

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra bohemistiky

# Prostředky lexikální expresivity ve sportovním zpravodajství a publicistice

Devices of lexical expressivity in sports reporting and journalism

Bakalářská diplomová práce

Šárka Šimůnková

Obor: Česká filologie se zaměřením na editorskou práci ve  
sdělovacích prostředcích

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Darina Hradilová, Ph.D.

Olomouc 2016

## Prohlášení

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

V Olomouci dne 23. 6. 2016

.....  
Podpis

### Poděkování

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

## Obsah

<b>1</b>	<b>ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>EXPRESIVITA</b> .....	<b>8</b>
2.1	POJEM EXPRESIVITA .....	8
<b>3</b>	<b>EXPRESIVITA PODLE JAROSLAVA ZIMY</b> .....	<b>10</b>
3.1	EXPRESIVITA INHERENTNÍ .....	10
3.1.1	EXPRESIVITA HLÁSKOVÉHO SKLADU SLOVA .....	11
3.1.2	EXPRESIVITA DANÁ PŘÍPONAMI SLOVA .....	11
3.1.3	HYBRIDNÍ SLOVA .....	12
3.1.4	ZMĚNA NEŽIVOTNOSTI V ŽIVOTNOST .....	13
3.1.5	DEMINUTIVA .....	13
3.1.6	CITOSLOVCE A ONOMATOPOICKÉ VÝRAZY .....	14
3.1.7	DALŠÍ PŘÍKLADY .....	14
3.2	EXPRESIVITA ADHERENTNÍ .....	15
3.2.1	PŘESUNY POJMENOVÁNÍ UVNITŘ OBLASTI JEVŮ LIDSKÉHO ŽIVOTA .....	16
3.2.2	POJMENOVÁNÍ SKUTEČNOSTÍ Z OBLASTI LIDSKÉHO ŽIVOTA VÝRAZY PATŘÍCÍMI DO ŽIVOTA ŽIVOČIŠNÉHO .....	18
3.2.3	ZÁMĚNA POJMENOVÁNÍ MEZI OBLASTÍ OBJEKTŮ LIDSKÉHO ŽIVOTA A NEŽIVÉ HMOTY .....	18
3.2.4	INTENZIFIKACE A KONKRETIZACE .....	18
3.3	EXPRESIVITA KONTEXTOVÁ .....	19
<b>4</b>	<b>POJEM ŽURNALISTIKA A PUBLICISTICKÝ STYL</b> .....	<b>20</b>
4.1	TERMINOLOGICKÉ ROZPORY .....	20
<b>5</b>	<b>PUBLICISTIKA</b> .....	<b>22</b>
5.1	JAZYK PUBLICISTIKY .....	22
<b>6</b>	<b>ZPRAVODAJSTVÍ</b> .....	<b>24</b>
6.1	JAZYK ZPRAVODAJSTVÍ .....	25
<b>7</b>	<b>SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA</b> .....	<b>26</b>
7.1	JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKY .....	27
7.1.1	SLOVNÍ ZÁSoba .....	27
<b>8</b>	<b>ŽURNALISTICKÉ TITULKY</b> .....	<b>30</b>
<b>9</b>	<b>DENÍK SPORT</b> .....	<b>32</b>
<b>10</b>	<b>METODOLOGIE ANALÝZY</b> .....	<b>33</b>
10.1	VÝZKUMNÉ OTÁZKY A PŘEDPOKLADY .....	33
<b>11</b>	<b>PUBLICISTIKA VERSUS ZPRAVODAJSTVÍ</b> .....	<b>34</b>
<b>12</b>	<b>ADHERENTNÍ EXPRESIVITA</b> .....	<b>36</b>
12.1	PŘÍKLADY ADHERENTNÍ EXPRESIVITY VYSKYTUJÍCÍ SE V RÁMCI TITULKŮ .....	36

12.1.1	ZPRAVODAJSKÉ TITULKY .....	36
12.1.2	PUBLICISTICKÉ TITULKY .....	37
12.2	PŘÍKLADY ADHERENTNÍ EXPRESIVITY VYSKYTUJÍCÍ SE V RÁMCI SAMOTNÝCH KOMUNIKÁTŮ .....	39
12.2.1	ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI ZPRAVODAJSTVÍ.....	39
12.2.2	ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI PUBLICISTIKY.....	40
<b>13</b>	<b>INHERENTNÍ EXPRESIVITA.....</b>	<b>43</b>
13.1	PŘÍKLADY INHERENTNÍ EXPRESIVITY V RÁMCI TITULKŮ .....	43
13.1.1	ZPRAVODAJSKÉ TITULKY .....	43
13.1.2	PUBLICISTICKÉ TITULKY .....	44
13.2	INHERENTNÍ EXPRESIVITA V RÁMCI ČLÁNKŮ.....	44
13.2.1	ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI ZPRAVODAJSTVÍ.....	44
13.2.2	ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI PUBLICISTIKY.....	45
<b>14</b>	<b>VYHODNOCENÍ UŽÍVÁNÍ EXPRESIV V PUBLICISTICE A ZPRAVODAJSTVÍ.....</b>	<b>47</b>
<b>15</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>48</b>
<b>16</b>	<b>ANOTACE.....</b>	<b>50</b>
<b>17</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>52</b>

# 1 ÚVOD

Česká slovní zásoba je tvořena převážně slovy neutrálními, která mají pouze funkci pojmenovavací. Slova zbývající plní však více než pouze toto základní poslání, a to díky tomu, že jsou určitým způsobem příznaková. Jedním z nich je i příznak citový nebo volní projevující se expresivitou vyjadřování. V žurnalistických komunikátech plní taková slova funkci aktualizací, což hraje v rámci tištěných médií důležitou roli především v podpoře snahy zaujmout čtenáře.

Ve sportovní žurnalistice se autor píše např. komentář často neubrání osobním preferencím týmů či sportovců a pocitům, které vyplývají z jejich sportovních výsledků. Právě sklon k emocionalitě a jeho propojenost s expresivitou je důvodem, proč jsme si pro účely zkoumání v této bakalářské práci zvolili sportovní žurnalistiku.

Předmětem zkoumání této práce je tedy expresivita, konkrétně lexikální expresivita a způsoby, jakými se projevuje ve sportovním zpravodajství a publicistice. Rubrika věnovaná sportu má sice dnes svoje místo prakticky v každém deníku, např. v MF Dnes, v Lidových novinách nebo v Blesku. My jsme si pro tuto bakalářskou práci zvolili deník Sport, který je jediným deníkem v České republice primárně zaměřeným právě na sportovní žurnalistiku, a proto ho sledujeme jako vhodný materiál pro potřeby naší práce.

V první řadě vymežíme základní pojmy týkající se oblasti expresivity a žurnalistiky. Nejprve představíme expresivitu obecně a uvedeme příklady toho, jak je popisována v různých lingvistických publikacích. Následně charakterizujeme jednotlivé podtypy lexikální expresivity podle knihy *Expresivita slova v současné češtině*, kterou sepsal Jaroslav Zima. Pokračovat budeme vysvětlením pojmů zpravodajství a publicistika, neboť tyto oblasti žurnalistiky budeme v naší bakalářské práci sledovat odděleně. Uvedeme také aspekty, ve kterých spočívá exkluzivita jazyka sportovní žurnalistiky. V teoretické části se zaměříme i na základní charakteristiku titulků, neboť je ve zkoumaném materiálu oddělíme od samotných textů článků. Následně v rámci praktické části provedeme analýzu několika vybraných čísel zkoumaného deníku Sport z hlediska tématu naší práce. Tato čísla budou pocházet z období měsíce října 2015 až měsíce března 2016. Zaměříme se na to, v jakém poměru se v deníku objevují články z oblasti publicistiky a zpravodajství, a uvedeme konkrétní příklady adherentní a inherentní expresivity, kterou budeme zkoumat v rámci článků a titulků odděleně.

Cílem této bakalářské práce je zachycení konkrétních projevů lexikální expresivity. Pokusíme se zdokumentovat příklady adherentní a inherentní expresivity v psané sportovní žurnalistice, tedy v publicistických a zpravodajských komunikátech.

## 2 EXPRESIVITA

Neutrální slova, tedy slova s funkcí pojmenovávací bez vedlejších příznaků, tvoří naprostou většinu slovní zásoby spisovného jazyka. Ostatní slova mají kromě pojmenovávací funkce navíc příznaky citové nebo slohové, mohou být zvláštní i z hlediska svého původu nebo z hlediska dobového. Dochází tedy k vytváření vrstev charakterizovaných různými znaky. Jednou z nich je i vrstva, která je charakteristická citovostí, slovy se zápornými nebo kladnými příznaky. „Příznakové vrstvy slovní zásoby patří k její proměnlivé části a nacházejí se někdy až na jejím okraji (periferii). Jádro slovní zásoby tvoří základ lexika neutrálního s funkcí pouze nociónální (pojmenovávací).“<sup>1</sup>

Význam většiny slov je tedy nociónální, patří mezi ně např. škola, stůl, židle apod. Vrstvu slov, ve které se k základnímu významu přidává ještě navíc příznak citový nebo volní, označujeme jako expresivní. „Expresivní příznaky se pocítují buď jako kladné, nebo záporné. U některých slov není toto rozlišení vyhraněno a mluvíme jen o citovém slově bez další specifikace.“<sup>2</sup> Mezi slova bez citové specifikace patří např. hafan nebo dívčina. Příznak citově pozitivní mají slova familiární (*drahoušek, miláček*), hypokoristika (*Daníček, mamina*), dětská slova (*bumbat, hajat*) a eufemismy (*zesnul*).<sup>3</sup> Naopak příznak, který je citově záporný, mají slova pejorativní (*chlapisko, herka*), vulgarismy (*zmetek, hajzl*) a slova zhrubělá (*ožralec, blaf*).<sup>4</sup>

Expresivní příznaky mají samozřejmě i slova nespisovná a typické jsou i pro mluvený projev, expresivní výrazy se objevují v argotu, ve slangu, ve vrstvě hovorové a v obecné češtině. Výjimkou jsou odborné názvy, u kterých je expresivita zcela vyloučena.

### 2.1 POJEM EXPRESIVITA

Samotné slovo expresivita pochází z latinského „expressio“, což znamená „výraz“. Podle Slovníku literární teorie je expresivita „aktuální emocionální nebo volní postoj mluvčího, projevující se v jazykové výstavbě výpovědi výběrem a organizací výrazových prostředků.“<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. s. 19.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 50.

<sup>3</sup> Tamtéž, s. 50.

<sup>4</sup> Tamtéž, s. 51.

<sup>5</sup> VLAŠÍN, Štěpán, ed. *Slovník literární teorie*. s. 107.



V Encyklopedickém slovníku češtiny je expresivita definována jako „pragmatická složka významu příslušného výrazového prostředku, daná postojem mluvčího.“<sup>6</sup> Expresivum je pak vymezeno následovně: „Lexikální výrazový prostředek vyjadřující citový, hodnotící a volní vztah mluvčího ke sdělované skutečnosti.“<sup>7</sup>

„Složka pragmatického významu, zahrnující hodnotící, citový a volní vztah mluvčího ke skutečnosti (emocionálnost a apelovost), popř. způsob jeho interpretace jazykové jednotky, a projevující se na její formě (e. systémová, inherentní) nebo v kontextu (adherentní, kontextová).“<sup>8</sup> Takto expresivitu vysvětlují František Čermák a Josef Filipec v publikaci *Česká lexikologie*.

Kromě pojmu expresivita se v tomto okruhu vyskytuje i slovo emocionalita. Anna Mikulová se ve své studii zamýšlí nad tím, jestli jsou tyto dva pojmy významově stejné. Rozdíl mezi nimi spatřuje v tom, že emocionalita je pouze výrazem citů na rozdíl od expresivity, která je širším jevem zahrnujícím všechny jazykové projevy. Díky expresivitě také můžeme vyjádřit svůj subjektivní postoj ke sdělení. Pravdou ovšem zůstává, že jsou si tyto dva jevy velice blízké.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> NEKULA, Marek, ed. et al. *Encyklopedický slovník češtiny*. s. 131.

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 131.

<sup>8</sup> FILIPEC, Josef a ČERMÁK, František. *Česká lexikologie*. s.237.

<sup>9</sup> MIKULOVÁ, A.: *Emocionalita, expresivita a hodnocení integrace v jazycích a jazykovědných koncepcích*. In KRČMOVÁ, M. a kol.: *Integrace v jazycích jazyky v integraci*.

### 3 EXPRESIVITA PODLE JAROSLAVA ZIMY

Jaroslav Zima rozděluje expresivitu ve své studii<sup>10</sup> na tři typy, a to na expresivitu inherentní, adherentní a na expresivitu kontextovou.

