

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV BOHEMISTIKY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

JAZYK A STYL MLUVENÉ ČESKÉ PUBLICISTIKY

Vedoucí práce: doc. PaedDr. Bohumila Junková, CSc.

Autor: Alice Kotylová

Studijní obor: Bohemistika

Ročník: 3.

2012

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji doc. PaedDr. Bohumile Junkové, CSc. za odborné vedení, za čas, který mi věnovala, a za cenné rady, které mi poskytla.

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci na téma „Jazyk a styl mluvené české publicistiky“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 13. 5. 2012

.....

ANOTACE

Ve své bakalářské práci se zabývám jazykem a stylem mluvené české publicistiky se zaměřením na publicistiku politickou a sportovní. V teoretické části se věnuji popisu mluvené řeči (např. typy mluvené řeči či kulturou jazyka) a charakteristice publicistického stylu. V praktické části na základě shromážděného materiálu z různých televizních pořadů popisuji jazykové prostředky české mluvené publicistiky. Následně s pomocí těchto materiálů se pokouším odhalit trendy dnešní řeči a chyby, kterých se publicisté a případní hosté v jejich pořadech dopouštějí. Jazykový materiál čerpám z těchto pořadů: Otázky Václava Moravce, Máte slovo s M. Jílkovou a Branky, body, vteřiny na ČT1; Soukromá dramata, Partie a Zprávy TV Prima na Primě; Televizní noviny a Sportovní noviny na Nově.

ANNOTATION

In my bachelor I study the language and the style of Czech spoken journalism with intention on political and sports journalism. In the theoretical part of my bachelor I devote to a description of spoken language (for example types of spoken language or culture of language) and characteristic of the journalism. I was picking up language material (in various TV programmes). In the practical part of my bachelor I describe language of Czech spoken journalism. After that I try (with help of picking language material) to detect trends of speech of today and mistakes which journalists and their guests make. Language material is taken from these programmes: Otázky Václava Moravce, Máte slovo s M. Jílkovou a Branky, body, vteřiny on ČT1; Soukromá dramata, Partie a Zprávy TV Prima on Prima; Televizní noviny and Sportovní noviny on Nova.

OBSAH

| | |
|---|----|
| Úvod..... | 8 |
| 1. Specifikace mluveného jazyka..... | 10 |
| 1.1 Druhy mluvených projevů a jejich sloh..... | 10 |
| 1.2 Celková podoba mluveného slohu..... | 12 |
| 1.3 Kultura mluvené řeči..... | 12 |
| 2. Klasifikace funkčních stylů v současných českých jazykových teoriích..... | 14 |
| 3. Publicistický styl..... | 16 |
| 3.1 Jazyková stránka publicistických projevů..... | 18 |
| 3.1.1 Obrazná vyjádření..... | 18 |
| 3.1.2 Módní výrazy a výrazy odrážející dobu vzniku..... | 19 |
| 3.1.3 Frazémy a jejich modifikace..... | 20 |
| 3.1.4 Výrazy zobecňující sdělení..... | 21 |
| 3.1.5 Specifický shodný atribut..... | 21 |
| 3.1.6 Parenteze specificky publicistické a intertextovost..... | 22 |
| 3.1.7 Specifické užití jiných jazykových prostředků..... | 23 |
| 3.1.8 Využití jazykových prostředků z jiných útvarů a poloútvárů národního jazyka..... | 24 |
| 3.1.9 Metajazykový charakter vyjadřování..... | 25 |
| 3.1.10 Přejatá slova..... | 25 |
| 3.2 Mluvená publicistika..... | 26 |
| 4. Charakteristika a historie vybraných publicistických pořadů..... | 28 |
| 4.1 Otázky Václava Moravce..... | 28 |
| 4.2 Máte slovo s Michaelou Jílkovou..... | 28 |
| 4.3 Soukromá dramata..... | 29 |
| 4.4 Partie..... | 30 |
| 4.5 Zprávy TV Prima..... | 31 |
| 4.6 Branky, body, vteřiny..... | 32 |
| 4.7 Televizní noviny na TV Nova..... | 33 |
| 4.8 Sportovní noviny na TV Nova..... | 35 |
| 5. Specifika politické a sportovní publicistiky..... | 37 |
| 5.1 Specifika politické publicistiky..... | 37 |
| 5.2 Specifika sportovní publicistiky..... | 38 |

| | |
|---|----|
| 6. „Nešvary“ české mluvené publicistiky..... | 41 |
| 6.1 Neschopnost přesně a jasně se vyjádřit..... | 41 |
| 6.1.1 Hezitační zvuky..... | 41 |
| 6.1.2 Výplňková slova..... | 42 |
| 6.2 Obecná čeština, nedostatečné povědomí o češtině spisovné, hyperkorektnost..... | 44 |
| 6.3 Slova a slovní spojení v nesprávném užití..... | 45 |
| 7. Jak média ovlivňují jazyk recipientů..... | 48 |
| Závěr..... | 50 |
| Seznam literatury..... | 52 |
| Internetové zdroje..... | 53 |
| Příloha..... | 55 |

ÚVOD

„Něco jiného je vyspělost národního jazyka, a něco jiného je úroveň národní kultury jazykové. Může se stát, že jazyková kultura národa pokulhává za jeho jazykem. To je případ váš, vy lidé čeští. Máte v rukou stradivárky, a hrajete na nich jako šumaři; zdědili jste varhany, a myslíte, že je to flašinet; pročež na tom vašem dvoře opravdu mnoho hlasů krákoře...“ (Eisner, 1945, s. 7)

V poslední době je často diskutována čistota mluveného projevu českého jazyka. Zaujalo mě, kolik úvah v tisku se na toto téma objevuje. Diskutovanými problémy jsou například „*ciznutí češtiny*“ (Greš, 2011, s. 13), novotvary dostávající se do naší mateřštiny přirozeným vývojem (zejména z angličtiny), dramatický rozmach vulgarismů používaných běžně doma, v hromadné dopravě či v zaměstnání, který zasahuje všechny sociální vrstvy a obě pohlaví, dále pak možná legalizace hovorových výrazů dříve nepřipustných ve spisovné komunikaci (abysme, mejlovat,...). Hovoří se o úpadku jak mluveného, tak i literárního jazyka, s nímž se setkáváme v množství narychlo (a ve velkém počtu) vycházejících knih.

Já jsem se rozhodla zabývat možná v porovnání s předchozím výčtem na první pohled menšími, ale dle mého názoru stejně závažnými problémy dnešní češtiny – neschopností přesně a jasně se vyjádřit, nesprávně používanými výrazy a řečí plnou gramatických chyb a výrazů ze sféry obecné češtiny. Za předmět zkoumání jsem zvolila mluvenou českou publicistiku, která je dle mého zrcadlem všech českých mluvčích a zároveň je velmi ovlivňuje.

V této práci je mým úkolem snaha popsat jazyk a styl mluvené české publicistiky se zaměřením na publicistiku sportovní a politickou. Nezaměřila jsem se pouze na chyby mluvčích, ale na celou podobu různých pořadů, které můžeme zhlédnout v televizi. Praktické části předchází část teoretická, ve které popisují jednak publicistický styl, jednak mluvenou řeč (druhy mluvené řeči, celkový ráz mluveného slohu i kulturu řeči).

V teoretické části vycházím z odborných publikací *Současná stylistika*, *Stylistika češtiny* a *Stylistika současné češtiny*.

Jazykový materiál jsem sbírala a zkoumala od listopadu 2011. Do některých částí své práce jsem také zařadila materiál týkající se mé kolokviální práce, která byla vytvořena během května až srpna roku 2011. Údaje o sledovanosti a zkoumaných

pořadech, názory na ně a počet procent, které jsou pořadům uděleny, byly několikrát aktualizovány, poslední aktualizace proběhla v březnu 2012.

1. SPECIFIKACE MLUVENÉHO JAZYKA

„Mluvený projev vzniká zvukovou realizací jazykových prostředků. Materiálem jsou vyslovované hlásky a jejich spojování ve slabiky a dále ve slova.“ (Bečka, 1992, s. 23 - 24) Kromě toho, co je řečeno, je důležité také to, jak je daná informace podána. Záleží na tempu řeči, intonaci, důzazech na různé části sdělení výšce a síle hlasu, odmlkách atd.

1.1 Druhy mluvených projevů a jejich sloh

a) Dialog

Dialogická řeč je základní formou mluveného jazyka a především v neveřejné komunikaci. *„Její realizací je rozhovor.“* (Bečka, 1992, s. 24) Probíhá tak, že účastníci rozhovoru (minimálně dva) spolu komunikují – střídají se v řeči. Neutrální spisovná čeština se používá jen v případě opravdu oficiálního jednání. Je totiž příznakem neosobnosti, možná až jakéhosi chladu, odstupu od druhého komunikujícího. Proto se lidé zdráhají ji používat, i kdyby ji velmi dobře ovládali. Ideální formou jazyka při rozhovoru je jazyk hovorový. Ten má různé stupně - *„od spisovnosti k lidovosti“* - (Bečka, 1992, s. 24) a my tyto stupně hovorovosti posouváme podle toho, s kým či o čem zrovna mluvíme.

S lidmi komunikujeme za různými účely – vedeme rozhovory nevázané o tom, co nám zrovna přijde na mysl, vyměníme si zdvořilostní fráze s někým, koho známe, ale není vyloženě náš přítel, potřebujeme konkrétní informace, a tak se ptáme a očekáváme jasnou odpověď (např. na úřadech) atd.

b) Monolog

„Monologická řeč je řeč projevů veřejných nebo alespoň poloveřejných.“ (Bečka, 1992, s. 25) Rozlišují se projevy připravené, projevy spatra a usměrněné projevy spatra.

- 1) Mluvené projevy spatra vznikají spontánně bez možnosti písemné přípravy. Jedná se například o přípitek či o vyprávění nějaké historky, zážitku, vzpomínky. V mluvené publicistice spatra mluví třeba sportovní komentátoři glosující průběh zápasu a moderátoři různých zábavných pořadů také improvizují a reagují na vzniklé situace a oživují průběh pořadu.

- 2) Usměrněné projevy spatra jsou takové, „*v nichž mluvčí svým projevem dává popud k tomu, aby posluchači na jeho slova reagovali, a tuto reakci očekává nebo dokonce právě pro tuto reakci svůj projev staví*“ (Bečka, 1992, s. 26) Mezi usměrněné projevy spatra patří například diskuse (ta se ještě dělí na dva typy – diskusi, kdy se například plánuje nějaká akce - mluvčí diskusi uvede svým projevem a očekává vyjádření všech přítomných k jedné konkrétní věci, k čemuž přítomné také usměrňuje, a diskusi, kdy mluvčí odříká svůj připravený projev a po skončení tohoto ostatní přítomní reagují na to, co řekl, přičemž se nemusí striktně držet jednoho tématu), debata a interview.

„*Debata je útvar blízký diskusi*“ (Bečka, 1992, s. 26), není ale tak oficiální. Počet účastníků bývá zpravidla menší, stačí i dva lidé. Od osobního rozhovoru se liší tím, že spolu účastníci probírají jednu určitou věc. Debata by měla být tolerantní a vedena v přátelském duchu.

Interview můžeme už dnes běžně sledovat v televizi či poslouchat v rozhlasovém vysílání. Je to vlastně řízený rozhovor, ke kterému je vybrán člověk, jenž pak odpovídá na otázky většinou osobní. Dotazy kladené moderátorem pořadu slouží především k usměrnění projevu, jinak má projev podobu „*silně monologickou*“ (Bečka, 1992, s. 27) Dotazovaná osoba patří ke známým osobnostem v naší zemi – může jít o zpěváka, herce, režiséra, tanečníka,... Neměla by mít problémy ani zábrany mluvit spatra kultivovaně. Bohužel tomu tak často není a stále více se můžeme setkat s interview na úrovni obecné češtiny. Tyto osobnosti diváky a posluchače dle mého názoru velmi ovlivňují (nejen obsahem svého sdělení, ale i jeho formou), stejně jako ostatně všichni lidé působící na televizních obrazovkách/ v rozhlasových stanicích.

- 3) Monologický projev připravený je většinou nejprve projevem psaným. Patří sem přednáška, referát, prezentace,... Zkrátka projevy, které vyžadují na mluvčím předem ho připravit, aby měl požadovanou úroveň. Míra přípravy je různá, někdy je třeba jen promyslet hlavní body a mluvit spatra, jindy sepsat celý výstup a poté ho přečíst. Záleží na tématu a na míře oficiálnosti. Jazyk je zpravidla neutrální spisovný, ale mluvčí občas může „sklouznout“ k hovorovým výrazům.

V mluvené publicistice dochází dnes k prolínání těchto útvarů, například pokud si moderátor pozve do svého pořadu více hostů, probíhá nejen interview, ale může vzniknout i debata, a dokonce někdy má průběh pořadu spíše ráz přátelského rozhovoru.

1.2 Celková podoba mluveného slohu

Mluvený jazyk existuje ve všech strukturách – jako jazyk spisovný, hovorový i obecný – tedy stejně jako jazyk psaný. Přejchody mezi jednotlivými úrovněmi jsou ale snazší.

Samozřejmě mezi psanou a mluvenou češtinou jsou i další rozdíly. Například to, že mluvený projev je spontánnější, emocionálnější, váže se na aktuální situaci, mluvčí pohotově reaguje na prostředí kolem sebe. Pro lehčí pochopení, plynulejší vyjadřování a pro minimalizování rizik kolize ve větě stavbě mluvčí „*volí jednodušší stavbu věty, vyhýbá se složitějším větným souvislostem*“. (Bečka, 1992, s. 29) Pro udržení souvislosti používá často odkazovacích zájmen (např. ten). V mluveném projevu se také často vypouští informace, které jsou zřejmé ze situace, ve které se nachází mluvčí a posluchači. Na druhou stranu někdy mluvčí bývá až moc explicitní – opakuje stejné věci, vysvětluje, ... „*Zásady aktuálního členění větného se neuplatňují tak důsledně, využívá se častěji důrazu a intonace*.“ (Bečka, 1992, s. 29). Co se týče slovních druhů, nejčastěji je užíváno sloveso, naopak podstatné jméno podstatně méně než v psaných projevech. „*Mnohem početnější je první osoba jednotného i množného čísla*.“ (Bečka, 1992, s. 29) Z pádů je nejvíce používaný nominativ.

