

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra bohemistiky

Slohové postupy v televizním zpravodajství

Stylistic techniques in television reporting

Bakalářská diplomová práce

Autor: Lucie Staničková

Obor: Česká filologie

Vedoucí práce: Mgr. Jindřiška Svobodová, Ph.D.

Olomouc 2017

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Jindřišky Svobodové, Ph.D., pouze s využitím uvedených zdrojů.

V Olomouci dne 10. dubna 2017

.....

## Poděkování

Na tomto místě bych chtěla srdečně poděkovat vedoucí své práce Mgr. Jindřišce Svobodové, Ph.D., za poskytnutí odborného dohledu, věcných připomínek a času, který mé práci věnovala.

## Obsah

Úvod .....	7
1 Slohové postupy .....	9
1.1 Druhy slohových postupů .....	9
1.1.1 Slohový postup informační .....	10
1.1.2 Slohový postup popisný .....	10
1.1.3 Slohový postup vyprávěcí .....	11
1.1.4 Slohový postup výkladový .....	11
1.1.5 Slohový postup úvahový .....	12
2 Funkční styl publicistický .....	13
3 Žurnalistika .....	14
3.1 Žurnalistika mluvená a psaná .....	15
4 Zpravodajství .....	16
4.1 Televizní zpravodajství .....	17
4.2 Objektivita sdělení .....	17
5 Publicistika .....	19
5.1 Publicistický styl analytický .....	19
5.2 Publicistický styl beletristický .....	20
6 Média a mediální komunikace .....	21
6.1 Česká televize .....	22
6.1.1 Události .....	22
6.2 Televize Nova .....	23
6.2.1 Televizní noviny .....	23
7 Metodologie .....	24
7.1 Kvantitativní obsahová analýza .....	24

7.2	Vymezení dat .....	25
7.3	Výzkumné otázky a předpoklady.....	26
8	Analýza slohových postupů v Televizních novinách .....	27
8.1	Moderátorka Renáta Czadernová .....	27
8.1.1	Příklady a rozbor vzorků.....	28
8.2	Moderátor Petr Suchoň.....	30
8.2.1	Příklady a rozbor vzorků.....	31
8.3	Moderátorka Lucie Borhyová .....	33
8.3.1	Příklady a rozbor vzorků.....	34
8.4	Moderátor Reynolds Koranteng.....	35
8.4.1	Příklady a rozbor vzorků.....	36
8.5	Využití slohových postupů v Televizních novinách .....	38
9	Analýza slohových postupů v Událostech.....	40
9.1	Moderátorka Marcela Augustová .....	40
9.1.1	Příklady a rozbor vzorků.....	41
9.2	Moderátor Michal Kubal .....	42
9.2.1	Příklady a rozbor vzorků.....	42
9.3	Moderátorka Daniela Písařovicová .....	43
9.3.1	Příklady a rozbor vzorků.....	44
9.4	Moderátor Jakub Železný .....	45
9.4.1	Příklady a rozbor vzorků.....	46
9.5	Analýza slohových postupů v Událostech .....	47
10	Textová výstavba a obsah zpráv v Událostech a Televizních novinách .....	49
10.1	Komerzializace .....	50
10.2	Hodnocení.....	50
10.3	Slovní zásoba.....	51

10.4	Stylistické prostředky .....	53
10.5	Kompozice moderátorských vstupů .....	53
10.6	Větná stavba .....	54
10.7	Opakování a odkazování .....	54
11	Česká televize versus TV Nova .....	55
12	Závěr .....	57
	Anotace .....	59
13	Summary .....	61
14	Seznam použité literatury .....	63

## Úvod

Televizní zpravodajství je neodmyslitelnou součástí našeho života a zpravodajské relace nám přináší informace o dění a událostech nejen z domova, ale také ze všech koutů celého světa. Jedná se o nedílnou součást žurnalistiky, která tyto zprávy zpracovává s využitím různých jazykových a žánrových prostředků.

Cílem této práce je zjistit, zda se v televizním zpravodajství adekvátně využívají slohové postupy či nikoli. Budeme se věnovat především dvěma hlavním zpravodajským relacím, a to jak komerčního, tak veřejnoprávního média. Ze stanic veřejnoprávní televize se zaměříme na ČT1, především na zpravodajskou relaci Události, u které budeme analyzovat způsob využití postupů u všech čtyř moderátorů této zpravodajské relace, a to Marcely Augustové, Michala Kubala, Daniely Písařovicové a Jakuba Železného. Z komerčních televizí se zaměříme na TV Nova a pořad Televizní noviny, kde analýze podrobíme moderátorské dvojice Renáta Czadernová, Petr Suchoň a Lucie Borhyová a Reynolds Koranteng. Analyzované vzorky u pořadu Události České televize pochází z období července a srpna 2016. V případě Televizních novin musel být počet vzorků rozšířen tak, abychom získali korpus stejného rozsahu, a tak mohli v závěru provést relevantní srovnání i mezi danými televizními stanicemi. Proto použijeme materiál z období od července do září 2016. Zkoumané vzorky jsou čerpány a přepsány z mediální databáze Anopress, nejedná se ale o fonetický přepis, protože ten nebyl v rámci analýzy této práce zapotřebí.

V úvodu diplomové práce nejprve vymezíme základní pojmy týkající se především slohových postupů, žurnalistiky a médií. V první řadě představíme slohové postupy, jejich typy a příklady žánrů, ve kterých se dané postupy využívají. Následně vymezíme pojem funkční styl publicistický, který se slohovými postupy úzce souvisí. Zaměříme se na žurnalistiku jak obecně, tak také detailněji na zpravodajství a publicistiku. V teoretické části se zaměříme také na charakteristiku médií a mediální komunikace a představíme jednak Českou televizi a pořad Události, jednak televizi Nova se zpravodajskou relací Televizní noviny, na které se zaměříme v praktické části této práce.

Následně v rámci praktické části provedeme analýzu vybraných vzorků z hlediska tématu této práce. U jednotlivých moderátorů se zaměříme především na to, v jakém poměru využívají slohový postup informační a zda je dodržováno využití jazykových prostředků funkčního stylu zpravodajského či nikoli. V případě potřeby se zaměříme i na další výrazové prostředky textové, popř. syntaktické roviny, jejichž užitím by mohlo dojít k ohrožení objektivitě či omezení informační kvality zpravodajských sdělení. V závěru této práce porovnáme obě televizní stanice mezi sebou.



# 1 Slohové postupy

Jedním z prvních kroků při vytváření jazykového projevu, ať už mluveného nebo psaného, je volba slohového postupu. Jedná se o způsob zpracování konkrétního tématu a výstavbu textu. Josef V. Bečka v *České stylistice* definuje slohové postupy takto: „Slohovým postupem je způsob jazykového sdělování určité látky, určitého obsahu v pojetí tématu projevu, popř. jeho tematických úseků, je-li projev členitý.“<sup>1</sup> Znamená to, že slohové postupy jsou způsobem pojetí daného tématu jako celku nebo jeho jednotlivých částí, a každý autor jazykového projevu si volí určitý model, který mu napomáhá k vytvoření kompozice a obsahu jeho sdělení. Komunikant svým projevem směřuje k určitému záměru a cíli. Může se pokoušet adresáta informovat o aktuálních událostech nebo vysvětlit určité odborné poznatky tak, aby je posluchač nebo čtenář přijal a zaujal k nim postoj nebo nějaké stanovisko. Právě tento záměr nejvíce rozhoduje o výběru slohového postupu.

V jednotlivých projevech se postupy mohou kombinovat a modifikovat v rámci jednotlivých slohových útvarů. „Slohové útvary jsou konkrétní realizací abstraktních textových modelů.“<sup>2</sup> Můžeme je také označovat jako žánry, jejichž počet a charakter je proměnlivý a stále se vyvíjí. Tyto změny a vývoj jednotlivých žánrů závisí především na stále se měnících komunikačních potřebách společnosti. Slohové útvary nemusí být založeny pouze na jednom slohovém postupu, ale mohou se v rámci jednoho žánru také prolínat a mísit.

## 1.1 Druhy slohových postupů

V české stylistice se pracuje se čtyřmi základními slohovými postupy, které tvoří jakési základní jádro. Jedná se o slohový postup informační, popisný, vyprávěcí a výkladový. Mnohé jazykové příručky uvádějí také slohový postup úvahový, který je chápán jako modifikace postupu výkladového. To znamená, že se jedná o jeho

---

<sup>1</sup> BEČKA, Josef Václav. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992, s. 35.

<sup>2</sup> MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 118. Žurnalistika a komunikace.

určitou variantu. Josef V. Bečka v knize *Česká stylistika* zase nazývá slohový postup výkladový jako pojednávací.<sup>3</sup>

### 1.1.1 Slohový postup informační

Informační postup je jedním ze základních a nejjednodušších postupů, které se ve stylistice uplatňují, jeho cílem je zachycení základních údajů o aktuálních faktech. Tyto údaje musí být konkrétní a přesné. „Užitím tohoto postupu nic neobjasňujeme, nezdůvodňujeme, ale pouze konstatujeme fakta a často je uvádíme ve výčtové linii.“<sup>4</sup> Využívá se především ve sféře administrativní a také v odborných textech, avšak nalézt ho můžeme i ve zpravodajství nebo ve sféře soukromé, kde se uplatňuje v podobě běžného rozhovoru či soukromé korespondence, která se realizuje prostřednictvím osobního dopisu, SMS zprávy nebo e-mailu. Mezi žánry, které využívají právě slohového postupu informačního, můžeme zařadit například zprávu ať už v tisku, televizi nebo rozhlasu, životopis, protokoly nebo oznámení.

### 1.1.2 Slohový postup popisný

„Popisný postup představuje zachycení základních rysů, vlastností, částí a složek předmětu, jevů nebo dějů.“<sup>5</sup> Na základě těchto informací přináší publiku možnost si vytvořit vlastní obraz o sdělovaném předmětu nebo jevu. Klade se důraz na detaily a souvislosti, které s daným jevem nebo předmětem úzce souvisí. V popisu se často využívá prezentu, substantiv a adjektiv a uplatňuje se ve všech typech textu, avšak nejvíce dominuje především v oblasti umělecké a odborné. Existuje také několik jeho modifikací, například v případě popisu pracovního postupu, líčení, které je chápáno jako popis umělecký, nebo charakteristiky. Eva Minářová ve *Stylistice pro žurnalisty* vymezuje na základě popisného postupu slohové útvary jako popis, charakteristiku a posudek.

---

<sup>3</sup> BEČKA, Josef Václav. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992, s. 35.

<sup>4</sup> MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 78. Žurnalistika a komunikace.

<sup>5</sup> Tamtéž, s. 79.

### 1.1.3 Slohový postup vyprávěcí

U slohového postupu vyprávěcího „je látka koncipována a sdělena jako dějový proud příčinně spjatý s úkolem sdělit průběh tohoto dějového proudu a jeho zakončení.“<sup>6</sup>

Vyprávění se na základě vyprávěče dělí na objektivní nebo subjektivní. Děj může být popisován chronologicky, často se však objevují také retrospektivní pasáže a může mít formu mluvenou i psanou nebo připravenou či nepřipravenou. Časté je užití také monologu a dialogu. Využívá se velkého množství sloves, která vedou k dynamičnosti a dějovosti, což je právě pro tento slohový postup typické.

Uplatňuje se zejména ve funkčním stylu uměleckém, především v různých žánrech krásné literatury, kde bývá často doplněn také jinými slohovými postupy, například slohovým postupem popisným, a v jednodušší podobě se využívá také ve stylu prostědělovacím a publicistickým stylu beletristickém.

### 1.1.4 Slohový postup výkladový

„Výkladový slohový postup směřuje k zachycení vnitřních souvislostí sdělovaných faktů, základem jsou závislosti příčinné, ty však probíhají obvykle v čase a prostoru, a tak by měly být v textu také vyjádřeny.“<sup>7</sup> Jedná se o nejnáročnější slohový postup, při kterém se logicky vysvětlují předměty, jevy nebo děje. Jak již bylo výše zmíněno, Josef V. Bečka v *České stylistice* pojmenovává tento postup jako pojednávací. Využívá se zejména v odborném stylu a odtud přešel také do analytického stylu publicistického, kde se již tolik nevyužívá odbornosti výkladu. Uplatňuje se v žánrech jak mluvených, jako je například přednáška, tak i psaných, kam řadíme odborný referát, výklad a podobně.

---

<sup>6</sup> BEČKA, Josef Václav. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992, s. 35.

<sup>7</sup> ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, s. 109.

### 1.1.5 Slohový postup úvahový

Postup úvahový je často chápán jako modifikace postupu výkladového a liší se především subjektivností autora v úvahovém postupu. Autor zaujímá k danému problému nebo tématu určité stanovisko a subjektivně ho hodnotí. Využívá se především v textech odborných a vědeckých, ale pronikl také do analytického stylu publicistického. Mezi základní žánry tohoto postupu patří zejména esej a úvaha.

## 2 Funkční styl publicistický

Styl publicistický, někdy označovaný jako žurnalistický nebo novinářský, je jedním ze základních funkčních stylů češtiny. Kromě psaných textů v novinách a jiných periodikách do jeho rámce patří také mluvené projevy v rozhlasu či televizi, kde se v podobě speciálních pořadů posluchačům a divákům předávají aktuální informace. Jedná se o styl hromadných sdělovacích prostředků, které plní funkci informativní, persvazivní a agitační. Cílem masových prostředků je nejen zpravovat čtenáře nebo posluchače o aktuálních věcech a událostech, ale také na adresáta zapůsobit a přesvědčit ho, aby zaujal vlastní postoj a názor k danému problému. Pro tento funkční styl je typická objektivnost a také přesahy do oblasti dalších funkčních stylů.

Funkční styl publicistický je založen na spisovném jazyce, někdy se také využívá prostředků nespisovných, které pomáhají dotvářet specifický rys publicistických projevů a základní funkci publicistiky.<sup>8</sup> Stejně jako ve stylu administrativním také zde se využívá modelovosti vyjádření, protože dané situace, o nichž média informují, se často opakují, avšak nemusí se vždy jednat jen o výstavbu a kompozici daných projevů. „Modelový charakter má už kompozice jednotlivého čísla novin, rozsah a sled umístění rubrik v tisku, v rozhlasu a televizi zase pravidelný sled informací z domova a ze světa.“<sup>9</sup> Od autora komunikátu se vyžaduje srozumitelnost, aktuálnost, pravdivost a přesvědčivost.

V jazykových příručkách je publicistický styl chápán jako nadřazený pojem pro funkční styl zpravodajský, publicistický styl analytický a beletristický.

---

<sup>8</sup> ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, s. 250.

<sup>9</sup> Tamtéž, s. 249.

### 3 Žurnalistika

Žurnalistika je chápána jako typ veřejné komunikace a v českém prostředí bývá označována také jako novinářství. Je definována jako „činnost zaměřená na sbírání, úpravu a distribuci zpráv, příslušných komentářů a dalších charakteristických materiálů (sdělení) prostřednictvím masmédií.“<sup>10</sup> Masmédia nebo také hromadné sdělovací prostředky se dělí do dvou základních skupin. Na jedné straně stojí masmédia tištěná, tedy především noviny a periodika. S rozvojem a nástupem nových technologií se na straně druhé vymezila masmédia audiovizuální, jako je rozhlas a televize. Důležitou roli hrají také ekvivalenty tištěných a audiovizuálních médií na internetu, například internetové verze tištěných periodik, časopisů nebo rozhlasové a televizní vysílání po internetu.

Výstupy žurnalistiky plní různé funkce a právě na jejich základě se žurnalistika chápe jako nadřazený pojem pro zpravodajství a publicistiku. „K informování slouží zpravodajství, k hodnocení a přesvědčování publicistika.“<sup>11</sup> Typickým znakem žurnalistiky je především pravidelnost, v jaké jsou zprávy publiku přinášeny. V rámci tištěných periodik můžeme hovořit o periodicitě denní, týdenní či měsíční, avšak rozhlasové a televizní vysílání přináší nové a aktuální informace i několikrát za den. Důležitá je především aktuálnost informací o společenském dění a událostech nejen z domova, ale také z celého světa.

