

Petr Kaderka: Slogany, obrazy, argumenty: nekomerční reklama v sociálním kontextu (posudek disertační práce)

Disertace Petra Kaderky se vyznačuje neobvyklou důkladností. Je rozvržena do dvou samostatných svazků (celkem 390 stran). První z nich má 237 stran (vlastní text včetně seznamu odborné literatury), druhý obsahuje přílohy (zejména fotografie analyzovaných plakátů a souvislý téměř sedmdesátistránkový pečlivě vypracovaný transkript jedné z analyzovaných skupinových diskusí).

Význam autorovy práce spočívá jednak v budování originální teoreticko-metodologické koncepce, jednak v samotných zjištěních týkajících se nekomerční reklamy. Ve svém posudku se zaměřuji hlavně na moment první (ale nepoužívám přitom jen pojmosloví autorovo).

Autor postupuje tak, že nejprve se věnuje znakovým aspektům příslušných komunikátů, dále jejich aspektům žánrovým a konečně diskurzním. Toho vede k tomu, že se důkladně vypořádává s problematikou znaku, resp. sémiózy, komunikačního žánru a diskurzu. Při takovém záběru to znamená zapojení řady teoretických koncepcí, přístupů a konkrétních prací od dlouhé řady autorů (Kaderka je velmi dobře obeznámen s relevantní literaturou zejména německé a angloamerické provenience). Autorův přístup je programově interdisciplinární, kromě lingvistiky využívá sémiotiky, sociologie a filozofie. Podstatné je však to, že v úhrnu nejde o práci eklektickou (k čemuž mohou interdisciplinární přístupy snadno sklouznout), ale o práci působící velmi koherentně. Tato koherentnost je zajištěna výběrem velmi vhodného teoretického východiska, totiž fenomenologicky založené sociologie (zejména A. Schütz, ale i T. Luckmann a H. Garfinkel). Tímto se Kaderkova práce zřetelně situuje do kvalitativního sociálního výzkumu (včetně takto orientované lingvistiky).

V domácím kontextu je nevěšdní autorovo členění analýzy do dvou základních částí – 1. perspektiva analytika, 2. perspektiva členská (členů příslušného společenství), tedy rozlišení perspektiv, které zdomácnělo v (lingvistické) antropologii (původně v návaznosti na rozlišení fonetiky a fonologie). Otázka pro autora – co toto základní členění práce přineslo? Něco navíc? Korigovalo to něco v procesu vytváření první či druhé části? Co? A v jakém směru?

V kontextu lingvistiky je posuzovaná práce nepochybně zajímavá mimo jiné tím, že se autor nesoústředí (vzhledem k svému tématu pochopitelně) jen na složku verbální, ale i neverbální, resp. na jejich spolupůsobení (tzv. sémioticky heterogenní komunikáty). Tato analytická oblast (pod zastřešujícím, i když poněkud neprůhledným označením „multimodální komunikace/interakce“) je dnes ve funkční lingvistice velmi populární a rozpracovávaná

(zřetelně tímto směrem už před časem vykročila funkční systémová lingvistika M. Hallidaye). Zatímco v českém prostředí byly sémioticky heterogenní komunikáty zkoumány spíš v oblasti umění, Kaderka se soustřeďuje na komunikáty každodenní a - originálně - na jejich fungování v širokém, sociálním, komunikačním a kulturním kontextu.

Z lingvistického a sémiotického pohledu je neobyčejně zajímavé, jak autor zasazuje (v návaznosti na A. Schütze) obecnou teorii znaku do ještě obecnější teorie prezentace (spoluzpřítomnění). Příslušné výklady v disertaci, které s tím souvisejí, jsou pozoruhodné a v lingvistickém/sémiotickém kontextu zřejmě originální.

Autor se kriticky vypořádal s řadou alternativních sémiotických koncepcí (např. fenomenologa Johna Wilda či Rolanda Barthesa nebo – z domácích autorů - I. Osolsobě). Přesvědčivě tak ukazuje, že koncepce, kterou buduje, se osvědčuje jak při konkrétních analýzách reklamních plakátů, ať už expertních či členských, tak v dimenzi teoreticko-metodologické.

Silné jsou inspirace etnometodologické, což se projevuje nejen v citacích a používání etnometodologické literatury (zejm. Garfinkel), ale i v tom, jak autor argumentačně využívá příkladů z každodenního prostředí lidských aktivit (včetně svých).

