

KATEDRA MEDIÁLNÍCH A KULTURÁLNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY
Posudek na bakalářskou diplomovou práci

Autor/ka: Martin Žigo

Titul (česky + anglicky): Analýza reakcie čitateľov na spoplatnené články v internetových médiách

An analysis of readers' reaction to paid articles in online media

Vedoucí práce: Petr Orság

(nevypĺňuje oponent/ka)

Oponent: -

(nevypĺňuje vedoucí práce)

Hodnotící kritéria

**% podíl
na celkové
známce**

Znalost literatury k tématu:	10%	1
Vymezení tématu a formulace cílů práce:	15%	1
Použití relevantních zdrojů a dostatečný počet odkazů; správně vedený vědecký aparát:	5%	1
Logická výstavba práce a strukturace textu:	10%	1
Volba a použití adekvátní metodologie:	15%	1
Dostatečná analýza problému:	15%	1
Ucelené shrnutí výsledků práce a korektně formulovaný závěr:	20%	1
Jazyková úroveň textu (stylistická a gramatická):	10%	2

Celkové hodnocení před obhajobou:	1,1
--	------------

Do tabulky se wpisují **celá** čísla od 1 do 4, přičemž 1 = výborně, 2 = velmi dobře, 3 = dobře, 4 = nedostatečně. Výsledné hodnocení, které tabulka na základě vepsaných hodnocení sama sečte, převedte do navržené klasifikaci dle platné **klasifikační stupnice** (1 = A; 1,5 = B; 2 = C; 2,5 = D; 3 = E; 4 = F) a vepište do řádku níže.

Navrhovaná klasifikace před obhajobou:	A
---	----------

Témata a připomínky pro obhajobu, průběh obhajoby:

(je nutno vyplnit pro kvalitní přípravu na obhajobu; počet témat a připomínek rozšiřte podle vaší potřeby)

Bakalářská diplomová práce Martina Žiga se zaměřuje na jednu z nejvýznamnějších a nejobtížnějších výzev, kterou musí řešit současná média po celém světě, totiž na zpoplatňování zpravodajského obsahu. Přístup vydavatelů i čtenářů k dané problematice výrazně aktualizuje probíhající celosvětová pandemie, která obyvatele jednotlivých zemí ještě více nutí k životu v online prostoru.

Hledání funkčního obchodního modelu, který by vydavatelům zajistil stabilní existenci na mediálním trhu, má mnoho odstínů. Diplomant problematiku uchopil lokálně – zaměřil se na slovenský mediální trh, a současně ji nasvětluje z pohledu čtenářů a jejich ochoty/neochoty za zpravodajství platit. Autorovým hlavním cílem tedy bylo zkoumat názory čtenářů na danou problematiku. K naplnění cíle využil jak polostukturované rozhovory se zástupci médií, tak dotazník, jímž oslovil čtenáře. Obě metody lze – s ohledem na stanovený cíl – akceptovat.

Celková struktura práce je dobře promyšlená, jednotlivé části na sebe logicky navazují, autor krom obecných informací o digitalizaci tisku přináší kapitulu, v níž čtenáře seznamuje s modely zpoplatňování mediálního obsahu, které nabízejí různí vydavatelé ve světě. Pak už se věnuje situaci na slovenském trhu a vlastnímu výzkumu, který se soustřeďuje právě na ochotu platit za zpravodajské obsahy na internetu. Zdůvodnění dotazníkové formy šetření je korektní, dotazník autorovi vyplnilo 896 respondentů z řad slovenských uživatelů internetu. Autor se zaměřil na tři skupiny čtenářů: předplatitele, ty, kteří o předplatném uvažují, a ty, kteří o něm neuvažují, a zkoumal jejich motivace. Závěr práce přehledně shrnuje zjištění, k nimž autor dospěl.

Práci na vysoce aktuální téma hodnotím jako zdařilý studentský opus, autor k tématu rešeršoval nadstandardní množství zahraničních zdrojů, téma zasadil do patřičného kontextu a přehledně prezentoval výzkum.

Doporučuji ji k obhajobě.

K diskusi u obhajoby:

- V čem by autor viděl hlavní shody/rozdíly mezi vývojem přístupu vydavatelů ke zpoplatnění obsahu na Slovensku a v Česku?

Doporučení k obhajobě:

*Bakalářská diplomová práce **je doporučena** k obhajobě, pokud celková známka před obhajobou **není horší než „dobře“**.*

(K řádku není třeba nic doplňovat.)

Podpis vedoucího práce (jen v tištěné verzi):

Petr Orság

Dáno v Kratzdorfu 22. května 2021