

**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**  
**Fakulta filozofická**  
**Katedra anglického jazyka a literatury**

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

Práci předložil(a) student(ka): Štěpánka Šustrová

Název práce: Contrastive Analysis Translation of a Sample Czech and English Newspaper Advertisement

Hodnotil (u externích vedoucích uveďte též adresu a funkci ve firmě): PhDr. Eva Raisová

1. CÍL PRÁCE (uveďte, do jaké míry byl naplněn): Cílem práce bylo vytvořit návrh překladu novinové reklamy do češtiny i do angličtiny, doprovodit překlady komentářem a vytvořit glosář nejdůležitějších anglických termínů z oblasti reklamy. Tento cíl byl splněn.
2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita teoretické a vlastní práce, vhodnost příloh apod.): Práce vyžadovala seznámení s teoretickými zdroji ze dvou oblastí – z teorie překladu a z ekonomie o vytváření a působení reklam. Teoretické kapitoly jsou v úvodu práce. Praktická část představuje vlastní návrhy překladu reklam, jejich analýzu a stručný glosář hlavních termínů. Přílohy jsou původní reklamní texty.
3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, správnost citace a odkazů na literaturu, grafická úprava, přehlednost členění kapitol, kvalita tabulek, grafů a příloh apod.): Jazykový projev je slušný. Autorka píše v první osobě. Hlavní důvod je zřejmě skutečnost, že chce zdůraznit své osobní postoje při popisu svých překladů. Citace i odkazy na zdroje odpovídají požadavkům. Práce je jasně rozčleněná do několika kapitol, každá se věnuje určitému tématu. Při komentování překladů autorka vždy postupuje podle stejného vzoru, což napomáhá dobré orientaci v textu a porozumění.
4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z diplomové práce, silné a slabé stránky, originalita myšlenek apod.): **Práce má dobrou úroveň. Je zřejmé, že téma autorku zaujalo. V teoretických kapitolách uvádí základní pojmy a teorie o překladu a o reklamě v dnešním světě. Zabývá se reklamou nejen v tištěných novinách a časopisech, ale i v jejich online verzích a popisuje jejich specifika. Návrhy překladů jsou zdařilé a komentáře stručně vysvětlují hlavní potíže při překladu a důvody pro autorčino řešení.**
5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ (jedna až tři):  
Co považujete za hlavní zdroj obtíží při překladu reklam na základě vaší zkušenosti? Je to možné zobecnit?  
Překládaly se vám lépe české nebo anglické reklamy ?  
Je možné najít rozdíly v jazykové oblasti mezi reklamami v tištěných novinách a na internetu?
6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA  
(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl): **výborně**

Datum: 16. května 2016

*Eva Raisová*

SOUHLASÍ S ORIGINÁLEM

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta filozofická  
katedra anglického jazyka a literatury