

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Tobolová Michaela

Název práce: Pragmalingvistická analýza teleshoppingu produktů z oblasti kosmetiky a fitness

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Schneiderová Soňa, PhDr., PhD.

Pracoviště: MKPR FSV UK

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Cíle si autorka stanovila jasně, materiál pro výzkum byl zvolen vhodně, práce je strukturovaná přehledně, bibliografické údaje jsou uvedeny podle normy. Práce má své klady, přesto i zápory (viz níže), např. jako u mnoha dalších, obsahuje části vzhledem k vlastnímu tématu irelevantní, např. co to je lingvistika, obšírný výklad, jaké disciplíny lingvistika obsahuje.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	C
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	C
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	D

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Závažné je to, že místy jsou výklady laicky naivní a jsou vyslovovány nepodložené závěry:

Autorka používá lingvistické pojmy, ale ne vždy cíleně podle toho, co skutečně znamenají. Využívá různých pojmových aparátů z různých teoretických systémů tak, že se někdy promiskue překrývají: např. Jakobsonovy KF a mluvní akty v Searlově/Austinově duchu.

Některá tvrzení jsou zjednodušená a nelze s nimi úplně souhlasit, např. Ilokuce mluvního aktu je pak manifestována skrze srozumitelnou lokuci vykonanou skrze call to action: “Zavolejte a objednejte si ten svůj!, s. 23 – jde o velmi zjednodušené tvrzení, co se týče rozlišování lokuce a ilokuce.

Opakovaně autorka používá spojení „zamýšlená perlokuce“, přičemž perlokuce je zamýšlený efekt, takže slovo „zamýšlená“ je navíc; opakuje se vícekrát, např. s. 35.

Myslím si, že je nepochopen i pojem implikatura: implikatury, kromě již zmíněné implikatury u testu CelluVision např. sdělení, že gel se prodává za zaváděcí cenu, což implikuje, že po čase se cena změní, s. 34. Ne všechno, co něco implikuje, je implikatura v pragmalingvistickém smyslu (viz konverzační a konvenční implikatury).

Určitá ne odbornost, laickost se projevuje i v argumentaci, což potom často vede k nesprávným tvrzením, např.

To je v souladu s postavením obou účinkujících v dialogu podobnému dialogům učitele a žáka, kdy Fuchs funguje jako jakýsi mentor, což manifestuje např. skrze blahosklonné oslovování Kunešové „drahá Andree“;

obou účinkujících v dialogu podobnému dialogům učitele a žáka, - to určitě není pravda, dialog učitel – žák je na jiném principu a na základě příkladů, které autorka uvádí, rozhodně nemůžeme tvrdit to, co autorka tvrdí (s. 27). Uvedme další příklad naivní argumentace: Mezi nimi vyčnívá zejména adjektivum „ultimativní“, který svou nezvyklostí dle názoru autorky dodává formulaci „ultimativní centrum zdraví“ na fantastičností tím, že vznikl pravděpodobně přejmutím anglického slova „ultimate“, česky „maximální“ nebo „krajní“ (s. 27). V daném úryvku je i několik chyb: má být adjektivum, které; nesprávně je tvar „přejmutí“.

Autorka vyvozuje neodborné a nejednoznačné závěry, např.: adjektiva, která používá, působí většinou ve srovnání se zbylými spoty poměrně střizlivě (s. 36); vnímání Fuchse jako blahosklonného mentora (s. 28) atd. Co se týče kapitoly Závěr, tak ta neobsahuje závěry získané výzkumem, ale opakuje to, co je součástí jiných kapitol, nebo se odvolává na obecná tvrzení:

Syntax promluv moderátora či voice-overů, očekávatelně předepsaných scénářem, je složitá a obsahuje minimum chyb, zatímco syntax projevů civilistů v testimonialech je jednodušší a frekvence výskytu jazykových chyb je vyšší. (s. 38) – tomu se autorka ve své práci vůbec nevěnuje, nerozebírá to.

Mezi řečnickými figurami, které spoty běžně užívají, jsou např. exklamace, pleonasmy, gradace, hyperboly a řečnické otázky, jak již bylo zmíněno v kapitole Persvaze v teleshoppingu. – tento závěr je z obecné kapitoly, nikoliv z výzkumu.

Závěr obsahuje i věty, kterým nerozumím: Ze stylotvorných prostředků se ve spotech objevuje primárně neutrální slovní zásoba ve smyslu citového i stylového zbarvení, s. 38.