Vychází zde ze synchronního zkoumání celé slovní zásoby českého jazyka, a to konkrétně z devítisvazkového Příručního slovníku jazyka českého, kde jsou expresiva po stránce významové zpravidla stabilizovanou složkou lexika. Dalším zdrojem pro tuto práci byl mluvený jazyk, a to hlavně spontánní hovory a projevy ze všedního života a společenského styku, při kterých mluvčí používá expresivních výrazů, aby upoutal a udržel pozornost lidí, ke kterým promlouvá. Do třetí oblasti zkoumání patří tehdejší česká literatura, označovaná v knize jako moderní, a to konkrétně próza. V tomto případě je zkoumáno pronikání prvků mluveného jazyka do jazyka uměleckého díla a vznikání nových expresivních lexikálních prostředků, což se děje kvůli snaze upoutat čtenáře. „Srovnání takových expresivních aktualizací s expresivními lexikálními prostředky stabilizovanými přispívá k poznání podstaty expresivity slova.“<sup>11</sup>

Na závěr této kapitoly Zima upozorňuje na to, že expresivita kontextová je sice pouze jevem patřícím do oblasti stylistiky, ale expresivita adherentní a inherentní mohou být zkoumány jak v oblasti lexikologie, tak i v oblasti stylistiky.

V následujících podkapitolách se budeme studii Jaroslava Zimy zabývat podrobněji a představíme jednotlivé podtypy výše zmíněných typů expresivity.

#### 3.1 EXPRESIVITA INHERENTNÍ

U slov expresivně inherentních lze expresivní příznak zpravidla rozeznat na první pohled bez nutnosti dalšího kontextu. Tento typ expresivity je ze tří výše jmenovaných nejzřetelnější. Expresivnost je zde neoddělitelnou součástí samotného významu slov, toto kritérium je však dobově relativní, protože se expresivita u jednotlivých slov může vytratit při častém užívání a často souvisí s jejich hláskovou a slovtvornou podobou. Slovy řadícími se do této skupiny jsou např. *kocourek*, *haját* nebo *kulaťoučký*. Tento typ expresivity je velmi rozmanitý. Existuje hned několik typů lexikálních jednotek, které jsou inherentně expresivní.

---

<sup>10</sup> ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*.

<sup>11</sup> ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. s.9.

### 3.1.1 EXPRESIVITA HLÁSKOVÉHO SKLADU SLOVA

Expresivitu lze u některých slov odhalit již z jejich hláskového skladu, a to hlavně z hláskové podoby slovního základu. Jedná se např. o slova *vyzunknout*, *fňukat*, *cmrndat*, *hňup* apod. Tato skupina slov nelze ve své podstatě zkoumat synchronně. V této rovině lze zkoumat jen některé její rysy, a to studiem zvukové stavby jazyka. Takto expresivní slova lze rozpoznat díky neobvyklosti určité hlásky nebo celé hláskové skupiny s ohledem na to, jak je složena neutrální slovní zásoba jazyka, např. *fňukat*, nebo také odlišnost zvukové realizace slova, které v psané podobě vypadá jako slovo základní, např. *cejtit* – *cítit*.

### 3.1.2 EXPRESIVITA DANÁ PŘÍPONAMI SLOVA

Jedná se o nejobsáhlejší skupinu slov inherentně expresivních, obsahuje substantiva, adjektiva, adverbia, verba, číslovku všecek a některá zájmena.

Expresivita je zde dána příponami, „které svou tvarovou a významovou nápadností označují výkyv od neutrálního základu zpravidla existujícího vedle slova expresivního nebo nahrazovaného ve vědomí mluvčího jiným slovem nebo slovních spojení s obdobným věcným významem.“<sup>12</sup> Zima zde uvádí příklady *vrabčisko* jako variantu ke slovu *vrabec* a slovo *hubeňour* vedle spojení *hubený člověk*.

Existují dvě stránky tohoto jevu, a to stránka kvantitativní, což je opozice augmentativnost a deminutivnost, a kvalitativní, pejorativnost – meliorativnost. Často se ovšem stává, že augmentativnost splývá s pejorativností nebo se k ní velmi přibližuje. Stejný proces probíhá i v případě deminutivnosti a meliorativnosti. Přitom platí, že „čím častější je určitý, původně expresivní příponový typ slova, tím snadněji se expresivita členů jeho skupiny stírá.“<sup>13</sup>

U substantiv maskulin je v češtině tento typ expresivity dán obzvláště následujícími domácími příponami:

-ák: jména nositelů vlastností, která jsou odvozená od adjektiv (*kruťák*, *drsňák*, *fešák* apod.);

-áč: jména nositelů negativních vlastností (*břicháč*, *nosáč*, *brejláč*);

-ec: označuje nositele negativních vlastností (*opilec*, *ošklivec*, *pitomec*);

<sup>12</sup> ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. s.14 – 15.

<sup>13</sup> ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. s.15.

-ek: jména nositelů vlastností odvozená od dějových adjektiv (*mazánek, otrhánek, uplakánek*);

-och (-ouch): nositelé vlastností odvozených od adjektiv, expresivita je zdůrazněna střídáním t – t' a d – d' (*mlad'och, tlust'och*);

-ouš: jména nositelů vlastností, která jsou odvozená od adjektiv a zároveň označující osoby (*drahouš, chytrouš, milouš*);

-oušek: jména nositelů vlastností (*drahoušek*);

-as: jména nositelů vlastností, která jsou odvozená analogicky od základů jiných, většinou substantivních (*mlad'as, prud'as, volňas*);

-oun: jména nositelů vlastností, které jsou odvozené od adjektiv, u pejorativ (*slepoun, hrboun*);

aj. –an (*tupan*), –our (*kaňour*), –ous (*divous*), –a (*polda, posera, pitoma*), –out (*žrout*) apod.

Expresivita, která je daná příponami u substantiv feminin je mnohem méně zastoupená. Konkrétně se jedná o přípony:

-na: činitelská jména (*křikna, chechtna, fňukna*);

-anda: označuje nositelky vlastností (*košilanda, štramanda, fešanda*) a pojmenovává činnosti odvozené od sloves (*šeptanda, šuškanda, čumenda*);

-inda a -enda: velmi ojedinělé (*pacifinda, trependa*);

-izna: dodává pejorativní zabarvení (*babizna, slabizna, holčizna*);

-ajzna: pojmenování vulgární a slangová (*š'abajzna, tlamajzna, všivajzna*);

-ule: ojedinělé (*ochechule, štekule*).

Nejméně slovotvorných expresivních typů se nachází u neuter. Jejich expresivita je totiž spjata především s deminutivností. Mezi běžnější přípony patří:

-isko: *babisko, člověčisko, psisko, vousisko* apod.

### 3.1.3 HYBRIDNÍ SLOVA

Jedná se o slova s výrazným vrstevním protikladem mezi příponou a slovním základem. K tomuto dochází hlavně kvůli tomu, že se spojí domácí základ s cizí

příponou spisovné češtiny, přičemž může základ být očividně vulgárního nebo lidového charakteru.

Mezi používané přípony patří:

-ista: *kopálista, srandista, švandista*;

-ant: *tupant, hrubant, pracant*;

-átor: *vědátor, synátor*;

-ián: *hrubián*;

-ius: *mílius*.

### 3.1.4 ZMĚNA NEŽIVOTNOSTI V ŽIVOTNOST

Tato změna probíhá u substantiv, která jsou zakončena příponou -ina (*vyzáblina* – vyzáblý člověk, *vzteklina* – vzteklý tvor, *nafoukanina* – nafoukaný člověk) a u neuter, která mají sufix -dlo, -lo a označují původně nástroj nebo prostředek (*čumidlo, třeštidlo, vrzadlo, nemehlo* aj.).

### 3.1.5 DEMINUTIVA

U deminutiv je primární vztah mezi deminutivem a slovem základním. Mimo ovšem stojí formální deminutiva, u kterých je sémantický vztah ke slovům základním přerušen. Jedná se o slova typu *kružidlo* – *kružítko* a také deminutiva s příponou -ec (*pražec, chlapec*). Tato slova už jako zdobněliny nebereme, protože jsou často používaná. U ostatních deminutiv dochází k dělení na tři typy vztahů, a to na vztah kvantitativní, kvalitativní a kvantitativně kvalitativní.

Kvantitativní vztah vyjadřuje menší míru rozměru nebo vlastností, např. *pila* – *pilka* – *pilčička* nebo *dláto* – *dlátko* – *dlátečko*. Tento rozdíl bývá jak mezi deminutivy prvního stupně a základním slovem, tak mezi zdobnělinami prvního a druhého stupně.

Vztah kvalitativní je podmíněn osobním vztahem mluvčího. Mění se zde hodnocení kvality věcí, a to buď ve smyslu pejorativním, nebo naopak meliorativním. Zima zde uvádí tyto příklady: *řečičky*, ve smyslu hloupé řeči, což je tedy změna od neutrálnosti k pejorativnosti, a slovo *mlíčko*, které je naopak meliorativní.

V posledním jmenovaném případě dochází k prolínání vztahu kvantitativního a kvalitativního, což v praxi znamená, že slovo je změněno po stránce kvantitativní, je tedy menší než slovo základní, i kvalitativní, v tomto případě zpravidla v meliorativním smyslu.

### 3.1.6 CITOSLOVCE A ONOMATOPOICKÉ VÝRAZY

Citoslovce se dělí na dvě skupiny, a to na citoslovce objektivní a subjektivní. Subjektivní citoslovce vyjadřují projevy volního úsilí nebo citu a jsou typickými expresivními členy české slovní zásoby, od které se liší tím, že se nociónální význam a expresivní složka značně překrývají. To vysvětluje např. to, že jedno slovo může mít i opačné významy. Je zde uvedeno např. citoslovce *ej*, které může být bolestným povzdechem na straně jedné a výskotem na straně druhé. Objektivní citoslovce jsou zvukomalebná. Početně jsou tyto skupiny v rovnováze a hranice mezi nimi nejsou pokaždé úplně přesné.

Další skupinou jsou imitativní citoslovce, která se nazývají též onomatopoická. Patří sem zvuky vydávané lidmi, pláč, smích, kýchání apod., zvířecí hlasy, pípání, štěkání apod., zvuky strojů, nástrojů a padajících nebo pohybujících se předmětů.

Onomatopoická slova jsou označována za neexpresivní. Neobsahují totiž znak lexikální expresivity. Na druhou stranu jsou však velmi nápadná v systému jazyka, což je od ostatních prvků lexika odlišuje. To je dáno např. jejich vztahem ke skutečnosti, který je přímočařejší. Za expresivní je tedy ve většině případů můžeme považovat jen v nejširším pojetí expresivity, a to právě díky jejich výše zmiňované nápadnosti, která je daná hláskovým skladem.

### 3.1.7 DALŠÍ PŘÍKLADY

V oblasti kompozice slova vzniká expresivita díky předponám, konkrétně např.:

arci-: se substantivy nebo s adjektivy, která jsou od nich odvozená; hodnosti společenského řádu, čestné tituly nebo i hanlivá vyznění – kontrast s pozitivním významem předpony (*arcikníže*, *arcidareba*);

vele-: opět hanlivé vyznění s kontrastem (*velevážený*, *velebřichatý*).

Také díky reduplikaci se může stát slovo expresivním, a to v rámci derivace v adjektivních deminutivních příponách (*maličičký*, *maloulinký* aj.) nebo v příponách augmentativních (např. *dlouhanánský*). Může dojít také k reduplikaci slovního základu, a to u adjektiv (*pouhopouhý*, *černočerný* apod.).

Dále může expresivita vznikat významovou změnou slovtvorného typu, což je ale velmi ojedinělé. Jedná se např. o slova se sufixem -árna, která zpravidla označují obecná jména místní (např. *čekárna*, *posluchárna* aj.). Příznakem expresivity se tato

přípona stává v okamžiku, kdy ji použijeme k označování projevů vlastností (*sprostárna, sviňárna, lumpárna* apod.).

### 3.2 EXPRESIVITA ADHERENTNÍ

Expresivita adherentní je dle autora studie v češtině mnohem frekventovanější, protože většina českých slov nemá znaky expresivity přímo ve svém základním významu. Ve srovnání se slovy, která mají expresivitu inherentní, jsou neutrální, tzn., že vyjadřují odraz skutečnosti. Neutralita se ovšem může změnit. Dochází totiž k tomu, že si slova v určitém kontextu svůj původní neutrální význam sice zachovávají, ale v kontextu jiném mohou získat expresivní znaky, které vlivem dalšího vývojového stádia lexikalizují. Slovo je tedy významově rozvětveno, vedle původního věcného významu má navíc i význam expresivní. Adherentní expresivita je zřetelně patrná až z určujícího kontextu. Jaroslav Zima zde uvádí dva příklady, a to slovo *robot*, ve významu těžká práce a slovo *ořukávat něco*, ve smyslu něco zkoumat nebo zjišťovat.

Často tento druhu expresivity vzniká v případě, že je v podstatě neutrální skutečnost označována slovem, které nese prvky nadměrnosti. To se týká např. již výše zmiňovaného slova *robot*.

Opakem, kterým opět dojdeme ke vzniku adherentní expresivity, je označování intenzivní skutečnosti slovem, které je slabší. „Ve sděleních typu *výsledek byl všelijaký, povídalo se všelicos, daří se mi všelijak* označuje slovo *všelijaký* výsledek nevalný, slovo *všelicos* skutečnosti nikoli dobré, spíše špatné, a *daří-li se mi všelijak*, tedy jistě ne zcela dobře, nevalně.“<sup>14</sup>

Na rozdíl od expresivity inherentní, kde je nápadnost v systému jazyka formální i významová, je u tohoto typu expresivity nápadnost pouze významová.

