

I. ÚKOL

| UČO | JMÉNO | body | slovní hodnocení | hodnotil |
|------------------------|------------------------|-------------|---|-----------------|
| 471790 | Absolonová, Anna | 30 | | MT |
| 471434 | Babjaková, Lucia | 30 | | JV |
| 453135 | Benedeková, Andrea | | | |
| 471258 | Beranová, Klára | 30 | | MT |
| 450513 | Bieliková, Karolína | 30 | | MT |
| 471283 | Brhel, Tomáš | 30 | | JV |
| 471326 | Buchar, Vladimír | 20 | Jak píšete v závěru, našli jste šest reklamních sdělení, v nichž jste se snažili nalézt alespoň jeden z percepčních zákonů. Bohužel, chybí druhá část zadání. | MT |

| | | | | |
|------------------------|------------------------|----|--|----|
| 459896 | Čermáková, Vendula | 30 | Výborně, akorát některým vysvětlením, jak daný princip funguje pro dané sdělení by prospělo tento mechanismus víc explicitně popsat. Jiný slovy kromě odhalení toho, jak je ovlivněna percepce pozorovatele, je potřeba zohlednit, jak zamyšlený způsob percepce pracuje pro reklamní strategii zadavatele/tvůrce sdělení. I tohle je třeba vyslovit, viz ukázka č. 4 a 5. | MT |
| 471398 | Čermáková, Viktorie | 20 | V podstatě v pořádku, ale chtělo by to lépe popsat jak pracují vybrané zákony pro daný produkt, ideu, polit. subjekt, a to za pomoci popisu figury a pozadí. | JV |
| 434528 | Černý, Jiří | 30 | | MT |
| 471261 | Červenková, Marie | 30 | | JV |
| 468039 | Čevelová, Magdaléna | 30 | | JV |
| 455553 | Dao, Thi Huong | 25 | Zajímavá volba ukázek. Líbí se mi, jak v interpretacích zohledňujete sociální zkušenost příjemce, byť se jedná o jiný proces. Zatímco některé interpretace byly na výbornou, jiné nebyly tolik propracovány. | MT |
| 471460 | Davidová, Sára | 25 | Správná identifikace principů. Místy slabší vysvětlení, jak daný princip funguje pro danou reklamu. | MT |
| 476144 | Doubek, Jakub | 30 | | JV |

| | | | | |
|------------------------|-------------------------|----|---|----|
| 471256 | Dufek, Vojtěch | 25 | Celkově v pořádku. Fungování principů gestalt není o tom, že se Vám reklama něco snaží říci (jak často píšete), naopak to příjemce v procesu percepce vytváří spojení mezi zbožím a určitým kulturním významem. | MT |
| 462749 | Dvořák, Daniel | 30 | | JV |
| 471233 | Fajstavr, Ondřej | 25 | Kvalita jednotlivých interpretací není stejná, místy argumentačně slabší | MT |
| 471286 | Foltán, Tomáš | 25 | Ne vždy správně identifikujete percepční zákon, místy slabší vysvětlení, jak jak daný princip funguje pro danou reklamu. | MT |
| 462606 | Foral, Martin | 25 | Správná identifikace principů, místy slabší, popisné vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |
| 471239 | Frank, Michal | 30 | | JV |
| 471298 | Galuszková, Michaela | 30 | | MT |

| | | | | |
|------------------------|---------------------|----|--|----|
| 470015 | Greplová, Heda | 30 | | JV |
| 467914 | Hamšík, Viktor | 30 | | JV |
| 471570 | Hanosek, Pavel | 30 | Dobré, u některých konfigurací by bylo dobré lépe vysvětlit jak daný princip/percepční uspořádání pracuje pro samotný produkt. | JV |
| 471361 | Havranová, Helena | 30 | Výborně, tak jsem si to představoval | JV |
| 469920 | Helánová, Veronika | 20 | Opakovaně jste vynechaly základní metodologické východisko analýzy - co je figura a co pozadí, respektive popis jejich vztahu. | JV |
| 471267 | Hladíková, Kateřina | 30 | Výborně, tak jsem si to představoval | JV |
| 471417 | Hlavačková, Klára | 30 | Správně identifikujete principy. Bohužel analytické úvahy jsou převážně nepřítomné nebo málo propracované. | MT |

| | | | | |
|------------------------|---------------------|----|---|----|
| 471209 | Hok, Dominik | 25 | Správná identifikace principů, místy slabší vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |
| 471379 | Homoláková, Martina | 25 | Správná identifikace principů, místy slabší vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |
| 471574 | Horová, Anežka | 30 | | JV |
| 487433 | Hudáková, Alexandra | 20 | V podstatě vpořádku, ale chtělo by to lépe popsat jak pracují vybrané zákony pro daný produkt, ideu, polit. subjekt, a to za pomoci popisu figury a pozadí. | JV |
| 471382 | Hudcová, Zuzana | 30 | Výborně. Víte na co se díváte. Dobře i vtipně popsané a vysvětlené. | JV |
| 462924 | Huslíková, Diana | 30 | Výborně. Víte na co se díváte. Dobře i vtipně popsané a vysvětlené. | JV |
| 471212 | Hušnerová, Petra | 30 | Výborně, tak jsem si to představoval | JV |
| 471339 | Charvát, Ondřej | 20 | Převážně správná identifikace principů, slabším aspektem práce jsou vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |

| | | | | |
|------------------------|------------------------|----|--|----|
| 450637 | Chládková, Kateřina | 25 | Převážně správná identifikace principů, místy slabší, popisné vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |
| 471334 | Chlupová, Simona | 25 | Správná identifikace principů, místy slabší, popisné vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |
| 471511 | Chromečka, Aleš | 20 | Správná identifikace principů a zdařilé interpretace, nicméně místy více prostorů věnujete jiným aspektům sdělení než fungování percepčních zákonů, např. interpretujete vztahy mezi koncepty. | MT |
| 470755 | Chytková, Aneta | 25 | Ne vždy správně identifikujete percepční zákon, místy slabší vysvětlení, jak jak daný princip funguje pro danou reklamu. | MT |
| 471200 | Jablonická, Kamila | 25 | Správná identifikace principů. Kvalita vysvětlení, jak daný princip funguje pro sdělení od 5. principu slabší. | MT |
| 471492 | Jančeová, Barbora | 30 | | JV |
| 465534 | Javůrková, Adriana | 20 | Opakovaně jste vynechaly základní metodologické východisko analýzy - co je figura a co pozadí, respektive popis jejich vztahu. | JV |
| 471220 | Jirsa, Luboš | 25 | Správná identifikace principů. Místy slabší vysvětlení, jak daný princip funguje pro danou reklamu. | MT |

| | | | | |
|------------------------|------------------------|----|--|----|
| 471365 | Kadlčíková, Silvie | 20 | Převážně správná identifikace principů, u většiny ukázek chybí vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení, pokud se nachází je rozpracované velmi málo. | MT |
| 471601 | Kašpárek, Jiří | 25 | Kvalita jednotlivých interpretací není stejná, místy argumentačně slabší. | MT |
| 439850 | Katraničová, Denisa | 25 | V interpretacích se často více věnujete jiným aspektům analyzovaných sdělení než percepčním zákonům a tomu, jak pracují pro daný produkt. Snaha vytvořit čtivý text je patrná více než snaha vytvořit náležitě strukturovaný argument. | MT |
| 471410 | Kmeť, Martin | 30 | | JV |
| 471472 | Kocandová, Vendula | 30 | | JV |
| 470767 | Kohoutková, Lucie | 25 | V interpretacích se často více věnujete jiným aspektům analyzovaných sdělení než percepčním zákonům a tomu, jak pracují pro daný produkt. Snaha vytvořit čtivý text je patrná více než snaha vytvořit náležitě strukturovaný argument. | MT |

| | | | | |
|------------------------|--------------------|----|--|----|
| 471581 | Kolajová, Marie | 15 | Některé ukázky jsou korektní. Bohužel, ne vždy správně ilustrujete daný percepční zákon, jindy jej vykládáte zavádějícím způsobem (např. princip podobnosti, symetrie). V zásadě nevysvětľujete, jak principy fungují pro dané sdělení, zůstáváte u deskripce. | MT |
| 467819 | Komárková, Silvie | 30 | Výborně, tak jsem si to představoval | JV |
| 471633 | Kopecká, Jana | 15 | Některé ukázky jsou korektní. Bohužel, ne vždy správně ilustrujete daný percepční zákon, jindy jej vykládáte zavádějícím způsobem (např. princip podobnosti, symetrie). V zásadě nevysvětľujete, jak principy fungují pro dané sdělení, zůstáváte u deskripce. | MT |
| 470967 | Kotoučová, Hana | 25 | Celkově v pořádku. Fungování principů gestalt není o tom, že se Vám reklama něco snaží říci (jak často píšete), naopak to příjemce v procesu percepce vytváří spojení mezi zbožím a určitým kulturním významem. | MT |
| 471546 | Kousal, Vojtěch | 25 | V zásadě korektně, ale: v některých případech zaměňujete zákony (např. č. 5, pro dotváření obrazu pracuje princip ohraničení spíše než preference menšího tvarů; č. 6, spíše podobnost a blízkost než ohraničení). Různá kvalita jednotlivých vysvětlení. | MT |
| 471310 | Kráčmarová, Tereza | 20 | Převážně správná identifikace principů, u většiny ukázek chybí vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení, pokud se nachází je rozpracované velmi málo. | MT |