Dalším tvrzením je i to, že V každém spotu ale byla přítomna slova odborně zbarvená, pojící se s aluzí na odborný styl, jež je v diskurzu teleshoppingu velmi populární. – ale tomu se autorka také příliš nevěnuje, zmiňuje např. slovo „glukóza“.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	B
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	D
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce má četné jazykové a stylizační nedostatky:

1. Neobvyklá, nenormální a nepřijatelná je personifikace při výkladu: Druhá část, část metodologická, popíše lingvistiku, pragmalingvistiku, (...); V rámci vedlejší linie práce syntetizovala styl typický pro teleshopping a srovnávala jej se stylem reklamním; Poté, co práce v těchto spotech odhalila konkrétní argumentační fauly, dospěla k závěru, že některé z nich jsou natolik očividné a očekávatelné, že je ani nelze považovat za manipulativní; Třetí částí práce bude praktická část. Ta se prvně zaměří na konsituaci rozebíraných spotů a poté každý spot individuálně popíše a provede pragmalingvistickou analýzu. Navíc nepoužíváme budoucí čas, ale odborný prezens, nikoliv tedy „bude praktická část“, ale „je“.

2. U autorky se projevuje kombinace snahy (někdy neumělé) po odborném vyjadřování, jež se mísí s hovorovostí, metaforičností, expresivitou: byly nahrazeny zdroji, které byly vzhledem ke směřování, které práce nabrala, relevantnější (s. 4); Fuchs nejprve strhá odšťavňovač nejmenované konkurence (s. 24); Na druhé straně barikády (metaforické vyjadřování) (s. 23); Výsledky ukazuje fotka (hovorové; s. 35); která přímo nahrává na Fuchsovu smeč (s. 28); Spot graduje, když se Fuchs opře do léků, (s. 29); spot ústy účinkujících vyzdvihuje samotný produkt, k čemuž si někdy skládá bombastičtější adjektiva - např. „ultrajemné [mikrositko]“ – co jsou to bombastičtější adjektiva?; jak je možný tento expresivní, neodborný výraz v práci, kde jde o objektivní popis jazyka?

3. Autorka užívá spoustu adverbii, které intenzifikují vyjádření, jež jsou pro odborné vyjadřování nevhodné, např. vyloženě, striktně atd.

4. Objevují se neobvyklé, nenormální formy: Práce se bude soustředit; Aby toho teleshopping dosáhl (jen dosáhl) (s. 9).

5. Poměrně časté jsou chyby v interpunkci: Na jaře 2017, krátce předtím, než byly položeny základy této práce v podobě teze společnost S&P Broadcasting oznámila svůj záměr na podzim téhož roku uvést na český trh TV Trhák (s. 3); i barevného schématu za účelem zdůraznění klíčových informací jako je cena (s. 9); Přesto, že se autorka při interpretaci textů nedokáže zcela oprostít od subjektivních vlivů, bude se snažit na analýzu pohlížet co nejobjektivnější optikou (s. 22).

6. (Černý, 1998, s. 71-72); rozpětí mezi čísla naznačujeme „pomlčkou“ bez mezer, nikoliv spojovníkem; Pro nákupní chování jsou klíčové 3 proměnné (3 se vypisuje), s. 9., poznámky pod čarou musejí být zakončeny tečkou.

7. Nevhodné je užití předložky skrze: skrze záběry muže neschopného dopnout kalhoty s komentářem zmiňujícím „neatraktivní figuru“ i skrze prohlášení (s. 26); Skrze rozbor spotů Mr Juice, skrze animacem, skrze tuto stylizaci (pronikání nějakým prostorem, předmětem...), prostřednictvím...nespi. Skrze teleshopping nakupují lidé...

8. Autorka používá krkolomně neosobní vyjadřování „autorka práce“, což je nepřirozené a z prostředí českých lingvistických prací naprosto neznámé.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Ke kladům patří: Diplomantka neměla lehký úkol, neboť pro takto zvolené téma je potřeba znalost literatury z oblasti marketingu, ale i dobrá znalost lingvistické literatury, při dokazování falešné argumentace jsou potřeba širší znalosti, např. odborné znalosti z oblasti medicíny, které zde byly podpořeny odbornou literaturou atd. Dále se autorka věnuje sociologickému průzkumu a zpracovává data získaná formou dotazníku, což je další oblast, kterou si musela diplomantka osvojit.

Nejzdařilejší částí podle mého názoru jsou ty, v nichž autorka ukazuje, resp. odlišuje různé typy argumentů, resp. argumentace, které se v jednotlivých spotech objevily (přestože je – myslím až na jeden případ – ani nijak nepojmenovává, nekategorizuje), za účinné považují zasazení daného tématu do rámce, v němž autorka ukazuje rozdíl mezi principy fungování teleshoppingu a reklamy, tedy v podstatě mezi prvky hard sell a soft sell, i když toto nevyvozuje na základě vlastního výzkumu a přebírá to ze sekundární literatury (Čmejková, Jílková). Součástí práce je i dotazování respondentů; laické odhalení manipulace a falešné argumentace diváky teleshoppingu je v těchto rozhovorech někdy přesvědčivější než u autorky DP.

Práce má však nesporné nedostatky, které bohužel snižují její odbornou úroveň, ale i čtenářský požitek/komfort.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Hovoříte o překračování hranice mezi persvasí a manipulací v teleshoppingu. Jaký vidíte rozdíl mezi persvasí a manipulací?
5.2	

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 6. 6. 2018

Podpis:

.....

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která

jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!