V rámci jazykových příruček využívá česká stylistika pojmu styl publicistický (popř. žurnalistický), který je, jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, nadřazeným pojmem pro funkční styl zpravodajský, publicistický styl analytický a beletristický a chápe se jako jeden ze základních funkčních stylů češtiny. Oproti tomu se v publikacích zaměřených na studium médií využívá pojmů žurnalistika, zpravodajství a publicistika. V tomto pojetí je žurnalistika chápána jako nadřazený pojem, který je tvořen ze dvou stěžejních pilířů a to, již jmenovaného, zpravodajství a publicistiky. V rámci této práce budeme vycházet především z první množiny

---

<sup>10</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In. DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia, 1997, s. 42.

<sup>11</sup> Tamtéž, s. 42.

pojmu, které využívá například Marie Čechová, Marie Krčmová a Eva Minářová v *Současné stylistice* nebo Eva Minářová v publikaci *Stylistika pro žurnalisty*.

### 3.1 Žurnalistika mluvená a psaná

Jelikož se tato práce zabývá především slohovými postupy v televizním zpravodajství, považujeme za nezbytné uvést také druhy žurnalistiky a nastínit jejich rozdíly. Žurnalistiku lze z hlediska formy rozdělit na mluvenou a psanou. „Mluvená žurnalistika zahrnuje komunikační činnosti, které vyvíjejí pracovníci masmédií.“<sup>12</sup> Jedná se především o rozhlasová a televizní zpravodajství, debaty nebo jiné specializované mediální pořady. V psané žurnalistice převládá spíše forma monologu. Dialog se vyskytuje zejména u rozhovorů a je typický spíše pro žurnalistiku mluvenou, v níž se uplatňuje spisovná čeština, především její hovorová vrstva, avšak v některých typech pořadů vstupují do vyjadřování také prvky nespisovné. Stejně jako v psané formě dochází v mluvené žurnalistice k prolínání jazykových prostředků z různých stylových sfér.

---

<sup>12</sup> MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 177. Žurnalistika a komunikace.

## 4 Zpravodajství

Zpravodajství chápeme jako „označení jedné ze základních novinářských činností a zároveň i produktu této činnosti.“<sup>13</sup> Prostřednictvím médií zprostředkovává adresátům fakta, která vybírá, shromažďuje a třídí.

Texty tohoto stylu podávají informace o aktuálních událostech nejen z domova, ale také ze světa. Základní funkce je informativní neboli zpravovací a autor projevu se snaží o rychlé, aktuální a především objektivní předání údajů publiku. Právě svou objektivitou se liší od publicistiky. Zpravodajství má jen zprostředkovávat a tlumočit informace tak, aby byl čtenář či posluchač obeznámen s novou událostí či situací a na rozdíl od publicistiky nemá obsahovat názor novináře. „Zpravodajské texty jsou charakteristické myšlenkovou hutností, nasyceností fakty, stručností sdělení, konkrétností a pojmovou srozumitelností.“<sup>14</sup> Ve zpravodajství se využívá stále častěji modelovosti, kterou způsobuje především snaha přinést danou zprávu co nejrychleji. Je zde nejvíce uplatňován slohový postup informační a využívají se neutrální prostředky spisovného jazyka. Po autorovi se vyžaduje znalost nejen jazykové, ale také stylové normy. „Slovní zásoba zahrnuje množství slov přejatých, zvláště anglicismů, například dealer, holding, market, image aj. s různou mírou počestění.“<sup>15</sup> Pro tuto oblast je nežádoucí využívání expresivních výrazů.

K žánrům zpravodajského stylu se řadí například zpráva, oznámení, inzerát nebo interview. Zpráva může mít formu mluvenou i psanou a na základě toho, které médium zprostředkovává přenos informací, dělíme zprávu na novinovou, rozhlasovou a televizní. Na pomezí mezi zpravodajským, publicistickým stylem analytickým a beletristickým stojí reportáž, která může být také jak mluvená, tak i psaná a přináší nejen informace o událostech, ale také autorův postoj, který k nim zaujímá.

---

<sup>13</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA, *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 214.

<sup>14</sup> MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 172. Žurnalistika a komunikace.

<sup>15</sup> Tamtéž, s. 173.



## 4.1 Televizní zpravodajství

Televizní zpravodajství se vyznačuje velkou mírou rychlosti a aktuálnosti při šíření audiovizuálních informací, zprostředkované divákům „jako nepřetržitý zpravodajský servis jednak v denní periodicitě a jednak v časové kontinuitě jednoho dne.“<sup>16</sup> Představuje rozsáhlou oblast žurnalistické činnosti. Na televizní zpravodajství mají také vliv zaměření televizní stanice nebo způsob jejího financování. Důležitým kritériem kvality televizního zpravodajství je bezpochyby objektivita.

Využívá se zde složky zvukové i obrazové a platí, že to, co divák vidí na obrazovce, by měl také slyšet. Důležitým prostředkem je využití neverbálních prvků, které se v TV zpravodajství uplatňují. Jedná se například o gesta, mimiku, tón nebo rychlost mluvy, avšak zásadní jsou také pohyby těla nebo zvolený oděv. Typické je využití spisovného jazyka s hovorovými prvky a prostředků mluveného projevu. Věty jsou krátké a srozumitelné a kompozice projevu je uspořádaná a promyšlená.

Hlavní zpravodajské relace bývají zařazeny na začátek večerního vysílání (tzv. prime time) a to svědčí o významu televizního zpravodajství, jehož cílem je přinášet informace o událostech z celého dne. TV zpravodajství je specifické také v tom, že je ve většině případů jediným programem, který je vysílán živě každý den.

## 4.2 Objektivita sdělení

Důležitým kritériem zpravodajství, které příjemci zpráv požadují a očekávají, je především objektivita sdělení. Je důležité hned na počátku práce tento pojem zavést, neboť v analytické části práce s tím budeme pracovat jako s jedním z hodnotících kritérií moderátorských vstupů.

Objektivita je pojem, který úzce souvisí s informační kvalitou a podle Denise McQuaila „představuje zvláštní formu mediální činnosti a zvláště postoj k úloze shromažďovat, zpracovávat a rozšiřovat informace.“<sup>17</sup> Hlavními rysy objektivity podle Denise McQuaila jsou: 1. odstup a neutralita ve vztahu k předmětu

---

<sup>16</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 80.

<sup>17</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 172.

zpravodajství (vyloučení subjektivního pohledu nebo osobního zaujetí); 2. absence stranění (zdržet se předpojatosti a nestavět se na něčí stranu); 3. přesnost a další kritéria pravdivosti (relevance a úplnost); 4. absence skrytých motivů nebo služby třetí straně.<sup>18</sup> Dodržování objektivity pomáhá posilovat důvěru recipientů v informace, které média přináší. Je patrné, že objektivita zvyšuje cenu zpráv na trhu a věrohodnost daných médií, která se snaží o dodržování objektivitu sdělení.

Především pro komerční média je typické, že moderátoři často uplatňují vlastní postoje, názory a snaží se tak zaujmout co nejvíce diváků a docílit zvýšení sledovanosti. V poslední době se však tento trend začíná projevovat také u veřejnoprávních médií, která by měla podávat informace nestranně a nezaujatě. Barbora Osvaldová dokládá, že „absolutní objektivnosti nelze dosáhnout, jelikož už sám výběr skutečností, které mají být sděleny, je proces neobjektivní.“<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 172.

<sup>19</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 12.

## 5 Publicistika

Publicistika pochází z latinského slova „publicus“, což v překladu znamená státní, veřejný, obecní nebo úřední. Spolu se zpravodajstvím utváří publicistika stěžejní pilíře žurnalistiky. Jak již bylo zmíněno, od zpravodajství se odlišuje především subjektivitou autorského sdělení. Autor kromě informací prezentuje také své hodnocení, postoje a vlastní názor. V užším smyslu pojmu se jedná o činnost, která je „spojená se stanoviskem, objasňující události, situace nebo myšlenky slovem, zvukem nebo obrazem v tisku, rozhlase, televizi i v tzv. nových médiích (internetu).“<sup>20</sup>

Využívá se výrazových a jazykových prostředků, které odráží autorovu individualitu. „Tento osobní vztah se manifestuje i při možném použití ich formy.“<sup>21</sup> Často se využívá slov obrazných a expresivních, což znamená, že publicistické texty nemusí být vždy tak jednoznačné a pochopitelné jako texty zpravodajské. Mezi publicistické útvary se řadí například článek, fejeton, reportáž, glosa nebo interview.

Publicistika bývá v jazykových příručkách chápána jako nadřazený pojem, který se dále dělí do dvou skupin. Jedná se o publicistiku analytickou a beletristickou. Jaroslav Bartošek ve své studii *Jazyk žurnalistiky* rozděluje publicistiku ještě do dalších skupin a k již zmíněným typům přidává ještě publicistiku blábolivou, manipulátorskou a úvahovou.<sup>22</sup>

### 5.1 Publicistický styl analytický

Oproti stylu zpravodajskému plní také styl analytický kromě funkce informativní funkci persvazivní i agitační. Právě funkce přesvědčovací a ovlivňovací se často chápe jako určující faktor jak mluvených, tak psaných publicistických projevů. V rámci tohoto stylu nemusí jít pouze o předávání výhradně nových informací. Cílem je také přinášet starší informace, u kterých je nový a aktuální například pouze jejich vývoj, postoj nebo nová analýza. Zároveň také autor vyjadřuje

---

<sup>20</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA, *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 146.

<sup>21</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 14.

<sup>22</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 57–58.

své argumenty a postoje k danému tématu a ovlivňuje adresáty. Pro tento styl je typický slohový postup informační zároveň s dalšími postupy, především výkladovým a úvahovým.

Mezi žánry publicistického stylu analytického řadíme glosu, proslov, interview nebo novinářskou recenzi i kritiku a můžeme sem zařadit také reklamu, pro kterou je typická funkce agitační. V rámci reklamy můžeme hovořit také o manipulaci s adresáty, která se v rámci jiných publicistických projevů uplatňuje jen minimálně.

## 5.2 Publicistický styl beletristický

„Ve srovnání s ostatními ho nejvíce charakterizuje nárůst beletrizace vyjadřování a subjektivita.“<sup>23</sup> Hojně se zde využívá prvků uměleckého stylu. Do popředí se tedy kromě základních funkcí publicistického stylu dostává také funkce estetická, která je pro umělecký styl typická. Projev se ozvláštňuje užitím prostředků obrazného vyjádření, jako jsou metafory, personifikace nebo metonymie. Do popředí se také dostává individualita autora projevu, který odhaluje svůj autorský styl.

Vyžívá se nejvíce slohového postupu vyprávěcího nebo popisného, bývá však také uplatňován postup informační. K útvarům stylu beletristického patří zejména fejeton, sloupek nebo beletrizovaná reportáž.

---

<sup>23</sup> MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 268. Žurnalistika a komunikace.

## 6 Média a mediální komunikace

Neodmyslitelnou součástí našeho života je komunikace. Představuje „proces přenosu a výměny sdělení informací mezi různými systémy nebo subsystemy v rámci daného systému (fyzikální, biologický, sociální apod.).“<sup>24</sup> Do každé komunikace jsou zapojeni tři činitelé, kterými jsou zprostředkovatel informace, dále samotné sdělení a příjemce. V současné společnosti plní média v roli zprostředkovatele informace stále významnější úlohu. Pojem „médiium“ pochází z latiny a znamená prostředek, zprostředkující činitel, tedy to, co něco zprostředkovává nebo zajišťuje. Setkáváme se s nimi ve vědních oborech, jako je fyzika, chemie či biologie, ale také v teorii sociální komunikace, kde je tento pojem chápáný jako médiium komunikační, tedy to, co zprostředkovává informace.

Pokud jsou zprostředkovatelem média, která komunikují s publikem, jedná se o proces mediální nebo také masové komunikace. Mediální komunikace představuje pro moderní společnost zdroj informací a poznatků, které jsou zprostředkovány pro větší okruh příjemců a přináší je ve většině případů profesionální komunikátoři, jako jsou novináři či moderátoři. Zprostředkovateli mohou být také „jiné osoby (např. inzerenti, výkonní umělci či politici), jimž organizace umožnila přístup do média.“<sup>25</sup>

Komunikační prostředky, které slouží k informování publika, skládajícího se z většího počtu lidí, se označují jako masová média. V českém prostředí masová média nazýváme také synonymem hromadné sdělovací prostředky. Zpravidla se pojmem masová média rozumí periodický tisk, především noviny a časopisy, dále knihy, televizní a rozhlasové vysílání, filmy, videa nebo také zvukové a obrazové záznamy na CD. Řadíme sem také sdělení dostupná na internetu, jež „mají povahu výstupu výrobní organizace (např. zpravodajské portály), akumulace uživatelských příspěvků (servery typu YouTube), individuálních počinů (např. autorské blogy), popř. kontaktních sebeprezentačních nástěnek (Facebook).“<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 93.

<sup>25</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 59.

<sup>26</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 21.

Často se také odlišují média tištěná od médií elektronických a média veřejnoprávní a komerční. Veřejnoprávní média jsou financována z veřejných peněz a obvykle se jedná o rozhlas nebo televizi. Na rozdíl od veřejnoprávních médií vznikají komerční média za účelem zisku, jehož hlavním zdrojem je především reklama.

V rámci této práce je nejdůležitějším masovým médiem televize. Jedná se o „audiovizuální masové médium umožňující přenos obrazové a zvukové informace.“<sup>27</sup> Hlavní funkcí televize je vysílání televizního programu. Od jiných médií se odlišuje především schopností sledovat a zaznamenávat události v době, kdy se odehrávají. Mezi nejvýznamnější se v Česku řadí veřejnoprávní Česká televize nebo komerční TV Nova a FTV Prima.

## 6.1 Česká televize

„Česká televize vznikla k 1. 1. 1992 podle zákona o České televizi (zákon č. 483/1991 Sb.) jako televizní služby veřejnosti České republiky.“<sup>28</sup> Jedná se o jedinou veřejnoprávní televizi, která vysílá celoplošně na území České republiky. Česká televize je subjektem nezávislým na státním rozpočtu a je financována jak z televizních poplatků, tak vlastní podnikatelské činnosti. V současné době se její organizace skládá z ČT v Praze a dále z Televizního studia v Brně a Ostravě.

Od roku 2011 je ředitelem České televize Petr Dvořák. Televizní studio v Brně vede od roku 2014 Jan Souček a studio v Ostravě řídí od roku 2013 Tomáš Šiřina.

### 6.1.1 Události

Události jsou hlavní zpravodajská relace České televize vysílanou na programech ČT1 a ČT24 o pravidelné délce 48 minut. Přináší informace o aktuálních a nejdůležitějších událostech, které se daný den udály v Česku nebo ve světě. Současnými moderátory tohoto pořadu jsou Marcela Augustová, Michal Kubal, Daniela Písařovicová a Jakub Železný.

---

<sup>27</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 187.

<sup>28</sup> Vznik a první kroky: Česká televize od roku 1993. [online] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/vznik-a-prvni-kroky/> [cit. 2017-02-07]

## 6.2 Televize Nova

Dne 4. 2. 1994 zahájila vysílání celoplošná soukromá televizní stanice TV Nova. Jako jedna z prvních televizí začala přerušovat program reklamou.<sup>29</sup> Jako komerční televize je placena především z příjmů z reklamy. Jedná se o jednu z nejsledovanějších televizních stanic v České republice. Od roku 2013 je generálním ředitelem TV Nova Christoph Mainusch.