Její podstatou je protiklad „mezi slovem vyjadřujícím představu označovanou (základní) a slovem pro představu označující“<sup>15</sup>. Expresivní jevy tedy musíme zkoumat s ohledem na přesouvání mezi jednotlivými okruhy pojmenování.

<sup>14</sup> ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. s.44.

<sup>15</sup> ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. s.53

### 3.2.1 PŘESUNY POJMENOVÁNÍ UVNITŘ OBLASTI JEVŮ LIDSKÉHO ŽIVOTA

V rámci přesunů pojmenování uvnitř oblasti jevů lidského života rozlišujeme několik podtypů. Jedná se o:

- 1) Pojmenování z oblasti fyziologie, biologie a patologie člověka.

Do této skupiny patří vývojová stádia člověka, u kterých po změně do jiné oblasti lidských jevů vznikne expresivní příznak. K tomuto dochází např. u slova *dítě*, které lze v expresivním významu použít jako oslovení osoby, která již dítětem ve skutečnosti není.

Dále zde Zima uvádí slova související se zažíváním (např. *kousnout* ve významu jízlivě mluvit), pojmenování tělesných funkcí (např. *vypotit* ve smyslu pracně vytvořit), jevy a děje, které jsou patologické povahy (např. *stonat* – toužit po něčem), výrazy označující konec života (např. *umírat* – netrpělivostí).

- 2) Jména příslušníků národů, příjmení, křestní jména, apelativa.

Jména příslušníků národů, kterým se přisuzují nějaké určité vlastnosti, se využívají k označování lidí, kteří jsou nositeli takových vlastností. Příkladem je např. *Skot* označující skrblika, lakomce.

Vlastní jména mohou vyjadřovat lidi s určitými vlastnostmi, které jsou hodnoceny převážně negativně, např. *matěj* (hloupý člověk) nebo *nána* (hloupá žena).

- 3) Jména osob a pojmenování jevů z kulturní historie člověka.

Existují historické osobnosti, ke kterým se přiřazují určité vlastnosti, ve kterých nás utvrzuje právě historie. K tomuto dochází např. u jmen *Goliáš*, *Venuše* nebo *Metuzalém*.

Řada historických jevů se používá k označení jiných jevů týkajících se lidského života (např. *sfinga* – mlčenlivý člověk).

- 4) Pojmenování z okruhu náboženských představ, náboženského kultu a liturgie.

- *apoštolovat* (hlásat)



- *kazatel* (člověk, který rád poučuje)
- *požehnaný* (důkladný)
- *záračný* (mimořádně krásný)

Opět je zde několik jmen, která se stala symbolem vlastností, a to konkrétně:

- *lucifer* (zlý člověk)
- *mesiáš* (zachránce)
- *anděl* (dokonalý člověk)

#### 5) Pojmenování z oblasti jevů pohádek a bájí.

Základním je zde slovo čert a jeho významové pole. Toto substantivum označuje v obecné češtině divokou osobu. Do významového pole pak patří např. adjektivum *čertovský* (proklatý).

Dále do tohoto okruhu patří pojmenování pohádkových bytostí, např. *bubák* (nevrlý člověk) nebo *budulínek* (tlusté dítě).

Z oblasti bájí je to např. označení *víla* (krásná žena) a *čarovat* (dělat věci, které jsou téměř nemožné).

#### 6) Pojmenování sociálních jevů minulých.

- Oblast lidské práce: *robota* (těžká práce), *sluha* (vyznavač, straník)
- Mimo oblast lidské práce: *rezidence* (obydlí), *vymučit* (získat naléhavě)
- Slova, která původně označovala starověké skutečnosti: *plebejec* (nemajetný člověk), *tyranský* (nehorázný).
- Pojmenování tohoto typu mohou nést i znak ironie nebo humoru. Tak je tomu např. u slov *raubíř* a *loupežník*.

#### 7) Pojmenování z okruhu vojenství a společenského života.

- *verbovat* (získávat práci)
- *vyrabovat* (vykrást)
- *veterán* (zasloužilý starý pracovník)
- *zmandlovat* (zbít)
- *prostituovat* (zneuctít)

### 3.2.2 POJMENOVÁNÍ SKUTEČNOSTÍ Z OBLASTI LIDSKÉHO ŽIVOTA VÝRAZY PATŘÍCÍMI DO ŽIVOTA ŽIVOČIŠNÉHO

Expresivita zde vzniká přenášením výrazů ze světa živočichů do světa lidského, naopak pouze ojedinele. Patří sem hlavně výrazy označující zánik lidského života nebo označování lidských hlasů hlasy zvířecími, často ptačími. Tato poslední jmenovaná oblast je velice rozsáhlá a patří sem např. výrazy *štěbetat* (vesele povídat), *kokrhat* (nepříjemně mluvit) a *ňafat* (křičet). Dále do této oblasti patří metaforická pojmenování přejatá ze jmen zvířat, a to např. označení *sokol* (statečný člověk), *lišák* (zchytralý člověk), *zajíc* (člověk, který je nezkušený) a *tygřice* (vzteklá žena).

### 3.2.3 ZÁMĚNA POJMENOVÁNÍ MEZI OBLASTÍ OBJEKTŮ LIDSKÉHO ŽIVOTA A NEŽIVÉ HMOTY

Základem takových slov bývá velmi často přirovnání, např. *smetí* (malé děti) vzniklo pravděpodobně z přirovnání *mít děti jako smetí*.

Také sem patří výrazy jako *tyčka* a *bidlo* označující hubeného člověka nebo oslovení *zlato*. Některá z těchto slov mají hanlivé vyznění, např. *bečka* (tlustý člověk), *balvan* (neohrabaný člověk), *balík* (venkovan) apod.

### 3.2.4 INTENZIFIKACE A KONKRETIZACE

Zkoumání adherentní expresivity slova provádíme dvojí metodou. V prvním případě je východiskem onomaziologický postup, kterým zjistíme, co je příčinou expresivity a jak expresivita u určitého slova vzniká. Druhou metodou je postup sémaziologický a zkoumá základní znaky a podstatu jevu, k čemuž dochází díky srovnání s neutrálním slovem patřícím do určité dvojice synonym.

Intenzifikace výrazu je pojem, jenž označuje neutrální skutečnost, kterou označíme pojmenováním, jehož význam nese znaky nadměrnosti.

Adherentní expresivita nemá pouze kvantitativní stránku. Druhou složkou tohoto typu expresivity je tendence vyjádřit málo konkrétní představu výrazem, který je konkrétnější, a tedy tendence ke konkretizaci.

Tyto složky nemají ale stejnou jazykovou platnost, protože konkretizace může působit expresivně sama o sobě, ale intenzifikace je s konkretizací většinou těsně spjata.

### 3.3 EXPRESIVITA KONTEXTOVÁ

Třetí typ expresivity nepatří svou podstatou, na rozdíl od dvou předchozích, do oblasti lexikologie, ale do oblasti stylistiky. Slovo totiž může působit expresivně i bez změny významu. Expresivní příznak vzniká tím, že se nápadně odlišuje od svého jazykového okolí. Dochází zde ke střetání dvou různých stylistických vrstev. Jedná se o expresivitu kontextovou. Jako příklad Zima uvádí knihu *Bylo nás pět* od Karla Poláčka, kde dítě používá v běžných rozhovorech slova, která patří do vrstvy jazyka knižního.

Tímto typem expresivity se v této práci nebudeme podrobněji zabývat, neboť je zaměřena na expresivitu lexikální.

## 4 POJEM ŽURNALISTIKA A PUBLICISTICKÝ STYL

Žurnalistika je pojem, který zastřešuje pojmy publicistika a zpravodajství. Je to „činnost zaměřená na sbírání, úpravu a distribuci zpráv, příslušných komentářů a dalších charakteristických materiálů (sdělení) prostřednictvím masmédií.“<sup>16</sup> Masmédia se dále člení na elektronická, což je hlavně rozhlas, televize a také počítačové sítě, a na masmédiá tištěná, což jsou především noviny a časopisy. „Noviny se staly skutečně „masovým médiem“ až ve 20. století, kdy začaly pravidelně oslovovat většinu populace.“<sup>17</sup>

Publicistický styl je jedním z funkčních stylů současné češtiny. Bohumila Junková ve své knize *Jazyková dynamika současné publicistiky*<sup>18</sup> uvádí, že byl až do 50. let 20. století součástí odborného funkčního stylu a patří do něj komunikáty, které mají persvazivní a informativní funkci. Texty, které se řadí k publicistickému stylu, mají informovat o aktuálních událostech a také čtenáře ovlivňovat a přesvědčit je, že předkládaný názor je správný.

Pojmem persvaze se zabývá Alena Jaklová v článku *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*<sup>19</sup>. Jaklová zde uvádí, že cílem persvaze je formovat čtenáře a působit na veřejné mínění, přičemž expresiva a emotivní slova patří k tradičním prostředkům, které tuto funkci podporují. Je to proto, že taková slova svou pragmatickou složkou významu odhalují negativní, nebo naopak pozitivní stanovisko samotného autora textu a současně působí na emoce čtenářů. Např. vulgarismy vyvolají persvazi spíše negativní, nespisovné výrazy sblížují text se čtenářem a ve sportovní publicistice se často objevují slova slangová. Právě funkci persvazivní podporují expresivní výrazy.

### 4.1 TERMINOLOGICKÉ ROZPORY

V oblasti žurnalistiky dochází k terminologickým nejasnostem. Česká stylistika užívá tradičně pojem publicistický styl, do kterého řadí žánry zpravodajské, analytické a beletristické.<sup>20</sup> Tímto se řídí asi většina publikací pojednávajících o publicistickém stylu jako o jednom z funkčních stylů. Na druhou stranu publikace

---

<sup>16</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In. DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, s.42.

<sup>17</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. s.41.

<sup>18</sup> JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*.

<sup>19</sup> JAKLOVÁ, Alena. *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*.

<sup>20</sup> ČECHOVÁ, Marie et al. *Stylistika současné češtiny*. s.176.

z oblasti mediálních studií užívají pojmy žurnalistika, publicistika a zpravodajství, přičemž žurnalistika je pojmem nadřazeným a dělí se právě na, již jmenovanou, publicistiku a zpravodajství. V této práci vycházíme z druhé množiny pojmů, kterou reprezentují např. Miloš Mlčoch v publikaci *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky* a Barbora Osvaldová v knize *Zpravodajství v médiích*.

## 5 PUBLICISTIKA

Slovo publicistika pochází z latinského „publicus“, což znamená obecní, státní, veřejný nebo úřední. „V užším smyslu pojmu činnost spojená se stanoviskem, objasňující události, situaci v médiích (internetu).“<sup>21</sup> Pro publicistiku je, na rozdíl od zpravodajství, typické prezentovat kromě informací také hodnocení, názor, postoje autora a subjektivní přístup. Barbora Osvaldová ve své knize *Zpravodajství v médiích*<sup>22</sup> uvádí, že doménou publicistiky je „hledání souvislostí, vyslovování názorů, komentářů, mínění a stanovisek k většinou již známým faktům.“<sup>23</sup> Tyto texty jsou také expresivní, využívá se v nich literárních postupů i různé vrstvy jazyka. Mezi publicistické žánry patří např. *reportáž, poznámka, glosa, interview, sloupek, fejeton* nebo články v podobě *úvodníků, komentářů a analýz*.

Jaroslav Bartošek<sup>24</sup> ve své studii věnované jazyku žurnalistiky rozděluje publicistiku na několik typů. Jedná se o publicistiku analytickou, která se vyznačuje slohově bezpříznakovým jazykem, bere v úvahu větší počet objektivních zdrojů a má blízko k jazyku vědy. Dále existuje beletrizující publicistika, která dává najevo, že je tzv. „nad věcí“ a jsou pro ni charakteristická alegorie a metafory, publicistiku blábolivou nevynikající jazykovou osobitostí, manipulátorskou a úvahovou publicistiku, která se snaží o neagresivní přesvědčování společnosti.

### 5.1 JAZYK PUBLICISTIKY

Publicistické texty jsou zvláště v úvodních odstavcích kompozičně i tematicky pestřejší než texty spadající pod zpravodajství, a to proto, že jsou delší a odrážejí autorovu individualitu. Často se objevují úvody citátové, otázkové, dramatické a shrnující. Články také mohou začínat např. analýzou nebo sloganem.<sup>25</sup>

Typická je specifická slovní zásoba plnicí funkce, které jsou s publicistikou spojené, a to funkce přesvědčovací, vybízejí a získávací, a která také napomáhá ke zvýšení negativního nebo pozitivního účinku textů. Publicistické vyjadřování nebývá mnohdy přesné a jasné a dochází také k užívání neurčitě definovaných pojmenování, např. *demokracie, svoboda* apod. Typická pro publicistiku jsou slova obrazná

---

<sup>21</sup> *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. s.146.

