

Ústav romanistiky FF JU v Českých Budějovicích Školitelský posudek na bakalářskou práci

Název práce: Španělský jazyk v tištěné reklamě: stylistické prostředky
Autorka práce: Zuzana Bartoková
Vedoucí práce: Mgr. Miroslava Aurová, Ph.D.

Předkládaná bakalářská práce splňuje základní formální požadavky: korpus práce čítá 44 stran, 4 strany španělského resumé a 11 stran příloh. S literaturou pracuje autorka eticky, na zdroje je řádně odkazováno, text je opatřen citacemi a poznámkovým aparátem.

Autorka si zvolila téma zajímavé a zároveň náročné, a to z několika hledisek. Zprvée, téma klade nároky na teoretické proniknutí do tematiky zejména z hlediska stylistických figur, jejichž klasifikace a charakteristika bývají značně rozkolísané. Z tohoto důvodu autorka porovnávala různé zdroje a pokusila se je syntetizovat za účelem vytvoření seznamu s popisem jednotlivých figur. Druhou obtíž tématu představuje jejich aplikace na jazyk reklamy, často konfušní u jednotlivých autorů. Proto oceňuji, že diplomandka byla schopna u některých příkladů nesrovnalosti identifikovat a poukázat na ně. Přesto však charakteristiky některých figur zůstávají nepřiliš jasně formulované (nejvíce problematické *antonomazie*, *metafora*, str. 20 a 25 respective).

Tato skutečnost se projevila v občasném tápání při samotné identifikaci stylistických figur, což sama autorka uvádí v závěru při reflexi svým potíží: *velice často pro mne také bylo přiřadit k reklamnímu textu odpovídající stylistickou figuru [...]; čím více jsem nad některými figurami přemýšlela, tím více jsem pochybovala o jejich správném zařazení* (str. 51). Autorka také pozoruje, že některé figury jsou propojené, splývají a v podstatě se dají zaměnit (příklady str. 52). Právě z tohoto důvodu bylo záhodno vytvořit určitou selekci figur pro následnou analýzu, čímž by autorka vyvarovala určitých nepřesností.

Co se týče samotné analýzy vzorku, diplomandka pracuje s poměrně rozsáhlým vzorkem 130 reklam, u nichž identifikuje stylistické figury; konstatuje mnohem vyšší číslo výskytu, než kolik je reklam (201:130), a sice z toho důvodu, že některé reklamy kumulují v sobě více figur. Tyto závěry předvádí autorka na grafu. Ohledně samotné identifikace: z uvedených příkladů pro jednotlivé figury (škoda, že se jedná pouze o jeden příklad) lze indukovat víceméně správné identifikování s výjimkou několika diskutabilních případů (*antonomazie*, *epiteton*, str. 47). Nicméně postrádám podrobnější zdůvodnění identifikací. Autorka také neprojevuje větší invenci v dalším vytěžení vzorků. Závěry, ke kterým dospívá, se však dají označit za podložené a vzhledem k možnostem autorky za víceméně přesvědčivé.

Co se týče jazykové stránky, autorka ne vždy udržuje stylisticky vyváženou úroveň, občasně jsou chyby v interpunkci.

Vzhledem k výše uvedenému konstatuji, že:

Tuto bakalářskou práci **doporučuji k obhajobě**.
Navrhuji známku: **velmi dobře**.

V Českých Budějovicích, 15. června 2010.


.....
Mgr. Miroslava Aurová, Ph.D.