### 6.2.1 Televizní noviny

Hlavní zpravodajskou relací TV Nova jsou Televizní noviny. Jedná se o nejstarší zpravodajskou relaci této televize a současně jde o jedno z nejsledovanějších zpravodajství v České republice. Součástí Televizních novin jsou také Sportovní noviny a Počasí. Tato relace začíná pravidelně každý den v 19:30 a trvá přibližně 50 minut. Hlavní zpravodajskou relaci moderuje vždy dvojice moderátorů. Aktuálně jsou jimi Lucie Borhyová, Reynolds Koranteng, Petr Suchoň, Renáta Czadernová, Kristina Kloubková a Martin Pouva. Renátu Czadernovou v současné době zastupuje Petra Svoboda, moderátorka Odpoledních Televizních novin.

---

<sup>29</sup> KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2003, s. 288.

## 7 Metodologie

Výzkumnou technikou, kterou budeme při analýze využívat, je kvantitativní obsahová analýza. Výhodou této metody je především možnost analyzovat větší vzorek textů. V následující kapitole dále vymezíme i zkoumaný vzorek textů, představíme způsob jeho zkoumání a následného zpracování.

### 7.1 Kvantitativní obsahová analýza

Obsahová analýza je chápána jako „tradiční metoda zkoumání obsahu.“<sup>30</sup> V 50. letech 20. století byla přesně definována Bernardem Berelsonem jako: „výzkumná technika pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu komunikace.“<sup>31</sup> Jedná se o jednu z nejpoužívanějších technik výzkumu mediálních obsahů, jejíž nejméně používanější podobou je právě analýza kvantitativní.

Průběh analýzy je založen přibližně na šesti krocích. Na počátku je třeba stanovit výzkumné téma a definovat si výzkumný problém. Druhým krokem je operacionalizace, která „umožňuje odpovědět na zadání výzkumného tématu.“<sup>32</sup> Nejprve si tedy stanovíme médium a vzorky textů, které budeme analyzovat. Následuje krok plánování a organizace, ve kterém vymezíme časový a organizační průběh analýzy. Dále musíme „ověřit vhodnost výzkumných metod.“<sup>33</sup> Tento krok bývá označován jako přípravná a ověřovací fáze. Důležitá je především zkouška kódovacího procesu. Teprve když zjistíme, že jsme správně stanovili kategorie, můžeme začít se sběrem dat. Data musíme analyzovat a interpretovat. „Závěr výzkumného procesu tvoří vyhodnocení.“<sup>34</sup>

Jak již bylo zmíněno, při analýze budeme využívat kvantitativní obsahovou analýzu. Pro potřeby analýzy budeme vycházet z teoretických poznatků z oblasti slohových postupů a zpravodajství, kterými jsme se zabývali v předchozích kapitolách.

---

<sup>30</sup> SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, s. 76.

<sup>31</sup> Tamtéž, s. 76.

<sup>32</sup> Tamtéž, s. 31.

<sup>33</sup> Tamtéž, s. 31.

<sup>34</sup> Tamtéž, s. 31.



## 7.2 Vymezení dat

Abychom došli k co nejpřesnějším hodnotám analýzy, bylo by vhodné zkoumat všechny televizní kanály a jejich zpravodajství. To však není možné vzhledem k rozsahu bakalářské práce a k časovému vymezení analýzy (2 měsíce). Analýza se bude zabývat Událostmi České televize, budeme sledovat všechny jejich moderátory: Marcelu Augustovou, Danielu Písařovicovou, Michala Kubala a Jakuba Železného.

V Televizních novinách TV Nova se zaměříme na moderátory Renátu Czadernovou, Lucii Borhyovou, Petra Suchoně a Reynoldse Korantenga. Rozboru budou podrobeny pouze promluvy moderátorů, ve kterých nedochází k dialogu nebo interakci s reportéry či hosty. Hlavním cílem bude detailně zpracovat ty části, ve kterých moderátor informuje o následující reportáži. V rámci televize Nova je také důležité zdůraznit, že analýza se netýká těch vstupů, ve kterých se moderátorská dvojice střídá v uvedení jedné reportáže.

Základním časovým vymezením analýzy jsou dva měsíce. Konkrétně budeme analyzovat 88 vzorků u každého moderátora, odvysílaných v roce 2016 od července do srpna. Abychom získali u všech moderátorů vzorky stejného rozsahu, museli jsme v případě Televizních novin zahrnout do analýzy také měsíc září. Analyzované vzorky jsou čerpány z mediální databáze Anopress<sup>35</sup>.

Při analýze vybraných televizních stanic a jejich hlavních zpravodajských relací se budeme soustředit na to, zda je dodržováno adekvátní využití slohových postupů, které odpovídají funkci komunikátu zpravodajského stylu. V rámci Událostí je u každého moderátora zvoleno 5 náhodných dní měsíce července a srpna, ve kterých se na televizních obrazovkách objevili. U moderátorů Televizních novin je počet dnů navýšen až na 20 dní, v případě Petra Suchoně a Renáty Czadernové je rozšířen dokonce i na měsíc září.

Zkoumaný vzorek se skládá ze základních jednotek, kterými jsou pořady Události České televize a Televizní noviny televize Nova. Základní jednotkou analýzy bude moderátorský vstup, odvysílaný právě během výše uvedených televizních pořadů.

---

<sup>35</sup> <http://www.anopress.cz/>

### 7.3 Výzkumné otázky a předpoklady

Předpokládáme, že v rámci komerční televize bude zastoupení slohových postupů ve zpravodajství rozmanitější než u televize veřejnoprávní. Důvodem může být především snaha co nejvíce zaujmout diváka a docílit vyšší sledovanosti zpravodajské relace; právě tento důvod je jedním z kritérií k odpoutávání se od tradičního informativního postupu směrem k vyprávění, které je zpravidla poutavější a zajímavější, a tak i divácky atraktivnější. Důležitá je také snaha o empatický přístup k informaci, ať už se jedná o zprávu dobrou či špatnou. Na základě empatie se stále častěji může využívat expresivity, která je typická právě pro vyprávění, avšak v postupu informativním by se expresivní výrazy vyskytovat neměly. Další příčinou může být stále častější nárůst bulvárních informací v komerční televizi, na jejichž základě se mění také forma sdělování těchto zpráv.

## 8 Analýza slohových postupů v Televizních novinách

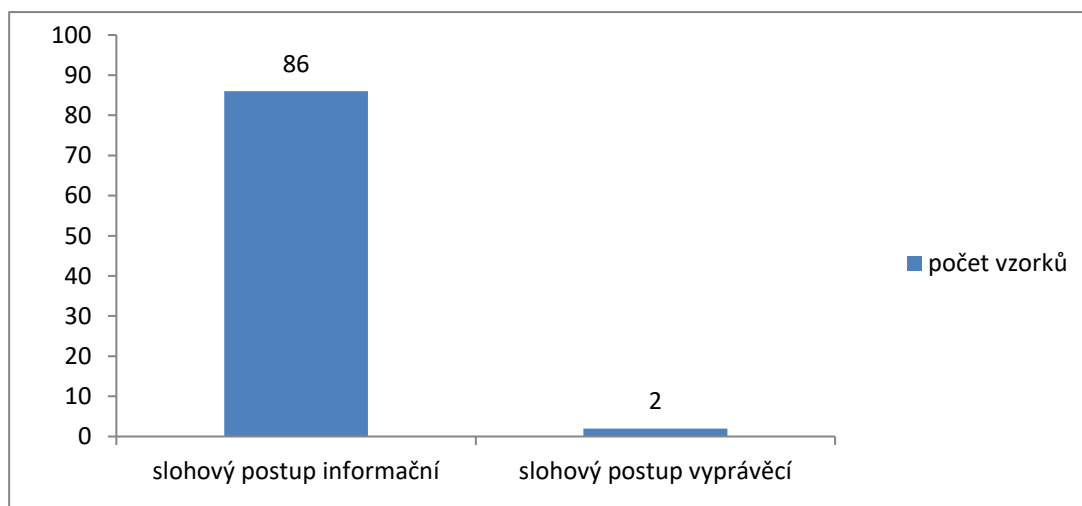
V této kapitole představíme příklady, provedeme jejich rozbor a zhodnotíme výsledky analýzy slohových postupů v Televizních novinách televize Nova u jednotlivých moderátorů. Vzorky moderátorských vstupů, které jsou v podkapitolách Příklady a rozbor vzorků detailněji zpracovány a rozebrány, vybíráme na základě jejich odchýlení od informačního slohového postupu nebo prostředků zpravodajského stylu a vzhledem k rozsahu této práce jsou u každého moderátora vybrány právě 3 příklady. V závěrečné podkapitole bude výsledek okomentován a vyčíslen v rámci celé zpravodajské relace Televizních novin. K výsledkům je vždy pro větší přehlednost přiložen také graf.

### 8.1 Moderátorka Renáta Czadernová

U moderátorky Renáty Czadernové byl kvůli stejnému množství vzorků počet dní navýšen na 18, vysílání proběhlo v měsíci červenci, srpnu a září.

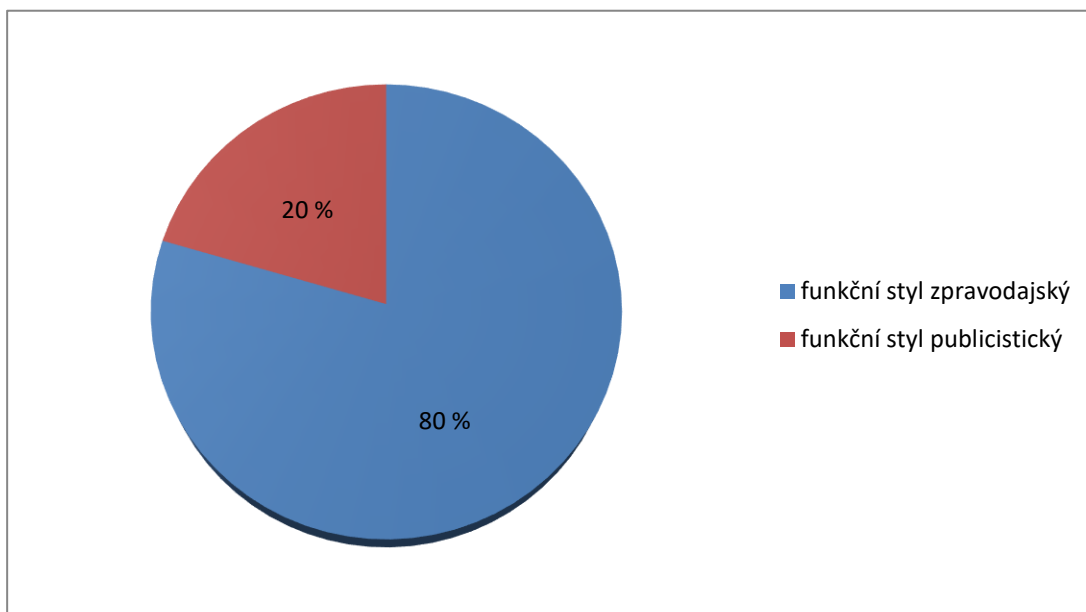
V rámci sledovaných měsíců byl dodržen informační slohový postup u 86 moderátorských vstupů, což odpovídá 98 % z celkového počtu vzorků za měsíc červenec, srpen a září. Pouze u 2 moderátorských vstupů byl využit jiný slohový postup než informační, a to postup vyprávěcí. Jak můžeme vyčíst z grafu, v tomto případě prakticky nedocházelo k odklonu od postupu informačního, který je pro zpravodajství a celkově žurnalistiku typický.

Graf č. 1. Četnost slohových postupů v moderátorských vstupech



V rámci funkčního stylu byl však zaregistrován odklon při využití výrazových prostředků od stylu zpravodajského ke stylu publicistickému. Ač ve výpovědích převažuje styl zpravodajský, využití prostředků publicistického stylu je velice patrné a vyskytují se téměř ve čtvrtině sledovaného vzorku. Jak můžeme vidět na grafu, využití funkčního stylu publicistického tvoří až 20 %, což znamená, že došlo k odklonu od zpravodajského stylu přibližně v 18 případech.

**Graf č. 2. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



### 8.1.1 Příklady a rozbor vzorků

1. „Češi získají zdravotnickou pomoc snadněji než většina Evropanů. [...] Sami Češi jsou víceméně spokojeni. Jen si myslí, že opravdu kvalitní péče se shání těžko a musí se zaplatit.“ Ve výpovědi<sup>36</sup> je užit informační slohový postup, ale nejedná se o typický zpravodajský text. Kromě informování je zde navíc prezentován postoj lidí, kteří jsou do dané situace určitým způsobem zainteresováni (informační hodnotu navíc snižuje velmi vágní odkaz k velké skupině nositelů daného přesvědčení – *sami Češi*; platnost je relativizována měrovým adverbium *víceméně*). Právě vyjádření postoje a názoru je typické pro publicistický styl analytický a je patrné, že se nejedná

<sup>36</sup> V této práci nebudeme terminologicky pracovat s pojmem výpověď jako se syntaktickým termínem. Pracujeme s ním jako se synonymem výrazu sdělení.

o zprávu úplně objektivní, kdy právě objektivita je jedním z důležitých stěžejních pilířů zpravodajského stylu.

2. *„Velmi hloupě na sebe upozornil zloděj čtyřkolky v Brně. Tamní křižovatku projel na červenou a pak se policii pokusil ujet. Honičku zakončil tím, že policistům naboural služební auto.“* Ani v rámci této výpovědi se nevyužívá výrazových prostředků čistě zpravodajského stylu. Moderátorka zde slovy „velmi hloupě“ komentuje nastalou situaci, což je typické právě pro publicistický styl analytický. Kromě prezentace postoje je v této výpovědi nápadná také absence některých faktografických údajů, jako například čas, kdy se daná událost odehrála. I když je jedním z cílů této výpovědi informovat, setkáváme se zde i s gradací děje a snahou vyvolat v divákovi představu o vypravovaném ději. Tento rys je typický spíše pro slohový postup vyprávěcí než informativní.

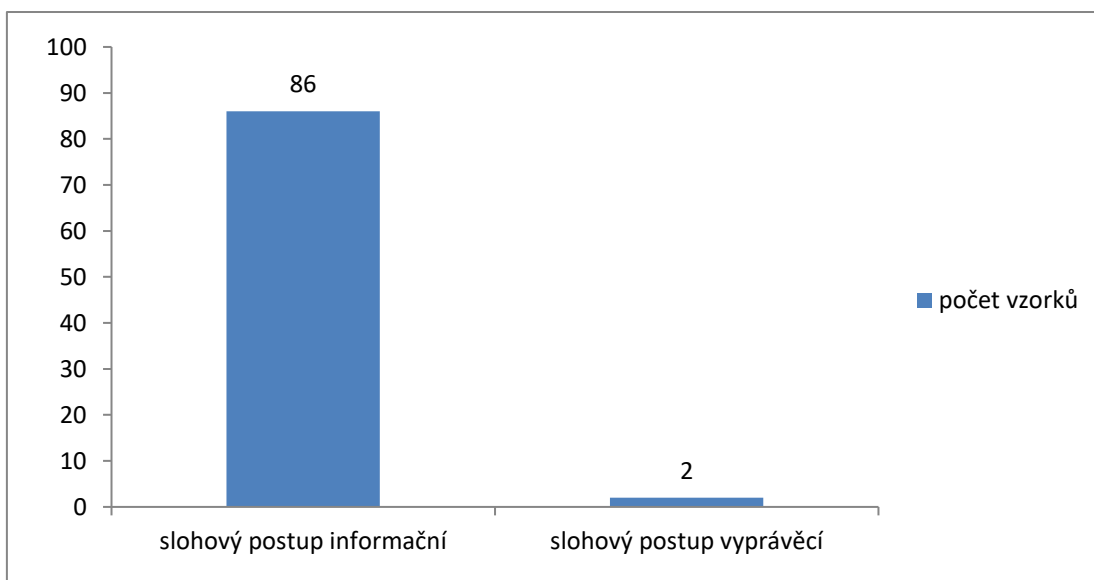
3. *„Začíná opravdový souboj amerických prezidentských kandidátů. Lídři byli zvoleni a oba už tasí zbraně. Republikánský kandidát Donald Trump pouhý den po nominaci své demokratické rivalky prohlásil, že s Hillary Clintonovou už nebude jednat v rukavičkách. [...]“* Pro slohový postup informační není typické využívat expresivní, případně obrazné jazykové prostředky. Slovní obrat „tasí zbraně“ je zde chápán jako metafora, protože ve skutečnosti se oba političtí kandidáti sice připravují na souboj, ale jde pouze o souboj politický. Ač je v této výpovědi pouze snaha informovat o situaci v Americe, využití jazykové prostředky, gradace děje a kompozice na začátku výpovědi se vymykají z informačního slohového postupu. Tyto prostředky jsou typické pro slohový postup vyprávěcí.