| | | | | |
|------------------------|--------------------|----|--|----|
| 459840 | Krahulec, Jakub | 30 | Správně identifikujete principy. Bohužel analytické úvahy jsou převážně nepřítomné nebo málo propracované. | MT |
| 471642 | Kravchuk, Artem | 30 | | JV |
| 470556 | Krupová, Kamila | 30 | Výborně, tak jsem si to představoval | JV |
| 471374 | Křída, David | 25 | Správná identifikace principů, místy slabší vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |
| 459893 | Křivková, Kristina | 20 | Převážně správná identifikace percepčních zákonů, často chybí vysvětlení, jak daný percepční zákon funguje pro dané sdělení. | MT |
| 471396 | Kunclová, Markéta | 25 | Správná identifikace principů. Kvalita vysvětlení, jak daný princip funguje pro sdělení od 5. principu slabší. | MT |
| 471331 | Lošková, Natálie | 30 | Výborně. Víte na co se díváte. Dobře i vtipně popsané a vysvětlené. | JV |
| 471552 | Machů, Karolína | 30 | Výborně. Víte na co se díváte. Dobře i vtipně popsané a vysvětlené. | JV |

| | | | | |
|------------------------|----------------------|----|--|----|
| 471049 | Máslo, Dalibor | 25 | Zajímavá volba ukázek. Líbí se mi, jak v interpretacích zohledňujete sociální zkušenost příjemce, byť se jedná o jiný proces. Zatímco některé interpretace byly na výbornou, jiné nebyly tolik propracovány. | MT |
| 471522 | Matute, Kristýna | 30 | | JV |
| 467256 | Mazáč, Jan | 20 | Většinou se Vám daří identifikovat princip a popsat mechanismus, nevysvětlujete, ale jak pracuje pro danou reklamu. | MT |
| 468806 | Mazourková, Denisa | 30 | | MT |
| 470058 | Mitvalský, Tomáš | 20 | V podstatě vpořádku, ale chtělo by to lépe popsat jak pracují vybrané zákony pro daný produkt, ideu, polit. subjekt, a to za pomoci popisu figury a pozadí. | JV |
| 471315 | Mizerová, Tina | 25 | Ne vždy správně identifikujete percepční zákon, místy slabší vysvětlení, jak jak daný princip funguje pro danou reklamu. | MT |
| 470241 | Motyčáková, Kristýna | 30 | | MT |
| 442053 | Nešporová, Barbora | 30 | Správně identifikujete principy. Bohužel analytické úvahy jsou převážně nepřítomné nebo málo propracované. | MT |

| | | | | |
|------------------------|-------------------------|----|---|----|
| 471503 | Nevídalová, Anna | 30 | | JV |
| 471232 | Nguyen, Vu Xuan Long | 0 | | MT |
| 464731 | Nováková, Veronika | 30 | | JV |
| 471322 | Novotná, Karolína | 30 | | MT |
| 459988 | Oškerová, Karolína | 20 | V podstatě vpořádku, ale chtělo by to lépe popsat jak pracují vybrané zákony pro daný produkt, ideu, polit. subjekt, a to za pomoci popisu figury a pozadí. | JV |
| 471479 | Paličková, Agáta | 30 | Dobré, u některých konfigurací by bylo dobré lépe vysvětlit jak daný princip/percepční uspořádání pracuje pro samotný produkt. | JV |

| | | | | |
|------------------------|--------------------|----|--|----|
| 471592 | Pavlicová, Martina | 20 | V podstatě vpořádku, ale chtělo by to lépe popsat jak pracují vybrané zákony pro daný produkt, ideu, polit. subjekt, a to za pomoci popisu figury a pozadí. | JV |
| 471559 | Pekárová, Lucia | 30 | | JV |
| 471491 | Pelčák, Jakub | 20 | Převážně správná identifikace principů, u většiny ukázek chybí vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení, pokud se nachází je rozpracované velmi málo. | MT |
| 455397 | Pinkasová, Eva | 30 | Výborně, tak jsem si to představoval | JV |
| 469625 | Podhorná, Hana | 20 | U toho klipu není vůbec jasné, co analyzujete. I v ostatních obrázcích chybí základní metodologické východisko - rozlišení mezi figurou a pozadím. | JV |
| 471301 | Podzemná, Eliška | 20 | U toho klipu není vůbec jasné, co analyzujete. I v ostatních obrázcích chybí základní metodologické východisko - rozlišení mezi figurou a pozadím. | JV |
| 471380 | Prucková, Michaela | 30 | Dobré, u některých konfigurací by bylo dobré lépe vysvětlit jak daný princip/percepční uspořádání pracuje pro samotný produkt. | JV |

| | | | | |
|------------------------|-------------------------|----|---|----|
| 470117 | Pycunová, Karolína | 30 | Bohužel, ale zadání jste nesplnili ani minimálně. Leda že jste se snažili jen pobavit. Chybí základní metodologické východisko - oddělení figury a pozadí. Na základě jejich popisu je pak třeba identifikovat zákon/y, podle kterých jsou organizovány a ve finále pak vysvětlit, jak slouží dané persvazivní intenci. Proto jsme se modelově bavili o formě politické či marketingové komunikace, respektive persvazivní situace. Volba materiálu není vhodná a komplikuje vám analýzu, jelikož není jasná právě ona persvazivní intence. Oceňuji ale ono grafické zvýraznění. Můžete úkol opravit k datu odevzdání druhého úkolu. Opravu mi můžete poslat na emai. | MT |
| 471362 | Ryšanová, Tereza | 30 | | JV |
| 455406 | Sedláčková, Tereza | 30 | | JV |
| 471241 | Sklenářová, Kristýna | 30 | | MT |
| 471575 | Smyčka, Jakub | 15 | Některé ukázky jsou korektní. Bohužel, ne vždy správně ilustrujete daný percepční zákon, jindy jej vykládáte zavádějícím způsobem (např. princip podobnosti, symetrie). V zásadě nevysvětľujete, jak principy fungují pro dané sdělení, zůstáváte u deskripce. | MT |
| 471495 | Svobodová, Jolanta | 30 | Nápaditý výběr i korektní vysvětlení. Téměř ale chybí vysvětlení funkce daného principu percepční organizace pro nabízené produkty, respektive pro persuasibilitu komunikátu. | JV |

| | | | | |
|------------------------|------------------------|----|--|----|
| 471300 | Šimeček, Ondřej | 20 | Jak píšete v závěru, našli jste šest reklamních sdělení, v nichž jste se snažili nalézt alespoň jeden z percepčních zákonů. Bohužel, chybí druhá část zadání. | MT |
| 471229 | Švec, Patrik | 30 | | JV |
| 476956 | Švecová, Tereza | 30 | | JV |
| 471536 | Tománková, Hana | 25 | Zajímavá volba ukázek. Líbí se mi, jak v interpretacích zohledňujete sociální zkušenost příjemce, byť se jedná o jiný proces. Zatímco některé interpretace byly na výbornou, jiné nebyly tolik propracovány. | MT |
| 471407 | Tomečková, Karolína | 20 | Převážně správná identifikace principů, u většiny ukázek chybí vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení, pokud se nachází je rozpracované velmi málo. | MT |
| 471288 | Vadovič, Petr | 30 | | MT |

| | | | | |
|------------------------|---------------------|----|--|----|
| 471539 | Vajsová, Kateřina | 25 | Celkově v pořádku. Fungování principů gestalt není o tom, že se Vám reklama něco snaží říci (jak často píšete), naopak to příjemce v procesu percepce vytváří spojení mezi zbožím a určitým kulturním významem. | MT |
| 464871 | Vaničková, Dominika | 30 | | MT |
| 471627 | Viktorinová, Anna | 25 | V interpretacích se často více věnujete jiným aspektům analyzovaných sdělení než percepčním zákonům a tomu, jak pracují pro daný produkt. Snaha vytvořit čtivý text je patrná více než snaha vytvořit náležitě strukturovaný argument. | MT |
| 471416 | Vinklová, Julie | 20 | Převážně správná identifikace principů, u většiny ukázek chybí vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení, pokud se nachází je rozpracované velmi málo. | MT |
| 475250 | Vlková, Tereza | 30 | | MT |
| 471237 | Zajíčková, Klára | 25 | Správná identifikace principů, místy slabší, popisné vysvětlení, jak daný princip funguje pro dané sdělení. | MT |

| | | | | |
|------------------------|-----------------------|----|---|----|
| 470379 | Zobačová, Kateřina | 30 | | JV |
| 469967 | Zouhar, Ladislav | 30 | Bohužel, ale zadání jste nesplnili ani minimálně. Leda že jste se snažili jen pobavit. Chybí základní metodologické východisko - oddělení figury a pozadí. Na základě jejich popisu je pak třeba identifikovat zákon/y, podle kterých jsou organizovány a ve finále pak vysvětlit, jak slouží dané persvazivní intenci. Proto jsme se modelově bavili o formě politické či marketingové komunikace, respektive persvazivní situace. Volba materiálu není vhodná a komplikuje vám analýzu, jelikož není jasná právě ona persvazivní intence. Oceňuji ale ono grafické zvýraznění. Můžete úkol opravit k datu odevzdání druhého úkolu. Opravu mi můžete poslat na emai. | MT |
| 468552 | Žilková, Sabina | 20 | Převážně správná identifikace percepčních zákonů, často chybí vysvětlení, jak daný percepční zákon funguje pro dané sdělení. | MT |

