

Vyjádření školitele k disertační práci **PhDr. Daniely Zítkové**  
*Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamní texty*

PhDr. Daniela Zítková si vybrala za své téma zdvořilost v komunikaci; soustředila se přitom jednak na analýzu a kritické zhodnocení dosavadních teorií zdvořilosti a formulování vlastní koncepce, opřené o komunikační teorii zdvořilosti R. J. Watse, jednak na analýzu zdvořilosti v britských a českých reklamách obracejících se k ženám, mužům a dívkám.

Práce je velmi dobře založena po stránce teoretické: autorka velmi detailně rozebírá různá pojetí zdvořilosti od prací klasických po současnost; projevuje přitom nejen velmi dobrou orientaci v problematice, výbornou znalost dosavadní odborné literatury, ale i schopnost teorie zdvořilosti jasně vyložit a kriticky posoudit jejich přednosti i slabá místa.

Analýza českých a britských reklam se zakládá na korpusu 300 českých a britských celostránkových inzerátů v časopisech Cosmopolitan, Esquire a Cosmogirl (veškerý analyzovaný materiál je k dispozici ve vysoce kvalitním zpracování v příloze); rozsah korpusu je pro prováděnou analýzu postačující, materiál je vhodně volený, je homogenní, ale zároveň dostatečně diferencovaný, dovoluje tedy účelná porovnávání.

Při analýze se autorka zaměřuje primárně na čtyři jevy: rozdíly mezi reklamami typu hard-sell a soft-sell, využívání imperativních výzev (v porovnání s větami otázkovými a jinými), tykání a vykání, žertování. To jí dovoluje formulovat zajímavé závěry, založené mj. i na srovnání reklam britských a českých nebo reklam určených mužům, ženám a dívkám.

Jak v části teoretické, tak analytické prokazuje autorka, že je nepochybně schopna samostatné vědecké práce v oboru. Její text plně odpovídá požadavkům kladeným na kvalifikační práce tohoto typu. Rád ji doporučuji k obhajobě.

Prof. PhDr. Karel Šebesta, CSc.  
školitel