

Průběh obhajoby bakalářské práce: *The Language of English Lifestyle Magazines*

Otázky vedoucího:

1. Sledovala jste také jazykové prostředky v různých rubrikách dle témat, např. v časopisech pro mládež - vztahy, pohlaví časopisy - auto, domský časopisy - kosmetika, móda? Toto dělení by se také nabízelo.

2. Co mají podle Vás společného populárně vědecké a cestopisné časopisy z lingvistického hlediska?

(a) Chtěl bych vědět proč autorka hovoří o foto žurnalistice (str. 14) a „vizuálních formách“ (str. 39) v kontextu jazykové analýzy.

(b) Autorka sumarizuje výzkum následovně (str. 37, podkapitola, 4.2. odstavec 11) „magazines try to avoid clichés, they are rich in ... idioms and collocations [časopisy se pokoušejí vyhnout klise, ... oplývají idiomy a kolokacemi]“. Rád bych věděl, jaký je vztah mezi klise, idiomy a kolokacemi a jak se s nimi časopisy vypořádávají, respektive vyhýbají se jim, a jak autorka může vysvětlit sdělení, že „clichés are idioms“ [klise jsou idiomy].

(c) Chtěl bych vědět, zda je nějaký rozdíl / jsou nějaké rozdíly v užití jazyka článků v různých tematických oddílech (str. 19-20) a také zda je rozdíl v užití jazyka u různých slovu tvorných útvarů ve stejném časopise. Máme tendenci identifikovat obecné kategorie žánrů článků: např. subjektivní textové útvary typu osobní črty (sketch), osobního zážitku, vyjádření, interview, feature (detailní prezentace faktů atraktivní formou, přizpůsobené rychlému čtení, za účelem pobavení nebo informování recipients).

Právu napráva v
Práce obhájena, r
výborně

Klasifikace:

Datum obhajoby: **30. května 2017**

SOUHLASÍ S ORIGINÁLEM

.....
podpis zkoušejícího