II. ÚKOL

| body | slovní hodnocení | hodnotil |
|------|--|----------|
| 20 | Kromě kampaně jste navrhli i výrobek samotný, škoda, že lépe jste zvládli to druhé. Jelikož ve svém návrhu nevyházíte z toho, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit (jen se o tom letmo zmiňujete u konce návrhu), nemáte jasno v tom, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte, návrhy jednotlivých prvků kampaně (hesla, nosiče atd.) jsou nutně nahodilé. Dobrým nápadem bylo rozdělení cílové skupiny na dvě, dle věku. | MT |
| 30 | Zdařilé uplatnění poznatků teorie PaP. | MT |
| | | |
| 25 | Dobré, ale místy nedůsledné a nesoustředěné. Funkce, na které cílíte je lepší popsat již v ideovém námětu. | MT |
| 20 | Prvky kampaně jsou propojeny s politickými tématy. Bohužel, ve svém návrhu neupřesňujete, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Kampaň dle Vás cílí na studenty, máte představu, jaké procento studentů může hlasovat v Brně? | MT |
| 15 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný, či přesněji poloviční. | JV |
| 20 | V některých ohledech promyšlené, vycházíte z výzkumů, ale není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Bez odpovědí na tyto otázky nelze navrhnout ucelenou kampaň. V hlavním ideovém námětu, alespoň tak jak jej formulujete, absentují politická témata. Vzhledem k tomu, že se jedná o politickou kampaň je to podstatný problém. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | Dobry a ambiciozni ideovy namet, které ovšem není z velké části rozpracován do jednotlivých složek strategie. Neukazujete, jak strategie zajisti působení na určité komponenty a funkce postoje a dosažení postojové konverze, kterou popisujete. V mnoha případech odkazujete na teoretické poznatky, aniž byste konkretizovala, jak je použijete v kampani (např. nenavrhujete hesla, lidský nosič). | MT |
| 20 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný. Zvolené dílčí strategie a taktiky, jsou tak de facto nemotivované a působí nahodile. | JV |
| 20 | Kromě kampaně jste navrhli i výrobek samotný, škoda, že lépe jste zvládli to druhé. Jelikož ve svém návrhu ne vycházíte z toho, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit (jen se o tom letmo zmiňujete u konce návrhu), nemáte jasno v tom, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte, návrhy jednotlivých prvků kampaně (hesla, nosiče atd.) jsou nutně nahodilé. Dobrým nápadem bylo rozdělení cílové skupiny na dvě, dle věku. | MT |
| 25 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Ale je to dobré východisko. | JV |
| 25 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Ale je to dobré východisko. | JV |
| 25 | Projekt představuje ucelený celek a důsledně vychází z poznatků teorie PaP. Nedostatky: Sekce hlavní ideový námět postrádá politická témata, ty se objevují až v části "Dílčí motivy". Ohledně postojové konverze se sami popíráte (jednou, že je Vaším cílem, jindy že není). Nesprávně se domníváte, že cílení na H-E funkci musí mít nutně formu zpochybnění. Opravdu chcete udělat lidským nosičem politické kampaně novináře!? | MT |
| 20 | Práce sice obsahuje teoretickou část (zbytečně), postrádá ale vymezení hlavního ideového námětu. Slogan neodpovídá funkci (HE). Navzdory tomu, co tvrdíte Vámi navrhovaná kampaň necílí na hodnotově expresivní funkci (s výjimkou volby lidských nosičů). | MT |
| 30 | | JV |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | Propracovaný projekt, ale, ve svém návrhu neupřesňujete, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Proto následné posuzování vhodnosti jednotlivých prvků kampaně je problematické. | MT |
| 20 | Matoucí popis postojové konverze; nevysvětľujete, na jaké složky a funkce postoje cílíte, nacházím jen náznaky na různých místech v textu. Navržená strategie ne zcela odpovídá ideovému námětu. Nápad, že pozvete seniory do kulturáku, kde se jím budete u občerstvení ukazovat technologie nese, v kontextu povědomí o tzv. šmejdech. riziko bumerangového efektu. Práce obsahuje mnoho zbytečných odstavců spekulativní povahy (str. 2-3). | MT |
| 20 | Návrh obsahuje zajímavé nápady, ale není domyšlen a náležitě rozpracován. Chybí vymezení hlavního ideového námětu. Nelogické uspořádání jednotlivých částí (cílová skupina po hlavním sloganu). Poznátky z teorie PaP místy plní dekorativní funkci. Místy nekorektní práce s pojmy, nejasná argumentace. | MT |
| 20 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný. Zvolené dílčí strategie a taktiky, jsou tak de facto nemotivované a působí nahodile. Například navrhovaná černobílá fotografie si říká o širší explikaci. | JV |
| 25 | Kampaň je ucelená a důsledná, ve volbě prostředků trochu zanedbáváte instrumentální funkci postoje. Oceňuji, že při stanovení ideového námětu a určení cílové skupiny vycházíte z výzkumů mapujících existující postoje. Strhují body za nedostatečnou práci s pojmovým aparátem teorie PaP. | MT |
| 30 | Velmi dobře připravená teoretická expozice. Škoda, že ji téměř vůbec nevyužíváte při zdůvodnění volby dílčích strategií, nosičů či aktérů. Ale na projektu jako celku oceňuji skutečně širokou volbu motivů, se kterými by se skutečně dalo pracovat a dále je rozvíjet. | JV |
| 15 | Hlavní ideový námět není náležitě rozpracován (po přečtení sekce nevíme o něm nic). Není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit. Ve svém návrhu neupřesňujete, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Bez odpovědí na tyto otázky nelze navrhnout ucelenou kampaň. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 20 | Autorky tvrdí, že jejich cílem „navrhnout strategii prodeje domácích výrobků“, nikoli komunikační kampaň. Není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu cílí. To je důvod, proč hojnost prostředků a nosičů často působí nahodile. Existuje riziko bumerangového efektu na skupinu ne-Čechů (např. Slováky). Návrh pracuje s problematičným a nepodloženým předpokladem, že apelování na vlastenecké pocity bude stejně efektivní pro všechny skupiny potenciálních zájemců o farmářské výrobky a přinejmenším pro ty skupiny, které si nakup takových potravin mohou dovolit. | MT |
| 20 | Matoucí popis postojové konverze; nevysvětľujete, na jaké složky a funkce postoje cíľíte, nacházím jen náznaky na různých místech v textu. Navržená strategie ne zcela odpovídá ideovému námětu. Nápad, že pozvete seniory do kulturáku, kde se jím budete u občerstvení ukazovat technologie nese, v kontextu povědomí o tzv. šmejdech. riziko bumerangového efektu. Práce obsahuje mnoho zbytečných odstavců spekulativní povahy (str. 2-3). | MT |
| 25 | | MT |
| 20 | Solidní vychodisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Na koho a proč se kampaň zvláště obrací? Jaké jsou programové cíle. To, že je slogan vtipný či že kandidát nehraje divadélko je na efektivní kampaň málo. Ledaže byste nechali kandidovat měkterou z filmových postav ZS. Skoro všechny mají silný humanistický přesah. | JV |
| 20 | | MT |
| 25 | Solidní vychodisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Například volba některých dílčích hesel se jeví jako nemotivovaná. Jako celek je to ale dobré vychodisko. | JV |
| 20 | Při navrhování jednotlivých prvků komunikační strategie velmi nápaditě a kreativně pracujete s poznatky teorie PaP. Bohužel nepřiliš soustředěně, jinými slovy nevycházíte z jasně definované koncepce. Některé části nejsou dostatečně rozpracovány. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 20 | Hlavní ideový námět není dostatečně popsán. Slogan cílí pouze ne jednu cílovou skupinu. Bohužel není upřesněno, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. | MT |
| 20 | Hlavní ideový námět není dostatečně popsán. Slogan cílí pouze ne jednu cílovou skupinu. Bohužel není upřesněno, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. | MT |
| 20 | Autorky tvrdí, že jejich cílem „navrhnout strategii prodeje domácích výrobků“, nikoli komunikační kampaň. Není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu cílí. To je důvod, proč hojnost prostředků a nosičů často působí nahodile. Existuje riziko bumerangového efektu na skupinu ne-Čechů (např. Slováky). Návrh pracuje s problematickým a nepodloženým předpokladem, že apelování na vlastenecké pocity bude stejně efektivní pro všechny skupiny potenciálních zájemců o farmářské výrobky a přinejmenším pro ty skupiny, které si nakup takových potravin mohou dovolit. | MT |
| 20 | Propracované, ale obsahuje koncepční nedůslednosti. Větší důraz na tvořivost než na odůvodnění postupu pomocí poznatků teorie PaP či na ucelenost projektu. Často působí nepoučeně a laicky. Např. zajímalo by mě z čeho jsou dle autorek složeny „biopotraviny“, když ne z chemických látek? Z idejí? V podobném duchu je vyložen vztah mezi stravovacími návyky a zdravotním stavem a také životním prostředím. A co si vybereš ty? „úderným“ sloganem není, navíc není jasné, jak pracuje s instrumentální funkcí postoje. Takových nedomyšlených míst je v projektu víc. | MT |
| 25 | Bohužel není vysvětleno, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Komunikační kampaň místy splývá s dalšími nástroji sociální politiky. | MT |
| 25 | Bohužel není vysvětleno, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Komunikační kampaň místy splývá s dalšími nástroji sociální politiky. | MT |
| 20 | Solidní vychodisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Na koho a proč se kampaň zvláště obrací? Jaké jsou programové cíle. To, že je slogan vtipný či že kandidát nehraje divadélko je na efektivní kampaň málo. Ledaže byste nechali kandidovat měkterou z filmových postav ZS. Skoro všechny mají silný humanistický přesah. | JV |
| 20 | Práce postrádá hlavní ideový námět. Při odůvodňování postupů autor hojně čerpá z poznatků teorie PaP, bohužel není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Na koho a proč se kampaň zvláště obrací? Jaké jsou programové cíle. To, že je slogan vtipný či že kandidát nehraje divadélko je na efektivní kampaň málo. Ledaže byste nechali kandidovat měkterou z filmových postav ZS. Skoro všechny mají silný humanistický přesah. | JV |
| 25 | Kampaň je ucelená a důsledná, ve volbě prostředků trochu zanedbáváte instrumentální funkci postoje. Oceňuji, že při stanovení ideového námětu a určení cílové skupiny vycházíte z výzkumů mapujících existující postoje. Strhují body za nedostatečnou práci s pojmovým aparátem teorie PaP. | MT |
| 25 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Ale je to dobré východisko. | JV |
| 20 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný. Zvolené dílčí strategie a taktiky, jsou tak de facto nemotivované a působí nahodile. Například navrhovaná černobílá fotografie si říká o širší explikaci. | JV |
| 20 | Není to špatné, ale chybí citelně hlubší av literatuře zakotvenější teoretická rozvaha kampaně. A v poslední řadě i širší seznam použité odborné literatury. | JV |
| 25 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Ale je to dobré východisko. | |
| 20 | | MT |
| 20 | Práce sice obsahuje teoretickou část (zbytečně), postrádá ale vymezení hlavního ideového námětu. Slogan neodpovídá funkci (HE). Navzdory tomu, co tvrdíte Vámi navrhovaná kampaň nečlení na hodnotově expresivní funkci (s výjimkou volby lidských nosičů). | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 30 | Výborné východisko. Bylo by vhodné doplnit širší zdůvodnění volby lidských nosičů kampaně. | JV |
| 20 | Návrh obsahuje zajímavé nápady, ale není domyšlen a náležitě rozpracován. Chybí vymezení hlavního ideového námětu. Nelogické uspořádání jednotlivých částí (cílová skupina po hlavním sloganu). Poznátky z teorie PaP místy plní dekorativní funkci. Místy nekorektní práce s pojmy, nejasná argumentace. | MT |
| 30 | Výborně, tak nějak jsem si to představoval | JV |
| 20 | Matoucí popis postojové konverze; nevysvětlujete, na jaké složky a funkce postoje cílíte, nacházím jen náznaky na různých místech v textu. Navržená strategie ne zcela odpovídá ideovému námětu. Nápad, že pozvete seniory do kulturáku, kde se jím budete u občerstvení ukazovat technologie nese, v kontextu povědomí o tzv. šmejdech. riziko bumerangového efektu. Práce obsahuje mnoho zbytečných odstavců spekulativní povahy (str. 2-3). | MT |
| 30 | Zdařilé uplatnění poznatků teorie PaP. | MT |
| 30 | Výborně, tak nějak jsem si to představoval | JV |

