

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra bohemistiky

**VYUŽITÍ LEXIKÁLNÍ EXPRESIVITY
V SOUČASNÉ TIŠTĚNÉ PUBLICISTICE**

Use of lexical expressivity in contemporary print media

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Tereza Kubíčková

Česká filologie se zaměřením na editorskou práci ve sdělovacích prostředcích

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

Olomouc 2014

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní všechny použité zdroje a literaturu.

V Olomouci dne 29. dubna 2014

.....
Tereza Kubičková

Děkuji Mgr. Darině Hradilové, Ph.D., za odborné vedení diplomové práce a poskytování cenných rad a připomínek.

Obsah

Úvod.....	6
1 Expresivita.....	7
1.1 Prostředky vyjádření expresivity v jednotlivých jazykových rovinách	7
1.2 Nositelé expresivity v lexiku.....	8
1.2.1 Emocionální hodnotící příznak	8
1.2.2 Slova s funkčněstylovým příznakem	9
1.2.3 Příznakovost slovní zásoby vymezené sociálně.....	9
1.2.4 Slovní zásoba vymezená časovým příznakem	10
1.2.5 Další lexikální prostředky expresivity	10
1.3 Zimovo pojetí expresivity	11
1.3.1 Expresivita inherentní	11
1.3.2 Expresivita adherentní.....	13
1.3.3 Expresivita kontextová.....	15
1.4 Čermákovo pojetí expresivity.....	16
1.5 Srovnání Zimovy a Čermákovy typologie expresivity.....	17
2 Komunikáty žurnalistického stylu	18
2.1 Struktura žurnalistických komunikátů.....	19
2.1.1 Titulek	19
2.1.2 Lead a perex	20
2.2 Zpravodajství.....	20
2.2.1 Seriózní vs. bulvární zpravodajství.....	21
2.2.2 Lexikální expresivita ve zpravodajství.....	21
2.2.3 Zpravodajské titulky.....	23
2.3 Publicistika	23
2.3.1 Publicistické žánry	24
2.3.2 Lexikální expresivita v publicistice	25
2.3.3 Publicistické titulky.....	26
3 Postup při analýze materiálů	27
3.1 Hypotéza.....	28
4 Mladá fronta DNES.....	29

4.1	Lexikální expresivita v deníku MF DNES v číslech.....	30
4.1.1	Sešit A.....	32
4.1.2	Sešit B.....	32
4.1.3	Sešit C.....	33
4.1.4	Sešit D.....	33
4.1.5	Shrnutí.....	33
4.2	Analýza materiálu excerpovaného z MF DNES.....	34
4.2.1	Inherentně expresivní výrazy.....	34
4.2.2	Adherentně expresivní výrazy.....	37
4.2.3	Kontextově expresivní výrazy.....	38
5	Blesk.....	39
5.1	Lexikální expresivita v deníku BLESK v číslech.....	40
5.1.1	Titulní strana, zadní strana.....	41
5.1.2	Téma.....	41
5.1.3	Politika.....	42
5.1.4	Čechy/Morava.....	42
5.1.5	Společnost.....	42
5.1.6	Servis.....	42
5.1.7	Sport.....	43
5.1.8	Zahraničí.....	43
5.1.9	Ostatní.....	43
5.1.10	Shrnutí.....	44
5.2	Analýza materiálu excerpovaného z deníku Blesk.....	44
5.2.1	Inherentně expresivní výrazy.....	44
5.2.2	Adherentně expresivní výrazy.....	46
5.2.3	Kontextově expresivní výrazy.....	47
6	Srovnání Mladé fronty DNES a Blesku.....	48
	Závěr.....	50
	Anotace.....	52
	Summary.....	53
	Literatura.....	54
	Seznam tabulek a grafů.....	57

Úvod

V demokratické společnosti zaujímají média důležité místo, obchodují totiž s vysoce ceněným zbožím – informací. Informace jsou lidem předávány různými způsoby, avšak téměř všechny jsou produktem žurnalistického odvětví. V naší práci se pokusíme zjistit, jakým způsobem je v tištěné publicistice, tedy v novinách, s informacemi nakládáno a jak jsou podávány čtenáři. Žurnalisté jsou si vědomi, že existují prostředky, jež mohou u čtenáře vyvolat zájem či emoce. Tyto prostředky označujeme jako expresivní. V naší práci se budeme zabývat přítomností těchto expresivních výrazů v novinách.

Zaměříme se na přítomnost lexikální expresivity v rámci celých publicistických textů. Pro své zkoumání jsme si záměrně vybrali dva odlišné deníky, a to seriózní Mladou frontu DNES a bulvární Blesk. Expresivita, tedy snaha zapůsobit na čtenáře, případně jej ovlivnit, je příznačná pro bulvární tisk. V seriózním tisku by se v ideálním případě objevovat neměla, avšak přesto se expresivní výrazy i do těchto novin dostávají. Cílem naší práce je zjistit v jaké míře a provést jazykové srovnání bulvárního deníku Blesk se seriózním deníkem Mladá fronta DNES z hlediska užívání lexikální expresivity. Domníváme se, že toto srovnání přinese spoustu zajímavých poznatků.

Abychom dokázali rozpoznat v textu expresivitu a správně ji určit, je nutné vycházet z teoretických informací o expresivitě, kterým je věnována první kapitola naší práce. V další kapitole se zaměříme na komunikáty žurnalistického stylu, v nichž budeme následně lexikální expresivitu zkoumat. Vycházíme z předpokladu, že zejména zpravodajství by mělo být expresivních výrazů ušetřeno, jelikož jeho primární funkcí je pouze o určité události informovat, na rozdíl od publicistiky, která události rozvádí, komentuje a obsahuje názory a stanoviska.

K vlastnímu výzkumu použijeme vydání Mladé fronty DNES a Blesku z období od 4. listopadu do 30. listopadu 2013. Oba tyto deníky nejprve charakterizujeme a následně podrobíme analýze, která by nám měla přinést informace o míře užívání lexikální expresivity v nich, o převládajícím typu expresivity a také o zastoupení lexikálně expresivních slov v jednotlivých částech komunikátů, a to jak na úrovni celých vydání, tak jednotlivých obsahově odlišných částí novin. Tyto údaje o obou denících poté budeme porovnávat a vyhodnocovat.

1 Expresivita

Pojmy expresivita a expresivní jsou poměrně často užívané a známé, přesto ale považujeme za vhodné je definovat. Vedle slov neutrálních, která nesou pouze pojmový (nociónální) význam, rozlišujeme v češtině také slova expresivní neboli expresiva. „Expresivum je lexikální výrazový prostředek vyjadřující citový, hodnotící a volní vztah mluvčího ke sdělované skutečnosti.“¹ Expresivní slova se tedy liší od neutrálních tím, „že vedle pojmového významu obsahují také pragmatickou² významovou složku vyjadřující citový a volní vztah mluvčího k sdělované skutečnosti.“³ Jak vidíme, obě definice expresivity se ve výkladu tohoto pojmu shodují.

Z uvedených definic jasně vyplývá, že co je expresivní, je také subjektivní. Každý člověk vnímá emoce a pocity jinak, tudíž je hodnocení expresivity velmi složité. Snažili jsme se v naší práci vyvarovat hodnocení ryze subjektivního. Oporou nám byl, zvláště při posuzování expresivity adherentní (viz dále), *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost* a také jeho internetová verze dostupná z <http://ssjc.ujc.cas.cz/>.

1.1 Prostředky vyjádření expresivity v jednotlivých jazykových rovinách

Prostředky expresivní mají charakteristický rys nápadnosti, který je odlišuje ve formální a významové rovině od prostředků neexpresivních. Expresivní významy mohou být nesené prvky všech jazykových rovin.

Ve fonetické rovině jsou nositeli exprese různé odchylky od fonetické normy (např. *hrrr na ně*), případně některé skupiny souhlásek (např. *prndat* ve významu žvanit). Ve fonologické rovině může být nositelem expresivity -ej- proti spisovnému -ý-/-í-. V morfologické rovině můžeme jako příklad uvést tvar nominativu plurálu maskulin na -ista: *idealisté* × *fašisti* (konkurence prostředku neutrálního a expresivního). Expresivita vzniká velmi často při slovotvorném procesu. Expresivitu mohou nést přípony jako -or (*vědátor* × *vědec*), -ačka (*smiřovačka* × *smíření*) apod. Rozsáhlé možnosti vyjadřovat

¹ *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 131.

² Pragmatika popisuje vztah jazykového znaku a účastníků komunikace s ohledem na komunikační kontext. (Tamtéž, s. 332.)

³ *Příruční mluvnice češtiny*. Vyd. 2., opr. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2012, s. 95.

emoce nabízí také rovina syntaktická (např. obrácené pořadí částí výpovědi, posouvání rématu na začátek věty).⁴

Nejvíce expresivity se vyskytuje ve slovní zásobě. Můžeme pozorovat tendenci vytvářet expresivní konkurenty k výrazům neutrálním všude tam, kde se mluvčí nemůže ubránit citovým postojům.

1.2 Nositelé expresivity v lexiku

V rámci slovní zásoby lze vedle slov neutrálních vyčlenit slova s nějakým specifickým příznakem. Těmto slovům nyní věnujeme pozornost, protože často nesou i příznak expresivity. Nezmiňujeme zde příznaky teritoriální, které se v námi zkoumané oblasti (aktuální tištěné publicistice) příliš nevyskytují.

1.2.1 Emocionální hodnotící příznak

Jak již bylo řečeno výše, expresivní slovo se od neutrálního odlišuje tím, že obsahuje subjektivní hodnocení, vztah mluvčího k dané skutečnosti. S tím souvisí pojem emocionálnost, který je příbuzný s pojmem expresivita – emocionální slova bývají expresivními. Avšak „emocionálnost je užší pojem než expresivita. Všechno, co je emocionální, je současně i expresivní, ale ne všechno expresivní je emocionální.“⁵ Emocionálnost se obvykle vztahuje pouze k vyjádření pozitivních nebo negativních vlastností. V rámci lexikální expresivity se na základě různých kritérií zpravidla rozlišují vulgarismy, depreciativa, eufemismy/meliorativa, dysfemismy/pejorativa, dětská slova, hypokoristika, deminutiva a augmentativa.⁶ Obvykle bývají rozdělována podle kladného a záporného hodnotícího příznaku.⁷

1.2.1.1 Kladně zabarvená slova

Mezi slova s kladným hodnotícím příznakem patří:

- familiární slova – užívána v důvěrném kontaktu blízkých osob, např. *miláček, srdíčko, zlatíčko*;
- hypokoristika – domácké obměny vlastních či příbuzenských jmen, např. *mamka, brácha, Pepek*;

⁴ Tamtéž, s. 775–776.

⁵ KROBOTOVÁ, Milena. *Úvod do české stylistiky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001, s. 37.

⁶ *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 132.

⁷ *Příruční mluvnice češtiny*. Vyd. 2., opr. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2012, s. 95–96.

- dětská slova – užívaná dětmi (či dospělými při rozhovoru s dětmi), např. *papat*, *hačat*, *bakany*;
- eufemismy (meliorativa) – zjemňující slova, snaží se zastřít nepříjemnou událost, situaci, např. *zesnout* místo zemřít, *dříve narozený* místo starý.

1.2.1.2 Záporně zabarvená slova

Vedle skupiny slov s kladným hodnotícím příznakem máme také slova s příznakem záporným, mezi která patří:

- pejorativa (depreciativa) – hanlivá, znevažující slova, např. *šmelinář*, *špicl*, řadí se k nim také augmentativa – slova zveličelá, např. *psisko*, *kusanec*;
- slova zhrubělá – např. *tlama*, *žrát*;
- slova vulgární – sem patří např. nadávky *hajzl*, *prase*;
- dysfemismy – protipól k eufemismům, dají se označit také jako hanlivá slova, např. *chcípnout* místo zemřít.

1.2.2 Slova s funkčněstylovým příznakem

Příznak expresivity však nemusí být pouze emociální. Některá slova jsou charakteristická pro určitý funkční styl, patří do jeho lexikální vrstvy a nesou tedy příznak, např. příznak odborného stylu (termíny), publicistického stylu, administrativního stylu apod.⁸ Jejich použití v jiné oblasti může poté nést příznak expresivity (konkrétně expresivity kontextové, viz dále).

1.2.3 Příznakovost slovní zásoby vymezené sociálně

Do této oblasti lexika spadá profesní mluva, slang a argot. „Profesní mluva je soubor termínů a frází užívaný skupinou zaměstnanců při pracovním procesu (např. profesní mluva zdravotnická: *pacoš* – pacient, *kožař* – kožní lékař ...).“⁹ Typická pro tuto mluvu je úspornost a přesnost. Slang je „soubor slov a frází užívaný skupinou lidí spjatých stejným zájmem, eventuálně též profesí“¹⁰ (např. vysokoškolský slang, sportovní slang). Argot je mluva společensky nižších, vyřazených vrstev. Pro slang a argot je typická velká synonymičnost a často také expresivita.

⁸ Tamtéž, s. 94.

⁹ Tamtéž.

¹⁰ Tamtéž.

Slangová pojmenování (nejčastěji z oblasti sportu) se hojně vyskytují i v tisku, kde mohou nabývat expresivního charakteru, a to zvláště při použití mimo oblast pro ně typickou.

1.2.4 Slovní zásoba vymezená časovým příznakem

Na periferii lexika z časového aspektu se nacházejí dvě skupiny slov – slova zastarávající (zastaralá) a slova nová. Mezi slova zastaralá patří archaismy (zastaralý jazykový prostředek, který ustupuje pojmenování novějšímu, běžnějšímu) a historismy (pojmenování zaniklých historických skutečností). Užití historismu či archaismu mimo beletristickou historickou literaturu může opět nést příznak expresivity. Totéž by se dalo říci i o slovech s příznakem knižnosti.

Slova nová, tedy neologismy, jsou neotřelá, dosud pevně nezakotvená v povědomí všech mluvčích. Tento příznak mohou postupně ztrácet a stát se součástí běžného lexika, nebo v jazyce nezakotví vůbec.¹¹ Neologismy často vznikají v rámci snahy o neotřelá pojmenování či, v současné době velmi hojně, jako přejímky z angličtiny. Tato slova opět mohou nést prvky expresivity, jsou v textu nápadná, a tím odlišena od slov neutrálních.

1.2.5 Další lexikální prostředky expresivity

Nositeli lexikální expresivity jsou často také slova příslušející k hovorové či obecněčeské vrstvě jazyka, ironické výrazy (dochází k posunu významu, ironické zabarvení vzniká záměrným užitím pojmenování v opačném významu místo přímého negativního označení, nepříznivého jevu nebo jeho hodnocení), idiomatické a frazeologické prostředky. Frazeologické prostředky se vyznačují tím, že se „slova v nich spojují do neměnných nebo jen omezeně modifikovatelných slovních spojení, že se jejich význam liší více či méně od významu, který vyplývá z významu komponentů, a že jsou provázeny konotacemi¹² podmíněnými významem jejich jednotlivých složek.“¹³ Idiomy nabývají expresivity, pokud se k nim přidá přirovnání, nebo pokud je to věta s příznakem intenzity. Tu je možno ještě stupňovat volbou expresivního slovesa (např.

¹¹ Tamtéž, s. 94–95.

¹² Konotace = sekundární významové rysy podílející se na pragmatické složce významu lexikálního, především rysy postojové, citově hodnotící, expresivní, estetické, intenzifikační, evokační aj. (*Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 225.)

¹³ Tamtéž, s. 772.

dostat ledovou sprchu, dělat někomu peklo). Svou nápadností vybočují ze sféry neutrálních lexikálních prostředků také slova v cizím jazyce a přísloví či pořekadla.

Expresivitu v lexiku podrobně zpracoval Jaroslav Zima (1961).

1.3 Zimovo pojetí expresivity

Jaroslav Zima dospívá ve své práci k trojímu dělení slovní expresivity.¹⁴

Ze slovní zásoby jazyka nejzřetelněji vynikají slova, u nichž poznáme expresivní charakter i bez kontextu. Expresivita je součástí jejich významu a souvisí s jejich hláskovou podobou a často i s typickou podobou slovotvornou (např. *tlust'och, hubeňour, velikánský, každíčký*). Tento typ expresivity, který lze rozeznat jazykovým povědomím, označuje jako **expresivitu inherentní**.

Druhý typ expresivity je poznatelný teprve dle jazykového kontextu. Slova mající v určitém kontextu svůj základní význam mohou v jiném kontextu nabývat expresivního charakteru (např. *robot* = těžká práce). Dochází tedy k významovému větvení. Tento typ Zima nazývá **expresivitou adherentní**.

Třetí typ expresivity nepatří svou podstatou do lexikologie, ale do stylistiky. Slovo může působit expresivně, aniž se jeho význam změní. Expresivně působí kvůli tomu, že se zřetelně odlišuje od svého jazykového okolí. Expresivita je způsobena interferencí různých stylistických vrstev. Tento typ označuje Zima jako **expresivitu kontextovou**.¹⁵

1.3.1 Expresivita inherentní

Expresivita je u těchto výrazů součástí jejich významu, pokud tedy nezmizí jejich častým užíváním. Skupina slov inherentně expresivních je velmi rozsáhlá a zahrnuje rozmanité typy lexikálních jednotek. Jejich společným znakem je nápadnost v systému jazyka.

Inherentní expresivita může spočívat v oblasti **hláskového skladu** (např. *fňukat, ochechule, chechtat*) a dále také ve **způsobu tvoření slov**. Nejobsáhlejší skupinou

¹⁴ ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: Studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961, s. 10–11.

¹⁵ Příruční mluvnice češtiny rozlišuje také trojí druh expresivity, v zásadě shodný s dělením Jaroslava Zimy. (*Příruční mluvnice češtiny*. Vyd. 2., opr. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2012, s. 95.)

inherentně expresivních slov jsou výrazy, jejichž expresivita je daná příponami, které svou „tvarovou a významovou nápadností označují výkyv od neutrálního základu zpravidla existujícího vedle slova expresivního.“¹⁶ Mezi tyto přípony patří u substantiv maskulin např. -ák: *kruťák, slad'ák*; -áč: *břicháč, naháč*; -ec: *pitomec, zchytralec*; -ek: *mazánek, ufnukánek*; -och: *tlust'och*; -ouš: *drahouš*; -oušek: *bucloušek, drahoušek*; -as: *mlad'as*; -an: *nosan*, -án: *chromán*; -our: *kaňour*, -ous: *mrňous* apod. Mnohem méně jsou v lexiku zastoupena inherentně expresivní slova daná příponami substantiv feminin, např. -na: *štěkna, šklebna*; -anda: *šuškanda, čumenda*; -izna: *babizna*; -ajzna: *tlamajzna*; -ule: *štěkule* (hádavá žena), -enda: *treperenda* apod. Nejmenší počet expresivních slovo tvorných typů rozlišujeme u neuter. Oproti různorodosti maskulin, která byla dána zvláště „příponami augmentativní povahy, pozorujeme u neuter, jejichž expresivita je spjata zejména s jejich deminutivností, expresivní augmentativnost jen ojediněle“¹⁷ (např. -isko: *chlapisko, psisko*).

Zvláštní skupinu tvoří slova s „výrazným vrstevním protikladem mezi slovním základem a příponou“¹⁸. K tomuto protikladu dochází spojováním domácího základu slova, který bývá často lidového nebo vulgárního charakteru, s cizí příponou spisovného jazyka (např. -ista: *kopálista, srandista*; -ant: *pracant*; -átor: *synátor*; -ián: *hrubián*; -ius: *milius*).

Dále může být inherentní expresivita daná změnou neživotnosti v životnost (např. u slovo tvorného typu -ina: *vyzáblina, vyčouhlina*) a „může být spjata s významovou změnou slovo tvorného typu (-árna s významem místním a jako projev vlastností)¹⁹. Jako příklad bychom zde mohli uvést slova typu *rošťárna, sprostárna* či *ulejvárna*. Expresivita slov daná způsobem tvoření slov se může projevat jak v oblasti derivace, tak také v oblasti kompozice, a to buď reduplikací (např. *temnotemný, černočerný* apod.), nebo v případě jmenných složenin předponových (např. *arci-: arcilotr, arciblázen*; *vele-: velebřichatý*; *obr-: obrvůl*; *truc-: trucspoklek, erc-: ercbaba* apod.

¹⁶ ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: Studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961, s. 14.

¹⁷ Tamtéž, s. 21.

¹⁸ Tamtéž, s. 22.

¹⁹ Tamtéž, s. 41.

Zvláštní část inherentní expresivity tvoří **substantivní deminutiva**. V této oblasti je nutné řešit mnohé případy jazykovým povědomím lexikografa. Jaroslav Zima uvádí ve své práci určité principy, které určují povahu deminutiv s poměrně značnou jistotou. Podle Zimy tkví jejich expresivita:

- a) v kvalitativní změně významu, při níž se kvantita deminutivního výrazu se zřetelem ke slovu základnímu – nemění (*halířek, mlíčko*);
- b) v slovtvorném zařazení slova vyjadřující pojem kvantitativně neomezený do kategorie kvantitativní omezenosti (u abstrakt: *neštěstí – neštěstíčko*);
- c) v nekongruenci významu základu s příponou augmentativní anebo základu, který má vůbec sémantický znak velikosti nebo depreciativnosti, a deminutiva s příponou zmenšující (meliorativní): *velikán – velikánek, vrah – vrahoušek (...)*.²⁰

Charakteristickou vlastností těch to slov je, že mají svůj neutrální ekvivalent.

Nápadností v jazykovém systému se vyznačují také **citoslovce a onomatopoeia**. Tato slova ovšem často vyjadřují jedinečný zvuk a proto nejsou expresivní (nemají žádná synonyma). Lexikální expresivity tedy nabývají pouze nečetné výrazy, které synonyma mají, jako je např. *ňafat*.

1.3.2 Expresivita adherentní

Jak již bylo řečeno výše, u adherentní expresivity dochází k větvení významu slova, jež potom má vedle svého neutrálního významu také význam(y) expresivní. Expresivitu adherentní rozpoznáváme kombinací dvou metod – onomaziologické a sémaziologické. „Onomaziologie nás vede k poznání příčin a způsobů vzniku adherentní expresivity: jsou jimi zpravidla přesuny mezi různými odlišnými oblastmi pojmenování. Sémaziologie dospívá k poznání podstaty adherentní expresivity srovnáním se stylisticky neutrálním ekvivalentem.“²¹ Expresivita může vznikat:

- přesuny pojmenování **uvnitř oblasti jevů lidského života**, např. *překousnout* – s námahou překonat, *vypotit* – pracně vytvořit, *kyklop* – silný člověk, *barbar* – nevzdělaný člověk, *d'ábel* – zlý člověk, *vykouzlit* – vytvořit něco neobyčejného, *veterán* – starý zasloužilý pracovník, *louskat* – namáhavě řešit apod.;
- pojmenováním skutečností z oblasti **lidského života výrazy z okruhu života živočišného**, např. *čumák, tlama, huba, zobák* při označování částí lidského

²⁰ Tamtéž, s. 41.

²¹ Tamtéž, s. 82–83.

těla, dále také výrazy typu *pojít, scípnout, vyštěknout, poletovat, zanášet* či *lišák* – o zchytralém člověku, *beran* o neústupném člověku apod.;

- přesunem pojmenování z oblasti **živočišstva, rostlin a přírodních jevů do jiných oblastí**, např. *roj* – větší neuspořádané množství jedinců; *zamrzlý* – nehybný, ustrnulý; *záplava* – velké množství; motor *předl*; *zavyl* klakson apod.;
- záměnou pojmenování z oblasti **neživé hmoty a lidského života**, např. *bidlo*, *tyčka* – hubený člověk; *bečka* – tlustý člověk; *bačkora* – trpný, nepodnikavý člověk; *roztávala* před mužem; životem *odložen* lidé apod. Do této oblasti svou povahou spadají také **personifikace**, které ale ve své podstatě expresivní nejsou. „Přesuny pojmenování lidských dějů do oblastí jevů přírodních a hmotných jsou v jazyce situací odedávna běžnou (...), mizí tedy v tomto významovém přesunu nápadnost, která je základním znakem expresivity.“²² Zvláštním případem však jsou personifikace v neobvyklých okruzích představ, např. *ve vnitřnostech vozu to zasakrovalo, autobus dal se v cval*. Tyto případy se od ustálených personifikací liší, můžeme je považovat za nápadný expresivní prostředek, ale v těchto případech nejde dle Zimy o expresivitu lexikalizovanou, nýbrž o expresivní obrazné aktualizace. K nim patří také tzv. **synekdochické personifikace** – vyjádření, kdy místo pojmenování osoby uijeme např. názvu charakteristických částí oděvu, který nosí, např. *uniforma* – policista.

Podstatou adherentní expresivity je významová nápadnost slova těsně spjatá s emocionálností. Tuto významovou nápadnost můžeme analyzovat pohybem významových znaků a rozpoznáváme tak dva základní aspekty expresivních významů slova: **intenzifikaci a konkretizaci**. Intenzifikace je jev povahy převážně kvantitativní, skutečnost je označována pojmenováním, jehož význam má znaky nadměrnosti (např. *hoch se valil*). Konkretizace je jev povahy kvalitativní, jde o směřování od abstraktního ke konkrétnímu (např. *letět, klusat* – rychle jít; *věčnost* – dlouhý čas apod.). Obě tyto složky se často ve významu slov prolínají (např. *ta barva řve*). „Expresivní intenzifikace a konkretizace jsou sémantickou stránkou přesunů pojmenování z jednotlivých oblastí skutečnosti (...).“²³

²² Tamtéž, s. 72.

²³ Tamtéž, s. 78.

1.3.3 Expresivita kontextová

U obou výše popsaných typů expresivity je expresivita součástí významu slova. Jinak tomu je u expresivity kontextové – slovo může být nápadné i tím, že se výrazně odlišuje od kontextu, aniž se jeho význam pozměňuje. Chceme-li zkoumat expresivitu komplexně, musíme se tedy přesunout z oblasti lexikologie do stylistiky.

Podstatou kontextové expresivity je substituce sémanticky ustálených vztahů vztahy nečekanými. Tato substituce bývá jazykově rozmanitě realizována, Zima uvádí zvláště tyto stylistické postupy²⁴:

- **vyjadřování obrazné** – např. *zrzavé dámy podaly veřejnému mínění (publicistovi) ruce*;
- **interference lexikálních prvků různých stylistických vrstev** – např. užívání prostředků z oblasti mluvy o dětech a k dětem v projevech dospělých (v ústrety jim *přihopkala teta Kateřina*); pronikání výrazných prvků slangu kancelářského, obchodní nebo účetní terminologie do projevů hovorových (*série tet, švagrových a sestřenic*);
- **transpozice mezi jednotlivými oblastmi pojmenování** – např. transpozice pojmenování lidských jevů do oblasti živočišné (znepokojený *bernardýn s počestným obličejem*); transpozice mezi pojmenováními lidských jevů a přírodních dějů (za posledních let byla *sklizeň bratranců a sestřenic*); přesuny z oblasti jevů hmotných do oblasti jevů životných (*pánové, jimž kanula se rtů učenost*).

Kontextová expresivita ale může vznikat i jinými způsoby, než substitucí ustálených sémantických vztahů nečekanými, a to při tvoření nových slov (např. od psa nebo *nepsa*). Vedle neologismů působí expresivně i cizojazyčné prvky (vzhledem k odlišnému kontextu), disfunkční užití citátů a přísloví.

Základním rysem kontextové expresivity tedy je „výrazná rozdílnost prvků, z nichž se expresivní vyjádření skládá, a tato rozdílnost tvoří ve vědomí čtenáře dojem nápadnosti“.²⁵ Uvedené protiklady pozorujeme mimo oblast významu slova, v oblasti určitého úseku promluvy. „Podstata kontextové expresivity je tedy lingvisticky obdobná

²⁴ Tamtéž s. 89–93.

²⁵ Tamtéž, s. 93.

podstatě expresivity lexikální, projevuje se však zpravidla na úrovni vyšších jazykových jednotek.²⁶

1.4 Čermákovo pojetí expresivity

Expresivitou slova a typy expresivity se v kontextu české lingvistiky nezabýval pouze Jaroslav Zima, ale také František Čermák²⁷, u kterého došlo k určitým změnám v pojetí expresivity. Expresivitu chápe jako pragmatický aspekt lexému (tj. jednotky v systému) nebo jeho užití (tj. jednotky v textu) a účinek, který se posluchačem vnímá jako nápadný v důsledku dvojího typu odchylky od většinového úzu a očekávání, a to ve smyslu syntagmatickém nebo paradigmatickém. Možné dělení na složky paradigmatické a syntagmatické je, jak Čermák uvádí, pouze orientační a je třeba ho dále ověřovat. Avšak zdá se, že „dominantní paradigmatickou povahu má obvykle konotace, evokace, symbolický význam, zatímco povahu syntagmatickou lze přisoudit afektivnosti, apelu, kontaktu, zdvořilosti.“²⁸

V přehledu lze tedy uvažovat podle Čermáka tyto typy expresivity:

Jednotka v systému

odchylka proti většinovému úzu a očekávání ve smyslu:

1. *syntagmatickém*

- v aspektu sémantickém: *zelené zlato, hubeňour, zlobidlo* (neobvyklé ustálené kombinace slov a morfémů)
- v aspektu formálním: *arci, toť, řečičky, prdel, uudit* (ustálené kombinace fonémů *rc, toť, čič, prd-* a morfémů)

2. *paradigmatickém*

- v aspektu sémantickém: *palice* (ve významu hlava, význam hlavy je metaforicky neobvykle odvozený od základního)
- v aspektu formálním: *Brňák* (oproti *Brňan*)

Jednotka v textu

odchylka proti většinovému úzu a očekávání ve smyslu:

1. *syntagmatickém*

²⁶ Tamtéž, s. 108.

²⁷ ČERMÁK, František. *Lexikon a sémantika*. Praha: Lidové noviny, 2010, s. 124–125.

²⁸ Tamtéž, s. 50.

- v aspektu sémantickém: *a ten darebák pravil, subjektivno tápalo* (neobvyklé neustálené kombinace slov a významů)
- v aspektu formálním: *listí sviští a šustí* (neobvyklé kombinace a kumulace sibilant)

2. *paradigmaticém*

- v aspektu sémantickém: ?
- v aspektu formálním: *zázraka* (neobvyklá koncovka *-a* v kontrastu k obvyklé koncovce *-u*)

1.5 Srovnání Zimovy a Čermákovy typologie expresivity

Rozdílem u Čermáka oproti Zimovi je vydělení expresivity od sémantiky. „Pragmatické pojetí založené na té složce pragmatické funkce, která se týká působení jazykového znaku (re/produkovaného mluvčím) na posluchače, studuje tedy účinek a nikoli význam (který je v doméně sémantiky), jakkoliv se v textu obojí překrývá a odděluje jen teoreticky.“²⁹ Podle Čermáka je tedy nutné složky pragmatické chápat jako svébytné, ne jako část sémantiky, přestože se prolínají a v lexikografické praxi se často „(obvykle zčásti a nedokonale) zahrnují do popisu významu“³⁰.

Čermáková typologie však zachycuje expresivitu také v celé její šíři a dá se říci, že v zásadě Čermákovy typy s typy Zimovými korespondují.

²⁹ Tamtéž, s. 124.

³⁰ Tamtéž, s. 50.

2 Komunikáty žurnalistického stylu

V předchozí kapitole jsme se zabývali expresivitou obecně, vyjadřovacími prostředky expresivity a také jejími typy. Expresivita se může vyskytovat v jakýchkoli textech, ať už psaných či mluvených. Mluvené texty ponecháváme stranou, stejně jako texty odborného či uměleckého stylu. V této kapitole se zaměříme na oblast žurnalistiky a pro ni typické jazykové prostředky a na možné pronikání prvků expresivity do žurnalistických komunikátů.

