

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

## **Diplomová práce**

Bc. Plesníková Monika

**Jazykové prostředky v komentářích tradičních a moderních sportovních odvětvích (se zaměřením na televizní přenosy utkání ledního hokeje a florbalu)**

Olomouc 2012

vedoucí práce: Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a že jsem použila jen uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 20. 6. 2012

.....

vlastnoruční podpis

Děkuji Mgr. Miloši Mlčochovi, Ph.D., za odborné vedení práce.

## OBSAH

ÚVOD.....	6
1 Média a sport .....	7
1.1 Definice médií.....	8
1.2 Mediální komunikace a masová komunikace .....	10
1.3 Funkce médií.....	11
1.4 Rozdělení médií .....	12
2 Televize jako jeden z druhů médií.....	15
2.1 Klady a zápory televize .....	16
2.2 Z historie televizního vysílání .....	17
2.3 Televize a žurnalistika .....	18
2.3.1 Žurnalistika.....	18
2.3.2 Televizní žurnalistika.....	19
3 Sportovní žurnalistika .....	21
3.1 Přímá televizní sportovní reportáž.....	22
3.1.1 Znaký přímé televizní reportáž.....	23
3.1.2 Odlišnosti přímé sportovní reportáže.....	24
3.1.3 Role obrazu a zvuku v přímé sportovní reportáži.....	25
3.1.4 Historie televizních sportovních reportáží.....	26
3.1.5 Komentátor přímých sportovních reportáží.....	28
3.2 Jazyk sportovní žurnalistiky .....	30
3.2.1 Specifické prostředky jazyka sportovní žurnalistiky.....	32
3.2.2 Sportovní terminologie a slang.....	33
3.2.2.1 Hokejové a florbalové termíny a slangové výrazy .....	35
4 Jazykové prostředky ve sledovaných zápasech .....	39
4.1 Nepřímé pojmenování .....	40
4.1.1 Přirovnání.....	40
4.1.2 Metafory.....	42
4.1.2.1 Personifikace.....	48
4.1.3 Metonymie.....	49
4.1.3.1 Synekdocha.....	51

4.1.3.2 Hyperbola .....	52
4.2 Frazeologismy.....	53
4.3 Výrazy spjaté s dobou.....	55
4.3.1 Publicismy.....	55
4.3.2 Kliše.....	56
4.4 Slova cizího původu .....	57
4.5 Slangová slova .....	60
4.6 Termíny.....	62
4.7 Synonyma .....	62
ZÁVĚR.....	65
Seznam literatury a pramenů .....	67

## ÚVOD

Řada lidí bere sport jako velice důležitou součást svého života. Někdo se mu věnuje aktivně, jiný zase pasivně. Už odpradáвна přitahuje sport milióny lidí. Lidé jsou přímo fascinováni sledováním sportovních pořadů z nejrůznějších olympiád či mistrovství světa. V době pořádání takovýchto akcí dává přednost sportovním událostem mnohem více diváků. Ovšem jsou zde i tací, kteří by se bez zpráv ze sportu neobešli ani jeden den. Přenos informací je umožněn prostřednictvím médií, které jsou nejdůležitějším zprostředkovatelem. Nezapomenutelnou roli má mezi médii televize, která díky vizuální a akustické složce umožňuje divákovi získávat jasné a přesné informace. V rámci televizní žurnalistiky se vytvořil obor sportovní žurnalistika, jejímž úkolem je lidem zprostředkovávat dění ze sportovních událostí. Dnes bereme sportovní žurnalistiku jako neoddelitelnou složku žurnalistiky, která má své pravidla, a především nároky na své pracovníky. Jejich mluvený projev musí být kultivovaný, spisovný, určitou mírou však i nespisovný.

Tato diplomová práce se zabývá jazykovými prostředky sportovní žurnalistiky, které jsou typické pro mluvený projev sportovních komentátorů přímých přenosů. V teoretické části jsou vysvětleny důležité pojmy, bez nichž by se sportovní komentáře neobešly. Praktická část je zaměřena na analýzu sportovních komentářů.

Hlavním cílem této diplomové práce je vymezit a rozebrat specifické jazykové prostředky hokejových a florbalových zápasů. Dále také zjistit, jak spolu souvisí jazykové prostředky hokejových a florbalových komentářů. Jestli jsou lexikální prostředky užívané ve florbalu ovlivněny hokejovými komentáři, jelikož hokej je tradičním sportem a na obrazovkách českých televizí se objevuje již dlouhou dobu a jak si s komentováním poměrně mladého sportovního odvětví poradili komentátoři. Pro zjištění těchto cílů jsme provedli ve čtvrté kapitole jazykovou analýzu několika zápasů z mistrovství světa v hokeji, které se konalo v Bratislavě na jaře roku 2011, vedle toho jsme zkoumali také florbalové zápasy z Euro Floorball Tour z podzimu 2011. Z rozebíraných zápasů jsme nejprve pořídili videozáznamy, a poté jsme je analyzovali z jazykového hlediska. Dílčím cílem bylo zpracovat v teoretické části problematiku sportovní žurnalistiky a její vztah s médii. Vedle toho jsme se snažili poukázat na důležitou roli komentátora a na zvláštnosti přímých televizních reportáží.

# 1 MÉDIA A SPORT

Sport patří k nejdiskutovanějším jevům společnosti nového tisíciletí. Jeho význam je v dnešní době umocňován jeho dopadem na sociální, ekonomickou a kulturní složku lidského života. (SEKOT, 2003, s. 7)

Na začátku je potřeba sport definovat. V akademickém slovníku cizích slov je sport definován jako (1) pohybová činnost (tělesná cvičení, hry aj.) prováděna zpravidla soutěživou formou, (2) jiná činnost provozovaná ze záliby, pro zábavu. Sport je díky této definici zařazen do širšího celku tělesné kultury. (DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 15)

Zájem veřejnosti o sport vzrostl v průběhu druhé poloviny 20. století. Významným činitelem, díky kterému se tak stalo, byl rozvoj prostředků mediální komunikace. Zvláště vysíláním v televizi dosáhl sport popularity. Profesionální sportovní odvětví se v poslední době stávají jedním z nejvýnosnějších zábavních artiklů. Dá se říct, že konkuruje či předstihuje i jiné druhy televizní zábavy. (DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 11)

V dnešní době lze hovořit o tzv. sportovním fenoménu. Na západ od našich hranic je sport zkoumán jako samostatný fenomén již delší dobu. Obdobně je to i se zkoumáním sportu v širších souvislostech jako téma sociálních věd, kulturních teorií apod. (DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 12)

V návaznosti na to si lze položit otázku, proč jsou lidé v řádu několika milionů ochotni zasednout před televizní obrazovky, zastavit svůj dosavadní všední život a sledovat klání svých sportovních týmů či idolů? Odpověď se může zdát být jasná. Protože sport je zábavný, obsahuje napětí a nevšední vzrušení. (SEKOT, 2003, s. 137)

Lidé jsou sportem fascinováni po dlouhou dobu, ale účinkem médií nabývá sport na větší intenzitě působení na diváky. Na začátku měli lidé možnost seznamovat se se sportovní tematikou v tisku. Pro vstup sportu do sféry populární kultury měl významnou roli rozhlas. Rozhlas byl do doby masového rozšíření televize významným distributorem sportovního dění. Nezastupitelnou roli měly přímé rozhlasové reportáže. Dnešní doba však rozhlas naplno zastínila jinými komunikačními prostředky. Nejprve televizí a dnes už i internetem. Vizualní zprostředkování zápasu, utkání, závodu je jen těžko nahraditelné pouhým verbálním komentářem.

Televize dokáže z jednoho informačního zdroje oslovit stamiliony či miliardy lidí. Nabízí pohyb, barvu, zvuk, a co je pro sport zvláště důležité pocity vzrušení, napětí, nadšení.

Sport se do hlubšího povědomí diváků dostal díky médiím, ale obdobně můžeme říct, že sport ovlivňuje média. Významným nástrojem, který sport a média spojuje, jsou finance. Media nabízí lidem to, co je baví a se zvýšenou sledovaností mohou nabídnout reklamní prostor, na němž zase vydělají ona. Sport se tak častěji stává nástrojem komercializace.

Např. televize je jedním z nejvlivnějších mediálních nosičů reklamy. K jejím výhodám patří možnost působit jak v místním, tak regionálním, celonárodním či dokonce globálním měřítku. Astronomické částky za televizní reklamy jsou typické v době největší sledovanosti. V tomto čase jsou často vysílány právě sportovní přenosy. (SEKOT, 2003, s. 143)

I přesto, že se do sportu v médiích dostává více prvek komercializace, zastává v televizi svoji neodmyslitelnou funkci i sportovní žurnalistika, jejímž hlavním cílem by mělo být informovat diváky o dění ze světa sportu.

## 1.1 Definice médií

Pojem médium je latinského původu, označuje „*prostředek; prostředí; to, co zprostředkovává děj*“. (REIFOVÁ, 2004, s. 139) Obecně můžeme médium chápat jako, to co existuje uprostřed a vzájemně spojuje dvě či více stran. Média lze také brát z pohledu fyzikálního, kde jsou označována jako vlastnosti látek, které jsou vhodné pro uskutečnění určitých dějů. Právě od toho významu se vytyčují významy ostatní. (REIFOVÁ, 2004, s. 139) S pojmem médium se můžeme setkat např. nejen ve fyzice, ale i chemii, biologii, a také v sociální komunikaci. (JIRÁK, KÖPPOVÁ, 2003). Z hlediska významu mohou média znamenat např.: a) fyzikální podmínky nebo prostředí umožňující komunikaci; b) typ technologie; c) kód, v němž je sdělení zaznamenáno; d) typ mediální komunikace jako komplexu tvořeného charakterem prostředí, technologie a komunikátora atp. (REIFOVÁ, 2004, s. 139)

Jak je vidět, významů pro slovo médium je skutečně mnoho, ovšem pokud zúžíme šířku pohledu na význam slova, pak se dostáváme k této definici: v užším smyslu slova slouží médium primárně a záměrně ke komunikaci, nikoli však masové. V tom nejužším smyslu slova jsou média prostředky masové či mediální komunikace, tj. média tištěná, masová a nová. (REIFOVÁ, 2004, s. 140)

**a) Tištěná média** - jsou ta, jejichž obsah je vázán na papír. (REIFOVÁ, 2004, s. 137)



- b) **Nová média** – význam tohoto slova byl již několikrát pozměněn. Do poloviny 90. let 20. století byly za nová média považovány komunikační prostředky, které se objevily jako novinky po nástupu televize. Dnes můžeme za nové médium označit to, které je založeno na počítačové technologii. Synonymem by byla média počítačová či digitální. (REIFOVÁ, 2004, s. 134)
- c) **Masová média** - Jestliže chceme hovořit o masových médiích a masové komunikaci, je nutné vysvětlit pojem masa. Jedná se o označení početně neidentifikovatelného množství lidí, kteří jsou rozptýleni v prostoru a neexistují mezi nimi fyzické ani sociální vazby. Pokud označujeme masou publikum v rámci masových médií, pak je sdíleným rysem vystavení totožným mediálními vlivům a obsahům. (REIFOVÁ, 2004, s. 128)

Masová média jsou ta, která slouží k tzv. celospolečenské komunikaci. Komunikaci, která směřuje od jednoho zdroje k publiku, které se skládá z velkého množství lidí. Příjemci jsou skupina lidí, kteří mezi sebou nemají žádné nebo slabé sociální vazby. Díky médiím se mezi nimi utváří nové sociální vazby a utvrzuje se skupinová identita. Masová média mohou být nezastupitelným a jedinečným faktorem, který může zajišťovat sociální soudružnost a podporovat sociální komunikaci. Naopak na roli masových médií je nahlíženo poněkud odlišně, podle toho, co člověku nebo společnosti přinášejí. (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003, s. 26)

Společným charakteristickým rysem je:

- a) že díky technickým, organizačním a distribučním možnostem jsou dostupné neomezenému počtu uživatelů a jsou (reálně) využívány jejich počtem;
- b) nabízí uživatelům obsahy, které pro ně mohou být z různých důvodů použitelné (pro poučení, zábavu, orientaci ve světě aj.);
- c) tyto obsahy jsou uživateli nabízeny průběžně nebo pravidelně
- d) a na zájmu a potřebách uživatelů závisí existence těchto forem komunikace (z důvodu ekonomického, politického aj.). (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2009, s. 21)

## 1.2 Mediální komunikace a masová komunikace

Reifová (2004) definuje mediální komunikaci jako: „jednu z rovin sociální komunikace, vyznačující se tím, že veškeré komunikační aktivity se dějí pomocí a prostřednictvím médií.“ (REIFOVÁ, 2004, s. 102)

Podstatou mediální komunikace je tedy zprostředkování tzv. mediace. Jedná se o proces, při němž vstupuje mezi dvě strany nějaký prostředník, aby ovlivnil nebo zajistil vztah mezi nimi. V rámci mediální komunikace jsou tímto prostředníkem média. (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003, s. 41 – 42)

Mediální komunikace zdůrazňuje průběh komunikačního chování. Především přítomnost zprostředkujícího činitele, kterým je médium. Povaha média pak ovlivňuje očekávání ze strany publika a jeho organizační podoba má vliv na konečnou podobu mediálního produktu. (REIFOVÁ, 2004, s. 102)

V 90. letech 20. století byl termín mediální komunikace nahrazován termínem masová komunikace, ta má však v současnosti specifický význam. Proces masové komunikace může být chápán jako sled událostí, v nichž jsou významy vytvářeny a přejímány publikem. (KOPECKÝ, 2007, s. 100)

### Masová komunikace

Masová komunikace je stejně jako mediální komunikace jednou z rovin sociální komunikace. Vyznačuje se tím, že veškerá komunikační aktivita (produkce a šíření dostupných sdělení) se realizuje v institucionalizované podobě, tedy prostřednictvím masových médií. Tato masová média vyhovují institucionálně, organizačně a technologicky kritériím procesu masové komunikace. (REIFOVÁ, 2004, s. 100)

Kunczik (1995) nachází 9 základních kritérií, kterými se masová komunikace vyznačuje. V masové komunikaci je (1) materiál určen prvotně ke krátkodobému užití (př. zábava), (2) produkován formálními organizacemi užívajícími vyspělé technologie (3) za pomoci rozmanitých mediálních technik, které jsou k dispozici (4) současně velkému počtu příjemců, kteří jsou v masové komunikaci anonymní, a to (5) veřejně, bez omezeného přístupu, (6) jednosměrně, tj. komunikátor a recipient si nemohou vyměnit postavení, jejich vztah je asymetrický, ve prospěch komunikátora a je (7) nepřímý – bez zpětné vazby, a to vše (8) s určitou periodicitou produkce,

kteřá je (9) nabízena průběžně. Tohle vymezení je čistě účelové, není definitivní, jelikož některá média by nemusela splňovat všechna kritéria. (KUNCZIK, 1995, s. 17)

Komunikace je chápána jako proces přenášení sdělení od nějakého zdroje (podavatele) k nějakému adresátovi (příjemci).

Využití tohoto modelu přenosu není pouze při komunikaci interpersonální, ale objevuje se právě i v jiných typech komunikace. Na přenosovém modelu je založen např. popis masové komunikace, který vypracoval Harold Lassewell.

### **Někdo – říká něco – někomu – nějakým kanálem – s nějakým účinkem.**

Tento model je velmi důležitý pro popis masové komunikace, ale také jsou v něm určité slabiny např. nejistota kolem toho, kdo je vlastně v masové komunikaci podavatelem sdělení. Je jím jednotlivec, médium jako organizační celek nebo ten, kdo médium řídí? Každopádně je tento model komunikace pro mediální či masovou komunikaci důležitý. (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2009, s. 26 – 27)

## **1.3 Funkce médií**

Pokud hovoříme o funkcích médií, pak se snažíme vysvětlit, k čemu média slouží, co skutečně dělají a jaký se zdá být účel jejich existence. (JIRÁK, BURTON, 2003, s. 148) Následující funkce jsou uvedeny dle knihy *Úvod do studia médií*.

- **Zábavní funkce** – média poskytují lidem zábavu, rozptýlení, potěšení.
- **Informační funkce** – média podávají lidem informace o světě, pomáhají člověku utvořit si představu o něm.
- **Kulturní funkce** – média předkládají lidem materiály, v nichž se odráží naše kultura, a oni se stávají její součástí.
- **Sociální funkce** – média poskytují příklady života společnosti, jejího chování, společenské interakce.
- **Politická funkce** – médi předkládají lidem představy o politických událostech, tématech, aktivitách.

Každá z těchto funkcí má i svou protikladnou stranu, označovanu jako dysfunkce (ti, kteří tento názor zastávají, interpretují jejich nenaplnění jako selhání médií v příslušné oblasti). (JIRÁK, BURTON, 2003, s. 149)

V literatuře lze nalézt řadu seznamů a výčtů funkcí médií. V rámci masových médií je kladen postupně důraz na funkce, jako jsou: působení na veřejnost, výchova a vzdělávání, kontrola politické činnosti, politická socializace, ovlivňování hospodářské činnosti apod. (KUNCIZIK, 1995, s. 33)

## 1.4 Rozdělení médií

Při dělení médií do skupin se můžeme setkat s nejrozmanitějším tříděním. Většinou, co autor to jiné rozdělení, a to především proto, že samotná definice médií je komplikovaná a systematické či logické rozdělení médií není jednoduché.

