

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**  
**Fakulta filozofická**  
**Katedra germanistiky a slavistiky**

**PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
**(Posudek vedoucího)**

Práci předložil student: Josef Kukla

Název práce: Sprachliche und inhaltliche Analyse von auf Deutsch verfassten Prospekten aus dem Bereich des Fremdenverkehrs in der Region Cheb/Eger

Práci vedl (u externích vedoucích uveďte též adresu a funkci ve firmě): Mgr. Marina Wagnerová, Ph.D.

1. CÍL PRÁCE (uveďte, do jaké míry byl naplněn): Cílem práce bylo představit čtenáři region Cheb jako turisticky zajímavou oblast ČR a provést jazykovou a obsahovou analýzu vybraných prospektů. Cíl byl v první části splněn bez výhrady, druhá část cíle mohla být dosažena na vyšší úrovni, zejména odborně.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita teoretické a vlastní práce, vhodnost příloh apod.):

Autor si vybral téma, které je mu jako obyvateli Chebu blízké. V první části práce se věnuje představení regionu a zde přehledně a zajímavě informuje jak o skutečnostech, které jsou o regionu obecně známější (lázeňství v regionu, pobyty známých osobností, jako byl J. W. von Goethe nebo F. Schiller), tak o skutečnostech, které běžný návštěvník regionu nezná a mohou v něm vzbudit hlubší zájem o návštěvu konkrétních kulturně, architektonicky i přírodně zajímavých míst. Zmíněn je také historicky daný česko-německý charakter regionu, který je jistě jedním z důvodů, proč je Chebsko zajímavým turistickým cílem nejen pro české turisty.

V dalších kapitolách je bohužel práce úrovní poněkud nevyrovnaná. Problematická je zejména kapitola 4, která sice alespoň stručně uvádí jednotlivé roviny, jimž bude věnován prostor ve vlastní analýze, mohla být ale rozpracována podrobněji, a zejména konkrétněji zaměřena na jevy, které jsou obecně pro dané materiály charakteristické, a budou tedy o to více sledovány v praktické analýze. To se týká hlavně podkapitol zaměřených na syntax a morfologii. U těchto podkapitol by byla bývala určitě žádoucí podrobnější práce s odbornou literaturou zaměřenou na jazyk prospektů či jazyk reklamy. Podkapitola morfologie je velice stručná a bohužel obsahuje i věcné chyby, např. nominativ je označen jako tempus, v textu je také odkazováno na odborný styl, přestože prospekty k odbornému stylu primárně nepatří. Celá kapitola 4 působí spíše jako vlastní nápady autora, co by mohlo být zajímavé v praktické části, než jako doklad soustředěné práce s odbornou literaturou.

Lépe vyznívá vlastní praktická analýza prospektů. Kladem praktické části je intenzivní práce s prospekty, přehledné členění nalezených problémů a většinou vhodně vybrané příklady (s výjimkou příkladů k vedlejšími větám příslovečným). Kladem i slabinou zároveň je skutečnost, že autor pracuje již jen s konkrétními jednotlivými prospekty, tj. nikde nelze nalézt nějakou souhrnnou přesnou charakteristiku všech prospektů (např. u grafické stránky bylo možno uvést, kolik prospektů obsahuje grafické doplňky, jaké jsou nejčastější, jaké objekty jsou - opět v přesných číslech - k nalezení na fotografiích apod.). Zároveň ale autor svým zaměřením na jednotlivé prospekty provádí i konkrétní doporučení pro čtenáře-turistu se zájmem o daný region, které prospekty by mu mohly přinést zajímavě podané informace. K tomuto doporučujícímu charakteru praktické části přispívá i zhodnocení pozitiv a negativ v analyzovaných prospektech v kapitolách 5.1 a 5.1.1 (lépe mělo být 5.2), jen by začlenění těchto kapitol bylo logičtější až v závěru praktické analýzy.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, správnost citace a odkazů na literaturu, grafická úprava, přehlednost členění kapitol, kvalita tabulek, grafů a příloh apod.):

V práci bohužel nebyly odstraněny některé základní formální nedostatky. V obsahu se tak kromě nadpisu Inhaltsverzeichnis objevuje i české slovo Obsah, jako poslední kapitola obsahu je uvedeno Resumé, přestože práce obsahuje ještě seznam literatury a přílohy. V seznamu literatury by bylo přispělo k přehlednosti podrobnější členění na primární a sekundární zdroje. Příloha číslo 4 zahrnující výběr z analyzovaných prospektů byla přiložena pouze k vázanému exempláři bakalářské práce. Graficky dobře zpracované jsou zejména přílohy 1 a 2, u přílohy číslo 1 je však určitou vadou propisovací tužkou škrtnutá webová stránka pod jednou z fotografií. Citace a poznámky pod čarou jsou v pořádku.

Práce je psána v němčině. Jazykový projev bohužel vykazuje poměrně značné množství chyb, které mohly být důkladnější kontrolou textu autorem včas odstraněny. Tak se v textu objevují spojená slova bez mezer (několikrát např. na str. 23), ale hlavně velký počet gramatických, zejména morfologických a syntaktických chyb. Tyto nedostatky však nepostihují všechny části práce stejně. V kapitolách 2 a 3 je počet chyb minimální, v některých kapitolách je ale bohužel dost zásadní (např. v Einleitung nebo v kapitole 4).



4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z diplomové práce, silné a slabé stránky, originalita myšlenek apod.):

Práci se nedá upřít zájem autora o dané téma, které je mu blízké vzhledem k tomu, že v regionu sám žije. Část věnovaná přírodním a architektonickým památkám přináší poměrně reprezentativní průřez největšími zajímavostmi, které region přináší a které jsou i součástí obsahu analyzovaných prospektů. Samotná analýza prospektů, přestože jsou některé formulace velmi obecné, také přináší některé zajímavé a přehledně utříděné poznatky. Část prospektů, se kterými v práci autor nejvíce pracuje, se nachází i v přílohách, čímž si čtenář sám může udělat představu o konkrétní podobě aktuálních prospektů z daného regionu.

Práce poněkud trpí jednak spíše sporým teoretickým základem zejména v oblasti jazykovědy (kap. 4) a jednak nedostatečným odstraněním jazykových nedostatků a nedostatečnou kontrolou základních formálních náležitostí práce před jejím odevzdáním. Vedoucí práce však nakonec ve svém hodnocení (viz bod 6.) přihlédla jak ke kladům práce, tak k poměrně zodpovědnému přístupu studenta ke zpracování tématu a jeho zájmu o téma, který je z práce jasně patrný.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ (jedna až tři):

1. Vyberte si jednu turistickou zajímavost (architektonický, kulturní, přírodní objekt apod.), která byla zmíněna ve dvou či více prospektech. Představte komisi konkrétní prospekty, které o této zajímavosti píší, a proveďte srovnání: jakým údajům o daném turistickém cíli je v prospektech věnována pozornost a jak jsou informace o něm zpracovány graficky? Existuje nějaký rozdíl v pojetí mezi jednotlivými prospekty?

2. V práci stručně zmiňujete, že mají prospekty funkci reklamního materiálu. Uveďte několik obsahových i jazykových argumentů, na jejichž základě je možné řadit prospekty právě k reklamě a jazyku reklamy.

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA

(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl): **dobře**

Datum: 21. května 2015

Podpis:

