

# Užívání biblických výrazů ve vybraných textech současného publicistického stylu

## Bakalářská práce

*Studijní program:*

B7310 Filologie

*Studijní obor:*

Český jazyk a literatura

*Autor práce:*

**Alena Balcarová**

*Vedoucí práce:*

PhDr. Alex Röhrich, Ph.D.

Katedra českého jazyka a literatury





## Zadání bakalářské práce

# Užívání biblických výrazů ve vybraných textech současného publicistického stylu

*Jméno a příjmení:* **Alena Balcarová**  
*Osobní číslo:* P18000160  
*Studijní program:* B7310 Filologie  
*Studijní obor:* Český jazyk a literatura  
*Zadávací katedra:* Katedra českého jazyka a literatury  
*Akademický rok:* **2019/2020**

### Zásady pro vypracování:

Práce se bude zabývat zkoumáním biblických výrazů užívaných ve vybraných textech publicistického stylu. Teoretická část představí publicistický styl, biblickou frazeologii a zaměří se na charakteristiku publicistických žánrů, které biblické výrazy hojně užívají. Analytická část se bude zabývat analýzou konkrétních biblismů a porovná jejich funkci v textu a míru shody s prvotním významem. Cílem práce bude nejen pozorování funkce biblismů v této sféře, ale také případného posunu významu.

*Rozsah grafických prací:*  
*Rozsah pracovní zprávy:*  
*Forma zpracování práce:*  
*Jazyk práce:*

tištěná/elektronická  
Čeština



### **Seznam odborné literatury:**

BARTOŠEK, J. Novinové titulky. In Nebeská, I. & A. Macurová (eds.), Jazyk a jeho užívání, 1996, 251-264.  
ČECHOVÁ, M. & K. KARHANOVÁ. K recepci kulturních frazémů v současné komunikaci. NŘ 78, 1995, 138-144.  
ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. Současná stylistika. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008.  
JUNKOVÁ, B. Aluze v psané publicistice. In Srpová, H. (ed.), Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích, 2005, 119-124.  
MINÁŘOVÁ, E. Parémie a frazémy v publicistice, jejich proměny a funkce se zaměřením na církevní publicistiku. In Raclavská, J. ad. (eds.), Parémie národů slovanských II, 2005, 64-71.  
OUŘEDNÍK, Patrik. Aniž jest co nového pod sluncem, Mladá fronta, 1994; Volvox Globator, 2011.

*Vedoucí práce:*

PhDr. Alex Röhrich, Ph.D.  
Katedra českého jazyka a literatury

*Datum zadání práce:*

30. listopadu 2019

*Předpokládaný termín odevzdání:*

30. dubna 2021

prof. RNDr. Jan Pícek, CSc.  
děkan

L.S.

prof. PhDr. Oldřich Uličný, DrSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. listopadu 2019

## Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

6. května 2021

Alena Balcarová

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce PhDr. Alexu Röhrichovi, Ph.D., za trpělivost, podnětné rady a povzbuzivá slova, kterými vedení této práce doprovázel.

Mé díky také patří Mgr. Václavu Lábusovi, Ph.D., a PhDr. Ladislavu Janovci, Ph.D., za cenné konzultace a doporučení.

Děkuji také rodině Valentových za jejich podporu a poskytnutí knižních zdrojů v době uzavření všech knihoven, Jurimu Kostykovi za trpělivost a pomoc s formálními náležitostmi práce a v neposlední řadě také všem přátelům a rodině, kteří všichni trpělivě odpovídali na mé dotazy ohledně užívání biblických frazémů a kteří mě vždy motivovali.

Tímto všem děkuji za drahocenný čas, připomínky a ochotu.

## **Anotace**

Záměrem této práce je představit publicistický styl, vymežit ho mezi ostatními styly a zaměřit se na jeden z jeho specifických jazykových prostředků, kterým jsou biblismy. Na základě konkrétních příkladů práce nabízí ukázky nejen toho, jak zmíněné biblismy podléhají aktualizačním tendencím, ale také toho, jak se význam jejich užívání mění. Analytická část poté nabízí konkrétní publicistické texty, na kterých všechny tyto tendence dokládá, a porovnává je s významem užití biblismů ve dvou křesťanských časopisech.

## **Klíčová slova**

Styl, publicistický styl, žurnalistika, publicistika, analytický styl, frazémy, biblismy, zpráva, komentář, interview, analýza

## **Abstract**

The intention of the thesis is to introduce publicist style of writing among other styles and to focus on one of its specific language means, which is biblicism. Upon specific examples will be demonstrated how those means are impacted by updating tendencies and how its original meanings change. Analytical part shows particular publicistic texts, that proves the tendencies and compares the meaning of these terms with others used in Christian magazines.

## **Keywords**

Style, publicist style, journalism, analytic style, idioms, biblicism, news, news report, comment, interview, analysis

# Obsah

Úvod.....	5
<b>1 Styl.....</b>	<b>7</b>
2.1 <i>Funkční styl</i> .....	8
2.1.1 Prostě-sdělovací styl.....	8
2.1.2 Odborný styl .....	9
2.1.3 Publicistický styl .....	9
2.1.4 Umělecký styl .....	9
2.1.5 Administrativní styl.....	9
2.1.6 Řečnický styl .....	9
2.2 <i>Stylové postupy</i> .....	10
<b>3 Publicistický styl .....</b>	<b>10</b>
3.1 <i>Historie publicistického stylu</i> .....	11
3.1.1 Masová média.....	13
3.2 <i>Žánry publicistického stylu</i> .....	14
3.2.1 Zpravodajský styl.....	15
3.2.2 Analytický styl.....	16
3.2.3 Beletrický styl .....	17
3.3 <i>Charakteristika publicistického stylu</i> .....	17
3.3.1 Obrazná pojmenování.....	20
<b>4 Analýza vybraných biblismů .....</b>	<b>26</b>
4. 1 <i>Analýza konkrétních biblismů ve vybraných publicistických textech</i> .....	33
4. 1. 1 Alfa i omega .....	34
4. 1. 2 Ať levice neví, co činí pravice .....	35
4. 1. 3 Míti Filipa.....	37
4. 1. 4 Země zaslíbená.....	38
4. 1. 5 Co na srdci, to na jazyku.....	40
4. 1. 6 Hokus, pokus .....	41
4. 1. 7 Mlčet jako kámen.....	42
4. 1. 8 Spát jako hozený do vody .....	43
4. 1. 9 Benjamín .....	45
4. 2 <i>Analýza biblismů ve vybraných křesťanských časopisech</i> .....	45
4. 2. 1 Analýza biblismů z farního čtrnáctideníku Hřívna.....	46
4. 2. 2 Analýza biblismů v časopisu Milujte se! .....	50



<b>5 Závěr .....</b>	<b>52</b>
<b>6 Seznam použitých zdrojů.....</b>	<b>55</b>
6. 1 Seznam článků použitých k analýze .....	55
6. 2 Časopisy použité k analýze.....	58
6. 3 Použitá literatura.....	58
6. 4 Použité zdroje z přednášek.....	61

## Úvod

Frazémy jsou od nepaměti součástí jazykového dědictví jakéhokoli kulturního společenství. Člověk je přejímá během procesu poznávání světa a díky jejich užívání světu také rozumí. Frazémy jsou tak odrazem praktického života a není divu, že se objevují téměř ve všech jazykových sférách a v různých sociálních skupinách.

Obecně frazémy dělíme na lidové, kulturní a cizojazyčné. A právě na pomezí prvních dvou stojí biblismy. Jsou to frazémy, které mají svůj původ v bibli, ale mohou být i natolik zobecněné, takže je dnes s biblí jen velmi těžko propojíme. Náboženské texty však byly dlouhou dobu jedinými, ke kterým se mohl obyčejný člověk dostat, i když zprostředkovaně. Není proto divu, že je česká kultura s tou biblickou propojená více, než si uvědomujeme, a velká část frazémů má opravdu biblické kořeny. S postupem času a s neustálým vývojem jazyka, který se přizpůsobuje době, však lidé přestávají některým výrokům rozumět. Dochází tak k různým aktualizacím tendencím a změnám daných výrazů, nebo přímo k nahrazení synonymní variantou, která může vést až k zániku původního výrazu. A právě tímto jevem se práce zabývá. Zaměřuje se na biblismy a jejich užívání v textech publicistického stylu, protože právě publicistika výrazně odráží vývoj a dynamiku jazyka. Zajímavé je to, v jaké podobě se biblismy užívají, zda se jejich význam posunul a jakých konkrétních žánrů se to týká.

Práce se dělí na teoretickou a analytickou část. Část teoretická je zaměřená na obecné shrnutí a vymezení pojmů. První kapitola se věnuje stylu obecně, jeho funkcím a postupům, doplňuje ji kapitola druhá, která se věnuje stylu publicistickému. Zde se věnujeme historii publicistiky, jejím podobám a funkcím, charakteristice a útvarům. Zabýváme se také vymezením pojmů s publicistikou velmi úzce spojených, na základě čehož poté rozčleňujeme jednotlivé textové ukázky a provádíme jejich analýzu v části analytické. Výběr závisí na hojnosti užívání zvoleného biblismu. Zmíněná charakteristika zahrnuje také představení základních jazykových prostředků užívaných v publicistice. Uvádíme zde proto i obecné aktualizací tendence při užívání frazémů, které poté uplatňujeme na biblismy. Samotné biblismy pak rozdělujeme do vlastního schématu, se kterým později pracujeme.

Cílem práce je zjistit, zda a v jaké podobě se biblismy vyskytují v publicistických textech a jak se případně posunul jejich význam. Na základě toho pak biblismy rozčleňujeme. Záměrem je také zjistit, jakých žánrů a útvarů publicistického stylu se to týká. Dále také zkoumáme jejich užívání se synonymními variantami, kdy je naším záměrem zjistit, která varianta je pro uživatele jazyka bližší na základě hojnosti výskytu. Nakonec také tyto vědomosti porovnáme

s analýzou dvou textů křesťanských časopisů. Zajímá nás, zda se užívání biblismů a jejich význam v křesťanském společenství liší od ne-křesťanského.