1.3 Kultura mluvené řeči

Každý mluvčí by měl dodržovat jistá pravidla, aby projev splnil svůj účel. Jednak by měl být srozumitelný (člověk by neměl mluvit rychle, překotně, neměl by breptat). Dále by měl být jasný – mluvčí nesmí polykat konce vět a musí zřetelně vyslovovat všechny souhlásky i samohlásky, aby mu bylo rozumět. Dále by měla být regulována hlasitost řeči v závislosti na prostředí i na posluchačích. Mluvčí by se měl také vyvarovat různých pazvuků, hezitačních zvuků, nadměrného užívání pauz i překotného dýchání. Nepříjemné je i protahování konců vět a mást posluchače může i nevhodná intonace.

Když tato pravidla nedodržují lidé při běžném rozhovoru, je to nepříjemné, ale dá se to ještě v mezích tolerovat. Kdo ale musí dodržovat bezpodmínečně všechny zásady, jsou lidé vystupující veřejně – řečníci, politici, herci, hlasatelé, moderátoři.

„S kulturou zvukové stránky mluveného slova souvisí i její kultura slohová.“
(Bečka, 1992, s. 30) Zdvořilost, pravidla vykání a tykání, dodržování oficiálnosti k lidem a situacím, které to vyžadují atd.

2. KLASIFIKACE FUNKČNÍCH STYLŮ V SOUČASNÝCH ČESKÝCH JAZYKOVÝCH TEORIÍCH

Při výzkumu diferenciaci funkčních stylů jsem kladla důraz především na zjištění, kam zařadit styl publicistický.

„*Styly a jejich modifikace představují určitý stylový obraz komunikační situace, který je zobecněním nesčetného množství přibližně stejných nebo podobných textů.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, str. 96) V podstatě nelze vyjmenovat úplný počet stylů, ve kterém by nebyl žádný opomenut. Stejně tak neexistuje jeden správný způsob diferenciaci stylů. Jak se stylistická věda vyvíjela, přinášela nejrůznější názory a pohledy (např. rozlišování funkčních stylů komplexních a simplexních). Kniha *Současná stylistika* (autorek Marie Čechové, Marie Krčmové a Evy Minářové), ze které nyní čerpám, vychází při klasifikaci ze „*stěžejního faktoru konstituujícího styl*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, str. 97). Tímto faktorem může být například pojmovost, spontánnost, informativní a persvazivní funkce atd. Takto rozlišíme styl prostěsdělovací, odborný, administrativní, publicistický, řečnický a styl umělecké literatury.

Dále *Současná stylistika* připomíná podrobněji ještě dvě další možnosti dělení stylů – klasifikaci na styly sdělovací a estetickysdělné a na styly primární a sekundární. Klasifikace na styly sdělovací a estetickysdělné vychází z „*dominantního objektivního stylotvorného faktoru, jímž je základní funkce komunikátu*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, str. 97) Do sdělovacích stylů bychom zařadili díky věcné stránce sdělení styl odborný, administrativní, prostěsdělovací, většinu projevů publicistického a některé projevy z řečnického stylu. Pro styly zařazené do estetickysdělných stylů se používá nadřazený název umělecký styl/styl umělecké literatury. Dále bychom sem ještě zařadili některé „*kulturní a literární eseje*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, str. 97), některé řečnické projevy a beletristické publicistické projevy.

Co se dělení na primární a sekundární styly týče, do primárních by patřily ty, které byly uvedeny již výše (styl umělecké literatury, odborný, administrativní, publicistický, rétorický a prostěsdělovací). Existují ale i další styly, které různí lingvisté vydělují. Ty bychom pak pojmenovali sekundární. Dále je můžeme dělit na odvozené (od primárních funkčních stylů), přimykající se (k jednomu z primárních stylů) a pomezí (stojící na hranici mezi více styly). Je ale spousta dalších možností, jak na

diferenciaci hledět. Například z pohledu na příležitost, při které je projev použit, dělíme styly na obřadní či děkovný, podle způsobu vyjádření na lapidární a pleonastický,... Některým sekundárním stylům již byla věnována větší pozornost a byla zpracována jejich teorie – to je například styl konverzační, styl reklamy či styl managementu.

Styl publicistický, kterým se ve své práci zabývám, řadíme tedy mezi šest základních stylů. Podle dělení na primární a sekundární styly je primárním stylem a dále většinu publicistických projevů bychom řadili do stylů sdělovacích a beletristickou publicistiku mezi styly esteticky-sdělné.

3. PUBLICISTICKÝ STYL

„Publicistika je známa jako mezilidská komunikace informující o aktuálních společenských a politických událostech a komentující je.“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 176) Ta postupem času vyvinula svůj vlastní styl – funkční styl publicistický. Jedná se o styl poměrně nový, do funkčních stylů byl zařazen až v roce 1954 na Libické konferenci. Zato se zase nejrychleji rozvíjel a stále rozvíjí.

Tento styl zahrnuje pestrou škálu projevů. Je možné ho nazvat obecně stylem médií. Vyvíjel se mimo jiné ze stylu odborného.

Můžeme rozlišit tři základní žánry stylu publicistického: zpravodajský, beletristický (sem patří například komentář) a analytický (například fejeton). Dále samozřejmě rozeznáváme rozdíly mezi například publicistikou sportovní a bulvární, mezi stylem zpravodajských relací a politických debat atd. Do publicistiky lze zařadit i oblast reklamy, nicméně ta dává v současné době vzniknout víceméně samostatnému stylu.

Publicistické projevy by měly plnit samozřejmě funkci sdělnou, dále „informativní, komunikační“ a ještě funkci „ovlivňovací, přesvědčovací a získávací.“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 176)

„Do publicistiky patří projevy psané i mluvené.“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 176) Do mluvené publicistiky, na kterou se ve své práci zaměřují, patří publicistické pořady v televizi či na rádiových stanicích.

Publicistický styl má své poslání. Jeho „úkolem je rychle, výstižně a co nejučinněji informovat adresáta nejrůznějšího sociálního zařazení, věku a vzdělání, zprostředkovávat myšlenky s maximální srozumitelností a sémantickou jednoznačností, bezprostředností a přesvědčivostí, získávat čtenáře nebo posluchače pro přístup k problémům v duchu názorů, které reprezentuje.“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 177) Publicistický styl je velmi dynamický. Musí se přizpůsobit době. Musí také v závislosti na dané době měnit jazykové prostředky, které používá. Na něm můžeme dobře poznat, jak se měnily dobové konvence, zvyky, pravidla atd. Dalo by se říci, že je mimo jiné hodnotným historickým pramenem.

Charakteristická by pro publicistický styl měla být spisovnost. Čím dál víc přibývá různých odborných a profesních pojmenování. Možné jsou (v mluvené publicistice) hovorové prvky. Tolerovány jsou pak čím dál častěji obecnosti – které ale, alespoň dle mého názoru, nemají ve veřejných projevech co dělat.

Publicistické projevy vznikají často ve velmi krátkém časovém úseku – to znamená i malý prostor pro přípravu. To ztěžuje udržení úrovně jak obsahové, tak formální. „*Publicistovi usnadňuje práci jistá modelovost způsobů vyjádření.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 180) To znamená v psané publicistice například „*kompozice jednotlivého čísla novin*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 180), v mluvené například v televizi „*pravidelný sled informací*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 180).

Publicistické stereotypy vyhovují tvůrcům a také informativní funkci publicistiky, ale při získávání čtenářů/posluchačů/diváků moc nefungují, protože na sebe nepoutají pozornost a „*nepodněcují zájem*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 180) Proto jsou často rozrušovány – a to nejen výraznými titulky či obrazovým materiálem, ale i jazykovými prostředky. I jazykové prostředky mohou být modelové i modelovost porušující a jsou jak opakované, tak nové – „*stylově aktivní*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 180) Užité výrazivo se pak dále mění například dle žánrů – jinak bude mluvit publicista zaměřený na sport, jinak bulvární zpravodaj.

„*Osobitě výrazové prostředky publicistické stylové vrstvy nazýváme publicismy*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 180) Jsou to víceslovná spojení i jednotlivá slova, patří sem také frazémy.

Jak už bylo řečeno výše, základem publicistických projevů by měl být neutrální spisovný jazyk. Na něj se „nabalují“ výrazy méně spisovné, či dokonce někdy nespisovné. Soubor jazykových prostředků používaných publicisty se pak dělí na dva póly. Na jeden patří prostředky víceméně stálé – „*...opakující se konstrukce a obraty*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s.180) Ty používají publicisté víceméně automaticky. U publicistického stylu dochází k procesu automatizace – a to častěji než v jiných stylech. Na druhý pól patří „*obměňování stabilizovaných výrazových prostředků*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 1997, s. 180). Aktualizace prostředků probíhá v závislosti na dané době a s cílem působit na vnímatele. Vzájemné působení prostředků automatizovaných i aktualizovaných naplňuje persvazivní funkci publicistického stylu.

Přesné hranice mezi prostředky automatizovanými a aktualizovanými víceméně neexistují a např. Jan Chloupek (v knize *Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti*) „*vidí jejich přítomnost v textu jako jednotnou součást vyplývající z funkce publicistického stylu*“ (Junková, 1995, s. 227.) Na rozdíl od starších pojetí, která tyto dvě skupiny prostředků odlišují a vnímají jako dvě různé skupiny.

3.1 Jazyková stránka publicistických projevů

3.1.1 Obrazná vyjádření

Obrazná vyjádření jsou „založena na využití konotovaných významů, na určitém typu přenášení výrazů do sémanticky jiného okolí s podobnou myšlenkou, vlastností, s podobnými jevy a ději, na metaforičnosti v celé šíři.“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 251) Kromě tradičních metafor sem patří také přirovnání, metonymie či personifikace. Jsou zařazovány do projevů nejen kvůli informativní hodnotě, ale hlavně díky schopnosti poutat pozornost. S jejich využitím je projev „svěžejší“. Použitím obrazného vyjádření také autor dává najevo nějakou emoci, kterou v něm vyvolává sdělovaná informace.

Kromě klasických obrazů můžeme v publicistických textech najít nové a typické přímo pro ně – např. startuje smršť lednových slev, lidé ze stejné politické stáje,... Často nové pojmenování obsahuje nějaký již delší dobu ustálený pojem – např. svlékání ze železné košile. Někdy se na sebe pojmenování nabalí a vytvoří celou větu nebo část textu – Stále se snaží hrát v politice vysokou hru, ale jako by mu ze všech figurek zbývalo jen pár pěšáků.

Stylově aktivní obrazná vyjádření se často časem automatizují, lexikalizují, ustalují se. Některá jsou zase typická jen pro jednu dobu (např. výraz zacelit rány války v 50. letech).

Metaforickému vyjádření v publicistickém stylu lze vždy dobře porozumět (není mnohoznačné jako např. v uměleckém stylu). Nejčastější je personifikace (např. Vídeň se zlobí). Obrazy se objevují i v nebeletristických útvarech (např. zprávy), nejvíce jich ale nalezneme v žánrech analytických.

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Nejsem si jist, zda patříte do stejného vrhu. (Otázky Václava Moravce)

ČSSD vyjádřila svůj nesouhlas. (Televizní noviny)

Obrana do toho šla po hlavě. (Sportovní noviny)

3.1.2 Módní výrazy a výrazy odrážející dobu vzniku

Při zaměření na aktuálnost obsahuje publicistický styl slova, popř. slovní spojení, která „*odráží dobu*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 253). Jde o slova či spojení např. z obchodní nebo diplomatické sféry. V těchto sférách jsou výrazy „*součástí příslušné terminologie a s informacemi o dané oblasti se přenášejí do publicistiky*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 253) – např. internetový pirát, trh práce. Tyto výrazy jsou užívány v podstatě mechanicky a jsou brány jako standardní.

Publicistický jazyk hodně ovlivňuje politika. Z politiky se do publicistiky přenáší nová slova, která „*odrážejí politické, společenské a ekonomické realie a souvisejí vždy s novými přeměnami společnosti.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 253) Některé výrazy vstoupí do běžné slovní zásoby dokonce celé české populace – např. spojení utahování opasků, jehož autorem je Václav Klaus.

Nová slova a spojení bývají označována někdy jako „žurnalismy“, dále jako „politická“, „terminologie politologická“, slova „politicko-společenského charakteru“. Některá jsou označena jako „publicismy“ (např. masmédiium či adjektivum zmapovaný v novém slova významu).

V současné době velmi pronikají do veřejného jazyka slova přejatá. Část z nich přetrvává, část je jen módní záležitostí. Příklady přejatých slov, která se udržela již po nějaký čas, jsou image či lídr.

Dalším termínem jsou novinářská klišé. Sem zařadíme např. spojení „*horký favorit*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 253)

Publicisté také často rozšiřují význam nějakého termínu. Např. slovo spektrum – původně je to termín z oblasti fyziky, dnes i „*publicistický příznak*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 253). Či výrazy „*mantinel*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 251) (rozšířil se smysl na hranici například v diskuzi) nebo „*injekce*“ (často použita ve spojení s adjektivem finanční). (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 254)

„*Některé z publicismů jsou slovy módními*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 254) – kauza (kauza biolih), monitorovat, mapovat, klubový boss... A také pro určité běžné slovo použít neobvyklou předponu je u publicistů časté – odstartovat, přerozdělit,...

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Vykomunikoval to pro nás obchodní partner. (Máte slovo s M. Jílkovou)

To jsme si tedy moc opasky neutáhli, že, pane poslanče?! (Máte slovo s M. Jílkovou)

Jiří Kajínek – kauza, o které musel slyšet už každý, kdo žije v této republice. (Soukromá dramata)

Položme se na otázku – je to opravdu čistý byznys? (Otázky Václava Moravce)

3.1.3 Frazémy a jejich modifikace

Užití frazémů a idiomů všech typů je pro publicistiku obvyklé. Nejčastější jsou „*frazémy lidové a kolokviální*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 254) (být trnem v oku, vehnat do slepé uličky,...) Hovorový ráz mají např. být jako ze škatulky, mít na kahánku. Vyloženě slangové frazémy se pak objevují jen zřídka (můžeme je zaznamenat ve sportovní a mluvené publicistice). Téměř bez příznaku jsou: husarský kousek, medvědí služba, horká jehla, olympijské zlato,... Sportovní frazémy pronikají už i do oblasti nesportovní (např. politické) – ladit formu, domácí půda, ztratit šanci. „*Setkáváme se s přemírou frazémů knižních, literárních*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 255). Někdy dokonce s biblismy (nést trnovou korunu), často pak s „*antismy*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 255) (přilévat olej do ohně, obětní beránek, alfa a omega).

