

## Bakalářská práce

**Student: Alexandra TURJANICOVÁ**

**Obor: ČJ - SPPg**

**Název práce v českém jazyce: Frazeologie v současné české republice**

**Název práce v anglickém jazyce: Phraseology in Contemporary Czech Journalism**

**Oponent bakalářské práce: PhDr. Radka Čapková, Ph.D.**

### **Posudek oponenta bakalářské práce:**

Diplomantka Alexandra Turjanicová se ve své bakalářské práci věnuje frazeologii v publicistických textech. Pracuje s přibližně dvěma a půl tisíci frazémy, které zdařile dělí do různých skupin, nejčastěji dle sémantických souvislostí. Jedná se o podrobný výpis toho, které frazémy se v analyzovaném materiálu vyskytly, bez dalšího využití tohoto zjištění. V závěru práce stanovuje, které skupiny jsou nejčetnější. V práci dostala cíli, který si stanovila, a to za pomoci relevantní odborné literatury.

Práce má dobrou jazykovou úroveň, obsahuje akceptovatelné, i když relativně vysoké množství překlepů či jazykových chyb (např. s. 3, 6, 8, 11, 16, 39, 41, 48; naznačeno v textu).

### **K práci mám tyto drobné připomínky:**

a) Z textu není zřejmé, odkud pocházejí vysvětlení významů frazémů umístěná do uvozovek (např. s. 19, 1. odst., ale i dále, i když od vysvětlení v dalším textu povětšinou autorka upouští, cca od kap. 10.)

b) s. 15 – Publicistické texty se v současnosti s využitím internetu dostávají ke čtenáři dokonce ten samý den, kdy vzniknou.

c) *Trefit se do černého* podle mě nesouvisí s tragickými či smutnými událostmi (s. 21). Zde se zřejmě jedná o nevhodnou stylizaci odstavce.

d) Autorka dle mého názoru zbytečně nadužívá pasiva (např. s. 31, 32, 36, 40 – *nebylo nalezeno, bylo objeveno* apod.).

e) Domnívám se, že frazémy, které autorka BP zmiňuje v souvislosti s lexémem *postel* (*dostat se někam přes postel, postelové dobrodružství* ad., s. 38), nijak nesouvisí se spánkem.

f) Frazém *být na dně* (s. 53) nepopisuje místo, ale emoční stav člověka. *Jak na běžícím pásu* (s. 54) nevnímám jako frazém s komponentem souvisejícím se sportem, nýbrž s tovární pásovou výrobou.

g) *Koukat jak zjara* nepovažují za frazém označující fyzický stav člověka (s. 56). Z posledních dvou bodů vyplývá, že autorka někdy zaměňovala třídění frazémů podle významu jednotlivých komponentů a podle významu celého frazému, resp. že její třídění (a některé formulace) mohou být v tomto ohledu trochu matoucí.

**Celkově práci hodnotím jako zdařilou a doporučuji ji k obhajobě.**

**Navrhované hodnocení:** *velmi dobře*

**Otázky a náměty k obhajobě:**

- 1) Publicistická sféra je velmi širokou oblastí. Patří do ní texty zpravodajské, analytické, beletristické, reklamní, mluvené, psané atd. Uvítala bych, kdyby autorka pohovořila o tom, jakým způsobem vybírala analyzované texty, blíže je charakterizovala, vymezila např., z jakého jsou období apod. Jak si vymezila zkoumanou oblast textů?
- 2) Na s. 27 diplomantka uvádí, že frazémy s přírodní tematikou se nevyskytují v textech se sportovní tematikou. Mohla by se autorka pokusit o hlubší charakteristika tohoto typu (tj. distribuce frazémů mezi různé typy textů) a zamyslet se nad funkcí frazémů v různých typech textů, které zkoumá?
- 3) Wikipedie byla podle mě autorkou citována i v případech, kdy to nebylo nezbytně nutné. Domnívám se, že pro dané účely by bylo možné najít vhodnější zdroj. Nebo tím autorka sledovala nějaký cíl?

V *10.5. 2010* dne *Praha*

*[Signature]*  
.....  
**podpis oponenta bakal. práce**