

Posudek vedoucí diplomové práce

Luisa Robovská
Jazyk a rétorika volebních plakátů
Diplomová práce, 2008
Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav germánských studií

Diplomantka se ve své práci zabývá fenoménem volebních plakátů. Vytváření a funkce plakátů porovnává s řečnickým projevem, a tudíž provádí jejich analýzu na základě rétoriky. Stručně také porovnává jazyk reklamy a jazyk politiky a do těchto kategorií se pokouší zařadit i jazyk volebních plakátů.

Kapitoly praktické části kopírují pět kroků rétorické analýzy. Studentka se věnuje zejména bodu argumentace, kde rozebírá volební plakáty z hlediska jejich myšlenkového obsahu. Vhodně zvolila postup, kdy nejprve popisuje plakáty jednotlivých politických stran jako samostatné celky a poté hledá společné rysy. Dále se diplomantka zaměřuje na elocutio, tedy výběr vhodných jazykových prostředků, a zabývá se všemi povrchovými rovinami. Ostatním hlediskům se vzhledem k lingvistickému zaměření práce věnuje jen okrajově.

V závěru práce pak diplomantka odpovídá na otázky formulované v úvodní kapitole. Studentka prokázala schopnost aplikovat teoretické znalosti (navíc z oboru jí dosud zřejmě neznámého) v praxi. Rozhodně se však mohla více zaměřit na část výběru jazykových prostředků, kdy v podstatě pouze uvádí příklady dokládající existenci toho či onoho fenoménu. Přitom podrobnější popis by si jistě zasloužilo např. diplomantkou samou zdůrazňované používání pasiva, modálních sloves, složených substantiv či nepoužívání imperativu. Naopak část actio je vzhledem ke studentčiným omezeným znalostem tohoto oboru jen málo přínosná, protože v ní pouze popisuje vizuální stránku plakátů a laicky ji hodnotí (např. na str. 60 „... proč jsou však lidé schovaní za plakátem, nám není jasné. Myslíme si, že jediným důvodem je ... snaha o originalitu.“ nebo tamtéž „Význam těchto obrazů není příliš jasný.“).


Autorka se mohla také více věnovat souvislosti mezi argumentací a výběrem jazykových prostředků. Rovněž velice stručný závěr, že se jazyk volebních plakátů podobá spíše jazyku politiky než reklamy, není dostatečně podložený a rovněž není zdůvodněno, proč tomu tak je.

Z práce bohužel nevyplývá, z jakého časového období citované plakáty jsou a zda se diplomantce podařilo získat všechny plakáty uvedených stran. Proto překvapuje relativně malé (i když pro danou práci dostačující) množství plakátů většiny stran oproti výrazně většímu počtu plakátů strany Socialdemokraterna, u nichž autorka navíc velice chvályhodně uvádí, jak se vyvíjel jejich obsah během kampaně.

Z hlediska formálního můžeme vyzdvihnout autorčin postup, kdy struktura praktické části odpovídá struktuře teoretické části, díky čemuž je práce velice přehledná. Nešvarem jsou však časté krátké odstavce, což do značné míry souvisí s tím, že diplomantka zejména v části elocutio, ale do určité míry i v části argumentace pouze uvádí příklady.

V práci se vyskytuje několik chyb v interpunkci, autorka místy nevhodně používá zvrtné zájmeno *si* (např. na str. 35 „V teoretické části jsme si vysvětlili, ...“ nebo na str. 39 „Ten se skládá ze složek, které jsme si uvedli v teoretické části.“), nešťastně použito je např. hodnotící adverbium na str. 12 („Nápadně podobného modelu používá Karel Šebesta...“).

I přes veškeré výhrady práci rozhodně doporučuji k obhajobě.


PhDr. Petra Štajnerová, Ph.D., vedoucí práce

V Praze 13.5.2008