| | | |
|----|---|----|
| 30 | Výborně, tak nějak jsem si to představoval | |
| 25 | Solidní vychodisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Například volba některých dílčích hesel se jeví jako nemotivovaná. Jako celek je to ale dobré vychodisko. | JV |
| 30 | Výborně, tak nějak jsem si to představoval | JV |
| 20 | Propracovaný projekt, ale, ve svém návrhu neupřesňujete, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Proto následné posuzování vhodnosti jednotlivých prvků kampaně je problematické. | MT |
| 20 | Solidní vychodisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Na koho a proč se kampaň zvláště obrací? Jaké jsou její programové cíle apod.? | JV |
| 10 | Není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Bez odpovědi na tyto otázky nelze navrhnout ucelenou kampaň. V hlavním ideovém námětu, alespoň tak jak jej formulujete, absentují politická témata. Vzhledem k tomu, že se jedná o politickou kampaň je to podstatný problém. Taktéž v případě sloganů, které se hodí spíše pro reklamu šunky či jiných potravin. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 5 | Přiměřeně k rozsahu a úrovni rozpracování. | MT |
| 20 | Škoda, že jste nepropravoal strategie vycházející z postojových funkci a persvazivních drivů. U sociálně slabé cílovky, by daný produkt nefungoval, jelikož je podstně dražší než než běžné potraviny. | JV |
| 20 | Solidní vychodisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Na koho a proč se kampaň zvláště obrací? Jaké jsou programové cíle. To, že je slogan vtipný či že kandidát nehraje divadélko je na efektivní kampaň málo. Ledaže byste nechali kandidovat měkterou z filmových postav ZS. Skoro všechny mají silný humanistický přesah. | JV |
| 20 | Hlavní ideový námět není dostatečně popsán. Slogan cílí pouze ne jednu cílovou skupinu. Bohužel není upřesněno, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. | MT |
| 20 | Chybí identifikace postojové konverze, které chce kampaň docílit. Není jasné, na které postojové komponenty a funkce cílíte (jen v náznacích). Jak pak můžeme vědět, že prostředky kampaně byly vhodně zvolené? | MT |
| 20 | Není to špatné, ale chybí citelně hlubší av literatuře zakotvenější teoretická rozvaha kampaně. A v neposlední řadě i širší seznam použité odborné literatury. | JV |
| 20 | Není to špatné, ale chybí citelně hlubší av literatuře zakotvenější teoretická rozvaha kampaně. A v neposlední řadě i seznam literatury. | JV |
| 20 | Není to špatné, ale chybí citelně hlubší av literatuře zakotvenější teoretická rozvaha kampaně. A v neposlední řadě i seznam literatury. | JV |