Originalitu Kaderkovy práce podtrhuje i to, že je mezi domácími lingvisty zřejmě první, kdo systematicky využil metodu skupinových moderovaných diskusí (*focus groups*). Je třeba přitom ocenit i to, že autor činí svůj empirický výzkum velmi transparentní, jak o tom svědčí nejen publikovaná data ve druhém svazku disertace, ale i to, že se tam dovídáme informace o samotném konstituování situace výzkumu (a tedy o významech, které byly do výzkumu interpretativních postupů „vložený“ samotným autorem).

Skvělá je autorova práce s jazykem, zvláště terminologická propracovanost metajazyka. Kaderka používá na konkrétních místech v textu paralelně jak anglickou, tak německou odbornou literaturu (včetně citací). Tato okolnost ho zřejmě vedla k vysoké míře reflexivního používání, resp. vytváření metajazyka. To je nepochybně hodně dáno jeho orientací na sociologizujícího fenomenologa A. Schütze (ten jak známo publikoval své práce jak německy, tak – po své emigraci do Spojených států – i anglicky).

Autorův metajazyk je zakotven v každodenním vyjadřování i v odborné literatuře (v kvalitativním výzkumu jsou často tyto dva zdroje neoddělitelné) a celkově působí výborným dojmem – jen na několika málo místech by stálo za úvahu, zda se příslušné jevy nedají charakterizovat lépe. Zarazil jsem se u výrazů „údernost [sdělení/nápisu/sloganu]“ (s. 45), „ožehavá komunikační situace“ (s. 120), „... jednání se ustavuje ... tichým způsobem“ (s. 121). Nešlo by zde formulovat jiné charakteristiky, např. s využitím goffmanovské „tváře“

nebo „mechanismu střídání replik mluvčích“ či analogií k „embedded correction“ (viz Jeffersonová, resp. Levinson 1983)?

Některé pojmy - i přes jejich poměrně četné výskyty - autor blíže nespecifikuje, ať už nějakým výkladem nebo odkazem na relevantní odbornou literaturu (nebo jsem to nepostřehl). Byl bych vděčný, kdyby se pokusil o výklad pojmu „tematické pole“ (viz např. na s. 12, 59, 78, 93, 224), popř. i o to, „[jak jsou dodávány] do tematického pole kampaně sémantické elementy“ (v Tezích s. 9). Také mě velmi zajímá pojetí procesu interpretace jako retrospektivně-prospektivního průzkumu možných relevantních prvků a vazeb (jde mi hlavně o tu retrospektivně-prospektivní dimenzi) (v Tezích s. 4).

Na s. 12 mluví autor o „sociální mysli“ – viz formulaci: „věc se vyjevila mé sociální mysli“. Otázka: ten atribut odkazuje ještě k nějakému jinému druhu „mysli“? - nebo je to zkratka za něco jako: „mysl, která je svou povahou nutně sociální“?

Při analýze argumentace využívá autor hodně rétorických prací Quintiliana a Kopperschmidta. Možná by mohl něco vytěžit i z prací, které jsou celkově bližší duchu jeho disertace, jako jsou např. sociologické a sociálněpsychologické přístupy a analýzy v publikacích Ch. Antakiho (*Explaining and Arguing* nebo *Analysing Everyday Explanation*)

Důležité jsou i věci, které autor víceméně jen připomíná, informace, které jsou dnes v zásadě zapomenuty (pokud vůbec byly obecněji známy). Mám na mysli např. připomenutí toho, že jeden z myšlenkových zdrojů pražské školy K. Bühler hodně čerpal z Husserlovy fenomenologie, a to nejen z jeho prací raných (což nebylo v Pražském lingvistickém kroužku neobvyklé), ale i z prací pozdějších. Nebo implicitní upozornění na to, že často citovanou formulaci, že sdílení světa a vzájemné dorozumívání dostačují „pro všechny praktické účely“, nelze spojovat jen s H. Garfínkelem, nýbrž v zásadě už s A. Schützem (s. 33, 34).

Na závěr konstatuji, že předložená disertace Petra Kaderky je vynikající podklad k obhajobě, a jsem přesvědčen, že po víceméně minimálních úpravách by mohla (a měla) být publikována knižně.

Doc. Jiří Nekvapil
Ústav lingvistiky a ugrofinistiky
FFUK

V Praze 1.5.2010