

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci**  
**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

**Výskyt aktualizačních lexikálních prostředků  
ve vysílání ČT Sport během Zimní olympiády  
v Pchjongčchangu 2018 v biatlonu a ledním hokeji**

The incidence of updating lexical resources in ČT Sport broadcast during  
the Winter Olympics in Pyeongchang 2018 in biathlon and ice hockey.

*Bakalářská diplomová práce*

**Vojtěch Gawlas**

**Vedoucí práce:** Mgr. Viktor Jílek, Ph.D.

**Olomouc 2019**

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou diplomovou práci vypracoval samostatně s použitím uvedených zdrojů a literatury. Práce obsahuje 123 685 znaků.

V Olomouci dne .....

.....

Na tomto místě bych rád poděkoval Mgr. Viktoru Jílkovi, Ph.D., za vedení práce, cenné rady, připomínky i čas, který mi věnoval. Dále děkuji mé rodině a blízkým za podporu při psaní práce i v průběhu celého studia.

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá výskytem aktualizačních lexikálních prostředků ve vysílání ČT Sport, a to během vysílání během Zimní olympiády v Pchjongčchangu 2018 v biatlonu a ledním hokeji. V teoretické části je na základě kompilace odborné literatury sestavena taxonomie lexikálních prostředků s aktualizačním potenciálem. V praktické části je následně tato taxonomie aplikována při lexikální analýze vybraného vzorku vysílání. Hlavním cílem práce je zjistit četnost výskytu aktualizačních lexikálních prostředků u komentátorů Roberta Záruby a Jiřího Rejmana.

## **Klíčová slova**

aktualizace, aktivizace, lexikální rovina, příznakovost, sport, Česká televize, komentář, lední hokej, biatlon

## **Abstract**

This bachelor thesis deals with the occurrence of update lexical means in the broadcasting of ČT Sport, during broadcasting during the Winter Olympics in Pyeongchang 2018 in biathlon and ice hockey. In the theoretical part, taxonomy of lexical resources with update potential is compiled on the basis of compilation of literature. In the practical part, this taxonomy is then applied in lexical analysis of a selected broadcasting sample. The main aim of this work is to find out the frequency of updating lexical means in the commentators Robert Záruba and Jiří Rejman.

## **Key words**

foregrounding, activation, lexical level, markedness, sport, Czech Television, commentary, ice hockey, biathlon

# Obsah

Úvod .....	1
1 Publicistický styl .....	4
1.1 Dílčí oblast zpravodajská a dílčí oblast publicistická v užším slova smyslu .....	5
1.1.1 Dílčí oblast zpravodajská.....	5
1.1.2 Dílčí oblast publicistická oblast v užším slova smyslu.....	8
2 Jazyk mluvené žurnalistiky .....	9
2.1 Specifické prostředky jazyka sportovní žurnalistiky .....	10
2.1.1 Sportovní terminologie a slang .....	11
3 Přímá televizní sportovní reportáž jako průnik zpravodajství a publicistiky v užším slova smyslu .....	13
3.1 Charakteristika obecné reportáže.....	14
3.2 Charakteristika přímé sportovní televizní (rozhlasové) reportáže.....	15
3.3 Znaky přímé televizní sportovní reportáže .....	15
4 Taxonomie aktualizačních lexikálních prostředků .....	18
4.1 Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka.....	20
4.1.1 Rozdíly územní (geografické) .....	20
4.1.2 Rozdíly sociální .....	22
4.2 Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků.....	23
4.2.1 Lexikální jednotky hovorové .....	24
4.2.2 Lexikální jednotky knižní .....	25
4.2.3 Poetismy.....	25
4.2.4 Publicismy .....	26
4.3 Vrstvy lexikálních jednotek podle časových příznaků .....	27
4.3.1 Zastaralé lexikální jednotky.....	27
4.3.2 Neologismy .....	29
4.4 Vrstva lexikálních jednotek expresivních.....	31

4.4.1	Expresivita inherentní .....	32
4.4.2	Expresivita adherentní .....	33
4.4.3	Expresivita kontextová .....	33
4.4.4	Druhy expresivních příznaků .....	34
4.5	Vrstva lexikálních jednotek cizích.....	34
4.6	Obrazná pojmenování .....	37
4.6.1	Metafora.....	38
4.6.2	Metonymie .....	39
4.6.3	Synekdocha .....	40
4.6.4	Přirovnání.....	41
4.6.5	Hyperbola a hyperbolismus .....	41
4.7	Pojmenování frazeologická a idiomatická.....	42
4.7.1	Pojmenování frazeologická.....	42
4.7.2	Idiomy.....	45
5	Metodika analýzy přímých přenosů biatlonu a ledního hokeje .....	45
6	Tabulky .....	47
	Závěr.....	53
	Seznam zkratk.....	56
	Seznam použité literatury a zdrojů .....	57
	Seznam tabulek.....	62

## Úvod

Stále více se setkáváme s názory, že současná média tvoří zprávy nikoli „o něčem“, ale „pro někoho“.<sup>1</sup> Šimandl tvrdí, že sportovní žurnalistika je (v dobrém i ve špatném smyslu) pověstná kreativitou, neustálým obměňováním výrazů, které se – zejména lidem mimo sport – ještě ani nevžily.<sup>2</sup> Motivací autora k takovému užití aktualizačních prostředků je snaha text oživit, zatraktivnit, a tak upoutat pozornost příjemce, motivovat jej k přečtení/poslechu mediálního obsahu a následně pozornost udržet.<sup>3</sup>

Předkládaná bakalářská práce se zabývá výskytem aktualizačních lexikálních prostředků ve vysílání České televize (dále jen ČT) na programu Sport, během Zimních olympijských her v Pchjončchangu 2018 se zaměřením na komentátory biatlonu a ledního hokeje.

Hlavním cílem práce je za pomoci lexikální analýzy zjistit četnost užívání aktualizačních jazykových v lexikální rovině u komentátorů živých sportovních přenosů na ČT Sport. K naplnění hlavního cíle musíme také splnit několik dílčích cílů – vymezit pomocí kompilace z odborné literatury pojem aktualizace, vytvořit taxonomii aktualizačních lexikálních prostředků a následně tyto prostředky definovat pro správné pochopení a práci s nimi v praktické části bakalářské práce.

Přestože aktualizační prostředky mohou být obsaženy ve všech rovinách jazyka u televizního přenosu<sup>4</sup>, zúžili jsme rozsah práce na pouhou rovinu lexikální, jakožto nejmenší plnovýznamové jednotky, a to i s ohledem na rozsah práce.

Pro lexikální analýzu byly vybrány komentáře Jiřího Rejmana (biatlon) a Roberta Záruby (hokej). V hokeji byla vybrána takové utkání Českého týmu, které byly součástí vyřazovací části turnaje – čtvrtfinále a semifinále. V biatlonu bylo přihlédnuto k zisku medailí, proto byly vybrány závody sprintu mužů a žen, ve kterých autor práce předpokládal méně neutrální přístup komentátora. Pro co největší míru proporcionality vzorku do analýzy autor

---

<sup>1</sup> Schneiderová 2008, s. 6.

<sup>2</sup> Šimandl, Jak se šíří vychytávání I [online]. Z: Naše řeč, ročník 87 (2004), číslo 2, s. 57–75. Naše řeč. [cit. 2018-14-12] Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7768>

<sup>3</sup> Jílek, Bednaříková a kol. 2015, s. 76.

<sup>4</sup> Karlík a kol. 2012, s. 769.



dále zahrnul smíšenou štafetu. Spolukomentující, v ČT Sport nazývaní jako sportovní experti<sup>5</sup>, David Pospíšil a Ivan Masařík nebyli do analýzy zahrnuti.

Pro přehlednost bude práce rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretickém úseku nejdříve charakterizujeme publicistický styl a jeho dílčí stylové oblasti (zpravodajská, publicistická v užším slova smyslu, syžetová – beletrizující). V rámci zpravodajské stylové oblasti, na základě kompilace z odborné literatury, charakterizujeme pro nás zásadní proces aktualizace a automatizace. Dále se budeme věnovat jazyku žurnalistiky, zejména pak tomu sportovnímu. Uvedeme specifické rysy jeho jazyka – sportovní terminologii a slang.

Následně se zaměříme na televizní sportovní komentář v živém vysílání a žánrově jej zařadíme. Komentář živého televizního sportovního vysílání se dle Jílka nejvíce přibližuje (v širším chápání) kompoziční struktuře feature.<sup>6</sup> Záruba uvádí, že živý přenos se stal motivem pro uchopení a popsání sportovních událostí a je multižánrový.<sup>7</sup>

Za pomoci zmíněné kompilace informací získaných rešeršemi z odborné literatury vytvoříme taxonomii lexikálních aktualizacích prostředků a připojíme příklady aktualizacích prostředků použité v analyzovaných vzorcích komentářů s určením sportovní události, v níž se příklad vyskytuje. Pokud při analýze některý typ prostředku neidentifikujeme, příklad převezmeme z odborné literatury a tuto skutečnost uvedeme.

V praktickém úseku bakalářské práce představíme metodiku provedené analýzy. Charakterizujeme výběr vzorku, zdůvodníme jeho výběr a jeho omezení. Uvedeme také, které části komentářů sportů jsme do analýzy zahrnuli, a které byly naopak vyloučeny.

V druhé části praktického úseku provedeme analýzu vzorku, při které aplikujeme vytvořenou taxonomii. Výsledky analýzy zaznamenáme do tabulek, které budou obsahovat údaje o celkovém výskytu jednotlivých aktualizacích prostředků. Pod jednotlivé tabulky provedeme komparaci v rámci obou analyzovaných sportovních komentářů a dílčí shrnutí získaných výsledků.

---

<sup>5</sup> PŘEDNÁŠKA: Mgr. Robert Záruba – Jak se dělá sportovní žurnalistika? In: Youtube [online]. 19.01.2019 [cit. 2019-26-02]. [čas: 01:03:00]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pFSM5Hhs5GQ>. Kanál uživatele Diplomatické fórum.

<sup>6</sup> Jílek 2005, s. 138.

<sup>7</sup> PŘEDNÁŠKA: Mgr. Robert Záruba – Jak se dělá sportovní žurnalistika? In: Youtube [online]. 19.01.2019 [cit. 2019-06-02]. [čas: 00:05:05]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pFSM5Hhs5GQ>. Kanál uživatele Diplomatické fórum.

Závěr práce bude obsahovat celkové shrnutí všech zjištěných dat, jejich možnou interpretaci a celkovou komparaci v rámci obou komentářů. Na tomto základě bude zhodnocen přístup obou komentátorů.

# 1 Publicistický styl

Pro žurnalistiku jako svéráznou veřejnou oblast činnosti se vyvinul specifický objektivní vyjadřovací styl – styl publicistický. Jako jeden z funkčních stylů současné češtiny představuje zobecněné a nadřazené označení pro stylové ztvárnění všech žurnalistických textů (verbálních komunikátů), které vedle své funkce informativní (zpravovací, sdělné, komunikační) plní ještě funkci persvazivní, působící, ovlivňovací.<sup>8,9</sup>

Při nejvyšší míře zobecnění představuje publicistický styl nadřazený pojem pro funkční styl zpravodajský, publicistický v užším slova smyslu a publicistický styl beletristický (syžetový).<sup>10, 11, 12</sup> Vzhledem k tématu naší práce se dále dílčí oblastí beletristickou nezabýváme.

Jedná se o styl, ve kterém dochází k prolínání s ostatními funkčními styly, což se projevu při výběru výrazových prostředků všech rovin jazyka. Čechová a kol. uvádí např. prvky prostěsdělovacího, odborného či uměleckého stylu.<sup>13</sup> Důvody prolínání funkčních stylů jsou dva. Řada textů (textových vzorců) nemá primárně původ v oblasti publicistické, ale jsou buď přímo převzaty (rozhovory, diskuze, odborná recenze a kritika aj.), popřípadě upraveny (publicistický referát, popularizační a komerční recenze, analýza, novinová povídka aj.). Druhým důvodem je pragmatické užití postupů, prostředků se záměrem optimalizovat naplnění sdělného cíle. Identifikovat tak lze v rámci publicistické stylové oblasti prvky stylu hovorového, odborného, popřípadě uměleckého.<sup>14</sup>

---

<sup>8</sup> Čechová a kol. 2008, s. 244.

<sup>9</sup> Jílek je toho názoru, že publicistický styl zahrnuje veškerá sdělení produkovaná novináři, státními orgány, politiky, výrobními podniky aj., která jsou určena veřejnosti, širokému (heterogennímu, disperzivnímu), popřípadě určitým způsobem na základě zájmů, názorů atd. vymezenému publiku (Jílek 2005, s. 52).

<sup>10</sup> Čechová a kol. 2008, s. 247–248.

<sup>11</sup> Minářová hovoří místo publicistického stylu v užším slova smyslu o analytickém stylu (Minářová 2011, s. 171).

<sup>12</sup> Jílek nepovažuje název publicistického stylu beletristického za vhodný a používá místo něj tzv. syžetový (Jílek 2009, s. 53). Bečka dílčí oblast beletrizující neuvádí. Do publicistického slohu řadí pouze publicistiku v užším slova smyslu a zpravodajství (Bečka 1992, s. 33).

<sup>13</sup> Čechová a kol. 2008, s. 248.

<sup>14</sup> Jílek 2009, s. 55.

## **1.1 Dílčí oblast zpravodajská a dílčí oblast publicistická v užším slova smyslu**

### **1.1.1 Dílčí oblast zpravodajská**

Cílem dílčí oblasti zpravodajské je podání věcných informací o nových či aktuálních jevech a událostech, o nichž si příjemci přejí být či by měli být informováni, popřípadě o tom, co by je mohlo zajímat.<sup>15</sup> Základní funkcí zpravodajského stylu je tak funkce informativní, zpravovací.<sup>16, 17</sup>

V návaznosti na informativní funkci zpravodajství, se ve sděleních spadající pod tuto oblast projevu snaha o konkrétnost a přímost ve sdělení, častá je také strohost a stručnost vyjádření<sup>18</sup>. Charakteristická je myšlenková hutnost, nasycenost fakty, konkrétnost a pojmová srozumitelnost.<sup>19</sup> Jazykově je příznačná převažující nocialita výrazových prostředků a výběr výrazových prostředků je veden snahou o objektivní, tedy nezaujatou, nezkreslenou a úplnou informaci.<sup>20</sup>

Dílčí oblast zpravodajská si klade za cíl být přesná, vyvážená, nepředpojatá, poctivá při výběru, ztvárnění a následné prezentaci, nestranná, ověřená přinejmenším ze dvou na sobě nezávislých zdrojů, aktuální, včasná, jasná a srozumitelná. Má pouze formulovat fakta.<sup>21</sup>

#### **1.1.1.1 Skutečný obraz dílčí oblasti zpravodajské**

Jazykový materiál kromě neutrálních prostředků spisovného jazyka však ve zpravodajství obsahuje i prostředky stylově příznakové – žurnalistické. Aktualizace jazykových prostředků a modelovost vyjádření usnadňují práci všem autorům žurnalistických textů.

Novináři, redaktoři, stáli dopisovatelé si vypomáhají při tvorbě textů existujícími modely vyjádření, schémata, formulační šablonovitostí, která je ve zpravodajském stylu zvláště výrazná, protože odpovídá opakujícím se situacím, jevům, událostem, o nichž je třeba

---

<sup>15</sup> Jílek 2009, s. 55.

<sup>16</sup> Čechová a kol. 2008, s. 263.

<sup>17</sup> Osvaldová dodává k informační funkci také definiční (Osvaldová 2011, s. 13).

<sup>18</sup> Jílek uvádí jako významný nepragmatický prvek faktor času, který vytváří tlak na jazykové ztvárnění textu jak v psaném, tak mluveném komunikátu (Jílek 2009, s. 56).

<sup>19</sup> Čechová a kol. 2008, s. 263.

<sup>20</sup> Minářová 2011, s. 172–173.

<sup>21</sup> Osvaldová a kol. 2001, s. 21.

informovat. Mění se jen fakta (viz níže automatizace).<sup>22</sup> Odtud také plyne uvědomělá stereotypnost výrazových prostředků, s níž se ve zpravodajském stylu setkáváme. Výrazně se uplatňují publicismy a slova přejatá, zvláště anglicismy, a charakteristická je nejen tendence k automatizaci, ale i ke stabilizaci slovníku.<sup>23</sup>

Základní limit pro mechanismus schematizace představuje princip zajištění informační kvality, objektivitu sdělení. Modelovost však ne vždy respektuje normativní zásady oblasti a stává se zdrojem nevědomého (z důvodu nedostatečné kompetence), častěji však vědomého (z důvodu ohledu na příjemce či extenze funkčního rozsahu) porušení zpravodajských norem, průniku jiných než informačních hodnot do sdělení.<sup>24, 25</sup> Příkladem mohou být publicismy, které mají charakter nespisovných neologismů a příznakové jsou i metaforická novinářská klišé.<sup>26</sup>

V rovině jazykových prostředků vnitřní lingvistiky jsou také užívány veškeré prostředky lexikálně-syntaktické, které jsou typické pro oblast publicistiky v užším slova smyslu. Vysokou frekvenci mají jednotky, které umožňují aktualizovat (viz výše), dynamizovat text, a i prostředky umožňující vyjádřit hodnocení. Jedná se především o jednotky expresivní, metafory, netypické metonymie, frazeologismy (často aktualizované), hodnotící lexikum aj.<sup>27</sup> Dochází tak k prolínání zpravodajské dílčí oblasti a publicistiky. „*Možnost oddělit ‚zprávu‘ od ‚komentáře‘ je naivní iluze: i pouhý výběr zprávy předpokládá příběh...*“ uvádí Bělohradský.<sup>28</sup>

### 1.1.1.2 Automatizace

Termíny automatizace a aktualizace byly do českého jazykovědné terminologie uvedeni již v roce 1932 Bohumilem Havránkem, ten je však nevztahoval na žurnalistický styl. Automatizací Havránek rozuměl: *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 nikoliv teprve*

---

<sup>22</sup> Minářová 2011, s. 173.

<sup>23</sup> Čechová a kol. 2008, s. 263.

<sup>24</sup> Jílek 2009, s. 57.

<sup>25</sup> Jílek dodává, že automatizace vyjádření je k zásadám informační kvality konformní, nesmí však automatizovat prostředky různých rovin jazyka, které zásady informační kvality porušují (Jílek 2009, s. 66).

<sup>26</sup> Jílek 2009, s. 66-67.

<sup>27</sup> Tamtéž, s. 67.

<sup>28</sup> Bělohradský 2007, s. 75.

