

Lenka Horáková: Realizace základních požadavků církve v oblasti sdělovacích prostředků

I. Bakalářská práce

Oponent: ThLic. Vladimír Málek

Posudek oponenta:

Předložená bakalářská práce si klade za cíl posoudit realizaci základních požadavků církve na funkce mediálních produktů podle dokumentů II. vatikánského koncilu. Dá se říci, že výběr devíti požadavků církve na tyto funkce (evangelizace, katecheze, pastorece, ekumenický dialog, zpravodajství, informace o církvi, vzdělávací činnost, zprostředkování kulturních hodnot a odpočinek) dostatečně pokrývá priority církve i oblasti, ve kterých se pohybuje. Bylo by zajímavé uvést, na základě čeho byla tato volba požadavků z dokumentů církve učiněna, zda podle nějakých pravidel, nebo zcela náhodně. Charakteristika těchto požadavků je uvedena ve 2. kapitole. Jako vysvětlení vcelku přehledných tabulek, výsledků průzkumu, ve 4. kapitole, však nabízí další podobnou charakteristiku. Konečně mi není dost dobře jasné, proč se ke stejnému, jen jinými slovy, potřetí vrací ještě v úplném závěru práce (kapitola 5.). Přitom stále zůstává u všeobecné a teoretické roviny.

Třebaže jsou správně citovány církevní dokumenty, práce se velmi často uchyluje k vyjádření typu: „Církev si je vědoma i možných negativních účinků...“ (str. 5). „Církev zdůrazňuje nutnost...“ (str. 13). „Církev si uvědomuje... a klade požadavky na obsah...“ (str. 14) nebo „Církev pozitivně přistupuje k mediální zábavě...“ (str. 14) atd. Neškodila by vyjádření s konkrétnějším obsahem.

Je nesporně dobře, že práce vymezila časové období zkoumání (rok 2005, internet – informace k 31. 3. 2006) i vzorek konkrétních tištěných a elektronických médií – všechna katolická (viz kapitola 3.2), která studuje a porovnává. V kapitole 3.4.1 by si však z mého pohledu jednotlivé „mediální produkty“ zasloužily mnohem obsáhlejší prezentaci výsledků šetření, někdy celý pohled shrnuje pouze jedna věta, která je navíc citací (např. na str. 23). Je škoda, že autorka širším způsobem neuplatnila výsledky svého úsilí, vždyť bylo nutné prostudovat značné množství materiálů. Takové příklady by byly bezpochyby zajímavé a pro práci tohoto druhu obohacující. Uvedená kapitola má přece fundovaně vysvětlit cíl celé práce.

Konstatování závěru studie, totiž že „katolické mediální produkty se stávají významnou součástí života církve, podporují identitu věřících...“ není nikterak převratné, vždyť práce zkoumala „produkty“ ve vlastnictví církve, katolická média. Překvapující by naopak bylo tvrzení, kdyby takové výsledky neměly.

Po stránce formální se mi práce jeví v pořádku. Oceňuji především náročné studium problematiky a průzkum nemalého množství materiálu.

Práci doporučuji k obhajobě.

V Praze dne 19. května 2006



.....
podpis oponenta