V knize *Slovník mediální komunikace*, autorka Reifová (2009), rozlišuje mezi těmito médii:

- a) **Tištěná média** – jsou média, jejichž obsah je vázaný na papír. Tato média vznikají pomocí různých tiskařských technik. Jako primární kód užívají jazyk.
- b) **Média s vysílaným signálem** – jedná se o taková média, kdy při jejich užívání je potřeba speciální koncové zařízení, tzn. přijímač. Vysílač odesílá mediované sdělení pomocí komunikačního kanálu (prostředí tvoří většinu vzduch). Dochází k převodu sdělení na elektromagnetické vlnění a přijímač převádí nazpět odesílaný signál na původní zakódovaný obsah. Primárním kódem je zde vizuální, akustický kód. Takto například funguje televize.
- c) **Nová média** – média založena na počítačové či digitální technologii.

Ve své bakalářské práci jsem vycházela z rozdělení médií v knize *Knížka o reklamě*. Autorka Hana Srpová (2008) třídí médií z pohledu technologického a chronologického vývoje.

Z pohledu **chronologického** rozlišujeme média tradiční a nová.

- a) **Tradiční média** - mezi tradiční média řadíme knihy, noviny, časopisy a jiné tištěné materiály, dále zde patří televize a rozhlas. Někdy bývají označovány jako klasická média.
- b) **Nová média** – média využívaní od 2. poloviny 90 let 20. století. V současnosti patří do nových médií internet, DVD přehrávače, MP3 přehrávače aj.

Kritérium **technologického vývoje** je založeno na základě technologického postupu, který komunikaci určitému médiu zajišťuje. Rozlišujeme média tištěná, chemická a elektronická/elektrická.

- a) **Tištěná média** – nejstarším masovým médiem je v tomto případě kniha. Po rozšíření knihtisku se vedle knihy stávají dalšími médii noviny, časopisy aj.
- b) **Chemická média** – v 19. století patřila k chemickým mediím fotografie. V současnosti však převažují digitální fotografie, které bychom řadili k mediím elektronickým. Stejně by na tom byl i film.
- c) **Elektronická/elektrická** – další etapou vývoje v médiích byl objev elektřiny a její využití pro dálkový přenos prostřednictvím telegrafu, telefonu, rozhlasu či televize. (SRPOVÁ, 2008)

Jiné dělení, s nímž se můžeme setkat v knize *Masová média* (2009) od Jiráka, je rozdělení na média primární, sekundární, terciální a kvartární.

- a) **Primární média** – za primární média jsou považovány komunikační kódy, včetně primárních jazyků, např. čeština a všechny druhy neverbální komunikace. Je zde zachována jednota místa a času.
- b) **Sekundární média** – jsou taková média, která slouží k záznamu a přenosu sdělení. Řadíme zde všechny technické vymoženosti, které umožňují komunikovat na větší vzdálenosti nebo přes hranici času. Vznikly až s potřebou lidské společnosti přenášet sdělení na větší vzdálenosti, z generace na generaci. Jejich úkolem je překonávat prostorovou a časovou omezenost komunikace „tváří v tvář“. Příkladem těchto médií jsou: pošta, telegraf, telefon, počítačové komunikační sítě aj.
- c) **Terciální média** – vznikla především proto, že bylo zapotřebí, aby se některá sdělení dostala z jednoho centra ke všem jeho členům, a to bez ohledu na individuální zájmy,

dispozice a potřeby těchto lidí. K těmto médiím řadíme ve volnějším pojetí nejrůznější „veřejná vystoupení“, tedy divadlo, vybudované sdělení. S modernizací společnosti se terciárním médiem stávají především masová média – periodický tisk, televizní či rozhlasové vysílání.

- d) Kvartární (síťová) média** – jsou spojována s nástupem počítačových sítí, rozvojem internetu, vznikem sítě „www“. Tohle technologické prostředí dává možnost využívat sekundárních a terciárních médií v podobě osobního počítače a jemu podobných zařízení, které jsou napojeny na moderní telefonní sítě využívající digitalizovaný signál. Příkladem těchto médií jsou: internetové zpravodajské portály, vyhledávače apod. (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2009, s. 36 – 40)

## 2 TELEVIZE JAKO JEDEN Z DRUHŮ MÉDIÍ

Televize se v poslední době stala součástí života většiny lidí. V některých domácnostech se dokonce můžeme setkat s více televizními přijímači najednou. Lidem již nestačí sledovat televizi pouze v obývacím pokoji, ale pořizují si tato zařízení do kuchyní, ložnic a jiných obytných místností. Ve většině případů si je lidé do pokojů nechávají zabudovat z důvodu zábavy a relaxace.

Televize bývá označována za nejlacinější médium lidové zábavy. Komerční televize jsou pak považovány za továrny zábavního průmyslu. Divák za poměrně přijatelnou cenu může dlouhé hodiny sledovat rozličné pořady ze stále většího počtu stanic. (BARTOŠEK, 2002, s. 26)

Samotné slovo televize má svůj původ z řec. *telé* = ve složeninách s významem na dálku, dálkový; z fr. *vision* = vidění. (REIFOVÁ, 2004, s. 259)

Významů pro slovo televize je několik, stejně jako je tomu u médií. Z pohledu mediálních prostředků se jedná o médium umožňující přenos obrazových a zvukových informací. Od jiných audiovizuálních médií se odlišuje rozdílnou distribucí sdělení (televizním kanálem umožňujícím přenos událostí v reálném čase) a odlišností v konzumaci. (OSVALDOVÁ, 1999, s. 187)

V užším smyslu lze televizi chápat jako televizní přístroj či technický systém, který přenáší obraz na dálku.

Reifová (2004) definuje technický systém jako elektronický systém přenosu pohyblivých obrazů spojených se zvukem, a to vzduchem z pozemských vysílačů, ze stacionárních družic nebo pomocí kabelových rozvodů. (REIFOVÁ, 2004, s. 259)

Televize je prostředkem masové komunikace, resp. mediální komunikace, bývá jí připisována schopnost zesilovat hodnoty hlavního proudu ve společnosti a společnost kolem těchto hodnot integrovat. Dále je také televizi připisována schopnost organizovat denní program diváků či intimní prostor rodiny (př. nábytek lidé uspořádávají podle umístění televizního přijímače). (REIFOVÁ, 2004, s. 260)

## 2.1 Klady a zápory televize

U každého média se můžeme setkat s jistými klady, které dané médium vyvyšují nad ostatními médii. Na druhou stranu má každé médium i své nedostatky. Nejinak je tomu v případě televize. Využít předností lze například v případě reklamy apod.

Mezi klady televize řadíme:

- a) sdělení je nejen akustické, ale také vizuální,
- b) obraz není pouze statický, ale i dynamický,
- c) aktuálnost informací je podstatně vyšší než u tištěných médií,
- d) technika je značně pokročilá – barevná kvalita, trikové možnosti.
- e) živé, emoce podněcující médium. (SCHELLMANN, 2004, s. 52)

Televize je komplexnějším sdělovacím prostředkem oproti tisku či rozhlasu. Propojením zvuku, jazyka a obrazu může vzniknout obraz plnohodnotné informace.

Mezi nedostatky, které jsou pak předmětem ze strany kritiky, patří např., že televize:

- a) proměňuje naši kulturu v arénu pro show-buisness,
- b) vytváří neskutečný svět, kde se prolíná skutečnost s fikcí a na diváka je tak kladen nárok dokázat rozlišit mezi nimi,
- c) zprostředkovává zkušenosti, které jsme sami nezažili (sekundární zkušenosti), brání nám prožívat realitu bezprostředně a přímo,
- d) častokrát zprostředkovává jednostranně negativní obraz světa, což přispívá k tomu, že lidé mají větší strach ze světa,
- e) prohlubuje nerovnost mezi obyvatelstvem s vysokou úrovní vzdělanosti a nízkou úrovní vzdělanosti,
- f) podporuje sklon k násilnému chování, zejména u dětí a mladistvých,
- g) negativně zasahuje do rodinného života – vytlačení rodinných rozhovorů, společných her apod.,
- h) činí lidi pasivnějšími, ohrožuje komunikaci mezi lidmi. (SCHELLMANN, 2004, s. 55 – 56)



## 2.2 Z historie televizního vysílání

První pokusy s přenosem pohyblivého obrazu na dálku probíhali v první polovině 20. století. Za počátek televizního vysílání je považováno datum 2. listopadu 1936. Britská rozhlasová společnost BBC začala vysílat v tento den i pro individuální příjemce. 2. světová válka rozvoj televizního vysílání přerušila. Prakticky jedinou zemí, kde televizní vysílání pokračovalo nepřetržitě, byly Spojené státy americké. Další rozvoj televize ve světě přinesla až druhá polovina 20. století, tedy doba po válce.

Pokud bychom se chtěli podívat na historii televizního vysílání v České republice, museli bychom se vrátit do období Československé republiky. První pokusy s televizním vysíláním prováděl před válkou Miroslav Šafránek. Po válce v roce 1948 byla televize představena veřejnosti na Mezinárodní rozhlasové výstavě MEVRO.

První veřejné zkušební vysílání čs. televize bylo zahájeno 1. 5. 1953. Televizní vysílání začínalo v rámci Československého rozhlasu. Televize tehdy vysílala 3 dny v týdnu (v létě 2 dny). Postupně došlo k rozšíření televizního vysílání, v roce 1955 na 5 později na 6 dní v týdnu – nově i v sobotu. Koncem roku 1958 pak vysílala televize každodenně. V letech 1957 – 1958 byla ustanovena samostatná organizace Československá televize, která měla postavení monopolního státního vysílatele. Dále docházelo k rozšiřování televizního vysílání do jiných částí Československa (Ostrava 31. 12. 1955, Bratislava 3. 11. 1956, Brno 6. 7. 1961, Košice 25. 2. 1962). V letech 1965 a 1967 se usnesla vláda na vytvoření druhého programu, který zahájil vysílání od 10. 5. 1970. Od roku 1973 již vysílal tento program barevné pořady. Po roce 1983 se na území Československa začala retranslovat síť vysílačů sovětské televize, která se po roce 1989 stala základem pro nový program tzv. OK3 (Otevřený kanál). Otevřený kanál byl sestaven ze zahraničních a domácích příspěvků. Od Československé televize se 1. 1. 1992 oddělují veřejnoprávní vysílací instituce Česká televize a Slovenská televize. Po rozpadu Československa v roce 1993 Československá televize zaniká a dvě výše zmiňované televize se stávají hlavními představiteli vysílání. Navíc je zrušen monopol vysílání a na trh se dostávají první soukromé televize. 20. 6. 1993 začíná vysílat TV Premiéra (regionální vysílač pro Prahu, později rozšířen pro další kraje TV PRIMA) a později 4. 2. 1994 komerční televize TV NOVA. (OSVALDOVÁ, 1999, s. 188 – 189)

V dnešní době existuje velké množství televizních stanic, které nabízí nespočet programů, různého zaměření. Televizní divák má možnost vybrat si ty, které jsou neplacené nebo dát přednost programům, které je nutno mít předplaceny. Televize má díky rozmanitému množství programů funkci relaxační, ale řada lidí k ní zasedá především kvůli zjištění informací ze světa.

## 2.3 Televize a žurnalistika

Se vznikem televize jako mediálního prostředku se mohla postupně utvářet televizní žurnalistika. Ačkoli je primárně televize spíše využívána k zábavě, tak určitý podíl v ní má zpravodajství a publicistika. Pro některé lidi je televize primárním zdrojem informací. Jiní však využívají i služeb rozhlasu, tisku či internetu. Televize patří z hlediska žurnalistiky k médiím, která nám informace předávají bez jakéhokoli vynaložení našeho úsilí. To by se dalo sice říci i o rozhlase, ale televize navíc využívá propojení mluveného slova s obrazem, což je pro diváka přitažlivější a působivější.

### 2.3.1 Žurnalistika

*„Žurnalistika je sbírání, zpracovávání a distribuce žurnalistických sdělení (textů) v žurnalistických celcích určených veřejným příjemcům.“* (BARTOŠEK, 2002, s. 4) Slovo žurnalistika vychází z franc. *le jour* = den. Jedna z možností, jak lze žurnalistiku chápat, je ve smyslu specifické profesní činnosti. Tato činnost zahrnuje sbírání, třídění, zpracovávání a distribuci aktuálních sdělení časové povahy. (REIFOVÁ, 2004, s. 322) Sdělení (1) informují o důležitých nebo zajímavých zprávách, (2) analyzují, vysvětlují nebo doplňují informace o událostech, popř. (3) nabízejí nějaký názor na svět kolem nás, poučují o významných jevech, nebo alespoň (4) přinášejí rozptýlení a zábavu. Často bývá žurnalistika označována jako novinářské povolání. (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2009, s. 78)

Počátky žurnalistiky můžeme hledat již v novověku, zhruba na konci 15. století. V této době docházelo k rozvoji měst, uskutečňování zámořských objevů, zvyšování vzdělanosti. Není tedy divu, že měli lidé zájem o denní informace. Zlatý věk žurnalistiky bychom pak mohli

stanovit do období 19. a 20. století, kdy došlo k rozvoji médií. Žurnalistika je na média přímo vázaná. Její začátky souvisí s tištěnými médii, později s rozhlasem, televizí a v současnosti je důležitou složkou také internet a s ním spojená internetová žurnalistika. Média umožňují, aby se výsledek práce žurnalisty setkal s publikem. Ve vztahu k tomuto publiku má za úkol a) jej informovat (předávat nestranné informace) a za b) reprezentovat veřejnost (adekvátně či neadekvátně zaznamenává rozložení názorů, hodnotových systémů ve společnosti). (REIFOVÁ, 2004, s. 322)

Současná žurnalistika si klade stále více dalších cílů než jen sbírat, zpracovávat a distribuovat sdělení. Snaží se být soudobým nástrojem k odstranění nudy, slouží k zábavě, k rekreaci sil. Přispívá i k podněcování představitosti, k získávání znalostí o prostředí, ve kterém člověk žije a k růstu sebevědomí na základě konzumace masmediálních obsahů zdůrazňujících význam vlastní role. Posiluje dominantní hodnoty a normy, umožňuje zbavit se vnitřních psychických a sociálních napětí apod. V dnešní době žurnalistika slouží nejen k předávání informací, ale také k zábavě. (BARTOŠEK, 2001, s. 253)

Díky postupnému vývoji se žurnalistika diferencovala do několika tematicky zaměřených oblastí např. politické, ekonomické, společenské, kulturní či sportovní.

### **2.3.2 Televizní žurnalistika**

Televizní žurnalistika je spojována nejčastěji se zpravodajstvím. Televizní zprávy bývají vysílány v podvečerních hodinách, protože sledovanost televize roste v průběhu dne. Nejvíce lidí ji sleduje mezi 18 – 22 hodinou, jelikož v této době většina široké veřejnosti u televize odpočívá a bere tuto činnost jako relaxaci. Tento čas nazýváme tzv. *prime time*. (BARTOŠEK, 2002, s. 27) Během dne se můžeme dále setkat s kratšími zprávami, které informují o aktuálním dění. Televizní stanice ČT 24 je stanicí, která se naplno věnuje televizní žurnalistice během celého dne. Vedle zpravodajství televize nabízí řadu publicistických pořadů.

Televize využívá audiovizuálního principu přenosu informací, z čehož čerpá a vychází televizní žurnalistika. Při sdělování informací musí divák zapojit jak zrak, tak i sluch. Kombinací pohyblivých obrazů, zvuku a mluveného slova jsou informace divákovi předávány v té nejkompaktnější podobě a napomáhají divákovi zprávy naplno vnímat. Oproti žurnalistice v tisku

může obraz v televizní žurnalistice zasáhnout nejen rozum, ale především cit. Propojením obrazu a zvuku jsou uvnitř člověka vyvolávány nejrůznější emoce (strach, úzkost, radost aj.). Televizní žurnalistika má dále charakter univerzálnosti a relativní neopakovatelnosti. Ve srovnání s psanou žurnalistikou to znamená, že audiovizuální sdělení (které má jednorázový časový průběh) musí být zcela jednoznačné, srozumitelné a názorné. Diváka musí oslovit od první chvíle, protože se k němu divák nemůže zpravidla vracet tak, jak je tomu v psaném projevu. Televize má tu moc, že může i pouhým obrazem ukazovat konkrétní skutečnost a její projevy. Divák má tendenci věřit tomu, co vidí a slyší. (HLADKÝ, 1986, s. 102)

Působení televizní žurnalistiky je navíc komplexnější z hlediska celkového působení televize, kde prolínáním nejrůznějších žánrových útvarů v programové skladbě dne umožňuje žurnalistické přesahy i do pořadů, které nemusejí mít zjevný žurnalistický charakter. (HLADKÝ, 1986, s. 104)

Co se týká rychlosti předávání informací v televizi, nepatří již televizní žurnalistika mezi nejrychlejší. V současnosti ji v rychlosti předčila internetová žurnalistika, kde se zprávy, reportáže mohou objevovat kdykoli a často bývají během dne několikrát aktualizovány. Televizní žurnalistika pak vybírá jen to nejdůležitější za uplynulou dobu, avšak i ona může být aktualizována. Internetová žurnalistika oproti ní může přinášet určitá úskalí v podobě amatérských zpráv, které mohou publikum klamat. U televizní žurnalistiky by tomu tak být nemělo. Televizní žurnalistika klade důraz na pravdivost, aktuálnost, konkrétnost, jasnost a přesnost.