*doplněním v konkrétním jazykovém projevu ze situace a souvislosti.*<sup>29</sup> Automatizaci lze tedy chápat jako otřelé, očekávané vyjadřování, které spočívá v opakovaném užívání stejných jazykových prostředků.<sup>30</sup>

Modelovost, automatizace se projevuje ekonomizací, zužováním slovní zásoby, užíváním publicismů, ustálených spojení nebo nezbytného okruhu internacionalismů.<sup>31</sup>

### **1.1.1.3 Aktualizace**

„Aktualisací naopak rozumíme užití jazykových prostředků takovým způsobem, že samo budí pozornost a je přijímáno jako neobvyklé, jako zbavené automatisace, disautomatisované,“ uvádí Havránek.<sup>32</sup>

Dle Mlčocha bývá používáno k aktualizaci neobvyklých morfologických, syntaktických a stylistických prostředků. Jelikož lexikální hledisko nelze oddělit od stylistického, hovoříme o lexikálně-stylistických aspektech aktualizace. Jako prostředky aktualizace z hlediska lexikálního bývá často použito sportovního slangu, slovních hříček, knižních výrazů, či dalších nespisovných jazykových prostředků.<sup>33</sup>

Pro proces aktivizace je typická neologie, vznik nových výrazových prostředků (okazionalismy, obměny frazeologismů atd.), často s nepřímým pojmenováním skutečnosti, popřípadě jsou užívány prostředky v nezvyklém kontextu – kontextová expresivita. Běžná je obraznost, figury a tropy, ale rovněž řečnické otázky, odpovědi, další typy expresivity (inherentní, adherentní)<sup>34</sup> Za stylově aktivní neboli aktualizací jazykové prostředky tak můžeme charakterizovat takové, jež jsou v textu nápadné, mimořádné, jejich užití vybočuje ze standardní stylizace pro daný typ textu a mají potenciál aktivizovat příjemce. „Motivací k užití aktualizacích prostředků v publicistických sdělení je snaha text oživit, zatraktivnit, a tak upoutat pozornost příjemce, motivovat jej k přečtení/poslechu mediálního obsahu, následně pozornost příjemce udržet.“<sup>35</sup>

---

<sup>29</sup> Havránek 1932, s. 52–53.

<sup>30</sup> Mlčoch 2008, s. 287–294.

<sup>31</sup> Jílek 2009, s. 57.

<sup>32</sup> Havránek 1932, s. 52–53.

<sup>33</sup> Mlčoch 2002, s. 13.

<sup>34</sup> Jílek 2009, s. 82.

<sup>35</sup> Jílek, Bednaříková a kol. 2015, s. 76-77.

Blízký pojem k této oblasti je tzv. dynamizace. Mistrík zmiňuje dynamizaci v souvislosti s výstavbou textu. Podle něj je dynamický styl typický pro mluvené a umělecké projevy s větší indexem opakování slov a častějším užíváním expresiv.<sup>36</sup> Čechová dynamizaci charakterizuje jako typický prostředek krásné literatury, setkáme se s ní nejčastěji u charakteristiky nebo líčení.<sup>37</sup> Aktualizace a automatizace jsou procesy, jež se mohou vzájemně doplňovat, jeden přechází v druhý; původně aktualizovaný prostředek, sloužící k ozvláštnění projevu, se stálým opakováním automatizuje, ztrácí svou příznakovost, nápadnost. Naopak automatizovaný prostředek přenesený do jiné komunikační sféry, eventuálně jen užitý v jiném než očekávaném kontextu (situačním nebo dobovém) působí aktualizovaně, příznakově.<sup>38</sup>

### 1.1.2 Dílčí oblast publicistická oblast v užším slova smyslu

Část zpravodajské produkce, u níž je informativní složka rozšířena o interpretace, názory (persvazi, případně získávání) a zábavnost, není v souladu se zásadami informační kvality sdělení a přechází ve své podstatě do publicistické dílčí oblasti, pro kterou je přítomnost formativní a zábavní funkce vlastní.<sup>39</sup>

Publicistika v užším slova smyslu je modifikovaná nejen modelovostí a automatizací vyjádření, ale výrazně převládají i prostředky stylové aktualizace, aktivizace (viz výše). V projevech publicistického stylu se ve větší míře než u stylu zpravodajského setkáváme s obměňováním stabilizovaných výrazových prostředků a cílevědomým porušením modelovosti. Objevují se prostředky nové, často s nepřímým pojmenováním skutečnosti, a to ve snaze oživit komunikát nezvyklou formou a užitím pojmenování v neobvyklém kontextu.<sup>40</sup> Příznačné je uplatňování obrazného vyjádření, typická je metaforičnost a metonymičnost, dále pak výskyt tropů, figur a jiných stylově aktivních výrazových prostředků.<sup>41</sup>

Charakteristickým rysem publicistiky je, že na zpravodajská fakta dále navazuje, pracuje s nimi, osvětluje, rozebírá a hodnotí je. Nové informace jsou zasazovány do kontextu širších společenských vztahů.<sup>42</sup> Čechová a kol. uvádí k Jílkové charakteristice příklad

---

<sup>36</sup> Mistrík 1985, s. 47.

<sup>37</sup> Čechová 2003, s. 81.

<sup>38</sup> Čechová a kol. 2008, s. 36.

<sup>39</sup> Jílek 2009, s. 79.

<sup>40</sup> Čechová 2008, s. 266-267.

<sup>41</sup> Minářová 2011, s. 175.

<sup>42</sup> Jílek 2009, s. 83.

komentáře, který přináší již dříve sdělené, opakované informace, ale nová je jejich analýza s argumentací a prezentací určitého postoje k nim. Ve snaze dopátrat se všech souvislostí, příčin a důsledků dále označuje publicistický styl v užším slova smyslu za styl analytický.<sup>43</sup>

## 2 Jazyk mluvené žurnalistiky

V mluvené žurnalistice se setkáváme jak s komunikáty vysoce oficiálními, příležitostnými s různou mírou přípravy, tak i s komunikáty pronášenými jako bezprostřední.<sup>44</sup> Jedná se o rozhlasové a televizní žurnalistické pořady s existujícími přesahy k projevům rétorickým – zpravodajství, publicistický komentář, moderátorský projev/diskurzy, diskuze, debaty...<sup>45</sup> Čechová a kol. upozorňuje na fakt, že publicistické texty (mluvené i psané) vždy vznikaly a vznikají poměrně rychle a často s minimální možnou přípravou – televizní zprávy se připravují tentýž den, kdy se vysílají, mluvená sportovní reportáž vzniká souběžně s událostí – přitom si žurnalistika musí udržet, zvláště zpravodajská, dobrou úroveň nejen obsahovou, ale i formální.<sup>46, 47</sup>

Úloha autora, žurnalisty, při používání jazyka není omezena pouze na téma jazykové správnosti a slohové přiměřenosti. Snahou novináře je také mluvit živě, přirozeně a přesvědčivě. Proto se v žurnalistických sděleních objevují kromě spisovného a knižního jazyka také prvky běžné mluvené češtiny.<sup>48</sup> Právě prvky běžné mluvené češtiny, hovorová vrstva spisovné češtiny, se stává základem pro mluvenou publicistiku v rozhlase i televizi.<sup>49</sup> Při formulaci tak dochází k aktualizaci prostředky nespisovnými, tedy interdialektovými, kromě již zmíněných obecně českých i profesních a slangových.<sup>50</sup>

Styl mluvené žurnalistiky se přiklání na jedné straně k formulační automatizaci, kde stereotypnosti nebo modelovosti vyjádření, ale na druhé straně bývá k ozvláštňení užita nová

---

<sup>43</sup> Čechová 2008, s. 266.

<sup>44</sup> Minářová 2011, s. 177.

<sup>45</sup> Minářová 2011, s. 177-178.

<sup>46</sup> Čechová a kol. 2008, s. 249.

<sup>47</sup> Bartošek tuto skutečnost označuje jako tlak času a prostoru a dodává, že se jedná o mocný žurnalistický faktor. (BARTOŠEK, Jaroslav. Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky [online]. Naše řeč, 2002, roč. 85, č. 2. [cit. 2. 2. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>)

<sup>48</sup> Čmejrková a kol. 1996, s. 171-172.

<sup>49</sup> Čechová a kol. 2008, s. 273.

<sup>50</sup> Minářová 2011, s. 179.



obraznost a dochází k aktivizaci. Častým jevem je také používání nefunkčních, výrazově „prázdných“ frází, klišé.<sup>51</sup>

Přestože mluvená žurnalistická komunikace bývá v různé podobě připravena (komplexně psaná, připravená v bodech, tezí, jako osnova), mluvčí se přesto od přípravy odpoutávají, dopouštějí se překnutí, opakování výrazů, zařazují do projevu významově prázdná, výplňková a nefunkční slova.<sup>52</sup> Krčmová tento negativní rys mluvenosti označuje jako spontánnost projevu.<sup>53</sup>

Obecně novinářská čeština je oblastí, která celkovou úroveň dorozumívání v naší společnosti nejen odráží, ale sama také silně ovlivňuje. V českém prostředí se projevuje o otázky jazykové správnosti a jazykové kultury velký zájem, který by měl být zárukou toho, že ty novinové, rozhlasové a televizní redakce, které svému jazyku nebudou věnovat odpovídající péči, prostě nepřežijí.<sup>54</sup>

## 2.1 Specifické prostředky jazyka sportovní žurnalistiky

Současná sportovní žurnalistika vykazuje inklinaci ke dvěma tendencím – ke stabilizaci jazykových prostředků, a zároveň k jeho obměně. Tyto tendence vyplývají podle Mlčocha zprv z periodicity projevující se modelovostí a automatizací a zadruhé aktuálností, projevující se aktualizací.<sup>55</sup> Dalším dominujícím rysem v dnešní době je podle Bartoška globalizace, která se v české jazykové situaci projevuje silným vlivem cizích jazyků, zejména angličtiny, ale také prolínám (míšením) jednotlivých útvarů českého jazyka.<sup>56</sup>

Užívání modelovosti, automatizace, je logický fakt k opakujícím se podobným událostem a tématům (nedovolené zákroky, pravidla hry, hrací doba...). Referáty sportovních novinářů pak sklouzávají ke stereotypnosti, což se projevuje právě jazykovými prostředky, které jsou v textech užity a které recipient očekává. Ve sportovní žurnalistice se tak nejčastěji užívají publicismy, frazémy, slangové výrazy. V menší míře pak termíny, knižní či zastaralá

---

<sup>51</sup> Tamtéž, s. 179-180.

<sup>52</sup> Minářová 2011, s. 181.

<sup>53</sup> Čechová a kol. 2008, s. 194.

<sup>54</sup> Čmejrková a kol. 1996, s. 173.

<sup>55</sup> Mlčoch 2002, s. 11-12.

<sup>56</sup> Bartošek 2001, s. 252.

slova.<sup>57</sup> Opačný specifickým rysem, který Mlčoch uvádí je aktuálnost (jazyk žurnalistiky reaguje na nové skutečnosti a jevy pružněji než jazyk umělecký, administrativní apod.).<sup>58</sup> Metafora však pro svou jednoduchost často ztrácí na své působnosti, recipient je vnímá jako něco, co výrazně nevybočuje z publicistického textu. Přesto ale na něj takovýto text působí výrazněji a emocionálněji.<sup>59</sup> Zároveň se jazyk sportovní žurnalistiky vyznačuje jistou mírou exkluzivity, neboť jazykové prostředky jsou často srozumitelné pouze sportovním příznivcům. Lidé, kteří se o sport nezajímají, mohou mít s čtením či poslechem sportovních zpráv problémy s porozuměním.<sup>60</sup>

Mlčoch také dodává tendenci k beletrizaci jazyka sportovní žurnalistiky: „Žurnalisté využívají beletristické postupy a jazykové prostředky typické pro beletrii. Jde především o dramaturgii a gradaci (zejména v publicistické reportáži) popisované sportovní události, používání historického prezentu, a hlavně o prostředky lexikální – nespisovná slova expresivní, slangová, ale i slova knižní nebo zastaralá. Frekventovaná jsou nepřímá pojmenování. [...] Některé pokusy jsou povedené, v jiných působí snaha o vtip poněkud násilně.“<sup>61</sup>

### 2.1.1 Sportovní terminologie a slang

Termíny spadají do lexikální stylové vrstvy odborné, která je tvořena právě termíny a terminologickými spojeními. Jednotky odborné vrstvy jsou stylově nepříznačné pro odbornou stylovou oblast, postupně však mohou přecházet do publicistické a hovorové oblasti.<sup>62</sup> „*Taková slova (či spojení) mohou ztratit svůj původní přesně vymezený obsah, dochází k tzv. determinologizaci, přestávají tak mít platnost termínů. Často se mohou stát módními slovy, např. výrazy optimální, stimul, sféra.*“<sup>63</sup>

Jedná se tak o taková pojmenování, která jsou v rámci disciplíny jednoznačným pojmenováním pojmu oboru. Termíny jsou nacionální, neexpresivní, mající funkci nominativní a kognitivní. V rámci oboru jsou ustálené a buď definované, nebo fixované konvencí oboru.

---

<sup>57</sup> Mlčoch 2008, s. 287-294.

<sup>58</sup> Mlčoch 2002, s. 11.

<sup>59</sup> Mlčoch 2002, s. 15

<sup>60</sup> Mlčoch 2002, s. 16-17.

<sup>61</sup> Mlčoch 2002, s. 15.

<sup>62</sup> Jílek 2005, s. 15.

<sup>63</sup> Jílek 2003, s. 15.

Významy se však spolu s vývojem oboru dále vyvíjejí a upřesňují.<sup>64</sup> V rámci sportovní žurnalistiky se termíny označují např. pravidla různých her či herní taktika (např. *autové vhadzování, středový kruh, power play*).

Slang naopak tvoří pojmenování nespisovná, která se vyskytují v pracovních nebo zájmových skupinách. Typickým znakem je silná emocionalita, častá expresivní metaforičnost.<sup>65</sup>

„Sportovní slang je typickým dokladem jazykové charakteristiky prostředí jak zájmového, tak pracovního. Tohoto slangu užívají nejen lidé, kteří sport pěstují amatérsky, jako činnost zájmovou, ale i ti, jimž je sport profesí, hlavním zaměstnáním (trenéři, špičkoví sportovci, sportovní reportéři a novináři, tělovýchovní pracovníci aj.); sportovní prostředí je dokladem toho, jak obtížné je vést hranici mezi lidskou činností „zájmovou“ a „pracovní/profesní“, neboť zájem sportovců často vyžaduje nejen fyzické, ale i psychické soustředění mnohem intenzivnější než mnohé profese.“<sup>66</sup>

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.<sup>67</sup>

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 – hokej, fotbal – pozornost se však více začala věnovat do té doby méně známým sportům – florbalu, snowboardingu, skateboardingu, raftingu, paraglidingu atd.<sup>68</sup> Sportovní terminologie a slang tradičních sportů byly dostatečně rozšířené a žurnalisty užívané. Odlišná byla situace týkající se moderních sportů, vznikající a rozvíjejí se především v USA či Velké Británii. Z tohoto důvodu sportovní terminologie a slang pochází z velké míry z angličtiny. Např. anglická terminologie snowboardingu je pro laika značně nesrozumitelná, ale počítá se s tím že texty čtou a reportáže sledují hlavně zájemci o tento sport, pro které je

---

<sup>64</sup> Čechová 2003, s. 184-185.

<sup>65</sup> Krobotová 2001, s. 31.

<sup>66</sup> Hubáček 1979, str. 63

<sup>67</sup> Hubáček 1988, s. 21.

<sup>68</sup> Mlčoch 2008, s. 44

znalost anglické terminologie samozřejmostí. Jejich užívání se v dnešní době již stabilizovalo a běžně se tyto výrazy užívají.<sup>69</sup> Mezi termíny a slangy můžeme sledovat (z lexikálního pohledu) tři hlediska:

- 1) slangy jsou ekvivalentem termínů (velké vápno – pokutové území, malá domů),
- 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*).<sup>70</sup>

### **3 Přímá televizní sportovní reportáž jako průnik zpravodajství a publicistiky v užším slova smyslu**

Rozhlasové vysílání má nezpochybnitelné historické zásluhy na vstup sportu do sféry populární kultury, ale v současné době je jeho role potlačena zejména televizí. Ať už je žánr, v němž je sport v rozhlasu prezentován, jakýkoli, dá se říct, že jej jeho televizní obdoba bezesbytku zastihuje. Přesto byl rozhlas do doby masového rozšíření televize významným distributorem sportovního dění i v takovém žánru, jakým je přímý přenos – v tomto případě tedy v přímé rozhlasové reportáži.<sup>71</sup>

Sport v živém představení je nejvlastnějším a nejtradičnějším projevem televizního vysílání už od svého počátku a sama televize má ambici zprostředkovávat divákům události geograficky vzdálené, pro národ ale důležité, které diváky zajímají.<sup>72</sup> Děkanovský hovoří o televizním přímém přenose jako o nejdůležitějším a nejrozšířenějším způsobu prezentace sportu, který oslovuje největší počet diváků.<sup>73</sup> Přímý televizní přenos umožňuje divákovi, aby se stal účastníkem události, i když se zrovna v danou chvíli 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.<sup>74</sup>

---

<sup>69</sup> Mlčoch 2008, s. 44-47.

<sup>70</sup> Mlčoch 2002, s. 309.

<sup>71</sup> Děkanovský 2008, s. 48.

<sup>72</sup> Jak se dělá televize s ČT 2015, Robert Záruba In: Youtube [online]. 21.10.2015 [cit. 2019-03-25]. [čas: 00:03:50]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=KQGqyQ4T71c&t=291s>. Kanál uživatele GymTVPb.

<sup>73</sup> Děkanovský 2008, s. 62.

<sup>74</sup> Hladký 1986, s. 162-163.

Mezi nejsledovanější sportovní přímé přenosy patří mistrovství světa, Evropy a olympijské hry. Např. zimní olympijské hry 2018 v Pchjongčchangu sledovalo přes 6,6 milionů diváků<sup>75</sup> a bronzový závod biatlonistky Vítkové byl nejsledovanějším biatlonovým přenosem v historii ČT.<sup>76</sup> Mistrovství světa v hokeji 2018 zase průměrně sledovalo 1,2 milionu diváků, což znamenalo podíl na publiku 38,4 procenta,<sup>77</sup> finále světového šampionátu v kopané v Rusku (2018) vidělo 974 tisíc lidí a sledovalo ho tak 45 procent všech, kteří měli v tu dobu zapnutou televizi.<sup>78</sup>

### 3.1 Charakteristika obecné reportáže

Reportáž se nachází na přechodu mezi zpravodajskými a publicistickými útvary. Svou funkcí informativní se jeví jako útvar zpravodajský, ale styl reportáže může být výrazně analytický a vykazovat přesahy do jiných stylů.<sup>79</sup> Jílek zařazuje reportáž do dílčí oblasti syžetové (beletrizující). Základem je silně subjektivizovaný odraz reality.<sup>80</sup> Jde o žánr/útvary formulující všechna fakta tak, aby pro adresáty byla přímým svědectvím o určité události. Text bývá prolut i pasážemi popisnými, uvádí závěry kauz a událostí a vyjadřuje i postoje autora.<sup>81</sup>

*„Reportáž bývá definována jako sdělení, které líčí události nebo jevy na základě vlastního reportérova pozorování,“* uvádí Bartošek.<sup>82</sup> Hrabák hovoří o zprávě očitého svědka události, v níž se projevuje postřeh autora i osobní vztah k tématu, a to jak při výběru sdělovaných faktů, tak i v jazykovém ztvárnění.<sup>83</sup> Jílek však terminologicky reportáž označuje

---

<sup>75</sup> MediaGuru. Zimní olympiádu si na ČT pustilo 6,6 mil. lidí [online]. 26.02.2018 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/02/zimni-olympiadu-si-na-ct-pustilo-6-6-mil-lidi/>

<sup>76</sup> Česká televize. Bronz Vítkové byl nejsledovanějším biatlonovým přenosem v historii ČT [online]. 11.02.2018 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <https://sport.ceskatelevize.cz/clanek/olympijske-hry/pchjongcchang-2018/bronz-vitkove-byl-nejsledovanejsim-biatlonovym-prenosem-v-historii-ct/5bca23f459841d79e18aba2d>

<sup>77</sup> Lupa.cz. Letošní mistrovství světa v hokeji sledovalo téměř pět a půl milionu lidí [online]. 21.05.2018 [cit. 2019-25-03]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/letosni-mistrovstvi-sveta-v-hokeji-sledovalo-temer-pet-a-pul-milionu-lidi/>

<sup>78</sup> MediaGuru. ČT: MS v kopané v Rusku sledovalo 4,4 mil. diváků [online]. 17.07.2018 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/07/ct-ms-v-kopane-v-rusku-sledovalo-4-4-mil-divaku/>

<sup>79</sup> Čechová a kol. 2003, s. 265.

