

## OPONENTSKÝ POSUDEK

### DIPLOMOVÉ PRÁCE

BcA. Zuzany Kučerové

### *Česká televize a náctiletý divák*

Diplomantka si odvážně zvolila (sice) frekventované téma, avšak zároveň – v nedávné minulosti i žhavé současnosti – seriózně takřka neprobádatelné. Poskytovatelé audiovizuálního obsahu (nejde jen o televizní vysílatele) na celém světě hledají klíč k oslovení tak nekoherentní cílové skupiny, jakou představují takzvaní „náctiletí“ (i pro nepřátele anglicismů snad výstižněji „teenageři“). Jejich nesnadné věkové typizaci se Zuzana Kučerová vcelku korektně a podrobně věnuje, neboť si zjevně uvědomuje, jak zvolený věkový interval (11+) fakticky vylučuje obecněji platné závěry. Ze stejných důvodů diplomantka předmětnou cílovou skupinu zastřešila věkem 15 (let), deskripcí tedy: „starší školní věk“ či „dospívající“, event. „teenager“. Lze si představit mnoho výhrad specializovaných sociologů, ale i při jejich vědomí oceňuji rozhodnost diplomantky k vytýčení věkového rozpětí, bez něhož by se nepohnula z místa.

Ač by to titul diplomové práce umožňoval, diplomantka ve svém zkoumání nezůstává jen doma, vhodně se rozhlíží po několika dalších evropských zemích, aniž by zůstala pouze u ikony – a často i etalonu – poskytování služby veřejnosti vysíláním (*public service broadcasting!*), korporace BBC. Studium programové strategie cílené na teenagery dalších britských stanic, polské TVP, norské NRK a zejména německých ARD a ZDF diplomové práci výrazně prospělo.

Kučerová dobře pracuje i se zdroji, nutnými pomůckami pro vhled do zkoumané problematiky; z opravdu široké palety uměla zvolit významnější, jedněmi z nich jsou např. studie vysoce odborné instituce IZI (mnichovský *Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen*), z jehož materiálů čerpá i cituje. V průběhu psaní diplomové práce dokonce IZI vydal novější skvělou verzi studie *International Data on Youth and Media 2016* (sestavené Heike vom Orde a Alexandrou Durner), podobně jako studii *Basic Data Children and Media 2016* zabývající se dětským auditoriem v Německu, kompilovanou stejnými autorkami. Možnost použití těchto nejnovějších dat by práci jistě prospělo. Diplomantka zmínila i důležité bienále *Prix Jeunesse International*, televizní festival pořádaný též v Mnichově, navázaný na významnou teoreticky-výzkumnou asistenci právě IZI. Vzhledem k absenci podobně kvalitních výzkumných aktivit v České republice měla diplomantka ztíženou pozici, avšak o to víc se její diplomová práce může stát důležitou informací i pro dramaturgy a programové strategy České televize (i jiných domácích vysílatelů). Zuzana Kučerová poctivě zmiňuje a komentuje i *The Tru Study Česká republika 2014* zhotovenou agenturou TNS AISA specializovanou na marketingové výzkumy a informací (zřejmě jde o syndikovanou studii TNS AISA zaměřenou na hodnoty, životní postoje, názory a chování mladých lidí ve věku 12 až 26 pod názvem *Tru Report* z roku 2014).

Výhrady k vlastnímu textu diplomové práce mohou mít spíše charakter kritických připomínek. Kromě drobných interpunkčních nedostatků by bylo vhodné někdy korigovat terminologii (např. Česká televize vysílá na pěti resp. šesti televizních programech, případně programových okruzích, nikoli „kanálech“). Největším problémem se však jeví (ovšem takřka bezalternativní) robustní využívání dat elektronického měření sledovanosti (pomocí tzv. peplemetrů). Jeho metodika (včetně opory výběru sociodemografického vzorku) je totiž založena na výzkumu auditoria 15+, nikoli diváků mladších, a ačkoli Česká televize (potažmo Nielsen Admosphere či ATO, nikoli však zcela veřejně) prezentuje i zpracovávané výstupy sledovanosti u cílových skupin 4-9 resp. 4-12, do takto zaměřené diplomní práce by zmínka o jisté irelevanci (či nižší relevanci) těchto dat patřila.

Podobně je tomu i s výzkumem mediální gramotnosti v České republice. Je smutné a zarážející, když se takto naléhavou problematikou komplexně zabývali teoretici/výzkumníci naposledy v roce 2011 (*Stav mediální gramotnosti v ČR, fáze II Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva do 15 let*, zhotovilo CEMES na objednávku Rady pro rozhlasové a televizní vysílání). Diplomantka tudíž musí leccos aktuálnějšího odhadovat (a činí tak korektně: na okraj, píše-li o „takřka 100% vybavení českých dětí mobilním telefonem“, nemůže se splést; v roce 2014 v Kambodži mobilní telefon vlastnilo 96 % mladistvých!), neboť jistě nechtěla argumentovat vysloveně zastaralými daty a názory; především v oblasti „nových médií“ znamená období před pěti lety dávnou historii.

Na str. 23 zmíněná „společnost“ Ofcom by měla být představena (nejméně v poznámkovém aparátu) jako zásadní instituce regulující ve Velké Británii „komunikace“, tedy nejen elektronická média včetně obsahu (televizi, rozhlas, internet), ale mobilní a poštovní služby všeho druhu, je tedy jakousi britskou podobou severoamerické FCC.

Promyšlené návrhy Zuzany Kučerové na strategicko-programové změny ve vysílání České televize ve prospěch „náctiletých“ (nový programový okruh) by kromě diplomantkou uvedených překážek (včetně důvodů proč nevolit výhradně internetové šíření) navíc narazily na technické limity, zejména na nedostatek frekvencí v terestriálních distribučních sítích.

Po formální stránce diplomová práce – po odečtení abstraktu, obsahu, příloh, seznamu literatury a poznámkového aparátu – balancuje na hraně předepsaného minimálního počtu normostran (strana á 1 800 znaků), avšak zmíněný poznámkový aparát obsahuje nejen odkazy, ale i některé autorčiny poznatky patřící spíše do vlastnímu textu.

Diplomovou práci *Česká televize a náctiletý divák* BcA. Zuzany Kučerové **doporučuji k obhajobě** a navrhuji hodnocení B.

Otázka: Jak diplomantka hodnotí – v kontextu obsahu své diplomní práce – koncepci webu ČT :D ([decko.ceskatelevize.cz](http://decko.ceskatelevize.cz))?

  
doc. MgA. Ivo Mathé  
září 2016