**Z Á P A D O Č E S K Á U N I V E R Z I T A V P L Z N I**

**F a k u l t a f i l o z o f i c k á**

**Katedra germanistiky a slavistiky**

**PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**(Posudek oponenta)**

**Práci předložila studentka: Bc. Kristýna Váchalová**

**Název práce: *„Dialect sells“.* Formen, Funktionen und Strategien der Verwendung von Dialektstrukturen auf Werbeplakaten in Bayern.**

## Hodnotil: doc. Dr. doc. Dr. Winfried Baumann

**1. CÍL PRÁCE** (uveďte, do jaké míry byl naplněn):

Předložená práce se zabývá tématem, jehož pozadím je komunikační praxe: Jde o prezentaci produktů, a to jak na obrázcích, tak pomocí jazyka, v tomto případě prostřednictvím bavorského dialektu. Výchozím bodem jsou otázky typu: Co je nabízeno? Co se jí/pije? K jakým aktivitám má to, co je prezentováno, vybízet? Jakým způsobem je osloven ten, kdo se setká s dotyčnou reklamou? Jde o analýzu funkcí a strategií na základě vybraných příkladů.

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

Pro svůj výzkum si autorka zvolila znázornění pomocí obrázků (optické vjemy), ty však těžištěm práce nejsou. Základní téma je spíše jazykové: Je zaměřeno na kódování v bavorštině: nářeční věty nebo nářeční výrazy pro označení produktů: vedle toho příklady lokálních odkazů, viz místní názvy (jako označení regionálního původu nabízených produktů), názvy bavorských akcí (Oktoberfest), případně s fotografiemi umělců ze zábavní scény. Texty jsou doplněny i o obrázky osob a jejich skupin, zejména v bavorském kroji. K bližší bavorsko-regionální identifikaci přispívá také použití kombinace bílé a modré barvy. Pro umístění příslušné reklamy se doporučují frekventovaná místa na veřejnosti, kde může docházet k mnohostrannému vnímání speciální nabídky, a to z hlediska kvality, obliby, vkusu.

Informace se vztahují k následujícímu: zboží vypadá tak či tak. Tak či tak by je mělo vnímat publikum. Obsah obrázků plus jazykově pregnantní formulace, zejména ve formě dialektu, mají přispět k zájmu o nákup a usnadnit tak rozhodnutí pro výběr zobrazeného produktu. Po jazykové a obrazové stránce slouží tato reklama jako apel, jako vztah blízkosti mezi výrobcem a kupujícím. Coby další krok by na straně recipienta přicházela v úvahu žádoucí reakce: Tím dojde k realizaci záměru propojit aktivity, které ilustrují i rámce (frames) scénicky realizovaného procesu prodeje. Co se týče verbální formy, mohla se autorka zabývat rysy v rovině fonetické, morfosyntaktické i lexikální.

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

Předložený výzkum vznikl na základě vyhodnocení značného množství sekundární literatury. Práce je přehledně strukturovaná a nezabývá se pouze lingvistickými otázkami. Autorka do ní zahrnula zakomponování (embodiment) dialektu do běžného života, v němž může docházet i k mezinárodním setkáním, v tomto případě českých hostů s reklamou, potažmo s bavorštinou. - Kvalita práce splňuje naše očekávání.

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

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

Zvolené téma otevírá pohled na další výskyt bavorštiny na veřejnosti: Doporučila byste některé z příkladů užití bavorského dialektu při interaktivních prohlídkách Plzně návštěvníky z Bavorska (!)? (Použití dialektu k podpoře interaktivity). Nebo: Bavorské knižní tituly, i ve vědecké literatuře? (Tituly jako „Über d‘ Grenz“ nebo „Die Schwirzer vom Grenzland“?)

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

**výborně**

Datum: 18.8.2022 Podpis: