

KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK MAGISTERSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu katedry.

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce Posudek oponenta

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Michaela Bražinová

Název práce: Rozbor mediálního trhu v ČR v roce 2009 z hlediska konstrukce publika za účelem prodeje

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Martina Vojtěchovská, Ph.D.

Pracoviště: OMG/MUP

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

| | | Odpovídá schváleným tezím | Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné | Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné | Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné | Neodpovídá schváleným tezím |
|-----|-----------------|-------------------------------------|---|--|---|-----------------------------|
| 1.1 | Cíl práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.2 | Technika práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.3 | Struktura práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

| | | Hodnocení známkou |
|-----|---|-------------------|
| 2.1 | Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu | 2 |
| 2.2 | Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji | 2 |
| 2.3 | Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu | 2 |
| 2.4 | Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli | 2 |
| 2.5 | Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru | 2 |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Soubor prostudované literatury, jakož i její aplikace a použití analytické metody jsou na vysoké úrovni. Autorka v teoretické i praktické části diplomové práce prokázala, že zvládla zvolené téma z obou těchto perspektiv.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

| | | Hodnocení známkou |
|-----|---|-------------------|
| 3.1 | Logičnost struktury práce, podloženost závěrů | 2 |
| 3.2 | Zvládnutí terminologie oboru | 2 |
| 3.3 | Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu | 2 |
| 3.4 | Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby | 2 |

| | | |
|-----|---|---|
| | s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.) | |
| 3.5 | Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7) | 2 |
| 3.6 | Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava | 2 |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce je logicky strukturovaná a velmi komplexně zpracovaná. Teoretická část jasně objasňuje hlavní oblasti zájmu studia konstrukce mediálních publik, které následně uplatňuje ve vlastní výzkumné části. Jazyk práce je bezchybný a stylistika zcela odpovídá nárokům akademické práce.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost tématu a závěrů apod.)

Autorka si zvolila originální téma, jehož zpracování se zhostila se ctí. Nutné je ocenit skutečnost, že podobná analýza v českém mediálním prostředí dosud chyběla. Její výsledky jsou cenným dokladem představ současných mediálních organizací o tom, jaké parametry mediálního publika jsou u zadavatelů reklamy žádané, jakým způsobem tato "reklamní" publika konstruují a jak s nimi pracují. Přestože metoda použité analýzy je velmi precizně objasněna, přesto vyvstává určitá nejasnost u vyhodnocování parametru "paradoxní výroky". Ty jsou pro účely práce definovány jako rozdíl mezi žádoucí strukturou publika ze strany mediální organizace a její skutečnou podobou (str. 49). Ponecháme-li stranou, že by bylo asi vhodnější v tomto kontextu hovořit o zkrslujících výrocih, je otázkou, jakým způsobem byly tyto výroky vyhodnocovány. Pokud by měl tento závěr platit, muselo by dojít k porovnání skutečné a deklarované struktury publika - tedy k prozkoumání dat z patřičných zdrojů, která publika popisují, a jejich porovnání s tím, jak je vykreslují mediální organizace. Vzhledem k velikosti vzorku, který byl pro účel diplomové práce zvolen, jde ale o technicky náročnou část. Proto by bylo dobré, kdyby autorka v rámci obhajoby objasnila, jak tyto "paradoxní výroky" přesně zkoumala.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT MUSÍ VYJÁDŘIT:

| | |
|-----|---|
| 5.1 | Otázka "paradoxních výroků" - viz výše. |
| 5.2 | Jeden ze závěrů výzkumu ukazuje, že média se při popisu svých publik příliš nezabývají tím, jakou dobu příjemci s médii tráví. Není však tato skutečnost dána spíše tím, že výzkum tištěných médií Media projekt (ve vzorku DP jsou tištěná média nejpočetněji zastoupena) tuto veličinu neměří? Tedy, že mediální organizace nemají danou informaci z "hlavního zdroje" k dispozici. |
| 5.3 | |
| 5.4 | |

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně – **velmi dobře** – **dobře** – **nedoporučuji k obhajobě**

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu katedry!