Na úvod je důležité zmínit dvojí možné chápání pojmu žurnalistika. Jaroslav Bartošek žurnalistiku dělí na zpravodajství a publicistiku, chápe jej tedy jako pojem nadřazený těmto dvěma odvětvím, zatímco Barbora Osvaldová jako nadřazený chápe pojem publicistika, pod který řadí žánry zpravodajské (žurnalistické), analytické, řečnické, beletristické, reklamu a inzeráty.³¹ Pro účely naší se nám jeví jako vhodnější a přehlednější pojetí Bartoškovo.

Jaroslav Bartošek definuje žurnalistiku jako „činnost zaměřenou na sbírání, úpravu a distribuci zpráv, příslušných komentářů a dalších charakteristických materiálů (sdělení) prostřednictvím masmédií.“³² V *Encyklopedii praktické žurnalistiky* můžeme najít definici, že žurnalistika je „novinářské povolání i produkty této činnosti, které informují o aktuálním dění ve společnosti a názorech na toto dění.“³³ Vznikla zhruba na konci patnáctého století v době rozvoje měst a také v době nových zámořských objevů a rozvoje obchodu, kdy význam informace prudce stoupl. Rozšíření žurnalistiky souvisí s vynálezem knihtisku. Postupně se žurnalistika diferencovala, a to jak obsahově, tak formálně (vznik rubrik). Vytvářela se také ustálená podoba redakce. V 19. století se k původně pouze psané (tištěné) žurnalistice přidávají fotografie a ve století 20. se přidává i audiovizuální složka a nastává éra masových médií³⁴.

³¹ JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*. Praha: ARSCI, 2010, s. 12.

³² BARTOŠEK, Jaroslav. Jazyk žurnalistiky. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 42.

³³ HALADA, Jan – OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 218.

³⁴ Masová média (angl. mass media) = hromadné sdělovací prostředky, souhrn médií užívaných v procesu masové komunikace. Pod tento pojem se obvykle zařazují noviny, časopisy, rozhlas a televize, patří sem však rovněž kniha, film, video, veškeré druhy masově šířených obrazových a zvukových záznamů (CD-ROM, internet) a ostatní vysokonákladové tiskoviny, např. letáky. (Tamtéž, s. 104.)

Jaroslav Bartošek, jak již bylo řečeno, žurnalistiku rozděluje na zpravodajství a publicistiku. V médiích ale najdeme také sdělení odborná (výchovná a vzdělávací) a v neposlední řadě média slouží také k zábavě, která v nich zaujímá čím dál větší podíl, a jejich nepřehlédnutelnou funkcí je tvorba zisku. Proto také roste množství informací i jejich pestrost. Konkurenční boj mezi sebou vedou média veřejnoprávní se soukromými, tištěná s elektronickými a také seriózní média s médii zvanými bulvární³⁵. Konkurenční boj a vyšší nároky společnosti na média vedou k tomu, že si média musí více všimnout lidí, a proto se vedle „popisu existujících jevů zaměřují na zjišťování očekávání veřejnosti a do jisté míry tato očekávání formulují, roste tak jejich role vybízecí (hortativní, manipulativní).“³⁶ V souvislosti s tímto se mění také jazyk médií. Do žurnalistické oblasti pronikají prvky neformálního vyjadřování, které se projevuje „jednak vyzdvihováním formulační nenucenosti a uvolněnosti, jednak snahou navodit mezi účastníky komunikace vztah blízkosti a důvěrnosti.“³⁷

2.1 Struktura žurnalistických komunikátů

Žurnalistická sdělení (v Bartoškově pojetí zahrnujícím zpravodajství i publicistiku) mají svou strukturu, kterou můžeme rozdělit na horizontální a vertikální (hloubkovou). Vertikální strukturu, která se projevuje „ve složitosti větných celků, v členění textu na pásmo vypravěče a pásmo postav, v posloupnosti a vzájemné návaznosti témat a v odbočkách od hlavní tematické linie“³⁸ ponecháme stranou. Zabývat se budeme členěním horizontálním, do kterého spadají titulkové komplexy, rámcové složky (úvod, předmluva, lead, perex a závěr, doslov, shrnutí) a vnitřní složky odstavce, oddíly, kapitoly). Mimo vlastní text se totiž expresivní výrazy mohou objevit i v titulcích, leadu či perexu, a proto se na tyto části a jejich funkce nyní zaměříme.

2.1.1 Titulek

První věc, která upoutá čtenářovu pozornost je titulek. Podle jeho obsahu se čtenář často rozhoduje, zda vůbec bude další text číst. Titulek je velmi důležitý a má několik funkcí

³⁵ Bulvární = obecně jakékoli neseeriózní médium, které přináší neověřené informace, specializuje se pouze na senzace a podává je jednoduchou a zábavnou formou, která nenutí k přemýšlení, ale pouhé konzumaci. (Tamtéž, s. 32.)

³⁶ BARTOŠEK, Jaroslav. Jazyk žurnalistiky. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 43.

³⁷ MAREŠ, Petr. Neformální vyjadřování v současné české publicistice: časopis „Živel“. In: *Český jazyk a literatura v evropském kulturním kontextu*. Ratiboř: Státní vysoká odborná škola v Ratiboři, 2008, s. 151.

³⁸ BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 45.

– graficky od sebe odděluje jednotlivé texty, pomáhá čtenáři v orientaci na stránce, naznačuje, jak je materiál důležitý a jak ho má čtenář vnímat a hodnotit a také naznačuje obsah materiálu, ev. žánr, ve kterém je psán. Titulek má tedy funkci informační, orientační, grafickou i estetickou.³⁹

Rozlišujeme několik typů titulků (krátké × dlouhé, statické × dynamické, obecné × konkrétní, věcné × obrazné, tematické × rematické × tematickorematické)⁴⁰, podrobněji se jimi zde zabývat nebudeme, protože naše práce není primárně zaměřena na expresivitu v titulcích, nýbrž v celých textech. V dalších kapitolách se však zaměříme konkrétněji na podobu titulků zpravodajských a publicistických.

2.1.2 Lead a perex

V žurnalistice se jako lead (též čelo) označuje úvodní odstavec zprávy, který „přibližně na pěti až sedmi rádcích přináší odpovědi na základní zpravodajské otázky: co, kdo, kdy, kde (jak a proč může být zodpovězeno až později).“⁴¹ V případě zkrácení zprávy by měl lead být její životaschopnou zkrácenou verzí.

Perex je v žurnalistické teorii označení pro text, který je rozprostřen přes dva či více sloupců, do kterých je samotný text (článek) rozdělen. Většinou funguje jako stručný úvod k dalšímu textu a obsahuje nejdůležitější informace.

2.2 Zpravodajství

Jak již bylo zmíněno výše, žurnalistika je tvořena dvěma odvětvími, a to zpravodajstvím a publicistikou. Základem žurnalistiky vždy bylo, je a bude právě zpravodajství.

Zpravodajství stojí na informacích a faktech, které vyhledává, shromažďuje, třídí, vybírá, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům. Zprostředkovává rozmanité a společensky podstatné informace odrážející myšlenkovou pluralitu společnosti a sloužící veřejnosti k utváření vlastních názorů. Proto má být zpravodajství pokud možno přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé při výběru, zpracování a prezentaci, nestranné, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné. Na rozdíl od publicistiky nemá obsahovat novinářův názor, pouze tlumočit fakta.⁴²

³⁹ HALADA, Jan – OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 193.

⁴⁰ Podrobněji viz BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 78.

⁴¹ HALADA, Jan – OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 97.

⁴² Tamtéž, s. 214.

Zpravodajství má tedy funkci informační a definiční, je neosobní a používá ustálených forem, jak recipientům informaci sdělit. Porušováním těchto forem, např. směrem k zábavě, může dojít ke snížení informační hodnoty sdělení. Příkladem je tzv. infotainment, což je spojení zábavy a informace.

2.2.1 Seriózní vs. bulvární zpravodajství

Základním kamenem zpravodajství je zpráva, kterou Osvaldová definuje jako „žurnalisticky zpracovanou informaci o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu.“⁴³ Pro účely naší práce je důležité odlišit od sebe zprávu seriózní a zprávu bulvární, každá z nich má svá specifika. **Seriózní zpráva** přináší věcnou informaci o aktuální události. Měla by být podána v potřebných souvislostech a být významná, aby lidem sloužila k orientaci a rozhodování. Zprávy, které jsou pouze důležité, ale nikoli zajímavé, se naproti tomu do bulváru nedostanou. Bulvární žurnalistika vychází z předpokladu, že většina čtenářů se zajímá o informace, které souvisejí se základními lidskými pudy – s pudem sebezáchovy, s potřebou zachování rodu a s uspokojováním ctižádosti. Tématem **bulvárních zpráv** tedy může být např. strach, smrt, neštěstí, násilí, erotika a sex, získání a ztráta majetku apod. Bulvární zpravodajství často získává informace ze soukromí slavných lidí a často také zveřejňuje informace z pochybných zdrojů.⁴⁴ Vyhledává senzace a skandály a typické jsou pro něj palcové titulky a barevné fotografie.

Věcná a nezaujatá zpráva, ať už seriózní či bulvární, užívá spisovného vyjadřování, respektive by měla, ovšem stejné sdělení může být vyjádřeno také slovy obsahujícími citový postoj, a pak se zpráva stane spíše zábavním než zpravodajským textem a nezaujatou objektivitu ztratí. Pro čtenáře se ale naopak může stát přitažlivější, což žurnalisté vědí, a můžeme proto nalézt příznaková slova i tam, kde bychom předpokládali vyjadřování neutrální, spisovné. V jaké míře se tato slova ve zpravodajství (seriózním/bulvárním) objevují, ukáže praktická část naší práce.

2.2.2 Lexikální expresivita ve zpravodajství

Slovní zásoba zpravodajství je poměrně stereotypní a monosémní (užívají se především slova spisovná a významově určitá). O to více v ní vynikají slova neočekávaná, nápadná či dokonce nežádoucí, mezi která můžeme zařadit:

⁴³ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 9.

⁴⁴ BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 52.

- obrazná pojmenování – snižují určitost sdělení (beletrizují ho);
- synonyma – taktéž znak beletrizace;
- nepřechýlená ženská příjmení;
- slova knižní, archaizující, zastaralá;
- kulturní frazémy⁴⁵ resp. jejich užívání v neobvyklém významu i v neobvyklých podobách;
- málo známé odborné výrazy;
- výrazy cizího původu – zpráva se tak může stát pro adresáty nesrozumitelnou;
- slangová a argotická slova;
- méně pozornosti pak budí publicismy⁴⁶, které často přecházejí v klišé.⁴⁷

Tato pojmenování, by se ve zpravodajství, vzhledem k jeho funkcím (definovat a informovat) objevovat neměla. Na zpravodajství jsou kladeny poměrně značně vyhraněné požadavky, které Karel Šebesta⁴⁸ rozděluje do dvou velkých skupin. První skupinu můžeme označit jako věcnou sdělnost a rychlou zpracovatelnost textu příjemcem. Předpokladem splnění této skupiny požadavků je přístupnost a po formální stránce obvyklost (text musí odpovídat normě)⁴⁹, jasnost, přehlednost a stručnost. Pro naši práci je důležitá především druhá kategorie, kterou je **objektivita**, do níž spadá kromě věcnosti také **citová, hodnotová a výrazová neutrálnost**. Úsilí o objektivitu obecně znamená:

- potlačování subjektivního faktoru, tedy potlačení jak explicitní (vyjadřování v první osobě), tak implicitní subjektivity (vyjadřování hodnotících postojů, citového zaujetí apod.);
- poukázání na subjektivní zdroje zprávy;

⁴⁵ Frazém = taková jedinečná ustálená kombinace minimálně dvou prvků, z nichž některý (popř. žádný) nefunguje stejným způsobem v žádné jiné kombinaci (...). (*Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 140.)

⁴⁶ Publicismus = slovo nebo slovní spojení vyznačující se příslušností k publicistickému stylu. (LOTKO, Edvard. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. 3. nezměň. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003, s. 96.)

⁴⁷ BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 58–59.

⁴⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 117.

⁴⁹ Požadavek **obecné přístupnosti** znamená užívání obecně přístupného kódu a obecně přístupných jazykových prostředků. Tyto nároky splňuje pouze spisovný jazyk, ale i v této oblasti se objevují lexikální prostředky, kterých je třeba užívat ve zpravodajství opatrně, a to odborné termíny, zkratky a zkratková slova a také neologismy či výrazy řídké. Jejich doménou jsou naopak žánry publicistické, kde slouží k upoutání pozornosti. (Tamtéž, s. 117–118.)

- výrazová neutrálnost, dodržování spisovné normy apod.⁵⁰

Zajímavost zprávy by měla spočívat v jejím obsahu, ale v době, kdy se zpráva stala zbožím a musí obstát v konkurenci, sahají média stále častěji po prostředcích s expresivním či subjektivním zabarvením, které mají zajímavost zprávy zvýšit. „Toto subjektivní zabarvení nemá – jako je tomu u publicistických materiálů – primárně funkci hodnotící (...), nýbrž kontaktnou – má získat pozornost příjemce a jeho zájem o zprávu.“⁵¹ Přesto ale může k ovlivnění čtenáře dojít (záměrnému i nezáměrnému). Bartošek říká, že „emotivní výrazy, vulgarismy, slangová a argotická slova a spojení ani novotvary (tzv. okazionalismy) do zpravodajství nepatří.“⁵² Důvod tohoto tvrzení je zřejmý. Naopak v publicistice jsou přijatelné (srov. další kapitolu).

2.2.3 Zpravodajské titulky

Titulek funguje jako hlavní poutač a svým ztvárněním a umístěním ovlivňuje působení tiskoviny. Měl by být srozumitelný hned po prvním přečtení, což platí zejména u titulků zpravodajských, které by měly ve zkratce tlumočit podstatu celého sdělení. Čím je titulek delší, tím může být obsahově úplnější. Krátké, např. dvouslovné, titulky jsou spíše výjimečné. Zpravodajský titulek by měl podobou i zařazením odpovídat důležitosti informace a neměl by mást čtenáře či slibovat jiný obsah, než který následuje ve zpravodajském textu a samozřejmě by měl splňovat nároky kladené na slovní zásobu zpravodajství.

2.3 Publicistika

Do oblasti žurnalistiky neodmyslitelně patří také publicistika. Jelikož se v materiálech k analýze vyskytují i texty tohoto druhu, zaměříme se nyní na jazykové prostředky typické pro publicistiku a vyjadřování expresivity v této oblasti.

Pojem publicistika bývá užíván nejen pro označení části žurnalistické produkce, ale také pro označení žurnalistické tvorby jako celku, tedy činnosti zaměřené k veřejnosti, určené ke zveřejnění. V následující kapitole však budeme užívat pojem publicistika pouze v jeho užším smyslu, tedy jako součást žurnalistických materiálů

⁵⁰ Tamtéž, s. 133.

⁵¹ Tamtéž, s. 134.

⁵² BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 60.

spojených se stanoviskem, objasňujících události, situaci nebo myšlenky.⁵³ Jestliže je úkolem zpravodajství informovat čtenáře věcně a nezaujatě o událostech, tak úkolem publicistiky je tyto události komentovat a hodnotit – reagovat na ně. Kromě toho, že má publicistika informovat, má recipienty také získávat, přesvědčovat a vybízet. „Publicistické texty vyjadřují především postoj autora sdělení k lidem i světu a jsou emotivní (expresivní): směřují k dojmu jisté emoce (pravdivé nebo fingoané) zaměřené na adresáta.“⁵⁴ U publicistiky je důraz kladen právě na subjektivitu, proto „obsahuje kromě racionálních prvků i prvky emotivní, využívá jazykové i kompoziční postupy literární (např. metafory), různé jazykové vrstvy včetně nespisovných“.⁵⁵

Oblast publicistiky je široká a můžeme ji rozdělit do několika typů⁵⁶. Jednotlivými typy se zabývat nebudeme, zaměříme se pouze okrajově na vybrané žánry publicistiky a zvláště pak na jejich jazyk a slovní zásobu.

2.3.1 Publicistické žánry

Mezi typické publicistické žánry patří úvodník, editorial, komentář, sloupek, glosa, poznámka, recenze, fejeton, reportáž či interview. Výklad jednotlivých žánrů nebývá jednotný a v případě neurčitosti se užívá obecnější označení článek. Kromě výše uvedených se objevují také žánry nové.

Mezi tyto nové žánry patří např. **příběh** (story), který je na hranici mezi zpravodajstvím a publicistikou. „Příběh je malý epický útvar s neutrálním pásmem autora a s mírně emotivním a jazykově specifickým pásmem postav.“⁵⁷ Obecné sdělení je tedy doplněno vyličením prožitků a pocitů zúčastněných osob. Dalším takovýmto novým útvarem je **fraška**, tedy bláznivý (ztřeštěný) příběh. Fraška je příkladem tzv. infozábavy a má i publicisticko-uměleckou licenci. „Publicistická fraška se u nás uplatňuje od roku 1994, kdy začala v MF Dnes vycházet rubrika *Jaká bude politika*,

⁵³ HALADA, Jan – OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 146.

⁵⁴ DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 56.

⁵⁵ HALADA, Jan – OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 146.

⁵⁶ Rozlišujeme publicistiku analytickou, beletrizující, blábolivou, manipulátorskou a úvahovou neboli spekulativní. Charakteristika všech typů viz BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 66–67.

⁵⁷ DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 58.

později se změnila v texty k fotografiím ve víkendovém magazínu a samostatné články.⁵⁸

2.3.2 Lexikální expresivita v publicistice

Jestliže funkci zpravodajství informovat a definovat dobře plnila spisovná a monosémní slovní zásoba, přesvědčovací, vybízecí a získávací funkci publicistiky dobře plní slovní zásoba specifická. „Přispívá ke zvýšení pozitivního nebo negativního účinku sdělení a dodává mu emotivně-expresivní zabarvení.“⁵⁹ Základem však stále zůstává spisovný jazyk. V současné publicistice jsou využívány k ozvláštňení textu, upoutání čtenářovy pozornosti apod. níže uvedené výrazové prostředky.

- Obrazná a expresivní slova – v publicistice nejsou tak nápadná jako ve zpravodajství (tolik nepřekvapí), ale přesto mohou působit neobvykle a až příliš poutat pozornost. „Expresivní prostředky podporují persvazivní funkci publicistických textů, proto se expresivita uplatňuje tam, kde autor vyjadřuje své názory a postoje, jimiž chce současně ovlivnit i čtenáře.“⁶⁰ Jako expresivní vnímají čtenáři většinou slova nespisovná, univerbismy, některé frazémy a idiomy.
- Neurčitě definovaná pojmenování, která mohou být interpretována více způsoby.
- Paronyma⁶¹, která jsou výsledkem autorovy snahy vyjadřovat se osobitě.
- Exkluzivní výrazy – výrazy, které „dodávají publicistice povrchního lesku“⁶². Do této skupiny slov můžeme zařadit nesrozumitelné výrazy, které se objevují často např. v recenzích, a výrazy expresivní až vulgární, ve kterých si libuje např. sportovní publicistika.
- Postojové výrazy nebo výpovědi (nálepky) – doplnění věcné informace o subjektivní prvek.
- Publicismy, které jsou sice specifické, ale náležité.

⁵⁸ BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 71.

⁵⁹ Tamtéž, s. 72.

⁶⁰ JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*. Praha: ARSCI, 2010, s. 72–73.

⁶¹ Paronymum = graficky nebo fónicky podobné, ale významově zcelanebo částečně odlišné, např. *povědomí – podvědomí, adaptovat – adoptovat*. (LOTKO, Edvard. *Slovník lingvistických terminů pro filology*. 3. nezměn. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003, s. 86.)

⁶² DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 60.

- Profesionalismy a slangové výrazy, které se odlišují od svého okolí a čtenáře zaujmou, jejich význam je většinou z kontextu jasný.

Ačkoli tedy psaná publicistika patří mezi komunikaci oficiální a očekávali bychom pouze spisovný jazyk, není tomu tak. Výše zmíněné prvky se vyskytují napříč všemi publicistickými žánry, a to jak v samotném textu sdělení, tak v titulcích či perexu.

2.3.3 Publicistické titulky

Publicistické titulky mají na rozdíl od titulků zpravodajských jednodušší syntaktickou strukturu. Často jsou krátké a jmenné a zůstal jim zachován obrazný charakter. Četné jsou také zvolací, výzvolové a tázací věty, což souvisí s funkcemi publicistiky. V delších publicistických textech se objevují mezititulky. „Mezitululek má vystihovat obsah následujícího textu, resp. odděluje od sebe dvě po sobě jdoucí, ale přímo nesouvisějící pasáže., (...) jeho úkolem je udělat text přehlednějším a zajímavějším.“⁶³

⁶³ HALADA, Jan – OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 106.

3 Postup při analýze materiálů

Naše práce se zaměřuje na využití lexikální expresivity v současné tištěné publicistice. V předchozích kapitolách jsme se snažili vytvořit teoretický základ pro naše praktické zkoumání. Bylo nutné definovat expresivitu, charakterizovat jednotlivé typy expresivity a také vymezit funkce zpravodajství a publicistiky a vyjmenovat možné prostředky expresivity v lexiku, které by se v této oblasti veřejné komunikace mohly objevovat. Veškeré tyto podklady jsme se snažili zužítkovat při následné analýze deníků. Zabývali jsme se celými komunikáty, ze kterých jsme excerpovali výrazy s expresivním příznakem, a to na základě kritérií, která jsme si stanovili.

Tyto excerpované expresivní výrazy jsme následně podrobili analýze, při které jsme přihlíželi k následujícím faktorům.

- Charakteru konkrétního textu – tedy k tomu, zda jde o text zpravodajský či publicistický. Z teoretické části vyplývá, že je velmi důležité od sebe tyto oblasti odlišit, protože každá z nich má jiné funkce, jimž odpovídají také obvykle užívané jazykové prostředky.
- Funkci excerpovaného výrazu v textu – zda je excerpovaný výraz součástí titulku, mezititulku, leadu, perexu či tvoří jádro textu. Jednotlivé části komunikátů byly popsány taktéž v teoretické části práce.
- Užitému typu expresivity – zda se jedná o expresivitu inherentní, adherentní či kontextovou.
- Funkčnímu využití expresivity – zda slouží k vyjádření pocitů či postojů, nebo zda má funkci apellovou (manipulovat s emocemi čtenáře).

Východiskem pro zkoumání lexikální expresivity nám byla již mnohokrát zmiňovaná a citovaná publikace Jaroslava Zimy *Expresivita slova v současné publicistice*. Při určování, zda je slovo expresivní či ne, jsme se řídili údaji uvedenými ve *Slovníku spisovné češtiny pro školu a veřejnost* a také v jeho elektronické verzi – *Slovníku spisovného jazyka českého*, který nám práci urychlil a usnadnil. Oba slovníky jsou téměř shodné, internetová verze obsahuje navíc některá slova, která ve verzi tištěné nenajdeme. Setkali jsme se (u expresivity adherentní) i se slovy, jejichž expresivní význam v těchto slovnících zahrnut prozatím není, ale jednoznačně expresivní jsou.

Vytvořili jsme soubor excerpt ze dvou pramenů, a to ze seriózního deníku Mladá fronta DNES a bulvárního deníku Blesk.

3.1 Hypotéza

Na základě teoretických poznatků jsme stanovili hypotézu, že v deníku Mladá fronta DNES by se vzhledem k tomu, že je považován za seriózní tiskovinu, neměly expresivní výrazy objevovat v takové míře jako v bulvárním deníku Blesk. Celkově předpokládáme nízkou frekvenci výskytu expresivity v oblasti zpravodajství a vyšší frekvenci výskytu expresivity v komunikátech publicistických. V Blesku očekáváme obecně více negativních konotací a negativní expresivity a celkově tendenci k nižšímu stylu a hovorovosti. Dále předpokládáme, že v deníku Blesk je také vyšší podíl expresivity inherentní než v deníku MF DNES, kde je podle našeho názoru více zastoupena expresivita adherentní.

Stanovenou hypotézu jsme následně ověřovali na vybraných vzorcích obou deníků.

4 Mladá fronta DNES

Jedním z deníků, který jsme vybrali pro zkoumání užívání lexikální expresivity, je Mladá fronta DNES (dále pouze MF DNES). Vychází od roku 1990 a na internetových stránkách mediální skupiny Mafra, která deník vlastní, je charakterizována jako „největší seriózní celostátní deník v České republice, který čtenářům přináší aktuální a kvalitní zpravodajství, užitečné servisní informace i oddechové čtení ve specializovaných přílohách a magazínech.“⁶⁴ Redakci MF DNES tvoří centrální redakce v Praze a 14 regionálních redakcí. Šéfredaktorkou novin se od 1. ledna 2014 stala po Robertu Čásenském Sabina Slonková.

MF DNES vychází denně kromě neděle a je strukturována do sešitů ve formátu 310 × 470 mm, které jsou označeny písmeny A až D, a každý z nich obsahuje své specifické rubriky a témata:

- sešit A přináší zpravodajství z domova, ze světa a komentáře;
- sešit B obsahuje rozšířené zpravodajství z jednotlivých regionů⁶⁵;
- sešit C zahrnuje ekonomické zpravodajství a pravidelné denní přílohy;
- sešit D přináší zpravodajství ze sportu a kultury a televizní program.

Většinu dní však vychází pouze sešity A a B, někdy navíc C, případně i D. Všechny čtyři sešity pravidelně tvoří MF DNES pouze v pondělí. Společně s MF DNES vychází, jak již bylo výše zmíněno, také specializované přílohy⁶⁶ a magazíny. Magazíny vychází čtyřikrát týdně (pondělí – magazín ONA DNES, středa – magazín DOMA DNES, čtvrtek – magazín DNES + TV, sobota a neděle – magazín VÍKEND DNES) a mají formát časopisu A4.

Za námi zkoumané období, tedy za listopad roku 2013, bylo průměrně denně prodáno 189 388 výtisků MF DNES. Nejvyšší průměrnou denní prodejnost mělo podle *Kanceláře ověřování nákladu tisku* čtvrtěční vydání (301 748 výtisků), nejmenší naopak

⁶⁴ Převzato z internetových stránek Mediální skupiny Mafra www.mafra.cz.

⁶⁵ MF DNES vychází ve 14 mutacích, které odpovídají dělení České republiky dle krajů, v našem případě se jedná o Olomoucký kraj.

⁶⁶ Kompletní přehled příloh dostupný z: http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm

vydání úterní (141 412 výtisků).⁶⁷ Podle výzkumu společnosti Media Projekt četlo MF DNES v roce 2013 průměrně 797 000 lidí na vydání.⁶⁸

Lexikální expresivitu v deníku Mladá fronta DNES jsme zkoumali po dobu čtyř týdnů, konkrétně v období od pondělí 4. 11. 2013 do soboty 30. 11. – neděle 1. 12. 2013. Celkem jsme tedy podrobili analýze dvacet čtyři vydání deníku MF DNES. Mohlo by se zdát, že k vyvození obecných závěrů o užívání expresivity v seriózním tištěném deníku je materiál shromážděný za období jednoho měsíce nedostatečný, avšak vzhledem k rozsahu deníku MF DNES jsme získali dostatek materiálu, tudíž nebylo třeba rozšířit základnu zkoumání.

Vzali jsme v úvahu sešitovou strukturu deníku a lexikální expresivitu jsme zkoumali jak na úrovni celého vydání, tak v rámci jednotlivých sešitů. Každý sešit má jiný obsah (viz výše) a nás zajímalo, ve kterém z nich, respektive v jaké oblasti, žurnalisté nejčastěji užívají expresivní pojmenování. Zkoumali jsme expresivitu i na úrovni jednotlivých rubrik, které tvoří sešity, avšak domníváme se, že pro účely naší práce není třeba tyto údaje podrobně rozebírat a není pro to v naší práci místo. Součástí MF DNES jsou také magazíny a mimořádné přílohy. Magazíny ani speciální přílohy, pokud netvoří písmenem označený sešit nebo nejsou součástí některého ze sešitů, do analýzy nezahrnujeme.

4.1 Lexikální expresivita v deníku MF DNES v číslech

Jednotlivá vydání deníku jsme podrobili jazykovému zkoumání a excerpovali jsme z nich expresivní slova, která jsme dále analyzovali. Ještě před samotnou analýzou excerpovaných slov se ale zaměříme na to, jaký podíl komunikátů obsahujících lexikální expresivitu je v Mladé frontě DNES, který typ expresivity je nejvíce zastoupen a ve které části textu se nachází nejvíce expresivních slov. Za tímto účelem jsme si ke každému vydání vytvořili tři tabulky, které nám pomohly výskyt a rozložení jednotlivých typů expresivity v rámci MF DNES zdokumentovat.

⁶⁷ ABC ČR – Kancelář ověřování nákladu tisku. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=1&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=Mlad%C3%A1+fronta+DNES&filterGenre=&filterYear=2013&filterMonth=11>

⁶⁸ Median – Výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj software. *Media Projekt*. Dostupné z: <http://www.median.cz/?lang=cs&page=1&sub=8>

Do první tabulky jsme zaznamenávali, kolik komunikátů obsahuje každý ze sešitů a v kolika z nich se vyskytují expresivní slova. U těchto komunikátů obsahujících expresivitu jsme rozlišovali, zda jde o oblast publicistiky či zpravodajství. Jako názornou ukázkou přikládáme tabulku vypracovanou k vydání z pondělí 4. 11. 2013.

Tabulka 1: Komunikáty v MF DNES

4. 11. 2013	A	B	C	D	Celkem
Počet K	31	29	33	19	112
ZK obsahující LE	3	4	2	0	9
PK obsahující LE	5	1	8	1	15
K obsahující LE	8	5	10	1	24 → 21,4 %

K = komunikáty, ZK = zpravodajské komunikáty, PK = publicistické komunikáty, LE = lexikální expresivita

Do druhé tabulky jsme zaznamenávali, který typ expresivity ve vydání převažuje. Jako zvláštní kategorii jsme si vyčlenili vlastní jména. Do této oblasti jsme zařadili zkomoleniny vlastních jmen a přezdívky. Jsme si vědomi, že zkomolená vlastní jména bychom mohli přiřazovat k expresivitě inherentní, většinu přezdívek pak k expresivitě adherentní, ale domníváme se, že je pro účely naší práce vhodné tuto specifickou skupinu slov vyčlenit. Jako názornou ukázkou přikládáme tabulku vypracovanou k vydání z pondělí 4. 11. 2013.

Tabulka 2: Zastoupení jednotlivých typů expresivity v MF DNES

4. 11. 2013	A	B	C	D	Celkem
Inherentní e.	4	1	6	0	11 → 26,2 %
Adherentní e.	6	9	7	1	23 → 54,8 %
Kontextová e.	4	0	0	0	4 → 9,5 %
Vlastní j.	0	1	3	0	4 → 9,5 %
					42

Do třetí tabulky jsme zaznamenávali zastoupení expresivity v jednotlivých částech komunikátů. Jako názornou ukázkou přikládáme tabulku vypracovanou k vydání z pondělí 4. 11. 2013.

Tabulka 3: Funkce excerpovaných výrazů v komunikátech MF DNES

4. 11. 2013	A	B	C	D	Celkem ve vyd.
Titulek/mezititulek	3	2	5	0	10 → 23,8 %
Perex/lead	0	0	0	0	0
Jádro textu	11	9	11	1	32 → 76,2 %
Popisek obrázku	0	0	0	0	0
					42

S takto připravenými tabulkami jsme dále pracovali. Zaměřili jsme se na zastoupení expresivity, převažující typ expresivity a na její umístění v rámci komunikátů na úrovni jednotlivých sešitů, abychom zjistili, ve které oblasti žurnalistiky novináři nejčastěji sahají po expresivních lexikálních jednotkách.

4.1.1 Sešit A

Sešit A je součástí každého vydání MF DNES. Ve dvaceti čtyřech sešitech A jsme napočítali celkem 898 komunikátů. Slova s příznakem expresivity jsme našli ve 207 z nich, tedy ve 23,1 % komunikátů ve vydání. Pouze 15 % z těchto komunikátů obsahujících expresivní pojmenování je z oblasti zpravodajství, zbytek (85 %) je z oblasti publicistiky.

Ze sešitů A jsme excerpovali celkem 372 slov, 56,2 % z nich jsou slova adherentně expresivní, 39,2 % slova inherentně expresivní, 2,4 % slova kontextově expresivní a 2,2 % expresivní vlastní jména.

Většina excerpovaných výrazů byla v jádru textu (82,2 %), menší část v titulcích/mezititulcích (14,8 %) a nejmenší v perexu/leadu (1,9 %) a popiscích obrázků (1,1 %).

4.1.2 Sešit B

Sešit B je taktéž součástí každého vydání MF DNES, ve dvaceti čtyřech sešitech B jsme napočítali celkem 1021 komunikátů. Z nich obsahovalo 220 komunikátů (21,5 %) expresivní výrazy. Opět převažovala lexikální expresivita v publicistice (82,7 %) nad lexikální expresivitou ve zpravodajství (17,3 %).

Ze sešitů B jsme excerpovali 421 slov. Celkem 53,9 % z nich tvořila slova adherentně expresivní, na druhém místě byla opět expresivita inherentní (33 %), poté následovala vlastní jména (12,1 %) a kontextová expresivita (1 %).

Většina excerpovaných výrazů (83,8 %) se opět vyskytuje v jádru textu. V titulcích jsme našli 12,6 % expresivních slov a v perexu/leadu 3,6 %.

4.1.3 Sešit C

Sešit C byl v námi zkoumaném období součástí devíti vydání. V těchto devíti sešitech C jsme napočítali celkem 195 komunikátů, ze kterých obsahovalo 41 komunikátů (21 %) expresivní výrazy. Větší zastoupení měla opět expresivita v publicistice (78 %).

Ze sešitu C jsme excerpovali 81 slov, 33 z nich (40,7 %) bylo adherentně expresivních a stejně jsme napočítali i slov inherentně expresivních, 17,4 % těchto slov tvoří vlastní jména a pouze 1,2 % kontextově expresivní slova.

Většina excerpovaných výrazů (84 %) se vyskytuje v jádru textu, menší část v titulcích (14,8 %) a zbytek (1,2 %) v perexu/leadu.

4.1.4 Sešit D

Sešit D byl součástí MF DNES celkem šestkrát. V šesti vydáních sešitu D jsme napočítali 65 komunikátů a expresivní pojmenování jsme našli v devíti (13,8 %) z nich, a to pouze v oblasti publicistiky.

Ze sešitů D jsme excerpovali celkem 14 slov, 51,8 % slov z nich je adherentně expresivních, 28,6 % inherentně expresivních a 14,3 % tvoří vlastní jména.

Většina excerpovaných výrazů pochází z jádra textu (92,9 %), zbylá slova z titulků (7,1 %).

4.1.5 Shrnutí

Propočítáním hodnot zaznamenaných v tabulkách jsme došli k závěru, že se průměrně ve vydání deníku MF DNES vyskytuje 21,9 % komunikátů s výskytem expresivních výrazů.

Zjistili jsme, že nejvíce komunikátů obsahujících lexikálně expresivní výrazy se vyskytuje v sešitě A, a to 23,1 %. Důvodem je to, že součástí tohoto sešitu jsou kromě rubrik *z domova* a *ze světa* také rubriky *názory*, *publicistika* a *rozhovor*, ve kterých mají expresivní výrazy své opodstatnění. Slouží k vyjádření názoru a pocitů autora a k upoutání čtenářovy pozornosti.

Nejvíce expresivních slov jsme však excerpovali ze sešitu B, ale zde tato slova byla koncentrovaná v menším počtu komunikátů. To je způsobeno tím, že součástí sešitu je rubrika *sport*. Ve sportovní žurnalistice jsou novináři expresivní slova využívána velmi hojně, což může souviset s emocemi, které ke sportu neodmyslitelně patří.

Nejmenší podíl komunikátů obsahujících lexikální expresivitu je v sešitě D. Součástí tohoto sešitu je sice také sportovní žurnalistika, ovšem v menším měřítku. Převahu zde má rubrika *kultura* a v této oblasti žurnalisté volí spíše spisovné (neutrální) jazykové prostředky.

Celkově ve všech vydáních deníku MF DNES převažuje adherentní expresivita a nejvíce expresivních slov bylo excerpováno z jádra textu.

4.2 Analýza materiálu excerpovaného z MF DNES

V předchozí podkapitole jsme zkoumali množství komunikátů obsahujících lexikálně expresivní výrazy, zastoupení jednotlivých typů expresivity a také to, ve které části komunikátů je expresivních slov nejvíce. Nyní se však zaměříme na samotné excerpované výrazy, které podrobíme lingvistickému zkoumání.

Při tomto zkoumání již nebudeme brát v úvahu umístění excerpovaných výrazů (tedy zda jsou součástí titulku, mezititulku, perexu, leadu či popisků obrázků) ani oblast, ve které se vyskytují (zpravodajství, publicistika). Budeme však respektovat dělení expresivity na jednotlivé typy. V rámci těchto typů na příkladech doložíme, které skupiny lexikálně expresivních jednotek jsou frekventované, a pokusíme se postihnout, jakou mají v textu funkci.

4.2.1 Inherentně expresivní výrazy

Pro všechny inherentně expresivní jednotky je společná jejich nápadnost v systému jazyka. Ta může spočívat v oblasti hláskového skladu slov či ve způsobu tvoření slov (viz kap. 1.3.1). Expresivita v oblasti hláskového skladu slov není v MF DNES zastoupena, naopak druhá zmíněná skupina slov je velmi početná, a to jak v oblasti derivace, tak kompozice.

Nejčastější je **expresivita daná slovotvornými příponami**, mezi které u substantiv maskulin patří: *-ák*: *kravaťák, auťák, puberták, podmírák, absták, světák*,

*etapák, přátelák, živák, chlapák, kulaťák (trhy a stánek na „kulaťáku“, ozn. Vítězného náměstí), sympaták, národ'ák, golfák, ajťák, piliňák, svařák; -áč: zelenáč, ženáč, pichláč, demáč; -ec: ubrečenec, pitomec; -oun: čahoun, křikloun, bručoun; -as: mlad'as, -an: dacan; -án: dlouhán; -ouš: starouš.*⁶⁹ U substantiv feminin pak přípona -árna: *dupárna, fízlárna* (názvy označující místo, které běžně nese jiné označení), *lumpárna, šaškárna, kulišárna* (zde je slovotvorný typ -árna užit pro označení „projevu vlastností“⁷⁰, nikoli místa); -ina: *prkotina, kravina, šmelina, frajeřina, rasovina, otročina* a -ačka: *děkovačka, vyřvávačka, udržovačka*. Ojedinele se v MF DNES vyskytovala slova jako *vychytávka, vyloženska, betonárka, tutovka*. U neuter jsme se v MF DNES s expresivitou danou příponou nesetkali, tedy s výjimkou slov deminutivních, o kterých bude řeč dále.

Deminutiva tvoří poměrně velkou část excerpt. Je obecně vžitě, že u deminutiv převažuje kladný příznak. Ve spojeních jako např. *dívěnka vypadá nejvýš na pět let, krásný domeček, místo plískanic sluníčko, svítil měsíček, užíval jsem si každou chvíličku, trošička štěstí, gulášek je dobrý, klobouček dolů, se svým kapučínkem* a u vlastních jmen jako např. *Drahuška, Terežka, Maruška, Helenka* apod. tomu tak opravdu je. Mezi uvedenými výrazy *dívěnka* a *gulášek, kapučínko* však můžeme pozorovat rozdíl. Zatímco *dívěnka* signalizuje malost i pozitivní emoci, u zbylých slov jde spíše jen o emoci⁷¹, než o to, že by guláš či kapučíno byly opravdu malé. Hojně se (nejen) v MF DNES vyskytují také expresivní deminutivní slova nesoucí záporný příznak, jako např. *chytrý hajzlík, pochybný hotýlek, extrémní šetřilek, prostitutky a zlodějícci, odejít jako blbeček, nafoukaný oficírek, není žádný prost'áček, falešné kamarádčkování, exprimátor v roliče primátora, hladovej juniorek, není novinář, ale pisálek* apod. Expresivita těchto slov tkví v kvalitativní změně významu, vyjadřují tedy názor, postoj či vztah člověka k dané osobě/věci/skutečnosti a ten může být, jak dokazují výše uvedené příklady, kladný i záporný.

⁶⁹ Za určitých okolností mohou být tyto přípony neutrální, např. -ouš je neutrální ve slovech jako *bělouš, hnědouš* (ozn. koní dle barvy srsti) či *chocholouš* (název ptáka), u osob jsou však spojeny s expresivním příznakem. (*Mluvnice češtiny 1*. Praha: Academia, 1986, s. 273.)

⁷⁰ ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: Studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961, s. 23.

⁷¹ Tamtéž, s. 25–26.

Menší skupinu v rámci inherentní expresivity tvoří **slova zkrácená**, „useknutá“⁷². Toto zkracování je typické zvláště u domácích obměn vlastních jmen, např. *Franta* (místo František), *Rafa* (místo Rafael), *Tom* (místo Tomáš), *Vlád'a* (místo Vladimír, zde doprovázeno i dalšími změnami). Ale objevuje se také u slangových výrazů, jako je např. *repre* (místo reprezentace). Tato slova navozují u čtenářů dojem neformálnosti a blízkosti.

Další skupinu tvoří slova, u kterých je **expresivita dána kompozicí**, jako *mozkomytí*, *zemanofobie*, *pracholepy*, *byznysšrumeč*, *rozumbrada*, *ženožidle*, *hrdlořez*, *špilmachr*, *papírmašina*, *reprepauza*, *strašpytel*, *kmotrostrana*, *rychlouška*, *knihomol*, *telefabrika*. Pociťování expresivní příznakovosti kompozit může být individuální. „Při posuzování expresivního potenciálu kompozit je nutno uvážit, že není utvářen prostým součtem expresivních charakteristik jednotlivých komponentů, ale že expresivita kompozita může být dána i významovou či stylovou kompatibilitou/inkompatibilitou členů ve výsledném celku.“⁷³ Vznik těchto pojmenování je motivován snahou žurnalistů o originalitu vyjádření.

Největší skupinu excerpovaných inherentně expresivních výrazů však tvoří **slova z formálního hlediska nezařaditelná** do zmíněných oblastí. Jsou nezařaditelná, protože „nemají formální indikátory expresivní složky významu ve své hláskové podobě nebo slovtvorném modelu.“⁷⁴ Jsou to např. vulgární výrazy (jako adjektivum *zkur....*, *hajzl*, *držka*, *sranda*, *srandovní*, *posera*, *flundra*, *prdnout*, *kafrat*), zhrubělá slova (jako *svinstvo*, *fízl*, *fracek*, *kecat*, *kušnit*, *ožralství*, *ožralý*) či pejorativa (jako *šmelinář*, *šmejď*, *čachry*, *moula*, *špiclování*, *lejstro*). Patří sem ale také slova jako *chlap*, *mač*, *mord*, *dřina*, *magor*, *pech*, *veget*, *machr*, *hauzírování*, *smejčit*, *kšeft*, *handl*, *kumšt*, *šolíchat*, *vystrnadit*, *škemrat*, *křepčit*, *rozfofrovat*, *vyštrachat*, *zmršit* apod. Grepl ve svém článku reflektujícím Zimovu studii o expresivitě říká, že příčinu expresivity u slov tohoto typu „je třeba vidět v tom, že jsou to slova společensky tabuová a že mají k sobě společensky nezávadné, neutrální ekvivalenty.“⁷⁵ Značná část uvedených výrazů

⁷² Srov. HRBÁČEK, Josef. Zkratky a tvoření slov. Naše řeč. Praha: E. Šolc, 1972, roč. 55, č. 2–3, s. 124–131.

⁷³ HRADLOVÁ, Darina. Expresivní neologismy z hlediska slovtvorby. *Bohemica Olomucensia*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2010, roč. 2, č. 3, s. 21.

⁷⁴ GREPL, Miroslav. Významný pokus o syntetický výklad expresivity slova. *Slovo a slovesnost: Časopis pro otázky teorie a kultury jazyka*. Praha: Melantrich, 1965, roč. 26, č. 1, s. 55.

⁷⁵ Tamtéž.

pochází z němčiny, což může vysvětlovat jejich expresivitu. U některých slov by se dalo uvažovat o expresivitě dané jejich hláskovým skladem (např. *škemrat*, *kumšt*, *vyštrachat*, *vystrnadit*, *rozfofrovat*). Pro toto tvrzení jsme však nenalezli v odborné literatuře dostatečnou oporu a zařazujeme tedy slova do této skupiny.

Jako poslední jsme z inherentně expresivních výrazů vyčlenili skupinu **okazionalismů**, která byla v námi sledovaném období v MF DNES zastoupena výrazy *Nečasiáda*⁷⁶ a *Fru(lu)strace*. Jejich využití je jednorázové a ozvláštňují text. Okazionalismus je aktualizační prostředek, který přitahuje pozornost a není náhodou, že v obou případech tato slova tvořila nadpis žurnalistického komunikátu.

4.2.2 Adherentně expresivní výrazy

U adherentní expresivity dochází k významovému větvení výrazů, a to zvláště přesunem mezi odlišnými oblastmi pojmenování⁷⁷ (viz kap. 1.3.2).

První a nejpočetnější skupinu slov tvoří pojmenování, jejichž expresivita vznikla přesuny **uvnitř oblasti jevů lidského života**, např. *kousat* (snášet), *prokousat se* (s námahou se dostat přes překážky), *ukousat se* (unudit se), *potit* (pracně tvořit), *čert* (živý, bujný, divoký, zlý člověk), *andílek* (o dítěti n. milované bytosti vůbec), *d'ábel* (živý, bujný, divoký, zlý člověk), *vylopit* (v zákl. významu páchání loupeže, expr. vyjadřuje pouhé odnímání), *zasolit* (způsobit nepříjemnost, poštvat), *rozlousknout* (s úsilím vyřešit), *očesat* (snížit počet zaměstnanců), *zatočit* (s kým, přísně naložit, ostře proti někomu vystoupit), *kudrlinka* (titěrná ozdůbka, zbytečná příkrasa), *šichta* (těžká, namáhavá, zprav. i dlouho trvající práce).

Další skupinu tvoří **pojmenování skutečností z oblasti lidského života výrazy z okruhu života živočišného**, např. *zvíře* (velký pán), *svině* (člověk nečistý, líný n. vůbec špatný), *buldok* (tvrdohlavý člověk), *lišák* (vychytralý, lstivý člověk), *vlčák* (mladý, dravý člověk), *kejhák* (husí krk, expr. krk člověka), *huba* (tlama zvířat, přen. zhrub. ústa, část obličeje), *smečka* (skupina lidí), *štěkat* (ostře, úsečně, pronikavě křičet, mluvit), *švitořit* (živě, ustavičně mluvit, povídat), *vlítnout* (vpadnout).

⁷⁶ Existuje celá řada podobně utvořených slov od jmen politiků, např. *škromachiáda*, *mackiáda*, *ráthovina*, *klausovina*, *paroubkovština* apod. (HRADILOVÁ, Darina a kol. *Proměny slova*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, s. 60–69.)

