

Univerzita Karlova v Praze

ZÁZNAM O PRŮBĚHU OBHAJUBY

DIPLOMOVÉ PRÁCE

Název práce: *Pragmatická a stylistická analýza horoskopů v periodikách*

Jazyk práce: český

Student: Ivana Heřmanová

Fakulta: Pedagogická

Studijní program: Učitelství VVP pro SŠ – český jazyk – společenské vědy

Vedoucí / školitel: PhDr. Pavla Chejnová Ph.D.

Oponent(i): PhDr. Ladislav Janovec, Ph.D.

Předseda komise: PhDr. Ladislav Janovec, Ph.D.

Členové komise: PhDr. Olga Palkosková, Ph.D.

PaedDr. Simona Pišlová, Dr.

PhDr. Pavla Chejnová, Ph.D.

Datum obhajoby: 8. 9. 2011

Průběh obhajoby:

Autorka stručně představila svoji práci, jejím cílem bylo postihnout základní znaky horoskopů v periodikách. V teoretické části se zabývá vymezením termínu, metodami a charakteristikou získaného materiálu. V praktické části se věnuje pragmatickým aspektům, obsahovým jevům, horizontálnímu a vertikálnímu členění textu. Závěrečnou kapitolu tvoří popis jazykových prostředků. Horoskopy obsahují pouze časopisy zaměřené na širokou veřejnost a na časopisy pro ženy a dívky. Vymezila okruhy témat, autory nemusí být vždy astrologové, texty často vyzdvihují kvality adresátů, pochlebují jim, zajišťují tak přízeň a věrnost periodiku. Poskytují rady a návody, adresátům připisují typické rysy – přispívají tak k budování stereotypů ve společnosti. Velice silná je persvazivní funkce textů, zároveň se objevuje mnoho vágních výrazů, okrajově termíny.

Vedoucí práce

Diplomantka zpracovává aktuální problematiku, které nebyl v dosavadní odborné literatuře věnován větší prostor. Věnuje se specifickému typu komunikátu – horoskopům otištěným v časopisech určeným širší veřejnosti. V teoretické části vymezuje pojem astrologie a horoskop, popisuje historii astrologie.

Empirická část přináší podrobnou pragmatickou a stylistickou analýzu velkého množství získaného materiálu. Oproti první verzi práce je zde patrná lepší zpracovanost především pragmaticky

zaměřených pasáží, diplomantka lépe pracuje s terminologií, usouvztažňuje získané poznatky. Oceňuji zlepšení týkající se koherence a koheze textu. Autorce se rovněž podařilo přesvědčivěji prezentovat závěry, vyplývající z analýzy velkého množství materiálu.

V práci se vyskytují drobné odchylky od stylové normy. Závažnější odchylky od pravopisné kodifikace se v práci nevyskytují, studentka naopak dokázala dobře popsat, proč někteří autoři volí záměrně odchylky od morfologické normy, aby se přiblížili adresátovi.

Jelikož práce je v mnoha ohledech novátorská, musela diplomantka sama volit hodnotící kritéria a vytvořit vlastní interpretační hlediska. Jedná se o kontroverzní a diverzifikovaný výchozí materiál, jeho analýza byla tedy velmi obtížná.

Připomínky vedoucího práce

Píšete, že autoři horoskopů usilují o víceznačnost, mnohost interpretací. Jakými prostředky tohoto účinku dosahují?

Proměňuje se lexikální stránka komunikátu v závislosti na adresátovi? Čím se liší horoskopy v časopisech pro ženy, muže, mládež?

Zachytila jste někde spojení horoskopu s reklamou? Uveďte konkrétní příklad.

Co způsobuje oblíbenost horoskopů u adresátů, jaká je čtenářská reakce na tento typ komunikátu?

Jsou dle Vašeho šetření horoskopy v časopisech založeny na astrologické předpovědi, nebo se může jednat pouze o text novináře? Má čtenář šanci odlišit skutečný horoskop od astrologa od horoskopu novináře?

Jak lze využít Vašeho výzkumu v praxi?

Reakce autorky

Autoři dosahují víceznačnosti pomocí obrazných vyjádření, frazeologických prostředků, dále prostředky jistotní modality, kterou vyjadřují různý stupeň platnosti textů, dále kondicionály a vedlejší věty podmínkové. Pojednává o nich v kapitole 7.

