

Posudok k diplomovej práci:

VERBÁLNI A VIZUÁLNI SDĚLENÍ NA TITULNÍCH STRANÁCH DENÍKU Aha! A JEJICH ZNAKOVÁ TVORBA

Bc. Luboš Protiva

Predkladaná diplomová práca má jednoznačne praktický cieľ avizovaný hneď v úvode: navrhnuť teoretický model k vytvoreniu ideálnej titulnej stránky, konkrétne bulvárneho denníku *Aha!*, kde sám autor práce profesne pôsobí. Otázne je, či takýto teoretický model (resp. vzorec) je vôbec možný a opodstatnený a na aký účel má slúžiť? Na druhú časť otázky existuje odpoveď čisto trhovno-ekonomická: pritiahnúť potenciálneho zákazníka, zmeniť ho na reálneho a vo finále, zvýšiť predajnosť. Na prvú časť otázky ohľadne samotného zámeru práce je odpoveď o niečo zložitejšia: semiotika je totiž skôr vedou popisnou, než preškrptívnou, využiť jej metódy na predstavenie ideálu „ako sa veci majú správne robiť“ preto nemusí priniesť kýžené výsledky. Svedčí o tom i autorom navrhnutá ideálna titulná stránka v závere práce, pre ktorú nechal J. Bohdalovú spáchať sebevraždu a B. Špotákovú pristihnúť pri nevere. Je teda sporné, či k takémuto výsledku je vôbec nutné „znásilňovať“ semiotiku... Dôkazom je i kapitola v úvodnej časti práce venovaná metodologickému aparátu (s. 20-28), kde spolu s autorom prežívame priam pôrodné bolesti, pri akých nám prezentuje základné semiotické koncepty. Prejavuje sa to ako v obsahu, tak aj vo forme a tiež v kvalite písomného prejavu (preklepy, hmlisté formulácie napr. „obraz môže vysílať 3 základní pilíře“ (s. 23), a pod.) Dych naberá autor až v ďalšej, praktickej časti práce venovanej konkrétnej analýze jednotlivých prostriedkov prítomných na titulnej stránke bulvárneho denníku, ktorých cieľom je „donútiť recipienta ke kúpi“ (s. 33). Z textu je evidentná väčšia istota, sebadôvera, možno hraničiaca až so samolúbosťou keďže v texte od s. 32 nie je (až na zopár výnimiek) žiaden poznámkový aparát. Na každý pád, obsah textu má v tejto empirickej časti práce viaceré kvality: autor detailne pracuje s vytipovaným materiálom, klasifikuje používané prostriedky, sleduje ich opakovanie, definuje akési triedy (na úrovni tém, typov titulkov, interpunkcie, obrazového materiálu spojeného s tzv. celebrity faktorom). Viaceré zistenia upravuje do podoby grafu. Istým sklamaním tejto relatívne sľubnej časti práce, ktorej vyvrcholením je podľa autora vzorec (či teoretický model) slúžiaci na tzv. „výpočet skandálu“ pre ideálnu titulnú stránku, je samotná analýza kompletnej titulnej stránky. Tu sa ponúkal priestor, kde mala aplikácia semiotických

nástrojov skutočné opodstatnenie, v momente súčinnosti obrazovej a textovej roviny. Navyše bolo možné využiť pre analýzu dojem „komiksovosti“, ktorý titulná strana *Aha!* vzbudzuje, pričom i využíva niektoré prvky komiksu – sám autor totiž, intuitívne, prirovnáva dané titulné strany k omalovávanke (s. 95). Akokoľvej ide o neobvyklú myšlienku, možno by si zaslúžila rozvinúť hlbšie a to na úkor trochu prostoduchej komparačnej kapitoly (*Aha!*, HN, LN), ktorej bezvýznamnosť v rámci analýzy si uvedomuje hádam i sám autor.

Napriek „čtivému“ tónu práce, textu ubližujú viaceré „mluvenostné“, až zastaralé výrazy, resp. jazykové prvky nejak uvoľnené z formálneho štýlu odborného výkladu (pr. *škarohlídsky*, *rozplizlost*, *uzmout*, *kterážto*, nadbytočné užívanie slova *potažmo*). Navzdory negatívnym pripomienkam, nemôžem autorovi a práci uprieť istú dávku nadšenia, zanietenia z výskumu a preto prácu doporučujem k obhajobe a navrhujem známku 3.

V Prahe, 11. 6. 2013

Mgr. R. Šafaříková, PhD.