

RECENZE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE LUKÁŠE ADAMCE A TOMÁŠE PROCHÁZKY  
NÁZEV PRÁCE:

VZNIK A ROZVOJ PROGRAMOVÝCH SÍTÍ SOUKROMÝCH ROZHLASOVÝCH  
STANIC V ČESKÉ REPUBLICE A SPOLEČNÁ MEDIÁLNÍ ZASTOUPENÍ PRO  
PRODEJ REKLAMY PO LISTOPADU 1989

Ing. Ladislav Kopecký

Cíl práce:

Cílem práce je vymezení legislativních a ekonomických podmínek, které vedly k procesu utváření sítí soukromých rozhlasových stanic na našem území po listopadu 1989.

Rozměrnost samotného názvu práce pokračuje rozměrností obsahovou. Zásadní proměny systému rozhlasového vysílání dané proměnami reklamního trhu i konáním regulátora jsou pojednána v souvislostech programových, ekonomických i legislativních. Práce tak nabízí poměrně ucelený obraz vývoje soukromých rozhlasových stanic v nové komunikační éře naší země.

Je třeba ocenit šíři i detailní, až dokumentaristickou sondu v rozboru vývoje a konání rozhlasových stanic, vlastnických struktur, programového a vlastnického sdružování, koncentrace a vliv tohoto procesu na současný obraz této části naší mediální scény.

Je chvályhodné, že autoři na základě bohatých zdrojů, rešerší a informací nevytvořili pouhou kompilaci ale projeví vlastní názor a vizi možného vývoje do budoucna.

Práce má logiku, je napsána živě s celou řadou reflexí a citací lidí, kteří svým konáním dnešní obraz rozhlasové části mediální krajiny utvářeli a budou se na jejím dalším rozvoji podílet.

Domnívám se, že jde o práci „vyššího řádu“, která jde za rámec bakalářského normativu.

Tandem autorů nabízí velmi plastický obraz a dokument polistopadového vývoje v jedné závažné mediální oblasti a je poučný pro všechny kdo by o toto téma projevíli zájem.

Na závěr drobná připomínka. Týká se str.49 a str.50, na kterých autoři popisují mechanismus zadávání a nákupu reklamy a schéma reklamního řetězce od klienta k médiu. Jde o vymezení funkce „buyer“. Tím může být velmi okrajově zadavatel reklamy neboli prvotní klient, reklamní agentura ale dnes už v drtivé většině mediální agentura. Další media buyer viz odkaz 124 na stránce 49 dole je tam podle mého navíc stejně jako mezičlánek „media buyer“ ve schématu na str.50.

Pokud se mýlím tak mne autoři mohou při obhajobě opravit. Jde o nepodstatnou metodickou připomínku, která ani v nejmenším nesnižuje vynikající úroveň práce. Uvádím to jen proto abyste viděli, že jsem to celé četl a nebyli překvapeni, že Vás na to později možná ještě někdo upozorní.

Práci doporučuji k obhajobě. Doporučená známka: výborně