### 3 SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA

Sportovní žurnalistika je dnes téměř neodmyslitelnou součástí každého média, avšak ne vždy tomu tak bylo. Jedná se o disciplínu poměrně mladou, která vznikla na počátku 20. století. Pro její vznik měly zásadní vliv zájmy společnosti a především rozvoj médií. Lidé se nechtěli dovídat pouze informace z politiky či hospodářství, navíc při konání nejrůznějších olympijských her a mistrovství světa byli odkázáni na čekání na zprávy z míst konání.

Na svém počátku vypadala sportovní žurnalistika jinak, než ji známe dnes my. Její začátky byly spojeny s pár řádky v novinách, nejčastěji se jednalo o přehled výsledků z fotbalu. Postupným rozvojem jednotlivých sportovních odvětví a se vznikem nových sportů si začala sportovní žurnalistika vydobývat své místo a proměňovat svoji tvář. V tisku, rozhlase či televizi se informacím ze sportu dopřávalo více prostoru, dokonce začaly přibývat i kratší reportáže ze zápasů či rozhovory se sportovci. Dnešní sportovní žurnalistika má své místo v jednotlivých médiích jisté. (SVOBODOVÁ, 1996, s. 174) V tisku je většinou sportovní žurnalistice vyhrazen prostor na konci novin. Čtenář si může pročíst nejednu stránku, která je sportu věnována. Některé noviny již zavedli dělení svých výtisků do tzv. sešitů, které jsou vždy určeny dané tematice zpráv např. z domova, ze světa, ekonomice, kultuře či sportu. Pro ty největší fanoušky sportovních odvětví je možné zakoupit sportovní časopisy, které jsou většinou zaměřeny na jeden druh sportu jako fotbal, hokej, basketbal, kulturistika, cyklistika, golf aj. Uvnitř najdeme články, reportáže, rozhovory týkající se informací o dané tematice.

V rozhlase byla nejčastěji sportovní žurnalistika reprezentována přímými rozhlasovými reportáží. Dnes dávají lidé přednost přímým sportovním reportážím v televizi z důvodů kladů, které televize jako médium má, viz výše. V televizi se pak kromě přímých přenosů ze zápasů může divák těšit sportovním zprávám, sportovním pořadům, v nichž jsou zápasy, závody rozebírány sportovními experty.

Sportovní žurnalistika se mohla rozvíjet díky mediálním prostředkům, které především přispěly k rychlejšímu přenosu informací ze sportu směrem k publiku. Vedle tisku, rozhlasu či televize se dnes především využívá internet. Jedná se o poměrně mladé médium, které přenáší celosvětové informace. Na internetu můžeme kromě výše zmiňovaných žánrů nalézt také soupisky, prognózy vývoje zápasů nebo také online přenosy, které informují adresáta minutu po minutě o průběhu zápasu, ale také online „televizní“ vysílání z místa souboje.

### 3.1 Přímá televizní sportovní reportáž

Televizní přímý přenos a reportáž jsou nejdůležitějšími a nejrozšířenějšími způsoby prezentace sportu. Oslovují totiž největší počet diváků. Sportovní přímé reportáže jsou dominantou televizního vysílání.

V době, kdy televize nebyla ještě tak časté médium, byly přímé reportáže vysílány v rozhlasu. Některé rozhlasové stanice vysílají přímé reportáže i nadále, i když se zpravidla jedná o náhradu pro diváky, kteří nemohou z určitého důvodu sedět u televizoru. Příkladem může být pořad Českého rozhlasu S mikrofonem za hokejem. Jedná se o pořad sestávající z přímých vstupů ze stadionů extraligového hokeje. Reportér musí v tomto případě dokázat verbálním projevem nahradit vizuální vjem, který u rozhlasu chybí. (DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 48 – 49)

Přímé sportovní reportáže jsou v oblasti sportu v televizi nejvíce zastoupeným žánrem a publikem nejvíce sledovaným. Jejich obliba s postupem vývoje televize rostla a můžeme říct, že dnes patří jejich sledování k oblibě mnoha lidí. Svědčí o tom i to, že existuje několik televizních stanic, které se věnují pouze sportovním pořadům. Největší sledovanosti si tyto pořady dopřávají v období olympijských her a mistrovství světa či Evropy. V této době sledují sportovce i ne moc velcí fandové sportu. Uveďme alespoň příklad z posledních olympijských her v roce 2008. Češi se na olympijské přenosy dívali poměrně často. Denně nebo téměř denně je sledovalo 22% populace, 29% několikrát za týden a 9% přibližně jednou týdně. Dohromady se na televizní přenosy z olympiády dívalo jednou týdně 60% občanů. Výrazně více se alespoň jedenkrát týdně dívali muži než ženy (71% mužů, 32% žen). (Ppm factum. *Sledovanost sportovních přenosů z olympijských her* [online]. ©2010. [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: [http://www.factum.cz/309\\_sledovanost-sportovnich-prenosu-z-olympijskych-her](http://www.factum.cz/309_sledovanost-sportovnich-prenosu-z-olympijskych-her)) Obdobně je to i např. s loňským mistrovstvím světa v ledním hokeji, kdy se na zápasy Česka dívalo průměrně 1,24 miliónů diváků. Největší podíl na publiku měl zápas Česko – Švédsko 56,36%. (Česká televize. *Zápasy o medaile trhaly rekordy ve sledovanosti* [online]. ©1996 – 2012. [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-a-technologie/124170-zapasy-o-medaile-trhaly-rekordy-ve-sledovanosti/>)

### 3.1.1 Znaky přímé televizní reportáž

„Reportáž bývá definována jako sdělení, které líčí události nebo jevy na základě vlastního reportérova pozorování.“ Jelikož je líčení subjektivně objektivní, bývá reportáž zařazována na pomezí zpravodajství a publicistiky. (BARTOŠEK, 2002, s. 69)

Televizní reportáž je pak nejfrekventovanějším žánrem v televizi s výraznou, informativně-analytickou funkcí. Je charakterizována rozmanitostí a různorodostí použitých vyjadřovacích a výrazových prostředků. (OSVALDOVÁ, 1999, s. 156)

Podle použité technologie můžeme rozlišovat reportáž, která je realizovaná díky přenosové technice, tzn. přímý reportážní přenos (absolutní reportáž). Vedle toho existují reportáže, které jsou natáčeny lehkou videokamerou, jednozáběrovou technologií. (OSVALDOVÁ, 1999, s. 157)

Další dělení uvádí Koščo (1984) v knize *Žurnalistické žánry v televizi*. Reportáže se podle něj dají dělit na stylizované a nestylizované. Pro nás je důležitá oblast nestylizovaných reportáží, kam spadají přímé sportovní reportáže. Nestylizovaná reportáž je vysílána přímým televizním přenosem, existuje nezávisle na záměru televizních tvůrců, kteří do jejího průběhu nemohou zasáhnout a ovlivnit její průběh či výsledek. Televizní žurnalisté se musí události podřídit nikoli naopak. Na prvním místě charakteristiky takovéto reportáže je tzv. simultánnost – časová souběžnost průběhu událostí, jejího přenosu i vnímání televizními diváky. (KOŠČO, 1984, s. 92)

Základními znaky přímé televizní reportáže jsou:

- *Autentičnost v obraze i zvuku*. Objasnování faktů, doplnění, vysvětlení souvislostí apod. se děje pomocí řeči reportéra, ale také díky autentičnosti zvuků).
- *Lineárnost* – souběžnost s průběhem a vývojem událostí. Autoři nemohou měnit, přizpůsobovat stavbu reportáže, musí jít v linii děje.
- *Časová totožnost události s reportáží*. Reportáž je vysílána v reálném čase.
- Princip dodržování *zásady jednoty prostoru* je možné narušit jen tehdy, když se spojují děje, které spolu úzce souvisejí a vytváří spolu logický celek. (KOŠČO, 1984, s. 94 – 95)

Přímý televizní přenos umožňuje divákovi, aby se stal účastníkem události, i když se zrovna danou chvílí nachází v pohodlí svého domova. Televizní kamery mohou divákovi ukázat

více, než může zachytit pohled účastníka zápasu. V přímých televizních přenosech se uplatňuje bezprostřednost a názornost, což jsou přednosti televize. (HLADKÝ, 1986, s. 162 – 163) Obraz přímého televizního přenosu je utvářen postupně, krok za krokem. Existuje příčinná souvislost mezi technikou a tvorbou. Bez televizní techniky by se přímá reportáž nemohla zrodit. (KOŠČO, 1984, s. 92)

Základem nestylizované reportáže, vysílané přímým přenosem je neopakovatelná, aktuální, společensky významná událost. Mezi takovéto události patří bezesporu i sportovní zápasy.

### **3.1.2 Odlišnosti přímé sportovní reportáže**

Nepřipravenost, mluvenost, monologičnost, sepjetí verbální a obrazové složky, to vše jsou společné rysy většiny přímých televizních reportáží. Sportovní reportáž se podle Svobodové odlišuje následujícími znaky: (1) specifický předmět reportáže, (2) osobní prožitek, (3) uplatnění speciálních prostředků a možností televizní techniky. Vedle těchto činitelů stojí verbální složka reportáže, především sportovní terminologie. (SVOBODOVÁ, 1992, s. 72 – 77)

Prvním znakem, kterým je specifický předmět reportáže, je v případě sportovních reportáží sport se svou jedinečnou dynamičností, dramatičností, překvapivými momenty a zvraty. Druhým znakem je osobní prožitek s jeho reflexí v jazykovém projevu. Citové zaujetí mluvčího pramení z objektu reportáže, ale také z role komentátora. Ten vystupuje nejen jako mluvčí, ale i jako jeden z diváků. Vnímá samotnou sportovní událost a celkovou atmosféru, kterou se snaží svým projevem přiblížit. Odlišnost v citovém zaujetí nemusí být dána pouze komentátorem. Rozhoduje o tom také sportovní odvětví, z něhož je reportáž vysílána. Jiná je situace u sportů nebo jejich dílčích disciplín, v nichž dochází ke gradování dramatičnosti, a kdy je čas osobního prožitku identický s časem události, ke které se váže. To je např. u atletických disciplín. Jinak je tomu např. v hokeji, kde dochází k nejrůznějším zvrátům. Prožitek je většinou opožděn, dostavuje se dodatečně. Vedle toho existují i sporty, které umožňují neutrální způsob komentování bez větší míry emotivního prožitku. Jedná se např. o závody v běhu na lyžích, kde závodníci nevybíhají ve stejném čase, ale v jistých časových intervalech. Třetím znakem, jímž se sportovní reportáž odlišuje od jiných, je uplatnění speciálních prostředků a možností televizní



techniky, jakými jsou změny záběrů, jejich opakování, a to i zpomalení, a maximální využití informací, které jsou na obrazovku dodávány prostřednictvím počítačů. Jedná se například o stav utkání, sestavy týmů aj. (SVOBODOVÁ, 1992, s. 72 – 77)

Technická úroveň prostředků, které nám zprostředkovávají sportovní přenosy, dosahuje vysoké úrovně. Televizní kamery umožňují divákovi sledovat zápas, závod z různých pohledů. Bývají umístěny v brance, v závodních automobilech apod. (DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 62)

### 3.1.3 Role obrazu a zvuku v přímé sportovní reportáži

Ve sportovní televizní reportáži jsou nejdůležitější dvě složky, a to obraz a slovo. Dominantní úlohu má obraz. Na důležitost obrazu upozorňují i sami komentátoři konstatováním: *Sami na obrazovce vidíte, že se přiblížilo dnešní první finálové vyvrcholení* nebo v zastoupení vlastní hodnotící poznámky: *A dopadlo to jak? To jste viděli sami*. Při technických poruchách obrazu se zase projevuje důležitost slovního komentáře. Komentátor se musí snažit nahradit právě probíhající situaci popisem, který může vést k detailnímu popisování, tak jak je tomu v rozhlasu. Podrobný a soustavný popis se využívá ke zvýšení dramatického účinku na diváka. Dublování vizuálního obrazu s přímým popisem působí na diváka se zdvojenou intenzitou. Např. *Pořadí na špici se neustále mění. Na vedoucí pozici znovu útočí XY. A nyní z klubka závodníků prudce vyrazil YX*. (ZIMA, 1972)

Verbální složka bývá modifikována i tím, zda sportovní redaktor komentuje z televizního studia, nebo zda je přítomen v místě, kde se sportovní událost koná a vysílá. Pokud se jedná o druhou situaci, podmiňuje slovní doprovod skutečnost, že obrazová složka je dvojitá. Komentátor sleduje to, co mu zprostředkovává monitor na komentátorském stanovišti a zároveň se věnuje ostatnímu dění na sportovišti. Televizním divákům pak přibližuje ty důležité momenty, které nemají možnost diváci vidět na televizních obrazovkách. Sami komentátoři tuto funkci označují jako tzv. *šilhání*. Proto je komentování sportovních televizních přenosů velice náročné. (SVOBODOVÁ, 1992, s. 72 – 77)

Obraz i komentář jsou relevantními složkami relace jako celku a komplementárně se doplňují.

Komentáře, které respektují důležitost obrazu, mají především úlohu orientační a identifikační. Vlastní průběh sportovního přenosu divák sleduje na obrazovce a komentátor jej v obraze orientuje např. označováním jednotlivých hráčů. Spojení s obrazem přispívá k vysokému výskytu poznámek informativních např. *první vhazování před naší brankou* či hodnotících poznámek př. *skvělé prohození*. Poslední poznámky mají charakter vysvětlující s převahou nepřímých popisů, např. *prostor v pokutovém území byl přehušťen* (tj. útok skončil nezdarem). (ZIMA, 1972)

Na verbální projev má vliv také sportovní odvětví, které je předmětem reportáže. Pokud vezmeme kritérium sledovanosti a rozšířenosti sportu, budou na jedné straně stát sporty jako hokej, fotbal, tenis, atletika a druhý pól budou tvořit sporty jako skateboarding, bikros apod. Pro první skupinu je charakteristická propracovanost a ustálenost sportovní terminologie a frazeologie, kterou většinou reportéři užívají bez vysvětlivek (*malá domů, ulitý start* aj.) U druhé skupiny sportů se terminologie a frazeologie vytváří a komentátor diváky s některými pojmy seznamuje. Podobně ovlivňuje verbální projev komentátora i charakteristika jednotlivých sportů. Např. kolektivní sporty jako hokej, fotbal si přímo žádají komentátorův slovní doprovod. Naopak při sledování tenisu či krasobruslení tvoří verbální složka minimalizována. Vyznačuje se především dlouhými pauzami mezi jednotlivými výpovědními celky, většinou velice stručnými. Delších výpovědí se většinou dostává po skončení jízdy či hry (gamu). (SVOBODOVÁ, 1992, s. 72 – 77)

### **3.1.4 Historie televizních sportovních reportáží**

Televize v Československu vysílala od roku 1953. Na první sportovní přenos si však příznivci sportu museli počkat až do roku 1955. Do té doby se však ještě stačili diváci televize seznámit s tzv. televizními šoty. V říjnu roku 1954 byl odvysílán šot z mezistátního utkání atletů ČSR – SSSR. Jednalo se o první pohyblivý materiál, který byl natočen a odvysílán samotnými zaměstnanci televizního studia v ten den, kdy se událost stala. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 197)

Aby mohly přímé přenosy vznikat, bylo zapotřebí vytvořit přenosové vozy. Tím prvním byl přenosový vůz TVRZ 1, který byl dokonale vybaven třemi kamerami, kontrolním a režijním zařízením. 11. 2. 1955 měla Československá televize díky této technické vymoženosti příležitost

odvysílat první přímý přenos. Pro tuto událost byl vybrán hokejový zápas v Praze na Štvanici, který sehrály týmy Praha – Leksand IF (Švédsko). Přímý přenos vzbudil u diváků takovou pozornost, že se díky němu zvýšil zájem o koupi televizorů. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 198) Sportovní duely mezi sportovci Československa a jiných států diváky vždy zajímaly a zvyšovaly sledovanost. V období vlády komunistů brali někteří lidé střetnutí národních sportovců jako poměřování sil, které mělo i jiný než sportovní podtext. Zajímavostí je např. přímý přenos ze zápasu mistrovství světa v ledním hokeji mezi ČSSR a SSSR v roce 1969. Po utkání došlo k rozbití výlohy kanceláře Aeroflontu. Československá televize byla tehdy obviněna z rozpoutávání protisovětských nálad a bylo ji nařízeno vyloučit veškeré pořady, které byly v rozporu s vnitřní a zahraniční politikou. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 240)

Další přímé přenosy na sebe nenechaly dlouho čekat. Téhož roku 1955 se vysílal i přímý přenos z cyklistického Závodu míru, prvního fotbalového utkání zápasu AC Sparty Prahy (Spartak Sokolovo), ale i z I. celostátní spartakiády v Praze. Díky televizním vozům mohly být přímě přenosy vysílány prakticky z kteréhokoli místa. Výjimkou nebyly ani přímé přenosy z kulturních akcí např. z divadelních představení. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 199)

Všechny přímé přenosy, které byly v této době odvysílány, se týkaly pouze území Československa. První přímý přenos ze zahraničí byl odvysílán 28. 1. 1956. Československé televizi se podařilo zajistit odvysílání přenosu ze Zimních olympijských her v Cortině d'Ampezzo. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 201)

Z Československa se začalo do světa vysílat až následujícího roku. 1. 5. 1957. Přímý přenos byl vysílán z mistrovství Evropy v boxu, které se konalo v Praze. Vysílalo se do celé sítě Eurovize, což byla organizace televizních společností západoevropských zemí. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 203) První barevný přímý přenos do zahraničí byl uskutečněn v roce 1970, jednalo se o mistrovství světa v lyžování, které se konalo ve Vysokých Tatrách. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 244)

Sportovním přímým přenosům se v průběhu let dařilo. Postupně se na obrazovkách objevovaly i jiné sporty než fotbal a hokej. Do povědomí diváků se tímto způsobem dostal např. box, krasobruslení, kanoistika apod. S rostoucími technickými vymoženostmi se sportovní přímé přenosy staly poutavějšími. Technika nabídla divákovi zajímavé pohledové úhly, přibližování či v současnosti využívané opakované záběry v průběhu přenosu. S růstem techniky mají i samotní komentátoři a tvůrci těchto pořadů lepší možnosti při zpracovávání přenosů.