Publicistika má také svoje vlastní frazémy – „*zorný úhel, klíčový význam, palčivá otázka*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 255), „*otázky zajímají obě strany, stát se předmětem širokého zájmu*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 256).

Typická je proměnlivost frazémů. I ty odrážejí danou dobu.

Publicisté obměňují klasické frazémy – např. „*původně hovorové spojení pozdě bycha honit bylo v komunikátu uplatněno takto: nastal čas konce honění bycha.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 256) Nebo z původního Co Čech, to muzikant se stalo v konkrétní situaci: Co Čech, to vydavatel.

„*Inovacemi procházejí také přísloví, rčení a pořekadla.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 256) – „*trpělivost přináší úspěch (místo růže), dvakrát měř a jednou střilej (místo řež)*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 256) Také často objevíme nedokončené přísloví (vrána k vráně...)

Někdy se modifikace frazému nepodaří – mít váhu zlata (spojení mít cenu zlata a mít velkou váhu) je stylisticky nevhodná.

Používáním a především modifikací frazémů publicisté opět snáze získají vnímatelovu pozornost a jejich projevy jsou také intenzivnější.

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Co vám přinesla trpělivost? Bohatství? Slávu? Růže? (Máte slovo s M. Jílkovou)

Uvědomte si, že mince má dvě strany. (Otázky Václava Moravce)

„Dvakrát měřte a jednou volte, milí občané,“ vzkázal ministr Dobeš českým obyvatelům. (Zprávy TV Prima)

3.1.4 Výrazy zobecňující sdělení

Tendence zobecňovat jde proti klasické žurnalistické tendenci přesně a konkrétně informovat. „*Jde o zneurčitění propozice*“ (str. 257, ve Stylistice citováno z Chloupek, 1978, 1986) Jde například o spojení se slovy: masy, zdroje, síly, subjekty, mechanismy, široké kruhy veřejnosti, obchodní kruhy, politické subjekty,... Módním je slovo scéna použito v mnoha spojeních – „*politická, poslanecká, vojenská, česká, zahraniční,...*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 257)

Důvody k zobecnění: neznalost konkrétní informace, určitá diplomacie.

Zneurčitění propozice se stává frází, pokud se objevuje často a v podobných situacích.

Je to typický prostředek automatizace.

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Není žádným novým objevem na politické scéně. (Televizní noviny)

Jak uvedl náš zdroj,... (Soukromá dramata)

V politických kruzích se tomu říká diplomacie. (Otázky Václava Moravce)

3.1.5 Specifický shodný atribut

Atribut je výrazným „*syntaktickým prostředkem stylové aktivizace, aktualizace. Jde o specifický atribut publicistický, vytčený.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 257) Je mezi publicisty oblíbený, protože je jednoduchý a stručný, tudíž vhodný při

nutné rychlosti přípravy projevů, a dává se jim přednost před opisným vyjádřením (opačně tomu je v umělecké literatuře). Příklady shodného atributu jsou: „vývozní úkoly, tunový plán, devizová situace, farmářské ceny“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 257).

Některé atributy se vžily a zautomatizovaly – např. diskutovaný problém.

Někdy je třeba znát kontext nebo mít určité znalosti v oboru, abychom pochopili, co je vlastně významem slovního spojení (např. *pomlčková válka, heparinový vrah,...*) (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 258)

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Utíkající vrah (Soukromá dramata)

Provozní řád (Televizní noviny)

3.1.6 Parenteze specificky publicistické a intertextovost

Parenteze existují ve všech funkčních stylech, jsou ale takové, „*kteřé lze označit za specificky publicistické.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 258) Buď vnímateli připomínají „*obecné, veřejné mínění*“ – *např. jak se říká, jak známo, jak je obecně známo,...* (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 258) nebo poukazují na někoho/něco konkrétního, kdo „vypustil do světa“ jistou informaci – např. **jak sdělila** mluvčí firmy ABL, jak řekl ministr financí, **jak uvádějí** stránky www.seznam.cz,...

Ač se parenteze „*jeví jako prostředek stylově aktivní*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 258), „*v konkrétních komunikátech je repertoár jednotlivých typů poměrně malý*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259), proto můžeme vidět, jak se z některých parentezí stává „*publicistická fráze*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259) – např. „*jak sdělila mluvčí policie České republiky, jak oznámil zdroj, který nechce být jmenován*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259).

Existují i parenteze uvozující přímou řeč – „*Naše nároky*“, *pokračoval referující, „stále rostou.“* (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259) Také jsou parenteze, „*kterých se užívá při předávání již jednou někým vyřčené myšlenky*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259).

Velmi výraznou vlastností současné publicistiky je intertextovost. To znamená využívání přímé řeči, zařazování vět vyřčených konkrétními osobami, projevy poskládané z myšlenek a výroků jiných. Pak vzniká „*jakýsi text z textů.*“ (Čechová,

Krčmová, Minářová, 2008, s. 259) Je to typické především pro zpravodajský styl – např. „*Nehoda se neobešla bez zranění,*“ *vedl operační důstojník břeclavské policie XY. – Také nedělní počasí zvládli silničáři bez problémů.:* „*Náledí mělo svůj podíl jen na jedné havárii,*“ *sdělil operační důstojník policie.*“... (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259)

V mluvené publicistice se parenthese projevuje ve zpravodajství především jako vkládané reportáže, úryvky z rozhovorů s konkrétními lidmi či například záznam telefonického rozhovoru.

3.1.7 Specifické užití jiných jazykových prostředků

Jednotlivé útvary publicistiky mají svoje specifické jazykové prostředky (kromě těch, které již byly zmíněny).

Pro sportovní odvětví je například typický „*vytýkací opis*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259) (Byl to výborný fotbal, který předvedli Znojemští orli) nebo věta typu: „*Mužstvo útočilo Dvořákem*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 259)

Především psaná publicistika využívá např. „*konstrukce s nepůvodními předložkami*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260) - u příležitosti, v rámci, v zájmu, díky.

„*Získávací a uvědomovací funkci ve stylu publicistickém podporují také prostředky signalizující kontakt s adresátem.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260). To jsou „*imperativy*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260) (mějme vyšší nároky, neplaťme zbytečné peníze) – toto je velmi typické pro mluvenou publicistiku politickou, ve které se například hosté v politických diskusních pořadech snaží apelovat na diváky/posluchače, či „*řečnické otázky*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260) - typické pro např. titulky v novinách.

V mluvené komunikaci můžeme často zaznamenat tzv. „*nepravé věty vedlejší*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260). Ty se objevují i v žurnalistice – např. ve sportu: Zápas skončil nerozhodně, když ještě v poločase vedli domácí.

Dalším jevem je nabalování spousty informací a termínů ve výpovědi. To se ukazuje zvláště „*hromaděním genitivních konstrukcí*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260) – např. „*účastníci londýnského zasedání pracovní komise světového kongresu mírových sil jednali o*“... (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260)

Kvůli uplatnění persvazivní funkce publicisté často sahají k emotivním, expresivním výrazům. Ty snadno poutají vnímatelovu pozornost. Používána jsou například deminutiva. Někdy je expresivita prodchnuta celým projevem, je obsažena v kontextu, v celém tónu textu.

Příklady ze zkoumaných pořadů:

U příležitosti předávání cen Magnesia Litera,... (Televizní noviny)

Já říkám: Snažme se uplatnit své nároky! (Otázky Václava Moravce)

Hráči Sparty zřejmě bránili strategií odkoukanou od svých zahraničních kolegů.
(Branky, body, vteřiny)

3.1.8 Využití jazykových prostředků z jiných útvarů a poloutvarů národního jazyka

Přestože základem jazyka publicistického stylu je neutrální spisovná čeština, v projevech se objevují i výrazy z jiných jazykových vrstev (ať už ze směru knižního, hovorového či obecného). V psané publicistice jde ve většině případů o vědomé užívání například pro expresivní vyjádření či autentičnost – zvláště u nespisovných prvků. *„Někdy může být nespisovnost také projevem ekonomičnosti komunikace, o čemž svědčí přemíra univerbizovaných výrazů.“* (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 261) V mluvené jde s nespisovností častěji o nevědomost. Zde bych již nenazvala průnik obecností do projevů jako za „využití“. Tomu se budu věnovat později.

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Již teď přichází na řadu otázka, zda je váš postoj zcela korektní. (Otázky Václava Moravce)

...perfektně provedený zákrok nůžkama. (Sportovní noviny)

Bylo to šílený! (Máte slovo s M. Jílkovou)

3.1.9 Metajazykový charakter vyjadřování

Metajazykový charakter vyjádření „*odráží jisté hodnotící metajazykové uvědomění autora*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 261). V žurnalistice je dnes běžné občas použít výraz, který nezapadá do neutrální spisovné češtiny. V psané publicistice je takové slovo či slovní spojení použito uvědoměle a je označeno uvozovkami – např. „zubárna“ v Brně hledá nové vyučující. Kromě výrazů ze sféry obecné češtiny jsou to i spojení, která jsou spisovná, ale jejich použití v konkrétním kontextu není vhodné – např. „*stát by měl „falešného hráče“ dostat z trhu*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 261). Spadají sem i třeba knižní obraty a „*metajazykový charakter má také užitá intertextovost a časté paretENZE odkazující na jiný zdroj informací*“. (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 261) O tom již bylo napsáno výše.

V mluvené publicistice se dá metajazykový charakter vyjadřování najít například u spojení s výrazy takzvané či takzvaně (ty v podstatě nahrazují uvozovky).

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Vaše takzvané reformy nestojí ve skutečnosti za nic. (Otázky Václava Moravce)

Takzvaný bijec švédského týmu,... (Sportovní noviny)

3.1.10 Přejatá slova

Přejatá slova jsou v dnešní době běžnou součástí komunikace. Jsou přítomna ve všech stylech. Souvisí s vývojem doby, s novými technologiemi, s prolínáním kultur, s čím dál větší možností styků mezi zeměmi, s Evropskou unií,...

Publicistika, pro svou informační funkci, přejímá cizí slova z různých oblastí, o nichž podává zprávy – ekonomika, počítačová technika, obchod, sport, umění... (např. webdesigner, dumping, chatování, globální, image, lobbying,...). Spousta slov již „počeštělo“ a je možné je psát dvojí formou: např. „*byznys i business*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 262). V poslední době se rozšířil také „*výskyt kompozit*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, str. 262), kdy část slova je cizí, část domácí – např. „*europoslanec*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 262).

Nejčastěji přejímáme slova z angličtiny, ale používají se také latinské (latinské zkratky i frazémy byly ale dle mého názoru známější spíše dříve, dnes už jim tolik lidí

nerozumí) či například francouzské výrazy – např. „*ad absurdum, sui genesis*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 262).

Ačkoliv pro hodně slov existuje český ekvivalent, který je významově totožný, přejatá slova notně převažují.

Za výzkum stojí otázka, zda jsou všechna přejatá slova a spojení vždy použita správně a ve vhodném kontextu. Jak je tomu v politické a sportovní publicistice (dle mého zkoumání), ukážu v další části své práce.

Příklady ze zkoumaných pořadů:

Lídr ČSSD. (Televizní noviny)

Pojďme se vydat ad fontes. (Soukromá dramata)

Já nejsem žádný desision maker. (Máte slovo s M. Jílkovou)

3.2 Mluvená publicistika

„Mluvená publicistika představuje souhrn komunikačních činností, které vyvíjejí pracovníci hromadných sdělovacích prostředků, a představují ji jak komunikáty vysoce oficiální, tak „nevázané“, bezprostřední.“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 272)
Spadají sem všechny tzv. publicistické pořady – politické diskuse, televizní a rozhlasové zprávy, řízené besedy či komentáře.

Jazykovým základem této publicistiky je hovorová čeština. Dává divákům/posluchačům dojem věrohodnosti, bezprostřednosti. Myslím také, že se vnímatel díky hovorovému jazyku cítí být lidem na obrazovkách/v rozhlase blíže. Do publicistických pořadů čím dál více vniká obecná čeština, jejíž prvky jsou nejen tolerovány, ale vesměs přijímány jako standard a dále rozšiřovány. Na druhé straně se například v politických debatách někdy setkáme u politiků s přílišnou snahou o spisovnost – s takzvanou hyperkorektností (viz tvary dvěmi, aby jsme atd.). Moderátoři ale vesměs předvádějí spisovný a kultivovaný projev (zvláště ti, kteří uvádějí politické pořady). Jejich hosté – jedná-li se o dialogický pořad - ale vystoupení velmi ovlivňují a přestože moderátor má vesměs projev předem připravený, a tudíž na spisovné úrovni, kvůli hostům může sklouznout až k obecné češtině či pokládat spontánní doplňující otázky, doplnit hostovu řeč o svoje vlastní postřehy atd.

Syntakticky jsou jednotlivé projevy rozdílné – můžeme zaznamenat jak projevy s „až nepřírozeně krátkými větami“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 273), nebo naopak projevy s dlouhými větami, které jsou často tvořeny spontánně. Tím pádem hrozí občas kolize ve větné stavbě. „*Syntax mluveného komunikátu je téměř shodná s obvyklou syntaxí psaných komunikátů*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 273). Na první poslech je samozřejmě poznat předem připravený projev (zvláštním případem je pak přednes televizních zpráv, které jsou čteny z čtecího zařízení).

Typické je „přimíchání“ různých jazykových prostředků z jiných stylů (například z řečnického).

S aktualizací a automatizací je to stejné jako u psané publicistiky. Na jedné straně mluvená forma tíhne k modelovosti, na druhé používá prostředky stylově aktivní.

I u mluvené publicistiky se vyskytují výrazy, které jsou brány jako klišé. Jsou to věty jako: „*Senát je senát.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 273) Či souvětí: „*Je to tak, jak to je.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 273) Větné konstrukce tohoto typu používáme i v běžné komunikaci. Do publicistiky přišly z „*veřejných politických projevů*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 273) a ustalují se. Pro argumentaci či persvazivní funkci očekávané v publicistických textech jsou ale nedostačující. Můžeme je interpretovat i jako zcela nefunkční.

U moderátorů a v politických diskusích se setkáváme také s obratem: „*Je to o tom/není to o tom a s jeho modifikacemi.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 274) – např. Biologie byla vždy oborem, kterému jsem se chtěl věnovat. Ale zase je to o tom, co člověka baví. Nebo: „*A životní úroveň? Je to o tom, kolik členů rodiny je bez zaměstnání.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 274)

Ke všem mluveným komunikátům samozřejmě patří prostředky jako: frázování, mimika, gestikulace, tempo řeči, atd. Ty mohou i úplně změnit smysl sdělení.