## 8.2 Moderátor Petr Suchoň

U moderátora Petra Suchoně došlo k navýšení na 20 dnů během měsíce července, srpna a září.

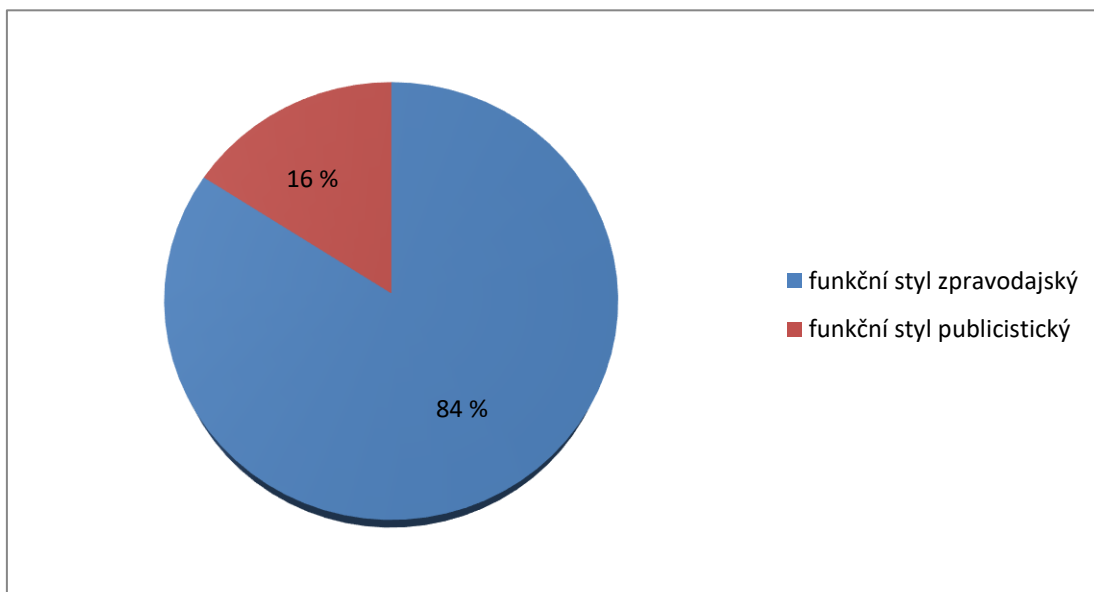
Stejně jako u předchozí moderátorky byl i zde dodržen informační slohový postup u 86 moderátorských vstupů, které odpovídají přesně 98 % z celkového počtu vzorků za měsíc červenec, srpen a září. Pouze u 2 moderátorských vstupů byl opět využit zcela jiný slohový postup než informační, a to postup vyprávěcí. Následující graf dokládá, že ani v tomto případě nedocházelo k častému odklonu od postupu informačního.

**Graf č. 3. Četnost slohových postupů v moderátorských vstupech**



Přestože je využití slohových postupů dodržováno a jen nepatrně dochází k odchýlení k jinému slohovému postupu, můžeme i zde nalézt prostředky typické pro funkční styl publicistický (místo zpravodajského). Zde převládá využití prvků publicistického stylu přibližně v 16 % příspěvků, což odpovídá přibližně 14 moderátorským vstupům, kde se tento styl objevuje. Zbýlých 84 % tvoří funkční styl zpravodajský.

**Graf č. 4. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



### 8.2.1 Příklady a rozbor vzorků

1. *„Případ opuštěného psa, který nemá obdoby, se stal v obci Květná na Sokolovsku. Pes na pozemku prázdného rodinného domu, který prodává realitní kancelář, živořil plných šest let. [...]“* Zde se kromě slohového postupu informačního uplatňuje také analytické zpracování informací, protože moderátor událost nejen popisuje, ale také dále komentuje a hodnotí. Promluva sice začíná nejdůležitějšími informacemi, avšak je zde opět zřejmá absence některých faktografických údajů, protože z výpovědi se nedozvídáme, kdy se daná událost odehrála, ani proč se tak stalo. Z tématu je patrný citový apel na diváka, především na jeho empatii a soucit.

2. *„[...] Podle magazínu Dotyk dostává společnost stamilionové odměny za to, že efektivně vybírá mýto. Jinými slovy prostě za to, že odvádí svou práci. Kapsch byl předmětem nedávného sporu ve vládě, a to kvůli podobě výběru mýta od roku 2017.“* V této výpovědi je patrné, že převládá informační slohový postup., jeho zásadám se ale vymyká závěrečné shrnutí, obsahující hodnocení se silným persvazivním potenciálem. Tvzení je podpořeno odkazem na autoritu (magazín Dotyk), využívá se zde tak argumentační strategie prostřednictvím faktů

a příkladů, typická pro publicistický styl analytický.<sup>37</sup> Přítomnost prostředků publicistického stylu dokládá také druhá výpověď moderátorského vstupu, která již nepřináší novou informaci a pouze komentuje výpověď předchozí. Právě ve zpravodajském stylu by výpověď měla být stručná, věcná a jasná, další objasňování již není zapotřebí.

3. „*Krajský soud v Liberci začal rozplétat případ brutálního domácího násilí. [...] Když chtěl případ oznámit policii, paličkou na maso ho bila do kolen, aby nemohl k telefonu. Muž dlouho ženě svého života všechno odpouštěl. Pohár přetekl až ve chvíli, kdy ho málem zabila.*“ Sdělení začíná nepříznakově, s využitím informačního postupu, divák je informován o proběhlé události (hodnocení a postoj moderátora obsahují výrazy *rozplétat* – divákovi se implicitně naznačuje, že případ zřejmě nebude jednoduchý, a *brutální* – již předem je zřejmé, že případ překračuje přípustný či obvyklý standard). Ve druhé části moderátorského vstupu se však již objevuje styl vyprávěcí, kdy je například popsán způsob, jakým žena svého muže týrala. Celá výpověď je vzhledem ke kontextu televizního zpravodajství nepřiměřeně dlouhá a obsahuje informace nepotřebné k přiblížení dané události. Je zde využito frazému „pohár přetekl“, což je typické pro analytický styl publicistický.

---

<sup>37</sup> MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 176. Žurnalistika a komunikace.

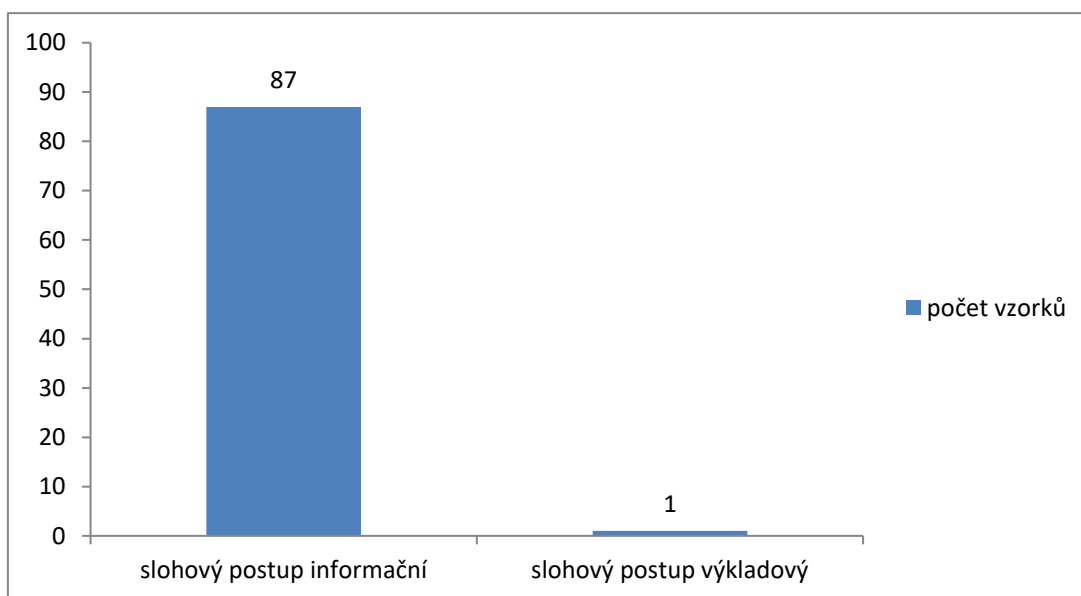


### 8.3 Moderátorka Lucie Borhyová

U moderátorky Lucie Borhyové byl počet navýšen na 16 dní, vysílání zpravodajské relace televize Nova proběhlo v měsíci červenci a srpnu.

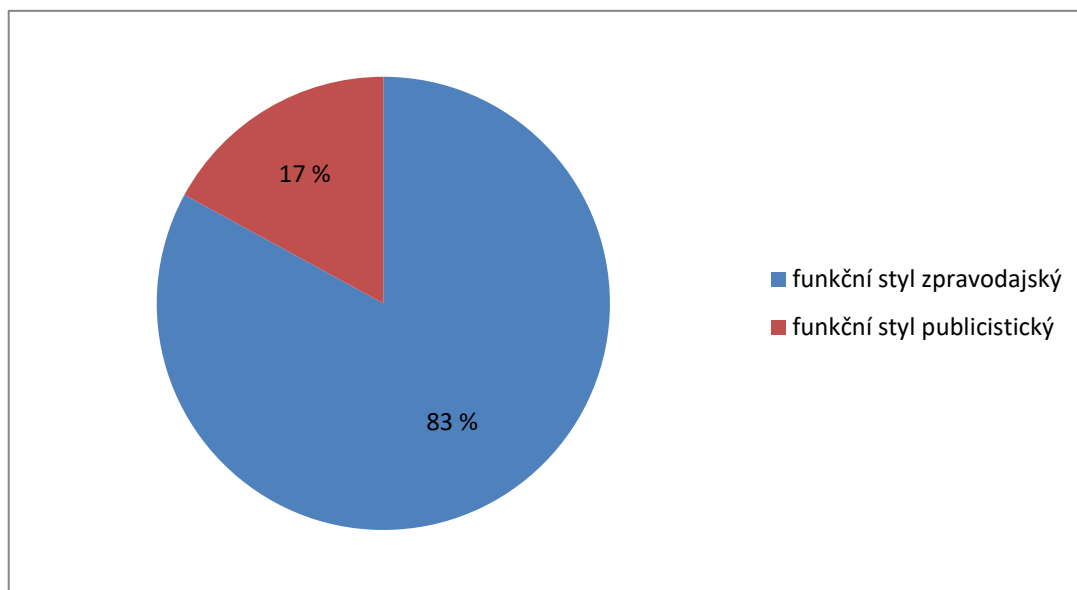
Zde byl slohový postup informační dodržen u 87 moderátorských vstupů, to odpovídá přesně 99 % z celkového počtu. Pouze u jednoho vzorku byl využit jiný než informační postup, a to postup výkladový, jehož cílem je zprostředkovat adresátovi nové odborné poznatky, popřípadě ho s výsledky vědeckého zkoumání seznámit. Využití tohoto postupu je ve zpravodajství spolu s postupem informačním adekvátní, ale převažovat by měl postup informační.

**Graf č. 5. Četnost slohových postupů v moderátorských vstupech**



Odklon byl opět zaznamenán u dalších výrazových prostředků funkčních stylů, kde bylo patrné, že také u této moderátorky docházelo k častému využívání prostředků stylu publicistického. Stejně jako u předchozího moderátora bylo také zde zaznamenáno využití prostředků funkčního stylu publicistického ze 17 %, v následných 83 % byl využit funkční styl zpravodajský. To znamená, že prvky publicistického stylu byly použity u 15 moderátorských vstupů.

**Graf č. 6. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



### 8.3.1 Příklady a rozbor vzorků

1. *„Praha bude možná mít po vzoru dalších velkoměst ruské kolo. [...] Atrakce má přilákat další turisty do metropole. Opozice nápad kritizuje a čeká se také na názor památkářů.“* Řídícím principem tohoto vstupu je snaha informovat o popisované skutečnosti, která by mohla nastat, a proto je patrné využití slohového postupu informačního. Ovšem i zde se vyskytují ve větší míře znaky stylu publicistického. Výpověď nelze charakterizovat jako čistě faktografický údaj, protože kromě informací se dozvídáme také hodnocení a další objasňování základních informací. Úvodní část přináší bezesporu nejdůležitější informace, ale v závěru se nachází objasnění důvodu, proč má být dominantna postavena, a interpretace názoru opozice na tuto stavbu.

2. *„David Cameron už zítra předá svou funkci dosavadní ministryni vnitra Therese Mayové, které se v rámci boje o premiérské křeslo podařilo s přehledem porazit své stranické soupeře. Svůj předčasný odchod vzal David Cameron sportovně a dokonce si pobrukoval.“* Ve výpovědi dominuje slohový postup informační a hlavním účelem je především snaha informovat diváky o událostech, které se odehrávají v Anglii; dalo by se očekávat, že se bude jednat o typický příklad komunikátu stylu

zpravodajského. Avšak kromě informací je zde prezentováno také hodnocení celé situace v závěru sdělení, které opět směřuje spíše k analytickému stylu publicistickému. Kromě patrného vyhodnocení, zde nalezneme také další rys, který je pro publicistiku typický, a tím je využití ustáleného slovního spojení, které v této výpovědi představuje spojení „vzal to sportovně“. Využitím frazému se zde moderátorka snaží o větší působivost a aktualizaci výpovědi.

3. „[...] Alespoň podle posledního průzkumu českých vědců. Jejich závěry vyvrátily tvrzení, že schopnost českých mužů zplodit dítě klesá. Ostatně závěry odborníků potvrzují i početné rodiny českých politiků.“ Je patrné, že primárním cílem této výpovědi je informovat, avšak kromě informačního postupu je zde uplatněn také slohový postup výkladový, který i když není tak dominantní jako slohový postup informační, je pro zpravodajství také akceptovatelný. Tento moderátorský vstup diváky seznamuje s výsledky vědeckého zkoumání a sděluje jim nové odborné poznatky.