# 1 Styl

V první kapitole je vymezen pojem styl. Tento termín pochází z latinského označení *způsobu psaní*, které znělo *stilus*. (Český etymologický slovník, 2001, s. 612)

*Termín styl je chápán různě, a to jako způsob vyjádření nebo jako umění říct totéž různým způsobem/.../ Stylem/slohem se běžně v jazykovědě označuje určitý ráz verbálního komunikátu, zpravidla cílevědomě volený a uspořádaný tak, aby obsahem i formou vyhovoval komunikačnímu záměru autora.* (Čechová a kol., 1997, s. 16)

Výběr jazykových prostředků tak může být v případě žánru záměrný, ale v případě samotné autorovy volby také nezáměrný právě proto, že je to jeho automatický výběr, který ho charakterizuje. J. Kraus (2008, s. 84) uvádí, že *Ve stylu se tak projevují autoři jako individua i jako nositelé společenských identit (novinář, politik, vědec, manažer, představitel určité generace, pohlaví apod.). Styl se chápe především jako záležitost výstavby (kompozice) textu, a to nejen na rovině formální, ale i tematické, obsahové.* (Kraus, 2008, s. 86)

Samotné jazykové prostředky se dělí na příznakové, tedy ty, které už svým významem náleží k nějakému příznačnému stylu, a nepříznakové. V některých žánrových oblastech má pak autor možnost být více individuální, co se volby týče. Pakliže se jedná o fejeton, autor může použít příznakové prostředky např. obecné češtiny, čímž navodí atmosféru běžného hovoru. Pokud ale píše zprávu, je více svázán pravidly, a tedy i volbou charakteristických prostředků, které jsou příznačné právě pro zprávu. (Kraus, 2008, s. 88–89)

J. Kraus (2008, s. 89) dále uvádí, že styl je možné členit vertikálně na vysoký, střední a nízký. Každé toto rozlišení zahrnuje užití specifických jazykových prostředků. Zatímco vysoký styl obsahuje oficiální a reprezentativní prostředky, styl nízký obsahuje naopak prostředky neoficiální.

Obor, který se zabývá studiem stylu, nazýváme stylistika. V rámci filologie jde o dva pohledy: literárněvědný a jazykovědný. **Stylistika literárněvědná** se zabývá stylem krásné literatury a má přímou vazbu na poetiku, obor s tradicí již od antiky, jenž je naukou o tvaru literárního díla; takto orientovaná stylistika studuje celkovou výstavbu díla včetně motivů, fabule, syžetu, přičemž si všímá též pro tyto texty typických vyjadřovacích prostředků. **Jazykovědná stylistika // lingvostylistika** se soustřeďuje na výrazovou složku jakýchkoli textů/komunikátů v celé její proměnlivosti, i když v novějším pojetí neodmítá ani přihlídnutí k tematice. (Encyklopedický slovník češtiny, 2017)

## 1.1 Funkční styl

Na základě volby podobných jazykových prostředků vymezujeme funkční styl. Bohuslav Havránek rozdělil funkce a ke každé přiřadil funkční jazyk.

- Komunikativní funkce → hovorový funkční jazyk,
- Prakticky odborná funkce → pracovní funkční jazyk,
- Teoreticky odborná funkce → vědecký funkční jazyk,
- Estetická funkce → básnický funkční jazyk.

Z jeho dělení dnes vychází rozlišení na funkční styl:

1. Prostě-sdělovací,
2. Odborný,
3. Publicistický,
4. Umělecký,
5. Administrativní,
6. Řečnický,
7. Esejistický.

Styl se dále dělí na simplexní, tedy styl ovlivněný jedním dominantním stylovým faktorem, a komplexní, tedy styl ovlivněný několika stylovými faktory. Jako stylový faktor chápeme vše, co ovlivňuje volbu jazykových prostředků, jež vytváří styl komunikantu. I tyto faktory nadále dělíme, a to na objektivní, které zahrnují všechny vnější okolnosti tvorby komunikantu, a subjektivní, jež souvisejí s osobností autora. (Lábus, Praktická stylistika [e-learningová přednáška], 2020)

### 1.1.1 Prostě-sdělovací styl

Podle Marie Čechové (1997, s. 192–205) je základní záměr takového textu funkce komunikační a fatická. Toho produktor docílí pomocí syntakticky jednoduchých jazykových prostředků, subjektivity a neverbálních prostředků. Týká se to běžné mluvy.

### **2.1.2 Odborný styl**

Odborný styl má mnoho podtypů, jako je styl vědecký, který prezentuje nové myšlenky a postupy, styl praktický, jenž je kompozičně jednodušší, popularizační styl, který propojuje prostředky stylu publicistického a odborného, dále učební styl, jenž záměrně působí na adresáta, a v neposlední řadě styl esejistický, který propojuje styl umělecký a odborný. Základní funkce je odborně sdělná s využitím odborné terminologie, neutrálního jazyka a spisovnosti. (Čechová a kol., 1997, s. 209–227)

### **2.1.3 Publicistický styl**

Hlouběji je na toto téma zaměřena kapitola *Publicistický Styl*. (Čechová a kol., 1997, s. 244–272)

### **2.1.4 Umělecký styl**

Základní funkce je estetická. Zde se nejvíce projevuje autorův individuální styl, to znamená volba pro něj charakteristických prostředků, která není tolik vázána na pravidla jako u ostatních stylů. (Čechová a kol., 1997, s. 296–329)

### **2.1.5 Administrativní styl**

Jedná se o administrativní texty či promluvy, jejichž základní funkce je direktivní. Zahrnuje tedy věcnost, objektivnost a informovanost, spisovnost a ustálená spojení. (Čechová a kol., 1997, s. 230–242)

### **2.1.6 Řečnický styl**

Tyká se to mluvených projevů, jejichž hlavním cílem je zaujmout či přesvědčit. Tutokomunikaci nejvíce ovlivňují její účastníci, tedy produktor, recipient a jejich vzájemný vztah, vzdělanost, informovanost, sociální původ, kulturní kontext apod. Mezi charakteristické jazykové prostředky patří samotný obsah argumentace. (Čechová a kol., 1997, s. 284–294)

## 2.2 Stylové postupy

Jako stylový postup označujeme organizaci sdělení tématu. Každý postup je příznačný pro jiný funkční styl a jeho žánry a útvary. To však neznamená, že se v jistých útvarech tyto postupy vzájemně neprolínají. Může se jednat například o zprávu s hlavní funkcí informativní, která je ale doplněna o humorný závěr se záměrem pobavit.

*Stylové postupy představují obecnější kategorie toho, co někteří autoři, např. Fairclough (2003), nazývají **řádem diskurzu**, to je souborem sociálních událostí a praktik, které vedou k tomu, **co a jak** (jakými jazykovými prostředky) bude nebo nebude napsáno či řečeno.* (Kraus, 2008, s. 90)

Podle výčtu J. Krause (2008, s. 90) rozlišujeme stylové postupy takto:

1. Informační postup – výklad se zaměřuje na fakta, která nutně nevysvětluje,
2. Popisný postup – modeluje a charakterizuje skutečnost týkající se nějakého jevu,
3. Vyprávěcí postup – představuje skutečnost v časovém upřesnění,
4. Výkladový postup – výklad osvětluje, vysvětluje dané jevy,
5. Úvahový postup – zahrnuje autorovy názory a postoje.

## 3 Publicistický styl

V této kapitole se zabýváme vymezením stylu publicistického, jeho historií a charakteristikou, která zahrnuje nejen žánry a útvary tohoto stylu, ale také volbu jazykových prostředků, které jsou příznačné pro publicistický styl, a jejich funkci.

K jakési charakteristice už slouží samotný název. Stejně jako styl i publicistika má svůj původ v latině, a to konkrétně v termínu *publicus*, který překládáme jako *veřejný*. Z tohoto termínu později vychází slovo *publiciere*. Tímto výrazem označujeme něco, co *činíme veřejným, přístupným*. (Český etymologický slovník, 2001, s. 517)

Již víme, že stylem označujeme volbu takových jazykových prostředků, které se tak stávají pro autora charakteristickými a které mu napomáhají ke splnění záměru, s jakým text vytváří. V případě stylu publicistického mluvíme o volbě takových jazykových prostředků, které jsou příznačné pro média a jejich komunikační kanály v psané i mluvené formě, jejichž užití vede

k záměru informovat veřejnost, komentovat dění ve společnosti, ale také zaujmout a ovlivnit adresáta tak, aby získáním jeho pozornosti vyvolal očekávanou reakci a zaujetí určitého postoje.

Podle Marie Čechové (1997, s. 244) publicistický styl představuje především *veřejnou činnost spojenou s mezilidskou mediální komunikací, při níž dochází k informování o aktuálních společenských a politických událostech a k jejich komentování.*

Slovník spisovné češtiny (2008, s. 342) publicistiku vysvětluje jako činnost, která pomocí hromadných médií veřejnost informuje a ovlivňuje ji.

Barbora Osvaldová (2017, s. 194) pod heslem publicistika píše, že je to *označení žurnalistické tvorby i části žurnalistické produkce; činnost zaměřená k veřejnosti, určená ke zveřejnění. V užším smyslu pojmu činnost spojená se stanoviskem, objasňující události, situaci nebo myšlenky slovem, zvukem nebo obrazem v tisku, rozhlase, televizi i v tzv. nových médiích (internetu). Na rozdíl od zpravodajství, kde se uplatňují především fakta, publicistika kromě informací obsahuje názor, hodnocení a subjektivní přístup, zahrnuje pojmy, soudy, postoje, kombinuje analytický a syntetický přístup, jejím výsledkem je poznání a eventuálně přesvědčení a získání recipienta. Publicistika užívá forem analýzy (klasifikační, kauzální, komparativní apod.), směřuje k zobecnění a popisuje i cesty, jimiž k němu dospěla. Zároveň obsahuje kromě racionálních prvků i prvky emotivní, využívá jazykové i kompoziční postupy literární (např. metafory), různé jazykové vrstvy včetně nespisovných (v charakteristice postav apod.).*

### **3.1 Historie publicistického stylu**

Každý řecký občan měl právo, které bylo zároveň jeho povinností, a tím byla svoboda slova. Doklady o veřejných projevech, jejichž záměrem bylo zaujmout obecenstvo a naklonit si ho na svou stranu, proto najdeme už v antice.

Takový řečník volil jazykové prostředky, které ovlivňovaly publikum nejen svou logikou, ale také emotivností. Řečník tak docílil toho, že si získal přízeň publika. Tímto řečnickým stylem se zabývá obor rétoriky. (Encyklopedický slovník češtiny, 2017).

J. Bartošek ve skriptech *Základy žurnalistiky* (2002, s. 10) uvádí, že *nejstarším známým novinářským produktem byl list papíru rozšiřovaný od roku 59 před Kristem v antickém Římě. Jmenoval se Acta Diurna (Denní události) a zaznamenával pro římskou elitu důležité události. Pro senátory vycházela Acta Senatus.*

*V Číně od roku 618 po Kr. koloval oběžník zvaný PAO (zpráva).*



Za předchůdce také uvádí pisáře, obchodníky a potulné zpěváky, kteří zvěsti o událostech nejen šířily, ale často také hodnotili.

*První noviny moderního typu vznikly v souvislosti s vynálezem knihtisku (Gutenberg 1450) v Antverpách v roce 1565 a ve Štrasburku v roce 1609. První anglický týdeník The Weekly News vyšel v roce 1622 a první moderní deník Einkommende Zeitung vyšel v Lipsku v roce 1650. /.../ První významné francouzské noviny vyšly v roce 1631; nesly název Nouvelles Ordinaires de Divers Endroits a přinášely hlavně překlady z holandského tisku. První deník, Le Journal de Paris, vyšel v roce 1777. První oficiální noviny na území Severní Ameriky se jmenovaly The Boston Newsletter (1704), ale přinášely převážně informace z Londýna. (Bartošek, 2002, s. 10)*

*Jako předehra knihtisku se u nás objevily tisky sněmovních usnesení z let 1492 a 1497. Ve formě písně byla na letáku vytištěna zpráva o smrti krále Ludvíka v bitvě u Mohače roku 1526. /.../ První české noviny vyšly v Praze 4. února 1719. Vydal je tiskař Karel František Rosenmüller pod názvem Český postylion. (Bartošek, 2002, s. 12)*

Dále také uvádí, že ve 20. století byli autoři omezeni vládou totalitních režimů. V tomto století se také žurnalistika začala uplatňovat v rozhlase a televizi.

První zmínku o jazyku novinářském v Českých zemích pak najdeme ve 30. letech 20. století u B. Havránka. J. V. Bečka ho však ve své první učebnici s názvem Úvod do české stylistiky (1948) popsal pouze jako jednu ze složek jazyka praktického. *Jazyk praktický se dělí ve tři skupiny, v lecčems od sebe odlišné: v jazyk úřední, hospodářský (se zvláštní skupinou jazyka obchodního) a v jazyk novinářský. (Čechová a kol., 1997, s. 247)*

Až teprve v 50. letech F. Trávníček oddělil sloh novinářský od ostatních funkčních stylů. O publicistickém stylu se mluví až po uskutečnění liblické konference, která se odehrála v roce 1954. Lingvisté se zde zabývali otázkami stylu a stylistiky. Zde mimo jiné řešili také publicistiku. Mnoho českých lingvistů se pak ve svých odborných pracích zabývalo právě tímto tématem. (Čechová a kol., 1997, s. 247)

Bylo však nutné vymezit pojmy, zejména publicistiku, žurnalistiku a zpravodajství, které se často zaměňovaly. Současná stylistika to proto vysvětlila následovně. Žurnalistiku definovala jako samostatnou činnost médií a vymezila ji jako pojem nadřazený, který zahrnuje oba zbývající pojmy. Pakliže se jedná o takovou činnost, která je zejména informativní a popisná, jedná se o oblast zpravodajství. Pokud se jedná o mediální činnost, která dané jevy více komentuje a analyzuje, jedná se o publicistiku. (Čechová a kol., 1997, s. 244)

*Zpravodajství – označení jedné ze základních novinářských činností a zároveň i produktu této činnosti. 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, nestranném aktuální, včasné, jasné a srozumitelné. Tomu by měl odpovídat i jazyk, který by měl být jasný, stručný, bez emocí a metafor. (Osvaldová, 2017, s. 276)*

### **3.1.1 Masová média**

Již jsme zmínili, že žurnalistika zaštiťuje zpravodajství i publicistiku a že charakteristickým rysem je zpracovávání a předávání informací. To probíhá díky komunikaci, již se účastní zdroj/produktor a příjemce/adresát. K předávání informace/sdělení slouží komunikační kanál. Tato komunikace není zprostředkována jen pomocí technických médií, ale zejména pomocí základního média, a to jazykem. Komunikaci pak dále dělíme na interpersonální (přímou) a masovou (hromadnou, nepřímou). Interpersonální komunikace probíhá mezi 2–3 lidmi a umožňuje okamžitou zpětnou vazbu. My se však zaměřujeme na hromadná média, proto přiblížíme masovou komunikaci. Masová komunikace je charakteristická tím, že je veřejná a nepřímá, protože sdělení probíhá pomocí komunikačních a technických prostředků. Původcem či zdrojem rozumíme instituci, adresátem pak širokou veřejnost, kterou tvoří řada příjemců. Sdělení směřuje k adresátovi, je tedy jednosměrné. Pro instituce je proto typická pravidelná vydavatelská činnost, aktuálnost a dostupnost. (Bartošek, 2002, s. 4–5)

Cílem masové komunikace je to, aby informace zasáhla co největší počet lidí a aby se co nejdéle uchovala. Takového sdělení si lze všimnout už v malbách jeskynních lidí, později ve vynálezu písma a digitálních médií. V 19. století byly hlavním zdrojem informací pro stále větší skupinu lidí právě noviny. Vzdělání lidí však nebylo vždy dostatečné, čemuž musela odpovídat úroveň obsahů. Takto se zrodila představa masového publika. Prodej prvních masových tisků se rozšířil ve druhé polovině 19. století. Souběžně s nimi se však stále objevovaly tisky seriózní, které se zaměřovaly na určité skupiny více vzdělaných lidí. Masové tisky se vyznačovaly především vyššími náklady, populárními tématy a výraznější grafickou úpravou. Vedle těchto dvou tisků se šířil ještě stranický tisk, který souvisel s rozvojem politických stran. Pro masová média je charakteristická automatizace. Chápeme tak izolované jednotlivce, kteří jsou vystaveni tlakům mediálního trhu, což vede k tomu, že rychleji podlehnou masovým médiím. A to je nejvíce

patrné u méně vzdělaných jedinců. Tento celý proces známe jako teorii masové společnosti. V souvislosti s komunikací a společností mluvíme o:

- Teoriích mediocentrických – Komunikace určuje, jaké jsou vztahy ve společnosti,
- Teoriích sociocenerických – Společenské poměry určují způsob komunikace.

Masová média zajišťují sociální soudružnost, podporují rozdělení moci, jsou to tedy společenskými institucemi.

Dochází také ke spojení interpersonální a masové komunikace např. ve společenském chatu. Zde je užita moderní technologie k přenosu nějakého sdělení, jazykem a okamžitou zpětnou vazbou však splňuje podmínky komunikace interpersonální. To celé poté nazýváme jako média síťová. (Röhrich, Základy teorie mediální komunikace [přednáška], 2020)

### 3.2 Žánry publicistického stylu

*Obsah žurnalistických celků (novin, časopisů a RTV vysílání) je rozsáhlý a pestrý. Skládá se z dílčích struktur (rubrik, pořadí, tematických celků); tyto dílčí struktury se člení podle toho, jakou mají funkci a do kterých žurnalistických druhů, odvětví náleží. Žurnalistické produkty mají podobu jednotlivých sdělení (článků, articles, stories, příspěvků, materiálů, komunikátů, textů) a tyto pak podle tematiky a jazykového vyjádření mají charakter žánrů (slohových útvarů). (Bartošek, 2001, s. 69)*

Záměrem publicistického stylu je co nejrychleji a nejsrozumitelněji informovat, přesvědčit a ovlivnit adresáta. K tomuto záměru je třeba volit adekvátní jazykové prostředky. Autor takového textu musí informace zpracovat tak, aby splňovaly záměr, s kterým text zamýšlí uskutečnit. Právě díky funkci je pak možné žánry a útvary rozčlenit.

*Žurnalistické sdělení se člení především podle funkce, a to hlavně na zpravodajská (informační), publicistická (přesvědčovací, analytická), naučná (vzdělávací a výchovná), umělecká a zábavní. V rámci těchto druhů se sdělení člení na žánry (útvary). Na nich se uplatňují specifické jazykové a kompoziční postupy. (Bartošek, 2002, s. 69)*

Samotný publicistický styl tedy zahrnuje:

1. Styl zpravodajský,
2. Styl analytický,
3. Styl beletrický.

Je také možné žánry rozčlenit podle jejich funkce na výchovné a zábavné. *Vzdělávací a výchovnou funkci plní odborný tisk, hlavně profesní a zájmové časopisy a výběrové RTV pořady. Vzdělávací a výchovná sdělení většinou bývají delší než informační či publicistická a hojně užívají odborných jazykových prostředků i grafů, tabulek a obrazů* (Bartošek, 2002, s. 44). *Kultivované formy zábavných sdělení se uplatňují v seriózních textech a médiích, pokleslou formu zábavy publikují masmédiá bulvárního typu. /.../ V denním tisku se stále častěji publikují komiksy; chtějí plnit uměleckou, publicistickou i zábavní roli. Zábava bývá spojena s podporou prodeje.* (Bartošek, 2002, s. 45)

### 3.2.1 Zpravodajský styl

Zpravodajský styl přináší informace o aktuálním dění ve společnosti i ve světě. Jeho primární funkcí je tedy co nejrychleji a nejpřesněji informovat adresáta. Týká se to zejména zpráv, interview, oznámení či inzerátů. Hlavním znakem těchto útvarů je snaha o objektivitu, která se projevuje ve volbě neutrálních výrazových prostředků. Autor informace neanalyzuje, nýbrž srozumitelně a věcně předává. Dochází k popularizaci odborných fakt, čímž se přibližuje odbornému stylu. Autor takového typu textu musí pracovat rychle, aby se neodchýlil od aktuálnosti tématu. Drží se proto modelovosti zpravodajských textů. Využívá tak prostředky a schémata, které se pro podobné opakující se události využívají. (Minařová, 2017)

Zpráva je jedním ze základních útvarů zpravodajského stylu. Musí obsahovat všechny zmíněné aspekty, tedy objektivnost, aktuálnost a informovanost. Úkolem zprávy není analýza zjištěných informací, ale jejich rychlé předání a zpracování. Musí tedy odpovídat na základní otázky kdo, co, kde, kdy, jak a případně proč. *Publicistické zprávy přinášejí v první části textu většinou nová fakta, za nimiž pak následují zpřesňující údaje* (Čechová a kol., 1997, s. 264). *Rozšířená zpráva přebírá vlastnosti publicistického (analytického) referátu a kromě základních informací, které jsou uváděny ve výčtové linii slohového postupu informačního, obsahuje rozsáhlejší zpráva také informace průvodní, doplňující popis situace události* (Minařová, 2017, s. 265).

*Interview – cílená výměna otázek a odpovědí, obecně rozhovor /.../ v médiích uplatňovaný žánr; střídání otázek a odpovědí, v němž partneři na rozdíl od diskuze mají jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího* (Osvaldová, 2017, s. 115). Interview tedy stojí na dialogu více osob. Na základě toho dochází k získání nějakých informací. Může zahrnout i složku zábavnou.

(Bartošek, 2002, s. 70) Kromě získávání informací však může zahrnovat také postoje aktantů k diskutované skutečnosti. Toto interview už není zpravodajské, ale publicistické.

### 3.2.2 Analytický styl

*Texty publicistické sféry nejen zprostředkovávají předání informací, ale informace jsou analyzované, komentované a hodnocené. Na rozdíl od textů zpravodajského stylu s dominantní funkcí informativní plní texty publicistického stylu v užším smyslu celý komplex dalších funkcí, a to především funkci persvazivní neboli přesvědčovací, dále získávací, ovlivňovací, formativní. (Čechová a kol., 1997, s. 266)*

Analytický styl tedy přináší nejen nové informace, ale i nový pohled na jevy starší. Nedochozí k pouhému předávání informací, ale též k jejich komentování a analyzování. Autor událost popisuje, vysvětluje a často zaujímá nějaký postoj. Jeho jazyk není stručný a věcný, ale promyšlený, své výroky opírá o příklady a fakta. Výběr jazykových prostředků tak není zcela objektivní. Autor se snaží zaujmout ozvláštňením textu, k čemuž využívá aktualizací. Primární funkcí je tak přesvědčit a ovlivnit adresáta. Týká se to zejm. komentářů, recenzí, úvodníků či reportáží. (Minařová, 2017)

*Komentář navazuje na zprávu, může být i složkou komentované zprávy. Vedle shrnutí informace o akutní události přináší k ní i vysvětlení a stanovisko. Chce-li být kvalitní, obsahuje pozadí, příčiny i důsledky události založené na analýze, rešerších a statistikách. (Bartošek, 2002, s. 68)*

B. Osvaldová (2017, s. 126) pod heslem komentář uvádí, že je to *v tištěné podobě druh článku, jenž vznikl z komentované zprávy a poznámky k událostem; vychází ze známých faktů, jevů nebo myšlenek, které dává do souvislostí, odhaluje pozadí, příčiny i důsledky, připojuje subjektivní pohled. /.../ Základem komentáře jsou jasná fakta, jež komentátor hodnotí, analyzuje a zařazuje do logických vztahů a souvislostí, argumentace se opírá o rozbor příčin a následků komentovaného jevu. Úvodník je článek, který zaujímá zásadní stanovisko k významné akutní události. /.../ Protože má ovlivňovací funkci, užívá typické publicistické prostředky: krátké, často obrazné titulky, obrazná pojmenování, okazionalismy a publicizmy, mívá patetický ráz a většinou úvahový vztah k tématu. (Bartošek, 2002, s. 68)*

*Úvodník jako závažný slohový útvar psané publicistiky mívá čelné místo na první straně novin. Obvykle v tisku prezentoval rozhodující stanovisko redakce nebo orgánu, jemuž tisk patřil. Úvodníkem redakce vyjadřovala ke společensky důležité (event. Nejdůležitější) události, které též hodnotila. (Čechová a kol., 1997, s. 267)*

### 3.2.3 Beletrický styl

Styl beletrický uplatňuje nejvíce subjektivity. Autor se snaží o aktualizaci tím, že se snaží docílit estetického prožitku. Hojně proto využívá obrazná pojmenování. Oproti beletrickým textům si však stále zachovává konkrétnost a fakticitu. Týká se to zejm. fejetonu, sloupku či medailonku. (Minařová, 2017)

*Záměrná snaha po aktualizaci formální stránky vede k ozvláštění jazyka obrazným vyjádřením skutečnosti pomocí metafor, metonymií, synekdoch, personifikací, epitet apod. Častá emocionalita výrazu, humor, alegorie a různé literární reminiscence. Do popředí vystupují individuální rysy průvodce jevu, který bezděčně odhaluje svůj subjektivní styl. (Čechová a kol., 1997, s. 268)*

Fejeton pochází z francouzského označení lístku (feuilleton). *Název je odvozen od volného listu, který byl vkládán do novin. /.../ Fejeton byl klasickým představitelem subjektivní publicistiky s dominantním názorem na fakt, umocněný lehkou stylistickou formou. Jeho snaha je navázat kontakt se čtenářem (Osvaldová, 2017, s. 90). Podstatou fejetonu je nepřímě vyjádřit autorův osobní vztah k aktuální události nebo jevu. Proto i struktura fejetonu je literární: začíná příběhem, citátem, alegorií a mívá vtipnou pointu. Vyjadřování bývá též humorné a ironické, smutné nebo hněvivé. Účelem fejetonu je provokovat, znepokojovat, iritovat, proto často užívá i hyperbolu. (Bartošek, 2002, s. 69)*

*Sloupek – jediný ze škály publicistických žánrů, jenž vznikl na objednávku, když chtěl šéfredaktor Lidových novin Arnošt Heinrich na počátku 20. let 20. století obohatit výrazové pojetí uznávaného deníku. M. Čechová (1997, s. 269) dodává, že se jedná o útvar krátký, aktuální, který z formální stránky nesmí tvořit víc než jeden novinový sloupec. Sloupek se může zabývat různou tematikou, od informací k poznámkám, které stojí na kritice nebo humoru.*

### 3.3 Charakteristika publicistického stylu

Kromě dělení na styl zpravodajský, analytický a beletrický dále publicistický styl rozlišujeme podle formy na mluvený a psaný. *Vedle masmediálních textů psaných (tištěných) existují média elektronická, a to vizuální, audiální a spojení obou představují média audiovizuální neboli multimédia. K multimediální komunikaci patří i komunikace televizní a rozhlasová, umožňující vedle mluveného jazykového kódu zapojit obraz a zvuk. Multimediální je rovněž komunikace internetová, kterou lze nazvat interaktivní, ostatně jako veškeré komunikační možnosti sociální*

*sítě. Za multimédia lze považovat také e-mail, teletext n. videotext, umožňující příjem informací textů s obrazem, hudbou a vůbec zvukem. (Minařová, 2017)*

Mluvené publicistické projevy mohou být oficiální, ale také spontánní, jedná-li se o diskuse. Tato práce se však věnuje zejména publicistice psané. I tady se však liší styl v seriózních médiích od stylu v médiích bulvárních. Zatímco seriózní média dodržují jazykové normy a snaží se primárně informovat, pokud možno objektivně, bulváry často přesahují až do stylu prostě-sdělovacího. Jejich cílem je zejména zaujmout a ovlivnit. K tomu používají někdy i hovorové výrazy.

Publicistický styl se neustále přizpůsobuje době, odráží vývoj a dynamiku jazyka a je ovlivňován dobovou politikou. To vše ho utváří a modeluje. Je to styl sdělovacích prostředků, má formu mluvenou i psanou a sdělení je veřejné. Výběr jazykových prostředků přispívá ke splnění autorova záměru, v tomto případě ke splnění funkce informativní, pervazivní a ovlivňovací. (Čechová a kol., 1997)

Z hlediska struktury tyto texty členíme horizontálně a vertikálně. Horizontální členění zahrnuje užití titulů, kapitol a odstavců. Vertikální členění udává pořadí důležitých informací. (Pacovská, Základy stylistiky [přednáška], 2020)

Z hlediska horizontálního členění je pro strukturu publicistických textů typické následné rozčlenění. První je **titulek**. Zatímco ve zpravodajství slouží ke shrnutí obsahu, v publicistice navíc poutá pozornost. Následuje **perex**, který bývá často graficky odlišen, např. užitím kurzívy, a obsahuje hlavní shrnutí textu. Též se snaží adresáta upoutat. Obecně také shrnuje základní odpovědi na otázky kdo, co, kde, kdy, jak a případně proč. Je to z toho důvodu, že ne každý čte noviny podrobně, mnozí jen listují. Přečtením perexu tak čtenář zná hlavní téma a je jen na něm, zda chce znát i další podrobnosti. Samotný text publicistického stylu se tedy řídí principem **obrácené pyramidy**. To znamená, že začátek obsahuje nové a nejdůležitější informace, zatímco směrem dolu se jedná o informace spíše doplňující. Jedná-li se o delší útvar, může se text členit také na mezititulky. Každý publicistický text je vystavěn podle určitého postupu. Dle toho je možné odhalit žánr. *Informační postup převládá ve zpravodajství. Zprávy jsou stručné a srozumitelné, zakotvené v čase i v místě. (Bartošek, 2002, s. 73)*

*Vyprávěcí postup je nejrozvinutější a nejsložitější. Na rozdíl od informace má svého vypravěče a své postavy. Je také subjektivní, proto může užívat i specifických a individuálních jazykových prostředků. Děj postupuje buď v souladu s přirozeným časem, anebo je různě modifikován, aby vzbudil napětí, vyzvedl pointu nebo působil esteticky; proto vyprávění může začít i od konce*

*příběhu. Děj se více uvádí v souvislosti než v podrobnostech. Podobně jako zpráva i vyprávění je zakotveno v čase, je konkrétní a dynamické; vystupuje v něm více lidí. (Bartošek, 2002, s. 73–74)*

*Výkladový postup má nejnáročnější strukturu, protože usiluje o přesně zobrazení věci a osob i vztahů mezi nimi. Podrobněji vysvětluje, je objektivní a nadčasový. Dílčí témata výkladu nesnášejí libovolnou posloupnost (zaměnitelnost). Jazyk je spisovný, odborný a výstižný. (Bartošek, 2002, s. 74)*

*Dialogický postup je zvláštní tím, že v něm vystupují vždy nejméně dvě osoby. Je zakotven situačně (tematicky, časově i místně) a silně se při něm projevují mimojazykové prostředky. Důležitý je podíl účastníků na komunikaci: vyrovnaný (symetrický) je při besedách, nesymetrický při interview (stručné otázky a obsáhlejší odpovědi). Dialogické postupy se v žurnalistice užívají v reportážích, besedách, polemikách aj. (Bartošek, 2002, s. 74)*

Dalším charakteristickým prvkem pro publicistický styl je již zmíněná **modelovost**. Využívá se ve chvílích, kdy dochází k opakování se podobných jevů, kdy autor postupuje podobně. Tím zvýší rychlost a informace se k adresátům dostane opravdu aktuálně. Těmto opakujícím se slovním spojením říkáme **publicismy**. Dochází pak k tomu, že se některé termíny užívají v jiném kontextu. *Publicisté užívají původního termínu v jiných a zcela nových souvislostech, dochází k desémantizaci v souvislosti s novým obrazným užitím, a tak se význam termínů rozšiřuje. Srovnejme např. tyto výrazy: spektrum – původně fyzik. termín, nyní i publicistický příznak – spektrum nových úkolů; /.../ mantinel (diskuse se vymanila z mantinelů), injekce (finanční). (Čechová a kol., 1997, s. 254).*

**Aktualizace** je též velmi charakteristická pro publicistický styl. Snaží se text oživit a ozvláštnit. Dochází proto k netypickým slovním spojením, ale též k využití frazeologie a obrazných pojmenování.

Častým opakováním však dochází k **automatizaci**. Slovní spojení se stávají typickými a jejich nadužívání už považujeme za klišé. Samotná automatizace ale napomáhá rychlejšímu orientování v textu.

Charakteristické je též přiblížení prostě-sdělovacímu stylu, což se netýká pouze mluvených projevů. V textu to mohou být lidové frazémy a metafory. Současná stylistika pak tato pojmenování rozděluje na **sportovní frazémy**, např. *domácí půda, nasadit laťku vysoko*, a na **bibliismy**. (Čechová a kol., 1997, s. 244–272)



K oživování těchto frazémů ve sdělovacích prostředcích docházelo podle článku M. Čechové a K. Karhanové (2005, s. 64) už v 90. letech 20. století. Původ však mají v latině, řečtině a křesťanství.

*Výskyt parémii, frazémů všech typů a rovněž i rčení a pořekadel v publicistickém stylu je odrazem dynamiky jazykové komunikace, dokladem znalosti jazyka se vším dědictvím kulturní minulosti, lidové moudrosti a v neposlední řadě pohotovosti a vyjadřovací schopnosti autorů.*

### **3.3.1 Obrazná pojmenování**

*Útvary publicistického stylu v užším slova smyslu jsou charakterizovány právě užitím obrazného vyjádření, příznačná je metaforičnost a metonymičnost, rozmanité tropy, figury a jiné stylově aktivní výrazové prostředky. Napomáhají k realizaci funkce persvazivní a získávací, neboť obraznost vyjádření poutá pozornost, projev je emocionálnější, a proto působivější, obrazné vyjádření odhaluje i postoje autora k tématu a dochází k ovlivňování a přesvědčování adresátů. (Čechová a kol., 1997, s. 267)*

To, jak vnímáme svět, se odráží v našem jazyce. Je to interpretace, kterou přijalo nějaké kulturní společenství za svou bez ohledu na to, zda je, či není v rozporu se skutečností. Je to tedy kulturně podmíněné chápání a hodnocení světa, které v sobě skrývá jakési předporozumění, jež se předává z generace na generaci. Této metodě nahlížení na jazyk říkáme jazykový obraz světa.

Existují však dvě skupiny lidí, které s tímto principem pracují. První jsou univerzalisté, tedy lidé, kteří podporují názor, že navzdory odlišnostem lidé celého světa sdílí stejné tělo, stejnou mysl, a proto i základ jazyků daných společenství musí být stejný. Proti tomu stojí tvrzení relativistů, kteří pokládají za základ lidského poznání právě určitý jazyk, který je nám vštěpován od mládí. (Vaňková, 2007, s. 52)

*Víme z mnoha různých kontextů, že „přírodu“ a „kulturu“ od sebe nelze oddělit, že člověk je utvářen v součinnosti obojího. Ve vztahu k jazyku to je podobné. A zkoumají-li se kulturní odlišnosti, ono relativní, dobře víme, že podkladem, který toto zkoumání a srovnávání umožňuje, je právě univerzalita a konstantnost ještě hlubších struktur lidské mysli (a „těla“). (Vaňková, 2007, s. 52)*

Této univerzálnosti si můžeme všimnout právě na tělesnosti. Pakliže je člověk středem, od kterého se naše smyslové poznání světa odvíjí, pak není divu, že každá kultura zná obrazná vyjádření, která zahrnuje části lidského těla. Jakékoli srovnávání, např. velikost, se odráží právě

od porovnání s člověkem. A není to nic neobvyklého. Již dřívější mírou byly právě palce, lokty atd.

*Na základě jazyka – to je jeho hlavní tezí – lze totiž zjišťovat, jak dané společenství konceptualizuje, prožívá, hodnotí a sdílí svět, v jakých souřadnicích mu rozumí, jaké jsou základy jeho kultury.* (Vaňková, 2007, s. 58)

K základním jednotkám obrazného vyjádření pak patří:

**Metafora** – tím rozumíme pojmenování, které vzniklo na základě vnější podobnosti. Může se jednat o pojmenování motivované živou i neživou přírodou, konkrétního i abstraktního. Př.: *koruna stromu, kohoutek u umyvadla* aj.

**Metonymie** – tímto označením chápeme pojmenování, které vzniklo na základě nějaké vnitřní souvislosti. To se týká již zmíněné *míry palce, lokte* nebo výrazu *sníst celý talíř* apod.

**Synekdoha** – tímto rozumíme pojmenování části podle celku a naopak. Můžeme sem zařadit např. *nepřišla sem ani noha* aj.

*Frazém je ustálené viceslovné, obrazné, často expresivní celistvé pojmenování s omezenou kolokabilitou/spojovatelností, /.../ Máme-li na mysli obsahově sémantickou stránku frazému, mluvíme o idiomu.* (Čechová a kol., 2000, s. 66)

Frazémy jsou jedinečným ustáleným spojením. Některé větné členy nemusí takto fungovat ve spojení s jinými členy. Proto nelze obměnit či nahradit jednu část frazému, aniž by nebyl porušen prvotní význam. Často v sobě také ukrývají slovo, které dnes už jinak nevyužíváme, např. *neplecha, holičky, hub*.

Samotné frazémy členíme na různá rčení a pořekadla, jež v sobě skrývají nějakou moudrost vycházející ze zkušenosti, ale už neříkají, co se stane, pakliže radu nedodržíme (*bez peněz do hospody nelez*), dále pranostiky, které se často vážou ke změnám ročních období, a přísloví, jež zahrnují určitý apel. (Lábus, Lexikologie [přednáška], 2020)

Obecně frazémy dělíme na lidové, kulturní (v našem případě s původem v antice a v bibli) a cizojazyčné (*in memoriam, faux pas*). Biblické frazémy jsou často na pomezí kulturních a lidových frazému, protože jejich zobecněné varianty často lze těžko s biblí propojit.

Než však postoupíme ke konkrétním biblismům a jejich užívání, uvádíme obecné tendence aktualizace frazémů podle příspěvku M. Čechové v *Naší řeči* (1986, s. 178–186), které se pak pokusíme uplatnit na konkrétních biblismech. Její členění zle shrnout následovně.

Jakou jednou z tendencí, díky které dochází k ožívování frazémů v českém jazyce, je jejich zlehčování. Proto místo *nemluv a pracuj* používáme *nekecej a makej*, což je lépe zapamatovatelné díky rýmu. Nakonec pak vznikají i zkratky jako *neke* místo *nekecej*.

Další tendencí je ozvláštnění frazémů, které může probíhat hned několika různými způsoby. Jedním z nich je změna části frazému, takže např. z *být nenápadný jak sáňky v létě* máme *být nenápadný jako eskymák na poušti* apod. Tato obměněná část frazému ale může mít také naprosto odlišný význam, kdy dochází ke změnám z výrazu *víc hlav*, *víc ví* nebo *sportem ke zdraví* na výraz *víc hlav*, *víc nesmyslu* a *sportem k invaliditě*.

Někdy dochází dokonce ke kombinaci částí různých frazémů, což má za následek vznik kontaminovaných frází jako *kdo jinému jámu kopá, až se ucho utrhne*.

Další aktualizační tendencí je spojení frazeologické části s konstatováním či s přidáním dovětky, který zpochybňuje původní význam první části frazému. Jsou to příklady jako *pod svícem bývá nakapáno voskem*; *kdo jinému jámu kopá, je hrobař* a také *práce šlechtí člověka, ale ničí tělo*; *co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítřek*, *pozitří je taky den* apod.