Mluvená publicistika má i své „nešvary“ – stejně jako jakýkoliv mluvený projev. Mluvčí se může přereknout, opakovat, „zapomenout se“, může nezřetelně vyslovovat atd.

Faktory, které ovlivňují mluvenou publicistiku: „*určitá komunikační situace, (...) a aktivní nebo pasivní uplatnění moderátora v dialogu, jeho kultura řeči.*“ (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 275)

4. CHARAKTERISTIKA A HISTORIE VYBRANÝCH PUBLICISTICKÝCH POŘADŮ

4.1 Otázky Václava Moravce

Pod názvem Otázky Václava Moravce s podtitulem *Témata, o kterých se začne mluvit* se skrývá diskusní pořad, který vysílá v premiéře ČT1 a ČT24 každou neděli od 12:00 (od 13:05 na ČT24 běží ještě pokračování, ČT1 vysílá pouze první hodinu pořadu) a v repríze v neděli po půlnoci a v pondělí ráno. Má podobu klasické debaty mezi dvěma hosty sedícími naproti sobě, jimž moderátor, který je zároveň i jakýmsi „usměrňovatelem debaty“ pokládá otázky. Tím moderátorem je – jak napovídá název – Václav Moravec. Tento sympatický muž se narodil 25. června 1974. Absolvoval Fakultu sociálních věd v Praze (tam získal titul doktor filozofie) a od roku 1992 působí jako moderátor a redaktor. Prošel různými rádii a televizemi. Otázky Václava Moravce uvádí od roku 2004 až do současnosti – pouze s krátkou přestávkou v roce 2005. V letech 2008 a 2009 se stal nejoblíbenější osobností televizní publicistiky v divácké anketě TýTý.

Otázky Václava Moravce jsou oblíbeným televizním pořadem. Na Facebooku mají téměř 37 000 fanoušků (sám Václav Moravec jich má přes 15 000) a na jejich stránkách jsou lidé velmi aktivní. Na stránce www.csfd.cz (Česko-slovenská filmová databáze) pak získaly hodnocení 73% a uživatelé je hodnotí v průměru čtyřmi z pěti hvězdiček, což je na diskusní – a vůbec na televizní - pořad velmi dobrý výsledek.

4.2 Máte slovo s Michaelou Jílkovou

Máte slovo je debatní pořad vysílaný ČT1 od roku 2008. Jedná se tedy o relativního nováčka. Řeší (dle distributorského textu uveřejněného na www.csfd.cz) „témata, která působí starosti občanům“. Studio pořadu je postaveno do tvaru trojúhelníku a na každé ze tří stran stojí zastánci různých pohledů na jeden problém (na dvou stranách odborníci, na jedné „obyčejní občané“). Ti mají možnost přivést určitý počet svých stoupců. Kromě lidí přítomných přímo ve studiu mají možnost vyjádřit svůj názor i diváci u televizních obrazovek pomocí SMS zpráv nebo prostřednictvím

webu. Celou debatu vede moderátor – v tomto případě představovaný Michaelou Jílkovou.

Michaela Jílková vystudovala konzervatoř, ale nakonec se stala novinářkou. S jejím jménem je spojen především „novácký“ pořad Kotel, který vymyslela a jejíž moderovala od roku 1998. Tam byl každý týden hostem většinou někdo z politické sféry a lidé v hledišti na něj mohli „pálit“ otázky a názory. Jílková teatrálním způsobem pořad moderovala a byla téměř vždy zaměřená proti hostu. Kotel měl velkou sledovanost, ale diváky byl brán spíše jako pořad humorný než seriózně publicistický. Po „kotlovské“ éře Michaela Jílková pracovala v MF Dnes, kde připravovala rozhovory „Z očí do očí“. Nakonec se vrátila zpět do televize – tentokrát na obrazovku ČT1 – a přijala nabídku k uvádění Máte slovo.

Názory na Máte slovo se liší. Podle některých uživatelů na www.csfd.cz je koncept pořadu dobrý zvláště kvůli možnosti mužů a žen „z lidu“ vyjádřit se, ale probíraná témata se jim zdají málo důležitá. Někomu vadí nedobrá se téměř v žádné diskuzi nějakého konce, nějakého závěru. Někdo chválí téměř bez výhrad, někdo označil pořad za „odpad“. V jedné věci se ale téměř všichni hodnotící uživatelé shodují, a to v názoru na moderátorku Michaelu Jílkovou. Člověk s přezdívkou Tosim píše: „*Michaela Jílková, ta parodie na novinářku, jež z komerčních médií přinesla do veřejnoprávního ten urvaný, pavlačový a dryjáčnický buranský styl, by se neměla na českých TV obrazovkách už nikdy objevit.*“ A není zdaleka jediný se svým přáním. Pravděpodobně hlavně kvůli ní má pořad Máte slovo hodnocení pouze 35%.

4.3 Soukromá dramata

Soukromá dramata jsou relací televize Prima. Vypráví příběhy lidí, kteří přežili katastrofu, stali se obětí násilníků či zločineckých organizací, vzdali se všeho pro jednu věc nebo obětovali sami sebe pro záchranu jiného. Nejsou čistě politickým pořadem (a už vůbec ne sportovním), ale kauzy politického rázu se zde řeší také (i když spíše jako dopad různých machinací na jedince), proto jsem se rozhodla zařadit i tato do své práce. Leaderem týmu novinářů tvořících tento pořad je Josef Klíma. Jeho jméno rozhodně není ve světě investigativní žurnalistiky neznámým. Je spojeno především s jeho prací na televizi Nova v pořadu Na vlastní oči. Koncept Soukromých dramata z Na vlastní oči víceméně vychází.

Josef Klíma se narodil roku 1951. Vystudoval Fakultu žurnalistiky Univerzity Karlovy. Spoluzakládal časopis Reflex a od roku 1993 se objevoval každý týden na obrazovkách jako moderátor i reportér v pořadu Na vlastní oči, u jehož zrodu také stál. Po ukončení roku 2009 přesídlil Josef Klíma do konkurenční televize Prima. Není jen moderátorem a žurnalistou, ale také autorem několika scénářů (například k filmu Rána z milosti nebo seriálu Expozitura) a knih – cestopis Život reportéra, román Zbláznil se svět anebo já atd. Mimo jiné případy se velmi věnoval například kauze Kajínek. Je zastáncem teorie o jeho nevině.

Klímovým soupeřem v Soukromých dramatech je Janek Kroupa.

Díky přítomnosti Josefa Klíma a jeho kolegy Janka Kroupy je pořad Soukromá dramata hodnocen vesměs kladně. Další plusové body přináší relaci zaměřenou na konkrétní osoby, na individuální případy a problémy. Lidé se tím pádem více dotýká a diváci se mohou s příběhy více ztotožnit. Pouze globální odpůrci televizní produkce dávají pořadu na www.csfd.cz méně než tři hvězdy z pěti možných. Celkový počet získaných procent je šedesát.

4.4 Partie

Partie je diskusní pořad o české politice, který si mohou lidé pustit každou neděli od 11:00 na TV Prima. Tato relace funguje na stejném principu jako Otázky Václava Moravce – moderátor řídí debatu dvou hostů z politické sféry a pokládá otázky. Moderátor a tazající se v jedné osobě byl nejprve Petr Šimůnek (uvádějící pořad z velké části za dob jeho starého názvu Nedělní partie). Tento český novinář se narodil roku 1968. Vystudoval nejprve Vysokou školu ekonomickou v Praze, poté žurnalistiku na Univerzitě Karlově. Studoval také v zahraničí (například na Oxfordu). Od roku 1992 pracoval v MF Dnes v ekonomické rubrice. V roce 1998 se začal objevovat na obrazovkách jako tvář pořadu Nedělní partie. Roku 2002 tuto činnost přerušil, o tři roky později se k ní zase vrátil, tentokrát jako moderátor stejného pořadu v novém „kabátu“ a s novým názvem – Partie.

Petra Šimůnka vystřídal Jan Punčochář. Ten přijal tuto práci původně jen jako dočasnou (než TV Prima najde jiného vhodného člověka na tuto pozici), nakonec ale zůstal nastálo. Jan Punčochář se narodil roku 1979. Stejně jako Petr Šimůnek

absolvoval Vysokou školu ekonomickou v Praze a žurnalistiku na Univerzitě Karlově. S uváděním publicistických pořadů má zkušenosti už z Českého rozhlasu.

Diváci Partie vytýkají Punčochářovi jeho přílišnou mírnost, kvůli které si neumí zjednat respekt a nedokáže usměrnit své hosty. Také se do pozvaných politiků „neobouvá“ a nedělá vysílání dostatečně zajímavým a atraktivním pro lidi. Celkově na pořad hledí diváci jako na nepovedenou kopii Otázek Václava Moravce a stěžují si na nízkou úroveň Partie, kterou ovšem utváří nejen moderátor a štáb, ale i samotní hosté. Podle databáze www.csfd.cz je relace Partie zařazena mezi takzvaný „odpad“ a vysloužila si hodnocení 20% - to znamená nejnižší hodnocení ze všech publicistických pořadů, které můžeme vidět na televizních obrazovkách.

4.5 Zprávy TV Prima

Zprávy na komerční televizi Prima jsou vysílány každý den od 18:55. Podle oficiálních stránek www.iprima.cz jsou „Svižné, přesné, užitečné,“ a „přinášejí přehled nejdůležitějších a nejzajímavějších událostí uplynulého dne doma i ve světě.“ Mají tradici od roku 1997. Moderátory jsou Terezie Kašparovská, Tomáš Drahoňovský, Roman Fojta a Sandra Parmová. Bohužel dostupné informace o těchto moderátorech jsou dost stručné.

Terezie Kašparovská se narodila 20. 7. 1978. Vystudovala Filozofickou fakultu Univerzity Palackého v Olomouci.

Tomáš Drahoňovský je součástí týmu teprve necelé dva roky. Narodil se roku 1983. Vystudoval na vysoké škole žurnalistiku, mezinárodní vztahy a evropská studia.

Roman Fojta studoval na University of Glasgow a v České republice dosáhl magisterského titulu z oboru Mezinárodní vztahy na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy.

Sandra Parmová dokončuje Vysokou školu ekonomickou. Má mimo jiné makléřskou licenci.

Zpravodajská relace na TV Prima je koncepčně podobná „nováckým“ zprávám. Na www.csfd.cz komentátoři vyčítají zprávám povrchnost, bulvárnost a snahu o senzaci na úkor serióznosti podávaných informací: „Nejsou objektivní, poutavé a také obsahují naprosto zbytečné a hloupé reportáže. Naprosto zbytečné zprávy.“ (zdeny 99)

„Jednostranný bulváááár. Místo upoutání pozornosti si patetický přednes redaktorů z terénu vyslouží vý-/ú-směv...“ (triatlet) *„Krátké, nepropracované, slabé!“* (WANDRWALL) Často lidé srovnávají Novu a Primu s Českou televizí: *„O chlup lepší než na NOVA TV, ale na ČT to zdaleka nemá...“* (Sifaka) *„Stejná, tedy mizerná, kvalitativní úroveň jako "Televizní noviny", akorát kratší - jsem na rozpacích, jestli je to klad nebo zápor?...“* (Phobia) Komentář: *„Zprávy na Primě mám docela rád, něco mezi jedničkou a Novou.“* (Sfinkter) je jedním z nejpozitivnějších hodnocení pořadu. Také více než tři hvězdičky z pěti možných lidé ve většině případů neudělují. Ale i tak to stačí na celkových 41%.

4.6 Branky, body, vteřiny

Branky, body, vteřiny jsou součástí hlavního večerního zpravodajství České televize. Jsou jedním z nejstarších pořadů České televize vůbec – jsou vysílány od roku 1956. Dříve se nazývaly Branky, body, sekundy.

V čele Redakce sportu České televize stojí Otakar Černý. Ten se narodil roku 1943. Vystudoval Pedagogickou fakultu Univerzity Karlovy v Praze. Víceméně celý profesní život spojil s Československou a později Českou televizí. Působil zde od roku 1969. Byl jak členem Redakce sportu a zpravodajství, tak i moderátorem publicistických diskusních pořadů Co týden dal a Debata. Z České televize na nějakou dobu odešel po odvolání generálního ředitele ČT Iva Mathého, v roce 2002 se do ní ale vrátil a od té doby působí jako šéfredaktor Redakce sportu ČT.

Do Redakce sportu České televize patří spousta lidí – od komentátorů konkrétních sportů, přes moderátory relací, po lidi připravující jednotlivé pořady. Zmíním namátkou například Jaromíra Bosáka, Michala Dusíka, Tomáše Jílka či Janu Niklovou. Pořad Branky, body, vteřiny moderují Stanislav Bartůšek, Vojtěch Bernatský, Barbora Černošková a Kateřina Nekolná.

Stanislav Bartůšek vystudoval Pedagogickou fakultu Ústí nad Labem. Moderátorem Branek, bodů, vteřin je téměř nepřetržitě od roku 1993. Má na kontě také několik dokumentů – například dokument o cyklistovi Janu Veselém „Za císaře...“, o kariéře Jarmily Kratochvílové či o polární expedici „České stopy k severní točně“. Je aktivním sportovcem – například v roce 2010 se zúčastnil tříetapového arktického závodu v Grónsku ACR.

Vojtěch Bernatský se narodil 13. 3. 1975. Vystudoval FAMU v Praze. Od roku 1995 působil jako externí člen Redakce sportu ČT. Od roku 2001 je stálým zaměstnancem. Sám za svůj vrchol považuje moderování olympijských her (v Naganu, Sydney, Salt Lake City, Aténách, Turíně, Pekingu a Vancouveru). Uváděl také po čtyři roky zábavný pořad Neuvěřitelný svět rekordů a kuriozit (taktéž vysílaný na ČT). Jeho další činností je například produkování animovaných filmů Aurela Klimenta (nejznámější je Fimfárum Jana Wericha). Je také spoluautorem knihy ZOH Turín 2006 očima redaktorů ČT.

Barbora Černošková se narodila roku 1982. Vystudovala Filozofickou fakultu Masarykovy univerzity. Od 1. 10. 2007 je členkou Redakce sportu ČT. Kromě Branek, bodů, vteřin moderuje i Miniparlament v pořadu Zprávičky. Původně pracovala v brněnském studiu ČT. I ona aktivně sportuje a je třináctinásobnou mistryní ČR v synchronizovaném plavání.

