

Univerzita Karlova v Praze
Pedagogická fakulta

Zápis o části státní závěrečné zkoušky
Obhajoba diplomové práce

Akademický rok: 2015/2016

Student: Bc. Jaroslava Fridrichová
Datum narození: 06.05.1988
Identifikační číslo studenta: 63995738

Typ studijního programu: navazující magisterské
Studijní program: Učitelství pro střední školy
Forma studia: prezenční
Studijní obor: Učitelství všeobecně vzdělávacích předmětů pro základní školy a střední školy český jazyk — základy společenských věd

Identifikační číslo studia: 387397
Datum zápisu do studia: 04.09.2012

Název práce: Lidová tvořivost čechů v souvislosti s kausou Rath
Jazyk práce: čeština
Jazyk obhajoby: čeština
Obor práce:
Vedoucí: PhDr. Radka Holanová, Ph.D.
Oponent(i): PhDr. Ladislav Janovec, Ph.D.

Datum obhajoby : 12.01.2016 **Místo obhajoby :** Praha
Termín: řádný
Průběh obhajoby: Autorka prezentovala svoji práci. K analýze si vybrala kauzu Rath, protože byla v době zadávání práce vysoce aktuální. Cílem bylo postihnout příspěvky lidové tvořivosti z hlediska obsahu i formy. Za hlavní cíl proto považuje nalézt adekvátní metodu výzkumu těchto komunikátů. Podle ní má k tomu nejbližší reklamní text. Metody, které použila byly interpretační, komparační a textové analýzy. Dále si všímala, jakými prostředky dosahovali autoři humorného efektu, což byly jazyková hra a intertextovost. Materiál zkoumala z hlediska vztahu textu a obrazu, z hlediska tématu (jaké dílčí téma bylo nejčastěji zpracováváno a jakým způsobem), z hlediska inspiračních zdrojů. Dále se zaměřila na jazykové prostředky.

Připomínky vedoucího:
4.1 s. 12 – Proč autorka zmiňuje „souboj“ venkova a městského prostředí, „vyšších“ či „nižších“ vrstev společnosti v kontextu své práce?
4.2 s. 14 - „Pokud jsou sledováni elektronickými médii, politici ztrácejí možnost rozehrát mnoho podob svrchované a mocné role tradičních vůdců.“ Může to být i naopak? Dává jim to nějaké nové nástroje manipulace?
4.3 Měla autorka možnost setkat se s lidovou tvořivostí na internetu u jiných národů? Jak vnímá jejich smysl pro humor?
4.4 Je intertextovost nějak přítomna ve všech příspěvcích reagujících na kauzu?
4.5 Našla by se i jiná oblast pro srovnávání a analýzu, než je

reklama?

Autorka odkazuje na Welshovou, která o proměně opozic (boje) píše, souvislosti vidí v proměně žánru a přenosu textů - lidová tvořivost má nový nástroj šíření.

Internet může dát politikům nové zdroje manipulace, nicméně při odpovědích se zaměřovala pouze na jeden pohled interpretace.

Autorka se domnívá, že národnostní smysl pro humor se těžko dohledávají, prostředky humoru a funkce jsou společné. Podoba se může lišit, ale nemusí nutně.

Intertextovost podle autorky není přítomna ve všech textech. Nevidí intertextualitu v obrazové složce materiálu (odkaz na autory).

Dalšími zdroji pro srovnání kauzy by byly komiksy.

Připomínky oponenta:

4.1 Proším o podrobný popis metodologie zpracování a sběru materiálu.

4.2 Kdo se v českém prostředí zabýval ironií, intertextualitou, satirou, expresivitou?

4.3 Jakými jazykovými prostředky je vyjadřován humor (kromě zmíněné homonymie a grafické či fonetické podobnosti).

4.4 V práci jsou různě definována nová média. Co to tedy podle autorky je.

Metodologii autorka popsala při prezentaci práce. Materiál získávala pomocí heslových slov ze sociálních sítí a z vybraných webů. Postupně nacházela společné rysy a kategorie, opakování témat. Všimla si autora, data zveřejnění.

Uvedla výrazné představitele lingvistických témat.

V textech se objevovala homonymie, polysémie, intertextovost

Za nové médium považuje internet, protože k němu mají přístup skoro všechny vrstvy.

Diskuse

Dr. Holanová upozornila, že zobecňování toho, že přístup k internetu mají téměř všichni, stále nemusí znamenat, že by ho všechny vrstvy využívaly tak, jak autorka předpokládala.

Dr. Chejnová se zeptala, zda autorka našla typicky české projevy humoru. Autorka si myslí, že typicky české je, že Češi mají schopnost dělat si legraci sami ze sebe a čecháčkovství, švejkovství.

Dr. Janovec položil otázku, proč se autorka domnívá, že analyzované texty mají nejbližší k reklamě. Autorka našla několik podobností s reklamou, jako je vztah textu a obrazu, hra s jazykem. Oponent vyjádřil nesouhlas. Autorka upozornila i na politickou propagaci.

Výsledek obhajoby:

velmi dobře

Předseda komise:

PhDr. Ladislav Janovec, Ph.D.

Členové komise:

doc. PhDr. Eva Hájková, CSc.

PhDr. Radka Holanová, Ph.D.

PhDr. Pavla Chejnová, Ph.D.