V neposlední řadě jsou zajímavé dvojí varianty frazémů, které nesou stejný význam, ale jsou sestavené protikladně – *lež má krátké nohy* × *lež má dlouhé nohy*; *mit o kolečko míň* × *mit o kolečko víc* aj.

### 3. 3. 2 Biblismy

Biblismy jsou frazémy, které mají původ v bibli. A. Stich ve své předmluvě k dílu P. Ouředníka *Jazyk bible v nás* (1994) poukazuje na fakt, že biblické texty byly jedny z prvních, které byly přeloženy do slovanského jazyka. A protože se neustále opakovaly na každé bohoslužbě, není divu, že se vžily do kulturního užívání. Mimo jiné uvádí, že česká kultura je doslova „prorostlá“ tou biblickou, ale často si to ani neuvědomujeme. Jako příklad uvádí frazémy *hokus, pokus*; *vrána k v ráně sedá*; *brát pod ochranná křídla*; *narazit na kámen úrazu* aj. Poukazuje ale také na modernější varianty, např. *lenochem orati*, jež nese stejný význam jako *válet si šunky*.

*Frazémy biblického původu se užívají nejen v jazyce spisovném, ale i v dialektech. Biblismy jsou frekventované jak v hovorových komunikátech, tak i v projevech písemného rázu. Část frazémů biblického původu tvoří aktivní složku slovní zásoby, jiné mají knižní charakter a uplatňují se pouze v některých textech.* (Pavlasová, 2012, s. 92)

Slovenská lingvistika podle M. Ferencové (2006) dělí biblismy na 3 typy podle jejich původu:

**1. Náboženská frazeologie** – sem řadíme všechny frazémy, jež mají svůj původ v jakémkoli náboženství, v náboženských spisech a tradicích.

**2. Křesťanská frazeologie** – sem řadíme frazémy, jejichž kořeny sahají do křesťanství. Původ mají buď v církevních spisech, nebo v lidovém rčení, které vzniklo právě ve spojitosti s křesťanskou zkušeností. Můžeme sem zařadit např. *je s ním ámen*.

**3. Biblická frazeologie** – do této kategorie řadíme takové frazémy, které mají svůj původ v bibli, a proto je možné je v bibli také najít. Lze je pak rozčlenit ještě takto:

- a. frazémy, jejichž podoba se dnes nezměnila (*marnotratný syn*)
- b. frazémy, jejichž vznik se odvíjí od nějaké skutečnosti z bible (*obětní beránek, hořící keř*)
- c. frazémy, které se pojí s konkrétní osobou v bibli (*starý jako Metuzalém, chlupatý jako Ezau*)

Krošláková (2003) uvádí, že je biblismy možné dělit také podle výskytu v bibli. Zkusili jsme dle jejího členění najít odpovídající ukázky.

**1.** První kategorie zahrnuje citáty Ježíše Krista. Může to být frazém *hodit kamenem* ve smyslu někoho soudit, který má původ v Ježíšově výroku – *kdo jest z vás bez hříchu, nejprve hod' na ni kamenem*. (Jan 8, 7)

**2.** Do druhé kategorie spadají různá podobenství, jejichž původ je v bibli – *marnotratný syn* z podobenství o ztraceném synu, který se opět objevil.

**3.** Třetí kategorii tvoří všelijaké biblické citace a obrazy – *nasadit trnovou korunu*. Tento frazém má svůj původ v biblickém obraze Ježíše před ukřižováním, kdy mu vojáci nasadili trnovou korunu, aby se mu mohli posmívat. Nasadit trnovou korunu dnes používáme ve významu, že děláme z někoho mučedníka, chudáka.

**4.** Čtvrtá kategorie zahrnuje metafory, jež se staly později symbolem. V tomto smyslu lze uvažovat o kříži. Když dnes řekneme, že *každý nese svůj kříž*, myslíme tím, že každý má své starosti, které ho tíží stejně jako kříž. Ten se tak stává symbolem utrpení, ale zároveň symbolem naděje pro věřící.

**5.** Poslední kategorie zaštiťuje frazémy jakkoli se dotýkající biblických skutečností. Mohou to být různá přirovnání, jako jsou *starý jako Metuzalém* a *ležet jako Lazar*. Stejně tak sem ale spadají méně známé výrazy jako např. *být kost a kůže*, které pochází ze žalmu o chud'asovi,

kterému *přilnula kost ke kůži* (Ž 102, 6). Z toho vznikly také novější varianty, jako je: *hubenej jako uzenej šváb* nebo *hubenej jako žirafa po tyfu*.

Podle sémantiky pak lze o biblismech uvažovat takto: V první skupině jsou biblismy s doposud nezměněnou podobou. Jejich původ je proto možné doložit konkrétní pasáží. Může to být např. výraz *Hospodin dal, Hospodin vzal*, nebo *oko za oko, zub za zub*. Druhou skupinu tvoří biblismy, které dnes mají nějaké nové synonymní varianty. Lze uvažovat o *Alfě a omeze* jakožto podstatě nějakého jevu a novější variantě s podobným významem, která tuto podstatu označuje jako *jádro pudla*; dále také o původním výrazu *sladký jako med* a novější synonymní variantě *sladký jako cukrkandl* a *sladký jako cukr*. Třetí skupinu tvoří nové podoby starého biblismu, jejichž význam se však nezměnil. Tudíž dnešní frazém *zítra je taky den* splynulo se starším *dost má den na svém* (trápení). Další skupinou jsou frazémy, které se neliší jen novější podobou, ale také posunutým významem. Výborným příkladem je frazém *když levice neví, co dělá pravice*. Nejen, že došlo k formální úpravě z původního *ať tvoje levice neví, co činí pravice*, případně také k úplně novým variantám jako *když jeden mluví o koze, druhý o voze*, ale také došlo k posunutí významu. Původní význam nebyl dnešní chaos a nesoulad, ale pokora a skromnost. Poslední skupinu pak pomyslně tvoří frazémy, které nejspíš kvůli dnes již nepochopitelnému kontextu zanikly.

*Frazémy, jejichž součástí je jméno biblické postavy a zároveň jsou spojeny s konkrétní událostí (i osobou) z Písma, můžeme rozdělit do několika tematických skupin. Nejčastěji je zastoupena skupina frazémů, které jsou spjaté s duševním prožíváním člověka, objevíme zde i skupinu člověk a jeho zevnějšek, majetkové vztahy člověka, rodinné a příbuzenské vztahy, fyziologické stavy a procesy člověka, ale také čas, doba a pojmání času.* (Pavlasová, 2012, s. 93)

Co se týče oblasti týkající se zevnějšku, jedním z hojně se vyskytujících aspektů je stáří. Jedná se o již zmíněný frazém *starý jako Metuzalém*, jenž se dožil 969 let, ale dále také o *Kristova léta*, tedy o období okolo 33 let. V Čechách se také často slaví *abrahámoviny* – 50. narozeniny. Již zmíněné tendence aktualizace frazémů podle M. Čechové nyní uvádíme konkrétně na biblismech.

**Zlehčení** je patrné u biblických výroků, kdy dochází ke zkracování vět na krátké spojení, aniž by se však narušil význam. Byly by to pak výrazy jako *zrádný jako Jidáš; nevěřící Tomáš; lstivý had*. Dále by to také mohly být výrazy, jež v sobě nesou různé významy, aniž bychom je museli jmenovat, např. chléb – potrava nejen pro tělo, ale také pro duši. Chléb může zaštitovat hojnost a dostatek.

**Aktualizace jedné části** se týká biblismů, jejichž nové podoby nesou stále stejný význam jako původní. Mohl by to tak být výraz *být kost a kůže* a jeho dnešní podoba *být hubený jak lunt; být jak žirafa po tyfu*. Dalším příkladem by pak mohlo být přirovnání úst Izaiášových k *meči ostrému*, kdežto dnes bychom řekli spíše *ostrý jako břitva* či *ostrý jako chilli*. Nakonec aktualizovaný je také biblismus *přikládat dříví do ohně* dnešním *přilévat olej do ohně*.

**Změna významu jedné části** se vyskytuje např. u citátu M. Gándhího *oko za oko a svět bude slepý*, který změnou druhé části mění původní význam msty na jakési varování. Patrné je to u již zmíněného výrazu *být ostrý jako meč*, kdy se může objevovat aktualizovaná část, jež původní význam naprosto zastírá – *být ostrý jako tupá kudla*.

Z hlediska další kategorie, a to **Kombinace různých frazémů**, jsme se takovýchto biblismů nedopátrali. Není však vyloučeno, že se nevyskytují v nějakých menších sociálních skupinách.

Tendence **Spojení s nějakým dovětkem či konstatováním, které mění význam**, se v případě biblismů vyskytuje spíše v jejich citování s doplněním o *aneb...*, které však význam nutně nemění, spíše naopak, jako by význam zdůrazňovala. Můžeme si toho všimnout u výrazu *zakázané ovoce*, které se často objevuje s dovětkem *zakázané ovoce chutná nejlépe* a případně s doplněním *aneb Jak odolat chuti na čokoládu*.

Rozhodli jsme se dané členění zobecnit a aktualizovat dle následujícího schématu. Pakliže budeme vycházet z rozdělení podle Ferencové, zajímají nás tedy biblické frazémy, které zahrnují nějakou skutečnost objevující se v bibli, nebo které jsou přímo citací. Následné členění si však dovoluujeme aktualizovat takto:

**Původní biblismy:** Biblismy vycházející z bible, jež existují ve své podobě dodnes. Patřily by sem tedy i konkrétní citace a pasáže z Písma. Mohou to být výrazy, o jejichž původu nikdo nepochybuje (*nevěřící Tomáš; alfa a omega*), ale také výrazy, o jejichž původu často nevíme (*být kapkou v moři; vést vola na porážku*).