⁷⁷ Rozdělení na jednotlivé oblasti přenosu pojmenování převzato z mnohokrát citované práce Jaroslava Zimy *Expresivita slova v současné češtině*.

Třetí skupina je tvořena **přesuny pojmenování z oblasti rostlin, živočichů a přírodních jevů do jiných oblastí**, např. *blechy* (malá písmena), *oříšek* (složitá věc), *uvadat* (o člověku: slábnout, stárnout), *dinosaurus* (velká banka, firma), *čumák* (předek auta).

Poslední skupinu tvoří **záměny pojmenování z oblasti neživé hmoty a lidského života**, např. *držák* (vytrvalec), *mašina* (výkonný člověk), *generátor* (tvůrce, iniciátor něčeho), *špunt* (dítě), *rychlík* (rychlý člověk). Do této skupiny patří také synekdochické personifikace, např. *uniforma* (policista), *modré přilby* (spojeneční vojáci).

Zvláštní skupinu tvoří **ironie**, při které dochází k posunům významu, a to až k jeho opaku. V mluveném projevu ironii poznáme dle intonace, mimiky či gestiky. V psaných textech toto není možné a bývá proto označena uvozovkami, např.: „*pomoc*“ *zahraničních vojsk*, *může se „chlubit“*, „*díky*“ *ní*, „*dobré rady*“, „*povedená*“ *taškařice*, *mrtví „kamarádi“*, „*osvobozující akt*“ *vojáků Varšavské smlouvy*, „*hodný pán*“ apod. Ironie bývá využívána často v kritických textech, vyjadřuje názor mluvčího (pisatele) a pro recipienta může být zajímavým zpestřením textu.

4.2.3 Kontextově expresivní výrazy

U této skupiny slov spočívá expresivita v tom, že se výrazně odlišují od svého okolí, aniž se pozměňují jejich význam. Kontextově expresivní slova excerptovaná z deníku MF DNES jsme rozdělili na dvě skupiny.

První skupinu tvoří užívání prostředků typických pro určitou oblast v oblasti jiné, např. užití pojmenování z oblasti sportu v politice: *...hnutí chce „lanářit“ úspěšné komunální politiky, kterým už modrý dres nevyhovuje; zvažují změnu politického dresu; tři sta „modrých“ starostů; kvůli těmto dvěma „týmům“ (politické levici a pravici). Dalším příkladem je užití pojmenování z oblasti techniky v oblasti živočišné: „bezúdržbový“ *skot*.*

Do druhé skupiny jsme zařadili cizí slova vyskytující se v textu, jako je *cool*, *fans*, *wow*, *star* či *game over*. Cizí (v našem případě anglická) slova jsou nápadně odlišná od okolního kontextu a působí proto nápadně a expresivně. Motivací k užívání těchto slov může být snaha o „světovost“, či vyjádření určité exkluzivity. Jejich primární funkcí je opět ozvláštnit text a udržet tak čtenářovu pozornost.

5 Blesk

Druhým deníkem, ve kterém jsme zkoumali využití lexikální expresivity, je Blesk. Blesk u nás poprvé vyšel v roce 1992 a vydává ho společnost Ringier Axel Springer. Na stránkách vydavatelství je Blesk charakterizován jako „nejprodávanější a nejčtenější celostátní deník v České republice, který přináší přehledné aktuální zpravodajství a zajímavosti z domova i ze světa, doplněné řadou fotografií a přehlednou infografikou.“⁷⁸ Deník blesk vychází v regionálních mutacích Praha, Praha a střední Čechy, jižní Čechy, východní Čechy, severní Čechy, západní Čechy, jižní Morava – Brno a severní Morava⁷⁹, v našem případě jde konkrétně o mutaci severomoravskou.

Jedná se o bulvární deník vycházející od pondělí do soboty, v neděli pak vychází rozšířené vydání časopisového charakteru Nedělní Blesk. Šéfredaktorem deníku je Radek Lain. Stejně jako v MF DNES jsou součástí Blesku přílohy. Každý pátek vychází spolu s deníkem příloha Blesk magazin s velkým TV programem, vždy poslední středu v měsíci příloha Blesk Reality&Bydlení a každou sobotu příloha Blesk na víkend. Přílohy Blesku mají stejně jako u MF DNES formát A4, avšak noviny samotné jsou formátu menšího (300 × 420 mm).

Za listopad 2013 bylo denně prodáno v průměru 282 441 výtisků deníku Blesk. Nejvyšší průměrnou denní prodejnost měla páteční vydání (386 636 výtisků) a nejnižší vydání sobotní (243 568 výtisků).⁸⁰ Podle výzkumu společnosti Media Projekt měl deník Blesk v roce 2013 čtenost 1 153 000 lidí na vydání.⁸¹

Blesk jsme zkoumali ve stejném období jako MF DNES, tedy od pondělí 4. 11. 2013 do soboty 30. 11. 2013, tzn. po dobu čtyř týdnů, během kterých vyšel deník Blesk celkem čtyřadvacetkrát.

Ačkoli má Blesk jednodušší strukturu než MF DNES, je tvořen pouze jedním sešitem, rozsah vydání odpovídá počtem stran rozsahu dvou základních sešitů MF

⁷⁸ Převzato z internetových stránek vydavatelství Ringier Axel Springer www.ringieraxelspringer.cz.

⁷⁹ Wikipedie: Otevřená encyklopedie. *Blesk*. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Blesk_\(noviny\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Blesk_(noviny))

⁸⁰ ABC ČR – Kancelář ověřování nákladu tisku. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=1&filterNamePublisher=Ringier+Axel+Springer+CZ+a.+s.&filterType=periodicky-tisk-denik&filterNameTitle=Blesk&filterGenre=&filterYear=2013&filterMonth=11>

⁸¹ Median – Výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj software. *Media Projekt*. Dostupné z: <http://www.median.cz/?lang=cs&page=1&sub=8>

DNES (sešitů A a B). Přestože je rozměrově menší a ve větší míře jsou zde zastoupeny fotografie a palcové titulky, poskytla nám měsíční excerpce novin dostatek materiálu k analýze a ke srovnávání. V deníku Blesk jsme zkoumali výskyt expresivity i v rámci jednotlivých rubrik. U Mladé fronty DNES toto nebylo možné, jelikož má složitou strukturu, avšak jednotlivé sešity jsou tvořeny stálým obsahem z konkrétních oblastí, a domníváme se tedy, že jsou analogické s rubrikami Blesku. U deníku Blesk jsme rovněž do materiálů k analýze nezahrnuli magazíny vycházející jako příloha.

5.1 Lexikální expresivita v deníku BLESK v číslech

Při rozboru jednotlivých vydání deníku Blesk jsme postupovali stejně jako u MF DNES. Sestavili jsme si opět tři tabulky, namísto sešitů ale jednotlivé sloupce tvořily názvy rubrik. Jako názornou ukázkou přikládáme tabulky vypracované k vydání z pondělí 4. 11. 2013.

Tabulka 4: Komunikáty v Blesku

4. 11. 2013	TS	téma	polit.	Č/M	spol.	servis	sport	zahr.	ZS	ost.	celkem
počet K	3	6	7	10	9	2	11	6	-	-	54
ZK obs. LE	0	1	2	3	1	0	6	1	-	-	14
PK obs. LE	1	3	0	1	5	0	2	0	-	-	12
K obs. LE	1	4	2	4	6	0	8	1	-	-	26 (48 %)

K = komunikáty, ZK = zpravodajské komunikáty, PK = publicistické komunikáty, LE = lexikální expresivita,
TS = titulní strana, polit. = politika, Č/M = Čechy/Morava, spol. = společnost, zahr. = zahraničí, ZS = zadní strana, ost. = ostatní

Tabulka 5: Zastoupení jednotlivých typů expresivity v Blesku

4. 11. 2013	TS	téma	polit.	Č/M	spol.	servis	sport	zahr.	ZS	ost.	celkem
inherentní expresivita	1	4	0	10	8	0	17	1	-	-	41 (55,4 %)
adherentní expresivita	0	4	2	2	3	0	10	0	-	-	21 (28,4 %)
kontextová expresivita	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	0
Vlastní jména	0	0	0	7	3	0	2	0	-	-	12 (16,2 %)

Tabulka 6: Funkce excerpovaných výrazů v komunikátech Blesku

4. 11. 2013	TS	téma	polit.	Č/M	spol.	servis	sport	zahr.	ZS	ost.	celkem
Titulek meztitulék	0	1	1	4	1	0	8	1	-	-	16 (21,6 %)
Lead perex	0	2	0	3	0	0	1	0	-	-	6 (8,1 %)
Jádro textu	1	5	1	12	11	0	16	0	-	-	46 (62,2 %)
Popisek obrázku	0	0	0	0	2	0	4	0	-	-	6 (8,1 %)

S takto připravenými tabulkami pro všechna vydání jsme dále pracovali a zkoumali jsme zastoupení expresivity, převažující typ expresivity a její umístění v rámci komunikátů na úrovni jednotlivých rubrik.

5.1.1 Titulní strana, zadní strana

Uvědomujeme si, že se nejedná o rubriky v pravém slova smyslu. Titulní strana obsahuje komunikáty různých zaměření, láká čtenáře k otevření a přečtení novin. Na této straně se nevyskytuje obvykle moc textu, spíše velké fotografie, palcové titulky a do očí bijící interpunkce (např. !!!, ?!, ??? apod.). Na titulních stranách jsme napočítali celkem 73 komunikátů, expresivní výrazy jsme našli v jedenácti (15,1 %) z nich. Přebíraly v komunikátech publicistických (72,7 %). Celkem jsme z titulní strany excerpovali 15 slov, u šesti (40 %) z nich se jedná o expresivitu inherentní, u čtyř (26,7 %) o adherentní a zbytek jsou expresivní vlastní jména. Většina excerpovaných slov (66,7 %) pochází z titulků či meztitulků.

Na zadní straně se obvykle vyskytují komunikáty přinášející informace o zahraničních celebritách a různých, většinou také zahraničních, zajímavostech. Jejich převážnou část tvoří taktéž fotografie. Na zadních stranách jsme napočítali dohromady 122 komunikátů, ve třiceti (24,6 %) z nich jsme našli slova s příznakem lexikální expresivity, která převažovala v komunikátech zpravodajských (76,7 %). Ze zadních stran jsme excerpovali 55 výrazů, z nichž většinu (55 %) tvořily výrazy inherentně expresivní a největší část těchto výrazů byla zastoupena v jádru textu (52,7 %), menší část v titulcích (25,5 %).

5.1.2 Téma

Rubrika *téma* není na rozdíl od titulní a zadní strany v každém vydání. Byla součástí dvanácti vydání a napočítali jsme v ní celkem 41 komunikátů. Ve více než polovině z nich (51,2 %) jsme našli výrazy expresivně příznakové, které převažovaly zvláště

v komunikátech publicistických (85,7 %). Z této rubriky jsme excerpovali celkem 61 slov, třicet osm (61,3 %) inherentně expresivních, čtrnáct (22,6 %) adherentně expresivních a deset (16,1 %) expresivních vlastních jmen. Největší část excerpovaných slov (56,5 %) pochází z jádra textu, menší poté z perexu či leadu (19,4 %). V dalších dvou částech byl podíl expresivity téměř vyrovnaný.

5.1.3 Politika

Rubrika *politika* je součástí každého vydání. Celkem jsme v ní napočítali 175 komunikátů. Slova s příznakem expresivity jsme našli v 63 z nich, tedy ve 36 % a převažovala v publicistických komunikátech (61,9 %). Celkem jsme z této rubriky excerpovali 133 slov, 49,6 % z nich jsou slova adherentně expresivní, 45,9 % inherentně expresivní a 4,5 % expresivní vlastní jména. Největší část excerpovaných výrazů byla v jádru textu (48,1 %), menší část v titulcích (27,8 %), perexu/leadu (20,3 %) a nejmenší v popiscích obrázků (3,8 %).

5.1.4 Čechy/Morava

Tato rubrika je taktéž součástí každého vydání. Expresivní pojmenování jsme excerpovali ze 79 komunikátů (23,7 %) z celkových 333. Podíl komunikátů obsahujících lexikální expresivitu je téměř shodný v oblasti zpravodajství (54,4 %) i publicistiky (45,6 %). Celkem jsme excerpovali 174 výrazů, 46,6 % z nich jsou slova inherentně expresivní, 32,8 % slova adherentně expresivní, 20,1 % expresivní vlastní jména a 0,5 % slova kontextově expresivní. 58 % excerpovaných slov pochází z jádra textu, 20,7 % z titulků, 13,8 % z perexu/leadu a nejméně z popisků obrázků (7,5 %).

5.1.5 Společnost

Rubrika *společnost* je každodenní součástí těchto novin. Celkem jsme v ní napočítali 243 komunikátů, v 98 z nich (40,3 %) jsme našli expresivní slova. Komunikáty s výskytem expresivních pojmenování převažovaly v oblasti publicistiky (62,2 %). Z rubriky *společnost* jsme excerpovali 203 slov, z nichž bylo 36,9 % inherentně expresivních, 31,3 % adherentně expresivních a 32 % tvořila expresivní vlastní jména. Největší část z těchto slov pochází z jádra textu (55,7 %), v titulcích byly zastoupeny 24,1 %, v perexu/leadu 13,3 % a v popiscích obrázků 6,9 %.

5.1.6 Servis

Servis nebyl součástí každého vydání, vyšel celkem ve dvanácti z nich a bylo v něm zařazeno 21 komunikátů. Lexikálně expresivní pojmenování jsme našli v 19 % z nich, a

to pouze v oblasti publicistiky. Všechny excerpované výrazy jsou adherentně expresivní, polovina z nich je v jádru textu a druhá polovina v perexu.

5.1.7 Sport

Rubrika *sport* je nedílnou součástí všech vydání. Napočítali jsme v ní celkem 283 komunikátů a expresivní výrazy byly součástí 131 z nich, tzn. 46,3 % komunikátů. Komunikáty s výskytem expresivních slov převažovaly v oblasti publicistiky (51,1 %). Z rubriky *sport* jsme excerpovali celkem 373 výrazů, 49,6 % z nich jsou výrazy inherentně expresivní, 35,9 % výrazy adherentně expresivní, 14,2 % expresivní vlastní jména a 0,3 % kontextově expresivní výrazy. Excerpované výrazy se objevovaly ve všech částech komunikátu, a to v tomto rozložení: jádro textu 60,9 %, titulky/mezitulky 17,2 %, perex/lead 14,7 %, popis obrázku 7,2 %.

5.1.8 Zahraničí

Tato rubrika byla součástí jedenácti vydání a celkem jsme v ní napočítali 40 komunikátů, z nich deset (22,7 %) obsahuje lexikálně expresivní slova. Komunikáty s výskytem lexikálně expresivních slov převažují v oblasti zpravodajství (80 %). Z rubriky *zahraničí* jsme excerpovali 15 slov, 60 % z nich tvoří slova inherentně expresivní a zbylých 40 % slova adherentně expresivní. 33,3 % těchto slov jsme excerpovali z titulků či meztitulků, stejnou část z jádra textu, 26,7 % slov se vyskytovalo v popiscích fotografií a 6,7 % v perexu či leadu.

5.1.9 Ostatní

V tomto případě se taktéž nejedná o rubriku v pravém slova smyslu. Do této skupiny jsme zařadili příležitostné rubriky vyskytující se v některých vydáních, v našem případě v sedmi, jako např. *Bleskové auto-moto*, *šmejdi/aktuality*, *štědrá Bleskovka* apod. Celkem jsme v této skupině napočítali 37 komunikátů. Lexikálně expresivní výrazy jsme našli v 16, tedy 43,2 %, z nich. Většina (81,2 %) komunikátů s výskytem expresivních slov je z oblasti publicistiky. Celkem jsme excerpovali 41 slov. 58,6 % z nich jsou slova inherentně expresivní, 34,1 % slova adherentně expresivní a 7,3 % expresivní vlastní jména. Nejvíce těchto slov (56,1 %) jsme našli v jádru textu. V perexu či leadu se vyskytovalo 19,5 % slov, v titulcích či meztitulcích 14,6 % a v popiscích fotografií 9,8 %.