| | | |
|----|--|----|
| 25 | Projekt představuje ucelený celek a důsledně vychází z poznatků teorie PaP. Nedostatky: Sekce hlavní ideový námět postrádá politická témata, ty se objevují až včásti "Dílčí motivy". Ohledně postojové konverze se sami popíráte (jednou, že je Vaším cílem, jindy že není). Nesprávně se domníváte, že cílení na H-E funkci musí mít nutně formu zpochybnění. Opravdu chcete udělat lidským nosičem politické kampaně novináře!? | MT |
| 30 | | JV |
| 25 | Úkol je poměrně solidně zpracován, dodržuje zadanou strukturu, snažíte se vycházet z teoretických poznatků. V návrhu býváte důslední. Hlavní ideový námět postrádá politická témata, chcete prostě nahradit žabomyši války generační válkou a Vaše kampaň je tak v zásadě populistická. | MT |
| 25 | Dobré, ale místy nedůsledné a nesoustředěné. Funkce, na které cílíte je lepší popsat již v ideovém námětu. | MT |
| 20 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný. Zvolené dílčí strategie a taktiky, jsou tak de facto nemotivované a působí nahodile. | JV |
| 20 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný. Zvolené dílčí strategie a taktiky, jsou tak de facto nemotivované a působí nahodile. Například navrhovaná černobílá fotografie si říká o širší explikaci. | JV |
| 25 | Promyšlené a teoreticky podložené. Vidím potenciální rozpor mezi světonázorem městských liberálek a vlastenectvím. Chybějí dílčí témata. | MT |
| 15 | Kampaň není dostatečně promyšlená, to platí i pro reality show, nevyházíte z jasně definované koncepce. V aktuální podobě rozhodně přinese očekávaný výsledek. Bohužel není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | Budiž, ale postup je odůvodňován spíše common sense znalostmi než poznatky teorie PaP. | MT |
| 0 | | MT |
| 20 | Budiž, ale postup je odůvodňován spíše common sense znalostmi než poznatky teorie PaP. | MT |
| 25 | Dobré, ale místy nedůsledné a nesoustředěné. Funkce, na které cílíte je lepší popsat již v ideovém námětu. | MT |
| 20 | Propracované, ale obsahuje koncepční nedůslednosti. Větší důraz na tvořivost než na odůvodnění postupu pomocí poznatků teorie PaP či na ucelenost projektu. Často působí nepoučeně a laicky. Např. zajímalo by mě z čeho jsou dle autorek složeny „biopotraviny“, když ne z chemických látek? Z idejí? V podobném duchu je vyložen vztah mezi stravovacími návyky a zdravotním stavem a také životním prostředím. A co si vybereš ty? „úderným“ sloganem není, navíc není jasné, jak pracuje s instrumentální funkcí postoje. Takových nedomyšlených míst je v projektu víc. | MT |
| 25 | | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 20 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný. Zvolené dílčí strategie a taktiky, jsou tak de facto nemotivované a působí nahodile. | JV |
| 30 | Velmi dobré. Jen autor, kterého citujete se jmenuje Nakonečný. | JV |
| 10 | Není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Bez odpovědi na tyto otázky nelze navrhnout ucelenou kampaň. V hlavním ideovém námětu, alespoň tak jak jej formulujete, absentují politická témata. Vzhledem k tomu, že se jedná o politickou kampaň je to podstatný problém. Taktéž v případě sloganů, které se hodí spíše pro reklamu šunky či jiných potravin. | MT |
| 25 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Například volba některých dílčích hesel se jeví jako nemotivovaná. Jako celek je to ale dobré východisko. | JV |
| 25 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Například volba některých dílčích hesel se jeví jako nemotivovaná. Jako celek je to ale dobré východisko. | JV |
| 25 | Solidní východisko. Škoda, že více nevyužíváte teoretickou reflexi pro zdůvodnění strategie jako celku i dílčích persvazivních taktik. Například volba některých dílčích hesel se jeví jako nemotivovaná. Jako celek je to ale dobré východisko. | JV |
| 25 | | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 30 | Velmi dobře propojená teorie a strategie s vlastními náměty. Jen bych tu cílovku/ky rozšířil. Role lékaře otevírá dveře zvláště u starší (ženské) populace. Plánovaná cílovka je příliš úzká a navíc jí k volbám nepřitáhne ani zlatý stetoskop. Jako celek je ale návrh velmi dobrý, drží pohromadě a dalo by se na něm stavět. Jen se obávám, že by profesní kodex nedovolil Emičce vystupovat v kampani konkrétního kandidáta. Monika (maminka) by s tím ale samozřejmě souhlasila.-) | JV |
| 30 | Velmi dobře připravená teoretická expozice. Škoda, že ji téměř vůbec nevyužíváte při zdůvodnění volby dílčích strategií, nosičů či aktérů. Ale na projektu jako celku oceňuji skutečně širokou volbu motivů, se kterými by se skutečně dalo pracovat a dále je rozvíjet. | JV |
| 25 | Velmi dobrý a dobře zdůvodněný projekt. Lepší rozpracování si zaslouží propojení mezi dílčími tématy/náměty a funkcemi postoje, na které cílíte. | MT |
| 20 | Prvky kampaně jsou propojeny s politickými tématy. Bohužel, ve svém návrhu neupřesňujete, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Kampaně dle Vás cílí na studenty, máte představu, jaké procento studentů může hlasovat v Brně? | MT |
| 30 | Výborně, tak nějak jsem si to představoval | JV |
| 20 | Návrh není příliš propracovaný. Chybí promyšlený a konzistentní ideový námět, v kterém byste řekla, jaké postojové konverze má kampaně docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. V takovém případě jsou Vámi zvolené postupy do jisté míry nahodilé. S teoretickými poznatky pracujete jen na začátku, navíc způsobem, který Vaši strategii neinformuje. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 20 | V některých ohledech promyšlené, vycházíte z výzkumů, ale není upřesněno, jaké postojoyé konverze má kampaň docílit a na jakou postojoyou komponentu a funkci postoje cílíte. Bez odpovědí na tyto otázky nelze navrhnout ucelenou kampaň. V hlavním ideovém námětu, alespoň tak jak jej formulujete, absentují politická témata. Vzhledem k tomu, že se jedná o politickou kampaň je to podstatný problém. | MT |
| 30 | Velmi dobře připravená teoretická expozice. Škoda, že ji téměř vůbec nevyužíváte při zdůvodnění volby dílčích strategií, nosičů či aktérů. Ale na projektu jako celku oceňuji skutečně širokou volbu motivů, se kterými by se skutečně dalo pracovat a dále je rozvíjet. | JV |
| 20 | Autorky tvrdí, že jejich cílem „navrhnout strategii prodeje domácích výrobků“, nikoli komunikační kampaň. Není upřesněno, jaké postojoyé konverze má kampaň docílit a na jakou postojoyou komponentu cílí. To je důvod, proč hojnost prostředků a nosičů často působí nahodile. Existuje riziko bumerangového efektu na skupinu ne-Čechů (např. Slováky). Návrh pracuje s problematickým a nepodloženým předpokladem, že apelování na vlastenecké pocity bude stejně efektivní pro všechny skupiny potenciálních zájemců o farmářské výrobky a přinejmenším pro ty skupiny, které si nakup takových potravin mohou dovolit. | MT |
| 25 | Projekt představuje ucelený celek a důsledně vychází z poznatků teorie PaP. Nedostatky: Sekce hlavní ideový námět postrádá politická témata, ty se objevují až v části "Dílčí motivy". Ohledně postojoyé konverze se sami popíráte (jednou, že je Vaším cílem, jindy že není). Nesprávně se domníváte, že cílení na H-E funkci musí mít nutně formu zpochybnění. Opravdu chcete udělat lidským nosičem politické kampaně novináře!? | MT |
| 30 | Výborné východisko. Bylo by vhodné doplnit širší zdůvodnění volby lidských nosičů kampaně. | |
| 25 | Promyšlené a teoreticky podložené. Vidím potenciální rozpor mezi světonázorem městských liberálek a vlastenectvím. Chybějí dílčí témata. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | Propracovaný projekt, ale, ve svém návrhu neupřesňujete, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Proto následné posuzování vhodnosti jednotlivých prvků kampaně je problematické. | MT |
| 15 | Hlavní ideový námět není náležitě rozpracován (po přečtení sekce nevíme o něm nic). Není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit. Ve svém návrhu neupřesňujete, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Bez odpovědí na tyto otázky nelze navrhnout ucelenou kampaň. | MT |
| 30 | Výborně, tak nějak jsem si to představoval | JV |
| 10 | Není upřesněno, jaké postojové konverze má kampaň docílit a na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte. Bez odpovědí na tyto otázky nelze navrhnout ucelenou kampaň. V hlavním ideovém námětu, alespoň tak jak jej formulujete, absentují politická témata. Vzhledem k tomu, že se jedná o politickou kampaň je to podstatný problém. Taktéž v případě sloganů, které se hodí spíše pro reklamu šunky či jiných potravin. | MT |
| 20 | Kromě kampaně jste navrhli i výrobek samotný, škoda, že lépe jste zvládli to druhé. Jelikož ve svém návrhu nevyházíte z toho, jaké postojové konverze chcete kampaní docílit (jen se o tom letmo zmiňujete u konce návrhu), nemáte jasno v tom, na jakou postojovou komponentu a funkci postoje cílíte, návrhy jednotlivých prvků kampaně (hesla, nosiče atd.) jsou nutně nahodilé. Dobrým nápadem bylo rozdělení cílové skupiny na dvě, dle věku. | MT |
| 25 | Kampaň je ucelená a důsledná, ve volbě prostředků trochu zanedbáváte instrumentální funkci postoje. Oceňuji, že při stanovení ideového námětu a určení cílové skupiny vycházíte z výzkumů mapujících existující postoje. Strhují body za nedostatečnou práci s pojmovým aparátém teorie PaP. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 15 | Škoda, že jste zcela vypustili teoretickou reflexi a zakotvení persvazivní strategie. Jak jsem vás upozorňoval na přednáškách bez zakotvení komunikační strategie v teorii postojových funkcí, resp. persvazivních drivů je projekt nedostatečný, či přesněji poloviční. | JV |
| 30 | Velmi dobře propojená teorie a strategie s vlastními náměty. Jen bych tu cílovku/ky rozšířil. Role lékaře otevírá dveře zvláště u starší (ženské) populace. Plánovaná cílovka je příliš úzká a navíc jí k volbám nepřitáhne ani zlatý stetoskop. Jako celek je ale návrh velmi dobrý, drží pohromadě a dalo by se na něm stavět. Jen se obávám, že by profesní kodex nedovolil Emičce vystupovat v kampani konkrétního kandidáta. Monika (maminka) by s tím ale samozřejmě souhlasila.:-) | JV |
| 20 | Chybí identifikace postojové konverze, které chce kampaň docílit. Není jasné, na které postojové komponenty a funkce cílíte (jen v náznacích). Jak pak můžeme vědět, že prostředky kampaně byly vhodně zvolené? | MT |