Přímé přenosy jsou sice velmi důležitou součástí sportovní žurnalistiky, ale vedle nich jsou důležité i sportovní zprávy a další žurnalistické žánry, s nimiž se můžeme v televizním vysílání setkat. K tomu, aby mohly přímé přenosy, zprávy, reportáže vznikat je zapotřebí vytvořit tým lidí, který by se o informace ze sportu zajímal. V roce 1956 byla založena sportovní redakce, v jejímž čele stanul Miroslav Hladký. Velmi důležitou úlohu ve sportovní žurnalistice v televizi zastal i zpravodajský sportovní přenos Branky – body – vteřiny, který funguje doposud. (KÖPPLOVÁ, 2003, s. 211)

### 3.1.5 Komentátor přímých sportovních reportáží

O tom jestli bude nestylizovaná reportáž přímého přenosu úspěšná či nikoli rozhoduje vedle správného využití techniky především slovní projev (komentář) komentátora. Osobnost komentátora je u přímých televizních reportáží více než důležitá. Komentátor může svým projevem z přímého přenosu udělat neopakovatelnou a přitažlivou podívanou nebo může přímý přenos naprosto pokazit a snížit tím diváckou sledovanost.

Ke komentování přímých přenosů se nedostane jakýkoli komentátor. Televizní stanice si dobře vybírají adepty na tuto pozici. Mít možnost komentovat nějaký zápas, není zárukou úspěchu. Dobrý komentátor by měl mít následující vlastnosti:

- *široké všeobecné vzdělání, kulturní a politické znalosti,*
- *hluboké znalosti oboru přenášené události,*
- *smysl pro objektivitu a potlačování subjektivních pocitů,*
- *nesmírný takt, skromnost, vkus a kultivovanost projevu,*
- *improvizační schopnosti,*
- *pohotovost, bystrá reakce,*
- *bohatý slovník, kultivovanost vyjadřování a slovních obrátů, dokonalá znalost rodného jazyka,*
- *příjemný hlas, důvěryhodnost osobnosti,*
- *smysl pro podřízení slova obrazu,*
- *umění mluvit i mlčet v pravý čas. (HLADKÝ, 1986, s. 178)*

Všechny výše zmíněné požadavky jsou důležité pro jakéhokoli komentátora přímých přenosů, tedy i sportovního. Nedá se říci, že by některý z požadavků byl méně či více důležitý. Odborné znalosti z daného oboru jsou důležité proto, aby komentátor během pořadu mohl diváky upozorňovat, poučovat, vysvětlovat nejrůznější fakta, která se na obrazovce objeví. Často se stává, že se v průběhu přenosu vyskytne situace, která vyžaduje komentátorovu znalost i z jiné oblasti, než které se přímo věnuje. Takováto nepředvídatelná situace vyžaduje rychlou, bystrou a pohotovou odpověď. Veškeré znalosti uplatňuje komentátor ve svém mluveném projevu, který je základem celého přímého přenosu.

Na komentátorovu řeč jsou kladeny skutečně vysoké požadavky. *Mluvenou řečí komentátor konkretizuje, lokalizuje, vysvětluje, doplňuje faktickou, viděnou, sledovanou, ale i pomocí kamer zprostředkovanou, dokumentární metodou snímanou autentickou skutečnost. Upozorňuje na nejrůznější fakta, usměrňuje divákovu pozornost, vede k pochopení událostí.* (KOŠČO, 1984, s. 96) Komentátorova řeč má znaky publicistického stylu, vyznačující se srozumitelností a přehledností. Tento fakt komentátorovi neulehčuje ani to, že jeho slova musí s obrazem tvořit pevné sepětí. Řeč se podle situace může místy vázat volně k zobrazovaným faktům, jindy je její vazba velice přísná. Pokud komentátor nepodřídí obrazu svá slova, nastávají situace, kdy divák ztrácí přehled. Podřídít slova obrazu, ale neznamená pouze popisovat děj, který divák sleduje svým zrakem. K čemuž dochází především v případě nezkušených komentátorů, kteří nejsou navíc ani odborně vzděláni v dané oblasti nebo nemají dostatek bystrosti, aby postřehli vzniklé momenty. Jediný popis, který televizní komentář připouští, je popis toho, co na obrazovce je, ale přesto to divák nemůže vidět. V případě sportovních přenosů jsou to například jména hráčů, počet diváků apod. (HLADKÝ, 1986, s. 177 – 180) Komentátory se někdy stávají bývalí hráči, kteří mají s daným sportem zkušenost a nemají problém s terminologií. Častěji však bývají hráči pozváni do komentátorského studia a spolu s komentátorem provázejí pořadem a v přestávkách rozebírají herní situace.

Jazykový projev bývá velmi často poznamenán osobním prožitkem komentátora. Komentátor je především mluvčím, ale zároveň se nachází v pozici jednoho z diváků, a tak přenáší často napjatou, velice živou a výbušnou atmosféru do svého projevu. Mírné citové zaujetí je v projevu komentátora věcí nejen přirozenou, ale i vhodnou a potřebnou. Ovšem v zásadě by měl komentátor vždy nad situací stát klidně a objektivně. Jsou-li projevy komentátora přesyceny prvky emocionálního charakteru, působí tyto projevy na diváka rušivě. Překročení míry

„fanouškovského“ nadšení se může pro diváka stát nepřijatelným. (SVOBODOVÁ, 1992, s. 72 – 77)

Komentátor by si měl dávat pozor také na mluvní tempo. Pokud mluví příliš rychle, je to na škodu především televizním divákům, protože nejsou naplněny funkce komunikace. (ČECHOVÁ, 2003, s. 236)

Každý komentátor má svůj osobitý způsob komentování. Je možné hovořit o osobním stylu reportéra. Patrné je to především tehdy, když se při komentování jednoho přenosu střídají dva reportéři. Projev každého z nich se vyznačuje nějakým specifickým jazykovým prostředkem, který ho odlišuje od ostatních.

Ve způsobu komentování se odráží nejen míra získaných či osvojených výše zmíněných požadavků, ale také charakteristické osobnostní vlastnosti.

### 3.2 Jazyk sportovní žurnalistiky

Jazyk sportovní žurnalistiky vychází z obecných principů žurnalistiky jako jednoho z funkčních stylů, který v českém jazyce rozeznáváme. Dominujícím rysem dnešní doby je globalizace, která se v české jazykové situaci projevuje silným vlivem cizích jazyků, zejména angličtiny, ale také prolínáním (míšením) jednotlivých útvarů českého národního jazyka. (BARTOŠEK, 2000, s. 252)

V současné době tvoří žurnalistický styl výrazové prostředky veskrze nehomogenní. Vesměs se hovoří o žurnalistickém stylu spisovného jazyka, ale specifický rys žurnalistických komunikantů a osobnosti jejich funkce dotvářejí často jazykové prostředky nespisovné, což vyplývá z persuasivní (přesvědčovací) funkce žurnalistiky. (MINÁŘOVÁ, 2011, s. 185)

V žurnalistice bychom měli očekávat vyjádření nanejvýš prestižní a kultivované, proto se těžištěm jazyka stává neutrální spisovný jazyk. Prostředky, které se nacházejí za hranicemi spisovného jazyka, se v publicistice stávají příznakovými a mohou funkčně vystupovat jako prostředky stylově aktivní. Užití některých nespisovných výrazů může mít v žurnalistice povahu motivované či nemotivované nespisovnosti. Motivované odchylky jsou záměrné a vyskytují se stále častěji. V psané žurnalistice je žurnalista označuje uvozovkami. Jejich užívání bývá spojováno s různými okolnostmi komunikace, k nimž patří: (1) **odraz zájmového popř.**

**profesního prostředí, navození autentičnosti.** Nespisovné výrazy jsou vždy vlastní konkrétní sféře a nespisovnost zdůrazňuje rysy této skutečnosti. Zcela jednoznačně tyto výrazy využívá sportovní žurnalistika (*bodovačka, trestňák*). (2) výrazy slouží **k zajištění výraznější expresivity** (*špílmachr*), (3) **k záměrné aktualizaci** (*hostující družstvo se zdálo být fotbalovější*), (4) při **neustálenosti** či **rozkolísanosti terminologie** – není-li ustálený termín v daném oboru, je slang jedinou možností stručného vyjádření (*zasekávačka, dorážka*), (5) k **ekonomičnosti sdělení**, úspora výrazu, která je častější v psané žurnalistice (*kombináci místo závodníci či účastníci severské kombinace*). Vedle toho existuje i nemotivované užití nespisovnosti, které plyne z neznalosti nebo opomenutí spisovného jazyka. (MINÁŘOVÁ, 2001, s. 193 – 196)

U jazyka psané sportovní žurnalistiky předpokládáme větší míru spisovnosti. A to především proto, že novináři, mají „dostatek“ času na sepsání článku a na jeho opravy. U jazyka mluvené sportovní žurnalistiky je tomu poněkud jinak.

V celém mluvním projevu vystupuje do popředí bezprostřednost podání, působivost na diváky, dojem hodnověrnosti sdělovaného, zatímco oficiálnost a okázalost veřejné komunikace se vytrácí.

Stanice s vysokým podílem mluveného slova disponují mluvčími několika typů (moderátoři, reportéři, zpravodajové aj.). Na každý z těchto typů se vztahují rozdílné, odborné, žurnalistické a jazykové nároky. (BARTOŠEK, 1997, s. 54)

Už samotný fakt, že se jedná o mluvenou podobu jazyka, značí, že projev nebude tolik precizní. Ani reportéři sportovního zpravodajství neodvysílají zprávu tak, jak ji mají připravenou, i když na přípravu vynaložili značný dostatek času a úsilí. Komentátoři přímých sportovních přenosů musí na rozdíl od nich reagovat na měnící se a neočekávané situace. Občas proto dochází k zadrhnutí, vyslovení nespisovného výrazu či pouze nespisovné koncovky. Pokud však komentátor dokáže svým projevem zaujmout, bývají mu jeho drobné jazykové prohřešky prominuty.

Sportovní žurnalistika je především určena sportovním příznivcům. Lidé, kteří se o sport nezajímají, mohou mít při komentování zápasů nebo při čtení sportovních zpráv problémy s porozuměním. (MLČOCH, 2002, s. 16 – 17)

Mezi jazykové prostředky, jimiž se sportovní žurnalistika vyznačuje a odlišuje, patří především sportovní terminologie a slang. Termíny patří do spisovné oblasti jazyka a slang patří do nespisovného jazyka. Vedle termínů a slangů se ve sportovní žurnalistice objevují především

metafory, metonymie, frazeologismy, slova přejatá z cizích jazyků atd., o nichž se zmíníme v lexikálním rozboru zápasů v kapitole 4.

### 3.2.1 Specifické prostředky jazyka sportovní žurnalistiky

Jazykové prostředky, které sportovní žurnalistika využívá, vykazují inklinaci k dvěma tendencím. Je to tendence ke stabilizaci jazykových prostředků a tendence k jeho obměně. Tyto dvě tendence vyplývají podle Mlčocha (2002) ze specifických rysů žurnalistiky, jimiž je periodicitu projevující se modelovostí a automatizací a druhým rysem je aktuálnost projevující se aktualizací. (MLČOCH, 2002, s. 11 – 12)

Ve sportovní žurnalistice bývají popisovány podobné situace, akce, které vznikají na základě stejných pravidel (hrací doba, počet hráčů, rozměry hřiště, nedovolené zákroky apod.). V důsledku toho dochází k opakování jazykových komunikantů. Proto hovoříme o tzv. modelovosti ve vyjadřování.

Ustálené stereotypně se opakující výrazy, konstrukce, obraty využívají žurnalisté v určitých chvílích téměř mechanicky. Svědčí o tom proces automatizace jazykového vyjadřování. Termín automatizace a dále i aktualizace byly do české jazykovědné terminologie uvedeny B. Havránkem. Ten je však ještě nevztahoval na žurnalistický styl. Automatizací rozumíme: *takové užívání jazykových prostředků, a to buď izolovaných anebo vzájemně spojovaných, jaké je obvyklé pro určitý úkol vyjádření, totiž takové, že výraz sám nebudí pozornost, vyjádření po stránce formy jazykové se děje a je přijímáno jako konvenční a chce být srozumitelné již jako součást jazykového systému a nikoli teprve doplněním v konkrétním jazykovém projevu ze situace a souvislosti.* (HAVRÁNEK, 1932, s. 52 – 53) V rámci sportovní žurnalistiky existuje velké množství ustálených spojení např. *mít více ze hry, využít početní převahu.* Tyto opakující se výrazy se snaží komentátoři obměnit jiným spojením, které není tak obvyklé. Dochází k aktualizaci jazykového projevu. Aktualizací podle Havránka (1932) rozumíme: *užití jazykových prostředků takovým způsobem, že samo budí pozornost a je přijímáno jako neobvyklé, jako zbavené automatisace...* (HAVRÁNEK, 1932, s. 53) Někteří badatelé hodnotí jako aktualizované prostředky takové výrazy, které jsou nové, nekonvenční, osobité, individuální..., jako jsou neologismy, slova autorská, okazionalismy, nové kombinování a



modifikace existujících prostředků, apod. Jiní badatelé zastávají názor, že aktualizací je už samo přebírání prostředků z jiných stylových vrstev, lexikální výběr z kontrastujících lexikálních oblastí, použití prostředků aktualizovaných v jiných stylových oblastech... (SRPOVÁ, 1998, s. 17 – 18) K aktualizaci bývá používáno neobvyklých morfologických, syntaktických a stylistických prostředků. Jelikož lexikální hledisko nelze oddělit od stylistického, hovoříme o lexikálně-stylistických aspektech aktualizace. Jako prostředky aktualizace z lexikálního hlediska bývá často použito:

- sportovního slangu („betony“, „housličky“) – slangové výrazy bývají většinou v uvozovkách, které naznačují jejich stylovou příznakovost,
- dalších nespisovných jazykových prostředků (expresivní výrazy: „tvrďák“),
- slovních hříček (*body ulétly s Holubem*),
- knižních výrazů (*zdeptaný sok*). (MLČOCH, 2002, s. 13)

Ve sportovní žurnalistice bývají aktualizovány často prostředky typické pro vojenskou terminologii (*vyrazil do boje, zakopat se na vlastní polovině*), kulturu (*hráči připravili trenérovi děrovačku*), školství (*obrana vyrobila hrubku*) apod. (MLČOCH, 2002, s. 13 – 14) Automatizace a aktualizace jsou ve vzájemném vztahu, jelikož aktualizované prostředky jsou opět napodobovány a opakovány, stávají se automatizovanými. (MLČOCH, 2002, s. 12)

### 3.2.2 Sportovní terminologie a slang

Jelikož je sportovní terminologie a slang velice důležitou součástí sportovní žurnalistiky, a především protože právě ony utváří sportovní žurnalistiku, je jim v této práci vyhrazena samostatná kapitola. Slangové výrazy a termíny používají příznivci sportu, kteří jim dobře rozumí. Některé slangové výrazy a termíny se ale natolik ujaly a vžily, že jim rozumí i laik.

