

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta filozofická
Katedra germanistiky a slavistiky

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek oponenta)

Práci předložil(a) student(ka): Klára Poláková

Název práce: Inhaltliche und sprachliche Analyse von Werbematerialien bayerischer politischer Parteien

Oponoval: Dr. phil. Boris Blahak, M. A.

1. CÍL PRÁCE (uved'te, do jaké míry byl naplněn): Cílem práce bylo postihnout nejdůležitější charakteristické znaky jazyka reklamy a „die Unterschiede zwischen den einzelnen bayerischen politischen Parteien bekannt zu machen“ (str. 83). Obou dílčích cílů bylo sice (s velkými nedostatky) přibližně dosaženo, cíle ale téměř nebyly vzájemně propojeny.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita teoretické a vlastní práce, vhodnost příloh apod.): V principu se v práci jedná o téma, které je relevantní v oblasti výzkumu odborného jazyka. Předkládaná práce je sama o sobě logicky členěna: Skládá se z teoretické části, v níž autorka popisuje druhy reklamy, reklamní prostředky a reklamní nosiče, vysvětluje politické rozložení na území Bavorska a věnuje se i lexikálním prostředkům reklamy, a z části praktické, v níž by měla následovat obsahová a jazyková analýza vybraných reklamních brožur politických stran.

„Obsahová analýza“ tří vybraných brožur politických stran je ale stěží hodna tohoto názvu, nepředstavuje ani u jedné brožury nic víc než shrnutí obsahu, které následuje členění kapitol v příslušných brožurách CSU, FW a SPD; strategie uspořádání těchto brožur zpracována není. Jen v kapitole 3.1.4 se autorka snaží provést srovnání vybraných oblastí (Arbeit, Bildung, Infrastruktur, Solide Finanzen) v jednotlivých brožurách a poukázat na rozdíly a shody mezi politickými stranami. Přesto je vlastní přínos autorky v této části, která zahrnuje 25 stran (cca 30% celého textu bakalářské práce) skromný.

Jazyková analýza brožur také není příliš přesvědčivá: V kapitole 3.2.1 je odkazováno na „Theorie zum politischen Wortschatz“ v kapitole 2.3.2, která kromě dvou konkrétních příkladů (*Solidarität* und *Bildungspolitik*) přináší pouze poznání, že spojení politische Termini znamená, že jsou v oblasti politiky používány specifické termíny (str. 33). Poté následují v částech nazvaných ‚Politische Termini‘, ‚Fremdwörter‘, ‚Eigennamen‘, ‚Hochwert-‘, ‚Schlüssel-‘ und ‚Plastikwörter‘ pouze výčty, resp. počty, jejichž význam není dále vysvětlen.

I zjišťování četnosti slov *Bayern* a *bayerisch*, na kterou je několikrát odkazováno, přináší sporné výsledky: Autorka tak zjistila, že se obě slova nejvíce objevují v kapitolách z brožury CSU; k tomuto závěru je uveden i procentuální podíl na celkové slovní zásobě v této brožure; přesto je výskyt těchto slov podle absolutních čísel v brožure SPD vyšší. Podobné příklady se objevují v oblasti slovtvorby, kde autorka přináší výsledek, že se substantivum *Hochschule* v brožure CSU objevuje v 0,78%, v brožure SPD ale „jen“ v 0,60% z celkové slovní zásoby (str. 72). Jakou výpovědní hodnotu tato čísla mají, zůstává nejasné. Je více než sporné, zda lze z těchto početních hodnot učinit nějaké závěry s vyšší výpovědní hodnotou.

