

## Posudek diplomové práce

|                      |  |
|----------------------|--|
| Téma:                | Využití reklamních spotů ve výuce němčiny jako cizího jazyka |
| Autor/ka:            | Bc. Ráchel Kopůncová   |
| Vedoucí dipl. práce: | PhDr. Pavla Nečasová, Ph.D.                                  |
| Oponent dipl. práce: | PaedDr. Dagmar Švermová                                      |

---

Autorka se ve své diplomové práci zabývá problematikou využití reklamních spotů ve výuce německého jazyka. Vzhledem k tomu, že reklamní spoty se stávají v současném světě takřka běžnou součástí života, je proto jistě dobrou myšlenkou využít toto médium i v rámci institucionálního vzdělávání, konkrétně ve výuce cizích jazyků. Z tohoto důvodu lze zvolené téma považovat za vysoce aktuální.

Diplomová práce je psána v českém jazyce a obsahuje 7 kapitol, je doplněna úvodem, závěrem, cizojazyčným resumé, seznamem příloh a použité literatury.

Záměr diplomové práce vyjadřuje autorka prostřednictvím dvou cílů, prvním z nich je vytvoření přehledu současného stavu využití tohoto média ve výuce němčiny. Druhý cíl autorka spatřuje v možnosti prezentovat odborné veřejnosti návrhy využití reklamních spotů ve výuce němčiny. Lze říct, že oba cíle diplomové práce byly dostatečně naplněny.

Posuzujeme-li strukturu i název předložené diplomové práce z hlediska výše uvedených cílů, je možné konstatovat, že práce v teoretické části vykazuje logické uspořádání tematických celků, které postihují důležitá témata potřebná pro řešení praktické části. Teoretická část práce je tedy zpracována logicky, solidně a značí dostatečný rozhled autorky v dané problematice.

V praktické části prezentuje autorka výsledky výzkumného šetření mezi učiteli na 2. stupni základních škol, kteří učí německý jazyk jako druhý cizí jazyk. Výzkum probíhal metodou dotazníkového šetření a expertního posouzení. Cílem bylo zdokumentovat aktuální situaci využití reklamních spotů ve výuce a na základě expertního posouzení didaktického zpracování dvou reklamních spotů objasnit, jak učitelé tyto možnosti výuky hodnotí a dochází k relativně překvapivému výsledku ohledně korelace délky praxe s četností využitím reklamních spotů. Zároveň autorka v praktické části předložila návrhy didaktizace reklamních spotů k expertnímu posouzení. Pro autorku je jistě potěšujícím zjištění, že předložená didaktická zpracování by většina učitelů ve výuce využila.

Pozitivně lze hodnotit jazyk, kterým je práce psána a celkově poměrně dobře zvládnutá formální stránka této práce. Kontrola shody s jinými publikacemi vykazuje hranici nižší než 5 %.

Seznam bibliografických záznamů shledávám pro tento typ závěrečné práce jako poměrně rozsáhlý a pozitivně lze hodnotit i jeho pečlivé formální zpracování.

Předloženou diplomovou práci k obhajobě doporučuji, neboť naplňuje požadavky kladené na tento typ závěrečné práce. Autorka by si měla k obhajobě připravit odpověď na otázku:

Čím je dle autorčina mínění způsobeno to, že v jím realizovaném výzkumu je učitelům s delší praxí využití reklamních spotů ve výuce němčiny bližší a co lze dále učinit pro jejich výraznější využití?

V Praze dne 1. září 2020

PhDr. Pavla Nečasová, Ph.D.  
katedra germanistiky