

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

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

Práci předložila studentka: Kapicová Kristýna

Název práce: Präsentation touristischer Ziele in Prospekten aus dem Bereich des Fremdenverkehrs in der Region Domažlice/Taus und in der Oberpfalz. Sprachliche und inhaltliche Analyse ausgewählter Prospekte.

Oponovala: Gisela Heitz M.A.

1. **CÍL PRÁCE:** Práce má jasně formulovaný cíl - str. 1, Einleitung: představení regionů Domažlice a Horní Falc z hlediska cestovního ruchu, výzkum prospektů vydaných v těchto regionech - a zakládá se na hypotéze, že tyto prospekty patří k reklamním prostředkům a budou vykazovat znaky publicistického stylu. Autorka sleduje naplnění cílů s velkou pečlivostí a precizností a na konci práce (str. 58) potvrzuje, resp. modifikuje svoji pracovní hypotézu, přičemž jasně formuluje výsledky své práce a ukazuje možnosti dalšího výzkumu. Tím je cíl práce v plném rozsahu splněn.

2. **OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:** Záměr autorky prezentovat oba regiony jako regiony turisticky atraktivní a zároveň analyzovat reklamní prostředky související s turistickým ruchem v daných oblastech je velmi ambiciózní. Autorka za tímto účelem po delší časové období opakovaně navštěvovala různé turistické cíle v obou regionech a sbírala materiál pro analýzu (str. 29). V kapitole 5.1.1 autorka podrobně informuje o tomto procesu. I v kapitole 2 se autorce daří příjemně jednoduchou, a zároveň přehlednou cestou představit oba regiony, což přičítám i její osobní znalosti dané oblasti. Teoretické základy v kapitolách 3 (Werbemittel) a 4 (obecná jazyková charakteristika) jsou zpracovány výrazně s ohledem na cíle analýzy, což autorka i sama opakovaně zdůrazňuje, např. na str. 21, kap. 4.1.1.1. V této části je také zřetelná autorčina hlubší znalost dané problematiky. V kapitole Zusammenfassung jsou jasně formulovány výsledky shrnující jak jazykové, tak obsahové znaky prospektů. Výchozí hypotéza je v této souvislosti upravena, autorka přehledně ukazuje vlastní náhled na výsledky analýzy a kriticky hodnotí získaná fakta.

3. **FORMÁLNÍ ÚPRAVA:** Práce má jasné, logické členění, které zřetelně odděluje jednotlivé aspekty práce (charakteristika regionů: kap. 2, prospekty jako reklamní prostředek: kap. 3, jazyková charakteristika prospektů: kap. 4, analýza: kap. 5). Fota v přílohách jsou jasně přiřazena ke kapitole 2 (představení obou regionů jako turistických cílů), další část příloh tvoří vybrané analyzované prospekty. Působivý je i seznam literatury, v němž jsou prospekty coby primární zdroje dále děleny dle regionů. U sekundární literatury, jak tištěné, tak i u elektronických zdrojů, je nápadná vyváženost zdrojů v němčině a češtině. Práce je působivá rovněž jazykovou úrovní zpracování, která se vyznačuje - stejně jako celá práce - přesností a suverenitou vyjadřování.

4. **STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE:** Předkládaná práce je mimořádná jak pečlivostí vědeckého zpracování tématu, tak obsahovou a formální precizností. Tím práce nabízí vynikající teoretický základ, který byl docílen díky odborným znalostem autorky, a zároveň je v ní zřetelná suverenita, s jakou autorka zpracovává svůj analyzovaný materiál. Celkově práce zanechává dojem, že autorka až po úroveň jednotlivých detailů vybrat to skutečně podstatné, a to jak při zpracování teoretických základů práce, tak při provádění analýzy a vyhodnocení jejích výsledků.

5. **OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:**

Na str. 58 zmiňujete, že jsou turistické cíle v obou regionech v příslušných prospektech prezentovány různě. Souhlasila byste tedy s vyjádřením *Prospekty z oblasti Horní Falce jsou živější, pestřejší, lákavější, více motivující...než prospekty z Domažlicka?* Pokud ano, jak si tento rozdíl vysvětlujete?

6. **NAVRHOVANÁ ZNÁMKA:** výborně

Datum: 15.5.2015

Podpis:

