

UNIVERZITA PARDUBICE
Fakulta filozofická
Katedra anglistiky a amerikanistiky

Posudek vedoucího bakalářské práce

Autor práce: Martin Hromádko

Studijní obor: Anglický jazyk pro odbornou praxi

Název práce: Word-formation in Branding

Akademický rok: 2016/2017

Vedoucí práce: PhDr. Petra Huschová, Ph.D.

Oponent práce: PhDr. Šárka Ježková, Ph.D.

Kritéria hodnocení		Hodnocení 1 - 2 - 3 - 4
Všeobecná charakteristika	Splnění zásad zpracování práce a naplnění stanoveného cíle	1
	Logická struktura práce	
	Vyváženost teoretické a praktické části	
Teoretická část	Prezentace různých teoretických přístupů k řešenému problému	2
	Kritické posouzení prezentovaných přístupů a zvolení relevantní teoretické základny	
	Zpracování kvalitní teoretické základny pro realizaci praktické části	
Praktická část	Vhodnost zvolené výzkumné metodologie	1
	Aplikace zvolené výzkumné metodologie	
	Relevantní a srozumitelná argumentace a interpretace získaných výsledků	
Práce s odbornou literaturou	Kvalita, množství a relevance zpracované literatury	2
	Kritický přístup ke zdrojům	
Formální stránka	Dodržení doporučených pravidel a norem formální úpravy (směrnice FF UPa, požadavky KAA)	1
	Kvalita vědeckého aparátu, příloh, tabulek a obrázků	
	Dodržení bibliografických norem	
Jazyková úroveň	Gramatická přesnost a komplexnost	2
	Slovní zásoba	
	Koheze a koherence	
	Interpunkce a stylistické aspekty	

Slovní vyjádření k hodnocení bakalářské práce:

Cílem bakalářské práce bylo prostudovat výskyt slovotvorných procesů ve vybraném vzorku obchodních značek a objasnit jejich užití s ohledem na branding a jeho funkce.

Teoretická část

- je logicky strukturovaná; nejprve představuje kontext pro analýzu, tj. branding a obchodní značku, stěžejní část definuje a popisuje procesy tvoření slov v anglickém jazyce - mohla by být podrobněji shrnuta s ohledem na analýzu
- je podložena studiem dostatečného počtu sekundárních zdrojů (26 titulů včetně slovníků); v některých částech autor zdařile porovnává přístupy různých autorů (např. 2.1, 2.3), v jiných (např. 2.2) převládají pouze dva vybrané zdroje (Plag, Bauer)
- postrádám explicitní vymezení/vysvětlení některých termínů/závěrů, např. není zřejmé, jak je pro účel práce vymezeno *slovo* nebo *složenina*, viz. "For the purpose in the thesis, a word can be used loosely." (str. 16), "...one may identify compounds solely from the word sequence." (str. 20)

Analytická část

- je detailně a pečlivě zpracovaná, autor zdařile komentuje formu vybraných značek a objasňuje užití slovotvorných procesů s ohledem na kontext branding
- přináší řadu zajímavých zjištění a postřehů, je třeba ocenit autorovu snahu zdůvodnit původ a význam vybraných značek; získaná zjištění jsou vhodně podporována jinými zdroji (např. str. 31)

Formální a jazyková stránka

- po stránce formální práce splňuje požadavky
- je škoda, že kvalitu práce poněkud snižuje její jazykové zpracování, které se místy negativně odráží i na prezentovaném obsahu: objevují se neformální struktury (např. časté vynechávání spojky *that* u vět obsahových, příliš krátké nebo neúplné věty str. 21-22); gramatické chyby (např. *one of the most important aspect* str. 10, *the first group quantify* str. 22), chyby v užití členů a interpunkci (např. chybí čárky před *which*, u *according to*); rušivě též působí nadměrné užívání *furthermore*.

Návrh otázek a podnětů pro diskusi při obhajobě:

1. Vysvětlete, proč jste pro svoji práci využil klasifikaci tvoření slov podle Bauera (viz. str. 17) Na základě jakých kritérií jste sestavil vlastní taxonomii slovotvorných procesů?
2. Pokud se vlastní jméno začne užívat k označení produktu, jak lze na tento posun nahlížet z hlediska významu? Bylo by možné z hlediska formy/významu vysvětlit i některé příklady v 3.5, např. *Castrol*, *Google*, *Lucozade*?
3. Některé složeniny jsou z hlediska interpretace označovány jako "suggestive". Jaká je jejich četnost a lze tuto tendenci vysledovat i u jiných slovotvorných procesů?
4. V podkapitole 3.4 *Blending* je na str. 38 uvedeno, že u prvního typu je část A dostatečně dlouhá, takže adresát odhadne význam. Interpretace se ale nezdá být zcela jednoznačná, např. u *Swatch*, *Npower* (viz. také str. 39, kde je možná nejednoznačnost brána v potaz).

V ý s l e d n á k l a s i f i k a c e*	
(možnosti klasifikace - výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl)	velmi dobře

Dne: 9.5.2017

.....
PhDr. Petra Huschová, Ph.D.

* Výsledné hodnocení není průměrem dílčích známek