5.1.10 Shrnutí

Průměrně se ve vydání deníku Blesk vyskytuje 33,8 % komunikátů s výskytem expresivních pojmenování. Nejvíce komunikátů obsahujících expresivní výrazy se objevuje v rubrice *téma*, a to 51,2 %. Tuto rubriku tvoří články týkající se důležitých událostí na domácí scéně. Události jsou čtenáři servírovány jako senzace, mají přinášet šokující odhalení, čemuž odpovídá i užívaná slovní zásoba. Největší podíl komunikátů obsahujících lexikální expresivitu v této rubrice nás tedy ničím nepřekvapil. Na dalším místě se dle očekávání umístila rubrika *sport*, ze které bylo stejně jako v případě MF DNES excerpováno nejvíce slov.

Nejmenší procentuální zastoupení komunikátů obsahujících expresivní výrazy je překvapivě na titulní straně. Tuto skutečnost si vysvětlujeme tím, že na titulní straně je minimum textu, dominují zde fotografie a palcové titulky, ve kterých se také nachází většina excerpovaných expresivních výrazů. Celá strana je velmi barevná, aby na první pohled upoutala, a na čtenáře z ní útočí spousta interpunkce, která má zdůraznit důležitost informací, které noviny přináší, a plní vlastně funkci expresivních výrazů.

Celkově ve všech vydáních deníku Blesk převažuje inherentní expresivita a nejvíce expresivních slov bylo excerpováno z jádra textu.

5.2 Analýza materiálu excerpovaného z deníku Blesk

Z předchozích podkapitol známe podíl komunikátů obsahujících expresivní výrazy v rámci vydání i rubrik, zastoupení jednotlivých typů expresivity a víme také, ve které části textu se expresivní slova objevují nejčastěji. Nyní přistoupíme k samotné analýze excerpovaných expresivních výrazů.

Stejně jako u MF DNES nebudeme při analýze brát v úvahu umístění expresivních výrazů v rámci textu ani oblast žurnalistiky, ve které se vyskytují. Budeme však respektovat dělení expresivity na jednotlivé typy a v rámci nich si vyčleníme frekventované skupiny lexikálně expresivních jednotek, které doložíme příklady, a pokusíme se postihnout, jakou mají tyto jednotky v textu funkci.

5.2.1 Inherentně expresivní výrazy

Na rozdíl od MF DNES se v Blesku objevuje jak expresivita daná hláskovým skladem slov, tak expresivita daná způsobem tvoření slov.

Mezi slova, jejichž expresivita tkví v **hláskovém skladu** patří: *chechtat se* – expresivita dána spojením souhlásek velárních se samohláskou *e*, *maglajz* a *holomajzna* – zde expresivita dána hláskovou skupinou *-ajz-*.

Skupina slov, u kterých je expresivita dána způsobem tvoření, je však mnohem početnější. Nejčastěji je **expresivita daná slovtvornými příponami**, mezi které patří u substantiv maskulin: *-ák*: pojmenování osob – *kamioňák*, *zeťák*, *tvrďák*, *puberťák*, *drsnák*, *pušťák* (brankař, který pouští góly, neologismus/okazionalismus), *rošťák*; pojmenování z oblasti neživých věcí – *bourák*, *lepák* (políček, pohlavek), *smeták*; univerbizovaná pojmenování z oblasti sportu – *národák*, *přátelák*, *světák*; *-áč*: *pracháč*; *ec-* *šťastlivec*, *nenechavec*; *-as*: *klid'as*, *chud'as*; *-an*: *hafan*, *trhan*; *-our*: *hubeňour*, *med'our* (mercedes); *-oun*: *hlavoun*. U substantiv feminin pak *-árna*: *lumpárna* (v tomto pojmenování slovtvorný typ *-árna* užit pro označení projevu vlastnosti, nikoli místa), *cvokárna*; *-ina*: *rasovina*; *-ačka*: *svlíkačka*, *seznamovačka*, *děkovačka*. U neuter může být dána expresivita augmentativní příponou *-isko*, jako např. ve slově *psisko*.

Poměrně velkou část excerpt tvoří **deminutiva**, která jsme si rozdělili do dvou podskupin dle příznaku. Mezi deminutiva s příznakem kladným patří slova obsažená např. ve spojeních *našel plačící sestřičku*, *dětičkám zapalujeme svíčku*, *pejsek Lejla*, *schovával se za brášku*, *domácí gulášek*, *naducané tvářičky*, *kuřecí masíčko*, *napravit zdravičko*, *mam pro tebe kytičku*, *chvíli svítí sluničko*, *to je pokoukáníčko* a vlastní jména jako *Adélka*, *Radimek*, *Štěpánek*, *Tomík*, *Lucinka*, *Hanička*, *Terežka*, *Libuška*, *Žanetka*, *Adrianka*, *Dorotka*, *Honzíček*, *Evička*, *Kristýnka* apod. Mezi deminutiva se záporným příznakem potom patří slova obsažená ve spojeních jako např. *aby měla hezké Vánoce i ženuška*, *roztomilá sumička 4,5 milionu korun*, *šmejdské divadélko*, *provinční panička*, *páreček si prý hned padl do oka*, která jsou užitá ironicky a nesou tedy hodnocení negativní.

Další skupinu tvoří slova, u kterých je expresivita dána **kompozicí**, např. *prachobyčejný*, *srandamač*, *podržtaška*, *sexbomba*, *rychlokvaška*, *majstrštyk*. Zvláštním typem expresivních kompozit jsou slova, u nichž došlo k reduplikaci základu, jako např. *pouhopouhý* či *jistojistě*.

Největší skupinu inherentně expresivních pojmenování však tvoří slova **z hlediska formálního nezařaditelná** do zmíněných oblastí. Jsou to vulgární výrazy (jako *grázl*, *k***a*, *p*del*, *banda srá*ů*, *držka*, *mr*at* – ve spojení „*silnější pes mr*á*“,

*průser, h***o, pajzl, sranda, bordel*), pejorativa (jako *šmejd, šmejdský, prcek, kšeftař*), familiární slova (*miláček*). Patří sem také další slova jako *chlap, sakra, vykuk, pech, trapas, mač, dřina, upláchnout, piklit* (ve význ. kout pikle), *picnout, podfuk, vyčuraný, vybruslit, nabančit* a také spousta výrazů pocházejících z němčiny (jako *špitál, machr, špacír, sajrajt, šmakovat, kšeft, šlofik, handl, majstrštyk, rajzovat* či *flink*).⁸²

Jako poslední jsme si v rámci inherentně expresivních výrazů vyčlenili skupinu **okazionalismů**. Využití okazionalismů je jednorázové, slouží k ozvláštňení textu a upoutání pozornosti. V našem konkrétním případě se jedná o výrazy *Slávkobrána* – „slavobrána“ pro Bohuslava Sobotku, *MaRATHon* – označení pro přebíhání Davida Ratha mezi domem milenky a domem manželky, *SoBITKA* – tento výraz se vyskytl v titulku článku pojednávajícího o rvačce fotbalisty Sobotky a *VAGINArena* – označení stadionu pro MS, který svým tvarem některým lidem připomíná vagínu.

5.2.2 Adherentně expresivní výrazy

Adherentní expresivita vzniká přesuny mezi odlišnými oblastmi pojmenování.⁸³ První a nejhojněji zastoupenou skupinu tvoří pojmenování, jejichž expresivita vznikla **přesuny uvnitř oblasti jevů lidského života**, např. *zakousnout se* (soustředěně se zabrat), *skousnout* (přestát, snést), *básnit* (nadšeně, vzletně mluvit), *vyfouknout* (někoho o něco připravit), *vystřelit* (říci něco bez uvážení), *vyšlápnout si* (na koho, na co, zaujmout důrazný postoj k někomu), *okořenit* (učinit zajímavým, přitažlivým, poutavým; zpestřit), *peklo* (velké nepříjemnosti, nesnáze; trápení, soužení), *basa* (vězení), *bůh* (hluboce uctívaná a milovaná osoba), *d'ábel* (divoký, zlý člověk), *andílek* (o milované bytosti), *paša* (blahobytně žijící člověk), *mozol* (břicho).

Druhou skupinu tvoří **pojmenování skutečností z oblasti lidského života výrazy z okruhu života živočišného**, např. *nakukat* (namluvit, napovídat), *bručet* (být uvězněn, sedět), *vrkat* (mluvit, chovat se něžně, roztouženě), *(ne)žrat* (jíst, zprav. hltavě, nemírně), *vletět* (vpadnout), *hyena* (dravý surový, bezohledný člověk), *koloušek* (mladý muž), *kočka* (krásná žena), *ptáček* (mužský pohlavní úd), *zobák* (mladý, nezkušený člověk), *ramlice* (žena, která se válí se všemi pacholky), *hovado* (nadávka), *dobytek*

⁸² U některých slov by se dalo uvažovat o expresivitě dané jejich hláskovým skladem, pro toto tvrzení jsme však nenalezli v odborné literatuře dostatečnou oporu, a zařazujeme tedy slova do této skupiny.

⁸³ Rozdělení na jednotlivé oblasti přenosu pojmenování převzato z mnohokrát citované práce Jaroslava Zimy *Expresivita slova v současné češtině*.

(nadávka), *paroháč* (klamaný manžel), *lemra* (líný člověk), *beruška* (lichotivé oslovení milé bytosti).

Třetí skupina je tvořena **přesuny pojmenování z oblasti rostlin, živočichů a přírodních jevů do jiných oblastí**, např. *čumák* (přední část auta), *kvítka* (nezbeda, dareba), *oříšek* (složitý problém), *zahnutý „klacek“* (hokejka), *ratolest* (potomek, dítě), *paseka* (zmatek, nepořádek, výtržnost).

Poslední skupinu tvoří **záměny pojmenování z oblasti neživé hmoty a lidského života**, např. *zlato* (drahá osoba), *dřevák* (nadávka hloupému, nešikovnému člověku). Do této skupiny patří také synekdochické personifikace, např. *hokejka* (hokejista), *kopačka* (fotbalista).

Zvlášť jsme v rámci adherentní expresivity vyčlenili **pojmenování ironická**. Při ironickém užívání slov dochází k významovým posunům, a to až k významům opačným. Aby byla ironie v psaném textu identifikovatelná, bývá označena uvozovkami. Příkladem užití ironie v Blesku jsou tato pojmenování: *akční „hrdina“*, *brazilský „tanečník“*, *její „dvojče“*, *pohled na toto „umění“*, *jak moc mají lidé Kalouska „rádi“*, *ochranka „vítá“ skupinu novinářů, za „pouhých“ 60 000 korun, „chytrý“ trik*.

5.2.3 Kontextově expresivní výrazy

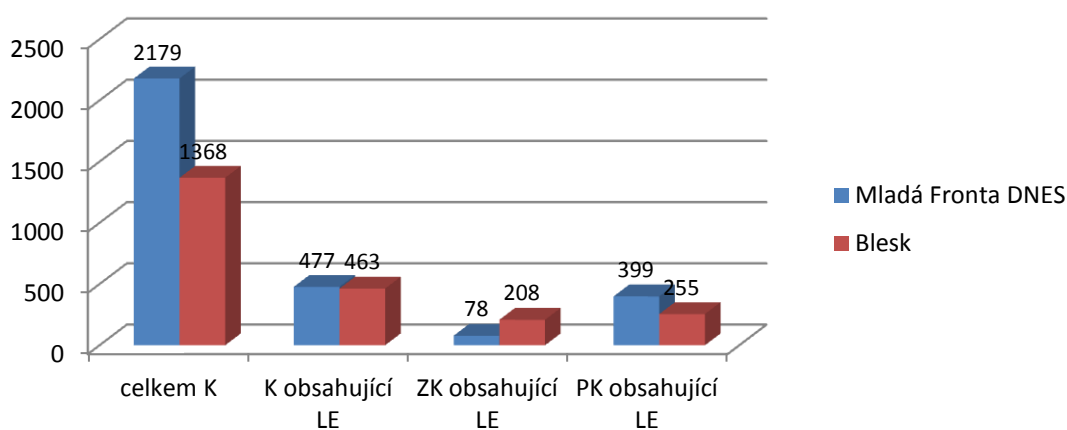
Kontextově expresivní výrazy nejsou v deníku příliš frekventované. V listopadových vydáních jsme našli pouze dva doklady tohoto typu expresivity.

První z nich se objevil ve spojení: *vzteky šílení fans Středočechů...* Expresivita tohoto anglického výrazu tkví v jeho odlišnosti od okolního kontextu. Druhý doklad kontextové expresivity jsme našli ve spojení *vytoužené fáro*. Fáro je slangový výraz pro automobil, kterým sám o sobě expresivní být nemusí, za předpokladu, že bude využit v oblasti skupiny lidí stejného zájmu či profese, a v oblasti neoficiální komunikace, což se v tomto případě nestalo. Výraz se taktéž liší od okolního kontextu a tím nabývá expresivního charakteru. Byl použit v článku pojednávajícím o tzv. šmejdech, kteří okrádají staré lidi o peníze, za které si poté kupují např. drahá auta. Výraz fáro zde nese silný negativní příznak a vyjadřuje subjektivní názor a emoce pisatele.

6 Srovnání Mladé fronty DNES a Blesku

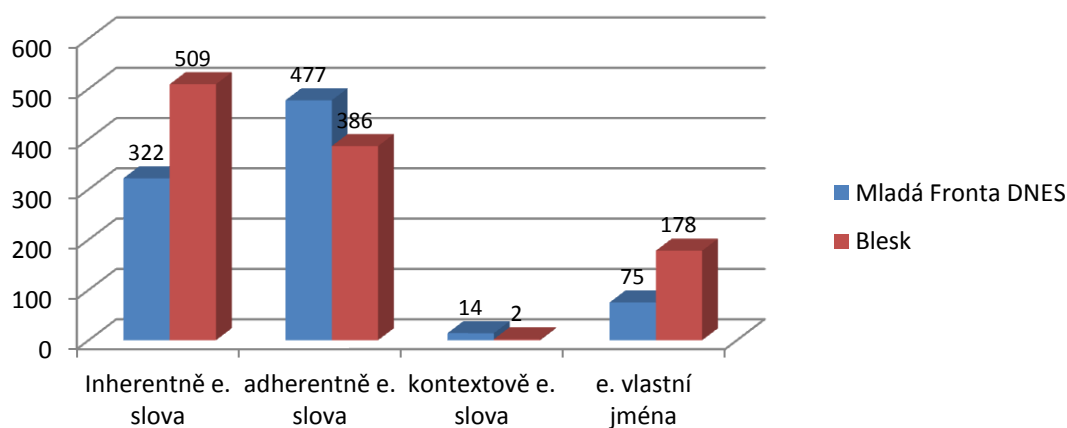
Dosud jsme se zabývali pouze jednotlivými sešity novin (u MF DNES) a rubrikami (Blesk). Cílem naší práce však je celkové jazykové srovnání seriózního deníku Mladá fronta DNES a bulvárního deníku Blesk z hlediska výskytu lexikální expresivity. Z výše uvedených faktů jsme dospěli k výsledkům, které shrneme v následujících grafech.

