

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**  
**Fakulta filozofická**  
**Katedra anglického jazyka a literatury**

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

Práci předložil(a) student(ka): Michaela Mrkáčková

Název práce: The Language of Food Advertisements- Characteristics of Selected Language Means in Food Advertisements

Oponoval (u externích oponentů uveďte též adresu a funkci ve firmě): Mgr. L. Dejmalová

1. CÍL PRÁCE (uveďte, do jaké míry byl naplněn): Autorka se v BP zabývá vztahem reklamy a jazyka, analyzuje jazykové prostředky ve vybraných anglických tištěných reklamách na jídlo. Cíl práce byl zcela naplněn

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita teoretické a vlastní práce, vhodnost příloh apod.): V teoretické části autorka nejprve pojednává obecně o marketing (definice procesu a nástroje), dále definuje reklamu a dělí ji podle použitého média (televizní, internetová, novinová...) a také v závislosti na cílové skupině. Ve čtvrté kapitole se pak autorka věnuje jazykovým prostředkům v reklamě, zejména se zaměřuje na tvarosloví a lexikální významy. Všimá si neobvyklých slovních spojení. Teoretické poznatky ilustruje vhodnými příklady (např. hojné užívání pozitivních adjektiv v komparativu a superlativu, užívání antonym a synonym, idiomů a jiné). V praktické části autorka pracuje s autentickými anglickými tištěnými reklamami na jídlo. Jedná se o reklamy např. na mléčné výrobky (jogurty), ledovou kávu, bramborové lupínky, zmrzlinu a jiné. Autorka aplikuje teoretické znalosti a analyzuje jazykové prostředky v těchto reklamách. Do příloh jsou zařazeny vybrané texty analyzovaných reklam.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, správnost citace a odkazů na literaturu, grafická úprava, přehlednost členění kapitol, kvalita tabulek, grafů a příloh apod.): Práce je přehledně a logicky členěna. Grafická úprava je velmi dobrá. Jazykový projev je na velmi dobré úrovni, chyby se vyskytují jen ojediněle. Citace a odkazy jsou provedeny správně.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z diplomové práce, silné a slabé stránky, originalita myšlenek apod.): Autorka si zvolila vhodné a zajímavé reklamní texty. Pracovala s kvalitní literaturou a prokázala velmi dobré jazykové znalosti. Práci považuji za zdařilou. V neposlední řadě oceňuji také samostatnost, zodpovědnost a aktivní přístup autorky v průběhu práce na BP.

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

Reklamy obecně cílí na zvýšenou spotřebu a spojení zážitků s požitky. Jaké typy metaforických výrazy se v reklamních textech na jídlo převážně vyskytují?

Jaký máte názor na regulaci reklamy v souvislosti s podporou zdravého životního stylu?

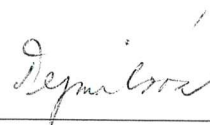
6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA

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

Datum: 17.5.2015

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta filozofická  
katedra anglického jazyka a literatury

Podpis:



Pozn.: Při nedostatku místa použijte zadní stranu nebo příložený list.

SOUHLASÍ S ORIGINÁLEM