<sup>22</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kol., *Zpravodajství v médiích* [e-kniha].

<sup>23</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kol., *Zpravodajství v médiích* [e-kniha]. s.13.

<sup>24</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In. DANĚŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*.

<sup>25</sup> Tamtéž. s.59-60.

a expresivní, typická zvláště pro sportovní žurnalistiku, paronyma (např. *je to efektní, ale neefektivní*), exkluzivní výrazy, které však mohou být nesrozumitelné (např. *esprit, jamovat* apod.), výrazy postojové nebo výpovědi doplňující o subjektivní prvek věcnou informaci, přičemž svůj určitý postoj může v textu zaujímat i samotný autor, a to sám za sebe, za všechny nebo za jiné lidi (např. *dám na to krk, co na to asi řeknou sportovní fanoušci* apod.).<sup>26</sup>

Užívají se také argumenty, manipulace a různé apely. Logické argumenty, odkazy na autority, grafy nebo statistiky zvyšují přesvědčivost textů, ale objevují se i argumenty, které jsou falešné, sofizmata<sup>27</sup> a již výše jmenovaná manipulace. Apelováno může být na lásku (*k vlasti, rodině, ke sportu*), na emoce a instinkty (*hrdost, štěstí, zklamání*) nebo na úctu (*k životu, k lidským právům*).<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In. DANĚŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. s.60 – 61.

<sup>27</sup> Úmyslně klamný důkaz, zdánlivá správnost. Viz *Slovník cizích slov*, s.313

<sup>28</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In. DANĚŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, s.61.

## 6 ZPRAVODAJSTVÍ

„Zpravodajství stojí na informacích a faktech, které vyhledává, shromažďuje, třídí, vybírá, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům.“<sup>29</sup> Zpravodajství slouží veřejnosti k utváření vlastních názorů, a proto má být co nejpresnější, nepředpojaté, nestranné, aktuální a samozřejmě srozumitelné. Má pouze informovat o faktech tak, aby si čtenář utvořil vlastní názor, a ne prezentovat osobní názor novináře. Osvaldová ve své knize<sup>30</sup> říká, že by zpravodajství mělo zprostředkovat informace, které jsou podstatné a odrážejí názorovou pluralitu dané společnosti. Zpravodajství je čím dál tím víc stereotypní, což je způsobeno časovou tísni, snahou vydat zprávu co nejrychleji.

Mezi žánry patří zpráva, která je historicky nejstarším žurnalistickým útvarem. Zpráva má obsahovat názory všech stran, aby byla co nejvíce objektivní, má být aktuální, nová, určitým způsobem významná a také v pořádku po věcné stránce. Jaroslav Bartošek<sup>31</sup> uvádí, že jsou psané zprávy velmi často vystavěny na modelu tzv. obrácené pyramidy, který má několik přísně vyčleněných odstavců. V prvním odstavci autor shrnuje obsah celého článku a hlavně podstatu celé události, ve druhém odstavci se dozvídáme o osobě, která má k dané události blízký vztah. Třetím a čtvrtým odstavcem autor předchozí dva rozvíjí, nebo jsou naopak jejich protikladem.

Zprávu můžeme dělit na několik druhů. Barbora Osvaldová<sup>32</sup> ve své knize uvádí následující: denička (krátká zpráva, která přináší pouze nejzákladnější informace o dané aktuální skutečnosti; většinou řazená do rubrik; její modifikací jsou noticka a lokálka), fleš (zpráva s druhou nejvyšší prioritou – v ČTK; jinak úplně první stručná zpráva o velmi důležité události), jednosloupek (je pojmenovaná podle sazby textu do sloupce; je nejčastěji používaná a tvoří základ novin a časopisů zaměřených na zpravodajství), skládaná zpráva (souhrn několika informací k jednomu tématu z různých zdrojů) a dialogizovaná zpráva (dochází ke střídání otázek a odpovědí; nazývána také mikrointerview).

---

<sup>29</sup> *Encyklopedie praktické žurnalistiky*., s.214.

<sup>30</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kol., *Zpravodajství v médiích* [e-kniha],

<sup>31</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In. DANĚŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia, 1997

<sup>32</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kol., *Zpravodajství v médiích* [e-kniha]



## 6.1 JAZYK ZPRAVODAJSTVÍ

Jak již bylo řečeno, zprávy mají být krátké, dobře srozumitelné a také stručné, proto se zpravodajská sdělení skládají z kratších větných celků, přičemž souvětí se skládají ve většině případů ze dvou vět. Jazyk používaný při psaní zpráv je neutrální a neosobní. Musíme se také řídit pravopisnou normou. V novinách se také často používá minulý čas a er forma.

Pro oblast zpravodajství není typická a ani žádoucí výrazová expresivita. Expresivita se však často objevuje v bulvárním tisku a také ve zprávách, ve kterých hraje důležitou roli udržení kontaktu se čtenářem, tedy funkce kontaktní, a také tam, kde hraje důležitou roli funkce estetická. Nevhodnost expresivity ovšem neplatí pro titulky, což je dáno tím, že mají upoutat pozornost čtenářů.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kol., *Zpravodajství v médiích* [e-kniha]

## 7 SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA

Před samotnou specifikací jazyka sportovní žurnalistiky musíme poukázat na některé rysy, které platí pro žurnalistiku obecně. Jedná se např. o *periodicitu projevující se automatizací a modelovostí jazykových prostředků a aktuálnost*. K modelovosti jazyka dochází, protože jsou zpracovávána témata podobná nebo se dokonce opakují. Ve sportovní žurnalistice k tomuto navíc dochází i proto, že sportovní disciplíny mají daná pravidla. Novináři některá ustálená slovní spojení, obraty nebo vazby používají zcela mechanicky. Takové prostředky se pak nazývají prostředky automatizované. Ve sportovní žurnalistice se jedná např. o spojení jako *spravedlivá dělba bodů* nebo *potvrdit převahu*. Ve snaze zabránit této automatizaci jazyka pak dochází k aktualizaci, což je snaha o oživení textu. Ve sportovní žurnalistice jsou zdrojem aktualizace jazykové prostředky používané v jiných rubrikách, a to hlavně v rubrice politické, dále jazykové prostředky typické např. pro *kulturu, vojenství, historii, náboženství a literaturu*.<sup>34</sup>

Sportovní žurnalistika i její jazyk se od ostatních rubrik v některých případech liší. Texty jsou určeny lidem, kteří se o sport zajímají, a proto čtenář, který nepatří mezi sportovní příznivce, může mít problém komunikátům porozumět. Novinář totiž předpokládá čtenářovu znalost sportovní problematiky a stává se, že nepovažuje za nutné slangové výrazy nebo termíny vysvětlovat. Čtenáře sportovních novin zajímají hlavně informace o tom, kdo s kým hrál a jak to skončilo, a až následně další podrobnosti, proto je v této oblasti žurnalistiky velice důležitá objektivita.

Ve článcích i titulcích se objevuje velmi často sportovní terminologie z různých odvětví sportu, patří mezi ně např. slova jako *homerun, zakázané uvolnění, červená karta, útočné pásmo, obří slalom, příjem podání, tie-break, farma, extraliga, brzdná zóna, grandslam, ofsajd* nebo *peloton*. Emotivním se projev stává hlavně v případech, kdy novinář píše o sportovci nebo týmu, který sám preferuje. „Novináři ve svých článcích často zaujímají hodnotící stanovisko, a to jak explicitně, tak implicitně.“<sup>35</sup> Často dochází k využívání prostředků beletrizace a kombinování nespisovného jazyka s knižním. Událost bývá popisována dramaticky, neboť se novináři snaží čtenáře i pobavit, a ne pouze informovat.

---

<sup>34</sup> MLČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*.

<sup>35</sup> MLČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*. s.18.

„Primárním prostředkem k předávání informací ve sportovní žurnalistice je psaný text.“<sup>36</sup> Protože tištěná média musí v současnosti bojovat s konkurencí, kterou představuje hlavně internet, vzrůstá význam nejazykových prostředků, kterými se noviny snaží text ozvláštňit. Mezi takové prostředky patří např. *ilustrace, grafy, karikatury, tabulky, velké fotografie* nebo také *informace o sportovcích graficky zpracované jako sběratelské hráčské karty*.

## 7.1 JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKY

Existuje několik jazykových rovin, ve kterých můžeme poukázat na specifika jazyka sportovní žurnalistiky. Jazykem tohoto typu žurnalistiky se zabýval Miloš Mlčoch ve své knize *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. V následující části práce proto budeme vycházet z klasifikace charakteristických rysů sportovní žurnalistiky, kterou ve své knize Miloš Mlčoch uvedl.

V žurnalistice se uplatňují jednoduché věty i souvětí, která jsou typická v úvodních celcích článků. Novináři často stereotypně používají zájmena *který* a *jenž* k uvozování vět vztažných, elipsu slovesa nebo substantiva (např. *s jistotou kryl*), adjektiva slovesná a přechodníky, ty jsou ovšem v dnešní době na ústupu. Stylistickým nedostatkem je vznikání nepravých větných dvojic a také kontaminace vazeb. Naopak chyby jako atrakce, zeugma a anakolut se vyskytují jen zřídka.<sup>37</sup>

V oblasti slovo tvorby je rozšířené např. tvoření sloves s příponou -ova-, -nou- (*tečovat, brejknout*), pojmenování osob zakončená na -er, -ista, -ák, a -ík (*biker, skejťák, profík, inliner*), vytváření zkratkových slov (*CD – céděčko*), multiverbizace (*provádět úpravy*) i univerbizace (*osobák, kraulovat*).<sup>38</sup>

Univerbizovaná pojmenování jsou obvykle expresivní a současně plní aktualizační funkci, neboť jazyk ozvláštňují.<sup>39</sup> Výše jmenované přípony jsou typické pro inherentní expresivitu (viz kapitola 3.1.2).

### 7.1.1 SLOVNÍ ZÁSoba

V oblasti slovní zásoby se projevuje silný vliv angličtiny a velmi časté jsou také internacionalismy.

---

<sup>36</sup> MLČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*. s.19.

<sup>37</sup> Tamtéž. s.19.

<sup>38</sup> Tamtéž. s.19

<sup>39</sup> JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*.

Některé anglicismy byly do češtiny přejaty již v 19. nebo na počátku 20. století, zvláště pak po první světové válce, a to díky autoritě Spojených států amerických, které napomohly vzniku samostatného československého státu, a také s pomocí osobnosti T. G. Masaryka. V téže době se také staly populární sporty, které se tradičně spojují s prostředím, ve kterém je dominantním jazykem angličtina. Do češtiny se tak dostala slova jako např. *fotbal, hokej, tenis* nebo *box*.<sup>40</sup> Další vlna přejímání proběhla v době uvolnění protizápadních nálad, tedy v 60. letech 20. století, kdy do češtiny pronikly hlavně anglicismy z oblasti hudby. Obrovský nárůst nastal v 80. letech 20. století, zvláště pak po roce 1989, což je dáno změnou politického režimu. Sport byl jedním z důležitých zdrojů přejímek, kromě oblasti informatiky a kultury. „Anglicismy se realizují jako pojmenování sportovních soutěží, herních situací, nových sportovních disciplín, sportovních oddílů, jako slangové výrazy, a to jak v článcích o zámořských soutěžích, tak o soutěžích domácích.“<sup>41</sup> V české slovní zásobě se tak objevují termíny pocházející z angličtiny, patří mezi ně např. slova *lakros, strečink, triatlon, tým* nebo slovo *windsurfing*, které zůstalo nepočesštěno.<sup>42</sup>

Jak již bylo řečeno, objevují se v jazyce sportovní žurnalistiky také internacionalismy. Ve sportovním kontextu získávají některé lexikální jednotky zcela nové významy, např. akce, kombinace apod. Dochází zde také k přejímání slov typických pro styl odborný, čímž se žurnalisté, sportovci ale i funkcionáři snaží demonstrovat svou odbornou způsobilost, např. *Model závěrečné přípravy přežil bez podstatných inovací*.<sup>43</sup>

Typické pro sportovní žurnalistiku je časté používání proprií, lépe řečeno jmen z nich odvozených, a to hlavně

- v označení sportovců, v názvech klubů (*Slavia, Sparta*)
- pojmenování inspirované jménem hlavního sponzora nebo majitele (*Korbelova jedenáctka, Peltova parta*)
- metonymické pojmenování podle názvu města (*Plzeň, Příbram, Barcelona, Brno*)

---

<sup>40</sup> BLÁHA, Ondřej. *Čeština v kontaktech: angličtina na vzestupu*. In: ULIČNÝ, Oldřich a kol. *Preliminária k moderní mluvnici češtiny*., s. 127

<sup>41</sup> MIČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*. s.22.

<sup>42</sup> BLÁHA, Ondřej. *Čeština v kontaktech: angličtina na vzestupu*. In: ULIČNÝ, Oldřich a kol. *Preliminária k moderní mluvnici češtiny*., s. 130

<sup>43</sup> MIČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*. s.22.

