

Posúdenie magisterskej diplomovej práce Bc. Stanislavy Theimerovej

Interpretace reklam založená na využití metafor

Katedra elektronické kultury a sémiotiky

Fakulta humanitních studií, Univerzita Karlova v Praze

Vo svojej práci sa diplomantka rozhodla zaoberať teóriou rečových aktov a uplatniť ju na analýzu reklám. Táto oblasť skúmania plne zapadá do skúmaného oboru. Každý, kto sa však pokúsi o jej spracovanie, musí čeliť ťažkému problému, totiž ako poskytnúť analýzu, ktorá by prepojila túto teóriu s analýzou netriviálnym spôsobom. Hneď na začiatku uvediem, že diplomantka na jednu stranu splnila formálne nároky, ktoré sa na takúto prácu kladú, no s problémom triviálnosti sa jej nepodarilo vysporiadať dostatočne uspokojivo.

Na práci je vidieť, že sa diplomantka zhostila práce poctivo. Pracuje s veľkým množstvom literatúry a hoci si prácu niekedy zjednodušuje používaním sekundárnej literatúry učebnicového typu, nie je to nad prijateľnú mieru a vždy to vyvažuje použitím primárnej literatúry.

Presuňme sa k obsahu. Na strane 8 diplomantka píše, že sa bude zaujímať o to, či reklamné texty „dokážkou ovlivnit adresáta i za předpokladu implicitně vyjádřeného performativního slovesa“. Ako si predstavuje takéto zisťovanie? Spĺňa neskôr v texte tento cieľ?

Jednou z hypotéz diplomantky je, že reklamný text nie je možné vždy jednoznačne zaradiť do jednotlivých rečových aktov. Čo považuje diplomantka za dostatočné zodpovedanie takejto otázky? Stačí na to fakt, že sa jej nepodarí akosi intuitívne rozhodnúť, do ktorej kategórie by konkrétny rečový akt zaradila? A ako prispieva takéto jednoduché zaradenie k poznaniu (reklám alebo rečových aktov)? Aj samotné porovnávanie rôznych typov rečových aktov vedie diplomantku k takým triviálnym tézám, ako napr. „Austinovy verdiktivy jsou ... koncentrovanější“ (s. 33).

V texte sa objavuje aj niekoľko nejasností. Napríklad na s. 20 uvádza, že propozičný akt Searla zodpovedá rhétickému aktu Austina. Ako chce obhájiť toto tvrdenie, keď u Austina nenachádzame ani referenciu, ani predikáciu (a už vôbec nie propozičný obsah)? Dodajme, že Austin v článku Význam slova akýkoľvek význam ako nejakú entitu odmieta. Na s. 22 zas uvádza pojem nepriamych rečových aktov, „kdy mluvčí něco říká a zároveň také něco jiného míní“. Mohla by tento pojem osvetliť? Je vôbec možné niečo vraviť a niečo iného mieniť? (Skúste povedať, že prší a myslieť tým,

že neprší.) Odkazuje tu na tzv. slovníkový význam (a prikláňa sa teda ku Searlovmu chápaniu, ktorý taký pojem oproti Austinovy uznáva)?

Tiež by ma zaujímalo, ako hodnotí Searlovo vymedzenie ilokučných aktov, ktorými sa vyjadrujú rôzne mentálne obsahy (s. 24) – v porovnaní s Austinom, u ktorého ilokučné akty nič nevyjadrujú, ale niečo nimi konáme?

Možno by práci pomohlo, keby sa zaoberala práve takýmto spornejším otázkam. Miesto toho dala diplomantka prednosť a veľký priestor analýze reklám. To je samozrejme pochopiteľné a v rámci odboru aj očakávané. No v takom prípade by stálo za zváženie porovnanie vlastných postupov s prácami, ktoré v tejto praktickej oblasti boli už vykonané.

Pokiaľ ide o technické spracovanie, práca je spracovaná kvalitne s dobrým spôsobom citovania a pokiaľ môžem posúdiť, aj jazykovo správne. Prácu navrhujem prijať k obhajobe a predbežne ju hodnotím známkou medzi 2-3.