<sup>80</sup> Jílek 2009, s. 101

<sup>81</sup> Minářová 2011, s. 246.

<sup>82</sup> Bartošek 2002, s. 69.

<sup>83</sup> Hrabák, Štěpánek, 1987, s. 176.

za profesionalismus, neboť v praxi je označení reportáže užíváno v rozporu se základní charakteristikou textového vzorce.<sup>84, 85</sup>

### 3.2 Charakteristika přímé sportovní televizní (rozhlasové) reportáže

Z Jílkovy definice je proto lepším, v širším chápání, zakotvením přímé televizní sportovní reportáže do kompoziční metody (principu) feature, ve které je cílem dosáhnout co nejvěrnějšího přiblížení průběhu (sportovní) události, současně podat maximum souvisejících informací, interpretovat, zhodnotit je, případně pobavit příjemce. Dílčí úseky, části, v tomto kompozičním principu jsou vytvářeny a řazeny promyšleně tak, aby byl naplněn prostřednictvím realizace dílčích záměrů komunikační cíl. Základem je publicisticky referát, který je doplněn, kombinován komentáři, analýzami, rozhovory, anketami atd. Zároveň kompozice respektuje časovou linii průběhu události.<sup>86</sup>

Záruba, jakožto šéfkomentátor ČT Sport ve své přednášce uvádí, že přímá sportovní televizní reportáž bývá moderátorem, potažmo z terénu reportérem, doplněna o další žurnalistické žánry – review (co se stalo a má vliv na současnou událost); téma (odbočující od hlavní události); preview (předpověď pro nynější událost). Nejvyšší rozhodovací funkci v živém přenosu má redaktor či editor, který dává nařízení moderátorovi do studia ČT a komentujícímu na místě události. Na místě události je také reportér, který pracuje v terénu a předkládá událost jako informaci (v podobě reportáže, rozhovoru), ne však živě.<sup>87</sup>

### 3.3 Znaky přímé televizní sportovní reportáže

Televizní a rozhlasové reportáže mají mnoho společného, zároveň se však od sebe liší. Jazykový projev u obou typů reportáží je nepřipravený, monologický, bez kontaktu s divákem nebo posluchačem. To jsou vlastnosti charakteristické pro všechny reportáže.<sup>88</sup>

---

<sup>84</sup> Jílek 2009, s. 101.

<sup>85</sup> Dochází k míšení textových vzorců, textových modelů, a tak ke kombinaci segmentů reportáže, reportu, popřípadě publicistického referátu (Jílek 2009, s. 101).

<sup>86</sup> Jílek 2005, s. 138.

<sup>87</sup> PŘEDNÁŠKA: Mgr. Robert Záruba – Jak se dělá sportovní žurnalistika? In: Youtube [online]. 19.01.2019 [cit. 2019-06-02]. [čas: 00:10:43]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pFSM5Hhs5GQ>. Kanál uživatele Diplomatičké fórum.

<sup>88</sup> Čmejrková 1996, s. 174.

Televizní a sportovní reportáže spojuje i to, že redaktoři používají podobné lexikální i syntaktické prostředky. V obou typech reportáží můžeme slyšet ustálená terminologická a poloterminologická slovní spojení, jako je *malá domů, skákavý kotouč, tvrdá střela* a mnoho dalších.<sup>89</sup>

Podstatným odlišným rysem obojího typu reportáží je ta skutečnost, že sportovní televizní komentátor slovně doprovází to, co divák vidí na televizní obrazovce, zatímco rozhlasový reportér musí průběh hry podávat slovně co nejpřesněji, nejpodrobněji, nejnázorněji.<sup>90</sup> Právě dominantní úloha obrazu je základní okolností, která přispěla k výraznému odlišení rozhlasové sportovní reportáže a televizního komentáře. „*Vizuální účast televizního diváka při sportovní události učinila zbytečným podrobný a hlavně soustavný popis, líčení jejího průběhu,*“ uvádí Zima.<sup>91</sup>

Komentář, respektující dominantnost obrazu, má především úlohu orientační a identifikační. Vlastní průběh sleduje divák na obrazovce a komentátor jej v obraze orientuje, a to zejména označováním jednotlivých aktérů děje. Komentář, který respektuje dominantnost obrazu přispívá i k vysokému výskytu jmenné formy v poznámkách informativních (např. *první vhazování před naší brankou*) i v poznámkách hodnotících (např. *skvělé prohození*). Povahu nepřímého popisu mají vysvětlující poznámky (*prostor v brankovišti byl přehušten*).<sup>92</sup>

Svobodová sportovní reportáže odlišuje třemi znaky. Prvním znakem je specifický předmět reportáže – sport se svou jedinečnou dynamičností, efemérností, dramatičností, napětím, překvapivými momenty a zvraty. Druhým znakem je osobní prožitek s jeho reflexí v jazykovém projevu. Typické je citové zaujetí, které pramení nejen z vlastností objektu reportáže, ale též i z role komentátora. Doléhá na něj celková atmosféra, která bývá u mnoha sportů často napjatá, velice živá a výbušná.<sup>93</sup> Třetím znakem, který odlišuje sportovní reportáž

---

<sup>89</sup> Čmejrková 1996, s. 174-175.

<sup>90</sup> Tamtéž, s. 175.

<sup>91</sup> Zima, Sportovní televizní komentář (K jeho stránce jazykové a slohové) [online]. Z: Naše řeč, volume 55 (1972), issue 4, pp. s. 215-220. Naše řeč. [cit. 2019-25-03] Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=5636>

<sup>92</sup> Zima, Sportovní televizní komentář (K jeho stránce jazykové a slohové) [online]. Z: Naše řeč, volume 55 (1972), issue 4, pp. s. 215-220. Naše řeč. [cit. 2019-25-03] Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=5636>

<sup>93</sup> Pokud jsou však reportérovy/komentátorovy projevy prvky emocionálního charakteru přesyrceny, působí tyto projevy rušivě. Existují rozdíly nejen mezi reportéry, ale též mezi jednotlivými reportážemi vyplývající z toho, o kterém sportovním odvětví se reportuje. Odlišná je situace u sportů nebo jejich dílčích disciplín, v nichž dochází ke gradování dramatičnosti, a kdy je tedy čas osobního prožitku identický s časem události, ke které

od reportáží jiných, je uplatnění speciálních prostředků a možností televizní techniky, jakými jsou změny záběrů, jejich opakování, a to i zpomalené, a maximální využití informací dodávaných na obrazovku prostřednictvím počítačů, např. promítnutí sestav, obrázky profilů trati, orientační údaje o stavu utkání, čase apod.<sup>94</sup> Technické možnosti, které nám zprostředkovávají sportovní přenosy, jsou dnes na vysoké úrovni. Divákům je umožněno sledovat zápasy, závody z různých pohledů – kamery bývají umístěny v brance, v závodních automobilech atd.<sup>95, 96</sup>

Koščo rozdělil reportáže na stylizované a nestylizované. Do nestylizovaných spadají námi zkoumané přímé sportovní reportáže, které existují nezávisle na záměru televizních tvůrců a do jejichž průběhů redaktoři nemohou zasáhnout a ovlivnit jejich průběh či výsledek. Televizní žurnalisté se musí událostem podřídit a nikoli naopak. Na prvním místě charakteristiky Koščo uvádí tzv. simultánnost, tedy časovou souběžnost průběhu událostí, jejího přenosu i vnímání televizními diváky.<sup>97</sup>

Základními znaky přímé televizní reportáže jsou:

- *Autentičnost v obraze i zvuku* – objasňování faktů, vysvětlení souvislostí, doplnění informací.
- *Lineárnost* – souběžnost s průběhem a vývojem událostí – reportéři nemohou zasahovat do stavby reportáže a měnit ji.
- Časová totožnost události s reportáží – reportáž je vysílána v reálném čase
- Princip dodržování *zásady jednoty prostoru* se může narušit pouze tehdy, když se spojují děje, které spolu úzce souvisejí a vytváří spolu logický celek.<sup>98</sup>

---

se váže. Jinak je tomu v hokeji či kopané, kdy dochází k nejrůznějším zvrátům, nenadálým situacím; prožitek bývá někdy časově mírně opožděn. Existují též sporty, jejichž charakter a průběh umožňují v podstatě neutrální způsob reportování, tedy bez přítomnosti většího množství emotivních prostředků (závody v běhu na lyžích – závodníci nevybíhají na trať najednou, ale v jistých časových intervalech) (Svobodová, K stylóvému využití jazykových prostředků v televizní sportovní reportáži [online]. Z: Naše řeč, ročník 75 (1992), číslo 2, s. 72-77. Naše řeč. [cit. 2019-25-03] Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7060>).

<sup>94</sup> Svobodová, K stylóvému využití jazykových prostředků v televizní sportovní reportáži [online]. Z: Naše řeč, ročník 75 (1992), číslo 2, s. 72-77. Naše řeč. [cit. 2019-25-03] Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7060>

<sup>95</sup> Děkanovský 2008, s. 62.

<sup>96</sup> Pomocí použité techniky můžeme rozlišit reportáž, která byla realizována díky přenosové technice, tzv. přímý reportážní přenos (absolutní reportáž), a reportáž, která byla natáčena lehkou videokamerou, jednozáběrovou technologií (Osvaldová 1999, s. 157).

<sup>97</sup> Koščo 1984, s. 92.

<sup>98</sup> Koščo, 1984, s. 94-95.



Role komentátora nestylizované reportáže přímého přenosu je velmi důležitá. Komentátor může svým projevem z přímého přenosu udělat neopakovatelnou a přitažlivou podívanou nebo může přímý přenos pokazit a snížit tím diváckou sledovanost. Proto si televizní stanice své adepty na tuto pozici dobře vybírají. Dobrý (obecně) komentátor by měl mít, dle slov Hladkého, tyto 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,
- improvizální 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.<sup>99</sup>

Výše uvedený Hladký vztahuje zmíněné důležité vlastnosti obecně na všechny komentátory přímých přenosů, z toho vyplývají i pro sportovní komentátory. „*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 události.*“<sup>100</sup>

#### **4 Taxonomie aktualizačních lexikálních prostředků**

Naprostou většinu slovní zásoby spisovného jazyka tvoří slova s funkcí pojmenovávací bez zvláštních vedlejších příznaků, která je možno užít v různých oblastech vyjadřování, tzv. slova neutrální.<sup>101</sup> Menší skupinu slov představují ta z nich, která mají vedle pojmenovací funkce různé druhy příznaků.<sup>102</sup> „*Tak se ve slovní zásobě vytvářejí vrstvy charakterizované:*

---

<sup>99</sup> Hladký 1986, s. 178.

<sup>100</sup> Koščo 1984, s. 96.

<sup>101</sup> Hauser 1980, s. 18.

<sup>102</sup> Jílek 2005, s. 8.

1. příslušností k jiným útvarům národního jazyka (slova nářeční, obecná, slangová, argotická)
2. původem (slova cizí a přejatá)
3. časovou platností (archaismy a neologismy)
4. frekvencí užití (slova řídká, ojedinělá)
5. slohovými příznaky (slova knižní, hovorová, poetismy, termíny)
6. citovostí (slova s kladnými a zápornými citovými příznaky)<sup>103</sup> „<sup>104</sup>

Protože se příznaky mohou navzájem překrývat, jedno slovo může patřit k několika vrstvám slovní zásoby současně.<sup>105</sup>

Při vytvoření taxonomie lexikálních aktualizačních prostředků vyjdeme z rozdělení slovní zásoby na oblast neutrální a na vrstvy s různým typem příznaků (viz výše). Za prostředky obsahující aktualizaci považujeme takové, které kromě své funkce pojmenovací, nesou i jistý druh příznaku (viz výše).

Pro základ naší taxonomie aplikujeme Hauserovo členění slovní zásoby do jednotlivých příznakových vrstev. Nevyhneme se však drobným modifikacím, protože Hauser zmiňuje pouze slovní zásobu, nikoli zásobu lexikální, a jeho pojetí příznakových vrstev tedy nezahrnuje víceslovné jednotky. Proto do naší taxonomie aktualizačních jazykových prostředků přidáme obrazná pojmenování, frazeologismy a idiomy. Vyloučíme naopak slova řídká a ojedinělá, neboť ty spadají pod charakteristiku časové platnosti.<sup>106</sup> Do taxonomie nebudeme zahrnovat termíny, tedy slova spadající pod odborný styl, která musejí splňovat požadavek jednoznačnosti (termín označuje pouze jednu skutečnost), přesnosti (termín přesně vystihuje popisovanou skutečnost), ustálenosti (neznamená neměnnost – i termíny se mohou měnit, např. v důsledku změny poznání jevu), nosnosti (termín poskytuje možnosti vytvářet z něj další slova) a neexpresivnosti (nacionálnosti termínu).<sup>107, 108</sup> Další dílčí modifikace, které oproti Hauserovu členění provedeme, zmíníme a vysvětlíme v konkrétní podkapitole.

---

<sup>103</sup> Dále uváděno jako expresivita.

<sup>104</sup> Hauser 1980, s. 18-19.

<sup>105</sup> Jílek 2005, s. 8.

<sup>106</sup> Hauser 1980, s. 18-19.

<sup>107</sup> Hauser 1980, s. 58.

<sup>108</sup> Jako termín funguje i slovo, které má v jazyce více významů (politika, věda, sport), zároveň tam, kde slova fungují jako termíny v několika oborech a jejich významy nemůžeme vysvětlit přenesením, mluvíme o terminologických homonymech (Hauser 1980, s. 33).

## 4.1 Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka

Veškeré jednotky této vrstvy jsou příslušné k hovorovému lexiku.<sup>109, 110</sup> Hauser dělí výrazy této vrstvy podle rozdílů geografických a sociálních.<sup>111</sup> Do rozdílů územních, geografických, spadají slova obecné češtiny, slova oblastní (regionalismy) a slova nářeční (dialektismy). Z pohledu sociálního rozlišujeme slang a argot. Pro lepší přehlednost a pochopení taxonomie uvádíme u jednotlivých kategorií lexikálních prostředků dílčí členění.

### 4.1.1 Rozdíly územní (geografické)

#### 4.1.1.1 Slova obecné češtiny

Obecná čeština bývá vymezována jako nespisovný útvar interdialektové povahy s výraznými středočeskými rysy.<sup>112</sup> Slova obecné češtiny mají původ ve středočeském nářečí, jejich užívání se však v důsledku civilizačních vlivů (cestování, stěhování populace), ale zejména působení médií, rozšiřuje na celé jazykové území (expanze zejména východním směrem).<sup>113</sup> Širší užívání obecné češtiny dle Jílka souvisí s demokratizací jazyka, která se mimo jiné projevuje přibližováním spisovného jazyka jeho mluvené podobě.<sup>114</sup>

Některé obecně české lexikální jednotky pronikly do obecného, územně neomezeného užívání, např. *chleba*, *kilo*, *kafe*, *moc* (mnoho), *pár*, přičemž lze zaznamenat i průniky do mluvené podoby spisovného jazyka, tzv. zespisovnění.<sup>115</sup> Naproti tomu nejnižší vrstva slov obecné češtiny má charakter jasně nespisovný: jsou to často slova cizího původu, zvláště německého, přejatá v starší době mluveným stykem, jako *furt*, *štokrle*, *pakovat* aj. Některá slova obecné češtiny z nižší vrstvy jsou ovšem i novějšího původu a vycházejí naopak z prostředí

---

<sup>109</sup> Jílek 2005, s. 8.

<sup>110</sup> Je nutné odlišovat terminologické sousloví hovorové lexikum (hovorová slova) a hovorová čeština. Terminologické sousloví hovorová čeština je užíváno pro označení mluvené formy spisovného jazyka (Jílek 2005, s. 9).

<sup>111</sup> Hauser 1980, s. 21.

<sup>112</sup> Minářová 2011, s. 26.

<sup>113</sup> Jílek 2005, s. 9.

<sup>114</sup> Tamtéž, s. 9

<sup>115</sup> Tamtéž, s. 9

městského, např. *splašit něco, uvrtnat někoho do něčeho, vyhecovat* aj.; jsou blízká prvkům slangovým a mají ráz expresivní (často s odstínem zhrubělým, vulgárním).<sup>116</sup>

Obecně české lexikum chápeme takové, které je ve Slovníku spisovné češtiny (dále jen SSČ), Slovníku spisovného jazyka českého (dále jen SSJČ) a Slovníku nespisovné češtiny (dále jen SNČ).

Jako příklady slov spadající do obecné češtiny Jílek uvádí slova jako **citlivka**, **hecovat**, či **Pražák**.<sup>117</sup> V naší analýze jsme interdialekt nezaznamenali.

#### 4.1.1.2 Slova oblastní (regionalismy)

„Slova, jejichž užívání přesahuje hranice jednoho nářečí a rozšiřuje se na větší oblast, nazýváme slovy oblastními, regionalismy. Pro českou slovní zásobu jsou typická slova, která mají omezen výskyt na oblast moravskou, tzv. moravismy. (...) Slova omezená jen na území Čech nazýváme čechismy.“<sup>118</sup>

V některých případech se v obou oblastech užívá běžných slov v jiném významu. Jedná se o tzv. sémantické moravismy a sémantické čechismy. Existují i oblastní varianty, které mají v obou případech spisovnou hodnotu.<sup>119</sup> Pro potřeby této práce jsme veškeré varianty regionalismů zařadili do společně kategorie.

Regionalismy identifikujeme použitím slovníků SSČ a SNČ. Pokud se nám nepodaří daný termín identifikovat, užijeme SSJČ.

Slova oblastní jsme v analýze nezaznamenali. Jílek jako příklad regionalismů uvádí **slípka** (moravismus), **umolousaný** (čechismus).<sup>120</sup>

#### 4.1.1.3 Slova nářeční (dialektismy)

Dialektismy neboli slova nářeční jsou užívána jen na jednom nářečním území a příslušníkům jiných oblastí bývají často neznámé.

---

<sup>116</sup> Jedlička a kol. 1970, s. 55.

<sup>117</sup> Jílek 2005, s. 9.

<sup>118</sup> Hauser 1980, s. 21.

<sup>119</sup> Jílek 2005, s. 10.

<sup>120</sup> Tamtéž.

Hauser do slov nářečních řadí také slova spjatá se životem a zvyklostmi určité oblasti, tzv. dialektismy etnografickými, neboli slova lidová.<sup>121, 122</sup>

Dialektismy identifikuje za užití SSČ, SNC, SSJČ a PSJČ.

Dialektismy jsme v naší analýze nezaznamenali. Hauser za příklad dialektismů uvádí **šufánek** (naběračka) či **turkyň** (kukuřice).<sup>123</sup>

#### 4.1.2 Rozdíly sociální<sup>124</sup>

##### 4.1.2.1 Slang

Slang se řadí do nespisovné slovní zásoby spjaté se sociálním prostředím, a to pracovním nebo zájmovým.<sup>125</sup> Slang lze dále vnitřně členit na:

- Lexikální zásobu profesionální (stavovskou, tzv. profesionalismy), která zahrnuje nespisovné odborné názvy, pojmenování a obraty používané v pracovním okruhu.<sup>126,127</sup>
- Slovní zásobu slangovou (slang v užším smyslu), která je vázaná na projevy skupin zájmových<sup>128</sup> (studenti: *koule, labiny, stípko* aj., myslivci: *macek, norník, slechy* aj., sportovci: *silničář, svatyně* aj.)<sup>129</sup>

Pro profesní mluvu (a pracovní slang) je typická zejména významová jednoznačnost lexikálních jednotek v daném prostředí a vyjadřovací úspornost (tendence k jednoslovným pojmenováním; pro slangovou slovní zásobu je charakteristická velká synonymičnost, expresivnost, uplatnění jazykové hry, metaforičnost apod. Uplatňuje se přejímání z cizích jazyků. Hranice mezi jazykovými poloútvary, a tudíž i mezi jejich slovní zásobou, nejsou ostře vymezené. Např. profesní mluva a pracovní slang mohou splývat.<sup>130</sup> Proto pro potřeby práce

---

<sup>121</sup> Hauser 1980, s. 22.

<sup>122</sup> Odlišován bývá tzv. interdialekt, nadnářečí. Jedná se o větší nářečí vzniklé, po vymizení rozdílů, z několika dílčích dialektů (Jílek 2005, s. 10).

<sup>123</sup> Hauser 1980, s. 22.

<sup>124</sup> Slang a argot bývají označovány za tzv. poloútvary národní jazyka, neboť mají svá specifika pouze v lexikální rovině, kdežto gramatiku přebírají od jiných útvarů (Čechová a kol. 2008, s. 59).

<sup>125</sup> Hauser 1980, s. 23.

<sup>126</sup> Jílek 2005, s. 10.

<sup>127</sup> V řadě případů profesionalismy a pracovní slang v daném prostředí plní funkci odborné terminologie, nejsou však jako termíny kodifikované. Hranice mezi výrazy profesní mluvy (případně slangem) a terminologií je pak do jisté míry udržován uměle (Karlík a kol. 2012, s. 94).

<sup>128</sup> Hauser 1980, s. 23.

<sup>129</sup> Jílek 2005, s. 11.

<sup>130</sup> Karlík a kol. 2012, s. 94.

budeme slang v užším smyslu i profesionalismy zařazovat do jedné kategorie. Pro identifikaci slangových výrazů uijeme SSČ, SSJČ a SNČ. Případně Malý slovník českých slangů.

Příklad:

„Je to **jednička** turnaje.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

„Dvaadvacátý v **masáku**.“ – Závod smíšených štafet v biatlonu

#### 4.1.2.2 Argot

Argotem nazýváme mluvu lidí deklasovaných, vyřazených skupin společenských (zlodějů, příživníků, recidivistů, prostitutek apod.).<sup>131</sup> Smyslem užívání argotu je znesnadnit dekodování sdělovaného obsahu. Argotismy, které vešly v obecnou platnost (např. *bachař* – dozorce ve věznicí, *čórka* – krádež, *love* – peníze aj.) přestaly logicky plnit svou funkci. Lze však předpokládat, že v sociální skupině, kterou lze obecně označit jako závadovou, jsou produkovány nové jednotky (např. oblast drog – *snih*, *éčko*, *šleh* aj.). Důvodem převzetí argotismů (i starších) do slangu je snaha po neotřelém, vtípném vyjadřování, vymezení se oproti starší generaci v oblasti jazyka, snaha provokovat.<sup>132</sup>

Pro identifikaci argotismů využijeme SSČ a SNČ a následně výsledky porovnáme. Odlišíme tak, které argotismy již nejsou jako argotické pocit'ovány.

Při analýze jsme výskyt argotu nezaznamenali. SNČ jako argotické výrazy uvádí **cunt** (oznámení, hláška) či **čuřit** (proflámovat noc)

## 4.2 Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků

„Podle slohových příznaků se ve slovní zásobě vydělují zvláštní vrstvy slov hovorových, knižních, termínů, poetismů a publicismů. Ostatní slova nezařaditelná do jedné z těchto vrstev tvoří stylovou vrstvu neutrální, jejíž jednotky jsou bez omezení použitelné v libovolném projevu kterékoliv stylové oblasti“<sup>133</sup> Jak jsme již výše zmínili, termíny do taxonomie lexikálních prostředků nebudeme zahrnovat.

---

<sup>131</sup> Jedlička a kol. 1970, s. 60

<sup>132</sup> Jílek 2005, s. 12.

<sup>133</sup> Jílek 2005, s. 13.

### 4.2.1 Lexikální jednotky hovorové

Do lexikální slohové vrstvy hovorové patří pojmenování užívaná především v mluvených projevech stylové oblasti prostě sdělovací.<sup>134</sup> Mimo tuto oblast jsou stylově příznakové, to znamená, že se jich může užit v některých jiných stylových oblastech, např. v projevech publicistických, uměleckých jen za jistých podmínek; v podstatě vyloučeny jsou v projevech odborných, zvláště vědeckých.<sup>135</sup>

Uvnitř vrstvy se vyděluje část spisovná a nespisovná. Spisovná slova náležejí do tzv. hovorové češtiny (mluvené varianty spisovného jazyka). Nespisovná slova jsou složena z pojmenování územně a sociálně začlenitelných. Takto hovorovým slovem např. obecně české *moc*, *auťák*, *bacil*, slangové *dodávka*.<sup>136</sup>

Hovorová slova bývají často expresivní, výrazně tento příznak vystupuje u hodnotících adjektiv a adverbií: *ohromný*, *úžasný*, *fantastický*. Protože hovorová vrstva přísluší živému mluvenému jazyku, je v neustálém vývoji. Vyplývá z toho příznačná živost a novost.<sup>137</sup> Mnohé výrazy a spojení postupem doby ztrácí příznak nespisovnosti, např. *panelák*, nakonec mohou ztratit i příznak hovorovosti a přejít k neutrálnímu lexiku, např. *rychlík*, *sanitka*, aj.<sup>138</sup>

Pro naši práci nebudou vydělovány výše uvedené skupiny, všechny tyto jednotky budou zahrnuty pod slova hovorová. Pro identifikaci hovorové vrstvy využijeme SSČ a SNČ. Kromě slov nespisovných patří do stylové vrstvy také lexikální jednotky mluvené formy spisovného jazyka a hovorové výrazy s expresivním příznakem. Do této kategorie zařadíme i hovorová obrazná pojmenování.

Příklad:

„...nebudou příští okamžiky brnkat na nervy **moc** dlouho.“ – Čtvrtfinálové utkání v ledním hokeji

„Teď už to vyřešil **líp**.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

---

<sup>134</sup> Tamtéž.

<sup>135</sup> Jedlička 1970, s. 61.

<sup>136</sup> Jílek 2005, s. 14.

<sup>137</sup> Hauser 1980, s. 30.

<sup>138</sup> Jílek 2005, s. 14.

## 4.2.2 Lexikální jednotky knižní

Knižní prostředky nejsou vázány na žádnou stylovou oblast, v níž by se jich užívalo jako základních, nepříznakových.<sup>139</sup> Vázány jsou na psaný jazyk, vyskytují se však i v mluvených projevech slavnostního rázu.<sup>140</sup> V jazykové praxi je možné slova knižní identifikovat, srovnáme-li dané slovo se synonymem, o němž víme, že je neutrální, např. *pravit* – říct, *otázat se* – zeptat se, *prodlévat* – být, *maně* – náhodně, *záhy* – brzy. Mnohá knižní slova mají i časovou charakteristiku zastarávajících jednotek, např. *an* – který, *pročež* – proto, *šlojiř* – závoj aj.<sup>141, 142</sup>

Mezi prvky neutrálními a knižními je plynulý přechod. Vývoj postupuje v obou směrech: neutrální slova zklidňují a knižní se stávají neutrálními (příklad „zklidnění“: *evokovat*, naopak neutrálním se stalo např. *ekonom*, *investice*).<sup>143</sup>

Za knižní slova v naší práci považujeme ty jednotky, které jsou jako knižní označeny v SSČ. Tento slovník je nejaktuálnější ze všech slovníků vhodných k jejich identifikaci a nejlépe odráží výše zmíněný přechod mezi vrstvou knižní a neutrální.

Příklad:

„Dva **titáni** narazili do sebe.“ – Čtvrtfinálové utkání v ledním hokeji

## 4.2.3 Poetismy

„*Poetismy mají své místo jen v uměleckých projevech, především v poezii*“, uvádí Jedlička.<sup>144</sup> Tvoří specifickou lexikální vrstvu uměleckého funkčního stylu a jsou vytvořeny, aby textům pomáhaly plnit estetickou funkci.<sup>145</sup>

Osud poetismů je různý, řada z nich zanikla (*jezeřiště*, *mrtvolina* aj.), některé jsou i v současnosti vnímány jako poetismy (*bol*, *modrojas* aj.), některé získaly příznak knižnosti

---

<sup>139</sup> Jedlička 1970, s. 67.

<sup>140</sup> Hauser 1980, s. 32.

<sup>141</sup> Jílek 2005, s. 14.

<sup>142</sup> Jako zvláštní vrstva se uvnitř vrstvy knižní vydělují slova papírová, častá v administrativním vyjadřování: *stávající*, *rukoudání*, *pozůstávat z čeho* (Hauser 1980, s. 32).

<sup>143</sup> Hauser 1980, s. 32.

<sup>144</sup> Jedlička a kol. 1970, s. 67.

<sup>145</sup> Chloupek a kol. 1991, s. 253.



(*lučina, chrabry*) a jsou pocíťovány jako archaické. Existuje však i skupina slov, která ztratila svůj příznak, lze je hodnotit jako neutrální (*oslavenec, dalekosáhlý* aj.)<sup>146</sup>

Při identifikaci poetismů využijeme SSČ.

Výskyt poetismů jsme v našem zkoumaném vzorku nezaznamenali. Jílek pro tuto oblast uvádí jako příklady např. slova Bohumila Hrabala **bol** nebo **pábení**.

#### 4.2.4 Publicismy<sup>147</sup>

Publicismy jsou jednoslovná i víceslovné lexikální prostředky nepříznačkové ve stylové oblasti publicistické. Tyto prostředky plní specifické požadavky textů určených širšímu publiku (novinářské, politické, reklamní).

Na vzniku publicismů se podílí časový tlak na autora text, jehož důsledkem je jistá stereotypnost ve vyjádření (viz výše automatizace), a zároveň snaha zaujmout čtenáře, použít, vytvořit, neotřelé pojmenování (viz výše aktualizace).<sup>148</sup>

Publicistická slova jsou podle J. Chloupeka pro vymezení zvláště obtížná: „Jako publicismy nelze obvykle hodnotit jednotlivé výrazy, ale až více či méně ustálená slovní spojení – např. – *vypustit pokusný balónek; pracovat ve složitých podmínkách; dožívat se významného životního jubilea; bojovat o záchranu v lize; mocní tohoto světa; konzumní společnost* atd.“<sup>149</sup>

Publicistická slova a spojení vznikají posunem významu lexikálních jednotek původně náležejících do jiných oblastí vyjadřování, i zcela neutrálních. Mohou vzniknout rovněž nově (viz dále neologismy), a to např. sémantickým přenosem (viz dále metafora, metonymie, synekdocha), fixací dvou a více lexikálních jednotek v rámci automatizace, anebo pozměněním původní podoby frazeologismu v rámci aktualizace (viz dále víceslovná pojmenování).<sup>150</sup>

Při identifikaci jednoslovných publicismů použijeme slovník SSČ. Při výskytu publicismů víceslovných, které SSČ nezachycuje, ověříme jejich frekvenci výskytu ve všech korpusech publicistických textů, poté zjištěný číselný údaj porovnáme s četností výskytu ověřované lexikální jednotky ve všech korpusech řady SYN. Pokud výskyt spojení v korpusech

---

<sup>146</sup> Jílek 2005, s. 18.

<sup>147</sup> Hauser tuto lexikální vrstvu nezmiňuje.

<sup>148</sup> Jílek 2005, s. 18.

<sup>149</sup> Chloupek a kol. 1991, s. 145.

<sup>150</sup> Jílek 2005, s. 18.

publicistických textů je v porovnání s výskytem ve všech korpusech řady SYN minimálně poloviční, hodnotíme výraz za publicismus.<sup>151, 152</sup> Přestože tento postup není zcela přesný, pro potřeby naší práce jej považujeme za nejlepší možný.

Příklad:

„Rychlé **inkasované góly** nezničili jeho psychickou odolnost.“ – Semifinálové utkání ledního hokeje

„**Bude atakovat čas** Denise Herrmanové.“ – Sprint žen v biatlonu

### 4.3 Vrstvy lexikálních jednotek podle časových příznaků

Ve slovní zásobě jazyka probíhá stálý pohyb, některá slova vycházejí z užívání, zastarávají, jiná nově vznikají a dostávají se do oběhu. Zastarávání slov stejně jako vznik slov nových je projevem jazykového vývoje.<sup>153</sup> Hodnocení slov této časové platnosti je pro živost procesu nesnadné, údaje brzy pozbývají platnosti a mění se. Kromě toho je každé podobné oceňování do značné míry subjektivní. Poměrně stabilnější je jádro slov zastaralých, protože se udržují v povědomí starší generace a současně také tradicí a literaturou. Vrstva nových slov je nestabilnější, jako nové nebývá slovo pocíťováno dlouho.<sup>154</sup>

#### 4.3.1 Zastaralé lexikální jednotky

Jedná se o pojmenování, kterých se v soudobých projevech přestalo užívat nebo která jsou z užívání vytlačována. Jde o slova, kterých může být užito pro potřeby aktualizace vyjádření, z důvodů věcných, stylistických i expresivních<sup>155</sup> Mezi slovy zastaralými se rozlišují tzv. archaismy a historismy.<sup>156</sup>

---

<sup>151</sup> Výskyt spojení tržní mechanismus v korpusu SYN2013PUB byl zaznamenán ve 293 případech, ve 305 případech v korpusu SYN2009PUB a 438 případech v SYN2006PUB. Celkově se tedy toto spojení objevilo v publicistických korpusech v 1036 případech. Celkový výskyt ve všech korpusech činil 2036 případů. Na základě tohoto porovnání označíme spojení tržní mechanismus jako publicismus.

<sup>152</sup> Podobný postup použil v bakalářské práci i ŠEBESTA, L. Aktualizační prostředky v Televizních novinách a KRAJC, I. Výskyt aktualizacních jazykových prostředků v pořadu Události před a po změně jeho podoby v roce 2012.

<sup>153</sup> Jedlička a kol. 1970, s. 69.

<sup>154</sup> Hauser 1980, s. 40–41.

<sup>155</sup> Hauser 1980, s. 41.

<sup>156</sup> Karlík a kol. 2012, s. 94.

#### 4.3.1.1 Archaismy

Archaismy jsou pojmenování ustupující jinému pojmenování novějšímu, které se stalo běžnějším.<sup>157</sup> Hauser podle způsobu zastarávání rozlišuje slova zastarávající a slova zastaralá.<sup>158</sup> Jednotky zastarávající se postupně přestává užívat, jejich výskyt lze zachytit v rámci pasivní (někdy i aktivní) slovní zásoby starších generací. Jednotky zastaralé již nejsou součástí slovní zásoby dnešních uživatelů jazyka.<sup>159</sup>

Podle jazykové struktury rozeznáváme archaismy lexikální, hláskové, slovotvorné a sémantické.<sup>160</sup> „V případě archaismů obou typů platí, že dochází či došlo pouze k ústupu či zániku označení, jejich nahrazení novým slovem, které z nociónálního sémantického pohledu označuje identickou realitu. Nedošlo však k zániku věci, jevu, skutečnosti,“ uvádí Jílek.<sup>161</sup> Pro naši práci budeme brát v potaz pouze obecné archaismy bez dalšího vnitřního členění.

Archaismy identifikujeme za pomoci internetových slovníků SSČ, popřípadě, pokud by se výraz v SSČ neuváděl, využijeme SSSJČ či PSJČ.

Příklad:

„Vypadá to, že začíná ten závěrečný **šturm** českého týmu.“ – semifinále v ledním hokeji

#### 4.3.1.2 Historismy

Historismy jsou slova označující věci, jevy, poměry již zaniklé. Užívá se jich vždy v kontextu příslušné doby, na kterou se váží.<sup>162</sup> Historismy se převážně používají v textech odborných a uměleckých.<sup>163</sup>

Takové historismy, které jsou užity v kontextu minulých dob a zachovávají si čistě svou pojmenovací funkci, nepovažujeme v naší práci za aktualizací a do výskytu historismů je nezapočítáváme.

---

<sup>157</sup> Jílek 2005, s. 20.

<sup>158</sup> Hauser 1980, s. 41

<sup>159</sup> Jílek 2005, s. 20.

<sup>160</sup> Hauser 1980, s. 42.

<sup>161</sup> Jílek 2005, s. 20.

<sup>162</sup> Hauser 1980, s. 42.

<sup>163</sup> Jílek 2005, s. 21.

Historismy identifikujeme na základě slovníků SSČ, pokud bychom některý výraz neobjevili v SSČ, vyhledáme jej v SSJČ, následně v PSJČ.

V námi analyzovaném vzorku jsme výskyt historismů nezaznamenali. Jílek jako příklad historismů uvádí slova jako **halapartna**, **bukanýr** nebo **zlatý** (měnová jednotka).<sup>164</sup>

### 4.3.2 Neologismy

Neologismy jsou relativně nová slova, která dosud pevně nezakotvila v povědomí všech mluvčích nebo jsou alespoň ještě jako nová pocíťována.<sup>165</sup> S rostoucí frekvencí užívání tyto jednotky ztrácejí příznak novosti, pronikají do obecného užívání a stávají se neutrální součástí lexikálního systému.<sup>166</sup> Tento proces může být různě rychlý, některé neologismy však v jazyce nezakotví vůbec a zaniknou.<sup>167</sup>

Rozlišovány proto jsou neologismy v užším slova smyslu a širším slova smyslu. V užším smyslu se jedná o neologismy pouze s jednotkami perspektivními, pro něž platí tři zásady: musí odpovídat požadavkům jazykového systému, nejsou účelově vytvořené pro jednorázové použití, jejich perspektivnost prověří kolektivní užívání.<sup>168</sup> Jednotky, které nemají potenciál stát se obecně užívané a vejít do běžné součásti lexikálního systému, patří neperspektivní neologismy (nepřijatá náhrady za jiná slova), pojmenování okazionální (slova nahodilá, příležitostná), autorská slova (vytvořena pro potřeby určitého díla), pojmenování etapová a módní (označení nových plastických hmot apod.).<sup>169</sup> V širším pojetí však i ony patří mezi neologismy.<sup>170</sup>

V naší analýze nerozlišujeme, zda se v našem vzorku jedná o výrazy perspektivní či neperspektivní, protože nemáme kompetenci posuzovat, jestli se konkrétní neologický výraz stane či nestane v budoucnu součástí lexikálního systému.