**Biblismy s dubletní variantou:** Biblismy, kterým konkurují jejich novější varianty. Sem by patřilo již zmíněné *lenochem orati* a *válet si šunký*; ale také *být kost a kůže* s novějším *být jako vyžle* či *hubený jako lunt*. Lze je však rozdělit ještě do menších podskupin:

1. Novější varianta, která však stále vychází z biblismu původního: *Přidávat dřevo do ohně – přilévat olej do ohně atd.*

2. Novější varianta se stejným významem, která vznikla buď nezávisle na biblismu, nebo je jeho spojitost s ním jen domněnka: *Bloudí jako Věčný Žid – bloudí jako Holanďan* aj.

**Biblismy s posunutým významem:** Biblismy či jejich novější varianty, které jsou v rozporu s původním významem. Sem by tedy patřily i takové biblismy, jejichž užívání se používá v novém významu. Z toho důvodu sem řadíme opět zmíněný výraz *když levice neví, co dělá pravice*, jehož dnešní význam neodpovídá původnímu.

**Biblismy vzniklé nepochopením cizích slov či jejich špatným překladem:** Biblismy, které vznikly např. zkomolením cizojazyčných výrazů: *hokus, pokus* a další.

## 4 Analýza vybraných biblismů

V této kapitole se věnujeme konkrétním biblismům a jejich porovnání s novějšími variantami, které jsou často početné. Členíme je dle schématu v předchozí kapitole. Můžeme si všimnout, že nejvíce početné jsou biblismy s dubletními tvary.

Poměrně často se používá frazém *zítra je taky den*. Týká se to takových okamžiků v životě, kdy se rozhodneme nechat nějakou práci či trápení na zítřek. Možná je to proto, že jsme unavení, nebo tenhle den už má sám o sobě dost práce a starostí. P. Ouředník (1994, s. 51–52) tento frazém propojuje s biblickým výrokem o tom, že *dost má den na svém*, který vychází z Ježíšova výroku: „*Nedělejte si tedy starost o zítřek; zítřek bude mít své starosti. Každý den má dost vlastního trápení.*“ (Mt. 6, 34)

Už mezi oběma variantami si ale můžeme všimnout sémantického posunu. Novější verze jako by naznačovala více prokrastinaci. Podle ní není třeba vše udělat dnes. Starší verze je stále bližší původnímu významu, přestože se její dnešní význam při užívání také mírně liší. Tato varianta říká, že každý den má dost svých trápení, a proto je zbytečné trápit se nad těmi dny, které ještě nenastaly. Úplně původní význam však nesl odevzdanost a důvěru v Boha, který se postará o budoucnost. Z toho důvodu nebylo třeba strachovat, co přijde, ale o to, co je teď. Tento frazém tedy řadíme do třetí skupiny, a to biblismů s posunutým významem.

Dalším zajímavým biblismem je *hokus, pokus*. Jakkoli se tento výraz těší všeobecné známosti, původem s bibli ho často nespojujeme. Spojení však není v samotném výroku, spíš v přeformulování latinských slov *hoc est corpus meum*, které řekl Ježíš při poslední večeři – toto je moje tělo. Ve středověku se tato „zkomolenina“ stala výrokem všelijakých kouzelníků, který dnes nahradila formule abrakadabra. Výraz *hokus, pokus* však nezanikl, naopak jeho sémantika se rozšířila. Podle F. Čermáka (2016) nese tento výraz smysl nejistoty, pochybování, podobně jako třeba frazém *domek z karet* nebo *krok do neznáma*, ale také význam nějakého

experimentu, pokusu a improvizace – *nevím, jestli se mi to povedlo, byl to jen takový hokus, pokus*. Tento výraz bychom tedy řadili k poslední skupině biblismů, které vznikly špatným překladem.

Výraz *stát za starou bačkoru* nebo *stát za pendrek* se užívá ve chvílích, kdy něco nemá žádnou hodnotu, je tzv. k ničemu. Pakliže stojíme za starou bačkoru, jsme vlastně nepotřební. Stejně tomu je v případě pendreku. Toto slovo pochází z něm. *Bärendreck*, které označuje medvědí exkrement. V tomto případě je tedy expresivní, a navíc se sémanticky shoduje s biblismem, který dnes též hojně používáme, a to *stát za hovno*. Původ tohoto výrazu můžeme najít v listech sv. apoštola Pavla, kde stojí: *A vůbec všechno pokládám za ztrátu, neboť to, že jsem poznal Ježíše, svého Pána, je mi nade všechno. Pro něho jsem všechno ostatní odepsal a pokládám to za nic...* (Fp 3, 8) P. Ouředníka (1994, s. 74) dodává, že postupem času biblické příklady zjemněly, proto je ve starších verzích možné najít místo zmíněného *nic* např. *lejno*. A ačkoli se v bibli jedná o život bez Boha, který stojí za nic, v důsledku je sémantika stále podobná. Ať použijeme kterýkoli z těchto synonymních výrazů, říkáme tím, že daná činnost, člověk, způsob života apod. jsou zbytečné a bezcenné. Tento výraz proto řadíme do druhé skupiny biblismů s dubletními variantami, kde je však původ synonymních tvarů nejistý.

Výraz *hodit kamenem* nebo *co by kamenem dohodil* je zřejmě s biblí snadno propojitelný. Jde o Ježíšův výrok, kdy se zastává ženy provinilé cizoložstvím, již chtějí ukamenovat, a říká, aby první hodil kamenem ten, kdo je bez hříchu. Hod kamene tak můžeme přisuzovat nějaké nerozvážnosti, horlivosti, se kterou vynášíme soudy. Existuje však mnoho dalších výrazů s kamenem a odvozenin, které už tak snadno s biblí nespojíme. Podívejme se na *kámen úrazu*. F Čermák (2016, s. 132) tento výraz spojuje s heslem příčiny našich nesnází. Stejného významu si také můžeme všimnout u totožného výrazu v bibli: *Vám, kteří věříte, je vzácný, ale nevěřícím je to kámen, který stavitelé zavrhli; ten se stal kamenem úrazu a skálou pádu...* (1. Petr 2, 7) O tento kámen úrazu klopýtali nevěřící, byl to zdroj jejich problémů. Synonymní variantu můžeme dokonce objevit opět v bibli, kde se o příčině všeho zlého mluví jako o *kořenu všeho zla*. Zmíněné výrazy proto patří do první skupiny, tedy jedná se o biblismy původní.

Avšak můžeme také *mlčeti jako kámen*. Tento frazém souvisí s výrazem *zmizet jako kámen v moři*. Oba se totiž vztahují ke stejné skutečnosti, a to k faraonově vojsku, které zahynulo v Rudém moři, když se vydalo pronásledovat izraelský národ. Podívejme se však na tyto výrazy odděleně ve spojitosti s jejich novějšími variantami.

Hospodin překazil plány faraona, který si myslel, že nahnal Izraelce do pasti. Hospodin mu však tím, že roztoupil pro Izraelce moře, ukázal, že není radno stavět se proti samotnému



Bohu. Faraonu a jeho mužům proto nezbylo nic jiného, než zařezaně a zahanbeně mlčet. Dnes bychom použili i výraz *mlčet jako pařez*; *mlčet jako dub* či *mlčet jako hrob*. Podle SSČ (2008) tato synonyma vznikla na základě nějaké vnější podobnosti: Pařez – nic neříká, dub – mlčky stojí, hrob – mrtví již nic nevyzradí.

Avšak ani toto ponížení Egyptanům nestačilo, a proto se vydali do moře za Izraelci, ale voda je spolkla jako kámen. Z tohoto výrazu také vychází označení pro někoho, kdo zmizí stejně, *jako by se za ním voda zavřela*. Zajímavé je, že tuto novější variantu však používáme v novém významu, a to *spí, jako když ho do vody hodí*. Nejde zde tedy o význam, že dotyčný padl ke dnu, ale že spal opravdu tvrdě, že by zřejmě ani nepostřehl, kdyby ho hodili do vody. Kdybychom zašli ještě hlouběji, mohli bychom si připodobnit tento tvrdý spánek k mrtvolám faraonova vojska. I proto se tedy po vydatném spánku říká, že někdo *spal jako mrtvola* nebo *spal jako zabítý*. Podle M. Švandrlíka (2016, s. 111) se výraz *spát jako když ho do vody hodí* hodí váže ke starému Egyptu, kdy se rodiče vzdávali dětí tak, že je poslali v proutěném košíku po vodě. Zatímco je voda kolébala, děti spaly. A buď je někdo vylovil a ujal se jich, nebo děti dopluly až do moře a zahynuly. Dle našich předchozích úvah s podobnými tvary a biblismem *zmizet jako když ho do vody hodí*, se však více přikláníme k tvrzení, že původ tohoto výrazu opravdu spočívá v onom připodobnění k mrtvole. A tak zatímco *mlčeti jako kámen* patří do skupiny biblismů s dubletními variantami, výraz *jako když ho do vody hodí* patří do skupiny třetí, protože se jedná o posunutý význam.

S tímto biblismem by však mohl souviset ještě jeden dnes hojně využívaný frazém, a to *být za vodou*. Toto označení znamená dostat se na druhý, lepší břeh. Jedna z příčin vzniku mohla být Amerika, ta země za vodou, kde se plnily sny. Frazém však může mít svůj původ opět v rozestoupení Rudého moře, kdy se Izraelci dostali nejen do bezpečí, ale také blíže ke své zaslíbené zemi. Bohužel ale nevíme, kdy tento frazém vznikl, proto jsou to pouze domněnky. Být za vodou však rozhodně znamená mít se dobře.

Běžně se také používá, že *mluviti stříbro*, *mlčeti zlato*, jinými slovy, že někdy je lepší držet jazyk za zuby. Jedná se sice o obecný vzorec chování, který je přítomný v různých kulturách, ale jak uvedl A. Stich ve své předmluvě k *Aniž jest co nového pod sluncem* (1994), dlouhou dobu byla bible jedinou literaturou, kterou prostý lid skrze kněze a modlitby znal, proto je pravděpodobné, že takovéto moralizující frazémy mohou mít svůj původ právě tady. Už v knize *Příslovní se dočteme, že mnoho mluvení nebývá bez hříchů, kdož pak zdržuje rty své, opatrný jest. Jako stříbro výborné jest jazyk spravedlivého, ale srdce bezbožných za nic nestojí*. (Př 10, 19–20) Také Jakub ve svém listu píše: *A tak, bratři milí, budiž každý člověk rychlý k slyšení,*

*ale zpozdilý k mluvení.* (Jak 1, 19) Zatímco první výrok ukazuje, odkud se ono stříbro ve frazému vzalo, druhý výrok nechává význam otevřený i pro novější rozšířené verze. Máme-li více naslouchat a méně mluvit, máme pak být také více uvážliví. Výraz řadíme do druhé skupiny biblismů s dubletními tvary.