- metonymické pojmenování podle názvu státu (*Španělsko, Slováci, Německo, Itálie*)
- apod.

Začínají převládat mezinárodní podoby jmen, a to hlavně u měst, např. *Regensburg, Venezia* atd. To však neplatí pro exonyma označující hlavně státy, země nebo hlavní města, která se stále používají.

Publicismy jsou slova nebo slovní spojení, která jsou typická pro jazyk žurnalistiky a objevují se v mluvených i psaných projevech. Když se publicismy používají příliš často a stereotypně, stávají se z nich klišé – např. *rozhovor proběhl za zavřenými dveřmi, hrobové ticho* apod. Ve sportovní žurnalistice jsou publicismy velice oblíbené, patří mezi ně např. *hrálo se v režii domácích, mít želízko v ohni, otočit zápas a zahrát míč do bezpečí* atd.<sup>44</sup>

Typické je také používání synonym, a to při označování sportovců podle toho, do kterého klubu patří (*sešívání, rudí*), a také v pojmenování aktérů herních situací, závodů nebo sportovních utkání (*brankář, gólman, strážce svatyně; přihrát, přenést hru, adresovat míč, uvolnit spoluhráče*).<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> MIČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*. s.22.

<sup>45</sup> Tamtéž

## 8 ŽURNALISTICKÉ TITULKY

V žurnalistice je začátek článku záměrně zvýrazněn. „Děje se tak uvedením výrazného titulku, nadtitulku, podtitulku nebo celých titulkových komplexů, zvýrazněním prvního odstavce, event. začleněním mezititulků.“<sup>46</sup>

Titulky plní v novinách hned několik funkcí. Nejdůležitější a základní funkcí novinového titulku je funkce atrakční, tedy upoutat pozornost čtenářů a vzbudit u nich zájem si článek přečíst. Titulek je v dnešní době také nositelem informace, a to proto, že čtenáři informace chtějí mnohdy jen zaznamenat a mít o nich přehled. Díky titulku se tak zpravidla dozvíme, o čem daný článek pojednává, a také nám usnadňují orientaci v textu. V neposlední řadě jsou samozřejmě součástí grafické úpravy novin, a proto plní také funkci estetickou.<sup>47</sup>

Titulky můžeme dělit podle různých charakteristických rysů, např. podle toho, zda je jejich součástí sloveso v určitém tvaru na titulky *statické* a *dynamické*, podle míry určitých informací na titulky *neurčité* a *konkrétní* a podle přítomnosti tématu a rématu na titulky *rematické*, *tematické* nebo *tematicko-rematické*.<sup>48</sup>

U publicistických titulků převažují obrazná pojmenování (*Zamrzlé rty Zemanovy strany*). Většinou jsou krátké a složené ze jmenných výrazů (*Podzimní maratón*). Časté jsou také výzvolné, tázací a zvolací věty nebo tzv. oznamovací otázky (*Morálka? Morálka!*).

Titulky ve zpravodajství nejsou většinou pouze heslovité, ale skládají se z rozvitých vět nebo i celých souvětí (*Horníci nechtěli fírat, firmy proto berou cizince*). Převažují tak titulky víceslovné, které jsou při sazbě do sloupců umístěny na více řádků. Zpravodajské titulky se dělí na dva typy. První typem jsou titulky, které obsahují resumé textu a snaží se podat co největší množství informací, díky tomu se podle nich čtenáři mohou dobře a hlavně rychle orientovat v tisku. Druhým typem jsou titulky podávající pouze částečné informace, čímž se snaží čtenáře nalákat a přimět ho k přečtení celého článku.<sup>49</sup>

Některé titulky se kvůli častému opakování staly pro určité situace standardem, např. při začátku školního roku jsou používána spojení jako *Otevřely se brány škol*. Nebezpečí ovšem spočívá v tom, že se takovéto titulky stanou automatizované

---

<sup>46</sup> ČECHOVÁ, Marie, KRČMOVÁ, Marie a MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. s.270

<sup>47</sup> MIČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*. s.22.

<sup>48</sup> ČECHOVÁ, Marie, KRČMOVÁ, Marie a MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. s.270

<sup>49</sup> Tamtéž. s.270

a přestanou tak poutat pozornost čtenářů. Naopak vznikají i titulky výrazně expresivní, hovorové nebo se v nich mohou objevit i slova nespisovná.<sup>50</sup>

Amr Ahmed Shatury rozděluje ve svém článku *Titulky v psané publicistice*<sup>51</sup> publikovaném v Naší řeči na tři kategorie podle toho, ke kterým textům se vztahují. Prvním je zpravodajský titulek, ve kterém nalezneme hlavně věcné údaje a údaje o čase, jména, názvy, čísla apod. Druhým je titulek komentující (hodnotící). Ten bývá použit jako nadpis např. ke *glosám, pozvánkám* nebo *komentářům*, k události zaujímá nějaké stanovisko a vyskytuje se v něm velké množství přívlastků. Jako poslední popisuje Shatury ve svém příspěvku titulek beletristický, ten je rozpoznatelný díky metaforickému rázu.

---

<sup>50</sup> ČECHOVÁ, Marie, KRČMOVÁ, Marie a MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. s.271

<sup>51</sup> SHATURY, Amr Ahmed. *Titulky v psané publicistice (Srovnávací studie)*

## 9 DENÍK SPORT

V této práci se zaměříme, jak již název napovídá, na zkoumání lexikální expresivity ve sportovní publicistice a zpravodajství. Pro tyto účely jsme zvolili deník Sport. V Encyklopedii praktické žurnalistiky je pojem „deník“ definován jako „noviny vycházející denně, obsahující zpravodajství i publicistiku“<sup>52</sup>.

Deník Sport, který vychází již od roku 1953, je jediným sportovním deníkem v České republice. Jeho součástí jsou i přílohy, a to konkrétně příloha zaměřená na český hokej vycházející v úterý, Český fotbal vycházející ve středu a Sport magazín, který vychází v pátek. Sport má i víkendovou verzi pojmenovanou Nedělní Sport a online verzi, kterou naleznete na internetových stránkách [www.iSport.cz](http://www.iSport.cz). Současným šéfredaktorem deníku je Lukáš Tomek.<sup>53</sup>

Sport patří do skupiny novin a časopisů, které vydává mediální dům CZECH NEWS CENTER a. s. Toto vydavatelství produkuje kromě Deníku Sport např. deník *Blesk*, deník *Aha!*, časopis *Svět motorů* nebo *Reflex*. Jedná se o periodika spíše bulvární povahy. Vlastníky CNC jsou Daniel Křetínský a Patrik Tkáč.<sup>54</sup>

Obvyklý rozsah novin je přibližně 25 stran. Do tohoto počtu se ovšem započítává i poslední strana, na které se neobjevují články, ale televizní program. Značnou část novin také pokrývá reklama.

Text je ozvláštněn rozmanitými grafickými prostředky. Objevují se zde např. *velké barevné fotografie, výsledkové tabulky, grafy, graficky znázorněné sestavy hráčů* nebo *profily sportovců vyhotovené jako hráčské sběratelské kartičky*. Deník Sport se také snaží propojit tištěné noviny s internetovou verzí, a tak u některých článků nalezneme informaci o videu, které se daného článku týká.

Noviny jsou rozděleny na několik částí. Mezi pravidelné oddíly patří strany věnované fotbalu a hokeji. Zbytek obsahu se odvíjí od toho, který sport je zrovna aktuální. Články jsou tak věnované např. *snowboardingu, atletice, lyžování, formulím, tenisu, dostihům* nebo *cyklokrosu*.

---

<sup>52</sup> Encyklopedie praktické žurnalistiky. s. 44.

<sup>53</sup> CZECH NEWS CENTER. *Sport. Základní informace*.

<sup>54</sup> CZECH NEWS CENTER. *O nás*.



## 10 METODOLOGIE ANALÝZY

V následujících kapitolách budeme vycházet z teoretických poznatků z oblasti lexikální expresivity a žurnalistiky, kterými jsme se zabývali v kapitolách předcházejících.

Konkrétně budeme analyzovat 22 čísel deníku Sport, která vyšla mezi měsícem říjnem roku 2015 a měsícem březnem roku 2016.

Při analýze vybraného deníku se budeme soustředit na to, o jaký typ expresivity se jedná (expresivita inherentní či adherentní), zda se vyskytuje v samotných textech nebo v titulcích a jestli se jedná o článek patřící do oblasti zpravodajství nebo publicistiky. Dále si budeme všimnout i toho, jakou funkci expresivita v textu plní.

Zkoumaný materiál jsme si nejprve rozdělili na část publicistickou a část zpravodajskou. Dále jsme si od samotných článků oddělili titulky. Pro posouzení, zda se jedná o expresivitu, jsme využívali Internetovou jazykovou příručku Ústavu pro jazyk český<sup>55</sup>, která je v současné době propojená s online Slovníkem spisovného jazyka českého (SSJČ) a se Slovníkem spisovné češtiny (SSČ).

### 10.1 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A PŘEDPOKLADY

Předpokládáme, že v rámci článků publicistiky bude zastoupení expresivních výrazů rozmanitější než v textech zpravodajských, a to z důvodu, že publicistika má čtenáře nejen informovat, ale i pobavit. Dalším důvodem je to, že publicista sděluje v článcích svůj názor, který může vyjádřit značně expresivně, a tím pádem využít více různých expresiv. To se stává hlavně v případech, kdy se autor v komunikátech sportovní žurnalistiky neubrání vyjádření vlastních preferencí týmů či sportovců.

Na základě vzhledu do vybraného deníku dále předpokládáme, že výrazně převládají texty publicistického charakteru nad texty zpravodajskými.

---

<sup>55</sup> *Internetová jazyková příručka*. [online]. [cit. 2016-04-10]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>

## 11 PUBLICISTIKA VERSUS ZPRAVODAJSTVÍ

Deník jsme nejprve rozdělili na části spadající do oblasti zpravodajství a na části patřící do oblasti publicistiky. Jak již bylo řečeno v předchozích kapitolách věnovaných charakteristice zpravodajství a publicistiky (viz kapitola 5 a 6), hlavním rozdílem je prezentování, či naopak neprezentování osobního názoru autora článku. V publicistických textech je autorův osobní názor podstatnou složkou na rozdíl od článků zpravodajských, po jejichž přečtení si čtenáři mají utvořit názor vlastní.

Do oblasti publicistiky jsme tedy zařadili rozhovory, komentáře, rubriku *Na beton*, reportáže ze soutěží, polemiky, poznámky novinářů (např. *Poznámka Miroslava Horáka*), zápisníky (např. *Zápisník Zdeňka Jandy*), rubriku *Přesné trefy*, *Tahák nejen pro sázkaře*.

Do oblasti zpravodajství jsme pak zařadili zprávy, rubriku *Ve zkratce*, rubriku *Aktuálně* nebo *Telegraficky*. Zprávy se v tomto deníku objevují převážně ve formě jednosloupků a deníček.

Samostatnou kapitolou je pak rubrika *Sport show* s podtitulem *Pravidelná rubrika ze života sportovních hvězd* umístěná na závěr deníku. Objevují se zde články orientované na osobní život sportovců, ne na jejich sportovní výkony. Protože je tato část zkoumaných novin věnována skandálům, senzacím a osobním životům především sportovců, kteří jsou pokládáni za „hvězdy“, tedy všeobecně známé osobnosti, můžeme konstatovat, že zde dochází k bulvarizaci<sup>56</sup> novin, čemuž napovídá již samotné pojmenování rubriky. Tento fakt můžeme doložit konkrétními příklady titulků, které se ve zkoumané množině deníku objevily – „Rory, tentokrát k oltáři!“<sup>57</sup>, „Narozeninový zázrak pro Bernieho“<sup>58</sup>, „Malkin randí s televizní hvězdou“<sup>59</sup> nebo „Bolt plácl přes zadek striptérku“<sup>60</sup>. Tato bakalářská práce je ovšem zaměřena na sportovní žurnalistiku, a proto jsme se rozhodli, že tuto rubriku do našeho zkoumání nezahrneme.

Předpokládali jsme, že v deníku *Sport* převládají texty publicistického charakteru. Na základě výsledku analýzy vybraného vzorku jsme však zjistili, že zpravodajské a publicistické útvary jsou vzhledem k počtu článků téměř v rovnováze.