II. ÚKOL

| body | slovní hodnocení | hodnotil |
|------|--|----------|
| 25 | | MT |
| 25 | <p>Oceňuji velmi solidní zpracování a porovnání s jinými médii. Bohužel méně propracovaná je aplikace modelu L., který je však tolik důležitý pro interpretaci cílů agendy. Bohužel v interpretaci se Vám nedaří pojmenovat svá tušení pomocí relevantních konceptů, navíc kvůli tomu, že aplikace modelu L. byla podceněná, interpretace jsou trochu na vodě.</p> | MT |
| | | |
| 15 | <p>Popis pomocí 4 definičních znaků je v pořádku, ačkoli nevysvětlujete vrchol agendy a působení v čase. Místy slabší (zarámování, jazyk, sekundární symboly), místy nekorektní (oddělení) aplikace modelu Langových. Bohužel v zásadě nedaří se Vám interpretovat cíle agendy.</p> | MT |
| 25 | <p>S ohledem na kvantitu spíše než o samostatnou agendu půjde o jednu z epizod, kdy se environmentálně zaměřené zájmové skupiny snaží nastolit téma následků globálního oteplování a média na tento pokus reagovaly, dle Vaše interpretace, příznivě. Místy, slabší aplikace modelu Langových (jazyk, personifikace).</p> | MT |
| 20 | <p>Slabší aplikace modelu Langových a de facto nicneříkající interpretace cílů agendy.</p> | MT |
| 20 | | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 15 | Neznám výzkum mediální agendy, který by byl věnován „agendě nějakého politika“ či „agendě úspěchu nějaké strany“. Tvrzení obsažena v Vaši práci vypovídají nakonec o tom, že spíše než významnosti nějakého tématu se věnujete viditelnosti politického subjektu a to je nejspíš důvod, proč aplikace jednotlivých analytických kategorií Vám dělala potíže. Interpretace cílů nebyly podloženy v analýze. | MT |
| 25 | Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, sekundární symboly) a slabší interpretace, která částečně pracuje se závěry, jež nebyly doloženy v analýze. | MT |
| 25 | | MT |
| 15 | Na základě kvantity zpráv nemůžeme mluvit o mediální agendě (průměr 1 zpráva za měsíc). Analýza mediální agendy pracující s 8 články je velmi problematická. Proto aplikace analytických kategorií je málo přesvědčivá. | MT |
| 15 | Na základě kvantity zpráv nemůžeme mluvit o mediální agendě (průměr 1 zpráva za měsíc). Analýza mediální agendy pracující s 8 články je velmi problematická. Proto aplikace analytických kategorií je málo přesvědčivá. | MT |
| 25 | Zdařila analýza, oceňuji solidní zpracování body strhávám za místy slabší (příliš úspornou a pracující s analyzovaným materiálem jen v malém rozsahu) aplikaci modelu Langových a trochu nedotaženou interpretaci cílů. | MT |
| 25 | Dobrá práce až na interpretaci cílů agendy, která je nicneříkající. V reakci na to, co píšete v úvodu, tento typ analýzy neumožňuje zkoumat objektivitu pokrytí. | MT |
| 25 | Zdařilá práce, až na slabší interpretaci cílů agendy. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | Nešťastně zvolené téma – skutečně se jedná o téma, které strukturovalo zájem veřejnosti? Dle mně byla to spíše událost a dokládá to působení v čase. Pokud odhlédneme od nešťastně zvolené agendy popis na základě 4 definičních znaků byl zvládnutý dobře. Bohužel jste podcenili aplikaci modelu L. Myslím si, že správně identifikujete pozornost věnovanou této události jako projev bulvární editoriální strategie. Mimochodem, dopadne to opravdu komicky, když v odborném textu použijete argumentaci převzatou z bulvárního tisku: „Mamba byla dokonce v určitém časovém období v Praze vyhledávanější než porno (viz. obrázek), což dokazuje, že Čechy toto téma opravdu zajímalo.“ | MT |
| 30 | Tak jsem si to představoval | MT |
| 10 | Práce obsahuje řadu nedostatků a nenaplnuje zadání. Popis na základě 4 definičních znaků je dost chaotický. Je třeba lépe strukturovat informace v rámci textu, rozhodně se vyplatí důsledněji dodržovat doporučenou strukturu. Doporučuji se postupně věnovat frekvenci, redakčnímu členění, konfliktnosti, průběhu v čase: nebyl vysvětlen vrchol agendy. Při aplikaci modelu Langových neukazujete JAK?, svá tvrzení převážně nedokládáte na materiálu. Neinterpretujete cíle agendy. | MT |
| 25 | Oceňuji solidní zpracování. Slabší jediné analýza zarámování a jazyka, navíc v aplikaci modelu L. chybí důslednost v porovnávání mezi oběma portály. Nedostatky v aplikaci modelu mohly Vás svazovat při interpretaci cílů agendy. | MT |
| 20 | Aplikace modelu Langových je velmi obecná. Slabší interpretace cílů agendy. | MT |
| 20 | Místy slabší interpretace mechanismů konstrukce (konfliktnost, redakční členění). Slabší aplikace modelu Langových (oddělení události, typ pokrytí, jazyk). Nicneříkající interpretace cílů agendy. | MT |
| 25 | Zdařilá analýza. Místy slabší aplikace modelu Langových (oddělení zprávy, typ mediálního pokrytí). Slabší interpretace cílů agendy. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 15 | U tak krátkého pozorování graf (osa x) by měl zobrazovat dny nebo týdny. Zbavujete se možnosti identifikovat a interpretovat vrchol agendy. Vhodnější bylo by srovnání s on-line zpravodajskými portály, Vy srovnáváte s deníky. Podceněná byla aplikace modelu L., bez které není možná zdařilá interpretace cílů agendy a Vámi odevzdaný úkol to potvrzuje. Mimochodem, nechápu, jak je možné, že Vaše interpretace vůbec nezohledňuje skutečnost, že Lidovky patří skupině Agrofert. Celá Vaše interpretace vlastně vychází z poněkud naivní představy o novinářích, kteří se poctivě snaží dělat svoji práci spočívající v objektivním informování ve veřejném zájmu. | MT |
| 30 | Tak jsem si to představoval | MT |
| 20 | S ohledem na malé množství článků se spíše jedná o ne příliš intenzivní mediální pokrytí jedné kauzy. V části věnované redakčnímu členění se věnujete několika aspektům pokrytí, ale redakčnímu členění nikoli. Vaše aplikace modelu Langových nevede k interpretaci cílů agendy, ty sice reflektuje, ale chybí jasná argumentační linka. | MT |
| 15 | Z hlediska frekvence a především působení v čase se jednalo spíše o událost než agendu, tedy téma, který by strukturovalo zájem veřejnosti. Slabší aplikace modelu Langových a nicneříkající interpretace cílů agendy. | MT |
| 20 | Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, sekundární symboly). Slabší interpretace cílů agendy. Některá tvrzení nejsou náležitě doložená. Chybí graf zobrazující působení zprávy v čase. | MT |
| 15 | Nepopisujete redakční členění. Graf postrádá legendu. Aplikace modelu Langových povrchní a nic neříkající, proto není překvapivé že nic neříkající je také interpretace cíle agendy. | MT |
| 20 | Zajímavá volba agendy (exekuce). Oceňuji porovnání s jinými médií, bohužel z něj analyticky netěžíte. Analýza se příliš soustředí na jeden článek (Chudé Česko), aplikace modelů Langových není důsledná. Interpretace je slabá, nepracuje s relevantními koncepty k označení editoriačních či ideologických cílů agendy. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 15 | Při zdůvodnění volby agendy se nevěnujete konfliktnosti tématu. Nevysvětlujete vrchol agendy. Zavádějící práce s pojmem zarámování (jedná se o zcela jiný proces) a sekundární symbol. Interpretace cílů agendy je nic neříkající. | MT |
| 15 | Při zdůvodnění volby agendy se nevěnujete konfliktnosti tématu. Nevysvětlujete vrchol agendy. Zavádějící práce s pojmem zarámování (jedná se o zcela jiný proces) a sekundární symbol. Interpretace cílů agendy je nic neříkající. | MT |
| 15 | U tak krátkého pozorování graf (osa x) by měl zobrazovat dny nebo týdny. Zbavujete se možnosti identifikovat a interpretovat vrchol agendy. Vhodnější bylo by srovnání s on-line zpravodajskými portály, Vy srovnáváte s deníky. Podceněná byla aplikace modelu L., bez které není možná zdařilá interpretace cílů agendy a Vámi odevzdaný úkol to potvrzuje. Mimochodem, nechápu, jak je možné, že Vaše interpretace vůbec nezohledňuje skutečnost, že Lidovky patří skupině Agrofert. Celá Vaše interpretace vlastně vychází z poněkud naivní představy o novinářích, kteří se poctivě snaží dělat svoji práci spočívající v objektivním informování ve veřejném zájmu. | MT |
| 25 | Zdařilá práce. Místy nedůsledně strukturujete text, např. u analýzy základních mechanismů, místy slabší aplikace modelů Langových. | MT |
| 30 | | MT |
| 30 | | MT |
| 15 | Z hlediska frekvence a především působení v čase se jednalo spíše o událost než agendu, tedy téma, který by strukturovalo zájem veřejnosti. Slabší aplikace modelu Langových a nicneříkající interpretace cílů agendy. | MT |
| | | |

