

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá metaforami v pojetí George Lakoffa a Marka Johnsona jakožto jedním ze základních principů pevně zakotveným v našem pojmovém systému, myšlení a vztahu k realitě a ke světu. Metafory vypovídají o způsobu, jakým je svět uložen v jazyce. Tato práce si klade za cíl ilustrovat způsob formování metafor na příkladu reklam, přičemž se blíže zaměřuje na otázku kulturní odlišnosti.