

Posudek na magisterskou práci:

E. Laňková: Tištěná média jako zprostředkovatel vlivu PR

FHS UK 2007

Problematika PR, marketingu a masové komunikace je téma poměrně novější a ne zcela propracované. Pokud odhlédneme od faktu, že většina významných výkladových kategorií pochází z okruhu buď sociologie nebo ekonomie, lze říci, že mediální výklady jsou zatím spíše na počátku.

Předložená diplomová práce E. Laňkové tak poněkud doplácí na zatím nepropracovanou terminologii a občasně střídání či zaměňování PR se zřetelně marketingovými cíli. Ačkoliv teoretická východiska práce jsou vesměs jasná, viz. str. 14-15, samotný závěr textu je příliš nepodporuje.

Např. deklarovaný vliv médií, str.144 není dostatečně průkazný už jenom z toho důvodu, že běžně používaná definice médií předpokládá rozeznání významu ještě předtím, než jej zprostředkovává: viz. kapitola 4.1 a 4.2. to znamená, že vliv médií by byl dán jaksi apriori předem, bez ohledu na to, s jakým marketingovým záměrem jej používáme. Potom vztah redaktorů a PR vychází spíše jako sekundární produkce samotných mediálních postupů a asi by stalo za to, zjistit, co s těchto postupů se dotýká marketingových strategií jaksi z definice.

Nicméně uvedené výhrady platí spíše pro samotnou oblast PR než jenom pro text E. Laňkové a v jejím případě lze brát v potaz skutečnost, že se s nesnadným úkolem vyrovnávala velmi pracně a v zásadě i metodologicky správně. Z tohoto hlediska hodnotím diplomovou práci jako velmi dobrou, částečně empiricky pokrytou vlastním šetřením a doporučuji ji k obhajobě. Ještě jedna výhrada na závěr: využívaná data šetření jsou vesměs nominálního řádu a téma by si zasloužilo přidat kardinální znaky.

Navrhované hodnocení: 21 -23 bodů.

Doc. PhDr. Jiří Bystřický, PhD.