„Termínem se z hlediska lexikologie rozumí takové pojmenování, které je v rámci disciplíny jednoznačným pojmenováním pojmu oboru. Jde o pojmenování nacionální, neexpresivní, mající funkci nominativní a kognitivní. Termín je v rámci oboru ustálený a je buď definován, nebo fixován konvencí oboru. Význam termínu se vyvíjí a upřesňuje spolu s vývojem oboru.“ (ČECHOVÁ, 2003, s. 184 – 185)

Sportovní termíny vycházejí z potřeby přesně a výstižně pojmenovat nářadí, hrací plochu, její části, funkci hráčů apod. Užívání termínů je adekvátní např. v pravidlech jednotlivých sportovních odvětví. Sportovní termíny mohou být buď domácího původu – *zakázané uvolnění, hákování* nebo přejaté – *ofsajd, buly*. Některé termíny bývají spojovány i se slangem a dochází k míšení.

„Slang tvoří nespisovná pojmenování, která se vyskytují v pracovních nebo zájmových skupinách lidí. Typickým znakem je silná emocionalita, častá expresivní metaforičnost.“ (KROBOTOVÁ, 2001, s. 31)

Sportovní slang je jedním ze slangů, který se používá jak v oblasti zájmové, tak profesní. Sport může být pro jednoho člověka zábavou a pro jiného povoláním. Ovšem nejen sportovci užívají slang denně. Vedle nich jsou to především reportéři, redaktoři či tělovýchovní pracovníci. Díky sportovní žurnalistice psané či mluvené se sportovní slang šíří mezi amatérské či neaktivní sportovce. Využívání sportovního slangu je pro žurnalistiku prostředkem jazykové aktualizace, což umožňuje fixaci tohoto slangu i v povědomí širší vrstvy společnosti. Jedním z důsledků průniku sportovního slangu mimo skutečné sportovní prostředí je i tendence využívat slangových názvů v širší platnosti, interslangové např. *finišovat s prací, nalajnovat si kariéru* apod. Na pronikání sportovního slangu do nespisovného prostředí má vliv např. próza se sportovní tematikou. Zajímavé je i to, jak se slangové výrazy utváří. Nejčastějším způsobem jsou metaforická přenášení např. *kanár, kanonýr, koš* apod. Dále jsou časté metonymie např. *klokán* nebo přejímání z cizích jazyků *korbet, kontra* či tvoření frazeologismů *jet v háku*. (HUBÁČEK, 1988, s. 21)

Po roce 1989 došlo k výrazné změně užívání sportovní terminologie a slangu. Souviselo to především s politickými okolnostmi. Sportovní žurnalistika nadále preferovala tradiční sportovní odvětví, jako jsou fotbal či hokej, kterým byl věnován prostor v psané žurnalistice, ale také v mluveném sportovním zpravodajství. Pozornost je věnována i tenisu, atletice, lyžování, basketbalu či méně známé házené a volejbalu. Vedle těchto tradičních sportovních odvětví se objevují v televizi i sporty spíše neznámé české veřejnosti. Jedná se o florbal, snowboarding, skateboarding, rafting, paragliding atd. (MLČOCH, 2008, s. 44)

Sportovní terminologie a slang tradičních sportů byly dostatečně rozšířené a žurnalisty užívané. Odlišná byla situace týkající se moderních sportů, které vznikly a rozvíjely se především

v USA a ve Velké Británii. Proto terminologie a slang pochází z angličtiny. Jejich užívání se v dnešní době již stabilizovalo a běžně se tyto výrazy užívají. (MLČOCH, 2008, s. 44)

Mezi slangy a termíny můžeme sledovat z lexikálního pohledu tři hlediska:

- 1) slangy jsou ekvivalentem termínů (*pokuták*, velké vápno - pokutové území),
- 2) některé slangové výrazy lze pouze spisovně opsat (*šajtle* – kop vnější stranou chodidla, *pavouk* – schéma nasazení hráčů nebo mužstev v turnaji),
- 3) některé výrazy prakticky nemají spisovný ekvivalent – (*jet v háku*). (MLČOCH, 2001, s. 309)

### 3.2.2.1 Hokejové a florbalové termíny a slangové výrazy

Hokej a florbal toho mají už na první pohled mnoho společného. Vždyť kořeny ledního hokeje můžeme vidět v různých hrách se zahnutými hokejkami a kulatým míčkem, které se hrávaly již ve starověku (národním muzeu v Athénách – chlapci hrající se zahnutými holemi a míčkem). Moderní podoba hokeje, jak jej známe dnes, vznikla v 50. letech 19. století. (PACAUT, KOSÍK, 2009, s. 93) V průběhu doby, která mezitím uplynula, se vytvořily sportovní termíny a slangové výrazy spojené s tímto sportovním odvětvím a dnes jsou běžně užívané a známé široké veřejnosti. Florbal je naopak mnohem mladším sportem. Historie florbalu sahá do počátků 70. let 20. století. U nás se s tímto sportem můžeme setkat až od 90. let. (PACAUT, KOSÍK, 2009, s. 51) Proto se může zdát, že je terminologie a slang tohoto sportu méně známé.

## Termíny, které se vyskytují v pravidlech hokeje a florbal

### Příklady termínů ve florbalu

brankoviště  
mantinel  
středová čára  
vhazování

brána  
trestná lavice  
brankář  
rozhodčí  
základní hrací doba  
prodloužení  
time-out (z angličtiny)  
výstroj  
hole (hokejka)  
trestné střelení  
osobní trest

### Příklady termínů v hokeji

brankoviště  
hrazení  
střední čára  
vhazování  
střední pásmo  
útočné pásmo  
obranné pásmo  
branka  
trestná lavice  
brankář  
rozhodčí  
základní hrací doba  
prodloužení  
oddechový čas  
výstroj  
hole (hokejka)  
trestné střelení  
osobní trest  
zakázané uvolnění  
postavení mimo hru

## **Příklady slangových výrazů hokeje a florbalu**

Níže jsou uvedeny slangové výrazy, které jsou typické pro hokejový a florbalový slang. Výrazy označené tučně s hvězdičkou se používají pouze v hokeji.

*bago* – dokonalá kombinační souhra mužstva

*bek* – obránce

*berla* – hokejová hůl

**\*betony – brankářské chrániče**

*blafák* – klička, kterou oklame hráč brankáře

*bodyček* – tvrdý zákrok tělem (z anglického jazyk bodycheck)

*brejk* – rychlý únik hráče

*bulař* – hráč, který chodí na vhazování, protože je úspěšný

*buzer* – hrazení

*centr* – střední útočník

*debakl* – vysoká prohra

*dorážeečka* – následná střela po vyražení brankářem

*dostat rukavici, bůra* – dostat 5 gólů

*forvard* – útočník

*forčekovat* – napadat mužstvo mající puk na jejich polovině hřiště

*housle/housličky* – jesličky – puk projede mezi nohama soupeřova hráče

**\*hůlka – hráčská hůl**

*jedovka* – nebezpečná střela na bránu

**\*kanady – druh bruslí**

*klec* – brána

**\*lajna – útočná trojice**

*osobka* – osobní obrana

*povodit* - útočící hráč obelstí soupeřovy hráče

*plichta/ remíz* – nerozhodný stav

**\*ribano – úbor, který si hokejista obléká pod dres**

*rybička* – obranný zákrok /pádem na zem je umožněno vypíchnutí kotouče)

**\*semafor – chycení puku upažením**

*slepice* – nahrávka naslepo

*sólo/sólovka* – samostatná akce hráče

*střídačka* – hráčské lavice

*tutovka* – vyložená šance

*vymáchat/ vykoupat* – položit si brankáře na zem a dát mu gól

*žabka* – skákavá střela

### **Další slangové výrazy z florbalu**

*beton* – tým, který se uzavře před vlastním brankovištěm a pouze brání

*florbalka* – florbalová hůl

*fík* – branka

*lopata* – florbalová čepel, hráč hrající špatně

*zorro trick (trick runnestig)* – branka, kterou vsítí hráč, když je míček přilepený na florbalce ve vzduchu

Výše zmíněné příklady termínů jsme čerpali z pravidel hokeje, florbalu. Slangové výrazy byly sepsány na základě rozhovoru s amatérskými hráči. Během zpracování této práce se ukázalo, že většina výrazů je stejná jako u hokeje. Příčinou je podobný způsob hry. Tudiž termíny a slangové výrazy z hokeje byly postupně přenášeny do slovní zásoby týkající se florbalu.

## 4 JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY VE SLEDOVANÝCH ZÁPASECH

V následující kapitole se budeme věnovat lexikálnímu rozboru některých sportovních zápasů hokeje a florbalu.

Pro analýzu jsme vybrali hokejové zápasy z mistrovství světa v ledním hokeji, které se odehrály na jaře roku 2011 na Slovensku. Z florbalových zápasů jsme sledovali Euro Floorball Tour, která se konala v České republice v Brně na podzim roku 2011.

Hokejové zápasy komentovali: Robert Záruba, Michal Dusík, David Pospíšil. Florbalové zápasy pak sportovní redaktori Ondřej Zamazal, Martin Kozák a s nimi bývalí hráči a představitelé České florbalové unie: Michal Rohel, Filip Šuman, Zdeněk Skružný.

Jelikož je slovní zásoba češtiny tak rozsáhlá, rozhodli jsme se, že v následující analýze zápasů budeme sledovat ty lexikální prostředky, které jsou pro sportovní žurnalistiku nejvýznamnější. Proto zde nejsou zaznamenávány slova nepříznaková popř. neutrální. A stejně tak se práce nezabývá syntaktickou a morfologickou rovinou. Především se jedná o lexikální prostředky, které napomáhají aktualizaci a někdy i automatizaci.

Slovní zásoba češtiny je tvořena všemi lexikálními jednotkami tj. jednovýznamovými i vícevýznamovými slovy a ustálenými spojeními. Mnohovýznamovosti slova nabývají díky metaforám, metonymií, přirovnáním apod. V rámci víceslovných pojmenování pak hovoříme např. o frazeologických obratech, rčeních aj. To vše souvisí s tvorbou slovní zásoby, která bývá obohacována také slovy cizího původu.

Z lexikálního hlediska rozlišujeme spisovnou a nespisovnou slovní zásobu. Neutrální slova (nepříznaková), která se pokládají za spisovné lexémy, mají univerzální využití v textech či mluvených projevech. Vedle nich existují vrstvy slov, které jsou charakterizovány určitými příznaky. Jejich využití je limitováno. Mohou patřit do určité stylové vrstvy a zde se stávají prostředky automatizovanými, nebo mohou být zapojeny v nových souvislostech a stávají se prostředky aktualizovanými. Výrazové prvky s jednotlivými příznaky rozdělují autoři *Příruční mluvnice češtiny následovně*:

1. vrstva slov vymezena **teritoriálně** (dialektismy, regionalismy, obecná čeština)
2. vrstva slov vymezena **sociálně** (profesní mluva, slang, argot)
3. vrstva slov podle **časových příznaků** (archaismy, historismy, neologismy)

4. vrstva slov podle **expresivních příznaků** (kladně či záporně zabarvená slova např. familiární, dětská, eufemismy, hanlivá slova, vulgarismy apod.)
5. vrstva slov vymezena **podle slohových příznaků** (publicismy, termíny apod.)  
(KARLÍK, 2012, s. 93 – 104)

V analýze jsme vyšli z nejčastěji uváděných lexikálních prostředků vyskytujících se v publicistickém stylu, a zvláště pak ve sportovní žurnalistice. Pro publicistický styl jsou typické **publicismy**. Dále pak díky procesu aktualizace a automatizace se často vyskytují **frazeologické obraty**, obrazná pojmenování, k nimž řadíme **přirovnání, metafory, metonymie, synekdochy, personifikaci**. Pod vlivem doby se zvyšuje frekvence **cizích slov** či slov cizího původu. Ačkoli by měl být publicistický styl spisovný popř. neutrální, nevyhýbá se sportovní žurnalistika ani nespisovným výrazům především slovům s příznakem sociálním – **slang** a vedle toho spisovným **termínům**.

Pro vysvětlení jednotlivých lexikálních prostředků jsme využili *Českou stylistiku* od J. Bečky, v některých případech pro upřesnění i *Příruční mluvnici češtiny*. V pravém sloupci jsou vždy uvedeny příklady z florbalu a v levém sloupci příklady z hokeje.

## 4.1 Nepřímé pojmenování

Nepřímé pojmenování znamená užít jinou skutečnost, než slovo běžně tj. ve svém lexikálním významu označuje. Většinou vzniká na základě a) přímého vztahu skutečnosti, která má být pojmenována, k jiné skutečnosti, a to na základě vztahu časového, místního či příčinného – metonymie, anebo na vztahu části a celku – synekdocha, b) na základě podobnosti přímo vyslovené – přirovnání nebo jen naznačené – metafora. (BEČKA, 1992, s. 130)

### 4.1.1 Přirovnání

Pro přirovnání je nejdůležitější podobnost. Podobnost může být ve tvaru, barvě, velikosti, v činnosti aj. Velice často se podobnost týká nějakého konkrétního znaku. Přirovnání může být např. trvale platné anebo třeba jen výjimečně pro některou situaci. Časté bývají tzv. přirovnání



intenzifikační, které se snadno ustalují jako frazeologické obraty. Jejich názornost je spíše symbolická (*mám hlad jako vlk*). Stává se, že některá přirovnání používáme běžně a ani se nepozastavujeme nad tím, zda jim rozumíme např. *zpocený jako myš*. U přirovnání se velice často používá spojovací výraz jako popř. jak. (BEČKA, 1992, 130 – 135)

Ve sledovaných zápasech se nejvíce přirovnání objevovalo v průběhu hokejových zápasů, naopak v zápasech florbalu se mnoho přirovnání nevyskytovalo.

Většinu přirovnání v hokejových zápasech pronesli Robert Záruba a Michal Dusík, kteří jsou těmito výroky u sportovních posluchačů (diváků) známí. Pronesená přirovnání měla ve značné části případů pobavit diváka a vést k získání pozornosti. Mezi originální přirovnání patřila: *klouzal se jako na tobogánu, máme dvojku jako víno*, popř. *počkal si na něho jako rybář na svého kapříka*. Z florbalu to pak byl výrok: *trojice se projížděla jako za doby třicetileté války*. Některá přirovnání začínají působit automatizovaně, což může způsobit, že je posluchač přejde bez pozastavení. K nim patří: např. *pohazovali si puk, jako horkou bramboru* či *rána jako z děla*. Komentátoři nejčastěji čerpají přirovnání z běžného života (*rychlost jako blesk*), z jiných sportovních odvětví (*trefil kotouč v letu jako v baseballu*) nebo z historických souvislostí, knižních či filmových postav (*kouzlil jako Coperfield*).

### **Přirovnání z hokejových zápasů**

- Jágr tam proletěl *jako blesk*
- Svensson tam stál *jako sloup*
- ten puk si tam pohazují *jako horký brambor*
- teď se tam Rachůnek klouzal *jak na tobogánu*
- Německá obrana je *jako lego*
- Švédská obrana fungovala *jako stroj*
- Německá obrana funguje *jako deska*
- Hubáček se tam položil *jako závora*
- byla to rána *jako z děla*
- máme dvojku *jako víno*
- hokejky pak fungovaly *jako páčidlo*
- Endras se teď nechoval *jako korbinián, ale jako krobián*

- počkal si na něho *jako rybář na svého kapříka*

### **Přirovnání z florbalových zápasů**

- znovu se tam tahle trojice projížděla *jako za doby třicetileté války*
- předávali si tam míček *jako horký brambor*

### **4.1.2 Metafory**

Jedná se pojmenování, kdy je užito jednoho slova pro označení jiné věci, která je podobná. Mezi dvěma pojmy (pojmem, jehož označení se bere za pojmenování – obraz metafory a pojmem, který má být takto nepřímou pojmenován – základ metafory) je vnější vztah podobnosti. Podobnost může být různá, nápadná, nenápadná, může se týkat základních znaků pojmů, ale také znaků průvodních či náhodných. Ve většině případů jsou obrazy konkrétní, ovšem základ bývá často abstraktní. Podstatou metafory se tak stává určité zkonkrétnění a zvýšení názornosti. (BEČKA, 1992, s. 142 – 143)

V rámci komentování sportovních přenosů jsou metafory hojně využívaným prostředkem mluvených projevů komentátorů, jelikož mají schopnost zaujmout a pobavit diváky.

Metafory se dají třídit podle toho, co označují: substance, její vlastnosti nebo činnost.

### **Metaforická substantiva**

Metaforických substantiv se ve sportovních zápasech objevovalo několik. Jejich úkolem bylo zaktualizovat běžné výrazy. Komentátoři čerpali: z matematiky (*střela z úhlu, nenašel nikoho na ose*), či českého jazyka a literatury (*Brunner je autor páté branky, Fojta opustil dějiště*) a dalších oborů.

V rámci florbalu a hokeje můžeme sledovat určitou paralelu mezi některými metaforickými substantivy. Např. *přihrávat obloučkem* je metafora založená na podobnosti v tvaru, oblouk je zahnutý, stejně tak má přihrávka tímto způsobem trajektorii oblouku. *Na hraně pravidel* - hrana něco ohraničuje/omezuje, stejně tak i pravidla někde končí.

