

## POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

*Jméno a příjmení studenta:* Ondřej Chabr  
*Název diplomové práce:* Jazykové prostředky k upoutání pozornosti v současné reklamě  
*Vedoucí diplomové práce:* PhDr. Vladislav Smolka, Ph.D. (Mgr. Ludmila Zemková, Ph.D.)  
*Oponent diplomové práce:* Mgr. Jaroslav Emmer

- I. Cíl práce a jeho naplnění:
1. Cíl práce byl stanoven a naplněn v souladu s tématem
  - 2. Cíl práce byl naplněn s drobnými nedostatky**
  3. Cíl práce byl adekvátní, ale jen částečně naplněn
  4. Stanovený cíl nebyl naplněn
- II. Struktura práce:
- 1. Logická, jasná a přehledná**
  2. Přiměřená
  3. Uspokojivá
  4. Nevhodná
- III. Práce s literaturou:
1. Výborná: zvoleny a použity vhodné prameny v patřičném rozsahu, přesná práce s citacemi, kritická analýza zdrojů
  - 2. Velmi dobrá práce s adekvátními prameny v patřičném rozsahu**
  3. Průměrná práce s literaturou
  4. Slabá, chybná nebo nedostačující
- IV. Prezentace a interpretace dat:
1. Systematická, logická prezentace, originální a důsledná interpretace
  - 2. Velmi dobrá prezentace dat, úspěšný pokus o jejich interpretaci**
  3. Uspokojivá prezentace i interpretace dat
  4. Neodpovídající prezentace, nedostatečná analýza výsledků
- V. Formální stránka:
- 1. Odpovídá všem stanoveným požadavkům**
  2. Obsahuje drobné formální chyby
  3. Nesplňuje některé zásadní požadavky
  4. Nesplňuje většinu stanovených požadavků
- VI. Jazyková úroveň práce:
1. Výborná
  - 2. Velmi dobrá**

3. Dobrá
4. Podprůměrná

- VII. Náročnost zpracování tématu:
1. Velmi vysoká
  - 2. Vysoká**
  3. Střední
  4. Nízká

- VIII. Přínosy práce:
1. Originální zpracování a názory, předkládá nová zjištění
  - 2. Práce je v daném oboru přínosná, ale neobsahuje originální a nová zjištění**
  3. Průměrné, omezené využití výsledků práce
  4. Nedostatečné, práce nemá jasný přínos pro obor

Vyjádření vedoucího diplomové práce diplomové práce:

Obsáhlá česky psaná diplomová práce se zabývá jazykovými prostředky, které jsou v současné tištěné anglické reklamě užívány k upoutání pozornosti potenciálních zákazníků.

V teoretické části autor vymezuje pojem reklamy a široce popisuje její funkce, formy, a komunikační strategie. V další části teoretického úvodu se poté věnuje jazykovým prostředkům užívaných v reklamách, a to podle jednotlivých rovin jazykového popisu, a následně přidává i hledisko sociologické.

V praktické části poté představuje zdroje, z nich byly jednotlivé příklady reklam získány, a vysvětluje postup jejich výběru. Klíčovou částí práce jsou kapitoly 13 – 16, kde autor rozebírá konkrétní ukázky reklam s využitím poznatků prezentovaných v teoretické části. Část komentovaných reklam (konkrétně 36) je poté přetištěna v příloze na konci práce.

Autora je třeba pochválit za využití relativně rozsáhlé teoretické literatury, již vcelku pečlivě cituje v celém textu, za výběr reprezentativního počtu příkladů tištěných reklam, za užití kultivovaného autorského jazyka (dílní nepřesnosti či chyby budou namátkou uvedeny níže), a za celkově pečlivou formální grafickou úpravu.

Naopak sporným bodem diplomové práce je určitý nesoulad mezi deklarovaným lingvistickým zaměřením práce naznačeným v názvu *Jazykové prostředky k upoutání pozornosti v současné reklamě* (s poněkud odlišným anglickým podtitulem *Exploring discourse strategies in contemporary advertising*) a skutečností, že zejména v teoretické části práce převažuje hledisko sociologické a marketingové. Pojednání o lingvistických aspektech v teoretické části práce působí jako poněkud neorganicky vložené a chybí výraznější propojení s částí praktickou. Vzhledem k zaměření práce by bývalo vhodné zařadit do teoretických zdrojů alespoň některé klíčové publikace z oblasti pragmatiky, které by posloužily účelu této diplomové práce lépe než standardní gramatiky. To se týká například interpretace funkcí rozkazovacího způsobu, který, jak autor zjistil, je v reklamních textech často užíván.

V práci je zařazen jediný graf prezentující kvantitativní vyhodnocení části zkoumaných jevů (konkrétně výskytu otázek, anafory/epifory, imperativu a přítomnosti mluvčího v reklamě), je ovšem překvapivě zařazen už v úvodu praktické části, v kapitole věnované postupu při výběru reklam, tedy ještě před vlastní analýzou konkrétních příkladů. Logičtější by bylo zařadit kvantitativní vyhodnocení do závěru praktické části.

Stejně tak by bylo logičtější zařadit anglické *Resumé* hned za česky psaný *Závěr*, rozhodně však před přehled bibliografie.

V práci se občas vyskytují jazykové prohřešky, chyby a nepřesnosti – namátkou uvádím jen některé spolu se stranou, na níž se vyskytují.

(50) ... *že nikdo nemá rád 8minutovou jízdu, ...* – nekoresponduje s *an 8-second ride*

(59) *Záporný rozkaz signalizuje rozkaz.* – zřejmě myšleno zákaz

(7) *Nepodařilo se mi ovšem narazit na tu (práci), jenž by*

(7) ... *zabývajících se alkoholem, elektroniky apod.*

(11) ... *kdy firmy platili ...*

(68) *Chevrolet*

Někdy jsou použity výrazy z hovorové češtiny, které neodpovídají předpokládanému odbornému stylu diplomové práce.

(39) *Obrázky, fotky v reklamě*

(27) *Spousta slov ...*, (44) *Spousta reklam ...*

Občasné jazykové prohřešky se vyskytují i v jazyce anglického *Resumé* (80-81).

*I am concentrated on the analysis...*

*... their history is much longer than a history of online advertising...*

*--- a visual representation of puns or hyperbole, pragmatism, or doing research ...*

*... there are mentioned some controversial advertising campaigns ...*

Celkově lze říci, že autorovi práce se podařilo shromáždit zajímavý materiál a následně ho interpretovat, byť ne vždy zcela adekvátním způsobem. Hodnotím tedy práci známkou **velmi dobře** a ponechávám na autorovi, aby své postupy podrobněji zdůvodnil při ústní obhajobě.


Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací, a proto ji doporučuji k ústní obhajobě.

Navrhovaná známka: velmi dobře

Otázky k obhajobě:

Jak vysvětlíte, že v textu reklam se často vyskytují nezmírněné rozkazy/zákazy, aniž přitom působí dojmem nezdvořilosti?

Co je myšleno sémantickou mnohoznačností? Jako příklad dvojznačnosti sémantické uvádíte větu *I missed a train and so did he* (32). Byla by věta dvojznačná i při použití členu určitého?

Podpis vedoucího diplomové práce:  .....

Datum: 16. 5. 2019