Kateřina Nekolná se narodila roku 1975. Vystudovala FTVS UK a FSV UK. Branky, body, vteřiny moderuje od září roku 2009. Jelikož se věnovala v mládí závodní atletice, komentovala dříve různé atletické závody. Zkusila si ale i povolání ředitelky sportovně-reklamní firmy nebo sportovního instruktora.

Branky, body, vteřiny si v databázi www.csfd.cz vysloužily hodnocení 78%. V komentářích k pořadu se můžeme dočíst vesměs chválu: *„Kvalita pořadu vynikne hlavně ve srovnání s konkurenčními relacemi komerčních televizí. S tradicí přichází i profesionalita, což by měla být obecně hlavní deviza všech podobných zpravodajských pořadů. Branky, body, vteřiny (sekundy) mají obojí...“* (Radek99) *„Nejlepší a nejucelenější přehled o dění ve sportu. Ke všemu vždy fantastičtí moderátoři.“* (heyda) Nejčastěji se ozývá názor, že Sportovní noviny na TV Nova se nemohou těmto zprávám ani přiblížit. Nízko hodnotí pouze ti, které celkově příliš nezajímá sport. O tom, zda těmto lidem přísluší sportovní zpravodajství hodnotit, by se dalo diskutovat.

4.7 Televizní noviny na TV Nova

Televizní noviny na TV Nova jsou dlouhodobě nejsledovanější zpravodajskou relací. Moderuje je vždy dvojice moderátorů (muž a žena). Televizní zpravodajství doplňuje ještě web www.tn.cz. Zprávy jsou velmi aktuální s častými živými vstupy

přímo na místo dění. Negativní události jsou prokládány odlehčenými aktualitami a na konci nás moderátoři seznámí s nějakou milou „perličkou“.

Moderátorské dvojice jsou pevně dané a stálé. Členkou jedné dvojice je Markéta Fialová. Narodila se 5. února 1971 v Praze. Absolvovala Fakultu sociálních věd Univerzity Karlovy, kde studovala obor masová komunikace. Jako novinářka začala pracovat již před nástupem na vysokou školu, a to v deníku Mladá fronta. Později začala přispívat do několika časopisů a novin, dále byla pomocnou redaktorkou v ČT a od roku 1993 až do svého nástupu na mateřskou dovolenou v roce 2001 moderátorkou zpravodajské relace televize Premiéra. Do povědomí diváků se dostala ale hlavně jako moderátorka hlavní zpravodajské relace televize Nova. Vytvořila stálý pár s Karlem Voříškem. Ten se narodil 12. října 1963 ve Slaném. Vystudoval gymnázium v Kralupech nad Vltavou a historii na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze. Jeho první prací bylo místo programového hlasatele v Československé televizi, potom působil v publicistickém pořadu Vysílá studio Jezerka i v Rádiu Vox a moderoval různé koncerty. Po publicistické přestávce (ve které se věnoval podnikání) nastoupil do TV Nova. Televizní noviny moderuje od roku 1999. Po jeho boku se objevily např. Nicol Lenertová a Jana Adámková. Nyní spolupracuje s Markétou Fialovou.

Druhou dvojicí jsou Lucie Borhyová a Reynolds Koranteng. Lucie Borhyová se narodila 16. dubna 1978 v Praze. Má za sebou studium na českém gymnáziu i rok na anglické škole ve Velké Británii. Po návratu do České republiky absolvovala Vyšší odbornou školu publicistiky a mimořádný kurz oboru produkce na FAMU. Během tohoto kurzu docházela na praxi do televize Nova, kde zastávala funkci pomocné redaktorky ve zpravodajství, a do Českého rozhlasu. Zhruba po roce spolupráce s TV Nova dostala od tehdejší šéfredaktorky zpravodajství Věry Duškové nabídku na moderování Televizních novin. Na obrazovkách ji diváci mohli poprvé spatřit 5. srpna 1999. O Reyovi Korantengovi toho moc známo není, víme pouze to, že se narodil roku 1974 v Praze, několik let strávil v Ghaně, odkud pochází jeho otec, ale se svou matkou, Češkou, se brzy natrvalo přestěhovali zpět do Prahy, kterou považuje za svůj domov.

Poslední dvojicí (nejnovější) jsou Michaela Ochotská a Pavel Dumbrovský. Michaela Ochotská se narodila 19. prosince roku 1984 v Bruntále. Vystudovala obchodní akademii a poté Metropolitní univerzitu v Praze (obor diplomacie), vystudované profesi se ale nikdy nevěnovala. V paměti diváků utkvěla už díky tomu, že si zahrála jednu z hlavních rolí v druhé řadě „nováckého“ seriálu Pojišťovna štěstí. Od prosince 2008 je součástí týmu Televizních novin TV Nova a od roku 2010 moderuje

hlavní zpravodajskou relaci s Pavlem Dumbrovským. Ten se narodil 24. ledna roku 1958 v Opavě – je tedy o téměř třicet let starší než jeho partnerka. Po absolvování gymnázia v Opavě vystudoval Fakultu sociálních věd na Univerzitě Karlově v Praze. Již v roce 1991 uspěl v divácké anketě TýTý (v historicky prvním ročníku, vysílaném na Československé televizi) a dostal se mezi moderátorskou špičku. V roce 1997 začal pracovat na TV Nova. Po jeho boku se vystřídalo několik moderátorských kolegů – nejprve to byla Pavla Charvátová, potom Renáta Czadernová a nyní tvoří dvojici v hlavním zpravodajském vysílání TV Nova s Michaelou Ochotskou.

Na www.csfd.cz se Televizní noviny velké oblibě netěší. Uživatelé napadají pořad za údajnou snahu o manipulaci, nízkou informační hodnotu zpráv, honění se za senzacími a neobjektivnost. Občas se objeví srovnání s konkurenčními televizemi (především TV Prima) a to takové, že „*to i ty zprávy na Primě jsou lepší*“ (napsal uživatel Zíza). Názor uživatele 3DD!3: „*Čistý průměr, někdy se u nich nudím, někdy se výborně bavím. Vymyslet každý den půlhodinu zábavných šotů, z nichž každý by měl být nějak originální, není žádná legrace.*“ je jedním z nejpozitivnějších, které můžeme na této stránce najít. Počet procent, která si Televizní noviny vysloužily, je 30.

4.8 Sportovní noviny na TV Nova

Hlavní sportovní zpravodajství komerční televize Nova, které každý den následuje po Televizních novinách, obsahuje krátký sestřih informací nejsledovanějších sportovních událostí. Sportovní noviny se zaměřují spíše na senzace a „drby“ než na obsáhlé informace ze širokého světa sportu. Na závěr relace je zařazena rubrika zvaná "Borec na konec". V ní si diváci mohou prohlédnout velmi povedené či naopak nepovedené sportovní výkony.

Moderátor je vždy jeden a propojí Sportovní noviny se zbytkem zpravodajství tím, že na konci Televizních novin „prohodí v přímém přenosu pár slov“ s hlavní moderátorskou dvojicí. Poté již následují samotné sportovní zprávy.

Osobnostmi „nováckého“ sportu jsou Václav Tittelbach, Martin Pouva a Marcela Špálovská.

Václav Tittelbach se narodil 3. 4. 1955 v Praze. Vystudoval ekonomiku cestovního ruchu a služeb na Vysoké škole ekonomické. Začínal v Českém rozhlase, v roce 1993 ale vyhrál konkurs na sportovního moderátora TV Nova, která začala vysílat

následujícího roku. Moderování sportovního zpravodajství vykonává dodnes, občas zastane i komentátorskou funkci při různých zápasech apod.

Martin Pouva se narodil 15. 12. 1963 v Litoměřicích. Po absolvování gymnázia vystudoval Fakultu tělesné výchovy a sportu UK v Praze. Nejprve se živil jako trenér tenisu v Německu, od roku 1996 do roku 2003 působil jako komentátor v médiích (mimo jiné na stanici Eurosport). Od roku 2005 pracuje na televizi Nova. Přípravuje pořad o Formuli 1 a před nedávnem přešel do redakce Sportovních novin.

Marcela Špálovská je nejmladší členkou týmu. Narodila se roku 1984 v Brně. Absolvovala střední zahradnickou školu. V současné době dálkově studuje na FTK UP v Olomouci. Už šest let pracuje na TV Nova. Dříve byla sportovní reportérkou, nyní uvádí Sportovní noviny.

Podle recenzentů na internetové stránce www.csfd.cz jsou hlavními nedostatky tohoto zpravodajství faktografické chyby – špatně hlášené výsledky utkání, popletená jména hráčů atd., špatní lidé v pozici moderátorů (ti údajně nerozumí své práci, o sport se nezajímají,...) a také nepodstatné bulvární informace na úkor těch důležitých o stavech utkání či zaběhnutých časech. Většina uživatelů se na Sportovní noviny dívá pouze pro pobavení. Komentář uživatele Cubinho: „ *...dnešní první zpráva je ze světa Formule 1 - Fernando Alonso dnes poobědval španělského ptáčka.*“ *"Ted" si detailně rozebereme, kterak se gruzínský sáňkář rozbil o betonový sloup. Záznam pustíme alespoň 5x, abyste všichni dostali pořádnou chuť k večeři.*“ *"Dnešním borcem nakonec je motokrosař Kuchař, který udělal trojitě salto s pěti vruty..."* Prostě Vaškova show o všem možném, bohužel ne o sportu...“ hovoří za vše. Sportovní noviny obdržely hodnocení celkem 25%.

5. SPECIFIKA POLITICKÉ A SPORTOVNÍ PUBLICISTIKY

5.1 Specifika politické publicistiky

Ve své práci se zaměřuji především na politické debaty a diskuse – z těch také budu vycházet při nastínění rysů politické publicistiky.

Politické debaty a diskuse řadí Olga Müllerová v knize *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí mezi komunikační situace veřejné a dále mezi veřejné situace neformální*. V reálu tyto pořady opravdu balancují mezi formálními a neformálními projevy a také na hranici spontánnosti. Moderátor debaty/diskuse má připravený program, témata, o kterých se bude mluvit (bývají to aktuální problémy či blížící se události – reformy, volby, ...), a otázky, jež bude pokládat svým hostům. S tématy může hosty předem seznámit - ti mají možnost se přichystat a jejich základní řeč může být čistě spisovná, plynulá, „učesaná“.

Po úvodních projevech či po zodpovězení několika otázek ale přirozeně přichází konfrontace mezi hosty (v případě pořadu *Máte slovo* s M. Jílkovou mezi hosty a přítomnými zástupci „z lidu“). Výměna názorů se hlouběji připravit nedá, a proto dochází v rozhovoru k prolínání formálních a neformálních prostředků. Na jedné straně se hosté snaží držet v oficiální rovině a používat neutrální spisovnou češtinu, na straně druhé sklouzávají k nespisovným prvkům. Dále není ničím neobvyklým zadrhnutí se, přeroknutí nebo zamotání se do složitého souvětí. Co se týče tématu, občas se od něj dotýčný odchýlí. Politici také prokládají svůj projev různými gesty – především proti všem zdvořilostním pravidlům často pohybem ruky zastaví „protivníkovu“ řeč a „skočí“ mu do ní. Někdy se strhne až hádka, při které se protivníci navzájem překřikují ve snaze ukázat, kdo má „navrch“. Není vyloučené ani slovní napadání samotného moderátora. Můžeme vyzorovat i snahu o vyrovnávání určitých osobních účtů s „protivníkem“ nesouvisejících s položenou otázkou. Na moderátorovi je, aby uklidňoval situaci a usměrňoval své hosty, popřípadě aby pokládal ještě doplňující otázky (aby „popostrčil správným směrem“ například politika, který by chtěl mlžit), aby bylo možné dozvědět se konkrétní a jasné informace. Moderátor by měl být nestranný a měl by se chovat korektně a slušně, nicméně důrazně, aby opravdu debatu/diskusi vedl. V pořadu *Otázky*

Václava Moravce tomu tak opravdu je. Václav Moravec svým vytříbeným jazykem i chováním koriguje jednání svých hostů a ve většině případů vše dovede ke správnému konci. Moderátor „primáckého“ pořadu *Partie* se také snaží jít stejným směrem, ale je o dost mírnější a neumí diskusi skutečně řídit – proto mu mnohdy hosté přerůstají přes hlavu. Relace Máte slovo s M. Jílkovou je pak vedena poněkud jiným stylem. Michaela Jílková rozhodně nedodrжуje nestrannost a často se přiklání na „lidovou“ stranu. Svého hosta ráda nechává pranýřovat a pokládá mu negativní otázky. Ironie ze strany hostů je ve zdravé míře ozvláštňením jejich projevů, nicméně v tomto pořadu vycházejí ironické a útočné poznámky především z úst moderátorky. Právě kvůli pořadům, jako je tento, lidé začínají pomalu, ale jistě brát politické relace spíše jako televizní/rozhlasovou zábavu než jako seriózní zdroj informací.

Co se týče používaných jazykových prostředků, časté jsou u hostů imperativy ve funkci persvazivní a agitační. Dále vzájemné oslovování i oslovování diváků/posluchačů (popřípadě všech obyvatel České republiky slovem občané), expresivní výrazy (například fraška je jedním z oblíbených) i větné celky hrající na city a jakási „*ironická zdvořilost*“ (Hoffmanová, 2011, str. 95) - tedy zdvořilostní fráze, ovšem s opačným podtextem. Během doby sledování pořadů jsem se nesečkala s vyloženými vulgarismy, nicméně odborná literatura uvádí i tuto možnost. Dále politici užívají adverbia typu zcela, samozřejmě, jednoznačně a věty začínající takto: Jsem přesvědčen, že... Jsem si jistý, že... Dle mého názoru chtějí co nejvíce zesílit svou důvěryhodnost a ukázat svou sílu. Chtějí přesvědčit diváky/posluchače o svých vědomostech i schopnostech. Málokdy se objeví konstrukce typu: Já si myslím, že... Domnívám se, že... To totiž nepůsobí tak sebevědomě. Dále mluvčí často používají ke zdůraznění osobní zájmeno já ve větách jako: Já říkám, že to tak je. Já konstatuji... Já kandiduji. Co se týče cizích slov, nejčastěji se objevuje slovo lídr (vztahující se většinou k vedoucí osobě určité politické strany) a dále slova lobby a solitér.

Ani politici neudrží na uzdě nespisovné vyjadřování. K tomu se ovšem dostanu později.

