realizovala. Samotné zpracování bakalářské práce bylo zkomplikováno zahraničním studijním pobytem autorky, ale je třeba poznamenat, že neměl na výsledek práce negativní vliv.

Práce je tradičně dělena na teoretickou a praktickou. Praktická část má rozsah 20 stran a autorka v ní využívá jak běžné a dostupné literatury (mapující zpravidla tématické okruhy předškolního věku), tak odkazů elektronických, které se nabízejí i v souvislosti s tématem. Poměr mezi oběma základními tématy (vývoj dítěte vs. reklama) je ve prospěch poznatků, týkajících se reklamy. Považuji to za možné, a to právě proto, že tato oblast není dosud příliš teoretizována. Autorka se, snad i někdy nad rámec potřeb pro její práci, zabývá druhy reklam, včetně reklamy elektronické. Naopak oceňuji nalezení pravidel, která by měla minimalizovat negativní účinky v dostupné formě (Etický kodex reklamy).

Praktická část je postavena na třech metodách, realizovaných v prostředí mateřských škol na Praze 7, kde byli respondenty rodiče, učitelé a samotné děti. V jednotlivých skupinách je vzorek různě početný a je zřejmé, že zpracování bylo poměrně náročné.

Autorka si stanovila šest výzkumných otázek, které jsou vztaheny k možnostem působení reklamy na dítě (trávení času u televize a sledovanost jednotlivých pořadů, výběr hraček, znalost reklam a jejich promítání do dětské hry, výběru hračky, námětů hry).

Získané údaje jsou sumarizovány v přehledných tabulkách a výsledky popsány, interpretovány i diskutovány. Oceňuji, že se autorka v průběhu psaní práce naučila rozlišovat mezi výskytem daného jevu a posouzením výskytu daného jevu rodiči – učiteli, které nemusí přinášet tytéž výsledky.

Prosím autorku, aby při obhajobě práce sumarizovala hlavní odpovědi na stanovené otázky, případně některé zajímavé údaje. Z mého pohledu autorka poměrně dobře postihla mechanismy, které se uplatňují při připoutání dětské pozornosti na reklamu (s. 42) a jaké negativní důsledky reklama dětem může přinášet (s.55-56). Také považuji za důležité, že rodiče ne vždy reflektují skutečný zájem dětí o reklamu, což se promítne třeba do toho, že si děti na reklamu hrají, že užívají slogany z reklam.

Dovedu si představit, že by některé dílčí výsledky mohly být publikovány, např. v Informatoriu 3-8. Doporučila bych zde, a prosím, aby se autorka práce o to pokusila i v rámci obhajob, vytvořit jakési „desatero“ pro vychovatele (rodiče – učitele), jak eliminovat možný negativní vliv na dítě.

Práci doporučuji k obhajobě. Splňuje kritéria obsahová na bakalářské práce, rozsahem práce byla i překročena (což souvisí s užitím tří metod s širokým obsahem). Práce je prosta literárních, obsahových či formálních nedostatků.

Hodnocení práce: výborně

PaedDr. Mgr. Anna Kucharská, Ph.D.

Katedra pedagogické a školní psychologie PedF UK

V Praze dne 18.1.2008