---

<sup>56</sup> „Výraz odvozený od označení pro bulvární a senzacechtivé noviny (plné pomluv a rádoby skandálů). (McQuail, 562)

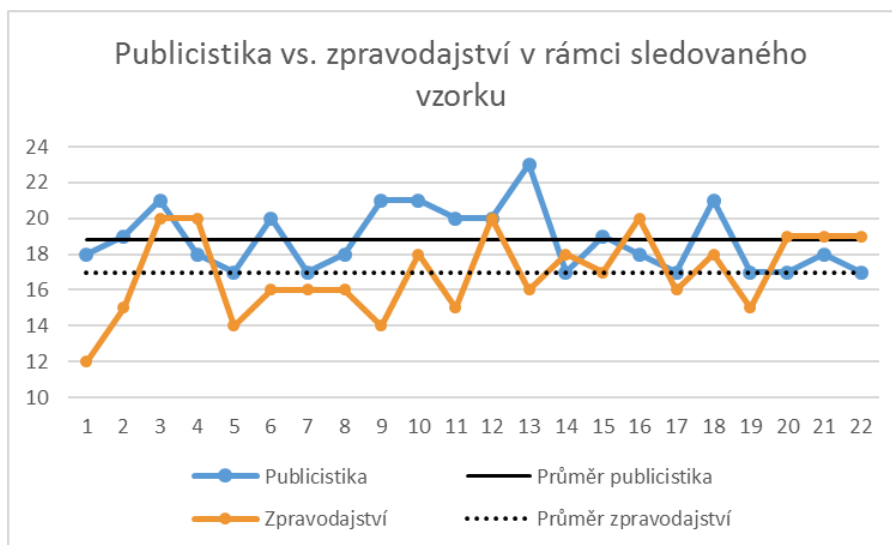
<sup>57</sup> *Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(288). s.23.

<sup>58</sup> *Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(245). s.26

<sup>59</sup> *Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(267). s.22

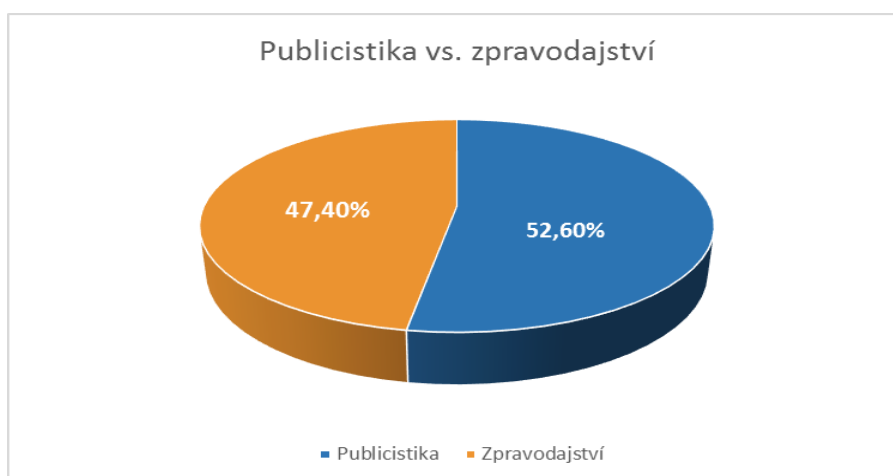
<sup>60</sup> *Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(230). s. 23

Tento fakt dokazuje graf č. 1, který ukazuje, že průměrný počet publicistických textů je v rámci jednoho čísla 19 a průměrný počet textů zpravodajských je 17. Vizuálně ovšem takto deník nepůsobí, což je zapříčiněno výrazně rozdílným rozsahem typů textů, přičemž publicistické články jsou podstatně delší. Dle našeho názoru je to dáno tím, že publicistické komunikáty čtenáři kromě předání informace zprostředkovávají i názor autora článku. Rozsah zpravodajských textů indikují už samotné názvy zpravodajských rubrik, např. *Telegraficky* nebo *Ve zkratce*.



Graf 1- Publicistika versus zpravodajství v rámci sledovaného vzorku  
Zdroj: deník Sport, vlastní zpracování

Na základě grafu č. 2 můžeme konstatovat, že vzhledem k celkovému počtu zkoumaných vzorků převládají útvary publicistické nad zpravodajskými v poměru 52,60 % ku 47,40 %. To dokazuje, že komunikáty publicistické a zpravodajské jsou co do počtu vcelku vyrovnané.



Graf 2- Publicistika versus zpravodajství  
Zdroj: deník Sport, vlastní zpracování

## 12 ADHERENTNÍ EXPRESIVITA

Při zkoumání adherentní expresivity musíme brát v úvahu kontext, protože slova sama o sobě jsou neutrální povahy.

Tento typ expresivity je rozšířenější než typ inherentní. Toto tvrzení zakládáme na studii Jaroslava Zimy. Hojně se objevuje v publicistických titulcích i v samotných textech. V menším množství ho nalezneme i v oddílu zpravodajském, a to hlavně v titulcích, protože se jimi novináři snaží upoutat pozornost čtenářů.

Adherentní expresivitu můžeme rozčlenit dle typů přesunů pojmenování podle knihy Jaroslava Zimy. Konkrétně se jedná o tyto základní kategorie: přesuny uvnitř oblasti jevů lidského života, pojmenování skutečností z oblasti lidského života výrazy, které patří do oblasti živočišné říše, záměna pojmenování mezi oblastí objektů neživé hmoty a lidského života

Nejprve se zaměříme na zkoumání adherentní expresivity v titulcích a následně provedeme analýzu samotných článků. Obě tyto oblasti rozdělíme na část zpravodajskou a část publicistickou.

### 12.1 PŘÍKLADY ADHERENTNÍ EXPRESIVITY VYSKYTUJÍCÍ SE V RÁMCI TITULKŮ

Jak jsme již uvedli v kapitole věnující se metodologii této bakalářské práce (viz kapitola 10), zkoumáme odděleně část zpravodajskou a část publicistickou, a proto i samotné příklady uvádíme v následujících podkapitolách takto rozděleny.

#### 12.1.1 ZPRAVODAJSKÉ TITULKY

K přenosu uvnitř oblasti lidského života dochází např. v titulku *Vonnová v Lake Louise kralovala*. Přičemž výraz *kralovat* jsme zařadili konkrétně do kategorie jevů z pohádek a bájí. To, že *Vonnová kralovala* znamená, že zaujímala vedoucí postavení, byla první v cíli.

Do pojmenování z okruhu náboženských představ, náboženského kultu a liturgie jsme zařadili titulky *Spása jménem Mertl* a *Na Floridě je Bůh*. Slovo *Bůh* v tomto významu označuje člověka velmi uctívaného a milovaného. Výraz *spása* by se v tomto významu nahradit slovem *záchrana*.

Titulek *Vary tasí další zoufalý tah* pak patří do přenosů výrazů z oblasti vojenství, neboť v primárním významu můžeme vytasit např. meč.

Dále do kategorie přenosů uvnitř lidského života řadíme titulky: *Petružálka ulovilo Dynamo*, *Klepiše uhnala Boleslav* a *Oceláři řízli do týmu*. Slovo *uhn* je v primárním významu používáno ve smyslu uhnat zvíře, např. *jelena*. Stejně je tomu u slovesa *ulovit*. V kontextu sportovní žurnalistiky jsou však tyto dva výrazy využívány jako označení pro přestup hráče do jiného týmu. Člověk tedy neloví zvíře, ale v přeneseném významu „loví“ člověka. Slovo *říznout* v tomto titulku můžeme nahradit výrazem *zasáhnout*, neboť HC Oceláři Třinec zasáhli výrazně do složení týmu a obměnili hráče. Tyto výrazy jsme zařadili do kategorie činnost člověka, neboť v jejich neutrální podobě se jedná o specifické lidské činnosti.

Do druhé kategorie přenosů, tedy do pojmenování skutečností z oblasti lidského života výrazy patřícími do života živočichů, jsme zařadili titulek: *Řev raněného medvěda*. *Raněný medvěd* zde v tomto významu představuje Ruskou federaci, která se rázně a viditelně ohradila proti tomu, aby ruským sportovcům byl kvůli dopingové kauze zakázán start na olympijských hrách. Nesouhlasu si všimlo široké okolí, což je zde přirovnáno právě k *řevu*, který má také jistě velký dosah.

Do poslední kategorie jsme zařadili následující titulky *Češi vyzvou perly Evropy*; *Fleischmann se blýskl*. Jedná se o přenosy z neživého světa do oblasti lidského života. *Perly* zde představují velmi dobré týmy. *Blýsknout se* je zde použito namísto spojení předvést dobrý výkon a vzbudit tím pozornost na veřejnosti.

### 12.1.2 PUBLICISTICKÉ TITULKY

Mezi přesuny uvnitř oblasti lidského života jsme zařadili např. titulky *Letnou spasil střídající Konaté* (ve smyslu zachránil) a *Z pekla do ráje?* (z nejhorší situace do té nejlepší). Sloveso *spasit* je primárně spojováno s okruhem náboženských představ, náboženského kultu a liturgie. Stejně je tomu i u výrazů *peklo* a *ráj*.

Pojmenování z oblasti jevů pohádek a bájí reprezentují titulky následující: *Bolka bude favority strašit* (ve smyslu nahánět strach), *Machovský čaroval* (ve významu hrál velice dobře), *Mstu vykouzil Kopic* (Kopic se pomstil a pro ostatní to bylo velmi neočekávané), *Viktoria. Královna v nesnázích*. Výrazem *královna* je plzeňský fotbalový tým označen, protože vyhrál ligu.

Do kategorie pojmenování z okruhu vojenství řadíme titulky *Florida padla* (Florida prohrála); *Mistři spustili kanonádu* (ve smyslu nastříleli hodně gólů); *Berdych vyválčil*

ve Stockholmu dvanáctý titul v kariéře; Kometu řáli v čase 59:56 (Kometa Brno byla poražena, neboť protihráči si na ni v uvedeném čase začali troufat).

*Vítkovice: další krach a play off mizí; Valčíkové tempo je na nic* (mírné tempo). Výraz *krach* označující úpadek je obvykle spojen s oblastí hospodářství nebo s politikou a stejně jako *valčíkové tempo* jsme ho zahrnuli do oblasti společenského života.

V titulku *Varování! Jinak trenér chystá galeje* je označení *galeje* užito ve významu velmi těžké, až otrocké práce. Jedná se o přesun z oblasti sociálních jevů minulých, a to z toho důvodu, že dříve toto slovo označovalo nucené práce.

Dále do kategorie přesunů v oblasti lidského života patří: *Věděli jsme, že nás budou chtít pokopat* (ve smyslu budou vůči nám hrát agresivně); *Rulík: Hrabe jen půlka, to je málo* (tvrdě pracuje jen polovina týmu); *Facka před superšlágre* (odhalení slabých míst týmu, nečekané ponížení); *Starka: Ještě jednou a Rogoz jde!* (bude propuštěn); *České tenistky počtvrté v posledních pěti letech ovládly Fed Cup!* (české tenistky zvítězily); *Sýkora zbořil Chomutov, boří i tabulky* (Chomutov byl poražen velmi výrazným způsobem se značným gólovým rozdílem, což zde prezentuje výraz *zbořit.*); *Maria finále opepří* (ve smyslu znepríjemní); *Špaček: Řadu věcí musíme vypilovat* (zlepšit). Tyto příklady jsme zahrnuli do oblasti činnosti člověka, konkrétně do činností specifické nebo odborné povahy.

Přenosem mezi oblastí lidského života a výrazem patřícího do života živočišného patří titulky *Plzeň a Sparta pod tlakem smečky* a *Trio vlčáků*. Slovo *smečka* zde nereprezentuje smečku psů nebo vlků, ale fotbalové kluby, se kterými se bude muset Plzeň a Sparta utkat. Výraz *vlčák* je v tomto konkrétním případě označením pro ambiciózní, dravý tým.

V titulcích *Gabriela Soukalová na úvod SP září; Český tým: zazářilo duo Kempný a Kundrátek* se jedná o záměnu pojmenování mezi oblastí lidského života a neživé hmoty. Sloveso *zářit* je zde použito ve významu vynikat. Běžně však mluvíme např. o zářících hvězdách nebo diamantech.

## 12.2 PŘÍKLADY ADHERENTNÍ EXPRESIVITY VYSKYTUJÍCÍ SE V RÁMCI SAMOTNÝCH KOMUNIKÁTŮ

Adherentní expresivita v rámci článků zkoumaného deníku je v excerpovaném materiálu zastoupena v následujících případech, které uvádíme s ohledem na to, zda se vyskytují v rámci zpravodajství nebo publicistiky.

### 12.2.1 ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI ZPRAVODAJSTVÍ

V deníku Sport jsme ve zpravodajských komunikátech objevili, stejně jako u titulků, doklady přesunů pojmenování, které probíhají uvnitř oblasti lidského života, např.:

Do kategorie přesunů z oblasti fyziologie, biologie a patologie člověka řadíme např.: *bezzubý výkon* (ve smyslu špatný), *skousnout* něco (něco vydržet, přenést se přes něco; např. *musí skousávat častější nasazování protihráče*).

V případě spojení *extraligová šlechta* se jedná o přesun v oblasti jevů z kulturní historie člověka. V tomto kontextu je zdůrazněn fakt, že je určitá skupina osob pro extraligu důležitá. Stejně tak je tomu u slova *pasovat*, které je ve sportovní žurnalistice užíváno ve smyslu dosazení někoho na nějaký post nebo do nějaké pozice (...*pasoval Šurala do pozice hodně atraktivní*...). Nejedná se tedy o pasování na rytíře.

*Nepřicházím jako spasitel*. Usoudili jsme, že slovo *spasitel* patří do přenosů z oblasti náboženství, neboť je spojováno s křesťanstvím a Kristem. Zde vystupuje spasitel jako někdo, kdo zachrání situaci ve fotbalovém klubu. Do stejné oblasti přenosů jsme zařadili i výraz *ráj* ve smyslu ideální místo (*Vytoužený ráj v hokejovém edenu jménem Montreal*...).