Podle způsobu vzniku neologismů rozlišujeme: slovotvorné, souslovné, frazeologické a sémantické.<sup>171</sup> U slovotvorného způsobu utvoření neologismu lze rozlišit vznik odvozováním

---

<sup>164</sup> Jílek 2005, s. 21.

<sup>165</sup> Karlík a kol. 2012, s. 95.

<sup>166</sup> Jílek 2005, s. 21.

<sup>167</sup> Karlík a kol. 2012, s. 95.

<sup>168</sup> Jílek 2005, s. 21.

<sup>169</sup> Filipec, Čermák 1985, s. 99.

<sup>170</sup> Jílek 2005, s. 21.

<sup>171</sup> Hauser 1980, s. 46-48.

(*alkoholizovat se, estébák*), skládáním (*webmaster*), ztracováním (*socdemák*) a zpětnou derivací (*hanušovice – pivo*).<sup>172</sup> Sousední neologismy vznikají ze slov, která jsou v jazyce běžná a utvoří nová sousloví (*přenosový vůz*).<sup>173</sup> Neologismy frazeologické jsou typické zejména v oblasti publicistiky a hovorového stylu. Vznikají zde zcela nové jednotky (*dát něco do kupy, něco někomu trhá žíly*), popřípadě dochází k aktualizaci stávajících frazeologismů (*kdo má málo, chce víc, kdo má hodně, chce ještě víc*).<sup>174</sup> Publicisté aktualizují existující frazeologismy, či vytváří zcela nové jednotky, kvůli snaze o neotřelé vyjádření<sup>175</sup> (viz výše aktualizace). Sémantický typ neologismů je spojen s procesem vzniku nových významů u slov, která jsou v jazyce užívána (*artikulovat – ve smyslu cokoli říct; ještěrka – vozidlo k přemístování nákladů*).<sup>176</sup>

Neologismy vznikají z příčin vnějších a vnitřních (mimojazykové a vnitrojazykové<sup>177</sup>). Vnější mimojazykové příčiny jsou vyvolány společenskou potřebou pojmenovat nově vznikající skutečnosti<sup>178</sup>, odlišení společenských procesů, generační rozdíly a prestiž autora.<sup>179</sup> Vnitrojazykové důvody vzniku neologismů jsou odstranění variant, polysémie, homonymie, potřeba významové a stylové diferenciaci.<sup>180</sup>

Se stylovou oblastí odbornou se v tvoření a hlavně šíření neologismů stýká stylová oblast publicistická. Mnoho neologismů z nejrůznějších tematických okruhů se právě prostřednictvím publicistiky dostalo v obecnější platnost.<sup>181</sup> Zejména v těchto oblastech vznikají neologismy kvůli potřebě pojmenovat novou skutečnost<sup>182</sup>, odborné neologismy ale nepovažuje v našem pojetí za aktualizací (viz výše) a v naší práci jejich výskyt nesledujeme. V publicistických textech se kromě neologismů terminologické povahy vyskytují i neologismy

---

<sup>172</sup> Jílek 2005, s. 22.

<sup>173</sup> Hauser 1980, s. 46.

<sup>174</sup> Jílek 2005, s. 22-23.

<sup>175</sup> Junková 2010, s. 180.

<sup>176</sup> Jílek 2005, s. 23.

<sup>177</sup> Jílek 2005, s. 22.

<sup>178</sup> Hauser 1980, s. 44.

<sup>179</sup> Filipec, Čermák 1985, s. 99.

<sup>180</sup> Jílek 2005, s. 22.

<sup>181</sup> Hauser 1980, s. 45.

<sup>182</sup> Hubáček 1987, s. 97.

sloužící k aktualizaci vyjádření.<sup>183</sup> Takové neologismy splňují naše vymezení aktualizace (viz výše) a jejich výskyt sledujeme.

*„Každé nové slovo nebo pojmenování je v době svého vzniku hodnoceno jako neologismus a je pocíťováno jazykovým společenstvím jako neobvyklé.“*<sup>184</sup> Pro identifikaci neologismů využijeme databázi Neomat, jež byla mimojiné využita pro zpracování slovníků neologismů – Nová slova v češtině. Slovník neologismů (1998) a Nová slova v češtině. Slovník neologismů 2 (2004) a rovněž při tvorbě sborníku Neologizmy v dnešní češtině (2005).

Archiv je od roku neustále doplňován, od září 2015 aktualizace probíhá v pravidelných týdenních intervalech. Proto jej považujeme za vhodný prostředek ke zjišťování neologismů pro naši práci.

Za prostředky patřící do skupiny neologismů budeme považovat takové, které se vyskytují pouze v archivu Neomat a v žádném jiném slovníku (SSČ, SSSJČ, PSJČ, SNČ...). Takové jednotky, které jsou uvedeny zároveň v Neomatu a výše uvedených slovnících, jsou již lexikalizované a ztrácejí tak svůj časový příznak. Jsme si vědomi, že námi zadané kritérium k posouzení novosti lexika není bezchybné, ale pro účely této práce ho považujeme za dostatečné.

Příklad:

Brankář Gionta pouze **fotbalově**.“ – Čtvrtfinálové utkání v ledním hokeji

#### 4.4 Vrstva lexikálních jednotek expresivních

Za expresivní lexikální jednotky považujeme taková slova, u kterých je kromě základního (nacionálního) významu přítomen i příznak citový nebo volní.<sup>185</sup> Čechová uvádí expresivnost za konativní rys stojící v opozici oproti racionálnosti.<sup>186</sup> Za základ členění expresivních lexikálních jednotek lze považovat dělení expresivity na inherentní a

---

<sup>183</sup> STANĚK, Vladimír. Okazionalismy v současné české publicistice [online]. Naše řeč, 2002, roč. 85, č. 2. [cit. 04. 06. 2019]. Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7672>

<sup>184</sup> Jedlička a kol 1970, s. 71.

<sup>185</sup> Jílek 2005, s. 23.

<sup>186</sup> ČECHOVÁ, Marie. Příznakovost systémová a situačně-kontextová [online]. Naše řeč, 2005, roč. 88, č. 1. [cit. 04. 06. 2019]. Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7814>

adherentní.<sup>187</sup> Specifický charakter, jež nesouvisí s lexikálním významem, nýbrž s jejich užitím, má expresivita kontextová.<sup>188</sup>

Expresivní příznaky mají slova všech oblastí stylových i slova nespisovná. Výjimku tvoří odborné názvy, u nichž je expresivita přímo vyloučena (viz výše). Citovost vystupuje do popředí v živém mluveném projevu, proto se expresivní slova zhusta objevují ve vrstvě hovorové, ve slovech obecné češtiny, ve slangu a argotu.<sup>189</sup>

#### 4.4.1 Expresivita inherentní

Inherentní expresivita je obsažena v lexikálním významu či je s ním spjata.<sup>190</sup> Slovo s expresivitou inherentní má trvale expresivní charakter bez ohledu na kontext, v němž je použito.<sup>191</sup> Podle způsobu vyjádření rozlišujeme:

**Expresivitu hláskovou**, která se projevuje hláskovou stavbou slova, přítomností hlásek a jejich spojení neobvyklých u neutrálních slov (př. *-ajs/-ajz, předpatrové d', t', ň, j ve spojení se samohláskami zadní řady, zejména s u aj.*);<sup>192</sup> **expresivitu slovtvornou**, jež se dále dělí na: slova zdobnělá (deminutiva); zveličená (augmentativa); zesílení, zjemnění původní vlastnosti; názvy nositelů vlastní vyznačujících se nápadným znakem; názvy osob se zápornou předponou; negativní příznak zesilují cizí předpony (neboli předpony augmentativní)<sup>193</sup> a **expresivitu lexikálně sémantickou**, která je spjata se základním významem slova, a která sama označuje věci vyvolávající citové hodnocení.<sup>194</sup> Patří sem: citoslovce vyjadřující emoce, onomatopoeia a slova od nich odvozená; a slova, jejichž expresivita spočívá přímo ve významu.<sup>195</sup>

Kvůli nejednotnému řazení inherentně expresivních jednotek, kdy bychom některá slova museli zařazovat do více kategorií současně, jsme se rozhodli dílčí diferenciaci nezohledňovat. Tím se i vyhneme problémům s nejednotným řazením.

Příklad:

---

<sup>187</sup> V obou případech jsou expresivní konotační sémý součástí sémému, jsou tedy součástí lexikálních významů pojmenovacích jednotek (Jílek, Bednaříková a kol. 2015, s. 77).

<sup>188</sup> Jílek, Bednaříková a kol. 2015, s. 77-78.

<sup>189</sup> Hauser 1980, s. 51.

<sup>190</sup> Jílek, Minářová a kol. 2015, s. 78.

<sup>191</sup> Grepl a kol. 2003, s. 100.

<sup>192</sup> Jílek 2005, s. 23-24.

<sup>193</sup> Jílek, 2005, s. 24.

<sup>194</sup> Hauser, 1980, s. 49.

<sup>195</sup> Jílek 2005, s. 24.

„Zajede do **domečku**, do bezpečí.“ – Semifinálové utkání ledního hokeje

„...pro **veledůležitý** závěrečný úsek.“ – Závod smíšených štafet v biatlonu

#### 4.4.2 Expresivita adherentní

Význam expresivity adherentní může být spjat s jedním z významů polysémního (viz dále) lexikální jednotky, nikoliv však s významem základním, invariantem, který expresivní příznak nenese. Další význam(y), variantní, je (jsou) buď neutrální, nebo expresivní.<sup>196</sup>

Při identifikaci adherentní expresivity vycházíme z významu uvedeného u konkrétní jednotky v SSČ, který považujeme za lexikalizovaný. Pokud jednotka má přenesený lexikalizovaný význam, započítáváme ji do kategorie aktualizačních adherentních expresiv.

Příklad:

„Růžička **vládne** na levé straně.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

„Nás začíná **strašit** jméno Sulendálová.“ – Sprint žen v biatlonu

#### 4.4.3 Expresivita kontextová

Kontextová expresivita se vyznačuje úmyslným nenáležitým užitím jazykové jednotky v širším slova smyslu (nemusí jít tedy pouze o jednotku lexikální) v rámci stylové sféry, pro kterou není určená, obvyklá.<sup>197</sup> Tedy přenesení slova z jedné funkční oblasti do jiné.<sup>198</sup> V rámci stylizace textu je pak kontextové expresivity využíváno k dosažení ironie či slovního humoru.<sup>199</sup>

Jelínek uvádí, že hranice této expresivity se rozšířili téměř na všechny výrazové prostředky, které se nějak odlišují od neutrálního pozadí,<sup>200</sup> a proto pokud bychom při identifikaci takovýchto prostředků doslovně dodrželi výše stanovenou definici, museli bychom do této kategorie zařadit téměř všechny lexikální jednotky z taxonomie aktualizačních prostředků. Provedeme tudíž omezení a budeme se při naší analýze soustředit výhradně na jednotky, jejichž užitím autor dosahuje ironie nebo slovního humoru, zároveň však musí být

---

<sup>196</sup> Jílek 2005, s. 25.

<sup>197</sup> Jílek 2005, s. 25.

<sup>198</sup> Bečka 1948, s. 50.

<sup>199</sup> Jílek 2005, s. 25.

<sup>200</sup> JELÍNEK, Milan. Lexikologická a stylistická studie o expresivitě slova [online]. Naše řeč, 1963, roč. 46, č. 2. [cit. 04. 06. 2019] Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4942>



zachována výrazová nápadnost v daném kontextu. Zda se jedná v konkrétním případě o užití ironické, popř. humorné, v naší práci nerozlišujeme. Toto rozlišení totiž nemá žádný vliv na námi se zabývanou lexikální aktualizaci. O příslušnosti dané jednotky ke kontextové expresivitě jsme schopni, na základě definice uvedené výše, rozhodnout sami.

Příklad:

**„Oļegs Znaroks zrychlil rychlost žvýkání, povolil kravatu.“** – Semifinálové utkání v ledním hokeji

#### 4.4.4 Druhy expresivních příznaků

Expresivní příznaky se pocit'ují buď jako kladné<sup>201</sup>, nebo jako záporné<sup>202</sup>. U některých lexikálních jednotek však toto rozdělení vyhraněno není, mluvíme proto o citovém slově bez další specifikace.<sup>203</sup> V naší práci druhy expresivních příznaků nebudeme zohledňovat, a proto se jimi dále nebude zabývat.

#### 4.5 Vrstva lexikálních jednotek cizích

Největší část slovní zásoby tvoří slova domácího původu, kromě nich jsou tu však zastoupena i slova původu cizího.<sup>204</sup> Vrstva cizích slov není jednotka a vnitřně se rozčleňuje podle funkce, jazyků z kterých bylo slovo přejato, stáří přejetí a přizpůsobení slovům domácím.<sup>205</sup>

Pro naši analýzu lexikálních aktualizáčních jednotek považujeme za nejdůležitější členění podle míry přizpůsobení. Cizí lexikální prvky se dle míry přizpůsobení rozvrství na ose, jimiž krajními póly jsou slova zcela přizpůsobená a slova zcela nepřizpůsobená. První z nich, přizpůsobenou formou, hláskovou stavbou a mluvnicky, nazýváme slovy zdomácnělými. Jsou přizpůsobená natolik, že si cizost jejich původu neuvědomujeme.<sup>206</sup> Takové lexikální prostředky za aktualizáční nepovažujeme.

---

<sup>201</sup> Do citového příznaku pozitivního Jílek zařazuje slova důvěrná (familiární, laudativa), slova domácí (hypokoristika), slova dětská a eufemismy. (Jílek 2005, s. 26-27).

<sup>202</sup> Do citového příznaku záporného Jílek zařazuje slova hanlivá (pejorativa), zhrubělá, vulgární a dysfemismy (protipól k eufemismům) (Jílek 2005, s. 27-28).

<sup>203</sup> Hauser 1980, s. 50.

<sup>204</sup> Hauser 1980, s. 51.

<sup>205</sup> Tamtéž.

<sup>206</sup> Hauser 1980, s. 51-52.

Uprostřed mezi oběma krajními póly jsou slova přejatá.<sup>207</sup> Takzvaně částečně přizpůsobená slova.<sup>208</sup> Patří již k běžným lexikálním prostředkům, ale zachovávají si určitý rys cizosti.<sup>209</sup> Cizí původ se prozrazuje jejich formální stránkou, a to ve zvukové a grafické podobě, po stránce mluvnické se objevují odchylky při skloňování.<sup>210</sup> Typickým znakem je tak rozkolísaný pravopis.<sup>211</sup> Slova zdomácnělá a slova částečně přizpůsobená mohou příslušet i k jádru slovní zásoby<sup>212</sup>, proto je za lexikálních aktualizací jednotky pro naši práci nepovažujeme a jejich výskyt nesledujeme.

Na druhém krajním pólu jsou slova nepřizpůsobená, která se stále pocíťují a chovají jako cizí. Tvoří je pojmenování cizích reálií a slova citátová.<sup>213</sup> Cizí reálie udržují svůj výlučný ráz pro těsné sepětí s nezvyklou skutečností. Užívá se jich vždy ve vztahu k cizímu prostředí. Početnější skupiny představují pojmenování cizích měn; oděvů a jeho částí; jídel, nápojů apod.; zbraní atd.<sup>214</sup> Takováto slova bývají také označována jako exotická.<sup>215</sup> „*Jde o jakousi potenciální zásobu lexikálních prostředků, z níž některé výrazy mohou proniknout do domácího lexika, pronikne-li znalost jejich denotátů do našeho prostředí (kanoe) nebo je-li k nim v domácím prostředí nějaká obdoba (kaňon) nebo často též jako důsledek přenesení významu (bakšiš). Jinak mívají funkci charakterizační, charakterizují prostředí nebo dobu. V pravém slova smyslu exotické zůstávají ty výrazy, jejichž denotáty nejsou v našem prostředí známé, ale takové výrazy nelze počítat k domácí slovní zásobě, i když si je text může jazykově pro sebe zčásti adaptovat.*“<sup>216</sup>

Z těchto důvodů je zřejmé, že hranice mezi slovy zčásti přizpůsobenými a nepřizpůsobenými je plynulá.<sup>217</sup> Protože proces přizpůsobování cizích slov domácích je živý a

---

<sup>207</sup> Filipec, Čermák 1985, s. 121.

<sup>208</sup> Karlík a kol. 2012, s. 100.

<sup>209</sup> Hauser 1980, s. 52.

<sup>210</sup> Tamtéž.

<sup>211</sup> Karlík a kol. 2012, s. 100.

<sup>212</sup> Hauser 1980, s. 52.

<sup>213</sup> Hauser 1980, s. 52.

<sup>214</sup> Tamtéž.

<sup>215</sup> HRBÁČEK, Josef. Citátové výrazy a jiné periferní lexikální prvky cizího původu v slovní zásobě češtiny [online]. Slovo a slovesnost, 1971, roč. 32. č. 1. [cit 04. 06. 2019]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2061>

<sup>216</sup> HRBÁČEK, Josef. Citátové výrazy a jiné periferní lexikální prvky cizího původu v slovní zásobě češtiny [online]. Slovo a slovesnost, 1971, roč. 32. č. 1. [cit 04. 06. 2019]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2061>

<sup>217</sup> Hauser 1980, s. 53.

stále se prosazuje<sup>218</sup>, a protože pro skutečnosti, které označují slova cizích reálií, nemáme v českém jazyce jiná označení, ani tato slova nezapočítáváme do aktualizačních prostředků.

Druhou skupinu slov tvoří slova citátová, ty kromě funkce komunikativní (pojmenovací) mají funkce druhotné (stylistickou, expresivní), neboť lze místo nich použít jiné více či méně odpovídající domácí výrazy.<sup>219</sup> Jde o lexikální jednotky, které si zachovaly původní formu i výslovnost.<sup>220</sup> „*Za citátová slova by bylo možno obecně označit cizí slova, která nepronikla do obecného úzu, zachovávají si cizí charakter (grafický, zvukový i mluvnický), nejsou spojena slovotvornými ani sémantickými vztahy s ostatní slovní zásobou a zůstávají příznakovými prostředky z hlediska stylistického, protože z hlediska pojmenovacích potřeb jsou druhotná,*“ uvádí Hrbáček.<sup>221</sup> Hrbáček však doplňuje Hauser, který považuje citátová slova za vždy stylisticky příznaková.<sup>222</sup>

Proto ke slovům citátovým s aktualizačním potenciálem zahrneme i taková, která uplatňují pojmenovací funkci. Dále pak do této skupiny zahrneme cizojazyčné výroky větné podoby, jakými jsou přísloví a pořekadla,<sup>223</sup> a autentické cizojazyčné výroky slavných postav, označovaná jako okřídlená slova.<sup>224</sup> Za aktualizační prostředky nepovažujeme z hlediska vrstvy cizích slov kalky (doslovné překlady)<sup>225</sup> citátových slov. Ty svým přeložením do češtiny ztratili cizí příznak. Citátová slova pro svůj příznak cizosti není obtížné identifikovat. Proto jsme v jejich případě mohli rozhodovat na základě výše uvedených definic sami.