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

Také formální stránka práce je poznamenána řadou zásadních nedostatků; autorka sice zvládá plynule přecházet od jednoho úseku textu ke druhému tím, že na začátku každé dílčí kapitoly přináší informaci o následujícím bodu zkoumání; používané jazykové prostředky však sotva mohou dostačovat požadavkům kladeným na vědeckou práci. K chybám ve volbě výrazů a slovní zásobě patří mj.: „verzeichnen“ (místo *aufgezeichnet*), „ausdrucken“ (místo *drucken*), „Sehvermögen“ (místo *Sehsinn*), „zielen“ (místo *richten*), „wo“ (místo *in der/dem, durch die/den*), „richten“ (místo *abstimmen*), „ausschreiben“ (místo *angeben*), „verbunden“ (místo *gebunden*), „mehr“ (místo *häufiger*), „original“ (místo *originell*), „Wörter“ (místo *Worte*), „Psychik“ (místo *Psyche*), „Oberfläche“ (místo *Fläche*), „Landkreis“ (místo *Regierungsbezirk*), „Teilung“ (místo *Einteilung*), „Zeitabschnitt“ (místo *Legislaturperiode*), „erwerben“ (místo *werben um/bewerben*), „Koalition“ (místo *Union*), „rivalisiert“ (místo *rivalisierend*), „trägt“ (místo *trägt bei*), „erliegen“ (místo *unterliegen*).

K tomu se přidávají pleonasmy, agramatismy/nesrozumitelné nebo hovorové výrazy a obraty jako např.: „Werbematerialien mit der Werbung“ (str. 7), „Sprunghaftigkeit der Leser“ (str. 7), „niedriger Gesamteindruck“ (str. 7), „Lebensdauer der Zeitung“ (str. 8), „eine [...] gedanklich gemütliche Informationsaufnahme“ (str. 13), „Die

Sprache der Werbung wird auch als Werbesprache bezeichnet“ (str. 14), „Erdzeichen“ (str. 18), „die Grünen mit anderen Worten Bündnis 90“ (str. 21), „neue Investitionen geben“ (str. 37), „hochentwickelt“ (str. 38), „denn die CSU [...] mehrere Finanzen erzielen will“ (str. 38), „Damit es die Interesse geweckt“ (str. 13), „wurden [...] schaffen“ (str. 35).

Další gramatické nedostatky se týkají mj. korektního používání členů (rozhodování mezi členem určitým, neurčitým a nulovým). Stylistickou slabinou je neustále opakování substantiv ve vzájemné těsné blízkosti (místo jejich náhrady synonymy nebo zájmeny; např. slovo „Zeitung“ v devíti větách na str. 6 a další četné příklady). Při obsahové analýze brožur jednotlivých stran (str. 37 ad.) by měly být jejich výroky vyjádřeny formou nepřímé řeči, a tedy konjunktivu I, který v práci zcela chybí.

K tomu se přidávají následující, opakovaně se v práci vyskytující formální nedostatky:

- delší citáty nejsou vždy odsazeny od plynulého textu;
- v poznámkovém aparátu, který zčásti není zformátován, jsou údaje o zdrojích - navzdory konvencím platným pro způsob citování ve vědeckých pracích - uváděny i při opakovaném odkazu v plné délce (místo aby byly při opakování udávány ve zkrácené formě);
- citáty nemají jednotnou grafickou formu (střídání kurzívy a citátů bez kurzívy);
- psaní odkazů na poznámky pod čarou (horní index) není vždy jednotné (někdy jsou odkazy psány kurzívou, někdy nikoliv).

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z bakalářské práce, silné a slabé stránky, originalita myšlenek apod.): Z práce je patrný elementární zájem autorky o téma, přesto není ani její metodický přístup, který sotva přesahuje shrnutí obsahu a počítání slov, ani její interpretace výsledků přesvědčivá. Kromě toho by bývala byla žádoucí zásadní jazyková úprava práce.

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

Bylo by zahrnutí jiných reklamních médií/nosičů podle Vašeho názoru vedlo k jiným výsledkům? Pokud ano, k jakým?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA (výborně, velmi dobře, dobře, nedoporučuji k obhajobě): 3–

Datum: 20. května 2017

Podpis:

