

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV BOHEMISTIKY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

KORPUSOVÁ ANALÝZA JAZYKA VYBRANÝCH SPORTOVNÍCH RUBRIK

Vedoucí práce: Mgr. Markéta Maturová, Ph.D.

Autorka práce: Tereza Vondrášková

Studijní obor: BOH-AJL

Ročník: 3.

2020

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném 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.

České Budějovice 7. května 2020

.....

Tereza Vondrášková

Poděkování

Ráda bych poděkovala své úžasné vedoucí práce, paní doktorce Mgr. Markétě Maturové, Ph.D., která mi ochotně a srdečně pomáhala při psaní, měla se mnou svatou trpělivost, poskytla mi materiály a udělovala cenné rady. Rovněž bych jí chtěla poděkovat za psychickou podporu a čas, který mi věnovala i během jejího osobního volna.

Dále bych chtěla poděkovat paní Mgr. Petře Poukarové z Ústavu Českého národního korpusu za její rady a připomínky k této práci, její trpělivost a rychlou komunikaci.

ANOTACE

Bakalářská práce se bude zabývat jazykem vybraných sportovních rubrik. V teoretické části se autorka zaměří na jazykové prostředky typické pro žurnalistiku, zvláštní pozornost bude věnovat zejména prostředkům automatizovaným a aktualizovaným. Vlastní výzkum bude proveden na základě práce s daty z psaných korpusů češtiny a autorka se pokusí excerpovaný materiál porovnat se zpravodajstvím, eventuálně s bulvárem.

Klíčová slova: Český národní korpus; sportovní publicistika; bulvár; KonText; korpusová lingvistika

ABSTRACT

The bachelor thesis deals with analysis of language of the chosen sports columns. Theoretical part is dedicated to the language devices typical for journalism, special attention is paid to non-marked and marked expressions. The content of the practical part is an analysis of data of The Czech National corpus which are compared to tabloid journalism.

Key words: Czech national corpus; sports journalism; tabloid; KonText; corpus linguistics

OBSAH:

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1 | Úvod | 7 |
| 2 | Český národní korpus | 9 |
| 2.1 | Korpus | 9 |
| 2.2 | Korpusová lingvistika..... | 10 |
| 2.3 | Typy korpusů..... | 10 |
| 2.4 | Druhy psaných korpusů..... | 11 |
| 2.4.1 | Využití psaných korpusů..... | 13 |
| 3 | Korpusy psané publicistiky | 15 |
| 3.1 | Korpus SYN2013PUB | 15 |
| 4 | Žurnalistický styl | 16 |
| 4.1 | Žurnalistika..... | 16 |
| 4.2 | Sportovní žurnalistika..... | 17 |
| 4.3 | Bulvární žurnalistika | 19 |
| 5 | Jazyk sportovní žurnalistiky | 21 |
| 5.1 | Automatizace a aktualizace | 21 |
| 5.2 | Publicismy a frazémy | 22 |
| 5.3 | Obrazná pojmenování..... | 23 |
| 5.4 | Expresivní výrazy | 24 |
| 5.5 | Slova přejatá a internacionalismy..... | 24 |
| 5.6 | Sportovní termíny | 25 |
| 5.7 | Propria..... | 25 |
| 6 | Metodologie | 26 |
| 7 | Praktická část..... | 27 |
| 7.1 | Frekvenční srovnání slovních druhů v subkorpusech..... | 27 |
| 7.2 | Frekvenční špička autosémantik | 30 |
| 7.2.1 | Podstatná jména..... | 30 |
| 7.2.2 | Přídavná jména | 33 |
| 7.2.3 | Příslovce..... | 33 |
| 7.2.4 | Slovesa | 34 |
| 7.2.5 | Synsémantické slovní druhy-spojky | 35 |
| 8 | Závěr | 38 |
| 9 | Seznam použité literatury | 40 |
| 10 | Seznam internetových zdrojů | 41 |
| 11 | Seznam kvalifikačních prací | 43 |
| 12 | Seznam příloh..... | 44 |

1 Úvod

Každý národ má svůj vlastní sport, jenž sleduje nejraději a v němž fandí svému týmu nejčastěji. Je to pochopitelně většinou sport, ve kterém se národnímu týmu nebo sportovci daří nejvíce, a v němž má šanci přivést domů medaili. Věříme, že pro Čechy jsou takovými sporty hokej, biatlon a tenis. Všechny tyto mají své představitele, takzvané maskoty.

Se vzrůstající oblibou sportu jako fenoménu se zvyšuje i přízeň sportovní žurnalistiky. S tou se setkáváme v médiích každý den, a to jak v tištěných magazínech, tak i v televizním vysílání či online komentářích. Popularita sledování sportu vzrůstá s důležitostí události. Mnohem více fanoušků např. hokeje se objeví v době konání mistrovství světa než během celého roku. Zarytí fandové si kupují lístky na celé živé utkání a ostatní se musí spokojit se sledováním z domova. Televizní přenosy z takových akcí jsou nejsledovanějšími relacemi kanálu.

Obrovskou složkou je psaná sportovní žurnalistika, která má několik výhod oproti žurnalistice mluvené. Především jde o míru připravenosti jazyka, stylu a prostředků. Jak je naznačeno již v názvu, tato bakalářská práce se zaměří právě na psané odvětví sportovní publicistiky. Kvalifikační práce se tradičně dělí na část teoretickou a praktickou. V úvodní kapitole vymežíme pojmy korpus a korpusová lingvistika jako vědní obor. Představíme projekt Český národní korpus, především pak neustálou práci lingvistů na jeho zlepšování a zpřístupňování. Vymežíme typy korpusů, podle kategorie zkoumání času na ty synchronní (současného jazyka) a diachronní (z určitého období), ale i z hlediska formy na psané a mluvené. Zvláštní pozornost budeme věnovat korpusům psaným, z diachronních korpusů především referenčnímu korpusu Diakorp o velikosti 3,4 milionů slov a ze synchronních nejnovějšímu korpusu SYN verze 8. Stanovíme využití psaných korpusů a jejich obrovský přínos pro lingvistické i nelingvistické obory. V lingvistice se korpusová analýza prosazuje v zásadě v jakémkoliv empirickém oboru, jakými jsou například dialektologie či psycholingvistika, pomáhá i při vytváření cizojazyčných učebnic. Mimo lingvistickou praxi se uplatňuje i v historii nebo například sociologii.

Samotnou kapitolu věnujeme korpusům publicistickým, především korpusu SYN2013PUB, jenž patří do skupiny korpusů synchronních. Tento čerpá výhradně z textů publicistických a navazuje na své dvě dřívější verze, oproti kterým je zdokonalený o několik značek a lemmatizaci.

Za korpusovými kapitolami teoretické části následuje seznámení s žurnalistickým funkčním stylem. Představíme i problematiku terminologie žurnalistiky/publicistiky, zejména

odvětví sportovní a bulvární. V této kapitole přiblížíme fenomén sportovní žurnalistiky, její dělení na psanou a mluvenou a jazykové prostředky se zvláštní pozorností na automatizace a aktualizace. Dle odborné literatury budeme charakterizovat výrazy, které se ve sportovních článcích nejvíce objevují, zejména výrazy expresivní, frazémy, publicismy, obrazná pojmenování a sportovní termíny.

Za teoretickou částí následuje kapitola věnovaná metodologii, ve které uvedeme, jakým způsobem probíhá práce s korpusem, jak budeme díky korpusovému manažeru vyhledávat potřebná data a jak bude vypracována samotná analýza materiálu.

V praktické části nejprve analyzujeme četnost slovních druhů vyskytujících se v psané publicistice a zejména ve sportovním odvětví, následně výsledky porovnáme s bulvární publicistikou. Poté se zaměříme na analýzu autosémantických slovních druhů, tedy podstatných jmen, přídavných jmen, sloves a příslovcí, jejich funkce ve všech subkorpusech a rozdíly v jejich užití. Stejnou analýzu provedeme i se synsémantickým slovním druhem spojky, přičemž se zaměříme na to, jaké vztahy se v psané publicistice podle volby spojovacích výrazů vyskytují. Analýza bude probíhat na základě práce s odbornými publikacemi, především *Stylistika současné češtiny* a *Stylistika pro žurnalisty*. Pracovat ale budeme i s internetovými materiály a kvalifikačními pracemi. Všechny zdroje budou uvedeny na konci bakalářské práce v seznamu použité literatury.

Cílem bakalářské práce je porovnat jazykové prostředky, především slovní druhy, v psané sportovní žurnalistice a objevit případné rozdíly mezi žurnalistikou sportovní a bulvární.

2 Český národní korpus

2.1 Korpus

Nový encyklopedický slovník češtiny definuje slovo korpus z latinského slova *Corpus*, tedy *těsto* nebo *těleso*. Tento výraz se v lingvistice používá od padesátých let minulého století, poprvé se objevil v angličtině a odtud se rozšířil do dalších jazyků. František Čermák o něm tvrdí, že „Korpus je souborem autentických textů, v němž je možné jednoduše vyhledávat jazykové jevy a zobrazovat je v jejich přirozeném kontextu.“¹ Korpus představuje výraz pro velký soubor textů, je tedy relativně objektivním záznamem a modelem jazykové empirie. Zvláště užitečný je pro jakoukoliv empirickou lingvistiku, již umožňuje poznání jazyka a v určitém smyslu i reality, kterou jazyk bezprostředně zachycuje a popisuje.

V dnešní době se pracuje už jen s korpusy počítačovými, nicméně pokusy o vytvoření nějakého obsáhlého archivu jazyka se objevily dávno před rozšířením elektronické technologie. V podstatě se jednalo o sbírku materiálů sepsanou skupinou lingvistů. Ti museli systémem lístečků shromažďovat neúplné záznamy, které následně třídili a skladovali v kartotékách.

Korpusy neustále rostou a to jak „dopředu“ tak „dozadu“. Důvodem je neúplné zmapování dřívější podoby jazyka, zejména jeho mluvené formy. Dopředu rostou především díky vývoji jazyka a rozšiřující slovní zásobě. Příčiny jsou trojího typu²:

- a) Korpusy nejsou zdaleka úplné, zvláště ne v takových složkách, jako je mluvený jazyk;
- b) Do jazyka stále přicházejí nová slova;
- c) Další informace se objevuje až spolu s dalšími kombinacemi (i už zachycených) slov, zvláště při zkoumání kolokací.³

Rozsah větších korpusů sahá až ke stamilionům slov, také díky tomu se ale jedná o neobjektivnější zdroj informací, narozdíl například od běžného elektronického archivu, jenž neobsahuje takzvaný korpusový manažer (KonText). Ten bývá zaměřený na konkrétní cíl, který chce zcela pokrýt. Také ale pro nepřehledné množství informací obsažené v korpusu je pro čtenáře bez použití filtrů a dalších nástrojů téměř nemožné používat jej přímo.

¹ ČERMÁK, František (2017): KORPUS. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

² ČERMÁK, František. Korpus a korpusová lingvistika. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017, s. 38

³ Tamtéž, str. 38

2.2 Korpusová lingvistika

Korpusová lingvistika patří k novějším lingvistickým disciplínám. Její vznik byl podmíněn vznikem a rozšířením počítačů a prací s nimi. Se vznikem a upřesňováním nových korpusů bylo jen otázkou času, kdy se toto relativně mladé odvětví lingvistiky vytvoří. Zabývá se výstavbou a analýzou jazykových korpusů podobně jako tradiční lingvistika. Nicméně data, která sbírá korpusová lingvistika, jsou narozdíl od té tradiční mnohem rozsáhlejší. Korpusová lingvistika navazuje na dřívější práci lingvistů se shromažďováním dat v kartotékách. Jelikož práce s korpusy je veřejně přístupná, rozšiřuje se její působnost i do jiných vědních i nevědních oborů.⁴

Korpusová lingvistika se odvrací od Noama Chomského a jeho přístupu k empirickému výzkumu. Podle F. Čermáka si korpusová lingvistika „klade nekompromisně za cíl studovat všechna data, nejen ta nějak zajímavá, vyhovující momentální teorii či nápadu.“⁵ Korpusová lingvistika navazuje a úzce spolupracuje s lingvistikou počítačnou, oběma jde o hromadné zpracování a zpřístupnění dat.⁶

2.3 Typy korpusů

Český národní korpus se skládá z řady časově a žánrově vázaných korpusů a hostí i některé jiné (např. korpusy obou lužických srbštin). Zvláště otevřený i jiným lingvistickým oborům se stal se zpřístupněním mnohajazyčného paralelního korpusu InterCorp (2008).⁷

Z hlediska časového dělíme korpusy na synchronní a diachronní. Synchronní korpusy zaznamenávají jazyk v určitém časovém období a nepřihlíží k vývojovým změnám. Oproti tomu diachronní korpusy mapují jazyk v průběhu delšího časového úseku. Příkladem takového korpusu je například DIAKORP z roku 2005. Postupně pokrývá český jazyk od 13. století do konce druhé světové války.

Dalším dělením korpusů je dělení na korpusy mluvené a psané. Mluvený je ze své podstaty synchronní, v češtině máme 5 menších korpusů, *PMK*, *BMK*, *Oral2006*, *Oral2008*,

⁴ ČERMÁK, František. Korpus a korpusová lingvistika. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017, s. 38

⁵ Tamtéž, str. 90

⁶ ČERMÁK, František. (2017): KORPUSOVÁ LINGVISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

URL: https://www.czechency.org/slovník/KORPUSOVÁ_LINGVISTIKA (poslední přístup: 7. 5. 2020)

⁷ ČERMÁK, František, 2017, s. 69

Oral2013. Psaný korpus je dnes nejběžnějším typem, poskytuje záznam textů vytvořených a publikovaných v dané době.⁸

Podle počtu jazyků se korpusy dělí na jednojazyčné a vícejazyčné (paralelní). Paralelní korpusy umožňují srovnávat více jazyků najednou. V rámci jednojazyčných korpusů můžeme mluvit také o menší skupině korpusů jednoho autora, například korpus Karla Čapka nebo Bohumila Hrabala. Speciálními jsou také korpusy soukromé konverzace nebo korpus neslyšících.

2.4 Druhy psaných korpusů

Psané korpusy dnes patří mezi nejběžnější a nejrozšířenější typy korpusů. Jsou vytvářeny proto, aby reprezentovaly daný vzorek psaného jazyka, mají badatelský cíl. Oproti mluvenému se vzorky psaného jazyka velmi jednoduše získávají díky šíření elektronického tisku, jako jsou například noviny nebo knihy. Proto není třeba je nijak technicky zpracovávat, nebo jen minimálně, na rozdíl od mluveného jazyka.⁹ Psané korpusy se dále dělí na korpusy synchronní a diachronní (x panchronní) a na žánrově vyvážené a specifické.

Korpusy diachronní nebývají mluvené, jsou jen psané. Jedná se o korpusy jednoho jazyka zachyceného v různých, resp. všech časových úsecích jazyka. Jazykové období, které korpus zachycuje, by mělo být výrazné nebo specifické. Toto období by mělo být jasně ohraničené a homogenní. Český diachronní korpus pokrývá 7 století až po zánik totality (tedy rok 1989), v případě uměleckých děl končí rokem 1944. Díky této široké dobové škále bylo zapotřebí jej rozdělit. Samozřejmě se diachronní korpusy nemohou rovnat šíři těch synchronních, zejména proto, že některé druhy dokumentů na samém počátku písemnictví vůbec neexistovaly a přidávaly se až postupem času. Mezi takové patří například texty publicistické. Záznamy psaného jazyka se v průběhu staletí měnily i žánrově. První byly rázu náboženského, další poté lékařského nebo hospodářského či politického.¹⁰

Dalším problémem diachronních korpusů je vývoj grafického systému češtiny, v minulosti se používaly mimo jiné pravopisy spřežkové nebo diakritické, které se v mnohém lišily od dnešní podoby pravopisu. Je zřejmé, že běžnému čtenáři nejsou tyto zastaralé podoby pravopisu známe, a proto je potřeba je přepsat do novodobé podoby. Těmito pokusy se otevírá široká škála možností, jak s danými texty zacházet. Samozřejmostí zůstává, že texty jsou

⁸ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>

⁹ ČERMÁK, František. Korpus a korpusová lingvistika. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum. 2017. s. 74

¹⁰ Tamtéž, str. 74

„transkribovány, nikoliv transliterovány“,¹¹ ve snaze zachovat co nejvíce přesnosti a autentičnosti mezi originálním a vzniklým textem. Ty jsou poté opatřeny bibliografickými údaji o autorovi, čase a edici. Dalším zřejmým úskalím diachronního korpusu je nutnost přepisovat ručně originální texty do počítače nebo je skenovat, což je pochopitelně časově náročné.

Zástupcem diachronních korpusů českého jazyka je korpus Diakorp. Stejně jako ostatní referenční korpusy průběžně roste v nových verzích. V současnosti jeho verze 6 obsahuje něco přes 3,4 milionů slov, od jeho počáteční verze z roku 2005 narostl z původních zhruba 700 000 slov. Nejedná se o korpus reprezentativní, neboť neobsahuje v dostatečném množství všechny vrstvy českého jazyka. Verze 6 obsahuje téměř z 50% texty z 19. století, což je logické, vezmeme-li v potaz, že šlo o období plné jazykových změn a nárůstu české literatury v období národního obrození. Obsahuje také mnoho textů ze 14. století, což se dá vysvětlit tím, že šlo o období vlády krále Karla IV., během níž byly České země středem Evropy.

Pracuje se také na tzv. hyperlemmatech, které by měly uživateli pomoci ve vyhledávání v diachronních korpusech. Jedná se o řazení různých tvarů lexémů pod jednotný tvar. Například při vyhledávání tvaru novodobého *kůň* se díky hyperlemmatu bude dát také najít jeho historická verze *kuoň* a *kóň*. Velkým problémem je potom lemmatizování víceslovných tvarů a tvarů pod jediné lemma tam, kde to nedává významově smysl. Například výraz *nechat někoho na holičkách* nelze lemmatizovat pod výraz *holičky*, neboť takové slovo ani neexistuje.¹²

Diakorp je jednou z fází diachronních korpusů českého jazyka. Oproti němu Diakon je pracovní verzí s největším počtem slov, je přístupný přes webovou aplikaci SyD a obsahuje dosud nezkorigované texty. Pracuje se i na tvorbě korpusu Dia, který bude zaměřen na jednotlivá staletí, počínaje tím 19., a bude obsahovat ručně zkorigované texty.¹³

Korpusy synchronní zaznamenávají jazyk současnosti, a to jakoukoli vrstvu. Usilují o záznamy jazyka živého, takového, který skutečně lidé užívají v běžné komunikaci. Je tedy pochopitelné, že se jedná jak o jazyk mluvený, tak psaný. Synchronní korpus je pro jazyk současný doopravdy současný jen dočasně, neboť je závislý na aktivních uživatelích jazyka. Se změnou jazyka se simultánně mění v čase a ve své povaze, a to změnou v korpus diachronní. Například korpus jazyka 18. století v té době znamenal záznam jazyka současného, kdežto dnes je pro nás takový záznam jazyka zastaralý. Všechny synchronní korpusy jazyka, i ty dnešní, se tak jednou stanou korpusy diachronními, neboť jazyk se neustále mění a vyvíjí.

¹¹ Tamtéž, str. 81

¹² Cvrček, Václav - Richterová, Olga (eds). "pojmy:lemma". Příručka ČNK. 4 Mar. 2019. Web. 27 Mar. 2020, 22:06

¹³ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

Největším českým psaným korpusem je bezesporu korpus SYN verze 8. Korpus SYN vždy obsahuje všechny korpusy zveřejněné do doby jeho vzniku. Například korpus SYN verze 8 obsahuje korpusy SYN2000, SYN2005, SYN2006PUB, SYN2009PUB, SYN2010, SYN2013PUB, SYN2015 a další publicistiku. Je nejnovější (2019) verzí tohoto typu SYN a s jeho velikostí 4,5 miliard slov daleko přesahuje první korpus tohoto typu SYN verze 1, který byl vydán v roce 2007 a obsahoval 500 milionů slov. Korpus SYN není reprezentativní, v důsledku přístupnosti obsahuje totiž nejvíce publicistických textů.

Korpusy typu SYN nicméně nemůžeme srovnávat. Od původního typu SYN verze 1 došlo k obrovskému vývoji v nástrojích, doplnění bibliografických údajů atd. Řešením je tedy nejnovější verze. Jelikož úprava již vydaných korpusů by měla za následek jen zmatky uživatelů a také porušení referenčnosti, byl vytvořen takový korpus typu SYN, který obsahuje všechny obecné synchronní korpusy, nicméně obohacené o všechny moderní nástroje. Navíc je doplněn o možnosti tvorby subkorpusů, které odpovídají původním verzím korpusu. To je možné pomocí hodnoty atributu <doc syn>, takže například subkorpus odpovídající korpusu SYN2010 lze vytvořit zadáním podmínky `syn="2010"` na značku <doc> (příp. <opus>). Dále to můžeme kombinovat například s podmínkou typu textu nebo roku vydání.¹⁴

2.4.1 Využití psaných korpusů

I přes svou rozsáhlost je korpus stále jen vzorkem jazyka a jako k takovému k němu musíme přistupovat. Aby korpus reprezentoval celou populaci, musí být takzvaně reprezentativní. K reprezentativnosti korpusu přistupují lingvisté dvojím způsobem. Ten první spoléhá na to, že texty z internetu jsou zcela dostačující k tomu, aby reprezentovaly celý jazyk, nezajímá je, v jakém podílu jsou zastoupeny texty různých stylů. Druhý přístup se naopak zabývá myšlenkou, jakým způsobem by funkční styly v korpusu měly být zastoupeny. Jde jim o to, do jaké míry například texty administrativního funkčního stylu reprezentují každodenní život a do jaké míry by tedy měly být v korpusu zastoupeny.¹⁵

Korpus se dnes využívá téměř na všech rovinách jazykového výzkumu. Například pro práci grafémiky jsou psané korpusy esenciálním nástrojem, a to jak korpusy synchronní, tak diachronní. Přístupy *corpus-based* a *corpus-driven* se uplatňují především v morfologických a syntaktických výzkumech, jsou důležité pro gramatický výzkum. Lexikologie a lexikografie, lingvistické obory, pro které byly korpusové databáze určeny především a od samého počátku,

¹⁴ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

¹⁵ ČERMÁK, František. Korpus a korpusová lingvistika. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017, s. 21

využívají korpusy jako převládající metodu. Díky tomu se rozšiřují i korpusy specializační, například korpus sestavený z odborných lingvistických textů, LINK nebo korpus pouze vlastních textů Karla Čapka, Capek. Také máme k dispozici korpusy horní lužické srbštiny, HOTKO a dolní lužické srbštiny, DOTKO. V rovině lexikografie je možné využít korpus jako ujištění, zda hledaný výraz nebo slovo existuje, nebo zdali je vhodné jej využít v daném kontextu. Také se díky tomu dá zjistit, zda je daný výraz archaismem, či jde o slovo využívané v dnešní době. Mimo jiné zjistíme také gramatickou kategorii, s jakým pádem se nejčastěji slovo pojí, nebo dokonce v jakých frazémeh se výraz vyskytuje. V dnešní době se korpusy také zaměřují na vyšší roviny, jako je korpus CADS (corpus assisted discourse studies), tedy korpus analyzující diskurz. Díky korpusovému přístupu, který umožňuje větší kvantitu empirické báze, téměř mizí subjektivní vliv autora na analýzu.¹⁶

Korpusová analýza se využívá i v jiných lingvistických oborech. Například tvorba učebnic cizích jazyků je mnohokrát usnadněna přístupem ke korpusovým datům. Dialektologie, sociolingvistika, psycholingvistika, forenzní lingvistika nebo také jazyková didaktika, to vše jsou lingvistické obory, kterým korpusové databáze usnadnily a urychlily práci.¹⁷

Korpus ovšem slouží nejen pro lingvistické účely, ale i pro další vědní obory, jako je například sociologie nebo historie. Těm usnadňuje práci při vyhledávání termínů, jejich významů. V případě diachronních korpusů mohou do jisté míry sloužit i jako ukázky dobové literatury. Využití korpusů však sahá daleko za obzor jazyka. Odráží totiž všemi svými aspekty život, reflektuje vše, co se děje kolem nás.

¹⁶ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

¹⁷ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

3 Korpusy psané publicistiky

3.1 Korpus SYN2013PUB

Do řady korpusů typu SYN patří i korpus psané publicistiky SYN2013PUB, který je, jak už název naznačuje, synchronní. Obsahuje asi 935 milionů slov (tokenů), čerpá z publicistických textů z let 2005 až 2009. Je součástí všech korpusů řady SYN, a to od verze 3, která vyšla v roce 2014. Společně mají také to, že jsou všechny disjunktní, jeden text může být obsažen jen v jednom z nich. Stejně jako ostatní korpusy z této řady není reprezentativní, zejména proto, že v něm přesahují publicistické texty (v tomto konkrétním korpusu jsou texty jen publicistického funkčního stylu) pro jejich dostupnost na internetu.

Před korpusem SYN2013PUB existovaly dvě verze čistě publicistického korpusu, SYN2006PUB a SYN2009PUB. Původní verze, korpus SYN2006PUB obsahuje přes 300 milionů textových slov – tokenů a jeho obsah se zaměřuje na publicistické texty z let 1989 (po revoluci) až 2004. Druhá, novější, verze SYN2009PUB je o více než o polovinu větší, celkový počet tokenů je 700 milionů a čerpá z publicistických textů let 1995 až 2007. Zařazeny do něj byly i nezávislé a regionální noviny, ovšem v tak malém množství, že ani u této verze se nedá hovořit o reprezentativnosti. Oproti původní verzi nabízí lemmatizaci osobních a přivlastňovacích zájmen, zjednodušuje používání morfologických značek a rozděluje korpus na tokeny – textová slova, tedy i na zkratky a slova psaná se spojovníkem.¹⁸

Nejnovějším a nejaktuálnějším korpusem publicistiky je korpus SYN2013PUB. Novinkou od předchozích verzí je opět vylepšené lemmatizování a morfologické značkování. Tam, kde byla značka nadbytečná, došlo k jejímu zjednodušení, například odstraněním čísla u reflexivních zájmen, rodu u zájmen *jeho*, *jejich*, osoby a čísla u tvaru *by*.¹⁹ Korpus vznikl hlavně kvůli mezeře v obsahu synchronního korpusu verze 3, který neobsahoval kompletní texty z let 2000 až 2009. Co se týká složení korpusu, SYN2013PUB obsahuje nejvíce textů z let 2009 a 2008. Skládá se z textů z Deníků Bohemia, Mladé fronty DNES, Lidových novin, Deníků Moravia, Hospodářských novin, Práva a mnohých dalších.²⁰

¹⁸ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

¹⁹ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

²⁰ CVRČEK, Václav a Olga RICHTEROVÁ (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na: <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

4 Žurnalistický styl

4.1 Žurnalistika

Publicistický (žurnalistický) styl patří k primárním funkčním stylům, jeho hlavní funkcí je informovat, vedle toho navíc plní funkci persvazivní (přesvědčovací, ovlivňovací a získávací). Publicistikou rozumíme každý jazykový projev, který má funkci agitační, tedy přesvědčovací a získávací. K těm mluveným řadíme všechny projevy televizní zpravodajství, komentáře a besedy, ale i oficiální politické proslovy.²¹ Termínem žurnalistika, nebo také publicistika, jsou pojmenovány komunikáty, které zprostředkovávají hromadné sdělovací prostředky, masmédiá. V odborné terminologii se lingvisté často neshodují v tom, zda jsou termíny žurnalistika a publicistika synonymní. V mnoha příručkách se setkáváme s chápáním publicistiky jako nadřazeného funkčního stylu a žurnalistiky jako stylu textů psané publicistiky. Tak tomu je např. v příručce *Stylistika současné češtiny* v kapitole pojmenované *Získávací a přesvědčovací funkce jako konstituující faktor projevu – funkční styl publicistický*.²² Jinde se dozvíme, že oba termíny znamenají to samé a není třeba je dále rozlišovat. Je proto nutné si oba pojmy lépe vymežit.²³

Žurnalistický styl je nadřazený stylu masmediální komunikace a lze jím obsáhnout veškerou činnost v hromadných sdělovacích prostředcích, jako novinách, časopisech, rozhlasu a televizi. Oproti tomu publicistika je obor, který se zabývá informacemi o aktuálních otázkách, ale zároveň i zprávy analyzuje a komentuje. Je to podřazený termín, jenž dále rozdělujeme na publicistiku analytickou a beletristickou.²⁴

Jakožto funkční styl pragmatický je žurnalistický funkční styl zaměřený na potřeby jedince ve společnosti, jeho jazykovou komunikaci v celé společnosti. Všechny pragmatické funkční styly (žurnalistický, normativní, jednací a hospodářský) navazují na základní funkční styly, navíc mají esenciální společenský význam, ať už politický, občanský výchovný nebo jen informační. Při vymežování tohoto funkčního stylu musíme mít na paměti, že jde o styl výrazně dynamický a tedy proměnlivý. Srovnáním dvou novinových článků z různých dob můžeme porovnat novinářské tendence doby. Obecně je známo, že nynější situace dovoluje novinářům volit jazykové prostředky bez větších restrikcí či cenzury, na rozdíl např. od 2. poloviny 20. století. Jedná se o styl snad nejvíce ovlivněný dobou, neustále se vyvíjí.²⁵

²¹ HUBÁČEK, Jaroslav a JANDOVÁ Eva. *Čeština pro učitele*. Opava: Optys. 1996. str. 278

²² ČECHOVÁ, M. a kolektiv. *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV. 1997. str. 176

²³ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada. vyd.1. 2011. str. 162

²⁴ Tamtéž, str. 162–164

²⁵ MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 2011

Publicistika má výraznou funkci sdělovacího prostředku dokumentárně informativní a masově výchovnou. Spadá do něj žurnalistika, denní tisk, a periodika, žurnalistika v širším smyslu. Přímým kontaktem se společností, direktní reflexí současného světa, dnes přesahuje publicistika ostatní funkční styly.²⁶ Pro účely této bakalářské práce budeme fungovat s oběma pojmy jako synonymními.

Společenským posláním publicistického funkčního stylu je co nejrychleji, nejúčinněji a co nejvýstižněji informovat své publikum či čtenáře o nějaké skutečnosti. Chce vzdělat adresáta v oboru jeho sféry nebo mu jinak zprostředkovat jednoznačně svou myšlenku.²⁷ Tyto úkoly ovlivňují volbu užití jazykových prostředků. Publicistika vzniká poměrně rychle. Ať už jde o rozhovor, komentování nějaké události, či psaní článku, na který má autor jen několik hodin, je těžké udržovat obsahovou kvalitu a formálnost. Žurnalisté se mnohdy přiklání k tzv. modelovosti.

Vezmeme-li v potaz všechny žánry tohoto stylu, musíme uznat, že jde o funkční styl velmi bohatý. Do žurnalistiky spadají jak projevy mluvené, tak projevy psané. Styl psané žurnalistiky se pak dá označit za styl novinářský nebo žurnalistický. Mluvenou podobu představují především rozhlasové a televizní pořady, reklamy či oficiální projevy. Ty pak mohou být, stejně jako veškeré mluvené podoby, buďto připravené, nebo spontánní. E. Minářová (2011)²⁸ rozlišuje tři druhy publicistických žánrů: zpravodajské, analytické a beletristické. Podžánrů je nepřeberné množství, proto zmíníme jen ty, které považujeme za nejpodstatnější. Jedná se o zprávu, oznámení, interview, recenzi, reportáž a komentář. Právě sportovními komentáři se budeme v této bakalářské práci zabývat.

4.2 Sportovní žurnalistika

Mezi nejvýraznější publicistická odvětví se dnes zcela určitě řadí sportovní žurnalistika. Je to také obor, který si na svou slávu musel dlouho počkat, oblíbě mezi čtenáři/posluchači se těší docela krátce. Sportovnímu odvětví se v novinách začal uvolňovat prostor až od 20. století, a to v úplně jiné podobě, než je tomu nyní. Dnes se sportu věnuje tisk mnohem více. Většina deníků má svou vlastní kapitolu věnovanou jen sportu, některé jsou dokonce zaměřené výhradně na sport. Při větších sportovních akcích, jako jsou například olympijské hry, mají noviny vyčleněné speciální sešity zaměřené jen na tuto událost. S rozvojem sportu a sportovních odvětví přichází ruku v ruce i rozvoj sportovní žurnalistiky. Kromě samotných

²⁶ BEČKA, Josef V. *Česká stylistika*. Praha: Academia – nakladatelství Československé akademie věd. 1992. s. 33

²⁷ ČECHOVÁ, Marie a Jan Chloupek. *Stylistika současné češtiny*. Praha–ISV. vyd. 1. 1997. s. 177

²⁸ MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 2011

novinových článků se nám dnes rozšiřují i online komentáře, reportáže, žebříčky, interview se sportovci, debaty mezi sportovními trenéry a odborníky či diskuze. V dnešní době se setkáme i s psaným online přenosem na internetu, kde komentátor vždy popisuje aktuální dění na hřišti v několika poznámkách.²⁹

Sportovní žurnalistika je určena především sportovním fanouškům, jejím předmětem jsou veškeré sportovní zápasy a závody, sportovci, jejich trenéři a samotné přípravy na akce. Je logické, že sledovanost a zájem o sportovní žurnalistiku stoupá vždy před a během mezinárodních klání, jako jsou olympijské hry nebo mistrovství světa či Evropy. Sport se stal velkovýrobnou jak pro samotné aktéry, tak pro sponzory, jejichž loga sportovci nosí. Nárůst zájmu o sportovní události vydělává i publicistice, a to i ve směru bulváru. Fanoušci jsou zahlceni informacemi nejen o výsledcích jejich oblíbeného sportovce, ale také o tom, kolik peněz vydělává, jestli je ve vztahu a pokud ano, jestli je v něm šťastný/á.

Stejně jako v každém jiném oboru žurnalistiky, i sportovní žurnalistika se nejvíce liší ve formě psané a mluvené. Sportovní reportáže jsou mnohem živější a dynamičtější než například reportáže z politického prostředí. Takové jsou například živé přenosy, které ze své podstaty okamžitě reagují na aktuální konání hráčů. Samotní sportovní komentátoři musí být znalci tohoto oboru, což většinou znamená, že se jedná o fanoušky sportu. To předpokládá i značnou emocionálnost projevu. Mluvené komentáře navíc ze své podstaty nemohou být připravené, volba jazykové komunikace spadá do hovorové vrstvy spisovné češtiny, mluvíme zde o spontánnosti a bezprostřednosti projevu.

V některých případech vstupují do vyjadřování obecně české, nespisovné prvky. Mluví se dopouštějí několika syntaktických a morfologických chyb, mezi něž patří opakování stejných slov, přeroky, užívají výplňková slova typu *prosim vás, prostě, jakoby* a mnoho dalších. To vede zaprvé ke ztížení přenosu komunikátu, ale kolikrát i k úplné degradaci informace. E. Minářová tvrdí, že při formulování vyjádření „(...) jsme svědky i toho, že dochází k aktualizaci prostředky nespisovnými, tedy interdialektovými, profesními a slangovými.“³⁰ Stejně jako v každé jiné komunikaci, a to i psané formě, dochází k prolínání různých stylů. V mluvené formě jsou tak zastoupeny hovorové prostředky, dále také řečnické otázky, prvky z funkčního stylu prostě-sdělovacího, odborného, ale i takzvané prázdné výrazy, klišé.

Na druhou stranu, psaná sportovní žurnalistika v sobě nese opačné výhody i nevýhody než ta mluvená. Tak například míra připravenosti komunikátu je mnohem větší, sportovní žurnalisté mají více času zareagovat na utkání, a tak zvolit výrazy, které mnohem lépe spadají

²⁹ Mlčoch, Miloš. 2002

³⁰ MINÁŘOVÁ, Eva. Stylistika pro žurnalisty. Praha: Grada. vyd.1. 2011. str. 179

do sféry spisovného jazyka. Články či komentáře navíc píše s klidnějšími emocemi, a proto emocionální stránka do komunikátu vstupuje sporadicky. V psané formě převládá monolog, na rozdíl od mluvené formy, která nabízí obě možnosti. U větších, „oblíbenějších“ sportovních utkání pracují dva komentátoři, kolikrát si k sobě navíc ještě přizvou odborníka či trenéra hrajícího družstva.

4.3 Bulvární žurnalistika

V praktické části bakalářské práce se budeme zabývat především jazykem sportovní publicistiky, ale pozornost zaměříme i na publicistiku bulvární. Je proto na místě uvést alespoň stručné seznámení s tímto odvětvím, které dnes, stejně jako jiné žánry žurnalistického stylu, podléhá mnohým změnám. Výraz bulvár pochází z francouzského slova *boulevard*, které původně znamenalo jen širokou ulici, na níž se prodávaly noviny.³¹ Nicméně jeho význam se rozšířil, dnes představuje neseriózní tisk, cokoliv spojené se slovem bulvární znamená mající nízkou hodnotu.

Nejčtenějším deníkem v České republice je deník *Blesk*, který se v kategorii celostátních deníků pravidelně umisťuje na prvním místě, nejinak tomu bylo v roce 2019, kdy jeho průměrný prodaný náklad v kusech za rok přesáhl 186 tisíc.³² *Blesk* vykazuje většinu prvků bulvárních deníků, píše o senzacích a zajímavostech jak doma, tak ve světě. Mají i internetovou verzi s doménou *Blesk.cz*, k tomu navíc vychází několik jejich podsekcí, jako je *Blesk pro ženy* nebo měsíčník *Blesk zdraví*.

Po tematické stránce se současná bulvární žurnalistika věnuje především životu celebrit, sportovců a politiků. Hledají skandály, aféry, kriminální případy. Často pro ně potřeba čtivosti a předložení šokujících zpráv převažuje nad potřebou podat fakta. Většina materiálu je získávána neeticky a nelegálně – odposlechy, skryté kamery, dálkové objektivy. Po grafické stránce obsahuje vždy tučně zvýrazněný titulek, střídají se typy písma, barevné fotografie a samotný text není rozsahově nijak náročný.

Jazykově se bulvární novináři snad ještě více než ostatní, pokoušejí navázat kontakt se čtenáři, mnohé deníky zakomponují i dopisy od čtenářů, či fotografie domácích výrobků. Některé rubriky se navíc zabývají poradentstvím, ve kterém reagují na problémy jejich čtenářů/čtenářek. Mezi nejčastější kontaktní prostředky patří zvolení vhodné gramatické osoby, v tomto případě druhé osoby plurálu. (*A jestli si snad myslíte*). Využívají i prostředky interpunkční, časté jsou vykřičníky (*Maurerová se snažila zatajit románek!*) či otazníky (*Co na*

³¹ KLIMEŠ, Lumír. Slovník cizích slov. Praha: SPN. 1981

³² Roční výzkum Media Projekt. Unie vydavatelů. ASMEA. [2020-04-19] Dostupné z: https://www.median.eu/cs/?page_id=37

to asi řekne její manžel?) v titulcích, jež mají na první pohled upoutat adresáty. M. Mlčoch (2002) dále poukazuje na četnost frazeologických spojení, expresivních a zhrubělých výrazů, či pejorativních pojmenování užívaných se stejným záměrem.³³ Typické pro tento typ zpráv je dramatinování dění. V titulcích kolikrát naznačují tragický závěr, nicméně v samotném článku upřesní, že tomu tak ve skutečnosti nebylo (*Z toho běhá mráz po zádech: Václav Vydra skončil pod kopytem koně*).³⁴

³³ MLČOCH, Miloš. Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku. *Naše řeč* [online]. 2002, 85 (5), p.235-243 [2020-04-18]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7698>

³⁴ HOFFMANOVÁ, Jana a kolektiv. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia. 2016. str.280; ISBN: 80-200-2556-1

5 Jazyk sportovní žurnalistiky

Jako každé odvětví publicistiky, má i to sportovní vlastní specifický jazyk. U většiny sportovních klání se opakují stejné události, stejné vzorce. Navíc mají všechny zápasy stejná pravidla, tedy dvě hokejová utkání mají stejný počet hráčů, danou dobu zápasu i rozhodčí. V důsledku toho se opakují i výrazy, kterými sportovní žurnalisté události popisují. Tomuto fenoménu se říká modelovost. E. Minářová ve své knize *Stylistika pro žurnalisty* ji popisuje jako prostředek usnadňující práci autorům. Ti si pomáhají při tvorbě textů existujícími schémata, šablonami, neboť odpovídají opakujícím se situacím, o kterých informují. Modelovost nicméně vnímáme nejen u jazykového materiálu, ale naopak celkově v kompozici a stylizaci.³⁵ Podle E. Minářové tato stereotypnost usnadňuje práci žurnalistovi, nicméně narušuje jednu z primárních funkcí publicistického funkčního stylu, persvazivnost, tudíž takto zkonstruovaný text jistě neupoutá pozornost čtenáře a nezaujme jej tolik, jako text neotřelý, inovativní. Žurnalisté se proto naučili takto otřelé fráze využívat, nicméně je také umí vědomě bořit.

Výskyt a funkce nových výrazů se specifikuje podle publicistických žánrů a útvarů. Jiné možnosti má sportovní komentátor, jehož funkcí je především co nejrychleji a přesně popisovat děj utkání a jiné možnosti bude mít redaktor, který má na tvorbu svého textu několik hodin. Každý sportovní žurnalista si dříve nebo později vypěstuje vlastní výrazy, které může obměňovat a podle jednoho vzorce poté vytvářet nové.

5.1 Automatizace a aktualizace

Pojem automatizace (modelovost) byl již objasněn. Jedná se o určitou stereotypnost publicistického projevu, ať už mluveného, či psaného. Jsou to ustálené formulky, které žurnalisté využívají pro zjednodušení předání informace. Vzhledem k opakovosti sportovních událostí, nejvíce tedy v kolektivních sportech, je téměř nemožné vyhnout se úplně těmto výrazům. Takové výrazy ale mohou být kolikrát vnímány jako klišé nebo fráze. Na druhou stranu se ale žurnalisté snaží o aktualizaci svých textů. Pokud autor vymyslí takový výraz, který se uchytí a ostatní jej začnou napodobovat, či jen lehce obměňovat, stává se znovu výrazem automatizovaným. Je ovšem očividné, že takový výraz již někdy byl aktualizací textu a tento koloběh se dále točí.³⁶

Aktualizací se autor snaží ozvláštnit text, upoutat tím svého čtenáře, a tedy splnit persvazivní funkci publicistického funkčního stylu. Aktualizace je záměrné rozbourání

³⁵ MINÁŘOVÁ, Eva. 2011. s. 173, 188

³⁶ Mlčoch, Miloš. 2002, str. 21

modelovosti textu, které může vést ke zvýšení emocionality u čtenáře/posluchače. Určitou aktualizací může být i použití výrazů z jiných funkčních stylů, které jsou na první pohled nevztažitelné do sportovní sféry. Častým zdrojem aktualizovaných výrazů jsou politické rubriky. Z lexikálního hlediska se k nejčastějším aktualizovaným výrazům řadí:³⁷

- sportovní slang, spadající do kategorie zájmového slangu, jež přiřazuje uživatele k příslušné skupině lidí, v případě sportovního, ke skupině fanoušků sportu;
- slovní hříčky;
- individuální neologismy, nicméně tyto závisí na znalosti dané problematiky čtenáře/posluchače;
- další nespisovné výrazy, jako například expresivum *hračička*.

5.2 Publicismy a frazémy

Lexikální jednotky o jednom či více slovech, které se často vyskytují v jiném významu než jejich primárním. Jsou příznakové v jiné lexikální vrstvě než publicistické, tudíž v publicistice jsou spíše stereotypní. Využívají se jak v psané, tak mluvené žurnalistice. Pokud jsou využívány nadměrně, vnímáme je jako klišé (*hrobové ticho, za zavřenými dveřmi*). Vznikají posouváním významu lexikálních výrazů, často odborných, tudíž se jejich význam rozšiřuje. Mnohé publicismy pochází z politického prostředí, hlavně z doby po roce 1989. Nové publicismy neustále vznikají, takovým dáváme přízvisko slovo módní. Do nich spadá i třeba výraz *kauza* (*sportovní kauza*). Žurnalisté mají navíc v oblibě pozměňovat slova se stejným kořenem o předpony (*oddálit, vzdálit*).³⁸

Do této skupiny patří i frazémy. Frazémy neboli ustálená víceslovná spojení, jsou spojení více slov, které přijímáme hotové, tak, jak jsou. Kdybychom je rozdělili na jednotlivá slova, nepochopili bychom význam celé fráze. Sportovní texty jsou takových frazémů plné, jsou kotvou sportovní žurnalistiky, urychlují a značně zjednodušují komunikaci. Mezi sportovní frazémy patří například spojení *proměnit* či *zahodit šanci, být horkým favoritem, nasadit laťku vysoko*. Takové výrazy naopak prosakují i do textové sféry mimo sport. Frazémy nicméně nejsou typické pouze pro publicistický funkční styl, objevují se, snad jen s výjimkou funkčního stylu odborného, i ve všem ostatních.³⁹

³⁷ Tamtéž, str. 12–15

³⁸ Minářová, Eva. 2011; s. 212

³⁹ Tamtéž, str. 219–220

5.3 Obrazná pojmenování

Obrazná pojmenování jako jsou metafora, metonymie, synekdocha, personifikace či hyperbola jsou pro žurnalistický styl stejně typická, jako pro funkční styl umělecký. Jedná se o jakési přenesení významu slov na základě podobnosti. Ta se potom u každého typu jeví jinak. Slouží k upoutání pozornosti čtenáře/posluchače, vzbuzují v něm emoce a dodávají textu živost a naléhavost. Jsou velmi častým příkladem aktualizace, což ovšem znamená, že při jejich častém pojmenování přechází do sféry automatizace. Použití obrazných pojmenování závisí na kontextu, a to jak tom textovém, tak kulturním. Nevhodně zvolené obrazné pojmenování může mít za následek nepochopení komunikátu čtenářem/posluchačem. Stejně tak nadměrné užívání může text přemělkovat, což u sportu jistě není primárním úkolem autora. Takovými obraznými pojmenováními bývají vymyšlené i přezdívky sportovců či trenérů. Například bývalému českému atletovi Emilovi Zátopkovi se pro jeho úžasné běžecké výsledky přezdívalo Česká lokomotiva, fotbalistu Martinu Vaňákovi zase Čaroděj a snad ještě známějšímu fotbalistickému virtuosovi Tomáši Rosickému se dodnes říká Mozart.

Nejrozšířenějším jevem je obrazné pojmenování na základě vnější podobnosti, metafora. Miloš Mlčoch dělí metafory z hlediska slovnědruhového na několik kategorií: metaforická substantiva (*mladé naděje, střelecké probuzení*), metaforická verba jsou pravděpodobně nejrozšířenější kategorií, popisují děj na hřišti (*ploužit se po hřišti, rozvlnit boční síť obrany*), metaforická adjektiva (*neučesaná kombinace, vyrovnávací gól*), metaforická adverbia (*přihrál mu ten puk přímo ukázkově/učebnicově*) a rozvinutou metaforu.⁴⁰

Metonymie je někdy označována jako podtyp metafory. Jedná se o přenesení významu na základě věcné souvislosti. Někteří autoři zařazují pod metonymii i synekdochu, jež by se dala vysvětlit také jako přenesení významu z části na celek, nebo naopak. To může i značně zlehčit jednoduché počítání skóre při zápase. V praxi se běžně setkáváme se záměnou názvu státu za jeho reprezentační tým (*Rusko:Slovensko – 3:0, v zápase s Ruskem naši reprezentanti neuspěli*). Podobně jako státy bývají zaměňovány města, ze kterých tým pochází (*Olomouc hostuje středeční zápas*), nebo dochází také k záměně jména hráče za celý tým (*Do zápasu vstupuje celá Kometa, bez útočníka Tomáše Plekance*).⁴¹

Mezi obrazná pojmenování patří i nadsázka, hyperbola. Ta potom může být buď pozitivní (*Vítězstvím v Naganu přepsali Češi historii hokeje*.) nebo negativní (*V tomto zápase nás čeká boj o přežití*.) Personifikace neboli oživení věci či zvířete, dává neživým věcem

⁴⁰ Mlčoch, Miloš. 2002

⁴¹ Minářová, Eva. 2011

vlastnosti lidské. Ve sportovní žurnalistice se přiřazují vlastnosti většinou nástrojům, které jsou esenciální pro hru, např. puk, míč, rukavice, hokejka. Můžeme vdechnout život ale i samotné hře (*Dnešní hra rozhodne, kdo postoupí do finále.*), prostředku hry (*Míč se nám odrazil od brány a zamířil k soupeřovi.*), části těla (*Naražený kotník jí brání podat stoprocentní výkon.*), můžeme personifikovat i sport (*Český biatlon nám letos zase ukázal.*).⁴²

5.4 Expresivní výrazy

Texty jsou kolikrát obohaceny i o nespisovná slova expresivní. Ta jsou většinou negativní. Opakem jsou výrazy nociónální, bez expresivity. Sportovní prostředí nicméně není plné takových výrazů, vzhledem k značné emocionalitě na straně komentátorů a fanoušků. „Převážně ji představují deminutiva, zřídka augmentativa, slova pejorativní nebo s doprovodnou ironií.“⁴³ Takové výrazy hledáme nejen v rovině spisovné češtiny, ale i z jiných útvarů národního jazyka. Častým zdrojem bývá slangová vrstva (*bedna* – stupeň vítězů).⁴⁴

5.5 Slova přejatá a internacionalismy

Jedná se o slova cizího původu, jimž rozumí příslušníci nestejných jazyků, které nemusí být ani příbuzné. Tyto výrazy patří do společného slovníku profesních, zájmových, či kulturních skupin. Nejčastějšími jsou výrazy z oblasti politické, kulturní, nebo ekonomické. Narůstají se zvyšující se migrací, s rozvojem komunikace na mezinárodní úrovni. Navíc odráží šíření technologií a vědy. Díky možnosti internetu se výrazně zvyšuje pronikání slov z cizích jazyků. Do sportovní sféry se dostávají výrazy, které poté novináři pozměňují (*akce, kombinace*). Taková slova se mohou psát buď v nezměněné podobě (*match, business*), nebo se přepisují do češtiny (*mač, byznys*). E. Minářová zaznamenává tuto tendenci ve sportovní publicistice „[...] zvláště při orientaci na nové sporty, například: [...] *bungee-jumping, paintball, [...], bowling, florbal, rafting*, eventuálně počeštěné *raftovat, skejtovat* aj.“⁴⁵ Užívání internacionalismů je spjato se snahou žurnalisty o odbornější a způsobilější projev.⁴⁶ Mezi často užívaná slova, která už snad nikdo nevnímá jako slova cizího původu, je výraz *strategie*. Slovo řeckého původu znamenalo umění vézt válku. Z francouzštiny jsme například přejali slova *defenzíva* (obrana) a *ofenzíva* (útok).⁴⁷

⁴² Mlčoch, Miloš. 2002

⁴³ Minářová, Eva. 2011, str. 234

⁴⁴ Minářová, Eva. 2011, str. 234

⁴⁵ Minářová, Eva. 2011, str. 237

⁴⁶ Mlčoch, Miloš. 2002, str. 22–28

⁴⁷ KLIMEŠ, Lumír. Slovník cizích slov. Praha: SPN. 1981

Sportovní žurnalistika přejímá nejvíce slov z angličtiny. Přejatá slova i časem zlidoví a rozšiřuje se jejich význam. Anglicismy se uplatňují především v názvech sportů (*basketball*), pojmenování sportovních soutěží (*Fedcup*) či slangových výrazech. Anglicismy se šířily už v 19. století (*fotbal, volejbal*), nicméně po druhé světové válce se tato vlna značně utlumila, v roce 1968 se k nám díky ideologické situaci dostaly především výrazy z hudební sféry (*beat*), největší vlna přišla však po roce 1989.⁴⁸

5.6 Sportovní termíny

Sportovní termíny jsou slova bezpříznaková pro sportovní publicistiku. Jedná se o výrazy, které autor vysloví nebo využije v textu bez zaváhání, automaticky a u nichž se předpokládá okamžité pochopení recipienta – fanouška (*zakázané uvolnění*). Pokud ovšem slovo nebo výraz zaslechne někdo, kdo není fanouškem sportu nebo je pouhým laikem, může mít s porozuměním potíže. Mnohdy jsou takovými výrazy internacionalismy nebo se jedná o výrazy přejaté z odborného funkčního stylu, které tak přejdou do publicistické sféry.⁴⁹

5.7 Propria

Vlastní jména, která byla odosobněna a zobecněna, se nazývají propria. Metaforicky jsou použity k přenesení významu, odvozujeme je z názvů klubů, sportovců, měst (*Brňáci*), státu (*Češi*), podle oficiálních barev týmu (*Modrozlutí*).⁵⁰

⁴⁸ Mlčoch, Miloš. 2002, str. 20

⁴⁹ BIDERMAN, Daniel. Jazykové prostředky v současné psané sportovní žurnalistice. Olomouc, 2011. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Miloš Mlčoch

⁵⁰ BIDERMAN, Daniel. Jazykové prostředky v současné psané sportovní žurnalistice. Olomouc, 2011. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Miloš Mlčoch

6 Metodologie

V praktické části jsme vyhledávali v Českém národním korpusu, v rozhraní KonText jsme pracovali se synchronním korpusem psané češtiny SYN2015.⁵¹ V rámci tohoto korpusu jsme vytvořili tři subkorpuse: *publicistika*, *sport* a *bulvár*. Vzhledem k tomu, že sport i bulvár spadají do oblasti publicistiky, obsahuje tento subkorpus všechny výrazy z obou zbývajících. Pro vyhledání relevantních údajů jsme použili základní typ dotazu CQL – *Corpus Query Language*. Konkrétní podoba dotazu je [word=".*"], ve kterém znak „.“ představuje jednu pozici ve slově a „*“ libovolné množství jeho opakování. Tímto způsobem jsme byli schopni vyhledávat všechna slova zahrnutá v subkorpusech.

Nejprve jsme obecně porovnali frekvenci slovních druhů ve třech vytvořených subkorpusech. V každém subkorpusu byl vytvořen seznam lemmat, reprezentativní slovníkové podobě slova, která představuje univerzálně pro podstatná jména nominativ singuláru (*pole*), pro adjektiva je to nominativ singuláru maskulina (*tvrdý*) a pro slovesa tvar infinitivu (*běhat*). Tyto frekvenční seznamy jsme sestavili na základě prvních 50 nejčastějších slov. Zvláštní pozornost jsme věnovali slovním druhům autosémantickým, plnovýznamovým. Ze sysémantických slovních druhů jsme se zaměřili na spojky, především nám šlo o to, o jaké vztahy mezi větami se v rámci publicistických textů jedná. Excerpovaný materiál jsme podrobili lingvistické analýze na základě odborných publikací. Vytvářením frekvenčních seznamů konkrétních slovních druhů a jejich porovnáváním ve všech subkorpusech byla provedena analýza jazyka bulváru a sportu na pozadí publicistiky.

⁵¹ Křen, M. – Cvrček, V. – Čapka, T. – Čermáková, A. – Hnátková, M. – Chlumská, L. – Jelínek, T. – Kovářiková, D. – Petkevič, V. – Procházka, P. – Skoumalová, H. – Škrabal, M. – Truneček, P. – Vondříčka, P. – Zasina, A.: SYN2015: reprezentativní korpus psané češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2015. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>

7 Praktická část

7.1 Frekvenční srovnání slovních druhů v subkorpusech

Po vytvoření všech tří korpusů začneme se samotnými frekvenčními seznamy. Podle výše popsaného návodu zadáme dotaz [word=".*"] postupně do všech subkorpusů.

Při analýze musíme brát v potaz, že existují slova, jenž přecházejí z jedné slovnědruhové kategorie do druhé. Příručka *Čeština – Řeč a Jazyk* říká, že mezi slovními druhy není pevná hranice, která by jedno slovo zařazovala zřetelně do jediné kategorie. Problém je v tom, že jednotlivá kritéria, morfologická, syntaktická a sémantická, se kolikrát protínají. Toto prolínání dalo za vznik přechodným slovnědruhovým jevům s typy *pokladní, stavení, hajný a brzdicí*. Jevu, kdy slovo z jedné slovní kategorie přechází do druhé, se říká podle slovního druhu, kterým se nově stává, například substantivizace (pokud se z něj stává podstatné jméno, *cestující člověk -> cestující*), adverbializace (*číst vleže*), nebo prepozicionalizace (*počínaje dneškem*).⁵²

Na rozdíl od jiných odvětví obsahuje bulvární publicistika z větší části grafickou stránku, mnohé bulvární deníky omezují textovou stránku článků ve prospěch fotografií a zvýrazněných titulků, aby zvýšili přístupnost čtenáři.⁵³ Autoři bulváru navíc většinou pracují v časové tísní, kdy musí hotový článek odevzdat do druhého dne, což se podepisuje na úrovni jazyka. Rádi sklouzávají k frazémům, jednoduchým ustáleným spojením, která jsou jim vždy po ruce a čtenáři jsou na ně zvyklí.

Obecně nejvíce jsou zastoupena ve všech subkorpusech podstatná jména (N). Ta jsou klíčová, neboť pojmenovávají aktéry děje, obzvláště v publicistice, kde jsou důležitá vlastní jména (*propria*). Podstatná jména označují samostatné jevy, a to jak konkrétní, tak abstraktní. Navíc jsou nositeli tématu, je v nich koncentrována velká informační hustota. Ve sportovní žurnalistice se dá očekávat, že většinu z nich představují jména hráčů, trenérů, týmů či měst, ze kterých tým pochází. Četné zastoupení se předpokládá i u názvů samotných sportů a odborné sportovní terminologie. U bulvární publicistiky jde hlavně o vlastní jména celebrit, míst či děl.

Na druhé pozici v seznamech se vyskytuje značka Z, tedy interpunkční znaky. Ty sice nepatří mezi slovní druhy, nicméně jsou důležité k určování konkrétních typů vět, zdali jde o souvětí dlouhá, v tom případě se objeví více čárek, nebo jednoduché věty, přičemž bychom

⁵² Čechová, Marie. 1996, str. 74

⁵³ MLČOCH, Miloš. Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku. *Naše řeč* [online]. 2002, 85 (5), p.235-243 [2020-04-18]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7698>

sledovali počet koncových interpunkčních znamének. Z nich dále poznáme emotivní výpovědi (končící vykřičníkem) či konstatování nebo otázky.

Slovesa (V) jsou na třetím místě, jsou podstatná, jelikož vyjadřují činnost, stav nebo jeho změnu a podílejí se na celkové dynamičnosti textu. V psané publicistice se mnohdy pro svou neosobnost objevují pasivní tvary (*Kéž by mu byla do vínku dána i dlouhověkost stejně jako želvám a bavil vás třeba sto padesát let* – Týdeník televize). Sportovní fenomén je nabytý dynamičností, jejímž prostředkem jsou právě slovesa. Sportovní novináři využívají této dynamičnosti především k oživení popisu děje na hřišti. Ten přibližují čtenáři například užíváním tvaru přítomného času ve vypravování minulého aktu.

Přídavná jména (A) jsou v zastoupení subkorpusu *publicistika* na čtvrtém místě, adjektiva přiřazují vlastnost a hodnotí jevy. Tradičně je dělíme na kvalitativní, vyjadřující hodnocení vlastnosti, a relační, mající vztah k nějaké osobě, čase, druhu či místu. Oblast publicistiky je bohatá i na adjektiva slovesná, užívaná jako prostředek kondenzované větné stavby⁵⁴ (*Jeho hlavním objevem se stal tzv. Nakayův diagram, graf dělicí tvar vločky do více než čtyřiceti skupin v závislosti na teplotě a vzdušné vlhkosti prostředí při jejich vzniku* – Týdeník televize).

V subkorpusech *sport* i *bulvár* jsou adjektiva na pozici šesté. Ve sportu se užívají především ta kvalifikační, hodnotící. Můžeme se setkat ale i s adjektivy relačními, která udávají informace o místě, ze kterého hráči pochází (*brněnský*) či přivlastňují jev jednomu sportu (*fotbalový*). Přivlastnění má dvě možnosti vyjádření, pomocí adjektiva a 2. pádu substantiva, což vede ve sportovních komentářích k tomu, že se jednoduše přivlastňuje 2. pádem příjmení bez křestního jména (*branka Haška*). Pokud by se ale toto pojmenování mělo opakovat, místo 2. pádu se použije adjektivum (*převaha síly – silová převaha*).⁵⁵

V zábavní publicistice se uplatňují znovu především hodnotící adjektiva se snahou zaujmout čtenáře. Kromě toho jde nicméně autorům i o přiblížení vlastností celebrit, jejich vzhledu či popisu prostoru. Mnohdy zacházejí autoři do extrémů s nadužíváním superlativ, jde jim o dramatizaci situace.

Důležitost předložek (R), spojek (J) a zájmen (P) roste s „vyšší obsahovou a myšlenkovou náročností textu“⁵⁶, jelikož představují prostředky provázanosti. Příznačné jsou tzv. předložky nevlastní, neboť vyjadřují složitější vztahy mezi jevy explicitněji. V praxi konkurují spojení předložková spojením bezpředložkovým, vytlačují je pro svou větší

⁵⁴ Čechová, Marie, 1997, str. 94

⁵⁵ Tamtéž, str. 94

⁵⁶ Tamtéž, str. 85

významovou zřetelnost. V současnosti bývá v projevech administrativních, ale i žurnalistických, nahrazována předložka v předložkami jinými (*na pokoji, těžko se dostávají hráči do šance*). To není ovšem jediný posun v používání předložek v publicistice. Hojně je zaměňování vazeb předložek *mimo* s předložkou *kromě* (*mimo těch peněz*).⁵⁷

Zájmena (P) představují zkrácení textu náhradou substantiva, v takovém případě je ale třeba dbát na užití zájmena tam, kde podstatné jméno lze odvodit z kontextu. V mnohých případech jsou ukazovací zájmena užívána i při odkazování na nejbližší jméno, přitom se ale substantivum opakuje. Zájmena patří společně se zájmennými příslovci a zájmennými číslovkami k tzv. deiktickým slovům, označujícím a ukazujícím na skutečnost – deixe.

Číslovky (C) jsou obecně více využívány v administrativních a publicistických textech, kde je potřeba udat konkrétní číselný údaj. Číslovky ve sportovních článcích představují způsob zapisování výsledků. Časté jsou i pro počty kol, zápasů či strefených míčků. Běžné jsou krátké zápisy skóre při online komentářích (*Barcelona: Sparta, 2:1*), řadové číslovky jako údaj umístění v žebříčku (*skončit na druhém místě.*), ale i násobné číslovky, představující počet opakování děje (*tříkrát se splést*) nebo srovnání (*dvakrát tak přesný*).

Príslovce (D) ukotvují situaci v čase (*dnes*) a prostoru (*doma*), navíc slouží v publicistických textech ekonomičnosti vyjádření tím, že zastupují mnohoslovná spojení příslovečná, objevují se zde nově tvořená příslovce (*navážno, jaksepatří, nadrobno, namátkově*).⁵⁸ V případě bulvárních i sportovních tisků nejde u příslovci tolik o zkrácení textu jako spíše o další rozvíjení sloves (*chytře přilepšit*). Tím přispívají různými detaily a hodnocením.

Částice (T) a citoslovce (I) jsou na seznamu mezi posledními, částice jsou součástí spíše mluveného jazyka, zvláště pak takové typu *tak, no tak*, které v mluveném projevu představují parazitní slova.⁵⁹ Citoslovce na druhou stranu vyjadřují emoce a zvuky, jsou tedy vhodné do soukromé konverzace, ne do oficiálních projevů.

Na jedenáctém místě stojí slova, jejichž slovní druh není znám (X), jde většinou o cizí názvy firem nebo jmen či odborné termíny.

⁵⁷ Tamtéž, str. 85

⁵⁸ Tamtéž, str. 106

⁵⁹ Tamtéž, str. 109

7.2 Frekvenční špička autosémantik

7.2.1 Podstatná jména

Substantiva buďto pojmenovávají osoby, zvířata a věci, jež můžeme nějakým způsobem smysly vnímat, můžeme si na ně „sáhnout“, taková substantiva potom nazýváme konkrétní. Druhou skupinou jsou substantiva abstraktní, která pojmenovávají především vlastnosti a děje. Dále dělíme podstatná jména podle významových okruhů, a to podle jejich přípon např. na jména označující nositele vlastnosti, obyvatele, činitele.⁶⁰

Ve všech třech subkorpusech se nachází nejvíce podstatných jmen abstraktních. Nejmarkantnější rozdíl mezi substantivy abstraktními a konkrétními je v subkorpusu *sport*, ve kterém představují abstrakta 31 slov z nejčastějších padesáti. Konkréta jsou zastoupena jen devíti příklady. Mimo jiné se ale najdou i slova, jež spadají do obou kategorií, závisle na konkrétním kontextu:

- **kolo:**

příklad ve významu abstraktním: *Přesto do úvodního zápasu 1. kola proti Los Angeles nastoupil.* (Sport magazín)

příklad ve významu konkrétním: *Při telefonickém rozhovoru ještě vyšlapávala na kole únavu z finále, pak už spěchala do Pekingu, kde již odstartoval další velký turnaj.* (Nedělní sport)

- **strana:**

příklad ve významu abstraktním: *Na jedné straně erupce radosti, na druhé pocit zmaru.* (Nedělní sport)

příklad ve významu konkrétním: *Někdy mám dávat balon do stran a dbát, aby šla hra víc do šířky (...).* (Sport GÓÓÓL!)

Ve sportu převažují podstatná jména z oblasti sportovního odvětví. Jedná se například o slova *liga, gól, kouč, utkání, mužstvo, turnaj*. Z dalších klasifikací můžeme uvést slova činitelská (*hráč, trenér, kouč, fanoušek, útočník, soupeř*), názvy dějové (*závod, zápas, hra, utkání*), slova hromadná (*tým, mužstvo*), deminutiva (*branka*), propria (*Sparta, Praha, Plzeň, Tomáš, Slavia, Petr*) a slova zkratková (*NHL*).

Patrný rozdíl v poměru abstrakt a konkrét najdeme i v subkorpusu *publicistika*, ve kterém představují konkréta jen 8 slov, zatímco abstrakt se mezi nejčastějšími padesáti slovy

⁶⁰ HAVRÁNEK, B. a A. Jedlička. Česká mluvnice. Praha: SPN. 1963. str. 105

nachází 27. Opět se ale objevují slova, jejichž zařazení záleží na kontextu, a to mnohdy stejná, jako v subkorpusu *sport*, uvádíme tedy jen rozdílné příklady:

- **koruna**

příklad ve významu abstraktním: *Stál tehdy tisíc korun, což bylo dost drahé.*

(Překvapení)

příklad ve významu konkrétním: *Vysázeny byly i nové stromy, které vytvoří v budoucnosti koruny nad parkovacími stánkami vzniklými v rámci dalšího evropského projektu Park and Drive. (Evropské noviny)*

- **strana**

příklad ve významu abstraktním: *Silnice R52 se začne stavět obchvatem Mikulova, kam rakouská strana dostaví dálnici do dvou tří let. (Lidové noviny)*

příklad ve významu konkrétního místa: *Na dno i strany přitiskněte plátky lososa tak, aby mírně přečnívaly přes okraj. (Týdeník televize)*

- **cena**

příklad ve významu abstraktním: *Tehdy jsem si říkala: Ale za tuhle cenu? Dnes ji chápu. (Magazín Práva)*

příklad ve významu konkrétního objektu: *Dostal totiž diváckou cenu Františka Filipovského za to, jak namluvil zabijáka Dextera. (Týdeník televize)*

- **země**

příklad ve významu abstraktním: *Tehdy začal ráj na zemi, ale netrval dlouho. (Překvapení)*

příklad ve významu konkrétním: *Až uvidíte k zemi padat vločky, zkuste jim nastavit rukáv kabátu, a než roztají, pořádně si je prohlédněte. (Týdeník televize)*

- **škola**

příklad ve významu abstraktním: *Naplnil se tak tradiční scénář, kdy v červenci slábně zájem některých zaměstnavatelů přijímat nové pracovníky v průběhu dovolených a úřady práce zároveň zaplní čerství absolventi škol. (Evropské noviny)*

příklad ve významu konkrétním: *Peníze dá město například na rekonstrukci Výstaviště Flora, opravy ulice Štítného, velkého kanalizačního sběrače v lokalitách Povel a Nové Sady, ale také na zateplení a výměny oken ve školách v majetku města. (Evropské noviny)*

- **peníze**

příklad ve významu abstraktním: *Chceme dát nové Komisi a zejména jejímu*

předsedovi ještě šanci, aby se vrátil ke svému původnímu programu a hledal v Evropském parlamentu většinu mezi stranami, které chtějí šetřit peníze daňových poplatníků a které jsou přesvědčené, že není třeba regulovat každý okamžik našich životů. (Evropské noviny)

příklad ve významu konkrétním: Vyvrcholilo to šestý den pobytu, když Eva utratila tátovy, a dokonce i moje peníze, které zmizely z mého pokoje. (Překvapení)

- **kraj**

příklad ve významu abstraktním: Pardubický kraj je v tomto ohledu specifický, protože zde nejsou silnice zpoplatněny téměř vůbec. (Evropské noviny)

příklad ve významu konkrétním: Na kraj kratší strany položíme pramen vyválený z marcipánu a těsto přes něj přeložíme. (Týdeník televize)

- **cesta**

příklad ve významu abstraktním: Přitom je cesta k otevřené společnosti, řečeno slovy sociologa Ralpa Dahrendorfa, nezbytnou podmínkou úspěšné transformace z totality do demokracie. (Evropské noviny)

příklad ve významu konkrétním: Tam mají na automaty štěstí. Už před pěti lety se otevřely první podél cest či v blízkosti statků. (Evropské noviny)

- **místo**

příklad ve významu abstraktním: Obecně platí, že se zkoumá, zda vzdělání odpovídá profesi a zda na toto místo nemůže být přijat jiný zaměstnanec z Německa. (Evropské noviny)

příklad ve významu konkrétním: Na místě se zvýší i počet parkovacích míst, celkem vznikne osmnáct stání. (Evropské noviny)

- **měsíc**

příklad ve významu abstraktním: Měli bychom využít první měsíce roku, řekněme leden až červenec, abychom získali návrhy státních rozpočtů. (Evropské noviny)

příklad ve významu konkrétním: Od Měsíce, hvězd, vzdálených lamp ... a odraz od předmětů zachytí speciální přístroj. (Magazín Víkend DNES)

Mezi prvními padesáti nejfrekventovanějšími podstatnými jmény se v psané publicistice objevují také propria, tedy slova vlastní (*Praha, Petr*), jména činitelská (*hráč*), látková (*voda*), zkratky (*Kč*), hromadná (*společnost, tým, skupina*), názvy děje (*hra*) a slova přejatá z anglického jazyka (*firma*).

Poměr mezi abstraktními a konkrétními podstatnými jmény se téměř stírá v subkorpusu *bulvár*, ve kterém rozdíl představují jen 4 slova. Obvyklá jsou opět i propria (*Praha, Petr, Jiří* a *Blesk*), znovu se zde objevuje i zkratka (*KČ*), jména přechýlená (*manželka, zpěvačka*), látková (*voda*) a hromadná (*rodina, policie*). I zde se ovšem najdou slova, jejichž rozřazení do kategorie záleží na kontextu, ve kterém se nacházejí:

- **soud**

příklad ve významu abstraktním: *Zamítnutí této změny ze strany Ústavního soudu se ministr nebojí.* (Aha!)

příklad ve významu konkrétním - soudce: *A co na rozhodnutí soudu říká Agáta Hanychová?* (Aha!)

7.2.2 Přídavná jména

Adjektiva vyjadřují vlastnosti jevů označovaných jmény podstatnými, nebo jejich vlastnosti zpřesňují. Díky této vlastnosti ve větě představují nejčastěji přívlastek shodný, nicméně mohou plnit i funkce jiné. Podle významového hlediska se přídavná jména dělí na několik kategorií.

Ve všech třech subkorpusech převažují adjektiva kvalifikační, vyjadřující „vlastnost v užším smyslu, jakost“⁶¹ (*důležitý, známý, zajímavý, podobný*). Tato adjektiva jsou hodnotícím nástrojem publicistiky. Jak bylo již řečeno, publicistické projevy plní vedle funkce informační i funkci persvazivní, přesvědčovací. Novináři se snaží recipientům ukázat cestu, jak hodnotit události, o kterých píše. Četné zastoupení mají i adjektiva relační, jež vyjadřují vztah nebo nějaké určení. Nejčastěji se vyskytuje určení místa (*český, evropský, americký, světový, národní*), časoprostoru (*současný, minulý, letošní, bývalý, poslední*). V subkorpusu *sport* jsou hojně zastoupena i relační adjektiva vyjadřující vztah ke sportu (*fotbalový, olympijský, hokejový, ligový, reprezentační*), zatímco subkorpus *publicistika* obsahuje navíc vztahová adjektiva obecnější povahy (*politický, finanční, sociální*). Častá jsou přídavná jména deskriptivní, vyjadřující absolutní vlastnost, která se dál nedá stupňovat (*jiný, vlastní, jediný, stejný, bílý, vítězný, mrtvý, společný*). Všechny tři subkorpusy navíc obsahují jedno adjektivum nesklonné (*rád*).

7.2.3 Příslovce

Nejčastějšími adverbii v psané publicistice jsou cirkumstantiva neboli taková, která vyjadřují okolnostní příznak adjektiv, verb či jiných adverbii. Nejfrekventovanějšími jsou c. časová (*včera, dnes, právě, brzy, stále, často, nakonec*), způsobová (*jak, stejně, spolu, jinak, prostě,*

⁶¹ HAVRÁNEK, B. a A. Jedlička. Česká mluvnice. Praha: SPN; 1963. str. 174

naopak) a míry (*hodně, ještě, velmi, moc, navíc, stejně, trochu*). Jen málo se mezi nimi objevují adverbia místa (*doma, daleko*), v subkorpusu *publicistika* se nevyskytují mezi nejfrekventovanějšími padesáti vůbec. Ve všech třech se, zato objevuje adverbium vyjadřující přípustku (*sice*) a příčinu (*proto, proč*).

Hojně se vyskytují i příslovce zájmenná, taková, jež mají společný základ právě se zájmeny. Tato příslovce nemohou stát sama o sobě, významu nabývají až ve větě.⁶² Jedná se o příslovce jako *tak, tam, kdy, kde, také, taky, tady, nikdy* atd. Kromě těchto dvou skupin jsou na třetím místě predikativa, ta v zásadě spolu se slovesem tvoří sponový přísudek (*dobře*) či vyjadřují modalitu (*třeba, určitě, úplně, možná*).

7.2.4 Slovesa

V psané publicistice jsou slovesa třetím nejfrekventovanějším slovním druhem, a to i v bulvární a sportovní žurnalistice. Ani ve slovesech se bulvární a sportovní publicistika v zásadě neliší. Nejrozšířenějšími, a to i v našich subkorpusech, jsou slovesa plnovýznamová. Plnovýznamová slovesa jsou důležitým prvkem dynamičnosti. Z nejfrekventovanějších padesáti sloves je většinové zastoupení právě těch plnovýznamových (*podarit, dodat, jít, stát, myslet, udělat, získat, patřit, čekat vypadat*). Ve sportovní publicistice se vyskytuje často sloveso *hrát*, s různými sufixy, které dourčují význam slova.

- **Hrát:** *Byl jsem spíš na lavičce, ale o to víc jsem si mohl vychutnat, jak hraje.* (Sport GÓÓÓL!)
- **Vyhrát:** *Naposledy vyhrál dvakrát v řadě Messi, předtím Xavi.* (Sport GÓÓÓL!)
- **Prohrát:** *Jak jednou nedej bože prohraj, bude to už trošku horší.* (Nedělní sport)
- **Odehrát:** *Jeho synovec přitom odehrál před konečnou nominací jediný zápas za národní tým, a to v březnu v přípravě s Egyptem.* (Nedělní sport)

Obvyklá jsou i slovesa pomocná, doplňující prvek modality či fázovosti slovesům plnovýznamovým. Mezi nejčastější modální slovesa v psané publicistice patří *mít, moci, chtít, muset*, která se vyskytují ve všech třech subkorpusech. Fázová slovesa, která se objevují poměrně často jsou *stát, začít, čekat, chtít, skončit* a *zůstat*. Nejfrekventovanějším verbem ve všech subkorpusech je verbum *být*. *Být* může stát ve významu sponovém (*Reakce na jejich práci jsou různorodé – od odchodu znechucených diváků během představení až po většinou pozitivní ohlasy kritiků – Respekt*) nebo auxiliárním (*Odměnou by mu navíc byla čistší voda v*

⁶² Havránek B. a A. JEDLIČKA. 1963. str. 299

řekách, pestřejší krajina, osídlená například neobvyklými druhy ptáků, a v budoucnu zřejmě i vyšší dotace z Bruselu – Respekt).

Běžným prvkem zapojení čtenáře do děje, nebo vytvoření falešného dialogu, je užití plurálu (*Jen se podívejte na tu zvrhlost! – Aha!*).

7.2.5 Syntaktické slovní druhy-spojky

Spojky jsou syntaktickým slovním druhem, jsou významově závislé. V psaných projevech často dochází k jejich vypouštění, aby se zabránilo opakování spojovacích výrazů.⁶³ Ve větách jednoduchých (mezi jednotlivými členy) se vyskytují sporadicky, navíc ne se závislostní funkcí, nýbrž pouze jako prostředky určování vztahu významu.⁶⁴ Jsou slovními druhy neohebnými, až na dvě výjimky. Jedná se o spojku *aby* (*Znervózněla a sklopila uši jen v okamžiku, kdy ji panička přidržela za obojek, abychom je mohli spolu vyfotit. – Aha!, „Budu si dávat pozor na to, abych se neangažovala v české politice,“ řekla jste v roce 2009. – Story*) a spojku *kdyby* (*Kdybych měla víc peněz, asi bych utrácela za kamínky. – Aha!, Já stojím víc nohama na zemi a snažím se řídit rozumem, ale i mně v hlavě vrtal červíček – co kdybychom opravdu vyhráli miliony? – Rytmus života*).

Nejčastěji užívanou spojkou psané publicistiky je spojka *a*. Ta je nejtypičtější pro poměr slučovací (*Při odjezdu liberecké výpravy z košického letiště se kouč Samuel Slovák malinko opomenul a štrádoval si to k autobusu pro fanoušky místo fotbalisty.*), ale také často vyjadřuje poměr odporovací (*O dva týdny poději (...) nám najednou večer zavolal, že mu tady chybí kamarádi, a ráno říkal věci, nad kterými zůstává rozum stát. – Sport*) nebo důsledkový (*Gudasův táta Leo se hned ozval, že jeho syn je zraněný, a proto na mistrovství nemůže. - Sport*), podmínkový (*To je otázka plnění mezinárodních limitů, a pokud je splní, nemám problém s tím ji nominovat. - Sport*) nebo ve spojení s dalším výrazem i stupňovací (*Nejen chlapci a dívky, ale i jejich tátové, a dokonce nejstarší generace, si notovali. – Sport GÓÓÓL*).

Souřadící spojky se mohou spojovat jak se slovy, tak i frázemi či větami, zatímco spojky podřadící se vyskytují převážně mezi větami. Pokud spojují jen slova, jedná se o elipsu.⁶⁵

Nejčastějším poměrem mezi souřadícími spojkami je poměr odporovací, vyjádřený spojkami jako *ale, však, nýbrž, jenže, nicméně, ovšem*. V odporovacím významu se spojky *však* užívá jen v psaném jazyce.⁶⁶ V menším zastoupení se objevují i spojky vysvětlovací (*neboť,*

⁶³ Čechová. 1997

⁶⁴ Čechová. 1997

⁶⁵ KARLÍK, Petr (2017): SPOJKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

URL: <https://www.czechency.org/slovník/SPOJKA> (poslední přístup: 1. 5. 2020)

⁶⁶ MACHÁČKOVÁ, E. K úloze některých spojovacích prostředků v textu. NŘ 70. 1987. s. 113–122.

vždyť, však, tedy, neboli, čili), slučovací (a, že, i, ani, jednak) a vylučovací (bud', nebo, či, anebo).

Z podřadicích spojek jsou nejčastější ty vyjadřující důvod (*jestli, jestliže, protože, jak, vždyť, když*). Často se vyskytují i spojky podmínkové (*-li, jestliže, když, pokud, zda, kdyby*), přípustkové (*ačkoli, ač, přestože, nicméně, byť, ať*) a časové (*zatímco, když, až, dokud, než, jakmile*). Méně se pak objevují konjunkce způsobové (*jako, tak, coby*), následkové (*tudíž, proto, tedy, tak, takže*), příčinné (*protože, že, jelikož, když*), účelové (*aby, ať*) a nejméně spojky vyjadřující průvodní okolnost (*aniž*).

Ve sportovní psané publicistice se navíc objevuje spojka, jenž se ani v jedné z dalších frekvenčních špiček neobjevila. Jedná se o spojku *plus*, která se velmi často pojí s výrazem *minus* ve významu přibližně. (*Přežívají bonusy za získané body a vstřelené góly v sezoně, za statistiku plus minus, za umístění týmu v play off.* – Sport magazín). Mnohdy stojí i ve významu sčítání, především sčítání skóre nebo času hry. (*Přesto handrkování trvalo několik měsíců a cena za amerického snajpra se nakonec posunula ještě o něco výš: výběr v prvním a druhém kole draftu 2010 plus v prvním kole draftu 2011.* – Sport magazín)

Bulvární žurnalistika naopak mnohdy užívá spojku *alias*, pro vysvětlování, především přezdívek, uvádí jméno jinak. Synonymním výrazem by mohla být spojka *neboli*. (*Eva Jeníčková alias filmová Vendulka utěšitelka prý odjela do Ameriky za dobrodružstvím a aby utekla malosti.* – Story)

Stálým fenoménem především v bulvární publicistice je nesprávné užívání spojky *aniž*. Mnoho žurnalistů si není vědomo kondicionálního spojení *aniž by*, nejednou se tam, kde by mělo být *aniž* napíše *aniž by* a obráceně (*Alan Newton dostane z rozhodnutí newyorského soudu více než 323 milionů korun, protože strávil 22 let za mřížemi, aniž spáchal trestné činy napadení a znásilnění.* – Blesk).⁶⁷

Spojky mohou vyznačovat v různých spojeních různé vztahy. Výjimkou jsou spojky přípustkové (*ačkoliv, ač, přestože, třebaže*), nicméně většina jich je polysémmní – slouží k vyjadřování více vztahů. Například *dokud* primárně vyjadřuje čas (*Ale marná sláva, musel vydržet. Dokud nebyl konec zápasu.* - Sport), ale může působit i ve spojení podmínkovém (*Ne, nevyslyšela tím prosbu či spíše nařízení fanoušků, že nesmí nosit tradiční červenobílé dresy, dokud se nepolepší.* – Nedělní sport). Podobně může *když* vyjádřit čas (*Když jsem byl někdy v roce 2003 v Americe, trenér mi říkal, že mám přibrat.* - Sport) či podmínku (*Když je to zajímavý podnik, nikdy neříkáme: Dejte nám peníze, jinak nevysíláme.* - Sport).

⁶⁷ Spojka *aniž* v novinářské češtině. Naše řeč [online] 1938, 22 (2), str. 63–64, [2020-04-18]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3258>

Běžným prvkem v publicistice jsou přirovnání, která jsou mnohdy idiomatická. Nejčastějším srovnávacím prostředkem je spojka *jako*, která se vyskytuje ve všech subkorpusech v hojné míře. Žurnalisté vytváří vlastní aktualizovaná přirovnání, která následně uplatňují v dalších utkáních, což značí opakovanost sportovních událostí. Aktualizace jsou tendencí žurnalistů o narušení jazykového projevu, jeho obměně. K aktualizaci vyjádření dochází v publicistice neustále, jedná se o velmi dynamický a dobu odrážející funkční styl. Aktualizovaný výraz působí na čtenáře nezvykle, zajímavě, někdy mohou být aktualizace fungovat jako humorná složka textu. („*Chci být jedničkou na světě, “ říká devatenáctiletý mladík, jenž servisem jak z kanónu a výstavním forhendem nápadně připomíná hru Jo-Wilfrieda Tsongy. – Sport; Piloti budou provádět nálety ke svým technikům, v boxové uličce se budou dělat kolony jak na pražském Nuselském mostě v osm hodin ráno během dopravní špičky. – Sport*)⁶⁸

V psané publicistice se také řeší problém knižnosti. Zastaralé výrazy jsou nahrazovány jejich novějšími synonymy. Eva Minářová ve své publikaci *Stylistika pro žurnalisty*⁶⁹ uvádí, že v mluvených projevech převažují výrazy hovorové nad knižními, zatímco v psaných je tomu naopak. Nicméně podle frekvenčního seznamu užití spojek v psané publicistice docházíme k závěru, že výrazy knižní se v psaných projevech vyskytují rovnoměrně s jejich hovorovými protějšky. Konjunkce *zda*, která může působit pro čtenáře značně knižním rázem, se vyskytuje přibližně stejně často jako její hovorovější synonymum *jestli(že)* (*A tak jsem se začala zajímat, zda můžu být kouč v sexu a jestli to můžu někde studovat. – Aha!*). Podobný ráz má spojka *nicméně*, která je frekventovanější, než její hovorová varianta *přesto* (*Nicméně nejde jen o to, co láká děti, nýbrž i o to, co zajímá rodiče. – Sport magazín*). Sklony k užívání hovorových spojek sledujeme především v bulvární publicistice.

⁶⁸ MINÁŘOVÁ, Eva. 2011. str. 187

⁶⁹ MINÁŘOVÁ, Eva. 2011.

8 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo porovnat jazykové prostředky, především slovní druhy, v psané sportovní žurnalistice a objevit případné rozdíly mezi žurnalistikou sportovní a bulvární. Jazykový materiál jsme získali na základě dat z Českého národního korpusu.

V teoretické části jsme se věnovali jazyku sportovní psané publicistiky, čerpali jsme z několika odborných publikací. Vymezili jsme pojem žurnalistika a žurnalistika sportovní. Nejzásadnější pro nás bylo sledovat, v jaké míře do sportovní publicistiky pronikají výrazy slangové a aktualizované. Přesvědčili jsme se o tom, že podoba sportovních komentářů se neustále mění, zvyšuje se jejich informační nasycenost. Publicistika je v dnešní době provázaná s funkcí přesvědčovací, která souvisí s aktualizací jazyka. Mimoto jsme se věnovali korpusové lingvistice, jejímu vzniku, ale především jejímu přínosu pro jiné lingvistické i nelingvistické obory.

Předkládanou práci jsme zaměřili na zpracování korpusových dat. Jako výchozí jsme použili synchronní korpus *SYN2015*. V něm jsme vytvořili 3 subkorpuse, obecný *publicistika* a 2 specializované *sport* a *bulvár*. V těchto třech subkorpusech jsme nejprve vyhledávali frekvence jednotlivých slovních druhů, s pozorností zaměřenou na slovní druhy autosémantické. Porovnali jsme frekvence jednotlivých slovních druhů ve *sportu* a *bulváru*. Dále jsme analyzovali prvních 50 nejfrekventovanějších slov z autosémantik a jednoho slovního druhu sysémantického – spojky. Analýzu jsme provedli na základním slovníkovém tvaru jednotlivých slovních druhů – lemmatu.

Předpokladem bakalářské práce bylo, že se v korpusech budou hojně vyskytovat obrazná pojmenování, frazémy, aktualizace a publicismy. Očekávali jsme výraznější rozdíly mezi podstatnými jmény a slovesy mezi publicistikou sportovní a bulvární. Nicméně jsme na žádné významné rozdíly nenarazili. Na tomto místě je potřeba uvést, že předkládaná data jsou jen vzorky jazyka publicistického stylu. Tím, že jsme vyhledávali frekvenční špičku prvních padesáti zástupců jednotlivých slovních druhů, jsme ani zdaleka nedocílili kompletní analýzy. Například mezi prvními padesáti podstatnými jmény se nevyskytují téměř žádné publicismy, metafory ani frazémy. Převážně se vyskytují obecná podstatná jména jako například *rok*, *člověk*, *den*, *místo*. Dá se předpokládat, že analýza většího materiálu by přinesla zajímavější údaje.

Nejčastěji jsme ve sportovní publicistice zaznamenali podstatná jména abstraktní. Mnohá slova z excerpovaného materiálu byla slova homonymní. Uvedli jsme např. slova *hra*, *strana*, *kolo*. Mezi přídavnými jmény dominovala adjektiva kvalifikační, hodnotící (*důležitý*,

dlouhý, podobný). O něco méně jsme zaznamenali adjektiv kvalitativních, která spolu s těmi kvalifikačními spadají do kategorie deskriptivních adjektiv, nicméně ta vyjadřují vlastnosti absolutní, nelze je proto stupňovat (*vítězný, společný, černý*). Častá byla i adjektiva relační, vztahová (*fotbalový, sportovní, olympijský, ligový*). U sloves nás nepřekvapila dominance verb plnovýznamových (*snažit, rozhodnout, hrát*) ani to, že první místo obsadilo sloveso *být*, které je součástí přísudku jmenného se sponou. U příslovcí jsme zaznamenali převahu cirkumstantiv, nejčastěji časových (*pořád, hned, právě*) a vyjadřujících míru (*hodně, stejně, vůbec*). U spojek jsme se pozastavili nad tvrzením, že v psaných komunikátech převládají výrazy knižní. V excerpovaném materiálu jsme nicméně zaznamenali rovnováhu mezi spojkami knižními i hovorovými.

Největší obtíží při analyzování slovních druhů byl příliš obsáhlý materiál, který nebyl v rámci této bakalářské práce možný podrobit kompletní analýze. Věříme, že podrobnější a rozsáhlejší práce by sloužila jako objektivnější zdroj informací. Tato práce zcela jistě nepředstavuje kompletní analýzu jazyka sportovní žurnalistiky, ale spíše by měla posloužit jako dílčí sonda, která by např. v budoucnu mohla být východiskem pro podrobnější srovnání jazyka seriózního a bulvárního tisku. Jako možnost dalšího bádání se jeví např. analýza lexikální roviny textu.

9 Seznam použité literatury

- ČERMÁK, František a Renata BLATNÁ. *Jak využívat český národní korpus*. Praha: Lidové noviny, 2005. ISBN: 80-7106-736-9
- ČERMÁK, František. *Korpus a korpusová lingvistika*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN: 978-80-246-3710-5
- ČECHOVÁ, M., Z. HLAVSA, M. DOKULIL, Z. HRUŠKOVÁ a J. HRBÁČEK. *ČEŠTINA – ŘEČ A JAZYK*. Praha: nakladatelství ISV, 1996. ISBN: 80-85866-12-9
- ČECHOVÁ, M., J. CHLOUPEK, M. KRČMOVÁ a E. MINÁŘOVÁ. *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV, 1997. ISBN: 80-855866-21-8
- BEČKA, Josef V. *Česká stylistika*. Praha: Academia – nakladatelství Československé akademie věd. 1992. ISBN: 80-200-0020-8
- HAVRÁNEK, B. a A. JEDLIČKA. *Česká mluvnice*. Praha: SPN. 1963.
- MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada. 2011. ISBN 80-247-2979-4
- HUBÁČEK, Jaroslav a Eva JANDOVÁ. *Čeština pro učitele*. Opava: Optys. 1996. ISBN: 80-86041-30-1
- HUBÁČEK, Jaroslav. *Malý slovník českých slangů*. Ostrava: Profil. 1988
- KLIMEŠ, Lumír. *Slovník cizích slov*. Praha: SPN. 1981
- MLČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. ISBN 80-244-0397-8.
- HOFFMANOVÁ, Jana. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha; Academia. 2016. ISBN: 80-200-2556-1
- GREPL, Miroslav et al. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. [1a]. ISBN 978-80-7106-980-5. Dostupné také z:
<https://kramerius5.nkp.cz/uuid/uuid:9ed31fc0-2cfa-11e4-8e0d-005056827e51>

10 Seznam internetových zdrojů

ČERMÁK, F., J. Králík a K. Pala. *Počítačová lexikografie a čeština (počítačový fond češtiny)*. SaS 53, 1992, str. 41–48, [2020-04-08]. ISSN: 2571-0885. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3446>

ČERMÁK, F. – Blatná, R. – Hlaváčová, J. – Klímová, J. – Kocek, J. – Kopřivová, M. – Křen, M. – Petkevič, V. – Schmiedtová, V. – Šulc, M.: SYN2000: žánrově vyvážený korpus psané češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2000. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>

Spojka aniž v novinářské češtině. Naše řeč [online] 1938, 22 (2), str. 63–64, [2020-04-18]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3258>

MACHÁČKOVÁ, Eva. *K úloze některých spojovacích prostředků v textu*. NŘ 70. 1987. s. 113–122. ISSN: 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3258>

KARLÍK, Petr (2017): SPOJKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. URL: <https://www.czechency.org/slovník/SPOJKA> (poslední přístup: 1. 5. 2020)

František Čermák (2017): *KORPUSOVÁ LINGVISTIKA*. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy-Nový encyklopedický slovník češtiny. URL: [https://www.czechency.org/slovník/KORPUSOVÁ LINGVISTIKA](https://www.czechency.org/slovník/KORPUSOVÁ_LINGVISTIKA) (poslední přístup: 7. 5. 2020)

Roční výzkum Media Projekt. Unie vydavatelů. ASMEA. [2020-04-19] Dostupné z: https://www.median.eu/cs/?page_id=37

CVRČEK, Václav a RICHTEROVÁ Olga (eds). Start [online]. Příručka ČNK: 25.05.2018 [cit. 2020-03-23]. Dostupné na <http://wiki.korpus.cz/doku.php?id=start&rev=1527255653>.

MLČOCH, Miloš. *Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku*. Naše řeč [online]. 2002, 85 (5), p.235–243 [2020-04-18]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7698>

Křen, M. – Cvrček, V. – Čapka, T. – Čermáková, A. – Hnátková, M. – Chlumská, L. – Jelínek, T. – Kovářiková, D. – Petkevič, V. – Procházka, P. – Skoumalová, H. – Škrabal, M. – Truneček, P. – Vondříčka, P. – Zasina, A.: SYN2015: reprezentativní korpus psané češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2015. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>

Křen, M. – Cvrček, V. – Čapka, T. – Čermáková, A. – Hnátková, M. – Chlumská, L. – Jelínek, T. – Kovářiková, D. – Petkevič, V. – Procházka, P. – Skoumalová, H. – Škrabal, M. – Truneček, P. – Vondříčka, P. – Zasina, A.: Korpus SYN, verze 7 z 29. 11. 2018. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2018. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>

CVRČEK, Václav. Vítejte na wiki Českého národního korpusu [online]. Wiki Českého národního korpusu. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha [cit. 08.05.2020]. Dostupné z: <http://wiki.korpus.cz/doku.php/start>

Tomáš Machálek (2014): *KonText – aplikace pro práci s jazykovými korpusy*. FF UK, Praha. Dostupný z WWW: <http://kontext.korpus.cz>

11 Seznam kvalifikačních prací

RAIS, Tomáš. Jazykové prostředky komunikátů mluvené sportovní žurnalistiky (se zaměřením na televizní přímé přenosy utkání ledního hokeje). Olomouc, 2010. Bakalářská diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Miloš Mlčoch

LACINOVÁ, Eliška. Jazyk bulváru za první republiky. Praha, 2013. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Radka Holanová

BIDERMAN, Daniel. Jazykové prostředky v současné psané sportovní žurnalistice. Olomouc, 2011. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Miloš Mlčoch

12 Seznam příloh

Příloha č.1: Frekvenční seznam slovních druhů v subkorpusu *publicistika*

Příloha č.2: Frekvenční seznam slovních druhů v subkorpusu *sport*

Příloha č.3: Frekvenční seznam slovních druhů v subkorpusu *bulvár*

Příloha č.4: Frekvenční seznam podstatných jmen v subkorpusu *publicistika*

Příloha č.5: Frekvenční seznam podstatných jmen v subkorpusu *sport*

Příloha č.6: Frekvenční seznam podstatných jmen v subkorpusu *bulvár*

Příloha č.7: Frekvenční seznam přídavných jmen v subkorpusu *publicistika*

Příloha č.8: Frekvenční seznam přídavných jmen v subkorpusu *sport*

Příloha č.9: Frekvenční seznam přídavných jmen v subkorpusu *bulvár*

Příloha č.10: Frekvenční seznam sloves v subkorpusu *publicistika*

Příloha č.11: Frekvenční seznam sloves v subkorpusu *sport*

Příloha č.12: Frekvenční seznam sloves v subkorpusu *bulvár*

Příloha č.13: Frekvenční seznam příslovcí v subkorpusu *publicistika*



Příloha č.14: Frekvenční seznam příslovcí v subkorpusu *sport*

Příloha č.15: Frekvenční seznam příslovcí v subkorpusu *bulvár*











Příloha č.16: Frekvenční seznam spojek v subkorpusu *publicistika*

Příloha č.17: Frekvenční seznam spojek v subkorpusu *sport*


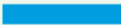










Příloha č.18: Frekvenční seznam spojek v subkorpusu *bulvár*

| | Filter | pos [part of speech] | Freq | |
|----|--------|----------------------|----------|--|
| 1 | p / n | N | 11028364 |  |
| 2 | p / n | Z | 5868853 |  |
| 3 | p / n | V | 5516648 |  |
| 4 | p / n | A | 3848084 |  |
| 5 | p / n | R | 3813236 |  |
| 6 | p / n | P | 3139664 |  |
| 7 | p / n | J | 2377270 |  |
| 8 | p / n | D | 2332732 |  |
| 9 | p / n | C | 1079785 |  |
| 10 | p / n | T | 366216 |  |
| 11 | p / n | X | 364879 |  |
| 12 | p / n | I | 8688 |  |

Příloha č.1: Frekvenční seznam slovních druhů v subkorpusu *publicistika*

| | Filter | pos [part of speech] | Freq | |
|----|--------|----------------------|--------|--|
| 1 | p / n | N | 601929 |  |
| 2 | p / n | Z | 412349 |  |
| 3 | p / n | V | 380123 |  |
| 4 | p / n | P | 230905 |  |
| 5 | p / n | R | 229754 |  |
| 6 | p / n | A | 173405 |  |
| 7 | p / n | D | 157401 |  |
| 8 | p / n | J | 142658 |  |
| 9 | p / n | C | 73688 |  |
| 10 | p / n | T | 24125 |  |
| 11 | p / n | X | 18969 |  |
| 12 | p / n | I | 594 |  |

Příloha č.2: Frekvenční seznam slovních druhů v subkorpusu *sport*

| | Filter | pos [part of speech] | Freq | |
|----|--------|----------------------|--------|--|
| 1 | p / n | N | 666777 |  |
| 2 | p / n | Z | 393676 |  |
| 3 | p / n | V | 354730 |  |
| 4 | p / n | R | 223868 |  |
| 5 | p / n | P | 208060 |  |
| 6 | p / n | A | 191719 |  |
| 7 | p / n | D | 141875 |  |
| 8 | p / n | J | 140276 |  |
| 9 | p / n | C | 65898 |  |
| 10 | p / n | T | 24608 |  |
| 11 | p / n | X | 18919 |  |
| 12 | p / n | I | 864 |  |

Příloha č.3: Frekvenční seznam slovních druhů v subkorpusu *bulvár*

| | Filter | lemma | Freq | |
|----|--------|------------|--------|---|
| 1 | p / n | rok | 178642 |  |
| 2 | p / n | člověk | 77837 |  |
| 3 | p / n | den | 38981 |  |
| 4 | p / n | místo | 38215 |  |
| 5 | p / n | dítě | 37987 |  |
| 6 | p / n | koruna | 37422 |  |
| 7 | p / n | doba | 37165 |  |
| 8 | p / n | město | 36421 |  |
| 9 | p / n | Praha | 33763 |  |
| 10 | p / n | strana | 32621 |  |
| 11 | p / n | milión | 30801 |  |
| 12 | p / n | cena | 30044 |  |
| 13 | p / n | svět | 29008 |  |
| 14 | p / n | práce | 28395 |  |
| 15 | p / n | země | 28030 |  |
| 16 | p / n | firma | 27804 |  |
| 17 | p / n | život | 26459 |  |
| 18 | p / n | případ | 25370 |  |
| 19 | p / n | dům | 24837 |  |
| 20 | p / n | společnost | 24714 |  |
| 21 | p / n | hodina | 24538 |  |
| 22 | p / n | čas | 24095 |  |
| 23 | p / n | zápas | 23861 |  |
| 24 | p / n | problém | 23006 |  |
| 25 | p / n | žena | 22947 |  |
| 26 | p / n | část | 22887 |  |
| 27 | p / n | procento | 22610 |  |
| 28 | p / n | muž | 22397 |  |
| 29 | p / n | tým | 22183 |  |
| 30 | p / n | Kč | 21477 |  |
| 31 | p / n | škola | 21138 |  |
| 32 | p / n | peníze | 21019 |  |
| 33 | p / n | voda | 20922 |  |
| 34 | p / n | konec | 20146 |  |
| 35 | p / n | věc | 20079 |  |
| 36 | p / n | cesta | 19934 |  |
| 37 | p / n | projekt | 19749 |  |
| 38 | p / n | kraj | 19356 |  |
| 39 | p / n | stát | 19251 |  |
| 40 | p / n | týden | 19241 |  |
| 41 | p / n | řada | 18926 |  |
| 42 | p / n | hráč | 17727 |  |
| 43 | p / n | minuta | 17664 |  |
| 44 | p / n | vláda | 17617 |  |
| 45 | p / n | film | 16803 |  |
| 46 | p / n | měsíc | 16563 |  |
| 47 | p / n | situace | 15649 |  |
| 48 | p / n | hra | 15442 |  |
| 49 | p / n | skupina | 15411 |  |
| 50 | p / n | klub | 15344 |  |

Příloha č.4: Frekvenční seznam podstatných jmen v subkorpusu *publicistika*

| | | | | |
|----|-------|----------|------|---|
| 1 | p / n | rok | 8272 |  |
| 2 | p / n | zápas | 7718 |  |
| 3 | p / n | hráč | 6221 |  |
| 4 | p / n | tým | 6169 |  |
| 5 | p / n | klub | 4390 |  |
| 6 | p / n | trenér | 4286 |  |
| 7 | p / n | gól | 4141 |  |
| 8 | p / n | liga | 3942 |  |
| 9 | p / n | sezona | 3681 |  |
| 10 | p / n | Sparta | 2656 |  |
| 11 | p / n | člověk | 2631 |  |
| 12 | p / n | utkáni | 2624 |  |
| 13 | p / n | svět | 2430 |  |
| 14 | p / n | sport | 2401 |  |
| 15 | p / n | místo | 2341 |  |
| 16 | p / n | Praha | 2330 |  |
| 17 | p / n | bod | 2305 |  |
| 18 | p / n | kouč | 2106 |  |
| 19 | p / n | fanoušek | 2079 |  |
| 20 | p / n | útočník | 2061 |  |
| 21 | p / n | fotbal | 2052 |  |
| 22 | p / n | minuta | 2046 |  |
| 23 | p / n | den | 2005 |  |
| 24 | p / n | mistr | 2003 |  |
| 25 | p / n | hra | 1982 |  |
| 26 | p / n | Plzeň | 1972 |  |
| 27 | p / n | kolo | 1913 |  |
| 28 | p / n | Tomáš | 1854 |  |
| 29 | p / n | soupeř | 1842 |  |
| 30 | p / n | titul | 1818 |  |
| 31 | p / n | Slavia | 1782 |  |
| 32 | p / n | šance | 1727 |  |
| 33 | p / n | konec | 1671 |  |
| 34 | p / n | závod | 1663 |  |
| 35 | p / n | čas | 1644 |  |
| 36 | p / n | doba | 1632 |  |
| 37 | p / n | problém | 1479 |  |
| 38 | p / n | milión | 1478 |  |
| 39 | p / n | branka | 1438 |  |
| 40 | p / n | soutěž | 1429 |  |
| 41 | p / n | Petr | 1426 |  |
| 42 | p / n | strana | 1352 |  |
| 43 | p / n | výkon | 1344 |  |
| 44 | p / n | finále | 1329 |  |
| 45 | p / n | mužstvo | 1329 |  |
| 46 | p / n | turnaj | 1311 |  |
| 47 | p / n | výsledek | 1309 |  |
| 48 | p / n | věc | 1308 |  |
| 49 | p / n | NHL | 1307 |  |
| 50 | p / n | hokej | 1291 |  |

Příloha č.5: Frekvenční seznam podstatných jmen v subkorpusu *sport*

| | | | | |
|----|-------|-----------|------|---|
| 1 | p / n | rok | 9732 |  |
| 2 | p / n | Praha | 4658 |  |
| 3 | p / n | člověk | 4194 |  |
| 4 | p / n | dítě | 3189 |  |
| 5 | p / n | den | 3180 |  |
| 6 | p / n | žena | 2749 |  |
| 7 | p / n | Kč | 2657 |  |
| 8 | p / n | život | 2562 |  |
| 9 | p / n | muž | 2465 |  |
| 10 | p / n | koruna | 2205 |  |
| 11 | p / n | doba | 2182 |  |
| 12 | p / n | milión | 1908 |  |
| 13 | p / n | místo | 1845 |  |
| 14 | p / n | rodina | 1664 |  |
| 15 | p / n | svět | 1658 |  |
| 16 | p / n | Blesk | 1618 |  |
| 17 | p / n | syn | 1606 |  |
| 18 | p / n | dům | 1536 |  |
| 19 | p / n | hodina | 1512 |  |
| 20 | p / n | čas | 1511 |  |
| 21 | p / n | policie | 1461 |  |
| 22 | p / n | práce | 1452 |  |
| 23 | p / n | auto | 1427 |  |
| 24 | p / n | voda | 1410 |  |
| 25 | p / n | cena | 1406 |  |
| 26 | p / n | herečka | 1395 |  |
| 27 | p / n | dcera | 1394 |  |
| 28 | p / n | film | 1354 |  |
| 29 | p / n | herec | 1343 |  |
| 30 | p / n | týden | 1341 |  |
| 31 | p / n | měsíc | 1296 |  |
| 32 | p / n | minuta | 1285 |  |
| 33 | p / n | manžel | 1275 |  |
| 34 | p / n | případ | 1275 |  |
| 35 | p / n | ruka | 1263 |  |
| 36 | p / n | problém | 1236 |  |
| 37 | p / n | Petr | 1220 |  |
| 38 | p / n | peníze | 1210 |  |
| 39 | p / n | nemocnice | 1205 |  |
| 40 | p / n | manželka | 1189 |  |
| 41 | p / n | město | 1181 |  |
| 42 | p / n | soud | 1148 |  |
| 43 | p / n | věc | 1145 |  |
| 44 | p / n | hlava | 1106 |  |
| 45 | p / n | role | 1089 |  |
| 46 | p / n | cesta | 1079 |  |
| 47 | p / n | zpěvačka | 1065 |  |
| 48 | p / n | chvíle | 1045 |  |
| 49 | p / n | Jiří | 1039 |  |
| 50 | p / n | konec | 1002 |  |

Příloha č.6: Frekvenční seznam podstatných jmen v subkorpusu *bulvár*

| | | | | |
|----|-------|-----------|-------|---|
| 1 | p / n | velký | 78468 |  |
| 2 | p / n | nový | 61821 |  |
| 3 | p / n | další | 58781 |  |
| 4 | p / n | český | 55596 |  |
| 5 | p / n | dobrý | 46744 |  |
| 6 | p / n | celý | 42306 |  |
| 7 | p / n | jiný | 37467 |  |
| 8 | p / n | poslední | 30327 |  |
| 9 | p / n | malý | 28271 |  |
| 10 | p / n | vysoký | 28142 |  |
| 11 | p / n | evropský | 20585 |  |
| 12 | p / n | starý | 20415 |  |
| 13 | p / n | rád | 19622 |  |
| 14 | p / n | hlavní | 18674 |  |
| 15 | p / n | mladý | 18365 |  |
| 16 | p / n | vlastní | 17446 |  |
| 17 | p / n | domácí | 16225 |  |
| 18 | p / n | možný | 15064 |  |
| 19 | p / n | různý | 14751 |  |
| 20 | p / n | dlouhý | 14225 |  |
| 21 | p / n | důležitý | 14164 |  |
| 22 | p / n | pražský | 14101 |  |
| 23 | p / n | americký | 13366 |  |
| 24 | p / n | jediný | 13290 |  |
| 25 | p / n | stejný | 13016 |  |
| 26 | p / n | současný | 12922 |  |
| 27 | p / n | státní | 12900 |  |
| 28 | p / n | známý | 12839 |  |
| 29 | p / n | bývalý | 12757 |  |
| 30 | p / n | špatný | 11464 |  |
| 31 | p / n | minulý | 11358 |  |
| 32 | p / n | světový | 11185 |  |
| 33 | p / n | podobný | 11181 |  |
| 34 | p / n | letošní | 11158 |  |
| 35 | p / n | příští | 10379 |  |
| 36 | p / n | místní | 10266 |  |
| 37 | p / n | těžký | 10071 |  |
| 38 | p / n | veřejný | 10039 |  |
| 39 | p / n | základní | 9996 |  |
| 40 | p / n | silný | 9991 |  |
| 41 | p / n | politický | 9988 |  |
| 42 | p / n | národní | 9590 |  |
| 43 | p / n | finanční | 9561 |  |
| 44 | p / n | sociální | 9481 |  |
| 45 | p / n | ostatní | 9411 |  |
| 46 | p / n | zajímavý | 8905 |  |
| 47 | p / n | nízký | 8568 |  |
| 48 | p / n | plný | 8556 |  |
| 49 | p / n | městský | 8313 |  |
| 50 | p / n | bílý | 8273 |  |

Příloha č. 7: Frekvenční seznam přídavných jmen v subkorpusu *publicistika*

| | | | | |
|----|-------|---------------|------|---|
| 1 | p / n | dobrý | 5365 |  |
| 2 | p / n | velký | 5071 |  |
| 3 | p / n | český | 4121 |  |
| 4 | p / n | poslední | 3024 |  |
| 5 | p / n | další | 2918 |  |
| 6 | p / n | jiný | 2367 |  |
| 7 | p / n | nový | 2230 |  |
| 8 | p / n | celý | 2062 |  |
| 9 | p / n | rád | 1720 |  |
| 10 | p / n | domácí | 1507 |  |
| 11 | p / n | mladý | 1442 |  |
| 12 | p / n | těžký | 1324 |  |
| 13 | p / n | vysoký | 1257 |  |
| 14 | p / n | fotbalový | 1236 |  |
| 15 | p / n | špatný | 1131 |  |
| 16 | p / n | světový | 1131 |  |
| 17 | p / n | bývalý | 1079 |  |
| 18 | p / n | jediný | 1038 |  |
| 19 | p / n | evropský | 996 |  |
| 20 | p / n | důležitý | 996 |  |
| 21 | p / n | hlavní | 959 |  |
| 22 | p / n | minulý | 911 |  |
| 23 | p / n | sportovní | 904 |  |
| 24 | p / n | olympijský | 865 |  |
| 25 | p / n | stejný | 860 |  |
| 26 | p / n | dlouhý | 860 |  |
| 27 | p / n | malý | 810 |  |
| 28 | p / n | silný | 804 |  |
| 29 | p / n | základní | 794 |  |
| 30 | p / n | hokejový | 754 |  |
| 31 | p / n | příští | 752 |  |
| 32 | p / n | jasný | 746 |  |
| 33 | p / n | národní | 735 |  |
| 34 | p / n | skvělý | 705 |  |
| 35 | p / n | ligový | 676 |  |
| 36 | p / n | starý | 649 |  |
| 37 | p / n | vlastní | 646 |  |
| 38 | p / n | podobný | 641 |  |
| 39 | p / n | rychlý | 626 |  |
| 40 | p / n | obrovský | 616 |  |
| 41 | p / n | ostatní | 606 |  |
| 42 | p / n | možný | 605 |  |
| 43 | p / n | současný | 602 |  |
| 44 | p / n | reprezentační | 575 |  |
| 45 | p / n | slavný | 528 |  |
| 46 | p / n | vítězný | 523 |  |
| 47 | p / n | příjemný | 518 |  |
| 48 | p / n | jistý | 515 |  |
| 49 | p / n | zlatý | 508 |  |
| 50 | p / n | letošní | 496 |  |

Příloha č.8: Frekvenční seznam přídavných jmen v subkorpusu *sport*

| | | | | |
|----|-------|-----------|------|---|
| 1 | p / n | velký | 3801 |  |
| 2 | p / n | nový | 2801 |  |
| 3 | p / n | český | 2740 |  |
| 4 | p / n | další | 2682 |  |
| 5 | p / n | dobrý | 2552 |  |
| 6 | p / n | celý | 2483 |  |
| 7 | p / n | jiný | 1823 |  |
| 8 | p / n | rád | 1738 |  |
| 9 | p / n | poslední | 1709 |  |
| 10 | p / n | malý | 1649 |  |
| 11 | p / n | pražský | 1248 |  |
| 12 | p / n | mladý | 1185 |  |
| 13 | p / n | vysoký | 1112 |  |
| 14 | p / n | starý | 1106 |  |
| 15 | p / n | vlastní | 985 |  |
| 16 | p / n | bývalý | 934 |  |
| 17 | p / n | známý | 919 |  |
| 18 | p / n | dlouhý | 908 |  |
| 19 | p / n | krásný | 886 |  |
| 20 | p / n | hlavní | 847 |  |
| 21 | p / n | slavný | 780 |  |
| 22 | p / n | těžký | 702 |  |
| 23 | p / n | jediný | 670 |  |
| 24 | p / n | špatný | 644 |  |
| 25 | p / n | americký | 626 |  |
| 26 | p / n | stejný | 625 |  |
| 27 | p / n | důležitý | 625 |  |
| 28 | p / n | plný | 619 |  |
| 29 | p / n | oblíbený | 565 |  |
| 30 | p / n | černý | 550 |  |
| 31 | p / n | možný | 550 |  |
| 32 | p / n | různý | 541 |  |
| 33 | p / n | bílý | 536 |  |
| 34 | p / n | fotbalový | 536 |  |
| 35 | p / n | šťastný | 536 |  |
| 36 | p / n | policejní | 509 |  |
| 37 | p / n | podobný | 504 |  |
| 38 | p / n | ostatní | 493 |  |
| 39 | p / n | blízký | 474 |  |
| 40 | p / n | luxusní | 457 |  |
| 41 | p / n | příjemný | 446 |  |
| 42 | p / n | mrtvý | 441 |  |
| 43 | p / n | domácí | 437 |  |
| 44 | p / n | minulý | 434 |  |
| 45 | p / n | silný | 431 |  |
| 46 | p / n | skvělý | 429 |  |
| 47 | p / n | zlatý | 427 |  |
| 48 | p / n | životní | 426 |  |
| 49 | p / n | společný | 422 |  |
| 50 | p / n | státní | 420 |  |

Příloha č. 9: Frekvenční seznam přídavných jmen v subkorpusu *bulvár*

| | | | | |
|----|-------|------------|---------|---|
| 1 | p / n | být | 1241697 |  |
| 2 | p / n | mít | 260753 |  |
| 3 | p / n | moci | 130126 |  |
| 4 | p / n | mušet | 64281 |  |
| 5 | p / n | chtít | 62209 |  |
| 6 | p / n | jít | 51212 |  |
| 7 | p / n | stát | 45606 |  |
| 8 | p / n | řici | 41928 |  |
| 9 | p / n | dát | 36838 |  |
| 10 | p / n | říkat | 34441 |  |
| 11 | p / n | dostat | 34390 |  |
| 12 | p / n | začít | 32861 |  |
| 13 | p / n | vědět | 30645 |  |
| 14 | p / n | přijít | 28854 |  |
| 15 | p / n | hrát | 28786 |  |
| 16 | p / n | dělat | 22291 |  |
| 17 | p / n | vidět | 21666 |  |
| 18 | p / n | najít | 20004 |  |
| 19 | p / n | myslet | 19318 |  |
| 20 | p / n | uvést | 19001 |  |
| 21 | p / n | získat | 18556 |  |
| 22 | p / n | patřit | 18487 |  |
| 23 | p / n | čekat | 18216 |  |
| 24 | p / n | dokázat | 17477 |  |
| 25 | p / n | nechat | 16909 |  |
| 26 | p / n | udělat | 16527 |  |
| 27 | p / n | vést | 15258 |  |
| 28 | p / n | lze | 15142 |  |
| 29 | p / n | rozhodnout | 15136 |  |
| 30 | p / n | snažit | 14298 |  |
| 31 | p / n | žít | 13720 |  |
| 32 | p / n | pracovat | 13519 |  |
| 33 | p / n | skončit | 12968 |  |
| 34 | p / n | platit | 12533 |  |
| 35 | p / n | potřebovat | 12530 |  |
| 36 | p / n | pomoci | 12403 |  |
| 37 | p / n | vrátit | 12239 |  |
| 38 | p / n | zůstat | 11817 |  |
| 39 | p / n | vypadat | 11367 |  |
| 40 | p / n | vyhrát | 11335 |  |
| 41 | p / n | připravit | 11321 |  |
| 42 | p / n | stačit | 11287 |  |
| 43 | p / n | dojít | 11128 |  |
| 44 | p / n | mluvit | 10809 |  |
| 45 | p / n | podařit | 10788 |  |
| 46 | p / n | dodat | 10678 |  |
| 47 | p / n | znát | 10409 |  |
| 48 | p / n | nabízet | 10395 |  |
| 49 | p / n | znamenat | 10290 |  |
| 50 | p / n | věřit | 10226 |  |

Příloha č.10: Frekvenční seznam sloves v subkorpusu *publicistika*

| | | | | |
|----|-------|------------|-------|---|
| 1 | p / n | být | 97016 |  |
| 2 | p / n | mít | 19635 |  |
| 3 | p / n | moci | 8269 |  |
| 4 | p / n | hrát | 5941 |  |
| 5 | p / n | muset | 5723 |  |
| 6 | p / n | chtít | 5089 |  |
| 7 | p / n | jít | 4475 |  |
| 8 | p / n | dát | 3561 |  |
| 9 | p / n | vědět | 3434 |  |
| 10 | p / n | dostat | 3131 |  |
| 11 | p / n | říkat | 3102 |  |
| 12 | p / n | řici | 3087 |  |
| 13 | p / n | stát | 2808 |  |
| 14 | p / n | přijít | 2612 |  |
| 15 | p / n | vyhrát | 2535 |  |
| 16 | p / n | myslet | 2327 |  |
| 17 | p / n | vidět | 2221 |  |
| 18 | p / n | dělat | 2001 |  |
| 19 | p / n | čekat | 1824 |  |
| 20 | p / n | udělat | 1746 |  |
| 21 | p / n | začít | 1616 |  |
| 22 | p / n | dokázat | 1604 |  |
| 23 | p / n | věřit | 1547 |  |
| 24 | p / n | skončit | 1338 |  |
| 25 | p / n | pomoci | 1214 |  |
| 26 | p / n | vést | 1177 |  |
| 27 | p / n | získat | 1174 |  |
| 28 | p / n | vrátit | 1161 |  |
| 29 | p / n | brát | 1071 |  |
| 30 | p / n | jet | 1046 |  |
| 31 | p / n | rozhodnout | 1046 |  |
| 32 | p / n | snažit | 1032 |  |
| 33 | p / n | mluvit | 1002 |  |
| 34 | p / n | cítit | 990 |  |
| 35 | p / n | zůstat | 983 |  |
| 36 | p / n | potřebovat | 930 |  |
| 37 | p / n | ukázat | 920 |  |
| 38 | p / n | patřit | 916 |  |
| 39 | p / n | prohrát | 915 |  |
| 40 | p / n | umět | 875 |  |
| 41 | p / n | vypadat | 875 |  |
| 42 | p / n | znát | 874 |  |
| 43 | p / n | nechat | 870 |  |
| 44 | p / n | dávat | 852 |  |
| 45 | p / n | stačit | 823 |  |
| 46 | p / n | odehrát | 817 |  |
| 47 | p / n | zvládnout | 817 |  |
| 48 | p / n | vzít | 816 |  |
| 49 | p / n | najít | 776 |  |
| 50 | p / n | nastoupit | 771 |  |