Doklady o přenosech z okruhu vojenství nalezneme v případě následujícím: *Chystá se na boj o existenci, půjde do války*. Fotbalový klub se sice chystá bojovat, ale pouze dobrými výkony, ne zbraněmi. Dále např.: *rvát se* (např. o vítězství, snažit se získat puk nebo body; např. *rvát se o balon*).

Do oblasti přesunů v rámci lidského života můžeme zařadit i následující příklady: *šlapat* nebo naopak *nešlapat* (ve smyslu fungovat); *vyškolit někoho* (převést, přechytračit někoho); *hustit* do někoho (neustále někoho o něčem přesvědčovat, např. ...*i když do mě bude hustit, že na to mám*.); *postavit* (ve smyslu založit něco na nějaké skutečnosti, např. *Na jeho schopnostech postavili trenéři strategii*...); *oprášit* (ve významu obnovit, např. *oprášit kariéru*). Konkrétně jsme tyto výrazy začlenili do kategorie nazvané činnost člověka.

Jako přenos z kategorie pojmenování skutečností z oblasti lidského života výrazy patřícími do života živočišného jsme označili sloveso *prokousat se* (*Tým se prokousal z poslední pozice.*), které označuje skutečnost, že pro tým nebyl posun z poslední příčky jednoduchý.

K záměně pojmenování mezi oblastí objektů lidského života a neživé hmoty dochází např. v případě výrazu *zářit*, neboť je užíván hlavně s oblastí neživou, jako např. s diamanty nebo hvězdami. Ve zkoumaném deníku je však užíván ve spojení se sportovci, a to ve významu vynikat něčím nebo někde (např. *V Barceloně střelecky září...*). Dále např.: *hořet* (mít velké problémy, např. *obrana hořela*).

### 12.2.2 ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI PUBLICISTIKY

Přesuny pojmenování uvnitř oblasti lidského života pocházejí, stejně jako je tomu u části zpravodajské, hojně z oblasti vojenství. Zaznamenali jsme výskyt slova *boj*, *bojovat*, *zabojovat* nebo *bojovnice*.

Do oblasti společenského života jsme se rozhodli zařadit slovo *mumraj*, protože je ve svém primárním významu spojeno s maškarním veselím. Ve zkoumaném materiálu se však objevuje ve větě: *Kolem Jágra byl mumraj*. Kolem Jaromíra Jágra ovšem nebyl maškarní ples, ale shon, rozruch.

Výrazy *peklo* (např. *barážové peklo*) a *amen* (*Je s tím amen.*) řadíme do okruhu náboženských představ, náboženského kultu a liturgie. *Peklo* v tomto významu představuje něco velmi špatného, nepříjemného. *Amen* je označení pro konec, ne však pro konec modliteb, ale např. pro konec zápasu.

Výraz *korunovat* je ve sledovaném deníku užíván namísto slova potvrdit. Např. v kontextu *Jedna z akcí, která korunovala převahu týmu... nebo ...svým výkonem korunovala...* Řadíme ho, stejně jako výrazy *čertit se* (zlobit se), *strašit* (být pro někoho hrozbou) a *strašidelný* (nebezpečná, hodně špatná např. pozice týmu v tabulce), mezi pojmenování z oblasti jevů pohádek.

Do oblasti pojmenování sociálních jevů minulých jsme začlenili slovo *kutat*, které je zde použito v kontextu *vykutat z týmu všechno*. V tomto případě tedy nese význam dostat z týmu to nejlepší. V minulosti se však kutalo např. uhlí.

Byl *zažraný do hokeje*. Výraz *zažraný* jsme zařadili do přesunů z oblasti fyziologie, biologie a patologie člověka. Slovo díky přecházejícímu kontextu získalo význam velmi pozorně se na něco soustředit. Do stejné oblasti řadíme např. i sloveso



*prsknout* ve významu rozzlobeně odvětit. Jaroslav Zima řadí do oblasti těchto přesunů také jednotlivá stádia člověka, proto jsme sem zařadili i označení *kluci*. V rámci kontextu totiž slovo *kluk* neshledáváme jako označení mladého chlapce, ale jako označení pro sportovce. Toto tvrzení můžeme doložit následujícím příkladem: „*Kluci na ně dost spoléhali, že zápas uhrajou sami,*“ *přiznává*.

Nalezli jsme i zástupce přesunů jmen osob a pojmenování z kulturní historie člověka. Výraz *habán* označoval příslušníka sekty z 16. a 17. století. Dnes je však tento výraz užíván pro označení člověka mohutné postavy, tak je tomu i v tomto případě (*naopak zabrali útočníci, především habán Tomáš Poznar*).

Dále jsme do kategorie přesunů pojmenování uvnitř oblasti lidského života zařadili příklady, které můžeme specificky zařadit do oblasti činnosti člověka: *poskočit* (posunout se, např. *poskočit na první místo*), *oťukávat* (ve významu zjistit stav nebo kvalitu, např. *oťukat herní situaci, oťukat soupeře*), *škrábat se* (ve smyslu dostat se někam s námahou, např. *Od začátku své lyžařské kariéry se škrábal nahoru.*), *opepřit* (dodat ostrost, např. *Marie to víc opepří...*); *ulovit* (získat někoho, např. *chtěli někoho ulovit*); *vykasat* (dostat se výš, např. *Češi se nemohou vykasat na kvalitu evropských týmů*); *stříhnout* (např. ve spojení *stříhnout si zápas, zahrát si proti sobě*); *lepít* (ve významu něco neobratně skládat, dávat dohromady; např. *lepít sestavu*); *spláchnout* (výrazně porazit, např. *Schalke doma bez milosti spláchno řecký Asteras.*); *zazdívat* (opomínat, nevnímat si někoho; např. *zazdívat takového hráče je špatné*); *vyplout* (objevit se, např. *V 58. minutě vyplul za zády obránců úplně volný Efrem.*); *dostat facku* (ve smyslu být nečekaně ponížěn, např. *Sparta dostala facku od Slavie – přičemž v tomto konkrétním případě vzniklo ponížení nečekanou porážkou Sparty*); *pilovat* (ve významu zdokonalovat, více trénovat; např. *pilovali jsme vhazování na každém tréninku.*); *napumpovat* (ve smyslu načerpat, např. *napumpovaný adrenalinem*); *rozprášit* (ve smyslu rozehnat, např. *rozprášit pochyby*).

Přenos pojmenování skutečností z oblasti lidského života patří do života živočišného reprezentují výrazy:

...*gazelí přístup k fotbalu*... Gazela je rychlé a obratné zvíře. Stejně jsou hodnoceni i fotbalisté, kteří se tímto způsobem pohybují a hrají.

...*umí rázně zařvat*... Ve smyslu velmi hlasitě se ozvat.

...*někdo nečekaně vylétl a překvapivě slavil titul*... Létání je spojováno především s ptactvem, ale zde má význam výrazného zlepšení.

Dále do této kategorie přenosů řadíme slovo *divočina* (zápas, ve kterém týmy dávali hodně gólů), *smečka* (tým), *vlčáci* (mladí ambiciózní hráči).

Poslední kategorií přenosů definuje Zima jako záměnu pojmenování mezi oblastí lidského života a neživé hmoty. Zařadili jsme sem následující výrazy: *vyhořet, pohořet* (ve smyslu prohrát, např. *Kypřané zkrátka vyhořeli.*); *vysypat* (vyhodit, shodit; např. *málem ho vysypal ze sedla*); *válcovat, převálcovat* (ve smyslu výrazně porazit, např. *soupeř je převálcoval*); *vypařit se* (zmizet, např. *Nico Rosberg by se vedle něj nejraději vypařil.*).

## 13 INHERENTNÍ EXPRESIVITA

Výrazy spadající do kategorie inherentní expresivity poznáme již na první pohled bez nutnosti dalšího kontextu, neboť expresivnost je součástí jejich významu. Dle Jaroslava Zimy rozlišujeme v případě tohoto druhu expresivity expresivitu hláskového skladu slova nebo danou příponami slova, slova hybridní, citoslovce, deminutiva, která dělíme na kvantitativní a kvalitativní a expresivitu vznikající při změně neživotnosti v životnost.

Stejně jako v případě expresivity adherentní se nejprve zaměříme na zpravodajské a publicistické titulky a následně provedeme analýzu i samotných článků, opět rozdělených na oblast publicistickou a zpravodajskou.

### 13.1 PŘÍKLADY INHERENTNÍ EXPRESIVITY V RÁMCI TITULKŮ

V této podkapitole uvedeme příklady inherentní expresivity vyskytující se v rámci žurnalistických titulků. Tyto příklady uvedeme v rámci zpravodajství a publicistiky odděleně.

#### 13.1.1 ZPRAVODAJSKÉ TITULKY

Do typu inherentní expresivity, která je daná příponami slova jsme začlenili výraz *tvrd'ák* (*Tvrd'ák Hollweg sestřelil Žižku*), jenž je odvozen od adjektiva tvrdý a vzniká díky příponě -ák.

Do kategorie deminutiv jsme zařadili výraz *chloupek* (*Motivace byla o chloupek větší, přiznal Hořava*). Konkrétně se jedná o deminutivum kvantitativní, neboť vyjadřuje menší míru a můžeme ho nahradit např. slovem trochu.

Mezi projevy inherentní expresivity řadíme dle Barbory Junkové také univerbismy.<sup>61</sup> Ty jsou ve sledovaném deníku v rámci zpravodajských titulků zastoupeny výrazem *národ'ák* (*Nový národ'ák Růžičku nezajímá*), který je zkrácenou podobou slovního spojení národní tým.

---

<sup>61</sup> JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*.

Dále jsme dle SSČ do kategorie inherentně expresivních výrazů zařadili slovo *smolař* (*Smolař Příbyl se šetřit nebude*) označující člověka, který nemá štěstí.

### 13.1.2 PUBLICISTICKÉ TITULKY

Slovo *zelenáč* (*Zelenáči hrají prim*) je označením pro mladého a nezkušeného člověka, pro nováčka a je užíváno v pejorativním významu. Podle našeho názoru vzniká pomocí přípony *-áč*, a proto ho řadíme mezi slova, která jsou expresivní právě díky příponám.

I v případě publicistických titulků jsme zaznamenali výskyt univerbizovaného výrazu. Jedná se o slovo *umělka* (*Vácha: Koleno? V pořádku, ale nemusel bych na umělku*). Jedná se o zkrácený tvar slovního spojení *umělá tráva*.

V rámci publicistických titulků jsme zaznamenali výskyt citoslovce *ouvej* (*Další Réwayovo ouvej*), které jsme klasifikovali jako citoslovce subjektivní, a proto jsme ho dle studie Jaroslava Zimy zařadili do expresivní slovní zásoby českého jazyka.

Jako slovo se záporným citovým příznakem hodnotíme výraz *držka* (*Richter: V NHL by Hollweg dostal do držky*). Stejně tak je tomu u adjektiva *smolný* (*Ten jeden „smolný“ gól*). Rovněž jako je tomu u titulků pařících do oblasti zpravodajství, i zde se objevuje označení *smolař*, konkrétně tedy přechýlená varianta *smolařka* (*Smolařka Samková*), které SSČ označuje jako expresivní.

## 13.2 INHERENTNÍ EXPRESIVITA V RÁMCI ČLÁNKŮ

Stejně jako tomu bylo dosud, opět si v následující podkapitole oddělíme část publicistickou a část zpravodajskou.

### 13.2.1 ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI ZPRAVODAJSTVÍ

Ve zpravodajských textech se opět vyskytují univerbizované výrazy, např. *národňák* (národní tým), *srdcovka* (srdcová záležitost) a *disciplinárka* (disciplinární komise).

Objevují se zde také deminutiva, která jsou zastoupena ve všech třech typech. Příkladem kvantitativního deminutiva je např. výraz *uzoučký* (ve významu malý,

např. *uzoučkový okruh závodníků*), *krůčky* (malé kroky, např. *je třeba dělat postupné krůčky*, to znamená, že je potřeba postupovat pomalým tempem).

Příkladem kvantitativně kvalitativního deminutiva je slovo *lvíček* ve spojení *s lvíčkem na prsou*. Dochází zde totiž nejen ke zmenšení slova základního ale i k získání meliorativního příznaku, neboť lev je součástí státního znaku České republiky, což v mnohých lidech vyvolává vlastenecké pocity.

Jako kvalitativní jsme vyhodnotili deminutivum *třešinka* (ve větě *Glóbus je opravdu závěr, třešinka na dortu*). Jedná se o změnu ve směru od neutrálnosti k meliorativnosti.

Zaznamenali jsme i výskyt slova, u kterého inherentní expresivita vzniká pomocí přípon. Konkrétně se jedná o výraz *bouřlivák*, jenž je odvozený od adjektiva *bouřlivý* pomocí přípony *-ák*.