5.2 Specifika sportovní publicistiky

„Sportovní publicistika tvoří již od samého počátku televizního vysílání jeho nedílnou součást.“ (Svobodová, 1992, s. 14). Ať už jde o sportovní zprávy či přímé

přenosy z různých sportovních akcí, toto odvětví publicistiky je velmi sledované a oblíbené.

Při zkoumání specifik sportovní publicistiky jsem se zaměřila především na sportovní zpravodajství (včetně rozhovorů se samotnými sportovci nebo trenéry). Události z oblasti sportu většinou předčítají hlasatelé ze studia a v případě možnosti ukázat obrazový materiál (to znamená v případě televizních relací) jsou zprávy doplněny různými video-reportážemi. Ač by se mohlo zdát, že číst zprávy z čtecího zařízení je schopen dělat každý, není tomu tak. Nejen reportéři, ale i lidé ve studiu musí mít určité znalosti z oblasti sportu, už proto, aby zabránili různým faktografickým nedorozuměním. Tato nutná znalost se bohužel příliš neprojevila u redaktorů sportu TV Nova, u nichž není žádnou výjimkou chybně vyhlášená informace, která není opravena, neboť hlasatelé na ní nepřijde nic divného.

Jazyk „sportůků“ je plný termínů – jak českých (názvy sportovních aktivit, výrazy jako výhra, prohra, hra, hráč, útočník, obránce, branka, přesilovka, mistr, utkání, trefa, odvěta...), tak cizích (tým, reprezentace, sezóna, skóre, debut, klub, deklas, debakl, centr, power play...). Objevuje se spousta klasických časových (minuta, sekunda, příští rok, v loňském roce...) i v podstatě matematických údajů (které tu ale mají jiný význam – jsou to výrazy jako třetina či polovina). Dále samozřejmě pomocí číslovek hlasatelé oznamují stav zápasů (např. větou: Hráči vyhráli tři nula). Ze sloves jednoznačně převažují dynamická (chytat, útočit, bránit, střílet...). Zpravodajové používají i slova, která primárně nejsou přímo sportovní terminologií, ale jejich použitím se mění jejich původní význam – jsou to slova jako propálit (primárně používáno jako označení děje s použitím ohně, zde toto sloveso popisuje překonání obrany druhého týmu) či nasázet (původně sloveso označující ukončení děje sázení např. rostlin, v tomto smyslu popisuje několik gólů za sebou, které vstřelil do brány jeden tým druhému). Použití cizích slov i v případě, že pro ně existuje adekvátní český ekvivalent (např. použití „ofsajd“, ačkoliv čeština má výraz postavení mimo hru, který má stejnou platnost), není tak velké, jak jsem na začátku výzkumu čekala, ale objevuje se stejně dost často. Převažují jednoduché věty či souvětí skládající se z maximálně třech vět.

Ačkoliv jsem zkoumala hlavně sportovní zpravodajství, pro porovnání jsem zhlédla i několik sportovních reportáží v přímém přenosu. Od televizních zpráv se liší především tím, že *„jde o projev z převážné části (...) nepřipravený, spontánní, bez přímého kontaktu s posluchačem. Důležité je, že tento projev vzniká v závislosti na*

obrazové složce reportáže.“ (Svobodová, 1992, s. 14) Pakliže jde o televizní reportáž (kterým jsem se věnovala), je dle mého názoru obrazová složka dominantní, ale i projev komentátora je důležitou složkou sledované sportovní akce. Na sportovního reportéra jsou kladeny vysoké nároky. Jelikož musí okamžitě reagovat na právě vzniklé situace, je zkoušena až „na doraz“ jeho pohotovost, rychlost, přesnost a v neposlední řadě také řečové dovednosti. Sport by také měl být nejen reportérovou prací, ale i zálibou. „*Osobní prožitek*“ (Svobodová, 1992, s. 14) z každého zápasu je potřebný už jen pro získání a následné udržení pozornosti recipienta. Na druhou stranu by komentátor měl zůstat nestranný (to není nutné pouze v případě mezinárodních soutěží, kdy se předpokládá, že český komentátor bude fandit Čechům). Co se týče reportérovy mluvy, měl by se snažit mluvit plynule, přesně a jasně. Měl by používat spíše kratší věty, aby se nezamotal do složitých souvětí a aby stihnul svou řečí postihnout veškeré dění. Humor při komentování sportovních přenosů není na škodu, nesmí ale být používán na úkor podávané informace (mistrem humoru české sportovní publicistiky je bezesporu Jaromír Bosák).

Přestávky v přímých přenosech sportovních utkání jsou většinou vyplňovány rozhovory se samotnými hráči. Někdy jsou interview se sportovci i součástí večerních zpráv. Úroveň tohoto povídání je velmi nízká. Už samotný čas rozhovoru je velmi nevhodně zvolený – v půli zápasu nebo těsně po něm reportér zpovídá udýchaného, zpoceného, unaveného a vystresovaného hráče. Pokládané otázky pak bývají těžko zodpověditelné (na dotazy typu:… „a proč jste nedal gól?“ se velmi těžko něco kloudného říká). Tyto faktory jistě velmi nepříznivě ovlivní výsledný projev tázaného. Ač je známým faktem, že úroveň sportovní dovednosti často neodpovídá jazykové vybavenosti sportovce, tyto rozhovory (i když nechtěně) dle mého názoru řečové dovednosti fotbalistů a jiných sportovců dost zkreslují. Jsem pro zrušení těchto interview.

6. „NEŠVARY“ ČESKÉ MLUVENÉ PUBLICISTIKY

6.1 Neschopnost přesně a jasně se vyjádřit

Vyjadřovací schopnosti má každý z nás jiné. Spousta lidí se potýká s různými problémy a každý z nás už určitě někdy použil výplňkové slovo či se „zamotal“ do dlouhého souvětí. Ale všichni se jistě shodneme na tom, že pokud člověk vystupuje veřejně, měl by myslet na svůj projev, soustředit se a snažit se co nejlépe vyjádřit myšlenku. U lidí pravidelně vystupujících například v různých pořadech v televizi/rozhlasu bych pak automaticky očekávala dobré vyjadřovací schopnosti. A zvláště publicisté - i moderátoři a politici, kteří jsou hosty v politických pořadech, by měli mít vytříbený jazyk. Tomu odpovídá i jejich vzdělání a povolání – bohemista či žurnalista by měl mít vysoké znalosti ve svém oboru, neměl by dělat chyby a nic by nemělo bránit jeho plynulému vyjadřování (protože nemusí přemýšlet o tom, jaký tvar má použít apod.) nebo politik či moderátor by měl mít osvojené výborné rétorické dovednosti.

Bohužel jsem při svém průzkumu zjistila, že očekávání mám zřejmě příliš vysoká. Zaznamenala jsem především dva velké „nešvary“ mluvčích – hezitační zvuky a výplňková slova.

6.1.1 Hezitační zvuky

Hezitační zvuky (a pazvuky) jsou „*paralingvistické jevy*“ a je to například „*porušování souvislé řeči vokály (viz ééé) nebo citoslovce hmmm, odkašlávání a různé pazvuky vyjadřující například váhavost*“ (Kohoutek, R., 2010) nebo ukazující nepřipravenost projevu či nervozitu mluvčího. V případě, že není možné projev předem připravit a při velké nervozitě by se dalo několik hezitačních zvuků tolerovat, ale nepřijatelné je, aby se hezitace stala běžnou součástí komunikace – zvláště té veřejné.

S hezitačními zvuky jsem se setkala hlavně v pořadu Máte slovo s M. Jílkovou (zaslechla jsem je jak z úst hostů, tak moderátorky) a ve sportovních relacích při ukázkách rozhovorů se samotnými sportovci. Udivila mě také určitá neprofesionalita ze stran moderátorů či hlasatelů zpráv projevující se při nějakém pochybení. Ať už šlo o přeroknutí či faktografickou nepřesnost, mluvčí ve spoustě případů (místo toho, aby se

jedním slovem omluvil a plynule pokračoval ve větě) znervózněl a dlouho trvalo, než navázal na předchozí myšlenku – toto doprovázelo nesmělé „pochechtávání“.

Příklady hezitace ze zkoumaných pořadů:

1. Jsem si... ehmmm... jistý, že jsem žádný zákon neporušil. (Otázky Václava Moravce)
2. Já... tooo... jsem nebyl spokojený s českou politickou situací nikdy. (Partie)
3. Tak my jsme... eeee... zaútočili a podali jsme si je. (Sportovní noviny)

6.1.2 Výplňková slova

Výplňková (také vycpávková) slova jsou slovní jednotky, které nenesou žádný význam. Mluvčí je používá tehdy, když se rozmýšlí, co říci, když hledá správná slova pro to, co chce sdělit. K výplňkovým slovům řadíme i slova, která někteří mluvčí ve svém mluveném projevu často opakují, vkládají je bez zjevného důvodu na různá místa ve větě. Mezi vycpávky patří například „prostě“, „jakoby“ nebo „jako“.

JAKOBY

„Jakoby“ je spojka podřadicí vyjadřující význam „jako“ nebo „takřka“; připojuje větné členy, jimiž se s jistou neurčitostí přirovnává. Věty se slovem „jakoby“, ve kterých by měla tato spojka smysl, by zněly takto: Mluvil **jakoby** ze snu. / Postavil se vedle něho **jakoby** náhodou. S takovými větami se dnes však setkáme velice zřídka.

Kromě používání jakoby na naprosto zbytečných místech lidé ještě dělají často chybu v písemném projevu, kde nerozlišují „jakoby“ a „jako by“ a tyto výrazy zaměňují. „Jako by“ se správně používá ve významu „jako kdyby“ a zastává funkci spojky souřadicí. „Jakoby“ můžeme použít pouze v rámci věty jednoduché. Správně zní věta s výrazem „jako by“ takto: Tváří se, jako by to nevěděl. Špatně lidé napíší toto: Tváří se, **jakoby** to nevěděl. Pomůckou pro správné použití může být právě zkouška dosazení „jako kdyby“. Pakliže tato dvě slova do věty/souvětí pasují, můžeme dosadit „jako by“.

Příklady výplňkového používání „jakoby“:

1. Nejsem schopen teď přesně vypovědět, jak se to **jakoby** stalo. Nicméně jsem si jistý, že v dohledné době se tato kauza dořeší. Věci veřejné tomu budou čelit...**jakoby** tomu budou čelit s nadhledem. (Partie)
2. My jsme **jakoby** se snažili útočit, snažili jsme se posbírat ty síly. Ale oni byli silnější, nedá se nic dělat. (Sportovní noviny)
3. Kdybych vás, pane poslanče, považoval za právoplatného nástupce, dal bych vám to... **jakoby** najevo. (Televizní noviny)

PROSTĚ

„Prostě“ je příslovce způsobu nesa význam „jednoduše“ nebo „zkrátka“. Je odvozeno od přídavného jména prostý. Můžeme ho použít takto: – 1. s jednoduchostí, obyčejně, bez ozdob, bez nádhery; jednoduše, skromně – 2. bez složitostí, jasně – 3. hovorově: pouze, jenom – 4. hovorově: krátce, zkrátka. Toto příslovce se v původním významu dnes už tak často nepoužívá. Věta s „prostě“ by zněla takto: Byl **prostě** oblečený. Postupem času došlo k posunu významu a vzniklo například slovo prostáček, které označuje člověka prostoduchého. „Prostě“ se také používá jako modifikační částice: **Prostě** mluv!

Příklady výplňkového používání slova „prostě“:

1. Co po vás chci??? Myslete taky na občany **prostě**! (Máte slovo s M. Jílkovou)
2. On zakročil **prostě** a dovedl nás k vítězství. (Sportovní noviny)
3. Na závěr si pustíme jednoho muže, který **prostě**... No, to nebudu prozrazovat. (Sportovní noviny)

JAKO

Následující popis slova „jako“ je přejet z knihy Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost. Slovo „jako“ může být užito jednak jako spojka podřadicí srovnávací (např. v použití velký **jako** já s významem „jako“ nebo v použití je větší **jak** já s významem „než“). Potom jako podřadicí spojka uvádí doplňkové výrazy (s významem identifikačním – např. dojel **jako** první či **jako** dobrý pracovník byl odměněn s významem „jakožto“) a přístavek (viz stěhovaví ptáci, **jako** vlaštovka a rehek, už odletěli). Může být i spojkou souřadicí slučovací (v zimě **jako** v létě chodil prostovlasý

s významem „i“, **jako** by neuměl do pěti počítat, **jako** když bičem mrská, lže, **jako** když tiskne).

Příklady výplňkového používání slova „jako“:

1. Pane poslanče, prosím, ... **jako** ... vyjádřete se! (Máte slovo s M. Jílkovou)
2. A vy myslíte, že členy naší strany to **jako** baví? (Partie)
3. Vy jste **jako** ... takový hodný strýc. (Máte slovo s M. Jílkovou)

6.2 Obecná čeština, nedostatečné povědomí o češtině spisovné, hyperkorektnost

Jsem stejně jako Prof. PhDr. Zdena Palková, CSc. přesvědčena, že „i v mluvené formě jazyka je užitečné uplatňovat ve veřejných projevech spisovný standard“ (Palková, 1995, str. 76). Při dodržování co nejvíce spisovných pravidel se zjednodušuje srozumitelnost a pochopitelnost projevu pro příjemce. Námitky mluvčích, že užívání standardu je komplikované, jsou neopodstatněné, neboť právě jasná pravidla dělají komunikaci snadnou. Pokud jsou lidé ochotní se regulím naučit, po jejich osvojení nic nebrání plynulému projevu. „*Přejeme-li si (...) pozitivně ovlivňovat rozvoj mluvních schopností a kulturu řeči, potom (...) není na místě rozšiřovat toleranci, ale připravenost mluvčího.*“ (Palková, 1995, str. 78)

Lze tolerovat jisté odchylky od neutrální spisovné češtiny, které spadají do oblasti hovorové češtiny – tedy do varianty spisovného jazyka, která by se měla užívat v polooficiálních a neoficiálních projevech. Pro mě osobně jsou přípustná např. tato slova: táta místo otec, můžu místo mohu, husiti místo husité, v některých souvislostech i například koukat se místo dívat se. Co je však pro mě za hranicí veřejných projevů, jsou nespisovné koncovky (-ej místo -ý, -ý místo -é, ...), protetická hláska vé vkládaná na začátek slov (vokno místo okno atd.) a dále zkracování slovesných tvarů v třetí osobě singuláru (neřek místo neřekl, odmít místo odmítl atd.) či neschválené koncovky/přípony ve slovesných tvarech (přejou místo přejí, prosejí místo prosí apod.) O tom, že jsou nepřipustné různé nářeční výrazy, vulgarismy, argot apod. se nemusím ani zmiňovat. S tím jsem se naštěstí u zkoumaných pořadů nesetkala.

