

Martina Jannová: Bulvarizace ekonomických týdeníků

Cílem předložené diplomové práce je prozkoumat hypotézu, že „proti propadu prodaného nákladu a poklesu čtenosti (...) se vydavatelé odborných tiskovin pokoušejí bojovat určitou mírou bulvarizace svých titulů“ (s. 1). Práce sestává z teoretické části (kapitoly 1 – 4) a vlastního výzkumu autorky (kapitola 5), během kterého se snažila ověřit teze a předpoklady formulované v první části textu.

V teoretické části se poměrně úspěšně podařilo začlenit téma bulvarizace do širšího kontextu studia masové kultury, což M. Jannové také umožnilo propojit jej s problematikou elektronických médií. Tuto vazbu sleduje přes pojem „infotainmentu“ (tj. sloučení informativní a zábavní funkce médií), který představuje specifickou formu prezentace zpráv, jež byla vždy příznačná zejména pro elektronická média, nyní však podobný princip přebírají další mediální instituce, tj. i tištěná periodika. Například metoda rychlého střídání záběrů a častých střihů uplatňovaná v TV zpravodajství se v případě tištěných médií projevuje v tom, že „základní zpravodajskou jednotkou se namísto článku stal odstavec“ (str. 19).

V této části autorka čerpá převážně z prací N.Postmanna, J.Fiskeho, I.Ramoneta a P.Bourdieu. Klíčová je pro celou práci zejména kapitola 3, v níž se objevují jednak definice bulváru a s ním souvisejících pojmů, jak jsou uváděny v odborné literatuře, zároveň se však sama pokouší vymezit základní znaky bulvarizace, podle jejichž sledování by bylo možné určit, nakolik se k tomuto postupu dnešní „seriózní“ média skutečně přiklánějí. Nakonec dochází k formulaci dvaceti základních znaků, které navrhuje rozdělit do 4 kategorií (str. 41 – 42): v rámci diskursivní složky odlišuje obsah a formu, u vizuální grafiku a fotografie.

Tím si M. Jannová velmi vhodně připravila půdu pro *vlastní výzkum*, ve kterém se dříve popsané projevy snaží metodou obsahové analýzy identifikovat ve výtiscích dvou ekonomických týdeníků (Eura a Profítu) z období čtyř po sobě jdoucích měsíců. Jak v teoretické části, tak během výzkumu se jí podařilo popsat a prokázat několik důležitých tendencí současné doby, jimiž je jednak snižující se vliv tištěných médií (prokazatelný na poklesu prodeje a čtenosti) a naopak rostoucí využívání elektronických médií, především internetu, která umožňují zejména rychlejší a snazší aktualizace informací. Z tohoto trendu pak vyplývá snaha vydavatelů tištěných periodik přizpůsobit sdělení vkusu a potřebám co nejširšího publika, což lze označit právě za „bulvarizaci“ či příklon k produkci obsahů, jež vykazují rysy příznačné pro tzv. „nízkou kulturu“.

Z formálního hlediska práce splňuje všechny nároky kladené na odborný text, autorka uvádí odkazy na zdroje a citace ve standardním formátu.

Celkově práci hodnotím jako velmi zdařilou, přestože první kapitoly mají převážně deskriptivní charakter a nenajdeme v nich mnoho hlubších analýz či upozorňování na složitější souvislosti, Martina Jannová ke zvolenému tématu přistupuje velice systematicky, od jasné formulace předpokladů, cílů a hypotézy, přes vymezení základních pojmů a deskripci podstatných jevů až po vlastní výzkum, v němž zmíněná teoretická východiska využije pro popis a analýzu konkrétních příkladů. Všechny části práce jsou tak dobře propojené a od počátku sledují jasně určenou linii.

Práci proto doporučuji k obhajobě a navrhuji ji hodnotit stupněm výborně.

V Praze dne 12.6.2009

Irena Aimová