Graf 1: Srovnání MF DNES a Blesku z hlediska expresivity v komunikátech



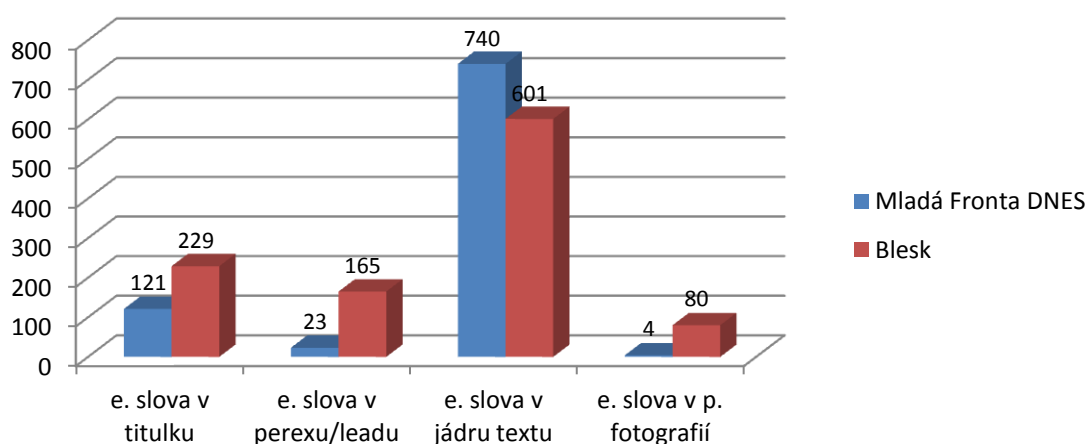
Z údajů uvedených v grafu vyplývá, že celkový podíl komunikátů s výskytem expresivity je v MF DNES nižší než v Blesku, a to i přesto, že v denících Blesk jsme napočítali o 811 komunikátů méně. V Mladé frontě DNES se nachází lexikálně expresivní výrazy průměrně ve 21,9 % komunikátů a v Blesku ve 33,8 % komunikátů. U obou deníků převládá expresivita v publicistice. V MF DNES se ve zpravodajství vyskytuje pouze 16,4 % komunikátů s výskytem expresivních slov, v Blesku je to o mnoho více, a to 44,9 %.

Graf 2: Srovnání zastoupení jednotlivých typů expresivity v denících



Vidíme také, že v deníku MF DNES převládá expresivita adherentní, zatímco v deníku Blesk expresivita inherentní, která je formálně signalizovaná. Inherentně expresivní slova jsou zažitá a rozpoznatelná a jejich užití i recepce jsou snazší. Adherentní expresivita se často realizuje jako aktualizace nebo okazionalismus, který klade vyšší nároky na producenta i adresáta. V Blesku najdeme také mnohem vyšší zastoupení expresivních vlastních jmen. Kontextová expresivita má v obou denících pouze minoritní podíl.

Graf 3: Funkce excerpovaných výrazů v komunikátech MF DNES a Blesku



Třetí graf ukazuje, kolik excerpovaných slov v rámci deníků bylo součástí titulku či mezititulku, perexu či leadu, jádra textu a popisek fotografií (obrázků). V obou denících převládají expresivní slova v jádru textu, přesto ale můžeme pozorovat velké rozdíly. U Blesku je výrazný nárůst užívání expresivních pojmenování v titulcích, perexu a hlavně v popiscích fotografií oproti MF DNES, přestože v tomto deníku, jak již bylo řečeno, stále převládá expresivita v jádru textu.

V Rámci deníku Mladá fronta DNES jsme se zabývali expresivitou v jednotlivých sešitech vydání, v rámci Blesku pak v jednotlivých rubrikách. Tento rozbor nám přinesl podrobné informace o jednotlivých denících. Zjistili jsme, že v obou se nejvíce lexikálně expresivních výrazů vyskytuje v oblasti sportu, který v Blesku tedy tvoří samostatnou rubriku a v MF DNES je součástí sešitu B, v menší míře sešitu C. Od závěrečného podrobnějšího srovnávání sešitů MF DNES s rubrikami Blesku upouštíme, nebylo by příliš přesné a podle našeho názoru by nemělo ani velkou výpovědní hodnotu.

Závěr

V naší práci jsme se zaměřili na zkoumání výskytu lexikální expresivity ve dvou nejprodávanějších českých denících, a to v seriózním deníku Mladá fronta DNES a bulvárním deníku Blesk.

Před samotnou analýzou deníků bylo nejprve nutné vymezit a objasnit pojem expresivita. K tomu nám pomohla odborná literatura, na jejímž základě jsme charakterizovali nositele expresivity v lexiku a také jednotlivé typy expresivity. Jelikož jsme se rozhodli zkoumat lexikální expresivitu v žurnalistice, bylo nutné zaměřit se na tuto oblast a její dvě odvětví – zpravodajství a publicistiku. Bylo zapotřebí vymezit jejich formu, funkce a jazyk, resp. obvykle užívané jazykové prostředky daného odvětví. Na základě těchto teoretických informací jsme stanovili hypotézu, že by se v seriózním deníku Mladá fronta DNES neměla expresivita objevovat v takové míře, jako v bulvárním Blesku, ve kterém jsme také očekávali více negativních konotací a vyšší podíl expresivity inherentní. V Mladé frontě DNES jsme naproti tomu očekávali vyšší podíl expresivity adherentní. Celkově jsme předpokládali vyšší frekvenci výskytu lexikální expresivity v publicistice než ve zpravodajství. Stanovenou hypotézu jsme následně ověřovali na vzorku námi vybraných deníků.

Deníky jsme zkoumali v období od 4. listopadu 2013 do 30. listopadu 2013. Celkem jsme tedy analýze podrobili dvacet čtyři vydání deníku Mladá Fronta DNES a dvacet čtyři vydání deníku Blesk. Při analýze jsme se zaměřili na přítomnost lexikální expresivity ve zpravodajství a v publicistice, funkci excerpovaných výrazů v textu – tedy zda jsou součástí titulku, mezititulku, perexu, leadu, jádra textu či popisku fotografie, a také na typ expresivity daného výrazu. Vycházeli jsme ze Zimova pojetí lexikální expresivity a převzali jsme jeho dělení na expresivitu inherentní, adherentní a kontextovou, ke kterým jsme si přidali jednu zvláštní kategorii, a to expresivní vlastní jména. Po rozboru všech excerpovaných slov z obou deníků jsme došli k jednoznačným závěrům o užívání lexikální expresivity v obou denících, a to jak na základě celých vydání, tak jejich obsahově odlišných částí.

Větší podíl komunikátů obsahujících lexikální expresivitu jsme našli dle očekávání v bulvárním deníku, tedy v Blesku. V obou denících převažovala lexikální expresivita v publicistických komunikátech, avšak v Blesku nebyla tato převaha příliš

výrazná. I ve zpravodajských textech jsme zde vypořizovali výraznou tendenci působit na emoce a pocity čtenářů. Autoři se snažili působit na základní pudy člověka a v textech byl častým tématem strach, obecné ohrožení a komunikáty jakoby říkaly „toto se může stát i vám“. Příkladem mohou být negativně zabarvené výrazy jako *šmejd*, *pazgřivec*, *chlápek*, *čumil*, *hrdlořez* apod., které mohou u čtenářů evokovat potenciální ohrožení či jinak působit na jejich emoce. Igor Němec ve svých pracích říká, že „nápadnou většinu mezi výrazy expresivními tvoří výrazy pejorativní, tj. slova a slovní spojení s výrazem hanlivým, stavějící označovanou skutečnost do horšího světla.“⁸⁴ V Blesku měly tedy expresivní výrazy často funkci apelovou a jejich úkolem bylo manipulovat s emocemi čtenáře. V Mladé frontě DNES tyto výrazy ve většině případů naopak sloužily spíše k vyjádření názorů a postojů autora textu, ale samozřejmě i tak do jisté míry ovlivňují čtenáře.

V Mladé frontě měly převahu dle očekávání (plynouceho z jejich povahy) adherentně expresivní výrazy, zatímco v Blesku inherentně expresivní výrazy, které jsou ztělesněním formulační nenucenosti a uvolněnosti a navozují mezi autorem a čtenářem dojem blízkosti. Autor se užíváním těchto výrazů řadí k určité skupině (vymezené sociálně či zájmově apod.) a tím se přibližuje čtenáři. Ve větší míře se v Blesku objevovala také expresivní vlastní jména, což poukazuje na celkovou tendenci Blesku k nižšímu stylu a hovorovosti vyjadřování.

Oba deníky mají ale společné to, že nejvíce excerpovaných výrazů pocházelo z oblasti sportovní žurnalistiky, jak jsme zjistili při analýze jednotlivých částí novin. Sport je spojen s emocemi a na expresivní pojmenování je tato oblast tedy velmi bohatá. Z této oblasti pocházela také značná část expresivních vlastních jmen.

Excerpovaný materiál by mohl sloužit i pro další případné výpočty a analýzy, pro které už v naší práci není místo, jako je například analýza jednotlivých rubrik v Mladé frontě DNES, samostatná analýza jednotlivých částí textu apod.

⁸⁴ NĚMEC, Igor. *Práce z historické jazykovědy*. Praha: Academia, 2009, s. 32–33.

Anotace

Jméno a příjmení autora:	Tereza Kubíčková
Název fakulty a katedry:	Filozofická fakulta univerzity Palackého v Olomouci, Katedra bohemistiky
Název práce:	Využití lexikální expresivity v současné tištěné publicistice
Název práce v angličtině:	Use of lexical expressivity in contemporary print media
Vedoucí práce:	Mgr. Darina Hradilová, Ph.D.
Rok obhajoby:	2014
Počet znaků:	95 640
Počet titulů použité literatury:	25 (+ 6 internetových zdrojů)
Klíčová slova:	Expresivita, lexikální expresivita, žurnalistika, publicistika, zpravodajství, lingvistika, tištěná médiá, bulvár.
Key words:	Expressivity, lexical expressivity, journalism, news, linguistics, print media, tabloid.

Anotace práce:

Bakalářská práce se zabývá využitím lexikální expresivity v současné tištěné publicistice, konkrétně v seriózním deníku Mladá fronta DNES a bulvárním deníku Blesk. Ze zmíněných tiskovin jsme vytvořili soubor excerpt, který jsme podrobili analýze se zřetelem k užitému typu expresivity a se zřetelem k jejímu funkčnímu využití. Při excerptci jsme přihlíželi k charakteru konkrétního textu (zpravodajský × publicistický) a funkci excerptovaného výrazu v textu (titulek, mezititulek, jádro textu, popisek fotografie). Cílem práce je jazykové srovnání obou deníků z hlediska využití lexikální expresivity.

Anotace práce v angličtině:

The thesis occupies with application of lexical expressivity in contemporary print media, concretely in reputable daily Mladá fronta DNES and tabloid press Blesk. We created the set of excerpts from mentioned printed materials which we analysed with regard to applied type of expressivity and with regard to its functional use. We took into consideration the character of text (journalistic × news) and the function of excerpt expressions in the text (headline, crosshead, core of the text, caption of photographs). The aim of this thesis is comparison of both dailies with respect to use of lexical expressivity.

Summary

The aim of this thesis is to determine whether lexical expressivity is used in contemporary print media, alternatively to what extent. It means, to which extent journalists are trying to add interest to text by using special expressions, which can arouse interest or emotion in people – expressive expressions. These words have a characteristic feature, they are conspicuous, and this feature distinguishes them from other words, non-expressive. Our analysis is based on theoretical knowledge of expressiveness.

In this work, two contemporary printed periodicals are compared in terms of lexical expressivity. The set of excerpts constitute the basis of thesis and this set of excerpts based on two sources – Mladá fronta DNES and Blesk. Mladá fronta Dnes is one of the best selling and most widely read Czech dailies and is considered a reputable source of information about the world in which we live. Blesk is conversely representative tabloid press.

Excerpted words are subjected to an analysis, which takes into account of the own character of the text, which can be news or publicistic, and the function of excerpted word in the text. Expression may be the headline (title) or subtitle, or can be included in the core of the text. Analysis is performed with regard to the applied type of expressivity and with regard to its functional use.

Literatura

BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk současné české politiky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 1993. ISBN 80-7067-331-1.

BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004. ISBN 80-7318-059-6.

ČERMÁK, František. Frazeologie novinového úvodníku: Úzus, funkce, aktualizace. *Slovo a slovesnost: Časopis pro otázky teorie a kultury jazyka*. Praha: Melantrich, 1996, roč. 57, č. 2, s. 81–90. ISSN 0037-7031.

ČERMÁK, František. *Lexikon a sémantika*. Praha: Lidové noviny, 2010. ISBN 978-80-7422-020-3.

DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997. ISBN 80-200-0617-6.

Encyklopedický slovník češtiny. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002. ISBN 80-7106-484-X.

FORET, Martin – LAPČÍK, Marek – ORSÁG, Petr. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2023-3.

GREPL, Miroslav. Významný pokus o syntetický výklad expresivity slova. *Slovo a slovesnost: Časopis pro otázky teorie a kultury jazyka*. Praha: Melantrich, 1965, roč. 26, č. 1, s. 54–58. ISSN: 0037-7031.

HALADA, Jan – OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999. ISBN 80-85983-76-1.

HRADILOVÁ, Darina a kol. *Proměny slova*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3489-6.

HRADILOVÁ, Darina. Expresivní neologismy z hlediska slovo tvorby. *Bohemica Olomucensia*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2010, roč. 2, č. 3. ISSN 1803-876X

HRBÁČEK, Josef. Zkratky a tvoření slov. *Naše řeč*. Praha: E. Šolc, 1972, roč. 55, č. 2–3, s. 124–131. ISSN 0027-8203.

JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*. Praha: ARSCI, 2010. ISBN 978-80-7420-007-6.

KROBOTOVÁ, Milena. *Úvod do české stylistiky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2001. ISBN 80-244-0315-3.

KŘÍSTEK, Václav. Současné novinové titulky. *Naše řeč*. Praha: E. Šolc, 1973, roč. 56, s. 229–237. ISSN 0027-8203.

LOTKO, Edvard. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. Vyd. 3. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. ISBN 80-244-0720-5

MAREŠ, Petr. Neformální vyjadřování v současné české publicistice: časopis „Živel“. In: *Český jazyk a literatura v evropském kulturním kontextu*. Ratiboř: Státní vysoká odborná škola v Ratiboři, 2008. ISBN 978-83-60730-15-7.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-338-3.

Mluvnice češtiny 1. Praha: Academia, 1986.

NĚMEC, Igor. *Práce z historické jazykovědy*. Praha: Academia, 2009. ISBN 978-80-200-1820-5.

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 2., opr. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.

Příruční mluvnice češtiny. Vyd. 2., opr. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2012. ISBN 978-80-7106-624-8.

SLANČOVÁ, Daniela. Štylistika slovenskej a českej bulvárnej tlače (na príklade bulvárnych denníkov Nový čas a Blesk). *Style*, 6. Ed. M.Čarkič. Beograd, 2007, s. 255 – 271.

Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost. Vyd. 3., opr. Praha: Academia, 2010. ISBN 80-200-1347-4.

ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: Studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961.

Internetové zdroje

ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/>

Mediální skupina Mafra. *MF DNES*. Dostupné z:

http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm

Median – Výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj software. *Media Projekt*.

Dostupné z: <http://www.median.cz/?lang=cs&page=1&sub=8>

Ringier Axel Springer CZ. *Blesk*. Dostupné z: <http://www.ringieraxelspringer.cz/>

Ústav pro jazyk český ČSAV. *Slovník spisovného jazyka českého*. Dostupné z:

<http://ssjc.ujc.cas.cz/>

Wikipedie: Otevřená encyklopedie. *Blesk*. Dostupné z:

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Blesk_\(noviny\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Blesk_(noviny))

Seznam tabulek a grafů

Tabulky

Tabulka 1: Komunikáty v MF DNES	31
Tabulka 2: Zastoupení jednotlivých typů expresivity v MF DNES.....	31
Tabulka 3: Funkce excerpovaných výrazů v komunikátech MF DNES.....	32
Tabulka 4: Komunikáty v Blesku	40
Tabulka 5: Zastoupení jednotlivých typů expresivity v Blesku.....	40
Tabulka 6: Funkce excerpovaných výrazů v komunikátech Blesku.....	41

Grafy

Graf 1: Srovnání MF DNES a Blesku z hlediska expresivity v komunikátech	48
Graf 2: Srovnání zastoupení jednotlivých typů expresivity v denících	48
Graf 3: Funkce excerpovaných výrazů v komunikátech MF DNES a Blesku.....	49