

Posudek bakalářské práce Moniky Traubové

Komunikační strategie tištěných reklam zaměřených na rodiče

Bakalářská práce M. Traubové zkoumá prostředky, kterými se reklamy zaměřené na rodiče snaží působit na recipienta. Zaměřuje se na analýzu korpusu 70 reklam na kočárky, které byly publikovány v průběhu jednoho roku v měsíčníku *maminka*.

Úvodní části práce shrnují základní poznatky o reklamě a jejím jazyce a věnují se též definici některých relevantních pojmů. Na této části oceňuji, že se autorka snažila zachytit specifika reklamního komunikátu v přiměřeném rozsahu a s ohledem na téma práce, oceňuji též to, že se věnuje i tématům nelingvistickým, např. právním aspektům a omezením reklamy u nás. Z textu je patrné, že nebylo snadné informace dosti různorodého charakteru vhodně uspořádat, ale výslednou podobu pokládám za vhodnou pro bakalářskou práci. Podrobněji mohlo být rozpracováno téma komunikační strategie, jejíž vymezení není v odborné literatuře jednoznačné, je však třeba kladně hodnotit to, že je v práci vhodně uvedeno specifické pojetí komunikační strategie v oblasti reklamy. Rovněž popis analyzovaného korpusu mohl být trochu detailnější (nemohla jsem mj. najít informaci, z kterého ročníku byly texty excerpovány). Celkově hodnotím teoretickou část jako svědčící o zvládnutí práce s odbornou literaturou, u obhajoby by však autorka měla ještě rozvést, jak definuje manipulaci, a také by se měla vyjádřit k tomu, zda opravdu všechny analyzované texty vykazují rysy manipulace (toto pojetí je naznačeno např. v úvodu: „... komunikační strategie: postupy, které dané organizaci pomohou dosáhnout svého cíle a současně vnímatele zmanipulovat takovým způsobem, aby nevěděl, že je manipulován“; s. 1.), a měla by uvést, na čem zakládá tvrzení, že „Právě sociální skupinou náchylnou k manipulaci jsou rodiče s malými dětmi“ (s. 1, formulace je navíc víceznačná).

V praktické části autorka nejdříve sleduje jednotlivé typy prostředků, které se v analyzovaném souboru komunikátů podílejí na jejich komunikační strategii. V této části autorka podle mého názoru prokázala schopnost detailní analýzy materiálu a všímavost nejen k prvkům různých jazykových rovin, ale i k prostředkům neverbálním. Třídění excerpovaných jevů do kapitol „Navození kontaktu s adresátem“, „Lexikální stránka textu“, „Poetické prostředky“, „Jiné prvky v daných reklamních textech“, „Grafická stránka reklamy“ sice může působit poněkud heterogenně, je však odrazem výrazných rysů zkoumaného materiálu a ve výsledku podává jeho ucelený obraz a postihuje všechny jeho prvky podstatné pro komunikační strategie. Tato část obsahuje také řadu zajímavých postřehů (např. kap. 3.3.3.1

„Zmínění cizích zemí pomocí adjektiv“ a postřehy o využití různých stereotypů, postřehy o odlišnosti reklam na kočárky od jiných reklam zaměřených na rodiče atp.). V závěrečné části jsou zařazeny ukázky komplexních analýz tří konkrétních komunikátů. Je trochu škoda, že v práci není explicitněji popsáno, jak se jednotlivé prvky podílejí na celkové komunikační strategii zkoumaných komunikátů a jaké případné varianty základní přesvědčovací strategie vymezené autorkou se v komunikátech objevují, i když něco z toho implicitně ukazují právě závěrečné komplexní analýzy.

Práce je vhodně strukturována, překlepy, pravopisné a formulační nedostatky jsou jen občasné. Vyhýbala bych se např. nejednoznačnému vyjádření reklamovaný předmět a také formulacím typu „Použitím cizích výrazů se tvůrci snaží navodit exkluzivitu...“ (s. 41), neboť skutečné záměry tvůrců nám jsou těžko dostupné, pouze na ně usuzujeme z výsledné podoby komunikátu. Podobně bych se snažila přesněji oddělit to, co se zdá záměrným prvkem komunikační strategie, od toho, co je spíše výrazným prvkem daného komunikátu (srov. např. chyby v textu či potíže s psaním číslic a číslovek). V seznamu literatury bych uváděla odkazy ne na celé sborníky (Čmejrková a kol, 2010; Daneš a kol., 1997), ale na jednotlivé články, jichž v textu práce autorka využívá; u práce O. Komárkové není uveden rok vydání.

Práce M. Traubové splňuje požadavky kladené na bakalářské práce, doporučuji ji k obhajobě. Navrhuji hodnocení velmi dobře až výborně podle průběhu obhajoby.

PhDr. Lucie Saicová Římalová, Ph.D.
vedoucí bakalářské práce