#### **Příklady z hokeje**

přihrává *obloučkem*, za kterým spěchá

#### **Příklady z florbalu**

takovým *obloučkem* našel Skácela

tohle byla pro Štěpánka lahůdka  
bylo to na hraně pravidel

tohle byla lahůdka pro Kohonena  
bylo to na hraně výkonnosti

### Další metaforická substantiva :

nečekal na jeho kličky  
Plekancova střela z úhlu  
Švédský rychlík  
trefuje horní růžek  
udělal lehkou vlnku do útočné třetiny  
byl tam velký provoz před českou bránou  
jsou zde žluté i bílé ostrůvky  
teď dlouhá pasáž bez přerušení  
Pavelec zastavuje vodopád střel  
Rusové ušetřili pořádnou sekyru  
To bylo střelecké probuzení  
Tohle byla střelecká parketa Červenky  
Tentokrát se mu nepodařilo prokličkovat černým lesem (Němci měli černé dresy)  
ten z první střílí do šibenice  
Eliáš uhasil gólový apetit  
byla to jediná hráz, která stála Art'uchinovi v cestě

český gólman patří ke světové špičce  
Fojta opustil dějiště utkání  
pomalu je znát rukopis finského trenéra  
zatím to utkání nemá náboj  
Ostránský má střelecký apetit  
to je dlouhodobý vládce reprezentace  
nenašel nikoho na ose  
Brunner autor páté branky  
oba obránci byli na hrotu  
Ritichova svatyně byla uchráněna

Většina metaforických substantiv, která byla zaznamenána v hokejových zápasech lze využít v hokeji, ale i ve florbalu. Tento fakt je dán tím, že situace, které se v hokeji a florbale odehrávají, jsou dost podobné. Obránci mohou *hrát na hrotu* – označení vysunutých hráčů. Hráči mohou *seslat vodopád střel na brankáře* – vodopád je místo, kde padá voda. Hráči střílejí na brankáře několik střel za sebou. Míček či puk může *trefit horní růžek* – branková konstrukce je tvořena dvěma tyči, spojenými v pravý úhel. Podobně vypadá i roh místnosti. *Střílí do šibenice* – tvar horní tyče a postranní tyče připomíná šibenici.

## Metaforická verba

Vedle metaforických substantiv byla v zápasech často zaznamenána i metaforická verba. Z níže uvedených příkladů je vidět, že metaforická verba jsou hojně zastoupeným lexikálním prostředkem, který mají sportovní komentátoři ve velké oblibě. Používají je, jak komentátoři hokejových zápasů, tak komentátoři florbalu. Např. *Průcha drží pásmo, Jágr pálí vedle, Rachůnek pokrýl prostor. Z florbalu např. Finové unikají do vedení, Ostřanský nasbíral 7 bodů.*

Opět jsme zaznamenali, že některé stejné verbální metafory se vyskytovaly v obou zápasech. Viz níže.

*najíždí* proti Pavelcovi

Rachůnek *pokrýl* prostor

Průcha *odevzдал* kotouč

Puk *lízl* jeho rameno

Marek *přečetl* hru

Tokoš *rozjíždí* první útočnou akci

Finové *stačili pokrýt* české hráče

Brus teď *odevzдал* míček Finům

Jindřešák možná ještě *lízнул* balónek

Hagberg *si přečetl* si českou hru

Některá metaforická verba působí na začátku jako aktualizované výrazy, ovšem postupně, když je komentátor užívá v průběhu zápasu víckrát za sebou, přestávají tuto funkci plnit. *Najíždí, pokrýl, odevzдал, přečet* či *lízнул*, tato slovesa se vyskytovala při sledování utkání velice často. Proto se jejich původní význam oživit komentování zápasu vytratil a dříve se stávají automatizovanými výrazy.

V rámci sledovaných zápasů lze říci, že např. *Jágr propašoval kotouč, Skácel přibil míček pod horní tyč, Tokoš dokázal zkrotit míček*, si zachovaly svůj původní záměr komentátora, kterým je pobavit diváky a aktualizovat svůj mluvní projev. Málokdo si dokáže představit, jak hráč *přibíjí míček pod horní tyč, vyháčkovává kotouč hokejkou* či *zkrocuje míček*. Ovšem při propojení mluveného slova s obrazem si to tato spojení lépe představíme.

Nejčastějšími metaforickými verby byla slovesa týkající se **činnosti, kterou hráč s pukem či míčkem provádí**.

Jágr dokázal *propašovat* kotouč

Skácel *přibil* míček pod horní tyčku

Hubáček tam *nasypal* kotouč  
Novotný *vyháčkoval* kotouč z hokejky  
puk se tam *procedil*  
Marek *hrne* kotouč do brankoviště

Tokoš *zkrotil* míček  
Tokoš *vyškrábl* balónek  
Antener *ukořistil* balónek před jeho hokejkou

Nejpočetnější skupinu tvořila metaforická verba, která se týkají **činnosti prováděné samotným hokejistou či florbalistou**. Komentátoři jich využívají především proto, aby nepopisovaly neustále dokola, jak hráč bruslí/běží a jakým způsobem se mu podařilo dát či nedat branku.

Průcha *sprintoval* dopředu  
Jágr *pálí* vedle  
Michálek *prostřelil* Fastha  
statečně *se popere* o postup do finále  
Frolík *zapadl* do této formace skvěle  
Průcha *drží* pásmo  
Červenka *krouží* kolem branky  
mají za úkol *čistit* ten brankový prostor  
před brankou *zaparkovaný* ruský hráč  
Eliáš *uhasil* gólový apetit  
švédskou euforii *zchladil*  
Krüger *míří* na trestnou lavici  
*zametl* těsně před Židlickým  
Eliáš *vykřesal* naději  
Hráči se *sesypali* na rozhodčího  
*dopíchl* tuhle nahrávku  
znovu *nabrousil* hru obou těchto útoků

český tým *nasázel* Švédům čtyři branky  
Skácel *měl prověřit* brankáře  
elegantně *proplul*  
Finové opět *unikají* do vedení  
trest skutečně rozhodčí *vyměří*  
*naordinoval* nový hráčský systém  
Ostřanský *nasbíral* 7 bodů  
*bude chtít navázat* na ten výkon  
*okořenil* reprezentační kariéru o 2 body  
návštěva *vybičovala* Sladkého k výkonu  
Brus *nastřádá* vteřinky  
rovnoměrně se *podělili* o zátěž  
*osvobodil* český tým od nesnází  
třetí formace *zauzlila* Finy na půlce  
Fridrich *přesazen* do 1. formace  
Ondruška *roste* vedle Kohonena  
*tlačí* útok před sebou  
rozhodčí *lynčují* za sekání Reussera

Ve většině příkladů se ukázalo, že komentátoři, pro něž je komentování na denním pořádku, používají i metaforická spojení, která nejsou tak obvyklá: např. *Eliáš vykřesal naději* – ve smyslu, že český tým vstřelil branku a vyrovnal skóre. *Čistí brankový prostor* – odstraňuje hráče stojící v brankovišti. Pokud něco čistíme, tak něco odstraňujeme. *Eliáš uhasil gólový apetit* – ve smyslu dát branku, na níž se dlouho čekalo. *Nabrousil hru obou těchto útoků* – hra byla rychlejší, zajímavější, útočnější. Pokud nabrousíme nůž, jde s ním lépe krájet, vše je rychlejší apod. Těmito spojeními dochází k aktualizaci sportovní žurnalistiky. Naopak ve florbalových utkáních, která spolukomentovali bývalí hráči, jsme zaznamenali, že jejich projev je v užívání metaforických verb omezenější.

### Metaforická adjektiva

Méně početnou skupinu tvoří metaforická adjektiva, kdy bylo zaznamenáno pouze jedno stejné spojení: to byla ostrá rána, v hokeji a ve florbalu: první ostrý zákrok. Ostrý je zde přeneseno z *ostrí nože*.

Další příklady metaforických adjektiv se dají použít při komentování hokeje i florbalu. Jedinou výjimku tvoří spojení muži v pruhaném. Jedná se o označení rozhodčích, kteří do utkání nastupují v černo-bílo pruhaných dresech. Florbaloví rozhodčí mívají např. červený dres. Nikoli však černo-bílý, který je typický pro hokej. Častěji se můžeme setkat s označením rozhodčího jako tzv. „černého“. Ve spojení především s vulgarismy. Černý se vžil z dřívější doby, kdy fotbaloví rozhodčí nosili černé dresy. Tohoto označení se užívá i u jiných sportů. Ačkoli již rozhodčí nemusí černé dresy nosit, používá se tohle označení dál.

nedá se čekat divoký úvod

muži v pruhaném

počkat si na tu chvíli, kdy budou Švédové ospalí

nešťastný gól

střídají čerství spoluhráči

tato formace je skutečně zakletá

střela přišpendlená pod horní tyč

to je pro nás smrtelná kombinace

utkání zůstává otevřené

balónek dostal do brány buldočím tahem

gól do odkryté branky

vždycky ta famózní přihrávka nevyjde

dostali jsme hloupou branka

Pomocí adjektivních metafor můžeme vyjadřovat **aktuální stav** či **výkon hráčů** např. *ospalí Švédové*, nebo také herní situaci např. *famózní přihrávka* či popisovat zápas obecně např. *utkáni zůstává otevřené*.

Poslední skupinu tvoří **metaforická adverbia**

*Bleskurychle* zaútočil

Přihrával *naslepo*

Červenka se *střelecky* prosadil

*Učebnicově* sehraná akce

*Bleskurychle* se vrátili do obrany

Tokoš přihrával *naslepo*

Metaforických adverbii se ve sledovaných zápasech vyskytovalo velmi málo. Některé metafory můžeme vyjádřit, jak metaforickým adverbium, tak adjektivem např. *bleskurychle zaútočil* X *bleskurychlý útok*, nebo opačně např. *střídají čerství spoluhráči* X *střídající spoluhráči působí čerstvě*. V některých případech je však lepší užít metaforické adverbium nebo metaforické adjektivum. U některých spojení to však nejde např. *muži v pruhovaném*.

Někdy se objevuje i více metafor vedle sebe. Tyto příklady jsme zaznamenali v hokejových utkáních.

marně *hledá cestu* přes švédský *čtyřúhelník*

Nebo se jednalo o rozvitou metaforu, která je vyjádřena rozvitým přísudkem.

Rachůnek tam teď *zametá a čistí prostor*

Pavelec *přečetl hru* a *vytěsnil* nad bránu

Jágr *sprintuje* dopředu a *pálí* vedle

Celkově byly metafory dostatečně využívány komentátory obou sportů. Některá florbalová spojení čerpala z hokeje, ale více bylo metafor rozlišných.

#### 4.1.2.1 Personifikace

Zvláštním typem slovesné metafory je personifikace. Jedná se o přisuzování činností živých bytostí neživým věcem. (BEČKA, 1992, s. 147)

V hokejových zápasech jsme nejčastěji zaznamenali personifikaci, která se týkala pohybu kotouče po hřišti.

kotouč se otřel o tyč

puk poskakoval v brankovišti

puk vytváří zajímavou hru

puk proběhl pod Jágrovou hokejkou

puk proběhl Plekancovi pod nohama

Obdobně velice často podléhá personifikaci slovo hůl (hokejka).

hůl teď podrazila Průchu

hůl poskakovala po obličejí Pavla Bruse

hůl zklamala Židlického

špička přeskočila přes Rolikovu hokejku

#### Další příklady personifikace:

obě tyčky pomohly Pavelcovi

koleno se umoudřilo

střela lízla horní tyč

Výše zmíněné příklady personifikací se vážou ke konkrétním věcem. Vlastnosti živých věcí jsou přenášeny na předměty, které může člověk chytit do rukou. Vedle toho však existuje i personifikace, kdy personifikujeme abstraktní věci. Zárok, přihrávku, gól či výsledek nelze uchopit, ale díky personifikaci dochází k „oživení“ této věci a máme pocit vytvoření konkrétní podoby.

tento výborný výsledek se zrodil  
přihrávka přeskočila Červenkovu hokejku

góly naskakují v takovém počtu



*zákrok půjde* do výstavky Pavelce  
*pokyny přichází* od trenérů neustále  
*gól přináší* naději pro český tým  
*přihrávka našla* Průchu

Ve sledovaných zápasech se opět potvrdilo, že personifikaci více používají komentátoři hokejových utkání.

### 4.1.3 Metonymie

Jedná se o nepřímé pojmenování věci oklikou přes slovní označení věci, která je s ní v přímém vztahu, a to: v místním (*celé město se seběhlo*), časovém (*středověk neznal tyto vymoženosti*), příčinném (*čtete Jirásku*). (BEČKA, 1992, s. 136)

Častým důvodem užití metonymie je snaha zestručnit výraz. Metonymie je v tomto ohledu velice spolehlivá a především pohodlná. Využívá se jí hojně v mluvené řeči, nejčastěji se jedná o slangy. Obdobně proniká do projevů psaných, především v publicistickém stylu.

Metonymie mohou být vyjádřeny substantivem: např. *tisk bude psát, Česko bude hrát*. Dále pak adjektivem smrtelná rána popř. slovesem, které v zápasech nebylo zaznamenáno.

Nejčastějším typem metonymie, kterou komentátoři používali v průběhu zápasů, byla metonymie, kterou komentátoři označovali týmy **názvy států**, z nichž hráči pocházejí.

*Česko* vede 2:1

*Německo* si koleduje o branku

*Česko* dnes žije hokejem

*Německo* bude hrát přesilovou hru

*Češi* si drží svoji neporazitelnost

*Švédsko* vede nad Českem 15:4

*Švédsko* na tomto turnaji válí

*Finsko* poráží český tým i v nájezdech

*Švédsko* se raduje z postupu

Kromě států se vyskytly ve florbalových utkáních metonymie týkající se **měst, názvů týmů**.

poté si ho vytáhlo *ostravské FBC*

celá pětice prošla *Vítkovicemi*

tam jsou sami *vítkovičtí*

Jelikož český tým získal na mistrovství světa v hokeji v roce 2010 zlaté medaile a na mistrovství v roce 2011 se jim ve skupině také dařilo, používali komentátoři metonymická spojení, která se týkala **materiálu**, z něhož jsou medaile vyrobeny.

loňské *zlato* už neobhájíme

budeme bojovat o *bronz*

Hadamczikovi chlapci chtějí být opět *zlatí*

Známé bývají i kontextové metonymie nejčastěji z oblasti umění např. *číst Nerudu*, hrát Smetanu aj. Ve sportovním odvětví se často metonymie týká **sportovců z jiných disciplín**.

Příklad z hokeje:

- na druhé straně udělal Voráček *Sakalu*
  - Sakala byl skokanem na lyžích a Voráček zaklekl do pozice, kterou skokani na lyžích dělají při doskoku (tzv. telemark)
- zkusil to stylem *Záhrobská*
  - Šárka Záhrobská je lyžařka alpského lyžování v disciplíně slalom. Hokejista se snažil o slalom s pukem mezi hráči

Příklad z florbalu:

- teď předvedl Tokoš *Messiho*
  - Messi je argentinský fotbalista, který je jedním z nejlepších útočníků a vyznačuje se častými samostatnými průniky do obrany. Florbalista se pokusil o samostatný nájezd k brance

### Další příklady metonymií:

celá tribuna teď fandí  
je z toho další gól do ruské branky  
tisk si smlsne  
za hrubost půjde ven  
hraje divadlo na rozhodčí

mláďí má na tomto turnaji přednos  
Tiitu je dnes nejlepším Finem  
Kafka je kapacita  
to byla smrtná rána

#### 4.1.3.1 Synekdocha

Synekdocha je specifický druh metonymie, založena na souvislosti části a celku. Při označení rozlišujeme dvě formy synekdochy:

1. celek je označen jen některou svou částí (pars pro toto),
2. část je označena slovem pro celek (totum pro parte). (BEČKA, 1992, s. 140)

Záměna celku za část bývá obvyklejší než části za celek. V zápasech byla zaznamenána pouze synekdocha, kdy se zaměňuje část za celek.

V tomto případě se jednalo o záměnu tvořenou lidskou částí těla.

Pavelcovo oko dobře vidělo tu střelu

Ondruška má výborné oko na tyto situace

Synekdochou se dá vyjádřit i zápor. Užíváním synekdochy dochází k zesílení záporu.

před brankou nebyla ani noha

ani prstem nehnul pro reprezentaci

Další synekdochy:

na zádech mu visí Ovečkin

bylo tam hodně českých dresů

čísla hovoří jasnou řečí

Synekdoch se vyskytovalo ve sledovaných zápasech málo.

### 4.1.3.2 Hyperbola

Jedná se o obrazné pojmenování, kdy obrazný charakter spočívá v tom, že namísto ní lze vždy použít slovo či slovní spojení bez nadsázky.