Lexikální stránka horoskopů se proměňuje podle cílové skupiny, věku, sociální role a statutu. Věnuje se jim v celé jedné kapitole – jako doklad uvedla jazykové jevy z Brava, typického periodika pro dospívající. Jak autorka uvedla v práci, horoskopy se neuvádí v časopisech pro muže.

Horoskopy se rovněž spojují s reklamou, jak uvádí již ve své práci. Existují tři typy. Texty horoskopů odkazují na konkrétní typ zboží, dále se přímo začleňují reklamy na horoskopy do textů horoskopů (často na další astrologické služby), dále jsou reklamy horoskopů umístěny vedle reklam, k nimž reklamy odkazují.

Oblíbenost horoskopů nepochybně způsobuje pozitivní přístup autorů k adresátům.

Horoskopy se často opírají o práci astrologů, ale rovněž bývají i výtvořem novinářů, dále podléhají úpravám v redakcích časopisů – což dokazují např. komerční prvky. Z šestnácti excerpovaných periodik

byl explicitně uvedený astrolog uvedený pouze u pěti, u čtyřech byl uveden pouze autor bez bližší specifikace, ovšem zda jde o astrology se diplomantce nepodařilo dohledat.

Dále navrhla metodu práce s textem horoskopu ve škole.

Oponent práce

Autorka zpracovala práci velice dobře, drobné nepřesnosti v klasifikaci získaných údajů viz otázky a náměty pro obhajobu.

Stylizační nepřesnosti jsou v práci minimální, naznačeno v textu práce, jinak je práce bez závažných chyb.

Dotazy a připomínky oponenta práce

Kapitola věnovaná koherenci textu je velice stručná, autorka se rovněž nezamyslela nad některými dalšími aspekty textuality (intertextovost, situativnost), akceptabilita a informativnost jsou pouze implikovány. Prosím, aby o možnostech intertextovosti a situativnosti pohovořila u obhajoby.

Komunikační funkce výpovědi bych spíše uvítal definované podle Grepla a Karlíka než dle Čechové.

Nejsem si jist, zda lze označit spojení *domácí rozpočet* za termín. (s. 56)

Je spojka *-li* skutečně stylově neutrální? Považoval bych ji spíše za knižní. (s. 57)

Lze sloveso *investovat* označit jako módní? První příklad nese navíc primární význam. (s. 58)

V kapitole věnované metafoře (s. 59–60) jsou uvedeny příklady, které bych už považoval spíše za frazémy – *sedmé nebe, uragán vášně, oprášit své kontakty*.

Reakce autorky

Intertextovost je zastoupena v největší míře prostřednictvím frazémů, dále vlastními jmény odkazujícími k literárním textům, případně pomocí obrátů *se říká* k (často) obecně přijímaným stereotypním tvrzením. Situativnost se projevuje v zařazení kulturních událostí (svátky, tradice, zvyky) nebo v odkazech na roční období, v němž jsou vydávány.

Autorka pracovala rovněž se *Skladbou češtiny*, na kterou v práci odkazuje, nicméně definici odtud při vymezení termínu nezohlednila, domnívá se, že pro její potřeby je uvedené vymezení dostačující.

V ekonomických publikacích se *domácí rozpočet* označuje jako termín.

Spojka *-li* se již dle autorky opravdu vyskytuje málo, nicméně v psaných textech poměrně hojně.

Knižnost u ní dosud nepociťuje.

Primární význam slovesa *investovat* uvedla autorka záměrně, aby jej konfrontovala s novým významem, jeho novost spočívá právě v abstraktních investicích (čas, síly apod.)

Příklady, na které upozornil oponent, jsou frazémy, založené na metafoře.

Diskuse

Dr. Palkosková položila otázku, zda se v časopisech pro mládež objevují i horoskopy, které se zaměřují rovněž na nasměrovávání v jejich plánech, pomáhají jim v orientaci v životě.

Autorka upozornila, že se objevují tendence spíše opačné, horoskopy pro mládež jsou zaměřeny na konzumní přístup k životu, rady pro život a školu dostávají pouze okrajově.

Dr. Pišlová se zeptala, zda existují i časopisy pro mládež, v nichž horoskopy nejsou nebo kde jsou i v jiných časopisech – *Cosmpolitan*, který zdroje označují jako pro mládež, rovněž v hlouběji neexcerpovaných časopisech jako *Bravo Girl*. V časopisech zaměřených úzce, např. *ABC*, se horoskopy nevyskytují.

Výsledek obhajoby: výborně

PhDr. Ladislav Janovec, Ph.D.

[jméno předsedy]