

Zadání úkolu:

- 1) Prostudujte si nejprve příklady profesionální analýzy tištěné reklamy (soubor Reklama_priklady_analyzy), abyste měli představu, na jaké aspekty se u textů určených k rozboru (soubory Reklama_1 a Reklama_2) zaměřit.
- 2) Popište stručně horizontální členění reklam 1 a 2 (všechny součásti textu + jejich funkce).
- 3) Okomentujte nyní vizuální složku obou reklamních sdělení (funkce obrázků/fotografií, vztah mezi obrazem a textem, typografické zvláštnosti apod.).
- 4) Které elementy (ať už textové, obrazové či typografické) zde podle Vás primárně slouží k upoutání pozornosti čtenáře (fatická funkce)?
- 5) Věnujte se nyní stylistické stránce obou textů. Sledujte, jaké slohové postupy jsou v nich využity. Dá se zde hovořit o proklamovaném parazitismu reklamy na jiných stylech?
- 6) Zaměřte se na specifické výrazové prostředky analyzovaných reklam (odborné či pseudoodborné termíny, anglicismy, superlativy a hodnotící výrazy, typické předpony, řečnické tropy a figury s poetickou funkcí, syntaktické zvláštnosti: kondenzace, větná modalita atd.).
- 7) Přestože se v obou případech jedná o inzerci v seriózním médiu (*El País Semanal*), jazyková a stylistická úroveň zvolených textů je dosti rozdílná. V čem se podle Vás tyto dvě reklamy nejvíce liší?
- 8) Shrňte své poznatky do souvislého komentáře (nejméně 3600 znaků, česky nebo španělsky). Pokud přiložíte ke komentáři i oskenované reklamy, můžete některé jevy označit přímo v originálním textu.

Své práce mi prosím zašlete nejpozději do 5. června na adresu stehlik@phil.muni.cz.