V přímých přenosech měla hyperbola nejčastěji zvýšit dynamiku a expresivnost výrazu. Nejčastěji byla zachycena hyperbola, která měla adjektivní podobu a kterou se komentátoři snažili vyjádřit kladnou hodnotu.

tahle přihrávka byla famózní

Eliášova nádherná přihrávka

to byl fantastický zákrok Ondry Pavelce

výtečný zákrok Pavelce

Plekanec výborně na Židlického

skvělý přesun Rachůnka

trvalo to celou věčnost, než jsme vstřelili gól

odoláváme drtivému nátlaku švédské přesilovky

Češi jsou na tomto turnaji naprostou jedničkou

předvádí na mistrovství kouzelnické kousky

na mistrovství odvedl obrovský kus práce

tohle byla vynikající střela

opět fantastická střela Skácela

výborná nahrávka

dokázal mu to perfektně vrátit za obranu

úžasná finta

předvádí na turnaji famózní výkon

na Finy má obrovskou pífkou

vzhledem k florbalu je to až neuvěřitelné

Malé zastoupení měly hyperboly s negativním významem:

Arťuchin si potřásl pouze suchým podáním ruky bylo to fatální selhání

U obou sportů je nejčastěji používaná adjektivní hyperbola. Famózní, perfektní, úžasný. U hokeje i hyperboly jiného typu.

## 4.2 Frazeologismy

Frazeologismy chápeme jako ustálená spojení slov tzv. frazeologické obraty. Vznikají ustálením pojmenování. Ve frazeologických obratech se slova vážou sémanticky na sebe. Významová samostatnost slov je v nich značně oslabena popř. zrušena. V mnoha případech je to i tak, že jedno slovo (základní) udržuje svůj vztah k označovanému jevu a jen u slov (průvodních) se význam ztrácí či oslabuje např. pustě lhát. Slovo lhát si svůj význam drží a pustě jej ztrácí, ale zesiluje význam slovesa lhát. (BEČKA, 1992, s. 78)

Frazeologismy vznikají proto, že když lidé potřebují pojmenovat nějakou skutečnost, nemusí jí obsáhle popisovat, ale stačí užít frazeologismu a ihned každý ví, co skutečnost znamená.

Rozlišujeme frazémy větné a nevětné. Nevětné frazémy se zapojují do vět a až v konkrétním kontextu jsou v nich gramaticky formovány. Větné frazémy mají podobu věty ať už slovesné či neslovesné. Řadíme k nim rčení, pořekadla, pranostiky, přísloví. (KARLÍK, 2012, s. 71 – 72)

Ve sledovaných zápasech byly především zaznamenány frazémy nevětné. Z frazeologických obrátů převládalo **spojení substantiva s adjektivem**, které mělo intenzifikační funkci.

Češi si nechávají otevřená zadní vrátka  
za tu černou práci, co tu odvádí  
naše obrana dělá laciné chyby  
tygřím skokem se dostal k pravé tyči  
český tým se musí pokusit o malý zázrak  
tohle byla osudová chyba Němců  
to je sladká tečka za letošním mistrovstvím  
publikum ocenilo hráče bouřlivým potleskem  
Němci dávají hře volný průběh

Finsko patří ke světové špičce florbalu  
to jsme nečekali ani v nejčernějších snech  
švédové podávají stoprocentní výkon  
publikum je opařené čajem  
teď je to stav nejvyšší nouze  
tohle bylo zbrklé řešení

V hokejových zápasech jsme zaznamenali i obměnu velice známých frazeologických spojení. Jakmile komentátor obměnil zuby za brusle, vzniká vtipné spojení. Ovšem i spojení plné brusle je v rámci sportovní žurnalistiky již ustáleným frazeologismem.

Jágr toho má už plné brusle (zuby)  
to je nepříjemná sprcha pro náš tým

Kafka toho má plné zuby  
tohle byla švédská ledová sprcha

#### **Další frazeologické výrazy:**

ať Rusové vidí zač je toho loket

Průcha pálí o sto šest

tak a karty jsou rozdány

věřme, že bude mít Hadamczik šťastnou ruku

sklízí plody své dlouhodobé práce

musíme dostat Švédy zpátky na zemi

Berglunn musí jít z kola ven

Ovečkin se necítí ve svojí kůži

český tým je zpátky na koni

\_tohle si tým za rámeček určitě nedá

pořád žijí v naději na postup

Sportovní komentátoři často používají hodnotící přídavná jména či příslovce, které se pak stávají součástí ustáleného spojení. Díky tomu vzniká skupina tzv. sportovních frazeologismů. Jedná se o frazeologismy typické pro sportovní žurnalistiku, a především pak pro její mluvenou podobu. Následující výrazy jsou značně ustálená spojení a většina komentářů se bez nich neobejde.

jdeme dopředu, jeden na jednoho

stačilo by dát kontaktní gól

Červenka proměňuje tuhle šanci

Ten je talent od přírody

Švédové nám zmařili šanci na postup

Česko patří ke světové špičce

to byl zákrok na hraně pravidel

Ted' jeden na jednoho

Hagberg hraje svůj životní zápas

Průcha má přečtenou hru  
úvodní vhazování

Pro tyto příklady sportovních frazeologických obrátů je společným znakem fakt, že se jako frazeologismy používají i v jiných sportech. Komentátoři hokejových zápasů opět užívali frazeologická spojení ve větší míře.

### 4.3 Výrazy spjaté s dobou

Ve slovní zásobě publicistiky se nachází řada slov, která se snaží odrazit dobu. Jedná se nejčastěji o jednoslovná či víceslovná pojmenování popř. o ustálená spojení, která se užívají v ekonomice, politice kultuře aj. V uvedených oblastech jsou součástí terminologie. V rámci publicistického stylu se pak často tato slova používají i s obměněným významem. Do výrazů spjatých s dobou řadíme **publicismy** a **klišé**.

#### 4.3.1 Publicismy

Publicismy jsou stylově příznačné prostředky publicistického stylu, které se vyskytují v mluvených i psaných projevech. Dobově se jeví tyto prostředky jako ustálené a pevné, ale s vývojem doby jsou proměnlivé. Jedná se o samostatná slova nebo slovní spojení. (ČECHOVÁ, 2003, s. 140)

Mezi dobovými publicismy se mohou uplatňovat i výrazy z odborné sféry, kdy je komentátoři, novináři užívají ve zcela nových souvislostech např. sportovní filozofie.

*inkasovali* jsme další gól  
je z toho *dvoubrankové manko*  
jeho *procentuální úspěšnost* činí  
*balance* mezi oběma týmy je vrovnaná  
zápasové *manko* už mu nevadí

poprvé *inkasuje* i Kafka  
*připisuje si další gól na své konto*  
rychlou hru už *nezúročí*

### Další příklady publicismů:

Červenka otevřel skóre

to byla tečovaná střela

potvrzujeme roli favorita

hrajeme přesilovou hru

Průcha sprintoval dopředu

Jágr obrací vývoj zápasu

Marek si vytvořil prostor

na tomto turnaji skóroval pouze dvakrát

otočit zápas se našim už nepovede

podle interní dohody mělo následovat

Trnavského nabídka neoslovila

### 4.3.2 Kliše

Jako kliše označujeme výrazy otřelé, jejichž původní osobitá aktualizační hodnota se vytratila. Kliše bývá záporně hodnoceno jako slohová závada. V publicistice se na ně pohlíží méně přísným způsobem. Nejčastěji bývají kliše známy jako metafory, které ztratily svoji aktualizační hodnotu. U žurnalistických kliše oceňujeme především jejich vhodnost zařazení do nějakého kontextu. (BEČKA, 1992, s. 89 – 90)

Na tomto místě je potřeba říct, že chápání kliše je hodně individuální, někdy k nim můžeme i zařadit výrazy publicistické, které jsou automatizovány.

Jako kliše jsme zaznamenali tato slova:

je to klíčový hráč dnešního utkání

Jágr v roli útočníka vyniká skvěle

nedali jsme Němcům žádnou šanci

dnes to bylo o tom šťěstíčku



## 4.4 Slova cizího původu

Následující podkapitolu jsme sestavili podle Karlíka (2012), jelikož jeho členění cizích slov je přehlednější.

Lexikální zásoba je obohacována o nové prvky nejen z domácího prostředí, ale také z cizích jazyků. Přejímání slov cizího původu je podmíněno politickými, ekonomickými či kulturními kontakty mezi jazykovými společenstvími. Přejatá slova mohou přinášet buď nové skutečnosti anebo mohou mít funkci synonym.

Podle způsobu a míry přizpůsobení dělíme přejatá slova do následujících skupin:

- a) **lexikální jednotky citátové** – slova a slovní spojení, která si zachovávají původní pravopis, většinou i výslovnost a nepřejímají české koncovky (fair play),
- b) **lexikální jednotky částečně přizpůsobené** – slova, která jsou stále považována jako cizí, po stránce formální – zejména pravopisné (marketink, ale i marketing),
- c) **lexikální jednotky zcela zdomácnělé** – jedná se o slova či slovní spojení, u nichž došlo k vytracení povědomí o jejich cizím původu (vzduch, košile). (KARLÍK, 1992, s. 100)

Slovní zásoba českého jazyka je v současnosti plná cizích slov. Co se týká sportovní publicistiky, nejčastěji tato slova pochází z anglického jazyka. V průběhu sledování zápasů jsme měli možnost slyšet i slova původu francouzského (matineé) či slova latinského původu (offensive). Ve většině případů jsou výrazy divákovi známé a ani nad nimi nemusí přemýšlet.

Cizí slova v zápasech jsme rozdělili na ty, které jsou částečně přizpůsobené a nepřizpůsobené, poslední skupinu jsme vynechali z důvodu, že se jen těžko identifikovaly.

**Příklady cizích slov z hokejových zápasů, které se částečně přizpůsobily:**

Tato slova si sice ponechávají grafickou podobu z angličtiny, ale při skloňování jsou jim přiřazovány české koncovky.

- dostali se do pozice outsiderů (z angl.) – člověk, který nezapadá
  - -ů
- posouvá ragbyovým způsobem (z ang. rugby)
  - -ovým

- on byl draftován do Toronta (z angl. draft ) – návrh, byl mu dán návrh jít hrát do Toronta
  - -ován
- Červenkův hattrick (z angl.) – tři branky v utkání vstřelené jedním hráčem
  - i v tomto případě dochází často k přidávání koncovky, i když většinou se slovo vyskytuje v anglické podobě

V těchto příkladech došlo i ke **změně grafické podoby**:

- dnes je to velké bratislavské matiné (z fr. matinée) – zábavní odpoledne
- Marek to zkusil bezhendem (z angl. backhand) – uder hokejkou
- to byl tvrdý faul na Jágra (z angl. foul ) – ve sportu nedovolený zákrok
- to byl skvělý pas (z angl. pass) – přihrávka
- někdy máme beky obránce laděné až příliš ofenzívně (z angl. back – vzadu) obránce, (z lat. offensiva) – útok
- utkání, které není lehké ani pro jednoho z gólmanů (z angl. goal – gól, man – muž)
- ten by to měl na forhend (z ang. forehand) – úder hokejkou
- je z toho ofsajd (z ang. offside) – postavení mimo hru
- Pavelec proslajdoval za hráče (z angl. Slide – klouzat)
- Německá defenziva je již rozestavena (z lat. defensiva) – obrana
- nebyl to lehký gól (z ang. goal) – vstřelená branka
- to byla basebalová ulívka ( z angl. baseball)
- nasadil mu jeden krosček, druhý krosček (z angl. crosscheck) – nedovolený zákrok, kdy hráč strčí holí do protihráče nad oblast ramen

Příklady cizích slov z **hokejových zápasů**, které si **ponechávají svůj původní pravopis a nepřebírají ani koncovky**:

- v zápasech play-off bývá zvykem (z angl.) – rozhodující utkání
- nezbyvá než zkusit powerplay (z angl.) – odvolání brankáře, nahrazen hráčem na hřišti

Příklady cizích slov ve **florbalových zápasech**, které se **částečně přizpůsobily**:

- šli jsme do toho z pozice outsidera (z angl. outsider) – nezapadající člověk
  - outsider je sice slovo, které se píše stejně jako v angličtině a také se tak vyslovuje, ovšem při skloňování je vidět koncovka –a, proto řadíme do této skupiny
- snažil se vysokým lobem (z angl.) – vysoký oblouček
  - opět se tohle slovo stejně píše, avšak díky změně koncovky se stává slovem, které se částečně přizpůsobilo
- Skácel ve svém debutu (z fr.) – poprvé vystoupit
  - koncovka –u

U těchto slov se může zdát, že si ponechávají svoji grafickou podobu a nepřijímají české koncovky, ovšem i zde často říkáme v hatricku.

- Hagberg dává hatrick (z angl.) - tři branky v utkání vstřelené jedním hráčem
- nebude to hráč, který bude předvádět freestyle (z angl.) – volný styl

Níže zmíněné příklady se již oproti výše zmiňovaným příkladům **změnily i ve své grafické podobě**.

- byla to nahrávka do bekhendu (z angl. backhand)
- sudí píská faul (z angl. foul) – ve sportu nedovolený zákrok
- teď dobře zastavil pas na Fridricha (z ang. pass) – přihrávka
- Vítkovice produkují hodně ofenzivní styl (z lat. offensiva) – útok
- stačilo prohodit českého gólmána (z angl. goal – gól, man - muž) – brankář
- šance vysunout ten presink (z angl. press) – tlak
- naskočil v pozici centra (z angl. centre) – střed – označení pro hráče ve středu

Ve sledovaných zápasech se většinou vyskytovala cizí slova, která se přizpůsobila pouze částečně. V hokejových zápasech byly zaznamenány i citátová slova, ale mnoho jich nebylo.

## 4.5 Slangová slova

O hokejovém a florbalovém slangu byla zmínka již v kapitole 3.2.2. Některé ze slangových výrazů, uvedených v teoretické části, jsme měli možnost zaslechnout v průběhu zápasů. Slangové výrazy mají v přímých přenosech především význam aktualizace mluvené podoby řeči. V psané žurnalistice pak samozřejmě i zestručňují. Hokej i florbal používá většinu slangových výrazů stejných. Díky vzájemné podobnosti hry mohl florbalový slang čerpat z hokeje: např. *oba hráči mohou na buly*, *rychlý brejk*, *forčekovat na soupeřově polovině* aj. Vedle toho jsme však zaznamenali i slangové výrazy, které jsou typické pro jiná sportovní odvětví např. *dorážka* – jedná se o doražení puku či míčku. Tento výraz se objevuje i ve fotbalovém slangu. Podobně je to s označením brankářů. Označení *jednička a dvojka*. *Jednička* je brankář, který je zapsaný v zápise o utkání jako hlavní, tedy ten, který nastoupí do utkání na začátku a *dvojka* je náhradník. Paralelu opět vidíme ve stejném označení brankářů ve fotbale, házené a dalších sportech.

U některých výrazů se jedná o přenesení na základě podobnosti např. *koncovka* – od konce, *přesilovka* – mít přesilu, *jednička* – jako být výborný (z prostředí školy). Tyto výrazy by se podařilo odhalit i úplnému amatérovi sportu. Vycházíme buď z podoby, co ta věc dělá, jaká je (*lopata*) nebo z podoby slovní (*koncovka*), popř. obě naráz (*betony* – chrániče na nohy – většinou se od nich odráží puk – odvozeno od betonu – beton je tvrdý). Naopak některé výrazy by se těžko odvozovaly. Například slovo *brejk*, *blafák*, *buly* atd.

### Příklady z hokejového slangu

- to jsou ti *čároví* – asistenti rozhodčího
- na led nastupuje druhá *formace* – pětice hráčů právě hrající na ledě
- nahazoval je tan *na slepici* – přihrávka naslepo
- Fasth pravým *betonem* zasáhl střelu – brankářské chrániče
- oba hráči mohou na *buly* – vhadování
- pochvalme čtvrtou naši *lajnu* – útočná trojice
- český tým *forčekuje* – napadat
- někdy máme *beky* laděné až příliš ofenzívně – obránce
- Pavelec vyrazil *lapačkou* před sebe – rukavice hokejového brankáře

- Švédové vyrovnávají v přesilovce – přesilová hra
- to byla střela do teploměru – podpaží
- Židlický to zkusil takovou žabičkou na branku – skákavá střela
- máme zcela nového kanonýra – střelec
- myslím, že ještě uvidíme pár brejků – rychlý protiútok
- nabídl mu střelu na volej – zasažení puku před dopadem na led
- máme skvělou jedničku i dvojku – označení brankářů
- tady vidíme muže, který sice nenosí céčko na drese – kapitán, kapitánská páska

### **Příklady z florbalového slangu**

- teď už na hřišti první formace – pětice hráčů právě hrající na ledě
- Finové atakovali přes lopatu – čepel hokejky
- snažil se o zoro trik – branka vstřelená, když je míček přilepený na holi ve vzduchu
- takovým poloblafákem – klička, kterou dojde k oklamání brankáře
- to byl rychlý brejk – rychlý protiútok
- vypadá to na debakl českého týmu – vysoká prohra
- ještě jeho koncovka – zakončení akce

Ve srovnání s poměrně bohatým slovníkem hokejového a florbalového slangu, který jsme měli možnost sepsat v kapitole 3.2.2, jsme zaznamenali poměrně malé množství výrazů, což je způsobeno tím, že slangů využívají především sami hráči v průběhu tréninku či zápasu. Hlavním úkolem komentátora je zaujmout diváka, a proto volí slangové výrazy především pro oživení projevu. Řada slangových výrazů z hokeje je přebírána florbaelem.