Na druhé straně se často v televizních pořadech potkáme s takzvanou hyperkorektností. Jazyková hyperkorektnost znamená používání výrazů, které mluvčí

považuje za správné (spisovné) a používá je, protože si myslí, že takto se vyjadřuje nejlépe. Podle definice Petra Sgalla je hyperkorektní tvar: „*nespisovný jev, který nepatří ani do spisovné (kodifikované normy), ani do normy běžného hovoru/konkuruje jak tvaru danému spisovnou normou, tak tvaru podle normy běžného hovoru/je analogický k výhradně spisovnému (kodifikovanému), popř. stylově vyššímu tvaru nebo spojení konkurujícímu s výrazem v hovoru běžným*“. Hyperkorektní je například slovo rukami (místo rukama), narkomané (místo narkomani), sází ve třetí osobě plurálu (místo sázejí).

Hyperkorektnost jde samozřejmě ruku v ruce s obecnou neznalostí národního jazyka (problém hyperkorektnosti můžeme zaznamenat i jinde než v češtině). Ta se také projevuje v publicistice a hlavně v případech, kdy mluvčí chce vypadat „na úrovni“, tudíž použije knižní výraz, ale bohužel už ne ve správném tvaru. Tímto trpí především přechodníky a pak zájmeno jenž (mluvčí použijí tvar určený pro jinou osobu, jiný rod či jiný pád). Dále mluvčí chybují při používání středního rodu, kdy sice použijí neutrum v podmětu, ale nepřizpůsobí mu přísudek nebo přívlastek (viz např. malé kuřata seděly).

Příklady nepřipustných prvků:

On je Vít Bárta **unavenej**. (Otázky Václava Moravce)

Nikdy bych to **neřek**. (Sportovní noviny)

Tato pravidla jsou **dvěmi** stranami téže mince. (Máte slovo s M. Jílkovou)

Pojďme se tedy domluvit, **aby jsme** tu záležitost nějak ukončili. (Partie)

Je to žena, **jenž** je nebývale skromná. (Sportovní noviny)

Přicházejíc na to, že jsem vlastně pouhým pěšákem v této velké hře,... (Partie)

Tyto slova vám **neměly** vyjít z úst. (Máte slovo s M. Jílkovou)

6.3 Slova a slovní spojení v nesprávném užití

Velkým nedostatkem v komunikaci moderátorů i jejich hostů je nedostatečné (či žádné) povědomí o tom, co přesně znamenají některé výrazy. Jejich použitím zřejmě (podobně jako u cizích slov) chtějí mluvčí pozvednout úroveň svého projevu a ukázat svou „světovost“. Bohužel pozornějšímu a především nelhostejnému posluchači tyto

omyly neujdou a úroveň projevu těmito chybami spíše značně klesá. V této kapitole uvádím nejčastější dva výrazy, v jejichž použití mluvčí chybují. Uvedená slova a slovní spojení jsem zaznamenala především u sportovních redaktorů a komentátorů.

DE FACTO

„De facto“ je latinský výraz vyjadřující „ve skutečnosti“ nebo „v praxi“. Často se používá jako protiklad k latinskému „de iure“ (což znamená „podle práva“) v případech, kdy se skutečnost nebo praxe odlišuje od předpisů a regulací. Mezinárodní právní uznání „de facto“ znamená oficiální uznání nějaké mezinárodní politické skutečnosti – jsou to praktické kroky k navázání normálních mezinárodních styků, ale bez výslovného právního uznání a zatím bez navázání mezinárodních styků.

V platnosti příslovečné hovorovosti platí „de facto“ i jako výrazy „vskutku“, „vlastně“ nebo „opravdu“.

Správné užití výrazu „de facto“:

1. Výsledkem byl **de facto** systém vlády jedné strany.
2. On **de facto** nikdy nebyl zproštěn viny.

Nesprávné užití výrazu „de facto“:

1. „Pan poslanec Bárta u toho **de facto** přímo nebyl, ale on tu byl...“ (Otázky Václava Moravce)
2. „Byli jsme **de facto** lepší, ale bohužel jsme prohráli 1 : 0...“ (Sportovní noviny)
3. „Průměrná mzda v loňském roce vzrostla meziročně o 463 korun na **de facto** 23 951 Kč.“ (Televizní noviny na TV Nova)

RESPEKTIVE

Slovník spisovné češtiny definuje tento výraz jako „vlastně“, „popřípadě“, „eventuálně“, „lépe řečeno“; (a)nebo, (a)nebo spíše. Někdo vyslovuje chybně: respektivně či respektivě. Jediná správná výslovnost je [respektýve].

Správné užití slova „respektive“:

1. Přijel jsem včera v noci, **respektive** dnes brzy ráno. – ve významu vlastně

2. Za vstupné zaplatíte padesát korun, **respektive** třicet, pokud ještě studujete. – ve významu eventuálně
3. Tvůj vůz je moc hezký, **respektive** nádherný. – ve významu „lépe řečeno“
4. Můžete se mnou jít tři, **respektive** všichni čtyři. – ve významu „popřípadě“

Chybné užití slova „respektive“:

1. „Míč přebírá hráč číslo 13, **respektive** 12.“ (Sportovní noviny)
2. „...hráč Plzně, **respektive** Sparty...“ (Sportovní noviny)
3. „...Petržela, **respektive** Rajtoral přihrává...“ (Branky, body, vteřiny)
4. „My, **respektive** vy...“ (Partie)

Ve všech těchto případech by se měl dotyčný omluvit a opravit, např. takto: Pršet bude v neděli, pardon, v sobotu. Je velkou chybou použít zde výraz „respektive“, není přípustný ani v jedné z uvedených příkladů.

7. JAK MÉDIA OVLIVŇUJÍ JAZYK RECIPIENTŮ

Při sledování pořadů nejen z oblasti politické a sportovní publicistiky jsem nabyla následujícího dojmu. Spousta známých osobností vystupujících v médiích si myslí, že když se mluvou sníží k nižším vrstvám obyvatelstva a bude používat stejné výrazové prostředky jako lidové masy, nebude vypadat povýšeně. Osobnosti se přibližují těm méně vzdělaným či nevzdělaným, jako by se styděly za svou úroveň a za své vzdělání. Odborné články v různých periodikách na téma zařazování nespisovných výrazů do veřejné komunikace ve mně pak vzbuzují pocit, že i jazykové bádání poslední doby se ubírá poněkud nešťastným směrem – spíše k tomu „předělat“ veřejnou spisovnou češtinu na nespisovnou, místo toho, aby byly nacházeny nové metody kultivace stávajícího veřejného jazyka. Diskuze o schválení tvarů jako „abysme“, „aby jsme“, „aby jste“ nebo „mejlovat“ je pro mě značně znepokojující, zvláště když je toto schválení ospravedlňováno zjednodušením (o kterém by se ale dalo polemizovat, jelikož neustálým povolováním je potom čím dál nejasnější hranice mezi tím, co se smí a co ne, a nakonec už si nikdo nemůže být s ničím jistý) - a tím pádem de facto prokázanou pohodlností všech, kteří veřejně vystupují s mluvenými projevy. Jazykovědci by měli dávat češtině pevné mantinely a být proti zdánlivé jednoduchosti.

Dále - přehršel různých cizích slov v našem vyjadřování na mě působí, jako kdybychom se my, Češi, styděli za svou mateřštinu. Bez mrknutí oka se pracovníci v médiích nechávají pohltit anglickými i jinými pojmy, které pak upravením (např. vyskloňováním) přijmou za své, přestože pro cizí výraz existuje kvalitní a plnohodnotný český ekvivalent. Tímto se dle mého názoru podřívá autorita a hodnota našeho národního jazyka. Z toho vyplývá i snižování sebevědomí českých občanů (naše sebevědomí už tak není moc velké). „*Jazyk je to, čím přežije národ, zůstane-li mu jazyk: jazyk z národa, národ z jazyka se bere a jím živ jest.*“ (Eisner, 1992, s. 23) V dnešní době „*hrozí nebezpečí, že jazykový purismus, v minulosti zaměřený především protiněmecky, dostane novou živnou půdu pro svoji existenci.*“ (Komárek, 1995, s. 15) Já budu možná potom mezi prvními snažícími se puristy.

Naše jazykové vědomí a chování ovlivňuje to, co slyšíme v televizi a rádiích (i to, co čteme). Sdělovací prostředky mají obrovský potenciál k tomu nás „vychovávat“ ke správnému jazyku. I člověk, který se o vzdělávání (ať už v jazykovém či jiném směru) nezajímá, nevědomky zařadí do své slovní zásoby to, co slyší nebo čte. Slychám

od svých známých větu: „To jsem slyšel v televizi, tak je to asi správně, ne?“ Dříve bych téměř ve všech případech pokývala hlavou a souhlasila, neboť mluvčí veřejně vystupující měli jazykově korektní projevy. Dnes musím známé často opravovat. Je škoda, že v rukou publicistů, moderátorů nebo populárních osobností z jiných oborů (herci, zpěváci, sportovci,...) se dnes jazyk stává spíše nástrojem zkázy než užitečnou výchovnou pomůckou. Problémy s vyjadřováním se netýkají ovšem většinou těch, kteří pocházejí ze starší (zejména herecké) generace. Takovým lidem se dostalo klasického vzdělání. Vládnu většinou krásnou češtinou, kterou je radost poslouchat. Z těch by si měli vzít příklad všichni, pro které je jazyk pracovním prostředkem.

Média by nás měla učit kultivovanému projevu a ne se učit od nás „*hovadismům*“ (Neff, 2011, s. 22). Bojujme tedy za to, aby to tak bylo!

ZÁVĚR

„Jakákoli špatná nebo i jen chabá tvorba v jazyce je derebáctví. (...) Každý mazal je zločinec. Ne tak proto, že umenšuje naši radost ze života; nýbrž především proto, že nikdo neví, nebude-li právě ten mazalův mazalský text jedinou památkou, která jednou zbude po celém jazyce, po celém národě. Konkrétněji: každý mazal mezi námi přispívá dnes k tomu, abychom byli nedůležití pro svět, a stejně přispívá k tomu, abychom byli bez vážnosti a váhy pro lidstvo pátého, desátého, třináctého tisíciletí po Kristu. V tom je dvojí darebáctví mazalovo.“ (Eisner, 1992, s. 281)

Ve své bakalářské práci jsem se snažila postihnout jazyk a styl mluvené české publicistiky se zaměřením na texty sportovní a politické. V teoretické části jsem popsala mluvenou řeč a publicistický styl se všemi jeho aspekty (prostředky automatizované a aktualizované, podobu mluvené publicistiky atd.). Aspekty publicistického stylu jsem doplnila konkrétními příklady z televizních relací. V druhé části práce jsem popsala pořady, které jsem zkoumala, dále jsem na základě svých pozorování specifikovala znaky politické a sportovní publicistiky. Největší pozornost jsem věnovala jazykovým pochybením, kterých se publicističtí mluvčí dopouštějí. Zjistila jsem, že nejčastějšími nedostatky jsou: přehršel cizích slov, neschopnost přesně a jasně se vyjádřit, používání obecné češtiny či naopak hyperkorektního jazyka ve veřejných projevech a nesprávné používání určitých výrazů. Také jsem si všimla, že chybují častěji publicisté uvádějící pořady na komerčních televizích (TV Nova, TV Prima) než redaktoři a moderátoři na České televizi (výjimkou je Michaela Jílková, která ale dříve působila právě na TV Nova). Politici a sportovci ale mají projevy všude stejné. Záleží na moderátorech – zvláště u politických debat – jak povedou svůj pořad a jak usměrní své hosty.

V závěru práce jsem věnovala kapitolu úvaze o vlivu médií na (nejen české) občany.

Vyjadřování publicistů by mělo být jednoduché, jasné, výstižné, srozumitelné, ale jazykově správné, korektní. Myslet si, že „zlidověním“ jazykových prostředků užívaných v mluvené publicistice bude sdělení srozumitelnější a bližší širšímu počtu recipientů, je omyl. Právě chyby ve vyjadřování činí projevy matoucími a méně sdělnými. Příjemce buď ztratí pozornost a chuť poslouchat, nebo si osvojí špatné návyky mluvčích.

Mluvená česká publicistika (a publicistika obecně) je obrazem své doby, je historickým pramenem, důkazem o lidech. Je také jakýmsi vůdcem. Ovlivňuje lidi nejen v tom, jak myslí a jak se chovají, ale také v jejich jazyce. Proto by tento úkol měla vzít zodpovědně do rukou a vést lidi jak ke správnému chování, tak k dobré mluvě. V současné době můžeme být svědky spousty nedostatků v plnění tohoto publicistického úkolu. Ale nikdy není pozdě začít s nápravou.

„Jazyková kultura zavírá v sebe ovšem a zajisté jazykovou správnost, ale je to pojem vysoko převysoko nadřazený. Jazykové správnosti se lze přiučit, ne přes noc, než přec jen přiučit, třeba doma po večerech. K jazykové kultuře třeba vychovávat výchovou celých generací.“ (Eisner, 1992, s. 7)

SEZNAM LITERATURY

- BEČKA, J. V. (1992): *Česká stylistika*. Praha: Academia.
- BROŽ, F. (2003): *Umíme číst sportovní zprávy?*. Praha: Tauris.
- ČECHOVÁ, M. - KRČMOVÁ M., MINÁŘOVÁ E. (1997): *Stylistika současné češtiny*. Praha: NLN.
- ČECHOVÁ, M. - KRČMOVÁ M., MINÁŘOVÁ E. (2008): *Současná stylistika*. Praha: ISV.
- EISNER, P. (1992): *Rady Čechům, jak se hravě přiučiti češtině*. Praha: Odeon.
- FILIPEC, J. a kol. (2005): *Slovník spisovné češtiny*. Praha: Academia.
- HOFFMANNOVÁ, J. – MÜLLEROVÁ, O. (eds.) (2007): *Čeština v dialogu generací*. Praha: Academia.
- HOFFMANNOVÁ, J. (2011): Zdvořilost a konverzace (v různých situacích). In: Čmejrková S. – Hoffmanová J. (eds.), *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha: Academia, s. 83-102.
- JUNKOVÁ, B. (1995): Jazykové aktualizace a automatizace v současné publicistice. In: *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha: DeskTop Publishing FF UK, s. 206-208.
- KLIMEŠ, L. (1983): *Slovník cizích slov*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- MÜLLEROVÁ, O. (2011): Mluvené projevy a komunikační situace. In: Čmejrková S. – Hoffmanová J. (eds.), *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha: Academia, s. 66-82.
- NEFF, O. (2011): Novinky ano, hovadismus ne. *Lidové noviny*, s. 22.
- PALCOVÁ, Z. (1995): Spisovný standard jazyka v mluvené komunikaci. In: *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha: DeskTop Publishing FF UK, s. 76-79.
- SVOBODOVÁ, I. (1992): K stylovému využití jazykových prostředků v televizní sportovní reportáži. *Naše řeč*, 75, s. 14-16.

