

Předložená diplomová práce se zabývá zkoumáním metafor v českých a francouzských mediálních textech o kopané. Korpus analyzovaných textů byl vytvořen nashromážděním článků a reportáží z českých a francouzských deníků a internetu. Na podkladě paralelních vzorků excerpčního materiálu je kladena otázka možnosti překladu obrazných pojmenování z perspektivy kognitivní lingvistiky, pro niž je metafora nástrojem konceptualizace světa. První část práce je věnována rozpracování dílčích teoretických východisek práce a zařazuje zkoumanou problematiku do širších souvislostí. Vysvětluje podstatu funkčního stylu publicistického, udává jeho stručnou charakteristiku s typickými prostředky, k nimž patří obrazná pojmenování. Následně je metafora pojata z vývojové perspektivy a je nastíněna problematika metafory z hlediska translatologie.

V druhé části jsou vymezeny hlavní okruhy metaforiky, z nichž fotbalová žurnalistika čerpá. Analýza excerpčního materiálu se pak zaměřuje na porovnání jednotlivých případů obraznosti ve zkoumaných textech. Jednotlivé příklady jsou komentovány s důrazem na jazykově-překladatelský aspekt.

Závěr práce představuje shrnutí poznatků vyplývajících z rozboru se zřetelem k otázce překladu zkoumaného jevu obecně.