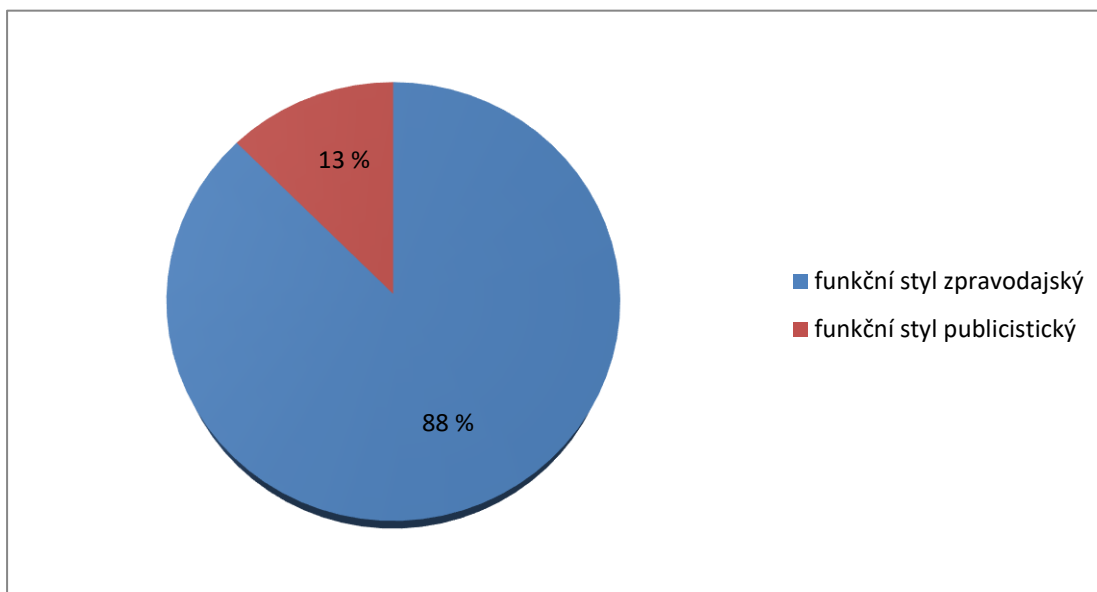
#### **8.4 Moderátor Reynolds Koranteng**

U moderátora Reynoldse Korantenga musel být počet vzorků navýšen na 19 dní, zpravodajská relace byla odvysílána během měsíce července a srpna.

Během sledovaných měsíců nebylo zaznamenáno u tohoto moderátora odchýlení od slohového postupu informačního, tento postup byl využit ve všech moderátorských vstupech, tedy u 88 vzorků. U Reynoldse Korantenga bylo jako u jediného moderátora televize Nova zaznamenáno 100% využití slohového postupu informačního (z tohoto důvodu nebudeme uvádět graf, který se týká četnosti slohových postupů v moderátorských vstupech).

Ačkoli byl dodržován slohový postup informační, v případě příspěvků tohoto moderátora docházelo k využívání výrazových prostředků typických pro funkční styl publicistický. Oproti ostatním moderátorům Televizních novin je odchýlení od zpravodajského stylu nejméně nápadné. K využití prvků publicistického stylu došlo u 11 moderátorských vstupů, které tvoří 13 % z celkového počtu vzorků. V 88 % byl využitý funkční styl zpravodajský.

**Graf č. 7. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



#### 8.4.1 Příklady a rozbor vzorků

1. *„Fantastického úspěchu dosáhly na olympijských hrách české tenistky Lucie Šafářová a Barbora Strýcová. Získaly nejcennější skalp ženského tenisového deblu, když vyřadily hvězdnou dvojici sester Williamsových.“* U tohoto komunikátu se nejedná výhradně o zpravodajský styl. I když je hlavním účelem informovat, což dokládá také využití slohového postupu informačního, je zde proneseno také hodnocení moderátora typické pro analytickou publicistiku, a to ve slovním spojení „fantastický úspěch“ nebo „hvězdná dvojice“. Kromě toho se zde využívá také obrazného přirovnání - „nejcennější skalp“.

2. *„[...] Video náměstka brněnského primátora Matěje Hollana, na kterém se nechává na Ukrajině bičovat. Včera jsme vám o této kauze, kterou Hollan i jeho kolegové zlehčují, říkali. A tak jsme se politiků ptali, jaké jsou jejich libůstky.“* V tomto moderátorském vstupu dominuje slohový postup informační, kdy moderátor informuje diváky o kauze, která se již udála, a přináší k ní nové informace. Přesto se nejedná o typický zpravodajský funkční styl. Je zde využitý také styl publicistický, který dokládá využití zabarveného výrazu „libůstky“, kdy právě

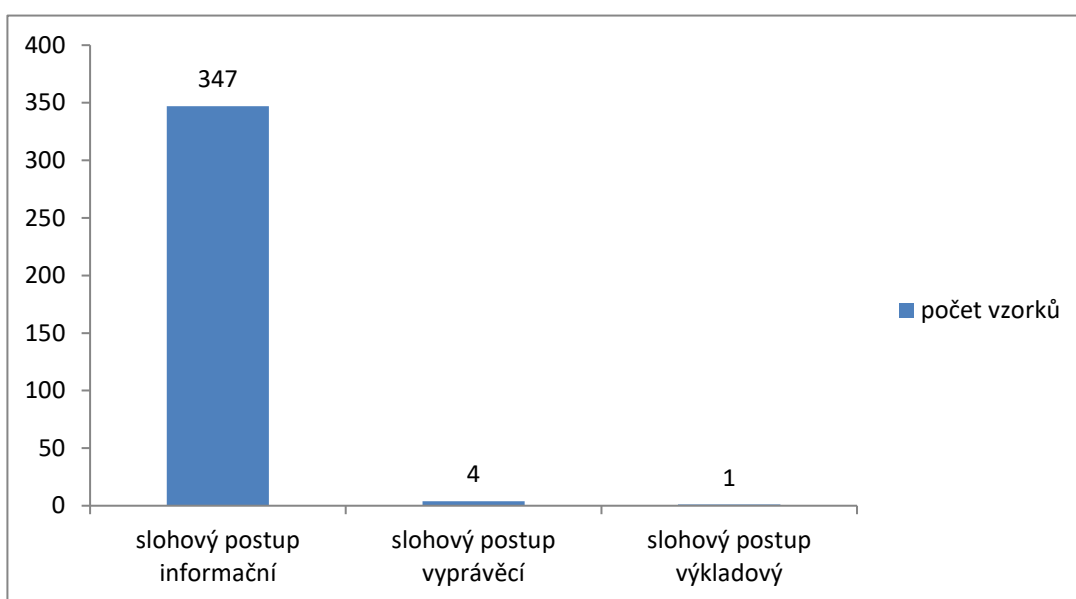
tímto výrazem se moderátor snaží, aby byla zpráva pro diváka atraktivnější. Pro zpravodajský styl by bylo vhodnější využití výrazu jako například „záliba“ nebo „koníček“.

3. *„Už 4 dny pracují dva elitní policejní útvary pod Národní centrálou proti organizovanému zločinu a tato změna stále budí mezi politiky vášnivé emoce. Podle ministra vnitra útvary zvládají přechod velmi dobře, ale sotva to prohlásil, hned se do něj pustil vicepremiér Babiš. [...]“* Výpověď vykazuje rysy slohového postupu informačního a můžeme říci, že splňuje mnoho rysů zpravodajského stylu. Avšak hned na začátku vstupu se divák dozvídá také reakci politiků, na danou událost, to znamená, že je zde prezentován postoj lidí zainteresovaných do dané situace.

## 8.5 Využití slohových postupů v Televizních novinách

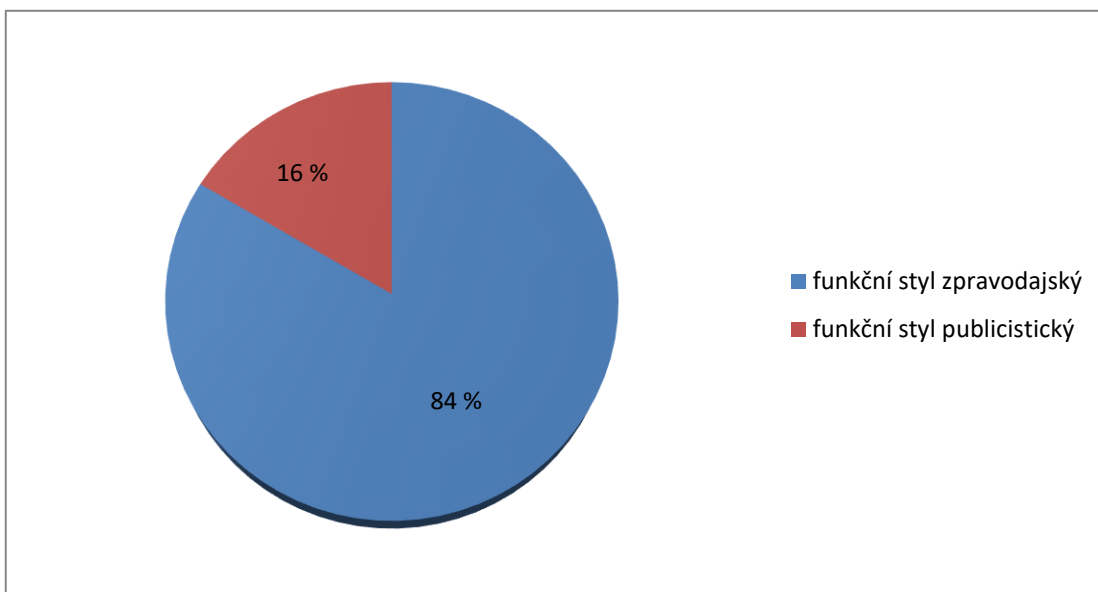
V Televizních novinách bylo využíváno slohového postupu informačního z 98,6 %, které odpovídají 347 moderátorským vstupům. Pouze u 5 výpovědí byl užitý jiný slohový postup než informační, a to postup vyprávěcí a výkladový. Vyprávěcí slohový postup byl použit ve 4 moderátorských vstupech, to znamená, že využití tohoto postupu tvoří 1,1 %. Postup výkladový se objevil pouze v 1 výpovědi z celkového počtu vzorků.

**Graf č. 8. Četnost slohových postupů ve všech moderátorských vstupech**



Při analýze moderátorských vstupů jsme zaznamenali odklon při využití výrazových prostředků funkčního stylu zpravodajského ke stylu publicistickému. Jak ukazuje graf, v rámci všech moderátorských vstupů, kterým odpovídá 352 vzorků, odchylka od prostředků zpravodajského funkčního stylu tvoří necelou čtvrtinu z celkového počtu. K využití prostředků funkčního stylu publicistického došlo v 58 moderátorských vstupech, to odpovídá 16 %. V ostatních 294 vzorcích bylo užito prostředků příznačných pro funkční styl zpravodajský. Znamená to, že výrazové prostředky zpravodajského stylu byly využity v 84 %.

**Graf č. 9. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



## 9 Analýza slohových postupů v Událostech

V této kapitole představíme příklady příspěvků jednotlivých moderátorů Událostí ČT, provedeme jejich rozbor a zhodnotíme výsledky analýzy způsobu užití slohových postupů. U všech moderátorů této zpravodajské relace jsou analyzované vzorky vybrány z období července a srpna 2016. Počet je stanoven na 5 náhodně vybraných dnů, během kterých proběhlo vysílání jednotlivých moderátorů. V podkapitolách Příklady a rozbor vzorků jsou detailněji zpracovány moderátorské vstupy, u kterých dochází k odchýlení od zásad funkčního stylu zpravodajského, popřípadě slohového postupu informačního. U každého moderátora České televize jsou vybrány pouze 2 příklady jednak kvůli rozsahu této práce, jednak kvůli méně častému odchýlení od prostředků funkčního stylu zpravodajského nebo slohového postupu informačního. V závěrečné podkapitole bude výsledek opět okomentován a vyčíslen v rámci celé zpravodajské relace České televize. K výsledkům je vždy pro větší přehlednost přiložen také graf. Pokud však zjistíme, že využití slohového postupu je 100%, bude bezpředmětné ilustrovat získané výsledky grafem.

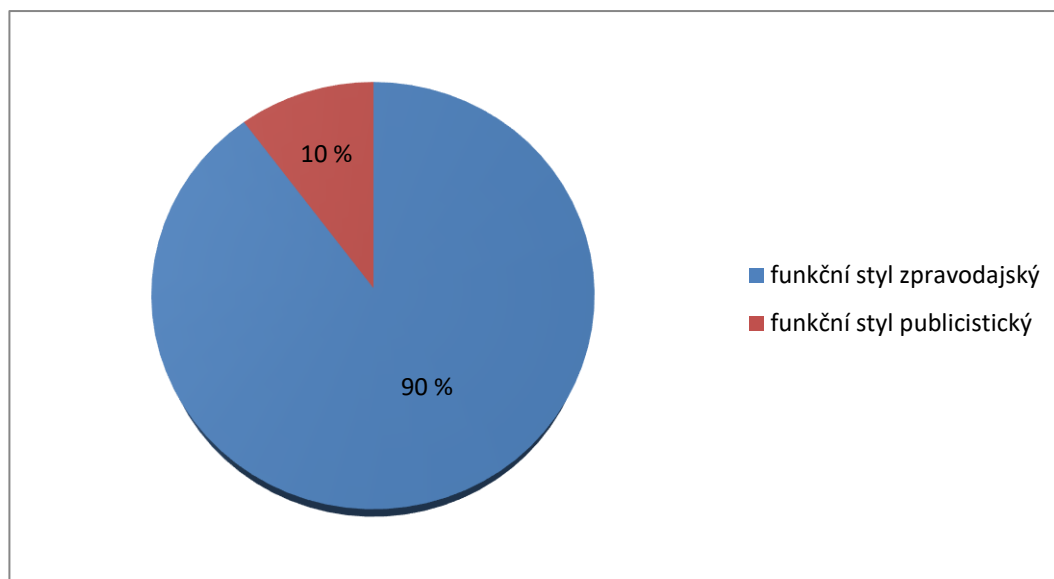
### 9.1 Moderátorka Marcela Augustová

V rámci sledovaných měsíců byl u moderátorky Marcely Augustové slohový postup informační dodržen ve všech vstupech. Znamená to, že využití adekvátního slohového postupu je 100% a odpovídá 88 vzorkům, které byly analýze podrobeny.

U funkčních stylů byl zaregistrován odklon při využití výrazových prostředků od stylu zpravodajského ke stylu publicistickému. Ve výpovědích převažují prostředky funkčního stylu zpravodajského, přesto zde bylo využito také jazykových prostředků funkčního stylu publicistického. Jak můžeme vyčíst z grafu, využití funkčního stylu publicistického tvoří 10 % z celkového počtu. A právě již zmiňovaných 10 % odpovídá přesně 9 moderátorským vstupům.



**Graf č. 10. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



### 9.1.1 Příklady a rozbor vzorků

1. „*Neprůstřelné vesty pro strážníky ve Vyškově. Radnice jich koupila 21 bezmála za čtvrt milionu korun s tím, že je městská policie nezbytně potřebuje. Místní k tomu poznamenávají, že si nevzpomínají, kdy u nich střílel někdo jiný než vojáci na zdejším cvičišti.*“ V tomto moderátorském vstupu je užito slohový postup informační, hlavním cílem moderátorky je snaha informovat o události, aniž by ji nějak komentovala a hodnotila. Přesto je zde využito výrazových prostředků analytického stylu publicistického, protože informační linie je doplněná také o postoj a názor místních na danou událost.

