

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Martina Jiřiková

**Mystifikace médií ohledně uvedení telefonu
iPhone 5 a její dopady na společnost Apple**

Bakalářská práce

Praha 2013

Autor práce: **Martina Jiřiková**

Vedoucí práce: **Ing. Miloš Čermák**

Rok obhajoby: **2013**

Bibliografický záznam

JIRÁKOVÁ, Martina. *Mystifikace médií ohledně uvedení telefonu iPhone 5 a její dopady na společnost Apple*. Praha, 2013. 53 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce Ing. Miloš Čermák.

Abstrakt

Bakalářská práce se věnuje události ze 4. října 2011, kdy byl v kalifornském městě Cupertino představen nový telefon společnosti Apple – iPhone 4S. Ačkoli společnost Apple nikdy nevydala oficiální zprávu o tom, jaký model telefonu bude uveden, média několik měsíců předem přinášela nepravdivé informace, že půjde o zcela novou generaci telefonu – iPhone 5. Když tedy společnost Apple představila pouze vylepšený model stávajícího iPhone 4, a to iPhone 4S, přineslo to řadu zklamaných reakcí ze strany zákazníků, fanoušků i akcionářů samotné společnosti, kteří uvěřili zavádějícím informacím uváděným v médiích. Práce zkoumá za využití kvantitativní obsahové analýzy, jak některá média mystifikovala veřejnost, a na výše zmíněném příkladu demonstruje, jaké dopady mohou fiktivní zprávy prezentované v médiích přinést.

Klíčová slova

Média a jejich vliv, telefon, iPhone, Apple, fiktivní zpráva, výzkum, kvantitativní obsahová analýza.

Rozsah práce

Vlastní text práce bez anotací a příloh má rozsah celkem 83 135 znaků s mezerami.

Abstract

The Bachelor thesis focuses on the event of 4 October 2011, the new Apple - iPhone 4S was introduced in Cupertino, California. Although Apple never made a formal statement on what model of phone will be introduced, media brought false information that it is going to be the new generation - iPhone 5. Therefore, when Apple introduced only upgraded model of the current iPhone 4 - iPhone 4S, it has brought many disappointed reactions from customers, fans and shareholders of the company itself, who believed in the misleading information reported in the media. The thesis examines, using quantitative content analysis, how some media mystified the public. The above example demonstrates what the impact of such fictitious messages on our society really is.

Keywords

Media and their impact, phone, iPhone, Apple, fictitious news, research, quantitative content analysis.

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 2. 5. 2013

Martina Jiříková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Tomášovi Juřicovi za jeho cenné rady.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Martina Jiříková

Razítko podatelny:

**Imatrikulační ročník diplomantky/
diplomanta:**

2010

E-mail diplomantky/diplomanta:

martinajirikova@me.com

Studijní obor/forma studia:

Žurnalistika/prezenční

Předpokládaný název práce v češtině:

Mystifikace médií ohledně uvedení telefonu iPhone 5 a její dopad na společnost Apple

Předpokládaný název práce v angličtině:

Media misdirection regarding to the introduction of iPhone 5 and its impact on Apple Inc.

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2012/2013

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Ve své práci bych se chtěla zabývat mystifikací médií, ohledně uvedení telefonu iPhone 5. Několik měsíců před tím, než společnost Apple na své tiskové konferenci aneb keynote (na které prezentuje novinářům nové výrobky; pozn. autora) představila vylepšený model svého telefonu iPhone 4, začala média (česká i světová) spekulovat o tom, že bude uveden právě zcela nový model telefonu - iPhone 5. Ačkoli společnost Apple nikdy nevydala oficiální zprávu o tom, že tomu tak bude, média pravidelně přinášela zcela zavádějící informace o podrobnostech uvedení toho telefonu a to včetně jeho předpokládané ceny. Milióny lidí, kteří tak vycházeli z nepravdivých informací, tedy čekali na něco, co ve skutečnosti nebylo, což přineslo celou řadu negativních dopadů na společnost Apple. Ve své práci bych chtěla zmapovat způsob a rozsah, kterým média (zejména ta česká) mystifikovala veřejnost a následně zhodnotit dopady, které toto počínání přineslo.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

• **Úvod**

• **Vymezení pojmu mystifikace** - vysvětlení pojmů a uvedení několika příkladů v mediální oblasti

• **Představení společnosti Apple** - krátká charakteristika společnosti a její mediální politika

• **Monitoring médií do uskutečnění keynotu** - mapování mediálních výstupů v daném časovém období

• **Keynote společnosti Apple** - stručné shrnutí průběhu události

• **Ohlasy po keynotu** - reakce jednotlivých médií a komunit

• **Závěr**

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Internetová média (idnes.cz, ihned.cz, lidovky.cz, zive.cz, novinky.cz aj.)

červen 2011 - listopad 2011

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Zmapování mediálních výstupů týkající se uvedení telefonu iPhone 5 několik měsíců před keynote, následný rozbor mediálních ohlasů po keynote a závěrečný souhrn a analýza dopadů na společnost Apple.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

- **Síla médií a jak ji měřit, Škapová Hana, APRA 2000** - publikace se zabývá základní charakteristikou, principy, terminologií a formami mediálního hodnocení a odpovídá na otázky, proč je důležité vědět, jak je podnik hodnocen v médiích, jak publicitu změřit a jaké má hodnocení médií význam pro podnikový management.
- **Metody výzkumu médií, Tomáš Trampota, Martina Vojtěchovská, Praha, Portál 2010** - kniha obsahuje informace o zásadách jak komerčního, tak akademického výzkumu médií. Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií.
- **Inside Apple, Adam Lashinsky, Praha, Computer Press 2012** - kniha odhaluje fungování jedné z nejhodnotnějších a nejúspěšnějších společností na světě a popisuje vnitřní mechanismy společnosti Apple na základě rozhovorů s jejími zaměstnanci.
- **Moc a nemoc médií, Karel Hvizďala, Praha, Máj 2003** - kniha je rozdělena na dvě části. První část obsahuje rozhovory o médiích a novinářině jako takové, které Karel Hvizďala vedl s žurnalisty, sociology, filozofy aj. V druhé části se pak nachází vybrané články a eseje, ve kterých se autor zamýšlí nad stavem české i světové žurnalistiky na začátku 21. století.
- **Masová média, Jirák a Kopplová, Portál 2009** - autoři knihy nabízejí detailní uvedení do studia médií. Jedním z ústředních témat je mediální komunikace a složky, které zahrnuje.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

- **Výklad pojmu packaging s využitím značky Apple jako příkladu, Aleš Ducháč, Praha 2011**
- **Fiktivní zprávy v médiích jako způsob propagace, Karolína Lakomá, Praha 2011**

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

.....

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga
pedagoga**

Datum / Podpis pedagožky/

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTIŠKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.