Příloha č.11: Frekvenční seznam sloves v subkorpusu *sport*

| | | | | |
|----|-------|------------|-------|---|
| 1 | p / n | být | 73125 |  |
| 2 | p / n | mít | 17665 |  |
| 3 | p / n | moci | 7360 |  |
| 4 | p / n | chtít | 4507 |  |
| 5 | p / n | muset | 4163 |  |
| 6 | p / n | říci | 3352 |  |
| 7 | p / n | jít | 3130 |  |
| 8 | p / n | stát | 2899 |  |
| 9 | p / n | dát | 2671 |  |
| 10 | p / n | dostat | 2512 |  |
| 11 | p / n | přijít | 2292 |  |
| 12 | p / n | vědět | 2282 |  |
| 13 | p / n | říkat | 2078 |  |
| 14 | p / n | začít | 2029 |  |
| 15 | p / n | hrát | 1794 |  |
| 16 | p / n | nechat | 1779 |  |
| 17 | p / n | dělat | 1673 |  |
| 18 | p / n | najít | 1552 |  |
| 19 | p / n | vidět | 1476 |  |
| 20 | p / n | čekat | 1326 |  |
| 21 | p / n | myslet | 1247 |  |
| 22 | p / n | udělat | 1243 |  |
| 23 | p / n | žít | 1148 |  |
| 24 | p / n | skončit | 1131 |  |
| 25 | p / n | vypadat | 1077 |  |
| 26 | p / n | chodit | 1061 |  |
| 27 | p / n | vzít | 993 |  |
| 28 | p / n | rozhodnout | 977 |  |
| 29 | p / n | patřit | 976 |  |
| 30 | p / n | dokázat | 939 |  |
| 31 | p / n | snažit | 937 |  |
| 32 | p / n | vrátit | 907 |  |
| 33 | p / n | zemřít | 890 |  |
| 34 | p / n | tvrdit | 861 |  |
| 35 | p / n | pomoci | 832 |  |
| 36 | p / n | dodat | 812 |  |
| 37 | p / n | potřebovat | 804 |  |
| 38 | p / n | objevit | 803 |  |
| 39 | p / n | získat | 788 |  |
| 40 | p / n | zůstat | 760 |  |
| 41 | p / n | znát | 757 |  |
| 42 | p / n | prozradit | 757 |  |
| 43 | p / n | uvést | 756 |  |
| 44 | p / n | stačit | 753 |  |
| 45 | p / n | mluvit | 748 |  |
| 46 | p / n | brát | 745 |  |
| 47 | p / n | platit | 711 |  |
| 48 | p / n | hrozit | 704 |  |
| 49 | p / n | jet | 699 |  |
| 50 | p / n | bát | 669 |  |

Příloha č. 12: Frekvenční seznam sloves v subkorpusu *bulvár*

| | | | | |
|----|-------|------------|--------|---|
| 1 | p / n | tak | 105217 |  |
| 2 | p / n | už | 103030 |  |
| 3 | p / n | jak | 71324 |  |
| 4 | p / n | také | 61127 |  |
| 5 | p / n | hodně | 55282 |  |
| 6 | p / n | pak | 49995 |  |
| 7 | p / n | ještě | 48552 |  |
| 8 | p / n | kde | 40444 |  |
| 9 | p / n | třeba | 32608 |  |
| 10 | p / n | tam | 31200 |  |
| 11 | p / n | kdy | 30610 |  |
| 12 | p / n | dobře | 27350 |  |
| 13 | p / n | dnes | 26856 |  |
| 14 | p / n | proto | 24081 |  |
| 15 | p / n | právě | 23550 |  |
| 16 | p / n | velmi | 23444 |  |
| 17 | p / n | teď | 23141 |  |
| 18 | p / n | již | 19985 |  |
| 19 | p / n | navíc | 19861 |  |
| 20 | p / n | tu | 19565 |  |
| 21 | p / n | brzy | 18310 |  |
| 22 | p / n | často | 17969 |  |
| 23 | p / n | stále | 17404 |  |
| 24 | p / n | nyní | 17024 |  |
| 25 | p / n | zatím | 16541 |  |
| 26 | p / n | stejně | 16307 |  |
| 27 | p / n | málo | 15848 |  |
| 28 | p / n | letos | 15725 |  |
| 29 | p / n | vůbec | 15564 |  |
| 30 | p / n | pouze | 15048 |  |
| 31 | p / n | hlavně | 14825 |  |
| 32 | p / n | nakonec | 14711 |  |
| 33 | p / n | tady | 14194 |  |
| 34 | p / n | proč | 14137 |  |
| 35 | p / n | sice | 14054 |  |
| 36 | p / n | především | 14054 |  |
| 37 | p / n | moc | 14053 |  |
| 38 | p / n | možná | 13566 |  |
| 39 | p / n | přítom | 13416 |  |
| 40 | p / n | zase | 13316 |  |
| 41 | p / n | téměř | 12964 |  |
| 42 | p / n | nikdy | 12939 |  |
| 43 | p / n | včera | 12714 |  |
| 44 | p / n | hned | 12594 |  |
| 45 | p / n | co | 11866 |  |
| 46 | p / n | pozdě | 11560 |  |
| 47 | p / n | samozřejmě | 11356 |  |
| 48 | p / n | naopak | 11022 |  |
| 49 | p / n | trochu | 10943 |  |
| 50 | p / n | jinak | 10932 |  |

Příloha č. 13: Frekvenční seznam příslovčí v subkorpusu *publicistika*

| | | | | |
|----|-------|------------|------|---|
| 1 | p / n | už | 9025 |  |
| 2 | p / n | tak | 7411 |  |
| 3 | p / n | hodně | 5415 |  |
| 4 | p / n | jak | 4906 |  |
| 5 | p / n | ještě | 4359 |  |
| 6 | p / n | teď | 3441 |  |
| 7 | p / n | pak | 3265 |  |
| 8 | p / n | tam | 3191 |  |
| 9 | p / n | dobře | 2630 |  |
| 10 | p / n | moc | 1917 |  |
| 11 | p / n | kdy | 1909 |  |
| 12 | p / n | kde | 1905 |  |
| 13 | p / n | třeba | 1904 |  |
| 14 | p / n | zase | 1591 |  |
| 15 | p / n | také | 1580 |  |
| 16 | p / n | navíc | 1473 |  |
| 17 | p / n | vůbec | 1453 |  |
| 18 | p / n | taky | 1453 |  |
| 19 | p / n | tady | 1428 |  |
| 20 | p / n | zatím | 1385 |  |
| 21 | p / n | pořád | 1356 |  |
| 22 | p / n | proto | 1337 |  |
| 23 | p / n | možná | 1329 |  |
| 24 | p / n | hned | 1309 |  |
| 25 | p / n | právě | 1296 |  |
| 26 | p / n | určitě | 1274 |  |
| 27 | p / n | brzy | 1211 |  |
| 28 | p / n | stejně | 1202 |  |
| 29 | p / n | dnes | 1171 |  |
| 30 | p / n | hlavně | 1132 |  |
| 31 | p / n | proč | 1120 |  |
| 32 | p / n | daleko | 1059 |  |
| 33 | p / n | sice | 1055 |  |
| 34 | p / n | velmi | 1048 |  |
| 35 | p / n | včera | 1021 |  |
| 36 | p / n | úplně | 1021 |  |
| 37 | p / n | nikdy | 1012 |  |
| 38 | p / n | nakonec | 991 |  |
| 39 | p / n | trochu | 976 |  |
| 40 | p / n | jinak | 976 |  |
| 41 | p / n | doma | 958 |  |
| 42 | p / n | dost | 929 |  |
| 43 | p / n | dlouho | 925 |  |
| 44 | p / n | prostě | 919 |  |
| 45 | p / n | samozřejmě | 903 |  |
| 46 | p / n | co | 874 |  |
| 47 | p / n | jednou | 871 |  |
| 48 | p / n | stále | 866 |  |
| 49 | p / n | takhle | 832 |  |
| 50 | p / n | nyní | 822 |  |



















































Příloha č.14: Frekvenční seznam příslovcí v subkorpusu *sport*

| | | | | |
|----|-------|---------|------|---|
| 1 | p / n | už | 7842 |  |
| 2 | p / n | tak | 6892 |  |
| 3 | p / n | jak | 4473 |  |
| 4 | p / n | pak | 3341 |  |
| 5 | p / n | hodně | 3062 |  |
| 6 | p / n | ještě | 3017 |  |
| 7 | p / n | také | 2825 |  |
| 8 | p / n | kde | 2640 |  |
| 9 | p / n | teď | 2409 |  |
| 10 | p / n | tam | 2230 |  |
| 11 | p / n | kdy | 1741 |  |
| 12 | p / n | dobře | 1588 |  |
| 13 | p / n | třeba | 1565 |  |
| 14 | p / n | včera | 1554 |  |
| 15 | p / n | proto | 1477 |  |
| 16 | p / n | dnes | 1337 |  |
| 17 | p / n | velmi | 1296 |  |
| 18 | p / n | právě | 1293 |  |
| 19 | p / n | brzy | 1227 |  |
| 20 | p / n | moc | 1226 |  |
| 21 | p / n | navíc | 1185 |  |
| 22 | p / n | nikdy | 1128 |  |
| 23 | p / n | stále | 1114 |  |
| 24 | p / n | nyní | 1040 |  |
| 25 | p / n | vůbec | 1027 |  |
| 26 | p / n | zase | 1006 |  |
| 27 | p / n | často | 974 |  |
| 28 | p / n | tu | 973 |  |
| 29 | p / n | nakonec | 971 |  |
| 30 | p / n | proč | 969 |  |
| 31 | p / n | hned | 921 |  |
| 32 | p / n | doma | 919 |  |
| 33 | p / n | zatím | 911 |  |
| 34 | p / n | sice | 902 |  |
| 35 | p / n | hlavně | 882 |  |
| 36 | p / n | stejně | 879 |  |
| 37 | p / n | spolu | 873 |  |
| 38 | p / n | tady | 866 |  |
| 39 | p / n | co | 818 |  |
| 40 | p / n | málo | 809 |  |
| 41 | p / n | dlouho | 806 |  |
| 42 | p / n | možná | 779 |  |
| 43 | p / n | vždy | 746 |  |
| 44 | p / n | zřejmě | 713 |  |
| 45 | p / n | již | 709 |  |
| 46 | p / n | poté | 704 |  |
| 47 | p / n | jednou | 704 |  |
| 48 | p / n | úplně | 696 |  |
| 49 | p / n | určitě | 676 |  |
| 50 | p / n | letos | 668 |  |


















Příloha č.15: Frekvenční seznam příslovcí v subkorpusu *bulvár*

| | | | | |
|----|-------|----------|--------|---|
| 1 | p / n | a | 899213 | |
| 2 | p / n | že | 286313 | |
| 3 | p / n | i | 239616 | |
| 4 | p / n | ale | 192575 | |
| 5 | p / n | jako | 107912 | |
| 6 | p / n | když | 80186 | |
| 7 | p / n | nebo | 78299 | |
| 8 | p / n | aby | 61895 | |
| 9 | p / n | než | 53190 | |
| 10 | p / n | ani | 40584 | |
| 11 | p / n | však | 39353 | |
| 12 | p / n | či | 36926 | |
| 13 | p / n | pokud | 31320 | |
| 14 | p / n | protože | 29377 | |
| 15 | p / n | tedy | 25428 | |
| 16 | p / n | takže | 18267 | |
| 17 | p / n | ovšem | 14330 | |
| 18 | p / n | až | 14159 | |
| 19 | p / n | kdyby | 12739 | |
| 20 | p / n | jestli | 11142 | |
| 21 | p / n | jenže | 10580 | |
| 22 | p / n | zda | 10541 | |
| 23 | p / n | zatímco | 8160 | |
| 24 | p / n | li | 6452 | |
| 25 | p / n | nicméně | 4647 | |
| 26 | p / n | ať | 4329 | |
| 27 | p / n | přestože | 4303 | |
| 28 | p / n | proto | 3600 | |
| 29 | p / n | neboť | 3369 | |
| 30 | p / n | buď | 3347 | |
| 31 | p / n | ačkoli | 3214 | |
| 32 | p / n | vždyť | 3201 | |
| 33 | p / n | anebo | 2774 | |
| 34 | p / n | byť | 2660 | |
| 35 | p / n | coby | 2247 | |
| 36 | p / n | jakmile | 2220 | |
| 37 | p / n | aniž | 2092 | |
| 38 | p / n | dokud | 2039 | |
| 39 | p / n | avšak | 1812 | |
| 40 | p / n | jelikož | 1709 | |
| 41 | p / n | zato | 1698 | |
| 42 | p / n | jestliže | 1693 | |
| 43 | p / n | jak | 1608 | |
| 44 | p / n | jednak | 1557 | |
| 45 | p / n | tudíž | 1500 | |
| 46 | p / n | tak | 1489 | |
| 47 | p / n | nýbrž | 1339 | |
| 48 | p / n | neboli | 1307 | |
| 49 | p / n | ač | 1135 | |
| 50 | p / n | čili | 868 | |

Příloha č.16: Frekvenční seznam spojek v subkorpusu *publicistika*

| | | | | |
|----|-------|----------|-------|---|
| 1 | p / n | a | 43136 |  |
| 2 | p / n | že | 22959 |  |
| 3 | p / n | ale | 15488 |  |
| 4 | p / n | i | 13592 |  |
| 5 | p / n | když | 7163 |  |
| 6 | p / n | jako | 6391 |  |
| 7 | p / n | aby | 4187 |  |
| 8 | p / n | nebo | 3058 |  |
| 9 | p / n | ani | 3017 |  |
| 10 | p / n | než | 2922 |  |
| 11 | p / n | však | 2656 |  |
| 12 | p / n | pokud | 1798 |  |
| 13 | p / n | protože | 1732 |  |
| 14 | p / n | kdyby | 1621 |  |
| 15 | p / n | takže | 1605 |  |
| 16 | p / n | jenže | 1596 |  |
| 17 | p / n | jestli | 1359 |  |
| 18 | p / n | tedy | 1108 |  |
| 19 | p / n | ovšem | 1075 |  |
| 20 | p / n | či | 794 |  |
| 21 | p / n | až | 683 |  |
| 22 | p / n | zda | 440 |  |
| 23 | p / n | vždyť | 424 |  |
| 24 | p / n | zatímco | 402 |  |
| 25 | p / n | ať | 308 |  |
| 26 | p / n | nicméně | 263 |  |
| 27 | p / n | přestože | 239 |  |
| 28 | p / n | byť | 221 |  |
| 29 | p / n | jakmile | 201 |  |
| 30 | p / n | buď | 185 |  |
| 31 | p / n | ačkoli | 185 |  |
| 32 | p / n | coby | 123 |  |
| 33 | p / n | neboť | 123 |  |
| 34 | p / n | proto | 119 |  |
| 35 | p / n | anebo | 111 |  |
| 36 | p / n | zato | 110 |  |
| 37 | p / n | dokud | 99 |  |
| 38 | p / n | jestliže | 96 |  |
| 39 | p / n | ač | 94 |  |
| 40 | p / n | jelikož | 93 |  |
| 41 | p / n | jak | 88 |  |
| 42 | p / n | tak | 85 |  |
| 43 | p / n | li | 83 |  |
| 44 | p / n | tudíž | 75 |  |
| 45 | p / n | aniž | 71 |  |
| 46 | p / n | nýbrž | 65 |  |
| 47 | p / n | kdežto | 47 |  |
| 48 | p / n | plus | 42 |  |
| 49 | p / n | jednak | 37 |  |
| 50 | p / n | avšak | 36 |  |

Příloha č.17: Frekvenční seznam spojek v subkorpusu *sport*

| | | | | |
|----|-------|----------|-------|---|
| 1 | p / n | a | 54235 |  |
| 2 | p / n | že | 17037 |  |
| 3 | p / n | i | 13698 |  |
| 4 | p / n | ale | 13400 |  |
| 5 | p / n | jako | 6177 |  |
| 6 | p / n | když | 5646 |  |
| 7 | p / n | nebo | 3947 |  |
| 8 | p / n | aby | 3575 |  |
| 9 | p / n | ani | 2781 |  |
| 10 | p / n | než | 2586 |  |
| 11 | p / n | protože | 1716 |  |
| 12 | p / n | pokud | 1703 |  |
| 13 | p / n | však | 1492 |  |
| 14 | p / n | či | 1292 |  |
| 15 | p / n | tedy | 1176 |  |
| 16 | p / n | takže | 1126 |  |
| 17 | p / n | až | 1058 |  |
| 18 | p / n | kdyby | 737 |  |
| 19 | p / n | jestli | 712 |  |
| 20 | p / n | jenže | 711 |  |
| 21 | p / n | ovšem | 709 |  |
| 22 | p / n | zda | 501 |  |
| 23 | p / n | zatímco | 409 |  |
| 24 | p / n | přestože | 355 |  |
| 25 | p / n | vždyť | 271 |  |
| 26 | p / n | li | 237 |  |
| 27 | p / n | proto | 236 |  |
| 28 | p / n | ať | 205 |  |
| 29 | p / n | ačkoli | 197 |  |
| 30 | p / n | coby | 194 |  |
| 31 | p / n | nicméně | 172 |  |
| 32 | p / n | buď | 167 |  |
| 33 | p / n | anebo | 150 |  |
| 34 | p / n | jakmile | 139 |  |
| 35 | p / n | dokud | 128 |  |
| 36 | p / n | jelikož | 112 |  |
| 37 | p / n | zato | 109 |  |
| 38 | p / n | aniž | 99 |  |
| 39 | p / n | alias | 90 |  |
| 40 | p / n | tak | 86 |  |
| 41 | p / n | jak | 84 |  |
| 42 | p / n | byť | 74 |  |
| 43 | p / n | neboť | 71 |  |
| 44 | p / n | jestliže | 69 |  |
| 45 | p / n | ač | 65 |  |
| 46 | p / n | tudíž | 56 |  |
| 47 | p / n | neboli | 56 |  |
| 48 | p / n | jednak | 50 |  |
| 49 | p / n | avšak | 50 |  |
| 50 | p / n | aneb | 43 |  |

Příloha č.18: Frekvenční seznam spojek v subkorpusu *bulvár*