| | | |
|----|--|----|
| 30 | Škoda, že graf zobrazující časový průběh agendy neobsahoval křivku zobrazující vývoj cen másla (indikátor skutečnosti), jinak výborně zvládnuté. | MT |
| 20 | Aplikace modelu Langových je velmi obecná. Slabší interpretace cílů agendy. | MT |
| 20 | Podle mě jste poněkud nevhodně zvolil téma, nejspíše proto se Vám příliš nedaří aplikace modelu Langových. Neuvádíte informace o kvantitě článků a interpretace míry konfliktnosti tématu je nepřesvědčivá. | MT |
| 25 | Oceňuji solidní zpracování. Slabší jediné analýza zarámování a jazyka, navíc v aplikaci modelu L. chybí důslednost v porovnávání mezi oběma portály. Nedostatky v aplikaci modelu mohly Vás svazovat při interpretaci cílů agendy. | MT |
| 15 | Vhodnější mi přijde analyzovat agendu nefunkční dopravy v Praze a výrok primátorky vnímat jako akcelerující událost, která téma dopravy zviditelnila. Nemůžu souhlasit s tím, že se jednalo o velmi intenzivní pokrytí (až na jednu výjimku, vždy pouze jedna zpráva za den). Nepodařená analýza zarámování, sekundárních symbolů, slabší analýza jazyka. Celkově slabší aplikace modelu Langových Vám znemožňuje interpretaci. | MT |
| 15 | Na základě kvantity zpráv nemůžeme mluvit o mediální agendě (průměr 1 zpráva za měsíc). Analýza mediální agendy pracující s 8 články je velmi problematická. Proto aplikace analytických kategorií je málo přesvědčivá. | MT |
| 20 | Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, sekundární symboly). Slabší interpretace cílů agendy. Některá tvrzení nejsou náležitě doložená. Chybí graf zobrazující působení zprávy v čase. | MT |
| 25 | Dobrá práce až na interpretaci cílů agendy, která je nicneřikající. V reakci na to, co píšete v úvodu, tento typ analýzy neumožňuje zkoumat objektivitu pokrytí. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 25 | Slabší aplikace modelu Langových (oddělení zprávy, zarámování). Sice obsáhlé, ale analyticky nepřilíš říkající. Překvapivě, interpretace cílů agendy nezohledňuje skutečnost, že tím co odlišovalo Seznam od jiných médií, které o kauze informovaly, bylo právě to, že to právě jeho novináře kauzu medializovali. Celkovou kvalitu práce zachraňuje spíše solidní zpracování. | MT |
| 10 | Práce obsahuje řadu nedostatků a nenaplnuje zadání. Popis na základě 4 definičních znaků je dost chaotický. Je třeba lépe strukturovat informace v rámci textu, rozhodně se vyplatí důsledněji dodržovat doporučenou strukturu. Doporučuji se postupně věnovat frekvenci, redakčnímu členění, konfliktnosti, průběhu v čase: nebyl vysvětlen vrchol agendy. Při aplikaci modelu Langových neukazujete JAK?, svá tvrzení převážně nedokládáte na materiálu. Neinterpretujete cíle agendy. | MT |
| 20 | Dobrým nápadem bylo porovnání s ostatními médii. Ještě lepším nápadem by bylo sledování agendy sexuálního obtěžování. Je to dobrá ukázka úspěšného nastolení agendy zdola, Weinsteinovu aféry byste pak mohly interpretovat jako akcelerující událost. Při odůvodnění pomocí 4 definičních znaků se nevěnujete míře konfliktnosti a redakčnímu členění. Redakčnímu členění se věnujete teprve při aplikaci modelů Langových. Samotná aplikace je úsporná a nepřilíš důsledná. Podcenění analýzy v předchozích krocích svazuje Vaši interpretaci cílů agendy (nemáte ji čím doložit). | MT |
| 30 | Tak jsem si to představoval | MT |
| 25 | Oceňuji velmi solidní zpracování a porovnání s jinými médii. Bohužel méně propracovaná je aplikace modelu L., který je však tolik důležitý pro interpretaci cílů agendy. Bohužel v interpretaci se Vám nedaří pojmenovat svá tušení pomocí relevantních konceptů, navíc kvůli tomu, že aplikace modelu L. byla podceněná, interpretace jsou trochu na vodě. | MT |
| 20 | Dobrým nápadem bylo porovnání s ostatními médii. Ještě lepším nápadem by bylo sledování agendy sexuálního obtěžování. Je to dobrá ukázka úspěšného nastolení agendy zdola, Weinsteinovu aféry byste pak mohly interpretovat jako akcelerující událost. Při odůvodnění pomocí 4 definičních znaků se nevěnujete míře konfliktnosti a redakčnímu členění. Redakčnímu členění se věnujete teprve při aplikaci modelů Langových. Samotná aplikace je úsporná a nepřilíš důsledná. Podcenění analýzy v předchozích krocích svazuje Vaši interpretaci cílů agendy (nemáte ji čím doložit). | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 25 | Zdařilá práce. Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, symbole). | MT |
| 15 | Nepopisujete redakční členění. Graf postrádá legendu. Aplikace modelu Langových povrchní a nic neříkající, proto není překvapivé že nic neříkající je také interpretace cíle agendy. | MT |
| 25 | Zdařilá práce. Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, symbole). | MT |
| 20 | Nešťastně zvolené téma – skutečně se jedná o téma, které strukturovalo zájem veřejnosti? Dle mně byla to spíše událost a dokládá to působení v čase. Pokud odhlédneme od nešťastně zvolené agendy popis na základě 4 definičních znaků byl zvládnutý dobře. Bohužel jste podcenili aplikaci modelu L. Myslím si, že správně identifikujete pozornost věnovanou této události jako projev bulvární editoriaální strategie. Mimochodem, dopadne to opravdu komicky, když v odborném textu použijete argumentaci převzatou z bulvárního tisku: „Mamba byla dokonce v určitém časovém období v Praze vyhledávanější než porno (viz. obrázek), což dokazuje, že Čechy toto téma opravdu zajímalo.“ | MT |
| 15 | Slabší identifikace mechanismů konstrukce agendy a aplikace modelu Langových, zcela chybí interpretace cílů agendy. Tvrdíte, že se věnuje agendě údajného únosu premiérova syna Andreje Babiše mladšího na Krym, v analýze se ale věnujete výskytu všech zpráv o AB. | MT |
| 15 | | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 20 | Zajímavá volba agendy (exekuce). Oceňuji porovnání s jinými médií, bohužel z něj analyticky netěžíte. Analýza se příliš soustředí na jeden článek (Chudé Česko), aplikace modelů Langových není důsledná. Interpretace je slabá, nepracuje s relevantními koncepty k označení editoriaálních či ideologických cílů agendy. | MT |
| 30 | Zdařilá analýza, v 5. a 6. kroku slabší aplikace modelu Langových. Úsporná ale výborná interpretace cílů agendy. Jen tak dál! | MT |
| 15 | Z hlediska frekvence a především působení v čase se jednalo spíše o událost než agendu, tedy téma, který by strukturovalo zájem veřejnosti. Slabší aplikace modelu Langových a nicneříkající interpretace cílů agendy. | MT |
| 15 | Při zdůvodnění volby agendy se nevěnujete konfliktnosti tématu. Nevysvětlujete vrchol agendy. Zavádějící práce s pojmem zarámování (jedná se o zcela jiný proces) a sekundární symbol. Interpretace cílů agendy je nic neříkající. | MT |
| 20 | Není vysvětleno s čím souvisel vrchol agendy. Body strhávám za místy slabší aplikace modelu Langových (zejména oddělení, typ pokrytí, zarámování, jazyk). Jak v aplikaci modelu Langových, tak při interpretaci ideologických cílů agendy, bychom uvítal důslednější podpoření závěrů odkazem na konkrétní konstrukční mechanismy analyzované agendy. V ostatních ohledech je práce v pořádku. | MT |
| 15 | Vhodnější mi přijde analyzovat agendu nefunkční dopravy v Praze a výrok primátorky vnímat jako akcelerující událost, která téma dopravy zviditelnila. Nemůžu souhlasit s tím, že se jednalo o velmi intenzivní pokrytí (až na jednu výjimku, vždy pouze jedna zpráva za den). Nepodařená analýza zarámování, sekundárních symbolů, slabší analýza jazyka. Celkově slabší aplikace modelu Langových Vám znemožňuje interpretaci. | MT |
| 30 | Vynikající analýza. Interpretaci by prospělo použití relevantních konceptů (např. konstrukce hrozby, politika strachu, morální panika, terapie, kampaň) a také důslednější zohlednění toho, že se jedná o deník, který se profiluje jako bulvární. | MT |
| 30 | Vynikající analýza. Interpretaci by prospělo použití relevantních konceptů (např. konstrukce hrozby, politika strachu, morální panika, terapie, kampaň) a také důslednější zohlednění toho, že se jedná o deník, který se profiluje jako bulvární. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 25 | Zdařila analýza, oceňuji solidní zpracování body strhávám za místy slabší (příliš úspornou a pracující s analyzovaným materiálem jen v malém rozsahu) aplikaci modelu Langových a trochu nedotaženou interpretaci cílů. | MT |
| 25 | Zdařilá práce, až na slabší interpretaci cílů agendy. | MT |
| 20 | Místy slabší aplikace modelů Langových, chybí grafické znázornění průběhu a skutečná interpretace cílů agendy. | MT |
| 15 | Popis pomocí 4 definičních znaků je v pořádku, ačkoli nevysvětlujete vrchol agendy a působení v čase. Místy slabší (zarámování, jazyk, sekundární symboly), místy nekorektní (oddělení) aplikace modelu Langových. Bohužel v zásadě nedaří se Vám interpretovat cíle agendy. | MT |
| 25 | Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, sekundární symboly) a slabší interpretace, která částečně pracuje se závěry, jež nebyly doloženy v analýze. | MT |
| 25 | Oceňuji solidní zpracování. Slabší jediné analýza zarámování a jazyka, navíc v aplikaci modelu L. chybí důslednost v porovnávání mezi oběma portály. Nedostatky v aplikaci modelu mohly Vás svazovat při interpretaci cílů agendy. | MT |
| 30 | Zdařilá analýza, oceňuji konstrukci indexu významnosti. Škoda, že analýza neústi do víc propracované interpretace jak v rovině editoriaálních cílů regionálního deníku, tak ideologické rovině (tematizace konfliktu mezi občanskou společností a kapitálem; profesní ideologie). | MT |
| 20 | Zajímavá volba agendy (exekuce). Oceňuji porovnání s jinými médii, bohužel z něj analyticky netěžíte. Analýza se příliš soustředí na jeden článek (Chudé Česko), aplikace modelů Langových není důsledná. Interpretace je slabá, nepracuje s relevantními koncepty k označení editoriaálních či ideologických cílů agendy. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 20 | Práce je rozporuplná. Oceňuji solidní zpracování, práce navíc obsahuje věcný popis kauzy a teoretickou expozici. Popis na základě 4 definičních znaků je velmi dobrý. Slabší byla aplikace modelu Langových v 3 až 6. kroku, ve výsledku neměly jste s čím pracovat při analýze cílů agendy (rámce, jazyk, symbole). Zachránit Vás mohla interpretace z hlediska profesní ideologie (koncept hlídacího psa), ale nenapadlo Vás to. Další nedostatky: Cílem úkolu nebylo analyzovat mediální propagandu, nýbrž agendu! Pán Babiš nevlastní Mafru (svěřenecký fond)! Kolokviální výrazy do odborného textu nepatří! | MT |
| 15 | Šetření Evropskou komisí je spíše jednou z události akcelerujících agendu Čapí Hnízdo. Nevysvětlujete vrchol agendy. Vynechání publicistiky nebylo náležité odůvodněno, publicistické články jsou z hlediska budování a nastolení agendy důležité. Aplikace modelu Langových se Vám nepovedla, je zkratkovitá nic neříkající a místy nekorektní. Interpretace cílů je a la thèse, nebyla podložena v analýze. | MT |
| 20 | Práce je rozporuplná. Oceňuji solidní zpracování, práce navíc obsahuje věcný popis kauzy a teoretickou expozici. Popis na základě 4 definičních znaků je velmi dobrý. Slabší byla aplikace modelu Langových v 3 až 6. kroku, ve výsledku neměly jste s čím pracovat při analýze cílů agendy (rámce, jazyk, symbole). Zachránit Vás mohla interpretace z hlediska profesní ideologie (koncept hlídacího psa), ale nenapadlo Vás to. Další nedostatky: Cílem úkolu nebylo analyzovat mediální propagandu, nýbrž agendu! Pán Babiš nevlastní Mafru (svěřenecký fond)! Kolokviální výrazy do odborného textu nepatří! | MT |
| 15 | Popis pomocí 4 definičních znaků je v pořádku, ačkoli nevysvětlujete vrchol agendy a působení v čase. Místy slabší (zarámování, jazyk, sekundární symboly), místy nekorektní (oddělení) aplikace modelu Langových. Bohužel v zásadě nedaří se Vám interpretovat cíle agendy. | MT |
| 25 | Zdařilá práce. Místy nedůsledně strukturujete text, např. u analýzy základních mechanismů, místy slabší aplikace modelů Langových. | MT |
| 20 | S ohledem na malé množství článků se spíše jedná o ne příliš intenzivní mediální pokrytí jedné kauzy. V části věnované redakčnímu členění se věnujete několika aspektům pokrytí, ale redakčnímu členění nikoli. Vaše aplikace modelu Langových nevede k interpretaci cílů agendy, ty sice reflektuje, ale chybí jasná argumentační linka. | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 25 | Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, sekundární symboly) a slabší interpretace, která částečně pracuje se závěry, jež nebyly doloženy v analýze. | MT |
| 30 | Zdařilá analýza, byť z hlediska kvantity půjde o velmi slabou agendu. Slabší je analýza použití jazyka. Interpretaci by prospěla práce s relevantními koncepty (liberální tisk, hegemonie, liberalismus). Silnou stránkou analýzy je, že si všimáte jak je budovaná pomocí personifikace a konfliktu. V interpretaci trochu podceňujete převedení tématu z roviny právní do roviny světonázorového střetu mezi liberály a konzervativci. | MT |
| 15 | | MT |
| 15 | Nepopisujete redakční členění. Graf postrádá legendu. Aplikace modelu Langových povrchní a nic neříkající, proto není překvapivé že nic neříkající je také interpretace cíle agendy. | MT |
| 20 | Z hlediska kvantity zpráv je označování mediálního pokrytí události, které analyzujete za mediální agendu je problematické. Nejspíš proto graf. č. 1 pracuje s jednotkou počet znaků (místo článků), a tak pracuje pro dojem hojnosti. Je tohle doopravdy téma, které strukturuje zájem veřejnosti? Možná proto jsou aplikace modelu Langových a interpretace cílů agendy málo přesvědčivé. | MT |
| 20 | Z hlediska kvantity zpráv je označování mediálního pokrytí události, které analyzujete za mediální agendu je problematické. Nejspíš proto graf. č. 1 pracuje s jednotkou počet znaků (místo článků), a tak pracuje pro dojem hojnosti. Je tohle doopravdy téma, které strukturuje zájem veřejnosti? Možná proto jsou aplikace modelu Langových a interpretace cílů agendy málo přesvědčivé. | MT |
| 20 | S ohledem na malé množství článků se spíše jedná o ne příliš intenzivní mediální pokrytí jedné kauzy. V části věnované redakčnímu členění se věnujete několika aspektům pokrytí, ale redakčnímu členění nikoli. Vaše aplikace modelu Langových nevede k interpretaci cílů agendy, ty sice reflektuje, ale chybí jasná argumentační linka. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 25 | Celkově dobrá práce. Je pozoruhodné, že s ohledem na Vámi nabízenou interpretaci cílů agendy se v analýze použití jazyka nevěnujete pojmu „novičok“. Interpretace cílů agendy by si zasloužila o něco lepší doložení. | MT |
| 20 | Místy slabší interpretace mechanismů konstrukce (konfliktnost, redakční členění). Slabší aplikace modelu Langových (oddělení události, typ pokrytí, jazyk). Nicneříkající interpretace cílů agendy. | MT |
| 25 | Zdařilá analýza, body strhávám za místy slabší aplikace modelu Langových a trochu nedotaženou interpretaci cílů. | MT |
| 25 | S ohledem na kvantitu spíše než o samostatnou agendu půjde o jednu z epizod, kdy se environmentálně zaměřené zájmové skupiny snaží nastolit téma následků globálního oteplování a média na tento pokus reagovaly, dle Vaše interpretace, příznivě. Místy, slabší aplikace modelu Langových (jazyk, personifikace). | MT |
| 25 | Zdařilá práce. Místy slabší aplikace modelu Langových (zarámování, jazyk, symbole). | MT |
| 20 | Místy slabší aplikace modelů Langových, chybí grafické znázornění průběhu a skutečná interpretace cílů agendy. | MT |

