

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

POSUDEK MAGISTERSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí(ho) práce Posudek oponenta/ky

Autor(ka) práce

Příjmení a jméno: Podzimková Linda

Název práce: Magazín KRAUS perspektivou politické ekonomie komunikace: kritická analýza fungování nového konceptu na českém trhu

Autor(ka) posudku

Příjmení a jméno: Křeček Jan

Pracoviště: KMS IKSŽ FSV UK

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)

Odchyly od tezí nejsou zásadní, navíc je jim věnována samostatná dvoustránková kapitola.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – 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	1
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	1
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	1

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

Práci by šlo rozdělit do tří bloků:

- 1) Teoreticko-rešeršní představení politické ekonomie komunikace, potenciálně využitelné jako nízkoprahový úvod do tohoto proudu/podoboru/přístupu mediálních studií.
- 2) Deskripce časopisu Kraus, jeho inspiračních předobrazů, podmínek vzniku, existence a zániku, obsahu jednotlivých čísel, souvisejících komunikačních aktivit atd. Vhodné pro archivaci v knihovně FSV UK jako plnokalorická informačně-datová konzerva.
- 3) Kvalitativní obsahová analýza, dokonce několikanásobná. Za pozornost stojí jak její objektivní a přehledně prezentované výsledky, tak i samotná cesta k nim (analýzu je tak možno číst i jako "manuál k metodě"). Všechny tři části jsou kvalitativně i kvantitativně nadstandardní.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	2

3.2	Zvládnutí terminologie oboru	1
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	1
3.4	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnot'te stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	1
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnot'te stupněm 5)	1
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce prošla důkladnou korekturou, již uniklo jen několik málo překlepů (např. "Krau" str.54 či "neznamenao" na str.73) a dva špatně vytištěné titulky (str. 149 a 150). Rovněž seznam literatury je při své rozsáhlosti téměř bezchybný, snad jen odkazu "Smythe, Dallas W. Dopis Vincentu Moscovi. 4. prosinec 1991" něco chybí... Jako ojedinělý lapsus působí též autorčino tvrzení, že Gramsci rozvinul koncepci hegemonie v 80. letech 20. století (zvláště když hned vedle do závorky dává odkaz s rokem vydání 1949, viz str. 34), ve srovnání s převládající autorčinou pečlivostí při sběru dat a opatrnosti při formulování stanovisek je výjimkou i nevhodně zdokladované tvrzení na str. 80-81 (přesvědčení o tom, že holandská společnost je přístupnější a otevřenější neznámému, např. užívání marihuany, by bylo třeba doložit názorovým průzkumem, ne jen statistikami konzumace, které mohou odrážet i např. dostupnost dané látky). V akademickém textu není třeba některé "získané tituly" blíže vysvětlovat, ale "adman" k nim nepatří (str.106).

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

Není snad potřeba opakovat výše zmíněnou chválu či pochybovat o hodnocení předkládané práce stupněm výborně, k úvaze zde proto nabídnu své rozpaky nad vztahem teoretických východisek celé práce (proklamovanými i v jejím názvu) a výslednou podobou textu, zejm. těch částí, kde ona východiska mají ožít a měnit se v konkrétní výsledky případové studie.

Zaprvé - i když uznáme, že PEK přístup nenabízí hotovou sadu analytických nástrojů, přeci jen se nemohu ubránit dojmu, že dominantní pozornost výzkumnice by měla být směřována jinam než do obsahů (a k jeho recipientům), případně být vedena jinak než zde ve stěžejních kapitolách 8 a 9.

A zadruhé - a možná ještě významněji - ve mně ony zmíněné rozpaky vyvolává citelná absence úvahy o médiích jako veřejné sféře (na kterou upozorňuje sama autorka zmíenkami jen heslovitými, v příkrém kontrastu s převládajícím náhledem na mediální prostředí jako "trh", přičemž s tímto termínem neoperuje kriticky, ale přesně opačně), zkratkovitě a až sebeusvědčující formulace typu "z hlediska politické ekonomie komunikace je nezbytné držet si kritický odstup i při hodnocení rozhovoru" (str. 178) ve srovnání s nekritickým přijímáním náhledu "marketingových odborníků" (str.189) či samotnou konceptualizací (ne)úspěchu na straně 191.

Jinými slovy a konkrétněji - práce vycházející z kritické tradice PEK by měla dospívat ke zcela jiné pointě než té zde předkládané - závěrečná kapitola zde totiž působí jako vystřižená z diplomové práce "oboru" PR a marketingu a/nebo jako návod pro vydavatele Bel/monda, jak na "díře na trhu" tentokrát již vydělat.

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

5.1	Proč jste nezmínila recenzi časopisu Kraus z pera Adama B. Bartoše a navazující vyhrcovenou diskusi v řadě médií, ústící až v podání trestního oznámení? V této souvislosti mimochodem - co vztah antisemitismu a PEK?
5.2	Můžete v březnu přijít představit svou analýzu na setkání kursu Základy obsahových analýz II?
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!