2. „*Příznivě teď vyznívá i hospodaření obcí. Státní závěrečný účet za rok 2015 ukázal, že jim zbylo skoro 9 miliard korun. Samostatnou kapitolou je hlavní město, kde je situace ještě lepší. Praha měla loni přebytek skoro 12,5 miliardy – nejlepší výsledek v historii. [...]*“ V rámci tohoto moderátorského vstupu je patrné využití slohové postupu informačního, avšak ani zde se nejedná o typický text zpravodajského funkčního stylu. Moderátorka hned první větou komentuje a shrnuje situaci, což dokládá využití typických znaků a výrazových prostředků funkčního stylu publicistického. Stejně jako u předchozího vzorku také zde není dodržen typický rys

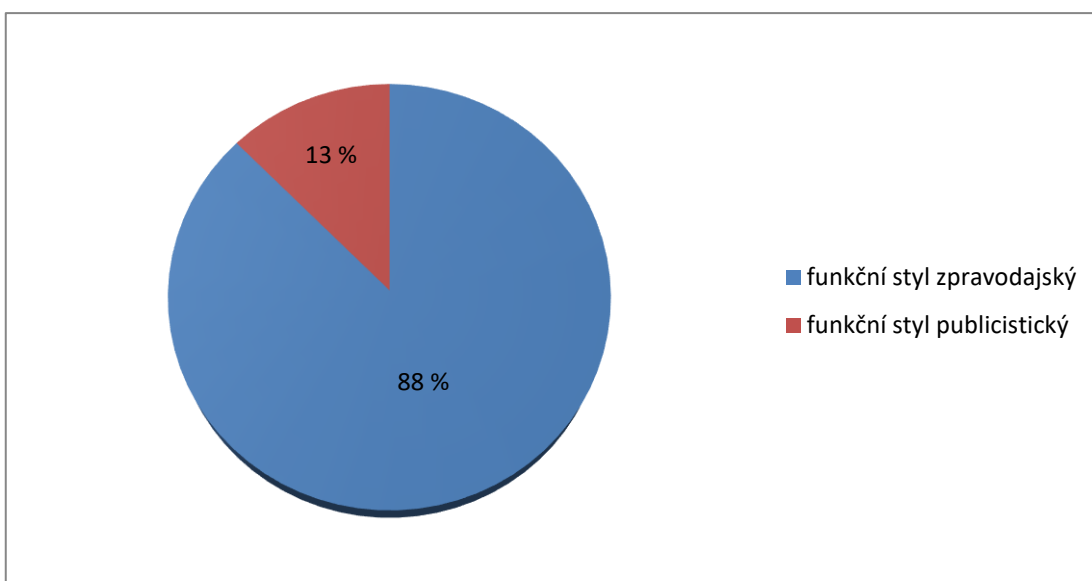
zpravodajského stylu, jeho stručnost. Sdělení je relativně dlouhé a v závěru obsahuje informace již dále nepotřebné.

## 9.2 Moderátor Michal Kubal

V rámci sledovaných vzorků byl u tohoto moderátora České televize užitý slohový postup informační ve všech moderátorských vstupech. Stejně jako v případě Marcely Augustové, také u Michala Kubala odpovídá využití slohového postupu informačního přesně 100 %.

Odklon byl zaregistrován v rámci využití výrazových prostředků funkčního stylu zpravodajského, i když podobně jako u předchozí moderátorky nebyl odklon tak patrný, jako například u moderátorů Televizních novin. Využití prostředků funkčního stylu publicistického bylo zaznamenáno u 11 moderátorských vstupů, tento počet odpovídá 13 % z celkového množství vzorků.

**Graf č. 11. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



### 9.2.1 Příklady a rozbor vzorků

1. „Paříž – město módy, zamilovaných a nově zákazu starých aut. Francouzská metropole vyhlásila válku smogu a jedna z bitev se týká vozidel starších 20 let. Zákaz jejich vjezdu ve všední dny má pomáhat čistějšímu vzduchu. [...]“ Hlavním účelem

této výpovědi je snaha informovat o popisované situaci, která je aktuální ve Francii, a proto je patrné využití slohového postupu informačního. Také v rámci tohoto moderátorského vstupu se vyskytují znaky analytického stylu publicistického. V jedné větě je využito hned dvou obrazných vyjádření, která dokládají snahu upoutat pozornost diváka a dodat celému projevu živosti a naléhavosti.

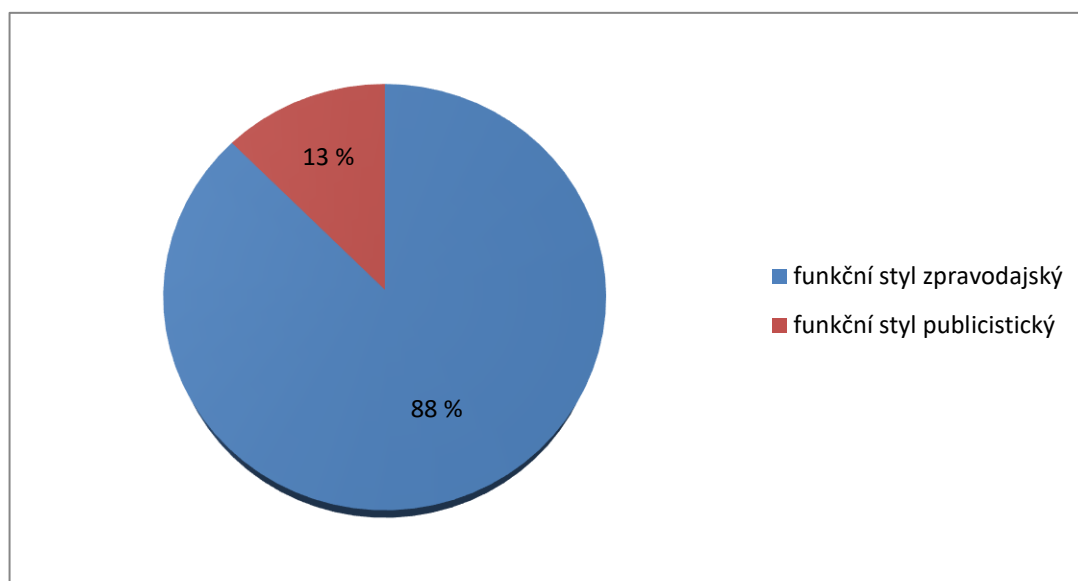
2. „[...] *Prosincové volby rozdaly karty tak, že nikdo nemohl sestavit kabinet. [...] Ani ty ale pat neukončily. A mluví se o třetí v řadě. Pátá největší ekonomika přitom vládu potřebuje. Kvůli schodku rozpočtu hrozí sankce z Bruselu. [...]*“ Primárním cílem této výpovědi je především informovat, a proto je zde uplatněn slohový postup informační. Stejně jako v předchozím moderátorském vstupu je zde využito také obrazného vyjádření „volby rozdaly karty“ a kromě tohoto spojení je využito také přeneseného výrazu „pat“, který běžně označuje remízu v šachách. V přeneseném významu však vyjadřuje konflikt, ve kterém žádná strana nemůže dosáhnout vítězství. Je zde tedy patrné využití prostředků funkčního stylu publicistického.

### **9.3 Moderátorka Daniela Písařovicová**

Slohový postup informační byl v tomto případě využitý ve všech moderátorských vstupech, tedy u 88 vzorků. Využití postupu informačního odpovídá 100 % stejně jako u předchozích moderátorů pořadu Události České televize.

V případě funkčních stylů jsme zjistili, že výsledky jsou stejné jako u moderátora Michala Kubala. V rámci měsíce července a srpna byl dodrženo využití znaků zpravodajského stylu u 77 moderátorských vstupů, u zbylých 11 výpovědí bylo využito výrazových prostředků funkčního stylu publicistického. Jak můžeme vidět na grafu, využití prvků stylu publicistického tvoří 13 %. Výpočty dokládají, že ani u moderátorky Daniely Písařovicové nedocházelo k odklonu od slohového postupu informačního nebo funkčního stylu zpravodajského.

**Graf č. 12. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



### 9.3.1 Příklady a rozbor vzorků

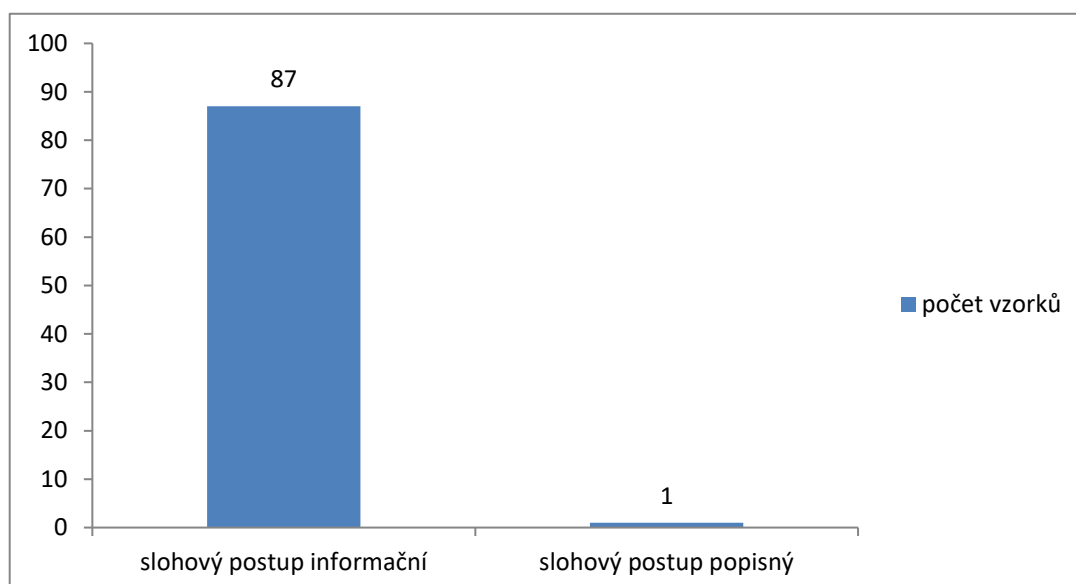
1. „A co tedy vůbec poslanci, kteří mají až do září parlamentní prázdniny, stihli za první půlrok projednat? [...] Na těch prvních jmenovaných rozhodli v průměru o dvou stech dvaceti čtyřech bodech. [...] Prioritou vládních stran je teď například protikuřácký zákon nebo novela o střetu zájmů. [...]“ Je patrné, že v této výpovědi převládá slohový postup informační, protože jejím hlavním účelem je především informovat, avšak tento moderátorský vstup nepřináší úplně nové informace. Jedná se o údaje, které byly již dříve prezentovány v určitém období a nyní jsou připomenuty, shrnuty a doplněny o informace nové. Je patrné využití postupů analytického stylu publicistického, protože pro funkční styl zpravodajský je typické předávat informace zcela nové, zatímco žánry analytického stylu publicistického přináší také informace již dříve sdělené, doplněné o další nové údaje spolu s prezentací určitého postoje k těmto poznatkům. Také délka tohoto moderátorského vstupu není pro zpravodajský styl typická, v našem příkladu je kvůli rozsahu uvedena pouze čtvrtina z celé výpovědi.

2. „Další kontroverzní výroky Donalda Trumpa. Nejprve čerstvý kandidát republikánů na prezidenta vyvolal bouři slovní přestřelkou s rodiči padlého amerického vojáka. Vzápětí Trump prohlásil, že by jako prezident uznal ruskou anexi Krymu, pokud by to znamenalo zlepšení vztahů s Moskvou.“ U tohoto moderátorského vstupu se nejedná o čistě zpravodajský styl. Moderátorka zde hned v první větě komentuje situaci a dokládá tak přítomnost typických znaků publicistického stylu analytického. Kromě toho se zde využívá obrazného přirovnání „slovní přestřelka“. Co se týče využití slohového postupu, je zde použitý slohový postup informační.

#### 9.4 Moderátor Jakub Železný

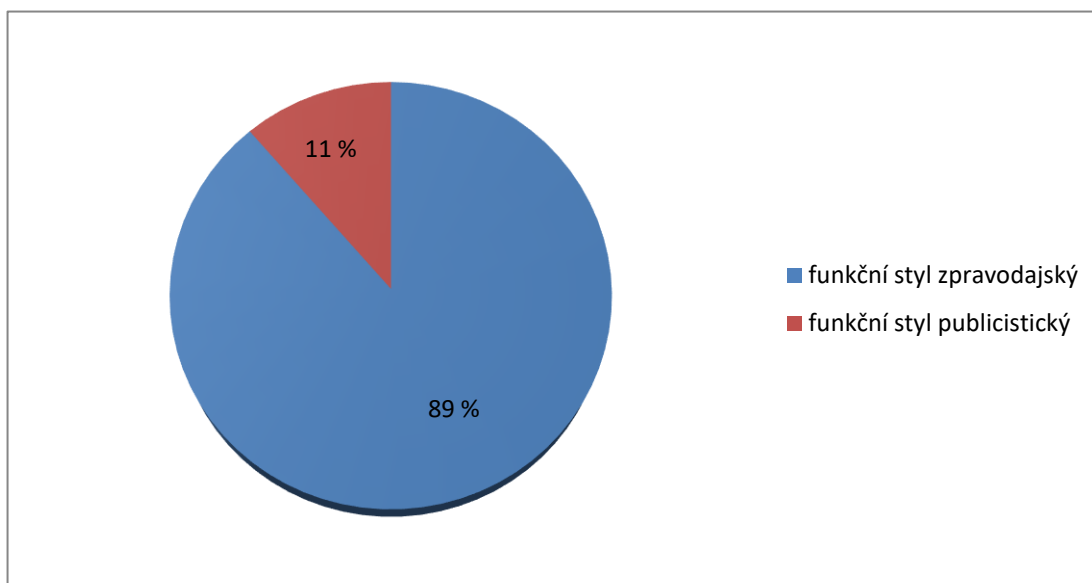
U moderátora Jakuba Železného byl jako u jediného moderátora Událostí České televize využitý kromě slohového postupu informačního také slohový postup popisný. Informační slohový postup byl dodržen v 87 moderátorských vstupech odpovídajících 99 % celkového počtu moderátorských vstupů. U jedné výpovědi byl zaznamenán také postup popisný, který tvoří 1 % využití jiného slohového postupu než informačního.

Graf č. 13. Četnost slohových postupů v moderátorských vstupech



Také u Jakuba Železného však došlo k využití prostředků funkčního stylu publicistického místo stylu zpravodajského. Odchýlení bylo zaznamenáno u 10 moderátorských vstupů, které odpovídají 11 % z celkového počtu vzorků. U zbylých 78 byl dodržen funkční styl zpravodajský.

**Graf č. 14. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**



#### 9.4.1 Příklady a rozbor vzorků

1. „Obyvatelé Česka jsou optimističtější k vývoji na trhu práce než dřív. Z průzkumu CVVM vyplývá, že třináct procent lidí nevidí žádný problém v získání nové pozice v místě bydliště. Skoro šedesát procent respondentů uvedlo, že práce je, jen je těžké najít vhodné zaměstnání. [...]“ Ve sdělení dominuje slohový postup informační, avšak moderátorský vstup přináší hned v první větě kromě aktuálních informací také hodnocení, kdy moderátor komentuje výsledky průzkumu veřejného mínění, což je typickým rysem funkčního stylu publicistického, pro který je právě hodnocení a subjektivita typická.

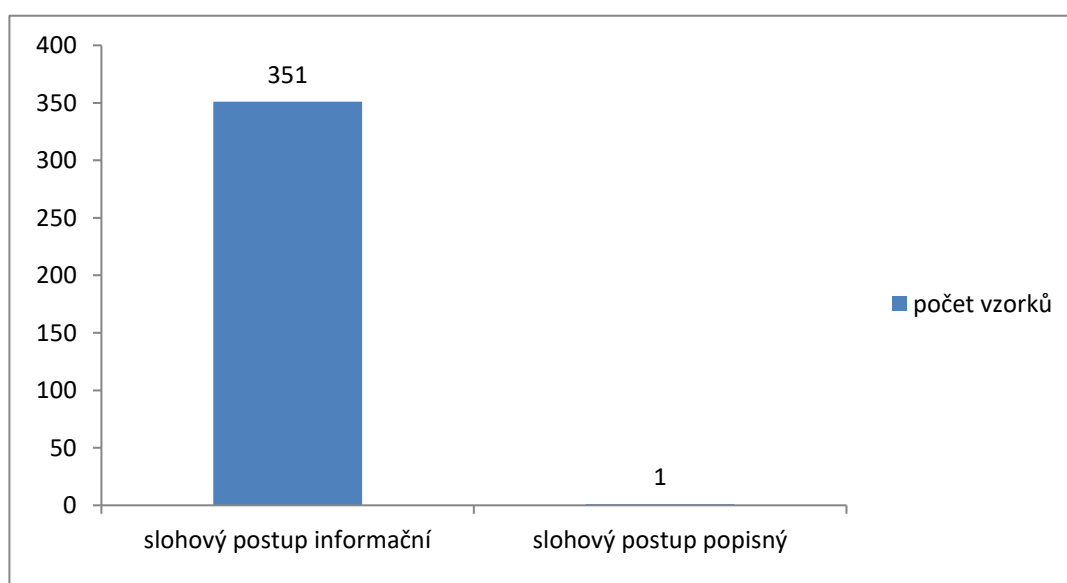
2. „Policie pátrá po devítileté Natálii Běčákové z Frýdeckomístecka. Dívku před týdnem vyzvedla u rodinné známé její pravděpodobně psychicky nemocná matka a odvezla ji neznámo kam. Natálie má hubenou postavu, měří kolem sto

čtyřiceti centimetrů, má tmavě hnědé dlouhé vlasy a nosí brýle.“ Z výpovědi je patrné, že hlavním cílem je informovat, na začátku výpovědi je využito slohového postupu informačního. Avšak na konci moderátorského vstupu se využívá slohového postupu popisného, který blíže přibližuje vzhled ztracené dívky, hledané policií. Jelikož se v této výpovědi nevyužívá pouze informačního slohového postupu, zařadili jsme ji do slohového postupu popisného. I když zde došlo k odchýlení od slohového postupu informačního, užití slohového postupu popisného je v rámci obsahu tohoto sdělení zcela na místě. Co se týče funkčních stylů, bylo zde dodrženo využití výrazových prostředků funkčního stylu zpravodajského.