INTERNETOVÉ ZDROJE

Slovník cizích slov. Dostupné online na adrese < <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/hezitacni-zvuky-a-pazvuky>

http://cs.wikipedia.org/wiki/Redakce_sportu_České_televize

<http://www.csfd.cz/film/273043-branky-body-vteriny/>

<http://zivotopis.osobnosti.cz/otakar-cerny.php>

<http://www.ceskatelevize.cz/lide/stanislav-bartusek/>

<http://www.ceskatelevize.cz/lide/vojtech-bernatsky/>

<http://www.ceskatelevize.cz/lide/barbora-cernoskova/>

<http://www.ceskatelevize.cz/lide/katerina-nekolna/>

<http://www.osobnosti.cz/terezie-kasparovska.php>

<http://www.csfd.cz/film/273045-zpravy-tv-prima/>

<http://www.iprima.cz/prima-lidi/terezie-kasparovska>

<http://www.iprima.cz/porady/zpravy-tv-prima>

<http://www.rozkvetlekonvalinky.estranky.cz/clanky/moderatori/tomas-drahoňovský.html>

[http://www.facebook.com/pages/Tomáš-](http://www.facebook.com/pages/Tomáš-Drahoňovský/111445802291334?sk=info)

[Drahoňovský/111445802291334?sk=info](http://www.facebook.com/pages/Tomáš-Drahoňovský/111445802291334?sk=info)

<http://www.iprima.cz/prima-lidi/roman-fojta>

<http://www.iprima.cz/prima-lidi/sandra-parmova>

<http://old.1000leaders.cz/hledej.asp?S=&stav=18&idZaznam=3119&L=CZ>

http://cs.wikipedia.org/wiki/Petr_Šimůnek

<http://www.iprima.cz/porady/partie>

<http://www.csfd.cz/film/264637-partie/>

<http://www.rozkvetlekonvalinky.estranky.cz/clanky/moderatori/jan-puncochar.html>

<http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/osoby/zprava/854>

<http://www.cbdb.cz/autor-2015-josef-klima>

<http://www.csfd.cz/film/283772-soukroma-dramata/>

<http://zivotopis.osobnosti.cz/michaela-jilkova.php>

<http://www.csfd.cz/film/253709-mate-slovo/>

<http://www.facebook.com/pages/Václav-Moravec/15450844958?sk=info>

<http://www.facebook.com/otazkyvaclavamoravce?ref=ts>
<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1242-o-poradu/>
<http://www.csfd.cz/film/251091-otazky-vaclava-moravce/?expandUserList=1>
<http://www.csfd.cz/film/259340-televizni-noviny/>
<http://tvnoviny.nova.cz/>
<http://tv.nova.cz/clanek/tvare/reynolds-koranteng.html>
<http://tv.nova.cz/clanek/tvare/lucie-borhyova.html>
<http://tv.nova.cz/clanek/tvare/karel-vorisek.html>
<http://tv.nova.cz/clanek/tvare/marketa-fialova.html>
<http://zivotopis.osobnosti.cz/vaclav-tittelbach.php>
<http://tv.nova.cz/clanek/tvare/martin-pouva.html>
<http://www.csfd.cz/film/273681-sportovni-noviny/>
http://cs.wikipedia.org/wiki/Pavel_Dumbrovský
http://cs.wikipedia.org/wiki/Michaela_Ochotská
<http://zivotopis.osobnosti.cz/marcela-spalovska.php>
http://slangy.cz/SNC_O_cestine.html

PŘÍLOHA

Pro ilustraci jsem zvolila část debaty z politického publicistického pořadu Máte slovo s Michaelou Jílkovou. Diskuse byla vysílána dne 22. 3. 2012 na ČT1.

MÁTE SLOVO S MICHAELOU JÍLKOVOU

M = Michaela Jílková = moderátorka

P1 = Tomáš Jarolím = bývalý místopředseda VV

P2 = Stanislav Polčák = poslanec TOP09

A = Bohumír Dufek = předseda Asociace samostatných odborů

O1 = Libor Kolář = bankovní poradce, otec tří dětí

P3 = Richard Svoboda = předseda senátorského klubu ODS

O2 = Lukáš Matoška = účastník demonstrace, vysokoškolák

P2: no / tady je třeba říci (.) že tento krok NEbyl učiněn touto vládou (.) ten byl učiněn na konci MInulého volebního období (..) my sme v tu dobu NEměli poslanecký klub (.) a / byl pouze klub senátorský top nula devět a starostů a: / ten se proti tomuto kroku jednoznačně postavil (..) to znamená / əə (.) dnes se bavíme o tom (.) že emisní povolenky a vlastně příjem z těchto prodeju (.) půjde přímo do státního rozpočtu (..) polovina bude vázaná do veřejných rozpočtů (.) a: (.) polovina půjde do (..) státního fondu životního prostředí (.) to znamená (..) že teď ste si vybral věc (.) která prošla za doby úřednické vlády (...) TO není prostě / (..) əə (.) si myslím (.) že je správné (..) je špatné (..) že teda říkáte argument (.) který nejde na účet této vlády / (...) stejně tak ste hovořil (..) zdá se (.) že největší pro vás / (..) əə (..)

O2: NE: / já: sem (..) promiňte (..) [vysvětlím (...)]

P2: [pro vás největší] postavou polistopadové éry je Miroslav Kalousek / (..) ale všimněte si (.) že kdo sestavil NEJlepší rozpočet za CELOU dobu polistopadovou (.) no: (..) ale bylo to v době RŮSTU (.) v roce dva tisíce devět (.) když rostla [česká ekonomika] (..)

A: [< to ste mě rozesmál >]

M: ne: / nechme / (...)

P2: rozesmál / (...) pardon (...) v roce dva tisíce osm (.) řekl jsem dva tisíce devět (..) omlouvám se / (...)

- A: máte pravdu (..) on ho sestavil (...) ale Jediné (..) co bylo (..) že PADLA vláda / (...) rozpočet skončil ve velkém mínusu / (..) ə ŠEDESÁT PĚT miliard >
- P1: < tak (..) nechme toho / (..) já mluvím o roku dva tisíce osum (...) byl to statisticky NEJlepší rok (...) ə v české historii / (..)
- M: prosím vás pěkně / (..) ale ono (..) asi (..) třeba (..) kde / (..) jde o to (..) víte (..) jak se sestaví ten rozpočet / (..) vy nás také (..) promiňte (..) PÁNOVÉ (..) že jako vám klesá / (..) teda (..) pod tři procenta (..) jo: (..) zadlužení / (...) chápete / (..) že to sou jenom čísla (..) papíry (..) že za tím [jsou OSUDY / (...)]
- P1: [mám možnost doplnit] (..) že my i na té parlamentní půdě se dostáváme do diskusí o dépéháčku (..) dostáváme se ə (..) do diskusí o jednotlivých procentech / a jaksi (..) sme odešli od toho celého principu (..) že ta reforma by se měla zaměřit na to změnit celý ten systém / (..) ten systém je nastavený na plýtvání a na tunelování / (...) já to rád dávám na konkrétních případech / (...) když údržba a správa silnic vyčistí v zimě jeden kilometr silnice ZA STO ŠEDESÁT PĚT korun a soukromník / (..) ə kterého si na to najme třeba kraj / (..) to dělá za ŠEDESÁT PĚT korun / (..) tak pak se dostáváme k tomu (..) že to sou podle mě legálně Vytunelované a UKRADENÉ peníze / (...)
- ((smích))
- M: no: / a: / prosím vás (..) pane Jarolíme (..) vy ste v té vládě (...) byli (..) že / dva roky / eště tam jako trošku ste / (..) do zítřka / (..) teďka (..) proč ste to teda nezlepšili / (..) toto (..) co kritizujete (..) proč ste / (...) no: (..) víte / (..) říkáte (..) že diskutujete to dépéhá a (...) jaksi tam se ztratí ten člověk / (...) proč/
- P1: tak (..) pro mě se tam člověk neztrácí (..) [já (...) já za prvé (...)]
- M: [vy ste tady] za Věci veřejné (..) chápete / ((gesto rukou))
- P1: já (..) za prvé (..) nejsem poslanec a si myslím (..) že lidi by měli být v politice zejména za sebe / (..) samozřejmě i v určitém společenství ə pro mě priorita v politice (...) [základ (...)]
- M: [ale (..) prosím vás] vy ste tady za Věci veřejné / (...) máte pocit (..) že to dělaly (...) nebo proč to tedy nedělaly / (..) to (..) co kritizujete / (...) proč / (...)
- ((výrazná gestikulace))
- P1: ale (..) já nemám potřebu hájit kroky Věci veřejných (..) o kterých si myslím (..) že nebyly dobré (...) jako: / (...) proč bych to měl dělat / (..)
- M: no: / (..) protože ste VĚCI VEŘEJNÉ: /
- P1: vy ste žena a budete hájit / (...)

- M: ano / (.) JÁ hájím třeba ženy (...) já VŽDYCKY hájím ženy (...) POZOR / (.) na ženy mi nešahejte / (...) i když někdy dělají > (...) ((smích)) ((máchnutí rukou)) < mají na to právo / ((smích))
- A: jestli na to můžu / (...) jednu důležitou věc / (...) je to otázka (.) řeknu (.) principů (.) které je potřeba prostě nastavit (...) a tady se řekla jedna věc (.) odboráři sou ty (.) co do všeho mluví (.) ničemu nerozumí (.) a máme tady skupinu lidí (.) kteří sou nejchytřejší / (.) já bych dokonce řek (.) že kdybychom je neměli (...) < snad by ani nic neexistovalo > (...) protože tady se prostě nechce slyšet názor veřejnosti / (...) já vám dám takové dva příklady: (...) ten první začnu (.) podpoříme zaměstnanost (.) abychom dali možnost firmám (.) aby zvedly (.) když to řeknu (.) zaměstnanost (.) a dali jim státní peníze (.) tak si tady PAN ministr Drábek najme agentu:ru (.) dá peníze agentuře (.) která nevytváří (.) řeknu (.) za korunu ani Ň do státního rozpočtu (.)
- M: jakou agenturu (.) myslíte / (...)
- A: myslím agentu.ru práce (.) kam přijdou všichni nezaměstnaní (...)
- M: ale pan ministr to əə popírá (.) ano: /
- A: a dostávají pět tisíc za jednoho ((gesto rukou)) nezaměstnaného /
- M: ale JÁ bych vám chtěla říct / (...) pod'me mluvit konkrétně (...) víte / (.) to je jednoduché: / (.) takhle házet různé věci / (.) pod'me konkrétně (.) abychom si to vyjasnili / (...) ((prudká gestikulace rukama))
- O1: já (..) teda jako občan (..) to je samé / (.) zdivočelý odboráři / (.) spějeme do Řecka / (.) turbostudenti z Plzně / (.) mazánci na významných postech / (.) to slyším jako občan / (..) samá obvinění z korupce (.) vykrádání evropských fondů (.) a tak dále / (.) a tak dále / (.) tydle lidi jenom (.) jak je vezmu (.) který sedí v poslanecký sněmovně / (...) əə to HRŮZA / (...) jak máme vládě věřit / (..) jak jí můžeme dát důvěru / (...) ((máchnutí rukou jako výraz rezignace))
- P3: vláda v době všeobecné recese dělá jen to (.) co dělají všechny vlády / (...) je nucena utahovat veřejné rozpočty / (.) těžko po ní chtít (.) aby byla oblíbená / (...) domnívám se (.) že jsme v systému (.) kdy se legitimita vlády odvíjí od toho (.) zda má většinu v poslanecké sněmovně / (...)
- M: no: / (.) moment / (.) prosím vás (.) pánové (.) už sme zase někde jinde / (...)
- P3: JÁ / (.) [sem chtěl jenom vysvětlit / (...)]
- A: [sem əə byl konkrétní a vy / (...)]

- O2: [jen bych rád vysvětlil / (...)]
- M: [moment / (.) moment (.)] PÁNOVÉ / (...) podme æ konkrétně (.) abychom si to tedy vyjasnili / (.) prosím (.) pan Matoška / (.)
- O2: já sem byl na demonstraci æ tam se diskutovalo o všech problémech (.) které nás (.) občany (.) trápí / (...) o tomto vláda vůbec nemluví (.) že by třeba zavedla daň z dividend / (...) vidíme (.) co vláda zapracovává (.) æ jakoby od problémů utíkala / (.) tripartitu nebere v úvahu (.) nevnímá (.) neposlouchá občany / (...) JÁ (.) jako občan (.) to tak vnímám / (...) [já vní-]
- P1: [moment (.) vy ste] (.) pane Matošku (.) byl na tripartitě / (...) JÁ vás tam neviděl / (...)
- O2: tam jsem nebyl (...) æ já byl na demonstraci (.) a tam [sem sly-]
- P1: [tak (.) jak můžete] mluvit o chování vlády na tripartitě / (...) tam jsem byl já / (...)
- O2: ale nebyl ste zase na demonstraci / (...)
- M: pánové / (.) PÁNOVÉ / (.) tohle nikam nevede / (...) takhle se [nedobereme / (...)]
- A: [já sem na] tripartitě byl [a (...)]
- P1: [to těžko / (.)] tam odboráři vůbec nepřišli / (...) [tak (...)]
- A: [ale umím si předsta-]
- P1: [já myslím] (.) že se odboráři báli konfrontace (.) že [raději ne-]
- A: O2: P3: O1: [()]
- ((nesrozumitelný zmatek))
- M: pánové / (.) PÁNOVÉ / (.) takhle se občan nic nedoví / (...) takhle ne / (.) jakoby sme byli zase na začátku / (.) podme konkrétně / (.) protože občan se prostě (.) æ chce dozvědět (.) jako (.) to (.) na co se (.) jako ptá / (...) OBČANÉ (...) ptejte se (.) protože u nás (.) MÁTE SLOVO / (.)