| | | |
|----|---|----|
| 20 | | MT |
| 20 | Místy slabší interpretace mechanismů konstrukce (konfliktnost, redakční členění). Slabší aplikace modelu Langových (oddělení události, typ pokrytí, jazyk). Nicneříkající interpretace cílů agendy. | MT |
| 15 | U tak krátkého pozorování graf (osa x) by měl zobrazovat dny nebo týdny. Zbavujete se možnosti identifikovat a interpretovat vrchol agendy. Vhodnější bylo by srovnání s on-line zpravodajskými portály, Vy srovnáváte s deníky. Podceněná byla aplikace modelu L., bez které není možná zdařilá interpretace cílů agendy a Vámi odevzdaný úkol to potvrzuje. Mimochodem, nechápu, jak je možné, že Vaše interpretace vůbec nezohledňuje skutečnost, že Lidovky patří skupině Agrofert. Celá Vaše interpretace vlastně vychází z poněkud naivní představy o novinářích, kteří se poctivě snaží dělat svoji práci spočívající v objektivním informování ve veřejném zájmu. | MT |
| 25 | Zdařila analýza, oceňuji solidní zpracování body strhávám za místy slabší (příliš úspornou a pracující s analyzovaným materiálem jen v malém rozsahu) aplikaci modelu Langových a trochu nedotaženou interpretaci cílů. | MT |
| 25 | Slabší aplikace modelu Langových (oddělení zprávy, zarámování). Sice obsáhlé, ale analyticky nepřilíživě říkající. Překvapivě, interpretace cílů agendy nezohledňuje skutečnost, že tím co odlišovalo Seznam od jiných médií, které o kauze informovaly, bylo právě to, že to právě jeho novináře kauzu medializovali. Celkovou kvalitu práce zachraňuje spíše solidní zpracování. | MT |
| 30 | Zdařilá analýza, oceňuji konstrukci indexu významnosti. Škoda, že analýza neústi do víc propracované interpretace jak v rovině editoriaálních cílů regionálního deníku, tak ideologické rovině (tematizace konfliktu mezi občanskou společností a kapitálem; profesní ideologie). | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | <p>Nešťastně zvolené téma – skutečně se jedná o téma, které strukturovalo zájem veřejnosti? Dle mně byla to spíše událost a dokládá to působení v čase. Pokud odhlédneme od nešťastně zvolené agendy popis na základě 4 definičních znaků byl zvládnutý dobře. Bohužel jste podcenili aplikaci modelu L. Myslím si, že správně identifikujete pozornost věnovanou této události jako projev bulvární editoriaální strategie. Mimochodem, dopadne to opravdu komicky, když v odborném textu použijete argumentaci převzatou z bulvárního tisku: „Mamba byla dokonce v určitém časovém období v Praze vyhledávanější než porno (viz. obrázek), což dokazuje, že Čechy toto téma opravdu zajímalo.“</p> | MT |
| 25 | <p>Zdařilá analýza. Místy slabší aplikace modelu Langových (oddělení zprávy, typ mediálního pokrytí). Slabší interpretace cílů agendy.</p> | MT |
| 20 | <p>Dobrým nápadem bylo porovnání s ostatními médii. Ještě lepším nápadem by bylo sledování agendy sexuálního obtěžování. Je to dobrá ukázka úspěšného nastolení agendy zdola, Weinsteinovu aféry byste pak mohly interpretovat jako akcelerující událost. Při odůvodnění pomocí 4 definičních znaků se nevěnujete míře konfliktnosti a redakčnímu členění. Redakčnímu členění se věnujete teprve při aplikaci modelů Langových. Samotná aplikace je úsporná a nepříliš důsledná. Podcenění analýzy v předchozích krocích svazuje Vaši interpretaci cílů agendy (nemáte ji čím doložit).</p> | MT |
| 15 | | MT |
| 25 | | MT |
| 20 | <p>Aplikace modelu Langových je velmi obecná. Slabší interpretace cílů agendy.</p> | MT |

| | | |
|----|--|----|
| 20 | Slabší aplikace modelu Langových a de facto nicneříkající interpretace cílů agendy. | MT |
| 25 | Celkově dobrá práce. Je pozoruhodné, že s ohledem na Vámi nabízenou interpretaci cílů agendy se v analýze použití jazyka nevěnujete pojmu „novičok“. Interpretace cílů agendy by si zasloužila o něco lepší doložení. | MT |
| 20 | Není vysvětleno s čím souvisel vrchol agendy. Body strhávám za místy slabší aplikace modelu Langových (zejména oddělení, typ pokrytí, zarámování, jazyk). Jak v aplikaci modelu Langových, tak při interpretaci ideologických cílů agendy, bychom uvítal důslednější podpoření závěrů odkazem na konkrétní konstrukční mechanismy analyzované agendy. V ostatních ohledech je práce v pořádku. | MT |

| |
|---------------|
| |
| CELKEM |
| 75 |
| 85 |
| 0 |
| 70 |
| 75 |
| 65 |
| 60 |

| |
|----|
| 65 |
| 65 |
| 75 |
| 70 |
| 70 |
| 75 |
| 70 |
| 85 |

65

80

55

70

70

80

70

65

80

75

65

60

70

70

| |
|----|
| 60 |
| 60 |
| 65 |
| 65 |
| 85 |
| 85 |
| 65 |
| 40 |

75

70

65

70

60

70

60

70

75

55

75

80

85

75

70

70

70

65

60

45

| |
|----|
| 55 |
| 80 |
| 65 |
| 60 |
| 60 |
| 60 |
| 80 |
| 80 |

| |
|----|
| 75 |
| 85 |
| 65 |
| 70 |
| 65 |
| 70 |
| 85 |
| 65 |

70

15

70

70

65

75

65

90

45

70

65

65

75

85

80

80

75

70

70

60

80

65

75

75

85

65

70

75

45

75

70

65

85

60