

OCENA PRACY DYPLOMOWEJ

Temat pracy *Funkcja perswazyjna anglicyzmów w reklamie.*

Imię i nazwisko studentki *Marta Grzelczak*

Nr albumu

Seminarium *dr Victorii Kamasa* Instytut Językoznawstwa

1. Czy treść pracy odpowiada tematowi określönemu w tytule *Tak, choć może on sugerować także nieco odmienne ujęcie tematu, o czym w dalszej części.*

2. Ocena układu pracy, struktury podziału treści, kolejności rozdziałów, kompletności tez itp. *Układ pracy jest poprawny, rozdziały teoretyczne pozwalają na realizację zamierzonego tematu.*

3. Merytoryczna ocena pracy

Celem pracy jaki stawia sobie Autorka jest „zbadanie funkcji perswazyjnej anglicyzmów” (s.4). Jak się wydaje cel ten może być rozumiany na dwa sposoby: po pierwsze można próbować przypisać poszczególnym badany anglicyzmem funkcję perswazyjną jaką pełnią. Tak rozumie cel autorka i w tym rozumieniu go realizuje. Można by też jednak pokusić się o odpowiedź na nieco węższe pytanie: dlaczego, ze względu na jakie szczególne właściwości perswazyjne, w danej reklamie został zastosowany anglicyzm, a nie jego polski odpowiednik. Odpowiedzi takiej nie znajdziemy w pracy, co nieco zmniejsza jej wartość poznawczą. Do zalet pracy należy przekonywujące uzasadnienie podjęcia badanego tematu oraz przedstawienia poszczególnych tematów w części teoretycznej, dobór elementów pojawiających się w dwóch pierwszych rozdziałach części teoretycznej w taki sposób, że zostają one później wykorzystane w analizach. Również przedstawione w części empirycznej analizy są w większości przypadków przekonywujące, choć nieco nadmiernie często mają charakter spekulatywny (np. „nazwy te podają tak ogólnikowe informacje, po to by mogły być zastosowane dla innych produktów danej serii” (s. 29)). Wartość opisową pracy podniosłoby z pewnością podanie konkretnych danych liczbowych dotyczących badanych reklam zamiast ogólnikowych najczęściej, równie często itp., jak również szersze i głębsze podsumowanie zebranych danych. Wydaje się, że można by również zrezygnować z nadmiarowych i szczegółowych opisów technik perswazyjnych nie pojawiających się później w części empirycznej. Lektura części empirycznej nasuwa też kilka pytań, między innymi:

- *W jaki sposób przytoczone slogany wykorzystane w reklamach kosmetyków „wyzwalają w odbiorcach poczucie wyjątkowości reklamowanego produktu” (s.29) i skąd o tym Autorce wiadomo?*
- *Skąd wiadomo, że muzyka wykorzystywana w reklamach samochodów „schlebia powszechnym gustom” (s.33)?*

Poczynione powyżej uwagi nie pomniejszają jednak wysiłku Autorki włożonego w stworzenie własnego korpusu oraz poddanie go analizie oraz wartości części teoretycznej.

4. Inne uwagi

5. Czy i w jakim zakresie praca stanowi nowe ujęcie problemu *Badaniu poddany został konkretny korpus danych, na którym dotychczas takich badań nie prowadzono.*

6. Charakterystyka doboru i wykorzystania źródeł

7. Ocena formalnej strony pracy *Praca jest napisana poprawną polszczyzną, choć nie udało się uniknąć kilku błędów o charakterze redakcyjnym.*

8. Sposób wykorzystania pracy *interesujące byłoby przeprowadzenie dalszych analiz w kierunku wskazanym powyżej.*

9. Ocena pracy **dobry.**

(podpis)