### 13.2.2 ČLÁNKY V RÁMCI OBLASTI PUBLICISTIKY

V rámci článků, jež jsme vyhodnotili jako publicistické, se vyskytují stejně jako ve zpravodajství univerbismy, např. v podobě *národ'ák* (národní tým), *mistrák* (mistrovské utkání), *svět'ák* (závod světového poháru), *přátelák* (přátelské utkání) a *obřák* (obří slalom).

Stejně jako je tomu u zpravodajských článků, i v publicistice se objevují deminutiva. Mezi kvalitativní deminutiva jsme zahrnuli slovo *koník*, a to vzhledem ke kontextu věty objevujícím se ve zkoumaném materiálu: *Na dostihy přijede koníkovi fandit*. *Koník* v uvedeném významu není hodnocen jako malý kůň, ale získává meliorativní příznak. Podobně hodnotíme i výraz *hvězdička* (*slovenská hvězdička*) s tím rozdílem, že se jedná o příznak pejorativní. Také do této skupiny patří zdrobnělina *bebínko*, která působí posměšně a v rámci sportu má jednoznačně pejorativní příznak. Také výraz *bodík* (*každý bodík je teď pro nás dobrý*) nemá nic společného s kvantitou. V tomto případě je vyznění meliorativním.

Do oblasti deminutiv kvantitativních jsme zařadili slova *kratičkový* (např. *kratičková vsuvka*, malá vsuvka) a *mladiček* (velmi mladý hráč), *chybička* (malá chyba).

Jako kvantitativně kvalitativní hodnotíme následující zdrobnělinu *románek* (*To se prostě někdy stává, že půlroční románek zanechá v někom stopy*.) Deminutivum

*románek* má význam nejen vztahu krátkého, ale podle našeho názoru také bezvýznamného, což je spojeno s pejorativním příznakem.

Ve zkoumaném deníku jsme objevili také zástupce hybridních slov, konkrétně se jedná o výrazy *kopálista* (přípona *-ista*) a *pracant* (přípona *-ant*).

Významovou změnou slovotvorného typu vznikla slova *sprostárna* a *sviňárna*, jež jsou obě tvořena za pomoci přípony *-árna*.

Slovo *miláček* jsme zařadili mezi maskulina vznikající příponou *-ek*, tedy mezi jména nositelů vlastností, jež jsou odvozena od dějových adjektiv. V tomto případě se jedná o adjektivum *milovaný*. Mezi maskulina odvozených od adjektiv, i když ne dějových, se řadí i výraz *sympaťák* vytvořený příponou *-ák*.

Do oblasti expresiv podle SSČ a SSČJ radíme např. také následující výrazy: *velikánský* (ohromný), *rošťák* (uličnický), *chlapík* (muž s kladnými vlastnostmi), *poprask* (zmatek), *náramný* (neobyčejně dobrý).

V deníku Sport se v publicistických článcích zřídka objeví i vulgarismy (např. *průser*, *posera*), a to hlavně v rubrice *Na beton*.

# 14 VYHODNOCENÍ UŽÍVÁNÍ EXPRESIV V PUBLICISTICE A ZPRAVODAJSTVÍ

Na základě výše uvedeného výčtu příkladů adherentní a inherentní expresivity můžeme konstatovat, že existují odlišnosti v jejich užívání.

Adherentní expresivitu jsme našli ve zpravodajských i publicistických titulcích, a to ve všech typech přenosů, což je patrné z uvedených příkladů. Podle našeho názoru je to dáno tím, že hlavní funkcí titulků je poutat pozornost a zaujmout čtenáře do takové míry, aby si článek chtěl přečíst, což je v zájmu obou sledovaných oblastí žurnalistiky. V obou případech jsme se nejčastěji setkali s přenosy v rámci oblasti lidského života, a to především s přesuny z oblasti vojenství, náboženských představ a činnosti člověka.

S ohledem na zkoumaný materiál a výše uvedené příklady můžeme dále konstatovat, že v oblasti adherentní expresivity jsou přesuny v rámci publicistických článků rozmanitější než je tomu ve zpravodajství. V obou případech se sice vyskytují přenosy ze všech tří hlavních oblastí přesunů, ale přesuny v rámci lidského života jsme našli ve více různých podobách. Společné jsou pro tuto oblast např. přenosy z oblasti vojenství, náboženských představ nebo činnosti člověka. V rámci publicistiky jsme však našli také přenosy z pohádek, sociálních jevů minulých a přesun týkající se stádií člověka.

Z počtu jmenovaných příkladů výše lze vyvodit, že výskyt inherentní expresivity oproti té adherentní je v rámci titulků zkoumaného materiálu velmi malý, a to i přesto, že titulky plní funkci atrakční.

Na základě výše uvedených příkladů můžeme říci, že inherentní expresivita se častěji a v rozmanitějších podobách objevuje v textech publicistických. V obou případech, v publicistice i ve zpravodajství, jsou oproti ostatním typům zastoupena ve větším množství deminutiva, a to kvantitativní, kvalitativní i kvantitativně kvalitativní.

## 15 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zachycení konkrétních projevů lexikální expresivity v rámci psané sportovní publicistiky a zpravodajství. Pro účely zkoumání jsme zvolili deník Sport, jelikož se jedná o jediný český deník zaměřený primárně na sportovní žurnalistiku.

V úvodu teoretické části jsme nejprve definovali pojem expresivita v obecné rovině. Pro účely této práce bylo však nezbytné vymezit pojmy inherentní a adherentní expresivita a jejich podtypy, neboť patří do námi zkoumané expresivity lexikální. Toto jsme provedli na základě studie Jaroslava Zimy. Pro potřeby praktické části jsme dále popsali rozdíly mezi zpravodajstvím a publicistikou, zmínili jsme specifika sportovní žurnalistiky a základní informace o žurnalistických titulcích.

Na základě teoretických východisek jsme v praktické části této práce provedli analýzu 22 náhodně vybraných čísel deníku Sport z období měsíce října 2015 až měsíce března 2016. Obsah deníků jsme nejprve rozdělili na část publicistickou a část zpravodajskou. V rámci celých čísel jsme dále rozlišili titulky a samotné články. V takto rozdělených komunikátech jsme se snažili vyhledat doklady lexikální expresivity a zařadit je dle jednotlivých podtypů adherentní a inherentní expresivity.

Z našeho zkoumání vyplývá, že adherentní expresivita se objevuje v publicistických i zpravodajských titulcích, a to ve všech typech přesunů. V obou případech převládají přesuny pojmenování uvnitř oblasti jevů lidského života, konkrétně z oblasti vojenství, náboženských představ a činnosti člověka. V rámci článků není situace takto vyrovnaná. Opět sice převládají přenosy z oblasti lidského života, ale v publicistice jsou podoby přesunů rozmanitější. Dle našeho zkoumání a výčtu příkladů jsme konstatovali, že inherentní expresivita se v rámci sportovní žurnalistiky neobjevuje v tak velké míře jako ta adherentní, což odpovídá tvrzení Jaroslava Zimy. To platí v případě titulků i samotných článků, v nichž jsou v největším zastoupení využívána deminutiva. Opět platí, že rozmanitější je expresivita v komunikátech publicistických.

Před provedením analýzy jsme předpokládali, že vzhledem k funkcím publicistiky bude v jejím rámci výskyt expresivních výrazů rozmanitější než ve zpravodajství. Toto platí především v ohledu na expresivitu adherentní, neboť inherentní expresivita se v rámci zkoumaného vzorku vyskytuje v daleko menším rozsahu. Naším druhým předpokladem byla skutečnost, že se v rámci deníku Sport vyskytuje více článků publicistických. Tato hypotéza se nepotvrdila, neboť počet



článků patřících do publicistiky a zpravodajství je vcelku vyrovnaný. Rozdílná je ovšem délka těchto komunikátů.

V této bakalářské práci jsme na základě teoretických poznatků analyzovali deník Sport a identifikovali jsme příklady inherentní a adherentní expresivity, které jsme následně zařadili s přihlédnutím k tomu, zda se objevovaly v publicistice nebo ve zpravodajství. Materiál jsme dále členili dle toho, zda se objevoval v rámci titulků či samotných textů článků. Na závěr tedy můžeme konstatovat, že cíl práce byl splněn.

## 16 ANOTACE

Autor práce: Šárka Šimůnková

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

Název práce: Prostředky lexikální expresivity ve sportovním zpravodajství a publicistice

Vedoucí práce: Mgr. Darina Hradilová, Ph.D.

Počet znaků: 78 018

Počet příloh: 0

Počet titulů použité literatury: 43

Klíčová slova: expresivita, publicistika, zpravodajství, sportovní žurnalistika, adherentní expresivita, inherentní expresivita

Bakalářská práce se zaměřuje na prostředky lexikální expresivity ve sportovním zpravodajství a publicistice. V teoretické části se zabývá členěním expresivity na adherentní a inherentní, vysvětluje pojmy zpravodajství a publicistika. Na základě dat z analýzy náhodně vybraného vzorku čísel deníku Sport zachycuje konkrétní projevy lexikální expresivity adherentní a inherentní a porovnává jejich užití ve zpravodajství a v publicistice.

Key words: expressivity, journalism, reporting, sports journalism, adherent expressivity, inherent expressivity

The thesis focuses on the devices of lexical expressivity in sports reporting and journalism. In the theoretical part it explains major terms as adherent and inherent expressivity and introduces their additional dividing. Other major terms of reporting, journalism and sports journalism are also interpreted in this part. The aim of this thesis was to describe particular demonstrations of lexical expressivity in sports journalism

considering its kinds and dividing. The researched material is the Sport daily. Based on the analysis of the daily and application of knowledge from the theoretical part of this thesis, the particular examples are documented and divided into researched categories.

## 17 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In: DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia, 1997, ISBN 80-210-1796

BLÁHA, Ondřej. *Čeština v kontaktech: angličtina na vzestupu*. In: ULIČNÝ, Oldřich a kol. *Preliminária k moderní mluvnici češtiny*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, ISBN 978-80-244-4667-7

CZECH NEWS CENTER. *Sport. Základní informace*. Cncenter.cz. [online]. [cit. 2016-03-27]. Dostupné z: <http://www.cncenter.cz/clanek/1285/sport>

CZECH NEWS CENTER. *O nás*. Cncenter.cz. [online]. [cit. 2016-03-27]. Dostupné z: <http://www.cncenter.cz/clanek/1323/o-nas>

ČECHOVÁ, Marie et al. *Stylistika současné češtiny*. Vyd. 1. Praha: ISV, 1997. 282 s. Jazykověda. ISBN 80-85866- 21-8.

ČECHOVÁ, Marie, KRČMOVÁ, Marie a MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Vyd. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. 381 s. ISBN 978-80-7106-961- 4.

*Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983- 76-1.

FILIPEC, Josef a ČERMÁK, František. *Česká lexikologie*. 1. vyd. Praha: Academia, 1985. 281 s. Studie a práce lingvistické; sv. 20.

HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. 195 s. Učebnice pro vysoké školy.

*Internetová jazyková příručka*. [online]. [cit. 2016-04-10]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>

JAKLOVÁ, Alena. *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*. [online]. 2002, roč. 85, č. 4 [cit. 2016-03-12]. ISSN 0027-8203. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>

JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*. 1. vyd. Praha: ARSCI, 2010. 238 s. Jazykověda; sv. 3. ISBN 978-80-7420-007- 6.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. 639 s. ISBN 978-80- 7367-574- 5.

MIKULOVÁ, A.: *Emocionalita, expresivita a hodnocení integrace v jazycích a jazykovědných koncepcích*. In KRČMOVÁ, M. a kol.: *Integrace v jazycích jazyky v integraci*. Praha: NLN, 2010.

MLČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky: studijní opora*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, Středisko distančního vzdělávání, 2002. 44 s. ISBN 80-244- 0397-8.

NEKULA, Marek, ed. et al. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2002. 604 s. ISBN 80-7106- 484-X.

OSVALDOVÁ, Barbora a kol., *Zpravodajství v médiích* [e-kniha], Praha: Karolinum, 2011, ISBN 978-80-246-2348-1

SHATURY, Amr Ahmed. *Titulky v psané publicistice (Srovnávací studie)*. [online]. 1999, roč. 82, č. 2, s. 79-86. [cit. 2016-03-12]. ISSN 0027-8203. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7500>

*Slovník cizích slov*. Brno: Levné knihy, 2010. ISBN 973-80-7309-347-1

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(230). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(244). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(245). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(250). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(251). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(256). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(262). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(263). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(267). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(269). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(279). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(285). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(288). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015, LXIII(291). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(3). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(4). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(21). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(26). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(27). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(34). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(44). ISSN 1210-8383

*Sport*. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2016, LXIV(70). ISSN 1210-8383

ULIČNÝ, Oldřich a kol. *Preliminária k moderní mluvnici češtiny*. 1. vydání.

Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. 389 stran. Monografie. ISBN 978-80-244-4667-7.

VLAŠÍN, Štěpán, ed. *Slovník literární teorie*. 2., rozš. vyd. Praha: Československý spisovatel, 1984. 465 s.

ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1961. 139 s.

Rozpravy Československé akademie věd. Řada společenských věd; roč. 71, seš. 16.