## 4.6 Termíny

Termíny řadíme do stylové vrstvy odborné. Termíny se dosahuje jednoznačnosti a přesnosti. (BEČKA, 1992, s. 73)

V rámci jednotlivých sportů se vytvořila i rozsáhlá sportovní terminologie, která užívá termínů specifických pro určité odvětví sportu, anebo se používají termíny typické pro větší množství sportů. Hokejová a florbalová terminologie je podobná stejně jako jejich slang.

Byl to tvrdý zákrok holí

hokejka poskakovala o obličej

Následuje trestné střelení

trestné střelení pro Švédy

Jeden z hráčů byl v útočném pásmu

ten problém nastal v útočném pásmu

Před brankovištěm je plno

míčků zůstává v brankovišti

### Další termíny:

První vhazování před naší brankou

je z toho osobní trest pro Skácela

Rozhodčí píská postavení mimo hru

Hadamczik si bere oddechový čas

využitá přesilová hra

Následuje vhazování na středové čáře

Budou to dvě minuty za hákování

## 4.7 Synonyma

Synonyma jsou slova různého původu, ale zhruba stejného významu. Synonyma vznikají např. tam, kde je potřeba odlišit expresivní posun významu. Díky synonymitě vznikají synonymní řady, které mají za úkol zpestřit výraz. (BEČKA, 1992, s. 62 – 64)

V rámci sportovní žurnalistiky jsou synonymní řady celkem běžnou věcí. Často se synonyma vyskytují v metaforách, metonymiích, týkají se i cizích slov a jejich českých ekvivalentů.

**Zápas:** dnešnímu utkání přihlíží  
jedná se o souboj favorita mistrovství  
začala bitva o bronz

tohle utkání se zdá být  
bude to bitva dvou rivalů

**Střela:** byla to rána od modré čáry  
tuhle bombu nikdo nečekal

rána jako z děla

**Šance:** to byla tutovka pro Plekance  
takovou příležitost už mít nebudeme  
další možnost skórovat

opět příležitost pro Finy

**Vstřelit gól:** Jágr dává druhou branku  
Červenka otvírá skóre dnešního zápasu  
zavěšuje pod horní tyč  
Průcha propálil německého brankáře

přibít míček pod horní tyč  
Tokoš dává první branku  
nasázel Čechům 4 branky

**Přihrávka:** tohle byla nahrávka na Červenku  
Jágr jenom přitůknul Eliášovi  
narážička od Průchy  
Voráček obloučkem na Plekance

nahrávka na Skácela  
obloučkem předává míček

**Mužstvo:** český tým dnes nastupuje  
naše družstvo je nachystané

Švédsko má silný tým  
měl možnost sestavit silný kádr

**Další synonyma:**

hůl – hokejka  
brankář – gólman  
rozhodčí – muž v pruhovaném, sudí čárovi  
diváci – fanoušci  
hřiště – led, hrací plocha  
hrazení – mantinel

hůl – hokejka  
brankář – gólman  
rozhodčí – sudí  
diváci – fanoušci  
hřiště – hrací plocha  
branka - svatyně

ofsajd – postavení mimo hru

trestné střelení – nájezd

obránce – bek

V hokejových i florbalových zápasech byla synonyma často využívána.



## ZÁVĚR

Tato diplomová práce se zabývala nejen jazykem sportovní žurnalistiky, ale snažili jsme se podat širší okolnosti. Zjištěné informace jsme pak zpracovali především v teoretické části.

Sportovní žurnalistika a její jazyk je neodmyslitelnou součástí žurnalistického stylu, proto bychom očekávali, že se touto tematikou zabývala už spousta autorů a že materiály pro zpracování jsou jednoduše dostupné. Ovšem ihned během zpracovávání teoretické části jsme zjistili, že literatury týkající se sportovní žurnalistiky mnoho není. Zvláště pak o její mluvené podobě. Proto jsme použili především literaturu týkající se žurnalistiky obecně. Vedle toho nejrůznější studie a články od známých českých jazykovědců.

V této diplomové práci jsme chtěli poukázat na jazykové zvláštnosti přímých sportovních televizních přenosů. Podařilo se nám zjistit, že mluvený projev komentátorů neobsahuje pouze neutrální slovní zásobu, ale především je tvořen slovy s určitými příznaky, jako jsou: publicismy, slangové výrazy a další. Dále také, že mluvní projev komentátora nemusí být za každou cenu spisovný, i když se určitá míra spisovnosti vyžaduje. Nespisovné výrazy byly používány především pro oživení komentáře a dá se říci, že divákovi nevadí.

Veškeré jazykové prostředky mají ve sportovní žurnalistice své zásadní postavení. Jejich důležitost spočívá v tom, že díky nim můžeme ve sportovní žurnalistice sledovat určitou míru automatizace a aktualizace. Mezi jazykové prostředky, které utváří přímé sportovní přenosy zajímavějšími a stávají se tak specifickými lexikálními prostředky patří: obrazná pojmenování, slova cizího původu, slangová slova, termíny, frazeologismy, publicismy.

Cílem bylo také zjistit, jak se vzájemně ovlivňuje jazyk hokejových a florbalových komentářů. Ukázalo se, že některé jazykové prostředky nejsou komentátory florbalu, tak často využívány. Např. přirovnání a frazeologické obraty používali florbaloví komentátoři velice spíše. Naopak oblast metafor a metonymií se hojně využívá ve florbalu i v hokeji. Ve většině případů se jimi snažili komentátoři aktualizovat svůj mluvní projev. Dále jsme zaznamenali, že určité metafory či metonymie se dají použít jak v hokeji, tak ve florbalu. Sportovní terminologie florbalu je za dobu svého působení v České republice dostatečně zakotvena. Je vidět, že vychází z terminologie hokeje, jelikož i způsob hry je podobný. Vzniklá slangová slova jsou do značné části přebírána také z hokeje. To se potvrdilo nejen při konzultaci s amatérskými hráči, ale také při sledování zápasů. V terminologii a slangových výrazech se projevuje vliv slov cizího původu, především pak angličtiny. V komentářích byly použity nejen publicismy z jiných oblastí, a to

především z ekonomiky, ale také nyní již typické publicismy ze sportovní oblasti. Zaznamenané publicismy se většinou dají užít i v jiných sportovních odvětvích. Začíná se projevovat jejich zakotvení do jazykového systému žurnalistického stylu.

Frekvence užívání lexikálních prostředků může vyplývat především z toho, že hokej je mnohem starší sport. Komentování hokejových zápasů je na našich obrazovkách již delší dobu, ale také se objevuje častěji. Florbalovým zápasům není věnován větší prostor pro vysílání, jelikož stále tento sport nemá velkou diváckou základnu, jako je tomu u hokeje. Komentátoři florbalu pak nemají v televizi takové uplatnění jako hokejoví komentátoři.

Florbalové komentáře působí o něco více formálně než komentáře z hokeje. To je ale do značné míry dáno vlastnostmi komentátora. V případě sledování hokeje měl člověk možnost se i pobavit.

## SEZNAM LITERATURY A PRAMENŮ

1. BARTOŠEK, J. *Základy žurnalistiky*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002. 109 s. ISBN 80-73118-059-6.
2. BARTOŠEK, J. Jazyk žurnalistiky. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997. s. 42 – 67. ISBN 80-200-0617-6.
3. BARTOŠEK, J. Žurnalistika jako centrum prolínání funkčních stylů. In: *Termina 2000: sborník příspěvků z II. konference 1996 a III. konference 2000*. Praha: Galén, 2001. s. 251 – 256. ISBN 80-7262-105-X.
4. BEČKA, J. *Slovník českých synonym a frazeologismů*. 1. vyd. Praha: Novinář, 1977. 431 s. bez ISBN.
5. BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principál, 2003. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.
6. ČECHOVÁ, M. a kol. *Současná česká stylistika*. 1. vyd. Praha: ISV, 2003. 342 s. ISBN 80-86642-003.
7. ČMEJRKOVÁ, S. a kol. *Čeština jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. 259 s. ISBN 80-200-0589-7.
8. ČMEJRKOVÁ, S. Spisovnost a nespisovnost v současné rozhlasové a televizní publicistice. In: *Spisovnost a nespisovnost dnes*. Brno: Masarykova univerzita, 1996. s. 191 – 194. ISBN 80-210-1304-4.
9. DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. 183 s. ISBN 978-80-7363-131-4.
10. HAVRÁNEK, B. Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura. In: *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha: Melantrich, 1932. s. 52 – 53. bez ISBN.
11. HLADKÝ, M. *Žurnalistika v televizi*. 1. vyd. Praha, 1986. 349 s. bez ISBN.
12. HUBÁČEK, J. *O českých slanzích*. 1. vyd. Ostrava: Profil, 1979. 170 s. bez ISBN.
13. HUBÁČEK, J. *Malý slovník českých slangů*. 1. vyd. Ostrava: Profil, 1988. 189 s. bez ISBN.
14. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

15. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
16. KARLÍK, P. *Příruční mluvnice češtiny*. 4. vyd. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2012. 799 s. ISBN 978-80-7106-624-8.
17. KOPECKÝ, K. *Moderní trendy v e-komunikaci*. 1. vyd. Olomouc: HANEX, 2007. 98 s. ISBN 978-80-85783-78-0.
18. KÖPPLOVÁ, B. a kol. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 461 s. ISBN 80-246-0632-1.
19. KOŠČO, J. *Žurnalistické žánry v televizi*. 1. vyd. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1984. 179 s. bez ISBN.
20. KRAUS, J. *Nový akademický slovník cizích slov A – Ž*. 1. vyd. Praha: Academia, 2005. ISBN 80-200-1351-2.
21. KROBOTOVÁ, M. *Úvod do české stylistiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001. 126 s. ISBN 80-244-0315-3.
22. KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
23. MINAŘÍKOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 289 s. ISBN 978-80-247-2979-4.
24. MLČOCH, M. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. 44 s. ISBN 80-244-0397-8.
25. MLČOCH, M. Metaforická pojmenování v mluvené sportovní žurnalistice. In: *Český jazyk a literatura v evropském kulturním kontextu*. Ratiboř: 2008. s. 177 – 183. ISBN 978-83-60730-15-7.
26. MLČOCH, M. Slangové výrazy a termíny v tradičních a moderních sportovních odvětvích. In: *Slang a argot: sborník přednášek z 8. Konference o slangu a argotu konané v Plzni ve dnech 26.-27. února 2008*. Plzeň: Pedagogická fakulta ZČU, 2008. s. 44 – 48. ISBN 978-80-7043-764-3.
27. MLČOCH, M. Termíny v jazyce současné sportovní žurnalistiky. In: *Termina 2000: sborník příspěvků z II. konference 1996 a III. konference 2000*. Praha: Galén, 2001. s. 308 – 311. ISBN 80-7262-105-X.

28. OSVALDOVÁ, B., HALDA, J. a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1.
29. REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
30. PACAUT, M., KOSÍK, M. *Dějiny sportovních her: pro studenty sportovního managementu*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita, 2009. 161 s. ISBN 978-80-248-2002-6.
31. PLESNÍKOVÁ, M. *Reklama v médiích se zaměřením na internet*. Olomouc, 2010. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Katedra českého jazyka a literatury.
32. SEKOT, A. *Sport a společnost*. Brno: Paido, 2003. 191 s. ISBN 80-7315-047-6.
33. SCHELLMANN, B. a kol. *Média: základní pojmy, návrhy a výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotáles, 2004. 482 s. ISBN 80-86706-06-0.
34. SRPOVÁ, H. *Knížka o reklamě*. 1. vyd. Ostrava: FF OU, 2008. 196 s. ISBN 978-80-7368-533-1.
35. SRPOVÁ, H. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita, 1998. 168 s. ISBN 80-7042-490-7.
36. SUCHÁ, L. *Mluvní projev sportovních komentátorů České televize – Jaromír Bosák, Pavel Čapek*. Olomouc, 2005. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra Žurnalistiky.
37. SVOBODOVÁ, I. Jazyk sportovní publicistiky. In: *Čeština jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. s. 174 – 176. ISBN 80-200-0589-7.
38. SVOBODOVÁ, I. K stylovému využití jazykových prostředků v televizní sportovní reportáži. *Naše řeč*. 1992, roč. 75, č. 2, s. 72 – 77. ISSN 0027-8203.
39. ZIMA, J. Sportovní televizní komentář. *Naše řeč*. 1972, roč. 55, č. 4. ISSN 0027-8203.

### Internetové zdroje:

1. Ppm factum. *Sledovanost sportovních přenosů z olympijských her* [online]. ©2010. [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: [http://www.factum.cz/309\\_sledovanost-sportovnich-prenosu-z-olympijskych-her](http://www.factum.cz/309_sledovanost-sportovnich-prenosu-z-olympijskych-her)
2. Česká televize. *Zápasy o medaile trhaly rekordy ve sledovanosti* [online]. ©1996 – 2012. [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-a-technologie/124170-zapasy-o-medaile-trhaly-rekordy-ve-sledovanosti/>
3. Český svaz ledního hokeje. *Pravidla ledního hokeje* [online]. ©2012. [cit. 2012-05-10]. Dostupné z: <http://www.cslh.cz/text/119-pravidla-ledniho-hokeje.html>
4. Česká florbalová unie. *Pravidla florbalu a jejich výklad* [online]. ©2003 – 2012. [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: [http://www.cfbu.cz/redakcni\\_system/index.php?static=predpisy/pravidla](http://www.cfbu.cz/redakcni_system/index.php?static=predpisy/pravidla)

### **Další prameny:**

Videonahrávky živě vysílaných hokejových zápasů z mistrovství světa v roce 2011 a florbalových zápasů z Euro Floorball Tour v roce 2011.

*Česká republika: Rusko* (15. 5. 2011) – mistrovství světa 2011 – o 3. místo

- komentář: Michal Dusík, David Pospíšil

*Česká republika: Německo* (9. 5. 2011) – mistrovství světa 2011 – základní skupina

- komentář: Michal Dusík, David Pospíšil

*Česká republika: Švédsko* (13. 5. 2011) – mistrovství světa 2011 - semifinále

- komentář: Michal Dusík

*Česká republika: USA* (11. 5. 2011) – mistrovství světa 2011 - čtvrtfinále

- komentář: Robert Záruba, David Pospíšil

*Česká republika: Švédsko* (6. 11. 2011) – Euro Floorball Tour 2011

- komentář: Ondřej Zmazal, Filip Šuman

*Česká republika: Finsko* (4. 11. 2011) – Euro Floorball Tour 2011

- komentář: Ondřej Zamazal, Michal Rohel

*Česká republika: Švýcarsko* (5. 11. 2011) – Euro Floorball Tour 2011

- komentář: Zdeněk Skružný, Martin Kozák

*Švédsko: Finsko* (5. 11. 2011) – Euro Floorball Tour 2011

- komentář: Jana Niklová, Michal Rohel

## ANOTACE/ANNOTATION

<b>Jméno a příjmení:</b>	Bc. Monika Plesníková
<b>Katedra:</b>	Katedra českého jazyka a literatury Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci
<b>Vedoucí práce:</b>	Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D.
<b>Rok obhajoby:</b>	2012

<b>Název práce:</b>	Jazykové prostředky v komentářích tradičních a moderních sportovních odvětvích (se zaměřením na televizní přenosy utkání ledního hokeje a florbalu)
<b>Název v angličtině:</b>	Linguistic means in the commentaries of the traditional and modern sports (focused on television broadcasts of ice-hockey matches and floorball matches)
<b>Anotace práce:</b>	Diplomová práce se zabývá specifickými rysy komentářů hokejových a florbalových přenosů. Zaměřuje se na lexikální prostředky v promluvách komentátorů např. metafory, metonymie, slang aj. Dále také práce zkoumá vztah sportovní žurnalistiky k jednotlivým médiím, především se zaměřením na televizi.
<b>Klíčová slova:</b>	Média, televize, mediální komunikace, sport, lední hokej, florbal, žurnalistika, sportovní žurnalistika, sportovní komentátor, slang, hokejový a florbalový slang, metafora, metonymie, přirovnání, frazeologismy, publicismy atd.
<b>Anotace v angličtině:</b>	This diploma thesis deals with specific features of the comments of hockey and floorball transmissions. It focuses on lexical means in the utterances of commentators such as metaphor, metonymy, slang, etc. Furthermore, the thesis examines the relationship of sports journalism to individual



	media, focusing primarily on television.
<b>Klíčová slova v angličtině:</b>	The media, television, media communications, sport, ice hockey, floorball, journalism, sports journalism, sports commentator, slang, hockey and floorball slang, metaphor, metonymy, idioms, publicisms, etc.
<b>Rozsah práce:</b>	71 stran
<b>Jazyk práce:</b>	český jazyk