## 9.5 Analýza slohových postupů v Událostech

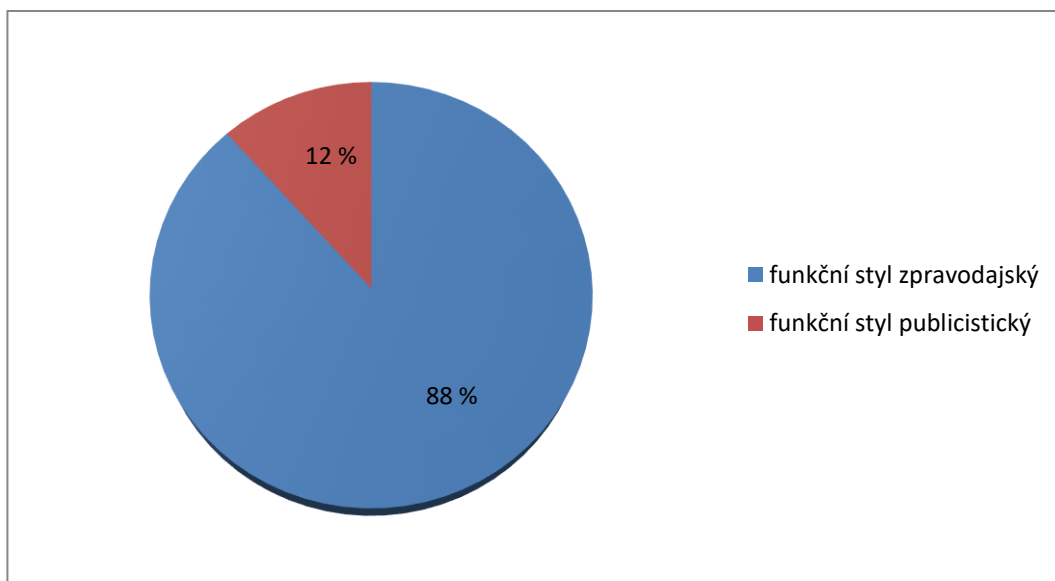
Ve zpravodajské relaci Události České televize byl slohový postup informační dodržen u 3 moderátorů (Marcela Augustová, Michal Kubal, Daniela Písařovicová) ve všech moderátorských vstupech. Pouze u Jakuba Železného došlo také k využití slohového postupu popisného v 1 výpovědi. Využití slohového postupu informačního tedy bylo téměř 100%. Slohový postup informační tvoří 99,7 % z celkového počtu a 0,3 % tvoří postup popisný. Jak můžeme vyčíst z grafu, tento odklon je v rámci celkového počtu nepatrný.

**Graf č. 15. Četnost slohových postupů ve všech moderátorských vstupech**



V rámci funkčních stylů bylo zaregistrováno odchýlení od výrazových prostředků funkčního stylu zpravodajského ke stylu publicistickému. U jednotlivých moderátorů nedosáhlo využití ani 15 %. Graf dokládá, že typické znaky stylu publicistického byly použity ve 12 %, které tvoří 41 moderátorských vstupů, což znamená, že se neobjevily ani u čtvrtiny z celkového počtu vzorků. V dalších 311 výpovědích bylo užito jazykových prostředků funkčního stylu zpravodajského.

**Graf č. 16. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů**





## 10 Textová výstavba a obsah zpráv v Událostech a Televizních novinách

Jelikož se naše stanovené výzkumné otázky a předpoklady nepotvrdily, a slohové postupy byly v moderátorských vstupech používány s ohledem na potřeby a funkce zpravodajského stylu, zaměříme se dále také na textovou výstavbu a obsah moderátorských vstupů v rámci celé zpravodajské relace Událostí a Televizních novin. Budeme se věnovat především jevům, které mohou ohrozit informační kvalitu, objektivitu nebo jejich využití není pro zpravodajství adekvátní.

V první podkapitole se zmíníme o komercializaci zpravodajských sdělení, což je typické především pro Televizní noviny a projevuje se využitím zpráv bulvárního charakteru. Informační kvalitu tedy nemusí ohrožovat jen jazykové a stylistické prostředky, ale také obsah výpovědí.

Dále se zaměříme na porušování objektivitu využíváním hodnotících přídavných a podstatných jmen, sloves, popřípadě příslovcí.

Ze slovní zásoby se zaměříme na obrazná vyjádření, frazémy, prvky obecné češtiny a expresivní výrazy. Dále na využívání zkratk a zkratkových slov, ohrožující informační kvalitu především užitím zkratk nepříliš známých a rozšířených. V rámci slovní zásoby se budeme věnovat také modálním částicím, které se ve zpravodajských relacích užívají k ochraně televize v případě, že by zprostředkované informace byly nepravdivé.

V dalších podkapitolách se budeme věnovat stylistickým prostředkům, zejména neslovesným větám využívaným ve zpravodajství ke zvýšení napětí a dramatizaci, kompozici moderátorských vstupů, pro kterou je typické využití schématu tzv. obrácené pyramidy (avšak někdy dochází k využití tzv. „kulisy“), a větné stavbě, kde se kromě kratších větných celků využívají především v Událostech také větné celky rozsáhlé. V závěru se také zmíníme o opakování zpráv z jiného dne, které se ve zpravodajských relacích také často užívá.

## 10.1 Komerzializace

Jak uvádí Denis McQuail: „Dlouhodobé očekávání, že by média měla přispívat ke vzdělání, kultuře a umění, se dostalo do rozporu se skutečnými nebo vnímanými pravidly mediálního trhu v podmínkách sílícího boje o publikum.“<sup>38</sup> Právě komercializace se nejvíce projevuje ve zpravodajské relaci televize Nova, kde je problematický už výběr tematizovaných událostí a následně i obsah moderátorských vstupů. Moderátoři přinášejí zprávy bulvárního charakteru, ve kterých informují o slavných a známých osobnostech nejen z České republiky, ale i z celého světa. Můžeme se dozvědět, kde prezident Zeman tráví svou letní dovolenou, jaké tetování si nechá udělat Céline Dion nebo jaký dárek dostal k narozeninám Robbie Williams. Důvodem je především snaha zaujmout diváka a docílit zvýšení sledovanosti celé zpravodajské relace, a proto se ke zprávám televize Nova kromě informací o politice, dopravě, sportu, kriminalitě a podobně, řadí také zprávy svým obsahem bulvární. V našem zkoumaném vzorku se bulvární zprávy vyskytují u moderátorů televize Nova celkem 30krát. Jedná se o velmi nápadný rozdíl mezi relací Události a Televizní noviny, protože Česká televize nepřináší žádné zprávy bulvárního charakteru.

## 10.2 Hodnocení

Jak již bylo mnohokrát zmíněno, zpravodajství by nemělo obsahovat hodnocení nebo subjektivní pohled moderátora na danou událost. Kodex České televize se právě o hodnocení ve zpravodajství zmiňuje takto: „Redaktoři České televize si musí při vystupování ve zpravodajských a aktuálně publicistických pořadech počínat tak, aby divák nemohl rozpoznat, jaký mají na věc, o níž informují, názor.“<sup>39</sup> I když je to nepřípustné, moderátoři přesto vkládají do zpravodajství svůj vlastní názor. Pro hodnocení jsou typická především tzv. hodnotící přídavná jména (*dobrý, brutální, nejskandálnější*), podstatná jména (*hrdina, tragédie*), dokonce

---

<sup>38</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 164–165.

<sup>39</sup> Čl. 5 Péče o informace ve zpravodajství a aktuální publicistice: *Kodex České televize*. [online] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-5-pece-o-informace-ve-zpravodajstvi-a-aktualni-publicistice/> [cit. 2017-03-31]

i slovesa (*nelíbí, nemusejí se bát*) nebo příslovce, resp. částice (*naštěstí, velmi hloupě*).

Ve sledovaném vzorku České televize moderátoři často využívali velkého množství hodnotících přídavných jmen jako *dobry důvod, odvážný výpad, hrdinský čin, kontroverzní výroky* apod. V menší míře jsou zde také zastoupena podstatná jména, například *tragédie, hrdina a úspěch*. Ojediněle se zde vyskytly také hodnotící slovesa typu: *nemusejí se bát*, nebo příslovce *příznivě*.

V Televizních novinách se oproti Událostem častěji využívalo hodnotících příslovcí *naštěstí, bohužel, velmi hloupě, tragicky*. Stejně jako v Událostech, tak i v Televizních novinách moderátoři často využívali hodnotících přídavných jmen: *brutální vražda, luxusní restaurace, znepokojivá zpráva*. Ojediněle se zde vyskytovala hodnotící podstatná jména, např. *tragédie* nebo *úspěch*. V Televizních novinách se nejčastěji u moderátorů objevují celé věty, které vyjadřují subjektivní hodnocení a soudy, například: „*Případ, který nemá obdoby [...]*“, „*[...] vypadá to, že nakonec budou spokojeni. [...]*“

### 10.3 Slovní zásoba

Co se týče slovní zásoby, často jsou používány frazémy nebo obrazná přirovnání. V užívání těchto jazykových prostředků jsou aktivnější moderátoři Televizních novin. V hlavní zpravodajské relaci televize Nova jsme se mohli setkat s výrazy jako: *zloději pořádají nájezdy, protesty se rozhořely, soud začal rozplétat případ, Zlín obklíčily kamiony, film očesala cenzura, za fotbalistu vysázeli astronomické částky* apod. Z ustálených slovních spojení pak například: *vzal to sportovně, pohár přetekl, stal se terčem, nebude jednat v rukavičkách, tasit zbraně, pozdě, ale přece*. Ačkoliv se obrazná přirovnání a frazémy na ČT1 vyskytují pouze ojediněle, přesto jsme z textů excerpovali výrazy typu: *ministr už našel peníze, vyvolal bouři slovní přestřelkou, Rakousko vstřebává včerejší rozhodnutí, volby rozdaly karty*. Častěji než obrazná přirovnání ve zpravodajské relaci Události objevují frazémy typu: *praní špinavých peněz, společnost dostala zelenou*.

V obou zpravodajských relacích se vyskytují prvky obecné češtiny, častěji ovšem na TV Nova – například *řidičák, kriminálka* a dále výrazy jako *automobilka*

nebo *nákladník*, které se vyskytují také v Událostech České televize. V Televizních novinách se oproti České televizi častěji využívá expresivních výrazů např. *obalamutit, tahanice, těžkotonážní krasavci*, především zdobnělin typu *chlapeček, holčička, balíček, oříšky* nebo *samička*.

Ve zpravodajství se hojně využívá také zkratk, které slouží především k úspornosti vyjádření. Pokud se jedná o zkratky všeobecně známé, jejich využití je z hlediska recepce v pořádku. Problém nastává v případě, kdy dojde k využití nepříliš rozšířených jednotek a divák by mohl mít problém s dekódováním výpovědi. V mluvených projevech se využívá zkratk graficko-fónických. V Událostech se objevily jak známé zkratky politických stran jako *KSČ, ODS, ČSSD*, tak zkratky známých institucí a organizací, například *NATO, OSN, ÚOOZ* nebo *EP*, přičemž v obou případech se jedná o zkratky nelexikální iniciálové. V Televizních novinách se kromě již zmiňovaných zkratk objevila také lexikální zkratková slova jako například *Europol*.

Dalším častým jazykovým prostředkem ve zpravodajství jsou modální částice, které se častěji objevovaly v Televizních novinách, setkat se s nimi však můžeme také v Událostech. Modálními částicemi se vyjadřuje jistotní nebo také pravdivostní modalita, která se chápe v české lingvistice jako prostředek „indikace různé míry jistoty mluvčího o platnosti sdělovaného obsahu – kladného, záporného i podmíněného.“<sup>40</sup> Skupinu modálních částic představují výrazy: *určitě, zřejmě, nejspíš, pravděpodobně, asi, třeba, možná, patrně* a mnohé další. Tyto výrazy mohou například sloužit ke zpochybnění informací nebo k ochraně televize v případě, že by uvedené údaje byly nepravdivé. Můžeme rozlišovat jistotní modalitu celé výpovědi (jistotní modalita totální) nebo pouze její části (jistotní modalita parciální).<sup>41</sup> V Televizních novinách i Událostech se využívají oba typy jistotní modalit, které doložíme v rámci obou televizních kanálů na následujících příkladech. V událostech České televize se s jistotní modalitou totální setkáváme například u Daniely Písařovicové: „*Londýnská burza se nejspíš sloučí s tou frankfurtskou. [...]*“. S jistotní modalitou parciální zase u Marcely Augustové

---

<sup>40</sup> *Encyklopedický slovník češtiny*. Editor Petr KARLÍK, editor Marek NEKULA, editor Jana PLESKALOVÁ. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 267.

<sup>41</sup> Tamtéž, s. 268.

ve výpovědi: „[...] *Hovor ale nejspíš nebude možné dohledat, buď je smazaný, anebo se vůbec nenahrával.*“ V Televizních novinách zase jistotní modalitu totální nalezneme např. u Lucie Borhyové: „*Praha možná bude mít po vzoru dalších velkoměst ruské kolo. [...]*“ a jistotní modalitu parciální u Reynoldse Korantenga: „[...] *Zhroutil se včera na ulici u svého domu v obci asi dvacet kilometrů od Bratislavy.*“ U TV Nova se nejčastěji využívá modálních částic *asi* a *zřejmě*. V Událostech se nejčastěji vyskytuje částice *asi*.

#### 10.4 Stylistické prostředky

Jak již bylo zmíněno, snaha zaujmout diváka a docílit tak zvýšení sledovanosti zpravodajské relace je jedním z důvodů, proč dochází ke komercializaci zpráv a médií vůbec. Není to však jediný způsob, jak se médium snaží diváka zaujmout. V moderátorských vstupech se využívá neslovesných výpovědí a otázek, které napomáhají ke zvýšení napětí a dramatizace. Objevují se u moderátorů v Televizních novinách: „*Situace v českém zdravotnictví, otázka domácích porodů, potratů, ale také téma kandidátů na prezidenta České republiky. [...]*“ // „[...] *Nakonec to ale vyšlo. O pouhé tři sekundy. [...]*“ // „*Falešný policista na služebně kriminálky. [...]*“ Častěji se s nimi můžeme setkat v Událostech na ČT1: „*Nejvyšší výběr firemních daní v Česku za posledních osm let. [...]*“ // „*Zásoby potravin na deset dní a pitné vody nejméně na pět. [...]*“ // „*Roky příprav, neustálé odkládání a nakonec žádný výsledek. [...]*“

#### 10.5 Kompozice moderátorských vstupů

Pro kompozici je typické využívání tzv. schématu obrácené pyramidy, a proto by se měly v úvodu vyskytovat důležité faktografické údaje. Často se však u obou médií využívá „kulisy“ (uvozovací věta popřípadě věty), která má diváka nejprve zaujmout, a teprve poté následuje jádro celé výpovědi, například: „*Úlovky pytláků. Masky na obličejích ženy, která s její pomocí chtěla prchnout z vězení nebo balíčky kešu oříšků. [...]*“

## 10.6 Větná stavba

Jsou užívány převážně kratší větné celky, v Událostech České televize se však u všech moderátorů vyskytují také rozsáhlé odstavce, které se objevují ve většině případů na začátku zpravodajské relace a informují zejména o české a také světové politice a událostech, které s politikou úzce souvisejí.