Příklad:

„Český tým dokázal využít v poslední době pár risků bez **gólmána**.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

---

<sup>218</sup> Tamtéž.

<sup>219</sup> HRBÁČEK, Josef. Citátové výrazy a jiné periferní lexikální prvky cizího původu v slovní zásobě češtiny [online]. Slovo a slovesnost, 1971, roč. 32. č. 1. [cit 04. 06. 2019]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2061>

<sup>220</sup> Karlík a kol. 2012, s. 100.

<sup>221</sup> HRBÁČEK, Josef. Citátové výrazy a jiné periferní lexikální prvky cizího původu v slovní zásobě češtiny [online]. Slovo a slovesnost, 1971, roč. 32. č. 1. [cit 04. 06. 2019]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2061>

<sup>222</sup> Hauser 1980, s. 54.

<sup>223</sup> HRBÁČEK, Josef. Citátové výrazy a jiné periferní lexikální prvky cizího původu v slovní zásobě češtiny [online]. Slovo a slovesnost, 1971, roč. 32. č. 1. [cit 04. 06. 2019]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2061>

<sup>224</sup> Hauser 1980, s. 54.

<sup>225</sup> Jílek 2005, s. 27.

„Snažil se **bekhendem** překvapit Pavla Francouze.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

## 4.6 Obrazná pojmenování

„Nejpříznačnější pro publicistiku je až nápadná obliba obrazného vyjadřování (...). Český tisk bývá zaplaven přirovnáními, metaforami a metonymiemi z lidové řeči, k nim se druzí obrazná rčení nynějších uživatelů jazyka, zato dosti omezený a stereotypně opakovaný je repertoár přejatý z mluvy biblické a náboženské vůbec, stejně otřele bývá vytěžováno několik motivů antických, mytologických a historických, rádo se sahá k obrazným rčením přeneseným z metajazyka, čerpá se z notoricky známých citátů literárních. Proto právě jen míra vlastních obrazných rčení redaktora rozhoduje o vytváření vyššího stylu publicistického, namnoze individuálního, spjatého s vyššími cíli slovesnými (...),“ uvádí Chloupek.<sup>226</sup> V publicistických textech nepřímá pojmenování naplňují funkci informativní, ale také upoutávají pozornost příjemců a oživují jazyk, dodávají mu naléhavost, pak tyto sdělení působí emocionálněji a procítěněji.<sup>227</sup> Jaklová uvádí, že obrazná pojmenování mohou obsahovat funkci persvazivní a to za předpokladu, že interpretace jejich obraznosti je jednoznačná, nikoliv otevřená jako v případě uměleckých textů.<sup>228</sup> Z důvodu jejich schopnosti upoutání pozornosti příjemců a oživení jazyka, považujeme nepřímá pojmenování za prostředky s aktualizacím potenciálem.

Mezi lingvisty panuje nejednoznačnost k pojetí obrazných pojmenování.<sup>229</sup> V naší práci proto vycházíme z Hausera, který v lexikologii rozlišuje podle typů přenesení metaforu, metonymii a synekdochu.<sup>230</sup> Hrabák chápe za základní kategorie pouze metaforu a metonymii, od nichž se odvozují další typy podřadných obrazných pojmenování.<sup>231</sup> Náš výběr doplníme o přirovnání a hyperbolu, a to z důvodů explicitnosti a charakteristické podobě těchto tropů.

---

<sup>226</sup> CHLOUPEK, Jan. Funkční styly dnes [online]. Naše řeč, ročník 77 (1994), číslo 2, s. 57-66. [cit 04. 07. 2019]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7174>

<sup>227</sup> Čechová a kol. 2008, s. 251.

<sup>228</sup> JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech [online]. Naše řeč, 2002, roč. 85, č. 4. [cit. 04. 07. 2019]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>

<sup>229</sup> Srov. Jílek 2005, s. 43, Chloupek a kol. 1991, s. 207, Čechová a kol. 2008, s. 251. Hauser 1980, s. 71, Karlík a kol. 2012, s. 97-99, Hrabák 1977, s. 139-156.

<sup>230</sup> Hauser 1980, s. 71.

<sup>231</sup> Hrabák 1977, s. 139.

#### 4.6.1 Metafora

Metafora je přenášení slov na základě vnější podobnosti denotátu. Podobnost se týká tvaru, barvy, umístění, rozsahu, funkce.<sup>232</sup> Zaujímá důležité místo v jazyce, myšlení i lidském chování vůbec. Tradičně je jazyková metafora vykládána jako pojmenování skutečnosti prostřednictvím výrazu primárně označujícího skutečnost něčím podobnou.<sup>233</sup> Společný znak nemusí vždy být znakem důležitým, ale bývá nápadný.<sup>234</sup> Metafora se dělí na aktuální a uzuální<sup>235, 236</sup>. Uzuální dále dělíme na ty, jejichž funkce je čistě pojmenovací a na ty, které fungují jako expresivní, tedy i aktualizací synonyma (viz níže).

Aktuální metafora se vyskytuje především v uměleckých a publicistických textech. Zdůrazňuje obraznost, jejich cílem je zprostředkovat nové vidění skutečnosti. Nepřenáší se pouze pojmenování, ale do jisté míry i celý jeho primární význam, který vytváří „pozadí“ (konotace) významu metaforického. Napětí mezi prvotním významem a novým kontextem dodává metaforickému pojmenování expresivnost.<sup>237</sup>

Uzuální metafora jsou taková přenesená pojmenování, která se pevně ustálila v systému jazyka. Rozlišujeme metafora, jejichž funkce je čistě pojmenovací a metafora, které fungují jako expresivní synonyma.<sup>238</sup> Ty mají kromě svého pojmenovacího významu působit vtipně či neobvykle, aby obrazné pojmenování vedle svého obsahu mělo i náležité citové zabarvení.<sup>239</sup> Uzuální metafora je častá také v ustálených slovních spojeních, ve víceslovných pojmenováních a zejména ve frazémeh (viz dále frazeologismy).<sup>240</sup>

Mezi metafora dále řadíme personifikaci (přenesení vlastnosti živých bytostí na neživou věc), synestézii (přenos pojmenování typického pro jeden ze smyslů do oblasti jiného smyslu), apelativizovaná propria (zobecněná vlastní jména)<sup>241</sup>, animizaci (přenos vlastností živé bytosti,

---

<sup>232</sup> Hauser 1980, s. 71.

<sup>233</sup> Karlík a kol. 2012, s. 97.

<sup>234</sup> Tamtéž.

<sup>235</sup> Bečka uzuální metafora označuje jako lexikální (Bečka 1992, s. 77), Hrabák uzuální metafora nazývá jako básnickou (Hrabák 1977, s. 143), Filipec používá obě označení (Filipec, Čermák 1985, s. 109).

<sup>236</sup> Jílek 2005, s. 44-45.

<sup>237</sup> Karlík a kol. 2012, s. 97-98.

<sup>238</sup> Jílek 2005, s. 45.

<sup>239</sup> Bečka 1948, s. 101.

<sup>240</sup> Karlík a kol. 2012, s. 98.

<sup>241</sup> Jílek 2005, s. 44-45.

ne však lidské, na neživou věc)<sup>242</sup>, katachrézi (spojení z odlišných tematických oblastí, kdy je mezi částmi spojení logický rozpor)<sup>243</sup> a naturifikaci (přenos skutečnosti z neživé přírody, případně světa předmětů civilizace, do sféry lidské psychiky, činů a úkolů).<sup>244</sup>

V naší analýze vynecháme dílčí členění metafor. Budeme se zabývat pouze těmi, které obsahují aktualizaci. Proto vynecháme i uzuální metafory s výjimkou těch, které mají podobu expresivních synonym a jsou proto v textu aktualizací. Není u nich totiž rozhodovací funkce pojmenovací, ale spíše se snaží v příjemci vyvolat emoci (viz výše), proto je rovněž zařadíme do naší analýzy. Významy jednotlivých uzuálních metafor budeme ověřovat pomocí slovníku, odlišíme tak oba typy a zařadíme jen ty s aktualizací jednotkou.

Příklad:

„Některé důležité **okamžiky utekly**.“ – Sprint mužů v biatlonu

„**V okolí** stadionu **byla cítit** nervozita.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

#### 4.6.2 Metonymie

Podstatou metonymii je přenášení slov na základě vnitřní (prostorové, časové, kvalitativní, funkční, příčinné atd.) souvislosti.<sup>245</sup> Na rozdíl od metafory si metonymii v podstatě vždy uchovává primární význam přenášeného pojmenování, pouze ho zasouvá do pozadí.<sup>246</sup> Neboť stejně jako metafora může být metafora aktuální (básnické) nebo uzuální (lexikalizované)<sup>247</sup>, je pro nás důležité rozlišování těchto dvou typů. Do naší analýzy nebudeme započítávat uzuální metonymii, která je automatizována.<sup>248</sup>

Bečka zmiňuje krom výše zmíněných dvou typů metonymie také typ přechodný. Ta se vyznačuje nelogickým spojením slov (např. *číst Hrabala*).<sup>249</sup> Hauser naopak rozlišuje metonymii strukturní (vedle významu původního má slovo také význam metonymický, např. *vláda, západ*, patří sem také konkretizace abstrakt), kontextovou (užití jména místo názvu, např.

---

<sup>242</sup> Hrabák 1977, s. 147.

<sup>243</sup> Junková 2010, s. 143.

<sup>244</sup> Srpová 1998, s. 119.

<sup>245</sup> Jílek 2005, s. 45.

<sup>246</sup> Karlík a kol. 2012, s. 98.

<sup>247</sup> Karlík a kol. 2012, s. 98.

<sup>248</sup> Srpová 1998, s. 120.

<sup>249</sup> Bečka 1948, s. 91.

*poslouchat Smetanu*) a etymologickou (přenos vlastních jmen osobních a místních na obecné označení osob a věcí, např. *mecenáš*).<sup>250</sup>

K metonymii řadíme také symbol, což je označení konkrétního předmětu, který je konvenčním znakem abstraktního pojmu (např. *kalich* – husitství).<sup>251</sup>

Pro zařazení těch metonymií, které obsahují aktualizaci, vycházíme z Bečkového rozdělení na aktuální, uzuální a přechodné a jako aktualizací prostředky chápeme všechny metonymie, které nejsou zcela ustálené (lexikalizované).

Příklad:

„Jak je to ošemetné, co Ivane, ty bys mohl vyprávět z Nagana 1998 svůj **bramborový příběh**.“ – sprint žen v biatlonu

### 4.6.3 Synekdocha

Synekdocha je považována za zvláštní typ metonymie.<sup>252</sup> Je založena na základě rozsahových poměrů denotátu<sup>253</sup>, neboli na souvislosti části a celku.<sup>254</sup> Dle toho rozlišujeme synekdochu typu *pars pro toto* (pojmenování části se přenáší na celek), *totum pro parte* (pojmenování celku se přenáší na část), *species pro genere* (pojmenování rodu druhem) a *genus pro specie* (pojmenování druhu rodem).<sup>255</sup>

V naší práci však jednotlivé typy synekdochického přenesení nezohledňujeme (z důvodu vysvětlených výše), uvádíme je zde pouze pro přesné vymezení termínu synekdocha.

Příklad:

„Střelba je pro **český hokej** hlavní problém.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

„Největším favoritem je **Německo**.“ – Závod smíšených štafet v biatlonu

---

<sup>250</sup> Hauser 1980, s. 74-75.

<sup>251</sup> Jílek 2005, s. 47.

<sup>252</sup> Karlík a kol. 2012, s. 99.

<sup>253</sup> Hauser 1980, s. 76.

<sup>254</sup> Karlík a kol. 2012, s. 99.

<sup>255</sup> Hrabák 1977, s. 151.

#### 4.6.4 Přirovnání

Přirovnání je uváděno jako zvláštní druh personifikace.<sup>256</sup> Ačkoliv personifikace, tedy i přirovnání, spadají pod metaforu (viz výše), v naší práci je oddělujeme, neboť přirovnání je explicitnější a má zpravidla jeden význam. Metafora nevyjadřuje vztah podobnosti explicitně a nese více konotovaných významů.<sup>257</sup> V prostě sdělovacím stylu jsou přirovnání nepříznačková, odkud pronikají do stylu publicistického. Autoři jimi chtějí navodit u příjemců zdání hovorovosti, což bývá podpořeno také užitím expresivních, hovorových i nespisovných lexikálních prostředků. Přirovnání v publicistických textech tak působí neobvykle, neotřele.<sup>258</sup>

Příklad:

„Byť ta hlavní zodpovědnost leží na tomto muži, ale Oļegs Znaroks, **jako zkušený pouliční válečník**, se toho nebojí, jde do toho zpříma.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

„Vyráží na opačnou stranu, **jako by ho píchla včela**.“ – Semifinálové utkání v ledním hokeji

#### 4.6.5 Hyperbola a hyperbolismus

Hyperbola představuje druh opisného pojmenování, které označuje denotát jako silnější a intenzivnější, než jaký ve skutečnosti je.<sup>259</sup> Lederbuchová charakterizuje hyperbolu jako přenos významu, který „*se děje na základě souvislosti mezi větším a malým v téže kvalitě, mezi velkou a malou mírou téhož. ... Podle kontextu zvyšuje patos sdělení, jeho tragično, anebo slouží komičnu. Zveličuje totiž již danou kvalitu – je účinná zvláště v rovině emocionální komunikace.*“<sup>260</sup>

Ve sportovní žurnalistice užívání hyperbol souvisí s vyjadřováním emotivity, která sportovní zápasy a soutěže často provází.<sup>261</sup> Nadsázku řadíme vzhledem k výše uvedené definici jako součást metafory, ale uvádíme ji pro svá specifika zvlášť. Rozpoznání hyperbol není obtížné, proto jsme zahrnutí dané jednotky pod hyperbolu mohli učinit sami.

---

<sup>256</sup> Bečka 1948, s. 105.

<sup>257</sup> Hrabák 1977, s. 143.

<sup>258</sup> Junková 2010, s. 138.

<sup>259</sup> Hrabák 1977, s. 136.

<sup>260</sup> Lederbuchová 2002, s. 117.

<sup>261</sup> Mlčoch 2002, s. 16.



Příklad:

„Obrovské gratulace.“ – semifinálový zápas v ledním hokeji

## 4.7 Pojmenování frazeologická a idiomatická

### 4.7.1 Pojmenování frazeologická

Za frazeologismy (frazémy) jsou označována víceslovná ustálená pojmenování s přeneseným (obrazným) významem. Ustálenost je základní podmínkou frazeologismů a projevuje se nezaměnitelností jejich slovních obsazení.<sup>262</sup> K typickým, i když ne zcela nutným znakům frazému patří metaforičnost a expresivnost.<sup>263</sup> Pro každý frazeologický obrat existuje neutrální vyjádření.<sup>264</sup>

Frazeologické obraty se uplatňují především v oblasti hovorové a publicistické. V oblasti umělecké pak charakterizují postavy.<sup>265</sup> Typickým znakem v žurnalistických textech je u frazémů častá aktualizace, které se jeví jako motivované.<sup>266</sup> Při takovéto aktualizaci dochází k porušení ustálenosti frazému. Frazém se sice jeví jako jednotka ustálená, jejíž jednotlivé prvky nefungují ve stejném významu samostatně, avšak z původní frazeologické jednotky může vzejít nová komplexní jednotka.<sup>267</sup> K sémantickým aktualizacím u frazému patří výměna složek obou částí (např. *Není důležité se zúčastnit, ale vyhrát. Sportem k trvalé invaliditě*), a častá je kontaminace, tj. směšování nebo křížení dvou frazeologických jednotek tak, že se uplatní z každé frazeologické jednotky jedna část (např. *Kdo jinému jámu kopá, až se ucho utrhne*). Setkat se můžeme také s pořekadly a příslovími obsahující aktualizovaný dovětek (např. *Práce šlechtí člověka, ale ničí tělo*), či s obměnami frazému beze změny smyslu (např. *Lež má dlouhé nohy, ale daleko neuteče*). „Některé frazeologické aktualizace natolik zobecnějí, že se automatizují tak, až se vytvářejí i samostatné, nejen formální, ale i sémantické obměny původních frazémů. Stane-li se původně aktualizované užívání frazémů běžným, frekventovaným prostředkem, dostává se do úzu, osamostatňuje se a funguje už nezávisle na

---

<sup>262</sup> Jílek 2005, s. 73.

<sup>263</sup> Karlík a kol. 2012, s. 71.

<sup>264</sup> Karlík a kol. 2012, s. 772.

<sup>265</sup> Jílek 2005, s. 73.

<sup>266</sup> Minářová 2011, s. 221.

<sup>267</sup> Junková 2010, s. 178.

*svém východisku. Aktualizace tak může podněcovat vývoj ve frazeologii, je jejím dynamizačním faktorem.*<sup>268</sup>

Frazeologismy můžeme rozlišovat podle oblasti jejich původu na tradiční frazémy lidové, knižní (literární), kulturní, sportovní, kolokviální atd.<sup>269</sup> V naší práci jsme ale využili rozdělení frazeologismů dle míry frazeologizace na frazeologismy s jedním frazeologizovaným členem nebo frazeologizované jako celek.<sup>270</sup>

#### **4.7.1.1 Frazeologismy s jedním frazeologizovaným členem**

V těchto typech frazeologismů je typickým znakem pouze jedno frazeologické slovo (např. *vlčí mák* – frazeologizováno je pouze slovo *vlčí*, *mák* nenese obrazný význam).<sup>271</sup>

Z důvodu terminologizace řady těchto termínů, takové frazeologismy nezapočítáváme do aktualizacních prostředků, protože jejich obraznost již není pocíťována, a je oslaben jejich aktualizacní potenciál. Výjimkou jsou takové frazeologismy s jedním frazeologizovaným členem, jež jsou výrazově nápadné, tedy aktualizacní. Terminologické frazeologismy, neboť jsou ustálené, uzuální, jsou ve většině případů obsaženy v SSČ. Na základě jejich definic a porovnání se SSČ můžeme o jejich výskytu rozhodnout sami.

Příklad:

„Hrát může Polášek, ale pro něj jsou to už **těžké kroky**.“ – Čtvrtfinálové utkání v ledním hokeji

#### **4.7.1.2 Frazeologismy frazeologizované jako celek**

V této kategorii se frazeologismus vyznačuje frazeologizovanými všemi členy pojmenování. Jílek tuto kategorii dále člení na frazémy nevětné, přechodné a větné.<sup>272</sup> My se však budeme řídit dělením podle Slovníku české frazeologie a idiomatiky (dále jen SČFI), který tuto kategorii dále dělí na frazémy neslovesné, slovesné a větné. Slovník dále použijeme při identifikaci frazémů. Častým rysem je aktualizace těchto frazeologismů (viz výše).

---

<sup>268</sup> ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie [online]. Naše řeč, ročník 69 (1986), číslo 4, s. 178-186. [cit 04. 11. 2019]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>

<sup>269</sup> Čechová 2008, s. 254.

<sup>270</sup> Jílek 2005, s. 73.

<sup>271</sup> Tamtéž.

<sup>272</sup> Jílek 2005, s. 73-75.

V publicistické oblasti s cílem ovlivnit čtenáře, posluchače, vyjádřit postoj, či hodnotit určitý jev.<sup>273</sup>

#### 4.7.1.2.1 Frazémy neslovesné

Frazémy neslovesné se od ostatních dvou typů frazému odlišují absencí slovesa. Jedná se o frazémy „(1) nominální (jmenné), tj. substantivní, adjektivní a zájmené, frazémy adverbiální (v širším smyslu okolnostní, cirkumstativní) a některé číslovkové, (2) frazémy relační, tj. prepozicionální (předložkové) a konjunkční (spojkové), deiktické (zvláště složená ukazovací a odkazovací zájmena) a partikulární (částice).“<sup>274</sup>

Příklad:

„Kryje se **seč ji síly stačí**.“ – sprint žen v biatlonu

„**Papírový favorit** obstál.“ – smíšený závod v biatlonu

#### 4.7.1.2.2 Frazémy slovesné

Slovesné frazémy jsou taková víceslovná pojmenování, která obsahují slovesa a která mají i ve své funkci a užití typický slovesný charakter. Ve větě především charakter komplexního přísudku.<sup>275</sup> Sloveso se začleňuje do projevu, přičemž se mluvnicky mění.<sup>276</sup>

Příklad:

„Kvarteto, které **si brousí zuby** na cenný kov.“ – Závod smíšených štafet v biatlonu

„Medaile mu **proklouzla mezi prsty**.“ – Závod smíšených štafet v biatlonu

#### 4.7.1.2.3 Frazémy větné

Frazémy mohou mít též podobu hotové věty, a to buď slovesné (*Ranní ptáče dal doskáče*), nebo neslovesné (*Všude dobře, doma nejlíp*), popřípadě též podobu souvětí. Do kontextu se zapojují jako celek.<sup>277</sup> Radíme mezi ně pranostiky, přísloví, pořekadla, okřídlená slova apod.<sup>278</sup> Pojmenování některých typů větných frazémů je obtížné, neboť některé ani

---

<sup>273</sup> ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie [online]. Naše řeč, ročník 69 (1986), číslo 4, s. 178-186. [cit 04. 11. 2019]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>

<sup>274</sup> SČFI 2 2009, s 9.

<sup>275</sup> Tamtéž.

<sup>276</sup> Jílek 2005, s. 74.

<sup>277</sup> Karlík a kol. 2012, s. 72.

<sup>278</sup> Karlík a kol. 2012, s. 73.

nemají ustálené a široce přijímané pojmenování. Byla pro ně vytvořeno velké množství nálepek, jež se vzájemně překrývají – aforismus, anekdota, hádanka, heslo, úsloví atd.<sup>279</sup>

Příklad:

„Vytoužené 6. místo se zdá být **tak blízko** českému týmu, a **přitom je tak daleko.**“ –  
Závod smíšených štafet v biatlonu

#### 4.7.2 Idiomy

„Od frazeologismů bývají oddělovány jednotky, v nichž se objevují tzv. monokolokabilní prvky, tedy takové, které se mimo tato spojení nevyskytují.“<sup>280</sup> Karlík a kol. uvádí, že od staršího užívání slova idiom ve významu ‚nepřeložitelný frazeologismus‘ se upouští.<sup>281</sup>

V našem analyzovaném vzorku jsme idiomy nezaznamenali. Jílek jako příklad idiomu uvádí pozdě **bycha** honit; myši mají **pré.**<sup>282</sup>

## 5 Metodika analýzy přímých přenosů biatlonu a ledního hokeje

Analyzovaný vzorek přímých sportovních přenosů v biatlonu a v ledním hokeji celkem obsahuje 5 relací. Analyzované biatlonové závody proběhly v období od 10. do 20. února 2018. Zápas ledního hokeje proběhly 21. a 23. února 2018. Pro analýzu přímých přenosů jsme vybrali dvě utkání ledního hokeje – čtvrtfinále (s prodloužením) a semifinále – a tři závody biatlonu – sprintu žen na 7,5 kilometrů, sprintu mužů na 10 kilometrů a závod smíšených štafet.

Zároveň jsme tyto přenosy vybrali s ohledem na očekávaný méně neutrální přístup komentátorů, a to vzhledem k zisku medailí v biatlonu<sup>283</sup> či vyřazovací části hokejového turnaje.

V ledním hokeji jsme analyzovali komentář Roberta Záruby od úvodního slova do konce živého vysílání, v závodech biatlonu žen a mužů komentář Jiřího Rejmana od úvodní

---

<sup>279</sup> SČFI 4 2009, s. 10.

<sup>280</sup> Jílek 2005, s. 75.

<sup>281</sup> Karlík a kol. 2012, s. 71.

<sup>282</sup> Jílek 2005, s. 75.

<sup>283</sup> Či ambicím ze ZOH 2014, kde český tým v závodech smíšených štafet získal stříbro.

znělky s představením komentátora a experta ČT do ukončení živého vysílání. Z analyzovaného vzorku jsme vyřadili rozhovory se sportovci a členy realizačního týmu (trenéry, členy svazu...), jež proběhly během vysílání. Důraz byl přitom kladen na co největší míru proporcionality v obou sportech, pro co nejobjektivnější vzorek. Celkový zkoumaný čas komentářů je u biatlonu cirká 240 minut a u ledního hokeje 260 minut.<sup>284</sup>

Všechny zkoumané relace živých sportovních vysílání nám zpřístupnil Archiv ČT. Ty kromě sportovního komentáře obsahují další žánry typické pro feature (viz kompoziční struktura feature výše) s jedním přerušением vysílání a změnou sportu na rychlobruslení. Jiné žánry, ani přerušения vysílání nebyly do analýzy zahrnuty. Všechny zkoumané záznamy jsou nahrány a přiloženy na přenosném médiu.

Diference obou sportů napovídá, že výskyt aktualizacních prostředků byl v obou sportech rozdílný. Proto kromě celkového počtu aktualizacních prostředků jsme zjistili výskyt těchto prostředků na minutu (viz níže), což nám přesněji vypoví práci s aktualizacními prostředky obou komentátorů

V analýze jsme v brali v potaz pouze hlavní komentátory sportovních událostí, tedy v hokeji Roberta Zárubu a v biatlonu Jiřího Rejmana. Spolkomentátory, Ivana Masaříka a Davida Pospíšila, stejně jako redaktory v terénu, jež zprostředkovávali rozhovory od sportovců či trenérů, a moderátory v pražském studiu ČT, kteří vytvářeli přestávkový program mezi třetinami zápasů ledního hokeje, jsme pro co největší přesnost analýzy do zkoumaného vzorku nezahrnovali.

Pokud byla některá aktualizacní jednotka nalezena ve vzorku vícekrát, započítali jsme každý její výskyt. Pokud některý aktualizacní prostředek náležel zároveň k několika příznakovým vrstvám, byl započítán ke každé zvlášť.

Identifikace jednotek probírala za pomoci slovníků SSČ<sup>285</sup>, SNČ, SSJČ, PSJČ<sup>286</sup>, SČFI, Malého slovníku českých slangů, databázi neologismů Neomat<sup>287</sup> a jazykových korpusů řady SYN.

---

<sup>284</sup> Biatlonový závod žen – 71 minut; biatlonový závod mužů – 86 minut; biatlonová smíšená štafeta – 75 minut; hokejové čtvrtfinále – 140 minut; semifinále 118 minut.

<sup>285</sup> V případě SSČ jsme pracovali s Internetovou jazykovou příručkou dostupnou online: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>

<sup>286</sup> V případě SSJČ a PSJČ jsme pracovali s Databází heslářů dostupnou online: <http://lexiko.ujc.cas.cz/heslare/index.php>

<sup>287</sup> Tato databáze je dostupná online na adrese: <http://www.neologismy.cz/>

Výsledná data uvádíme v následujících tabulkách. Ty jsou členěny podle jednotlivých příznakových vrstev. V každé tabulce je uveden celkový výskyt každé ze zjišťovaných forem aktualizacích prostředků podle námi provedené taxonomie. Dále jsme aritmetickým průměrem vypočítali výskyt aktualizacích prostředků na jednu minutu zkoumaného komentáře. Vzhledem k rozdílnosti sportů, a tak i výsledných komentářů, je tento průměr považujeme za hlavní srovnávací kritérium. Pod jednotlivé tabulky provedeme komparaci v rámci obou analyzovaných sportovních komentářů a dílčí shrnutí získaných výsledků.

## 6 Tabulky

LEDNÍ HOKEJ			
	Čtvrtfinále	Semifinále	Celkový výskyt
<b>Rozdíly geografické</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Slova obecné češtiny	0	0	0
Regionalismy	0	0	0
Dialektismy	0	0	0
<b>Rozdíly sociální</b>	<b>90</b>	<b>72</b>	<b>162</b>
Slang	90	72	162
Argot	0	0	0
<b>Celkem</b>	<b>90</b>	<b>72</b>	<b>162</b>

Tabulka 1 – Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům (lední hokej)

BIATLON				
	Závod žen	Závod mužů	Závod smíšených štafet	Celkový výskyt
<b>Rozdíly geografické</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Slova obecné češtiny	0	0	0	0
Regionalismy	0	0	0	0
Dialektismy	0	0	0	0
<b>Rozdíly sociální</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>38</b>
Slang	21	3	14	38
Argot	0	0	0	0
<b>Celkem</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>38</b>

Tabulka 2 – Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům (biatlon)

Z tabulek zachycujících vrstvu lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům je patrné užívání dominantně spisovného jazyka. Zachytili jsme výskyt pouze slov slangových, které jsou typické pro sportovní oblast (viz výše). Přičemž násobně vyšší počet slov slangových použil Robert Záruba při komentování čtvrtfinále a semifinále v ledním hokeji.

<b>LEDNÍ HOKEJ</b>			
	<b>Semifinále</b>	<b>čtvrtfinále</b>	<b>Celkový výskyt</b>
<b>Lexikální jednotky hovorové</b>	11	16	27
<b>Lexikální jednotky knižní</b>	1	11	12
<b>Poetismy</b>	0	0	0
<b>Publicismy</b>	20	37	57
<b>Celkem</b>	<b>32</b>	<b>64</b>	<b>96</b>

*Tabulka 3 – Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků (lední hokej)*

<b>BIATLON</b>				
	<b>Závod žen</b>	<b>Závod mužů</b>	<b>Závod smíšených štafet</b>	<b>Celkový výskyt</b>
<b>Lexikální jednotky hovorové</b>	3	10	3	16
<b>Lexikální jednotky knižní</b>	5	1	1	7
<b>Poetismy</b>	0	0	0	0
<b>Publicismy</b>	18	19	16	53
<b>Celkem</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>76</b>

*Tabulka 4 – Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků (biatlon)*

U vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků jsme napočítali nejvíce publicismů, a to v obou analyzovaných sportech. Pro oblast živého přenosu ze sportovní události je užívání publicismů typickým prvkem. Druhou nejčastěji užívanou oblastí jsou lexikální jednotky hovorové, které se v analýze ledního hokeje objevily 27krát, v biatlonu pak 16krát. Menší výskyt měly lexikální jednotky knižní, které se nejvíce vyskytly ve čtvrtfinále ledního hokeje. Žádný výskyt jsme nezaznamenali u poetismů.

LEDNÍ HOKEJ			
	semifinále	čtvrtfinále	Celkový výskyt
<b>Zastaralé lexikální jednotky</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
Archaismy	2	2	4
Historismy	0	0	0
<b>Neologismy</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Celkem</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>7</b>

Tabulka 5 – Vrstvy lexikálních jednotek podle časových příznaků (lední hokej)

BIATLON				
	Závod žen	Závod mužů	Závod smíšených štafet	Celkový výskyt
<b>Zastaralé lexikální jednotky</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Archaismy	0	0	1	1
Historismy	0	0	0	0
<b>Neologismy</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Celkem</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Tabulka 6 – Vrstva lexikálních jednotek podle časových příznaků

Z tabulek zachycujících výskyt lexikálních jednotek podle časových příznaků vyplývá jejich velmi nízká četnost. Komentátoři nepoužili historismy ani neologismy, s výjimkou čtvrtfinále ledního hokeje, kde Robert Záruba užil neologismus třikrát.

LEDNÍ HOKEJ			
	Hokejové semifinále	Hokejové čtvrtfinále	Celkový výskyt
<b>Expresivita inherentní</b>	<b>49</b>	<b>84</b>	<b>133</b>
<b>Expresivita adherentní</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>45</b>
<b>Expresivita kontextová</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>16</b>
<b>Celkem</b>	<b>76</b>	<b>118</b>	<b>194</b>

Tabulka 7 – Vrstva lexikálních jednotek expresivních (lední hokej)



<b>BIATLON</b>				
	<b>Závod žen</b>	<b>Závod mužů</b>	<b>Závod smíšených štafet</b>	<b>Celkový výskyt</b>
<b>Expresivita inherentní</b>	42	34	30	106
<b>Expresivita adherentní</b>	13	29	32	74
<b>Expresivita kontextová</b>	3	0	1	4
<b>Celkem</b>	<b>58</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>184</b>

*Tabulka 8 – Vrstva lexikálních jednotek expresivních (biatlon)*

Expresivní jednotky byly u obou komentátorů typickými prvky při popisování sportovních událostí. O tom také svědčí jejich vysoký výskyt. Nejnižší napočítaný počet měla expresivita kontextová, v utkáních ledního hokeje 16krát, v biatlonových závodech 4krát, naopak nejběžnějším typem byla expresivita inherentní s celkovým výskytem v utkáních ledního hokeje 133krát, v závodech biatlonu 106krát.

<b>LEDNÍ HOKEJ</b>			
	<b>Hokejové semifinále</b>	<b>Hokejové čtvrtfinále</b>	<b>Celkový výskyt</b>
<b>Slova citátová</b>	34	46	80
<b>Celkem</b>	<b>34</b>	<b>46</b>	<b>80</b>

*Tabulka 9 – Vrstva lexikálních jednotek cizích (lední hokej)*

<b>BIATLON</b>				
	<b>Závod žen</b>	<b>Závod mužů</b>	<b>Závod smíšených štafet</b>	<b>Celkový výskyt</b>
<b>Slova citátová</b>	6	0	6	12
<b>Celkem</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>12</b>

*Tabulka 10 – Vrstva lexikálních jednotek cizích (biatlon)*

Typickým znakem u vrstvy lexikálních jednotek cizích je diferenciací mezi jednotlivými sporty. Celkový počet slov citátových v utkáních ledního je násobně vyšší oproti závodech v biatlonu, v němž Jiří Rejman použil pouze 12 slov citátových.

LEDNÍ HOKEJ			
	Hokejové semifinále	Hokejové čtvrtfinále	Celkový výskyt
<b>Metaforická pojmenování</b>	<b>96</b>	<b>94</b>	<b>190</b>
Metafory	62	77	139
Přirovnání	3	3	6
Hyperbola a hyperbolismus	31	14	45
<b>Metonymická pojmenování</b>	<b>37</b>	<b>83</b>	<b>120</b>
Metonymie	21	29	50
Synekdochy	16	54	70
<b>Celkem</b>	<b>133</b>	<b>177</b>	<b>310</b>

Tabulka 11 – Obrazná pojmenování (lední hokej)

BIATLON				
	Závod žen	Závod mužů	Závod smíšených štafet	Celkový výskyt
<b>Metaforická pojmenování</b>	<b>67</b>	<b>64</b>	<b>51</b>	<b>182</b>
Metafory	31	37	29	97
Přirovnání	0	0	0	0
Hyperbola a hyperbolismus	36	27	22	85
<b>Metonymická pojmenování</b>	<b>25</b>	<b>18</b>	<b>81</b>	<b>124</b>
Metonymie	24	15	28	67
Synekdochy	1	3	53	57
<b>Celkem</b>	<b>92</b>	<b>82</b>	<b>132</b>	<b>306</b>

Tabulka 12 – Obrazná pojmenování (biatlon)

Vůbec nejtypičtějšími prvky aktualizačních prostředků v obou sportech byla obrazná pojmenování. V utkáních ledního hokeje se nejčastěji vyskytovaly metafory (139krát) a synekdochy (70krát), v závodech biatlonu metafory (97krát) a hyperboly s hyperbolismy (85krát). S celkovým výskytem 310 v utkáních ledního hokeje, resp. 306 v biatlonových závodech, byla tato pojmenování nejčastěji vyskytujícími se lexikálními jednotkami v celé analýze.

<b>LEDNÍ HOKEJ</b>			
	<b>Hokejové semifinále</b>	<b>Hokejové čtvrtfinále</b>	<b>Celkový výskyt</b>
<b>Frazeologismy s jedním frazeologizovaným členem</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Frazeologismy frazeologizované jako celek</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>27</b>
Frazémy neslovesné	3	7	10
Frazémy slovné	3	12	15
Frazémy větné	1	1	2
<b>Idiomy</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Celkem</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>32</b>

*Tabulka 13 – Pojmenování frazeologická a idiomatická (lední hokej)*

<b>BIATLON</b>				
	<b>Závod žen</b>	<b>Závod mužů</b>	<b>Závod smíšených štafet</b>	<b>Celkový výskyt</b>
<b>Frazeologismy s jedním frazeologizovaným členem</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Frazeologismy frazeologizované jako celek</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>17</b>
Frazémy neslovesné	1	0	6	7
Frazémy slovné	2	0	5	7
Frazémy větné	0	0	3	3
<b>Idiomy</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Celkem</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>17</b>

*Tabulka 14 – Pojmenování frazeologická a idiomatická*

Velmi nízký výskyt jsme zaznamenali u pojmenování frazeologických a idiomatických, přičemž výskyt idiomů u obou sportů byl nulový. Častěji se vyskytovaly frazeologizmy frazeologizované jako celek – lední hokej: 27; biatlon: 17. Naopak frazeologismy s jedním frazeologizovaným členem jsme v závodech biatlonu nezaznamenali vůbec, v komentáři k hokejovým utkáním celkem pětkrát.

## Závěr

Z výsledků provedené analýzy vyplynulo, že nejčastějšími prostředky s aktualizacím potenciálem jsou u obou sportů obrazná pojmenování. Ty Robert Záruba v analyzovaných utkáních ledního hokeje použil celkově 310krát, Jiří Rejman v závodech biatlonu 306krát. Po přepočtech výskytu obrazných pojmenování na minutu komentáře (což je pro nás relevantnější vzhledem k rozdílné délce zkoumaných komentářů) je však Rejman používal častěji než Záruba (Rejman 1,32 na minutu; Záruba 1,20 na minutu). Záruba nejčastěji z obrazných pojmenování použil metaforu (celkově 139krát – 0,54 na minutu komentáře), následovanou synekdochou (celkově 70krát – 0,27 na minutu komentáře). Rejman taktéž nejčastěji používal metafory (celkově 97krát – 0,41 na minutu komentáře), na druhém místě se z hlediska četnosti používání vyskytovala hyperbola a hyperbolismus (celkově 85krát – 0,36 na minutu komentáře). Zajímavým zjištěním byl výskyt metonymických pojmenování, resp. synekdoch u komentáře Jiřího Rejmana v závodě smíšených štafet – 53 synekdoch z celkových 57 výskytů ve všech zkoumaných závodech. Zjištění můžeme přičíst tomu, že závod byl specifický jak podstatou komentování týmových výkonů, tak svým průběhem.

