**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.**