Jsou preferovány jednoduché věty, opětovně se využívá výčtová linie informací. Užívá se také souvětí, která jsou nekomplikovaná, převážně složená ze dvou vět, avšak četnost jejich výskytu je zpravidla nižší než u vět jednoduchých.

## 10.7 Opakování a odkazování

Ve zpravodajských relacích se často objevují zprávy, navazující na informace, které byly médiem prezentovány již dříve, popřípadě předvídají, že děj bude v budoucnu pokračovat. V takovém případě využívají moderátoři frází, kterými se k dané události a situaci vrací a doplňují ji nebo ji pouze rekapitulují. Objevuje se to nejen v Televizních novinách TV Nova: „A v červnu jsme vám říkali [...]“ // „Jak už jsme vám říkali [...]“, ale také v Událostech České televize: „Připomínám [...]“ // *A teď k tématu, které už bylo naznačeno [...]*.

## 11 Česká televize versus TV Nova

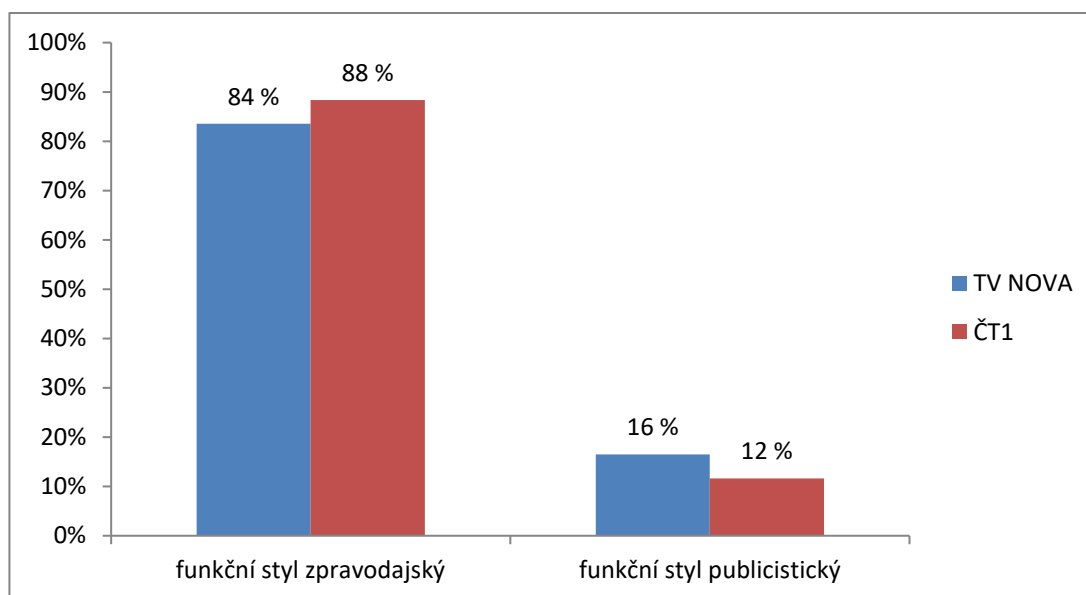
Předpokládali jsme, že v Televizních novinách bude docházet k častějšímu využití jiného než slohového postupu informačního. Na základě výsledků analýzy vybraného materiálu jsme však zjistili, že v Televizních novinách u žádného z moderátorů nedochází k častému využívání jiného než informačního postupu. I když následující graf dokládá, že u moderátorů TV Nova došlo častěji k odchýlení od slohového postupu informačního, výsledky nejsou tak markantní, jak by se dalo u komerční televize očekávat.

**Graf č. 17. Četnost využití slohových postupů v moderátorských vstupech na ČT1 a Nově**



Na základě analýzy jsme také zjistili, že v případě obou zpravodajských relací dochází k využívání výrazových prostředků funkčního stylu publicistického místo zpravodajského. Graf dokazuje, že jednotlivá média se v tomto ohledu od sebe příliš neodlišují, i když opět je užití těchto prostředků patrnější u moderátorů v Televizních novinách. Prostředky stylu publicistického byly v Televizních novinách využity v 16 %, to odpovídá 58 vzorkům z celkového počtu 352 vzorků, v Událostech došlo k odchýlení ve 12 %, tedy u 41 výpovědí.

**Graf č. 18. Podíl využití výrazových prostředků jednotlivých funkčních stylů na ČT1 a Nově**



Co se týče textové výstavby zpráv v Událostech a Televizních novinách, v Televizních novinách se častěji využívá frazémů, obrazných přirovnání i expresivních výrazů. Modální částice rovněž dominují v moderátorských vstupech u moderátorů TV Nova, ačkoliv setkat se s nimi můžeme také u moderátorů Událostí.

Ve stejné míře se v obou zpravodajských relacích využívá zkratk a zkratkových slov. Jedním z rozdílů je také využití delších větných celků v některých moderátorských vstupech moderátorů Událostí.

Patrným rozdílem mezi těmito zpravodajskými relacemi je také vyšší míra komercializace v Televizních novinách, kde se mimo jiné často objevují zprávy bulvárního charakteru.

I když by se dalo očekávat, že jedním z rozdílů mezi Televizními novinami a Událostmi bude přítomnost soudů a hodnocení dané události či situace v moderátorských vstupech, zjistili jsme, že hodnotící jazykové prostředky se vyskytují jak v Televizních novinách, tak v Událostech. Využívají se hodnotící přídavná jména, podstatná jména, slovesa i příslovce.



## 12 Závěr

V úvodu bakalářské práce jsme nejprve definovali základní pojmy, které se týkaly slohových postupů, funkčního stylu publicistického, žurnalistiky, médií a mediální komunikace, a blíže jsme představili jednak Českou televizi a pořad Události, jednak televizi Nova a zpravodajskou relaci Televizní noviny, na které jsme se v praktické části této práce zaměřovali. Zejména pro potřeby praktické části bylo nutné popsat jednotlivé slohové postupy a definovat pojmy jako zpravodajství a publicistika, protože ty jsme pak následně využili při analýze konkrétního zkoumaného materiálu.

Cílem této práce bylo zjistit, zda se v televizním zpravodajství adekvátně využívají slohové postupy či nikoli. Analýzu jsme prováděli u 8 moderátorů: Renáty Czadernové, Petra Suchoně, Lucie Borhyové, Reynoldse Korantenga, Marcely Augustové, Michala Kubala, Daniely Písařovicové a Jakuba Železného. Zkoumaný materiál o rozsahu 704 moderátorských vstupů jsme čerpali z mediální databáze Anopress a na tomto korpusu jsme provedli kvantitativní analýzu slohových postupů a dalších výrazových prostředků funkčních stylů, které se slohovými postupy úzce souvisí.

Výsledky ukázaly, že u moderátorů TV Nova došlo k využití jiného než informačního slohového postupu v 5 moderátorských vstupech, to znamená, že informační postup byl dodržen v 98,6 %, tedy u 347 vzorků z celkového počtu. V moderátorských vstupech Renáty Czadernové byl ve 2 výpovědích využitý funkční styl vyprávěcí a stejné výsledky se potvrdily také u moderátora Petra Suchoně. U Lucie Borhyové bylo doloženo využití slohového postupu výkladového v 1 výpovědi. V případě Reynoldse Korantenga byl 100% dodržen slohový postup informační ve všech výpovědích. Na základě analýzy jsme také zjistili, že v případě funkčních stylů dochází k častému využívání výrazových prostředků funkčního stylu publicistického místo zpravodajského. V 84 % bylo dodrženo využití znaků funkčního stylu zpravodajského, tedy u 294 moderátorských vstupů.

V pořadu Události byl slohový postup informační dodržen u 3 moderátorů (Marcela Augustová, Michal Kubal, Daniela Písařovicová) ve všech moderátorských vstupech, tedy 100%. Pouze u Jakuba Želeného došlo k využití funkčního stylu

popisného v 1 výpovědi, zde však bylo využití tohoto postupu vzhledem k obsahu celého sdělení adekvátní. Z celkového počtu vzorků tvoří slohový postup informační 99,7% a 0,3 % odpovídají postupu popisnému. Stejně jako v Televizních novinách také u moderátorů Událostí se využívalo výrazových prostředků stylu publicistického. Typické znaky funkčního stylu publicistického byly použity ve 12 %, které tvoří 41 moderátorských vstupů. Ve zbylých 311 výpovědích bylo využito jazykových prostředků funkčního stylu zpravodajského.

Na základě analýzy jsme dospěli k závěru, že se naše předpoklady nepotvrdily. U žádného z moderátorů TV Nova, tedy komerčního média, nedochází k častému využívání jiného než informačního slohového postupu. Překvapivým zjištěním však bylo odchýlení od prostředků funkčního stylu zpravodajského ke stylu publicistickému, a to především u moderátorů ČT1.

Následně jsme se zaměřili na další jazykové a stylistické prostředky, jako jsou obrazná vyjádření, frazémy, modální částice nebo využívání zkratk, kompozici a větnou stavbu moderátorských vstupů, jejichž využitím může dojít k ohrožení informační kvality, popř. jejich užití není pro zpravodajství adekvátní. Dospěli jsme k závěru, že v Televizních novinách se častěji užívá obrazných vyjádření a frazému oproti Událostem, zkratky a zkratková slova se využívají v obou zpravodajských relacích stejně.

Kromě jazykových a stylistických prostředků jsme se dále věnovali také výrazovým prostředkům textové roviny, jejichž užitím by mohlo dojít k ohrožení objektivitě sdělení. Zjistili jsme, že k porušování objektivitě dochází ve stejné míře u všech moderátorů obou zpravodajských relací. Následně jsme v závěru porovnali mezi sebou obě televizní stanice.

## **Anotace**

Autor práce: Lucie Staničková

Název katedry a fakulty: Katedra bohemistiky, Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Název práce: Slohové postupy v televizním zpravodajství

Vedoucí práce: Mgr. Jindřiška Svobodová, Ph.D.

Počet znaků: 77 791

Počet příloh: 1 CD

Počet titulů použité literatury: 18

Klíčová slova: slohové postupy, zpravodajství, publicistika, Česká televize, Události, TV Nova, Televizní noviny

Bakalářská práce se zaměřuje na dodržování slohových postupů a prostředků funkčního stylu zpravodajského v moderátorských vstupech hlavních zpravodajských relací České televize a TV Nova. V bakalářské práci jsou analyzovány vybraná vydání pravidelných relací Události a Televizní noviny. V teoretické části se zabývá členěním slohových postupů, vysvětluje pojmy zpravodajství a publicistika. Praktická část je věnována kvantitativnímu výzkumu, který se zabývá využíváním adekvátních slohových postupů a prostředků funkčního stylu zpravodajského. Tato práce se věnuje se také jevům, které mohou ohrozit informační kvalitu, objektivitu nebo jejich využití není pro zpravodajství adekvátní.

Keywords: stylistic techniques, reporting, journalism, Czech Television 1, Události, TV Nova, Television news

The thesis focuses on compliance of stylistic procedures and journalistic functional style used by presenters of main news programs of Česká televize and TV Nova. Selected issues of regular broadcasts of "Události" and "Televizní noviny" are analysed in the bachelor's thesis. The theoretical part of the thesis deals

with the structure of the stylistic procedures, explains terms such as journalism and reporting. Practical part of the thesis deals with quantitative research, which concerns use of proper stylistic procedures and means of journalistic functional style. Furthermore, the thesis deals with phenomena, which might threaten the information quality, objectivity or if their use is adequate for journalism.

## 13 Summary

First, we have defined the basic terms concerning stylistic procedures, functional style of journalism, media and media communication in the beginning of the bachelor thesis. Furthermore, “Události” broadcast of Česká televize (Czech Television), TV Nova and their news broadcast “Televizní noviny” was introduced which were part of the practical part of the thesis. It was important to describe the stylistic procedures and to define terms such as news service, journalism that were used in analysis of the material further on.

The primary aim of the thesis was to find whether the TV news broadcast uses the appropriate stylistic procedures or not. We have analysed eight presenters: Renáta Czadernová, Petr Suchoň, Lucie Borhyová, Reynolds Koranteng, Marcela Augustová, Michal Kubal, Daniela Písařovicová and Jakub Železný. Tested material included 704 presenters. Their source was the media database Anopress and we performed a quantitative analysis of the stylistic procedures and other means of expression of functional styles closely related to the stylistic procedures.

The results showed the presenters of TV Nova were using other stylistic procedures than the information procedure in five inputs, which means that the information procedure was followed at 98,6 %, i.e. by 347 samples of the total.

Furthermore, based on the analysis, we found that in case of functional styles publicistic means of expression were used instead of journalistic means of expression. The journalistic functional style was used in 84 %, i.e. in 294 samples of the total.

Informational stylistic procedure is used in 99,7 % in “Události” by Česká Televize. The rest 0,3 % is descriptive stylistic procedure. Presenters of “Události” also as “Televizní noviny” presenters use publicistic means of expression. Typical characteristics of publicistic means of expression were used in 12 % of the cases which constitute of forty-one examples.

In conclusion, our assumptions were not confirmed based on the analysis. The presenters of TV Nova use informational stylistic processes in most cases.

However, a surprising finding was the departure from the means of journalistic functional style to publicistic style, especially with presenters on ČT1.

Subsequently, we focused on other linguistic and stylistic means such as figurative expressions, idioms, modal particles or use of abbreviations, sentence structure and composition of presenter's performance whose utilization may compromise the quality of the information or their use is not adequate for news coverage. We concluded that "Televizní noviny" often used figurative expressions and idioms unlike "Události". However, abbreviations and acronyms are used in both news programs in similar frequency.

In addition to linguistic and stylistic procedures we were dealing with means of expression of the text level which might contribute to the objectivity of communication.

We found that a violation of objectivity occurs equally with all presenters of all news programs. We compared with each other two television stations in the conclusion of the thesis.

## 14 Seznam použité literatury

BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In. DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia, 1997, s. 42–67.

BEČKA, Josef Václav. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992, 467 s.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011, 439 s. Žurnalistika a komunikace.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001, 391 s.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, 381 s.

ČERVENÁ, Vlasta. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. 2., opr. a dopl. vyd. Editor Vladimír MEJSTŘÍK, editor František DANEŠ, editor Jaroslav MACHAČ, editor Josef FILIPEC. Praha: Academia, 1994c, 647 s.

*Encyklopedický slovník češtiny*. Editor Petr KARLÍK, editor Marek NEKULA, editor Jana PLESKALOVÁ. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, 604 s.

JÍLEK, Viktor a Božena BEDNAŘÍKOVÁ. *Jazykové prostředky s potenciálem porušit normu v oblasti mediálního zpravodajství*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, 413 s.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, 207 s.

KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2003, 461 s.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, 447 s.

MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing, 2011, 289 s. Žurnalistika a komunikace.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, 256 s.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s.

SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze.

#### **Internetové zdroje:**

ČESKÁ TELEVIZE: *Česká televize od roku 1993* [online]. [citováno 2017-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/vznik-a-prvni-kroky/>

ČESKÁ TELEVIZE: *Kodex České televize* [online]. 2003-07-02, [citováno 2017-03-31]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-5-pece-o-informace-ve-zpravodajstvi-a-aktualni-publicistice/>