Významnou vrstvou lexikálních jednotek s aktualizacím potenciálem v našem analyzovaném vzorku byly jednotky expresivní. Ty jsou pro sportovní žurnalistiku typické, protože hodnotí aktuálně probíhající skutečnost. V ledním hokeji jsme zaznamenali celkově 194 výskytů těchto aktualizacích jednotek. Z toho nejvíce v rovině inherentní (133), dále pak adherentní (45), a nejméně pak kontextové (16). V přepočtu na minutu komentáře vychází v hokeji výskyt expresivity na 0,76 jazykových prostředků za minutu. V komentářích Jiřího Rejmana během biatlonových závodů jsme zaznamenali celkově 184 výskytů expresivních jednotek. Stejně jako v ledním hokeji nejvíce v rovině inherentní (106), dále pak adherentní (74) a nejméně kontextové (4). V přepočtu na minutu komentáře Jiřího Rejmana vychází výskyt expresivity na 0,77 jazykových prostředků za minutu.

Pro komentář Roberta Záruby bylo také typickým znakem používání slangových výrazů, jež se celkově v analýze vyskytly 162krát. Tento výskyt však není nijak ojedinělý, neboť pro sportovní žurnalistiku je typické používání slangových profesionalismů, jimiž je docíleno větší lexikální bohatosti v textu (viz výše sportovní terminologie a slang). V biatlonovém komentáři Jiřího Rejmana se naopak tolik slangových jednotek nevyskytuje. Ve zkoumaných příkladech jsme je zaznamenali 38krát (0,16 na minutu komentáře).

Rovněž velký rozdíl mezi komentářem Roberta Záruby a Jiřího Rejmana jsme zaznamenali ve slovech citátových, která jsme řadili do vrstvy cizích lexikálních jednotek. V komentářích ledního hokeje jsme zjistili celkově 80 výskytů těchto slov (0,31 na minutu), oproti biatlonovému komentáři, kde jsme je zaznamenali celkově pouze 12krát (0,05 na minutu).

Nulový výskyt u obou komentátorů jsme zaznamenali u vrstev lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům, nepočítáme-li slangové výrazy, jež jsme uvedli již výše. V komentářích se neobjevily ani slova spadající do obecné češtiny, ani regionalismy nebo dialektismy. Obdobně tomu bylo u argotu, který jsme v celé analýze nezaznamenali ani jedenkrát. Tento výsledek by se mohl zdát překvapivý, neboť slova spadající do nespisovných vrstev jazyka můžeme při sportovních utkáních slyšet poměrně běžně. Konkrétně v naší analýze však všechna tato slova pronesli spolukomentátoři, jimž se ale naše analýza nevěnovala.

Ve vrstvě lexikálních jednotek podle slohových příznaků byl nejvyšší výskyt zjištěn u publicismů (v ledním hokeji 57 případů, v biatlonu 53 případů). Výskytem na minutu si je komentář Roberta Záruby a Jiřího Rejmana ve výskytu publicismů roven (0,22 na minutu komentáře). Druhým nejčastějším typem lexikální jednotky spadající pod tuto vrstvu se s celkovým výskytem 27 v ledním hokeji a 16 v biatlonu řadí jednotky hovorové (v hokeji 0,1 na minutu, v biatlonu 0,07 na minutu). Nízký počet jsme zaznamenali u slov knižních. V komentářích ledního hokeje pouze 12krát, v komentářích biatlonu 7krát. Vůbec nejnižší výskyt v této vrstvě lexikálních jednotek bylo u poetismů, jež jsme nezaznamenali. Tyto výsledky odráží očekávanou stylovou normu u živého sportovního komentáře.

Nízký počet jsme také zjistili u vrstvy podle časových příznaků – do zastaralých lexikálních jednotek jsme v ledním hokeji čtyřikrát započítali archaismus, v biatlonu pouze jednou. Ani neologismy se ve vybraných vzorcích často neobjevovaly. V komentářích ledního hokeje jsme jejich výskyt zaznamenali třikrát, v biatlonu jsme neologismus nezaznamenali. Nulový výskyt platí rovněž pro historismy.

Poměrně nízký výskyt jsme také zaznamenali u pojmenování frazeologických a idiomatických. Idiomy se v našem vzorku nevyskytly. Častějším typem byl frazeologismus frazeologizovaný jako celek – s celkovým výskytem 27 v ledním hokeji a 17 v biatlonu. V ledním hokeji jsme zaznamenali pouze pět výskytů frazeologismů s jedním frazeologizovaným členem, v biatlonu ani jeden takovýto výskyt. Tento nízký počet výskytů můžeme považovat za nezvyklý, avšak pro frazeologismus je typická metaforičnost sdělení a

vzhledem k rychle měnící se sportovní události je výpověď komentátorů zúžena na co nejkratší a nejdynamičtější úsek promluvy. Naopak vysoký výskyt sledujeme u obrazných pojmenování a především u zmíněných metafor.

Z provedené analýzy vyplývá, že v komentáři Roberta Záruby se s výjimkou vrstvy expresivní a lexikálních prostředků založených na obrazném pojmenování, objevilo více slov s aktualizacím potenciálem než v komentáři Jiřího Rejmana.

## **Seznam zkratk**

ČT – Česká televize

PSJČ – Příruční slovník jazyka českého

SČFI – Slovník české frazeologie a idiomatiky

SNČ – Slovník nespisovné češtiny

SSČ – Slovník spisovné češtiny

SSJČ – Slovník spisovného jazyka českého

## Seznam použité literatury a zdrojů

- BARTOŠEK, Jaroslav. Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky [online]. Naše řeč, 2002, roč. 85, č. 2. [cit. 2019-02-05]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>
- BARTOŠEK, Jaroslav. Základy žurnalistiky. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002. ISBN 80-7318-059-6.
- BEČKA, J. V. Česká stylistika. Praha, 1992. ISBN 80-200-0020-8.
- BEČKA, Josef Václav. Česká stylistika. 1. vyd. Praha: Academia, 1992. 467 s. ISBN 80-200-0020-8.
- BEČKA, Josef Václav. Úvod do české stylistiky. vyd. 1. Praha, 1948.
- BĚLOHRADSKÝ, V. Společnost nevolnosti: eseje z pozdější doby. Vyd. 1. Praha, 2007. ISBN 9788086429809.
- ČECHOVÁ, Marie a kol. Současná stylistika. Vyd. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.
- ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie [online]. Naše řeč, ročník 69 (1986), číslo 4, s. 178-186. [cit. 2019-04-11]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>
- ČECHOVÁ, Marie. Příznakovost systémová a situačně-kontextová [online]. Naše řeč, 2005, roč. 88, č. 1. [cit. 2019-04-06]. Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7814>
- ČECHOVÁ, Marie. Současná česká stylistika. Praha: ISV, 2003. Jazykověda. ISBN 80-86642-00-3.
- ČERMÁK, František, Hronek, Jiří a Machač, Jaroslav. Slovník české frazeologie a idiomatiky. 4. Výrazy větné. 1. vyd. Praha: Leda, 2009. 1267 s. ISBN 978-80-7335-215-8.
- ČERMÁK, František, HRONEK, Jiří a MACHAČ, Jaroslav. Slovník české frazeologie a idiomatiky. 3. Výrazy slovesné. 2., přeprac. a dopl. vyd., V nakl. Leda vyd. 1. Praha: Leda, 2009. 1247 s. ISBN 978-80-7335-218-9.
- Česká televize. Bronz Vítkové byl nejsledovanějším biatlonovým přenosem v historii ČT [online]. 11.02.2018 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <https://sport.ceskatelevize.cz/clanek/olympijske-hry/pchjongcchang-2018/bronz-vitkove-byl-nejsledovanejsim-biatlonovym-prenosem-v-historii-ct/5bca23f459841d79e18aba2d>
- Český národní korpus – SYN2006PUB. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2006. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>



- Český národní korpus – SYN2009PUB. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2010. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>
- Český národní korpus – SYN2013PUB. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2013. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>
- Český národní korpus – SYN2015. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2015. Dostupné z WWW: <http://www.korpus.cz>
- ČMEJRKOVÁ, Světlá, Ivana SVOBODOVÁ, František DANĚŠ a Jiří KRAUS. Čeština, jak ji znáte i neznáte. Praha: Academia, 1996, 259 s. ISBN 8020005897.
- Databáze excerpčního materiálu Neomat [online]. Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, Praha 2005-2019. Dostupné z WWW: <http://www.neologismy.cz/>
- DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008, 183 s. Bod. ISBN 978-80-7363-131-4.
- FILIPEC, Josef a ČERMÁK, František. Česká lexikologie. 1. vyd. Praha: Academia, 1985. 281 s.
- GREPL, Miroslav, Zdeňka HLADKÁ, Milan JELÍNEK, Petr KARLÍK, Marie KRČMOVÁ, Marek NEKULA, Zdenka RUSÍNOVÁ a Dušan ŠLOSAR. Příruční mluvnice češtiny. 2. opr. vyd. Editor Petr KARLÍK, editor Josef NEKULA, editor Zdenka RUSÍNOVÁ. Praha: Lidové noviny, 2003, 799 s. ISBN 8071061344.
- HAUSER, Přemysl. Nauka o slovní zásobě. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1980. 192 s
- HAVRÁNEK, Bohuslav. Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura. In: Spisovná čeština a jazyková kultura: [Pražský linguistický kroužek]. V Praze: Melantrich, 1932. s. 32-84.
- HLADKÝ, Miroslav. Žurnalistika v televizi. Praha: Novinář, 1986, 349 s.
- HRABÁK, Josef a Marie KRČMOVÁ. Poetika. 2. vyd. Praha: Československý spisovatel, 1977, 361 s.
- HRABÁK, Josef, Vladimír ŠTĚPÁNEK a Marie KRČMOVÁ. Úvod do teorie literatury. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987, 269 s. ISBN (Váz.).
- HRBÁČEK, Josef. Citátové výrazy a jiné periferní lexikální prvky cizího původu v slovní zásobě češtiny [online]. Slovo a slovesnost, 1971, roč. 32. č. 1. [cit 2019-04-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2061>
- HUBÁČEK, Jaroslav. Malý slovník českých slangů. Vyd. 1. Ostrava, 1988.
- HUBÁČEK, Jaroslav. O českých slanzích. Ostrava: Profil, 1979, 170 s.

- HUBÁČEK, Josef. Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1. - 4. ročníku základní školy. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 219 s.
- CHLOUPEK, Jan a kol. Stylistika češtiny: nár. vysokošk. učebnice pro stud. filoz. a pedag. fakult studijních oborů Český jazyk a literatura a Filologie. 1. vyd. Praha: SPN, 1991. 294 s. ISBN 80-04-23302-3.
- CHLOUPEK, Jan. Funkční styly dnes [online]. Naše řeč, ročník 77 (1994), číslo 2, s. 57-66. [cit 2019-04-07]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7174>
- Jak se dělá televize s ČT 2015, Robert Záruba In: Youtube [online]. 21.10.2015 [cit. 2019-03-25]. [čas: 00:03:50]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=KQGqyQ4T71c&t=291s>. Kanál uživatele GymTVPb.
- JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech [online]. Naše řeč, 2002, roč. 85, č. 4. [cit. 2019-04-07]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>
- JEDLIČKA, Alois a kol. Základy české stylistiky: učebnice pro studium učitelství pro zákl. devítileté školy na pedagog. fakultách. 1. vyd. Praha: SPN, 1970. 226 s
- JELÍNEK, Milan. Lexikologická a stylistická studie o expresivitě slova [online]. Naše řeč, 1963, roč. 46, č. 2. [cit. 2019-04-06] Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4942>
- JÍLEK, Viktor a Božena BEDNAŘÍKOVÁ. Jazykové prostředky s potenciálem porušit normu v oblasti mediálního zpravodajství. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 1 CD-ROM (233 stran). ISBN 978-80-244-4896-1.
- JÍLEK, Viktor. Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty: studijní text pro distanční studium. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2005. 125 s. ISBN 80-244-1246-2.
- JÍLEK, Viktor. Lexikologie a stylistika. Olomouc, 2003. 150 s.
- JÍLEK, Viktor. Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. 120 s. ISBN 978-80-244-2218-3.
- JUNKOVÁ, Bohumila. Jazyková dynamika současné publicistiky. 1. vyd. Praha: ARSCI, 2010. 238 s. ISBN 978-80-7420-007-6.
- KARÁSKOVÁ, Vlasta a Milena KROBOTOVÁ. Jazyková kultura aneb jak mluví učitel tělesné výchovy. Česká kinantropologie. Praha: Vědecká společnost kinantropologie, 2001, 5(1), 133-139.
- KARLÍK, Petr a kol. Příruční mluvnice češtiny. Vyd. 2., opr. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012. 799 s. ISBN 978-80-7106-624-8.

- KOŠČO, Ján. Žurnalistické žánry v televizi. Přeložil Danica KOZLOVÁ. Praha: Novinář, 1984, 179 s. Knihovnička Novináře, sv. 33. ISBN (Brož.).
- KRAJC, Ivo. Výskyt aktualizačních jazykových prostředků v pořadu Události před a po změně jeho podoby v roce 2012. Olomouc, 2015. Palackého univerzita v Olomouci. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Viktor Jílek, Ph. D
- LEDERBUCHOVÁ, L. Průvodce literárním dílem: Výkladový slovník základních pojmů literární teorie. 1. vyd. Jinočany: H&H, 2002. ISBN 80-7319-020-6.
- Lupa.cz. Letošní mistrovství světa v hokeji sledovalo téměř pět a půl milionu lidí [online]. 21.05.2018 [cit. 2019-25-03]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/letosni-mistrovstvi-sveta-v-hokeji-sledovalo-temer-pet-a-pul-milionu-lidi/>
- MediaGuru. ČT: MS v kopané v Rusku sledovalo 4,4 mil. diváků [online]. 17.07.2018 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/07/ct-ms-v-kopane-v-rusku-sledovalo-4-4-mil-divaku/>
- MediaGuru. Zimní olympiádu si na ČT pustilo 6,6 mil. lidí [online]. 26.02.2018 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/02/zimni-olympiadu-si-na-ct-pustilo-6-6-mil-lidi/>
- MINÁŘOVÁ, Eva. Stylistika pro žurnalisty. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. 289 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4.
- MISTRÍK, Jozef. Štylistika: vysokošk. učeb. pre filoz. a ped. fak. vys. šk. a pre Div. fak. VŠMU. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985. 582 s.
- MLČOCH, Miloš. Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. 44 s. ISBN 80-244-0397-8.
- MLČOCH, Miloš. Sportovní reportáž jako typ komunikační situace (Analýza pořadu S mikrofonom za hokejem). In Hovorená podoba jazyka v médiích. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2008. s. 287-294. ISBN 978-80-8094-293-9.
- OSVALDOVÁ, B. Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd. Praha, 2011. ISBN 978-80-2461899-9.
- OSVALDOVÁ, B. Zpravodajství v médiích. Vyd. 1. Praha, 2001. ISBN 8024602482.
- OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Encyklopedie praktické žurnalistiky. Praha: Libri, 1999, 256 s. ISBN 8085983761.
- PLESNÍKOVÁ, Monika. Jazykové prostředky v komentářích tradičních a moderních sportovních odvětvích (se zaměřením na televizní přenosy utkání ledního hokeje a florbalu). Olomouc, 2012. Palackého univerzita v Olomouci. Vedoucí práce: Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D.

- PŘEDNÁŠKA: Mgr. Robert Záruba – Jak se dělá sportovní žurnalistika? In: Youtube [online]. 19.01.2019 [cit. 2019-02-06]. [čas: 00:10:43]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pFSM5Hhs5GQ>. Kanál uživatele Diplomatické fórum.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa. Informace – text – kontext: nad současnou situací médií. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, 44 s. ISBN 9788024420592.
- Slovník nespisovné češtiny: argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost: historie a původ slov. 3., rozš. vyd. Editor Jan HUGO. Praha: Maxdorf, c2009, 501 s. ISBN 978-80-7345-198-1.
- Slovník spisovné češtiny [online]. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2008-2019. Dostupné z WWW: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>
- SRPOVÁ, Hana. K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita, 1998. 168 s. ISBN 80-7042-490-7.
- STANĚK, Vladimír. Okazionalismy v současné české publicistice [online]. Naše řeč, 2002, roč. 85, č. 2. [cit. 2019-04-06]. Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7672>
- STĚTKA, Václav. Média ve věku Globalizace [online]. Revue pro média č. 4: Média a globalizace, Prosinec 2002 [cit. 2019-02-21]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue04/esej\\_stetka\\_rpm04.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue04/esej_stetka_rpm04.pdf)
- SVOBODOVÁ, Ivana. K stylovému využití jazykových prostředků v televizní sportovní reportáži [online]. Z: Naše řeč, ročník 75 (1992), číslo 2, s. 72-77. Naše řeč. [cit. 2019-25-03] Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7060>
- ŠEBESTA, Libor. Aktualizační prostředky v Televizních novinách. Olomouc, 2012. Palackého univerzita v Olomouci. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Viktor Jílek, Ph. D
- ŠIMADL, Jak se šíří vychytávání I [online]. Z: Naše řeč, ročník 87 (2004), číslo 2, s. 57–75. Naše řeč. [cit. 2018-12-14] Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7768>
- ZIMA, Jaroslav. Sportovní televizní komentář (K jeho stránce jazykové a slohové) [online]. Z: Naše řeč, volume 55 (1972), issue 4, pp. s. 215-220. Naše řeč. [cit. 2019-03-25] Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=5636>

## Seznam tabulek

Tabulka 1 – Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům (lední hokej) .....	47
Tabulka 2 – Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům (biatlon) .....	47
Tabulka 3 – Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků (lední hokej).....	48
Tabulka 4 – Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků (biatlon) .....	48
Tabulka 5 – Vrstvy lexikálních jednotek podle časových příznaků (lední hokej) .....	49
Tabulka 6 – Vrstva lexikálních jednotek podle časových příznaků .....	49
Tabulka 7 – Vrstva lexikálních jednotek expresivních (lední hokej).....	49
Tabulka 8 – Vrstva lexikálních jednotek expresivních (biatlon).....	50
Tabulka 9 – Vrstva lexikálních jednotek cizích (lední hokej).....	50
Tabulka 10 – Vrstva lexikálních jednotek cizích (biatlon) .....	50
Tabulka 11 – Obrazná pojmenování (lední hokej) .....	51
Tabulka 12 – Obrazná pojmenování (biatlon).....	51
Tabulka 13 – Pojmenování frazeologická a idiomatická (lední hokej) .....	52
Tabulka 14 – Pojmenování frazeologická a idiomatická .....	52