P. Ouředník (1994, s. 99) ještě uvádí výraz *kdo mnoho mluví, neb lže, neb se chlubí*. Jinými slovy není třeba mluvit mnoho, ale mluvit to, co je pravda. Můžeme proto najít souvislost s novějším frazémem *kdo lže, ten krade a do pekla se hrabe*. Tuto naši domněnku podporuje i pasáž z listu sv. Lukáše, kde stojí, že *kdo je věrný v nejmenší věci, je věrný také ve velké; kdo je v nejmenší věci nepoctivý, je nepoctivý i ve velké.* (Lk 16, 10) Pakliže malá nepravost znamená i velkou, pak tedy ten, kdo lže, může také krást.

Již jsme zmínili výraz *nasadit trnovou korunu*, který nese význam mučednictví. Pakliže si někdo nasadí trnovou korunu, dělá ze sebe mučedníka. Trnová koruna byla výsměchem Kristu, že ačkoli je král, jak sebe nazývá, má jen trnovou korunu a může vládnout červům.

Dnes používáme frazém, který též souvisí s korunou. Je to výrok *nasadit korunu*, ať už ho míníme jako pochvalu – *výborně, nasadil jsi tomu korunu, je to povedené*; nebo jako ironii – *ty jsi jsi tomu teda nasadil korunu*. Souvisí to s aktem samotné korunovace, kdy se korunovaný dostává na tu nejvyšší pozici. Nasazení koruny pak tedy vnímáme stejně. Buď se nám něco velmi zdařilo, nebo naopak vůbec ne, a proto druhý ironicky vyzdvihne náš neúspěch. Jen v případě ironie bychom mohli najít podobnost s trnovou korunou. Protože je to ale jen domněnka, kterou nelze nijak podložit, zůstaneme u toho, že se výraz *nasadit trnovou korunu* řadí do biblismů původních.

Pakliže zůstaneme u trnů, můžeme si všimnout ještě biblismu *být jako trn v oku*. Označujeme tím člověka, který nám překáží nebo vyloženě vadí. Zmínku o tom najdeme ve čtvrté knize Mojžíšově, kdy Hospodin radí, aby Izraelci vyhnali obyvatele Jericha, aby mohli žít v klidu a míru.

*Nevyženete-li však obyvatele té země před sebou, tedy ti, které z nich zanecháte, budou vám trnem v očích a bodcem v boku, budou vás sužovat v té zemi, ve které se usadíte.* (4. Moj 33, 55)

Dnes je však zřejmě známější varianta, jež zní: *být osinou v zadku*. I tento výraz tedy řadíme do druhé skupiny biblismů s dubletní variantou.

Dalším zajímavým výrazem je *být v limbu*. Říkáme to o někom, kdo nevnímá, spí, případně může být v bezvědomí. Dříve se tak také mluvilo o mrtvých lidech. To zachycuje také

Akademický slovník cizích slov (1995), který vysvětluje bytí v limbu jako spánek, řídkěji smrt; dále jako okraj či lem a nakonec jako pojem náboženský, který označuje předpekli – místo, kde duše očekávaly vykoupení. Když tedy latinský termín pro okraj propojíme s tím náboženským, předpekli je tedy místem na okraji reálného světa. Jinými slovy člověk, který byl v limbu, spal tak tvrdě, jako by už nebyl mezi živými. Když se však zaposloucháme kolem sebe, toto označení už není používáno jen ve smyslu takto tvrdého spánku, ale i jakéhokoli sebemenšího zdřimnutí či nepozornosti – *Proč jsi mi nebrala telefon? Promiň, asi jsem byla v limbu*. Význam se však neposunul. Ať už šlo o tvrdý spánek, nebo pouhé zdřimnutí, člověk nebyl schopen vnímat okolí.

V evangeliu Matoušově se můžeme dočíst o tom, že nelze sloužit Bohu a zároveň mamonu. Dříve byl mamonem chápán ďábel, již ale víme, že slovo pochází z řeckého *mamōnas*, které označuje majetek a bohatství. Pakliže tedy někdo propadl mamonu, propadl touze po majetku. Toho člověka pak označujeme jako mamonáře, skrblika, sobce či hamouna. A právě u posledního synonymního výrazu jsme se chtěli pozastavit. Lidový slovník (2013) zmíněná hesla uvádí jako totožná. Český etymologický slovník (2001) hledá příbuznost u slov *gamma* chtivý, *gamniti* býti chtivý, kdy došlo k záměně *b* → *m*. Od tohoto slova pak máme adjektivum *hamižný* (*lakotný*, *hrabivý*). Máme tedy podobnost formální i sémantickou. Ať už je někdo mamon či hamoun, nebo ať už mamoní či hamouní, jde o to, že *syslí* – plní si kapsy stejně tak, jako si sysel nahromaduje zásoby před zimou. Výraz mamonář či mamonit tak řadíme do původních biblismů.

Nyní se podívejme na frazém *mít po krk*. Když tento výraz použijeme, míníme tím danou činnost, či dokonce konkrétní osobu za unavující, nepohodlnou, nejsme jí nakloněni. Dnes používáme také synonymní variantu *mít plné zuby*. Proč se to ale takto říká? Už v bibli si můžeme všimnout výroku *lézt nosem* v podobném smyslu.

*A lidu řekneš: Posvěťte se pro zítřek. Budete jíst maso, protože jste s pláčem volali k Hospodinu: „Kdo nám dá najíst masa? Jak dobře nám bylo v Egyptě!“ Hospodin vám dá maso a najíte se. Nebudete je jíst jen jeden den, ani dva dny, ani pět dní, ani deset dní, ba ani dvacet dní, ale po celý měsíc, až vám poleze z chřípí a zhnusí se vám. To proto, že jste zavrhli Hospodina, který je mezi vámi, když jste před ním s pláčem volali: „Proč jsme jen odešli z Egypta?“ (4. Moj 11, 18–20)*

Hospodin ve svém hněvu tedy říká, že budou mít tolik jídla, až jim poleze nosem, bude ho takový dostatek, který jim bude až nepříjemný. Proto tento výraz P. Ouředník (1994, s. 136)

ztotožňuje s oním *lézt krkem* či *míti po krk*. Zjednodušeně řečeno, ať už nám to leze nosem nebo krkem, překročilo to naši míru únosnosti.

M. Švandrlík (2005, s. 79) ve své knize Proč se to říká také dodává, že tento frazém souvisí s dobou honu na čarodějnice a vymítání ďábla, kdy lidé věřili, že zlo se může ukrývat v jídle, zejména v mase. Když tedy došlo na vymítání, zlo muselo být vydáno. Často to však bylo nepříjemné a bolestivé, protože ďábel lezoucí krkem působil samé naschvály. A protože známe i nové varianty, řadíme tento biblismus do druhé skupiny biblismů s dubletním tvarem.

Postava Piláta Pontského se též často objevovala ve frazémeh, ačkoli dnes už je vystřídalý synonymní varianty vzniklé nezávisle na sobě. Tyto frazémy však v sobě ukrývají kreativitu a humor, z toho důvodu je zde uvádíme.

Ježíš Kristus byl vydán Pilátovi, aby ho odsoudil. A ačkoli on sám to udělat nechtěl, kvůli naléhání lidu nakonec nechal Ježíše ukřižovat. Z náboženského hlediska proto není důvod, aby byl zmiňován v modlitbách. Nyní se však podívejme na křesťanské vyznání víry, které latinsky nazýváme také *krédo*. Při vyznávání víry v Ježíše Krista najdeme tuto pasáž – *trpěl pod Pontským Pilátem*. To, že se Pilát objevil v této modlitbě, je tedy bez jeho zapříčinění. Proto lidé začali říkat o těch, kteří se k něčemu dostali náhodně, že se tam dostali jako Pilát do Kréda. Dnes bychom ale spíše použili výraz *dostat se k něčemu jako slepý k houslím*. Jedná se tedy o biblismus s dubletní variantou, která vznikla pravděpodobně nezávisle na původním biblismu.

S postavou Piláta se však setkáváme i v dalších výrazech. *Mít čisté ruce*, či přímo *mýt si nad něčím ruce* používáme ve chvílích, kdy se zříkáme viny či odpovědnosti. Jako bychom tím říkali *já to nezavinil*. Původ to má v biblické pasáži, kdy se Pilát snažil Ježíše propustit, protože na něm neshledával vinu. Nedokázal se však vzepřít vůli lidu, a tak Ježíše odsoudil k smrti. Ještě předtím si však veřejně omyl ruce, aby ukázal, že ne on, ale oni to chtěli, a proto s tím on nemá nic společného. Podobný význam pak můžeme najít i ve výrazu *dát od něčeho ruce pryč*, lze si tedy všimnout negativního zabarvení, protože se jedná o alibismus, tedy o snahu zbavit se odpovědnosti. Zde se jedná o biblismus původní, protože jeho dodnes neměnnou podobu lze dohledat v bibli.

*K Pilátově osudu se víže i postava věčného Žida z německé středověké literatury. Mezi Pilátovým služebnictvem se nacházel i jistý Ahasver – který, udeřiv kdysi Krista, musí za trest navěky bloudit jako Ahasver / věčný Žid.* (Ouředník, 1994, s. 174). A právě tento biblismus zůstal dlouho v povědomí lidí, kdy rodiče napomínali děti, když nechtěli dojist chléb, že

nebudou moci zemřít. Smrt totiž byla dlouhou dobu chápána jako vysvobození. Postava Ahasvera se později objevovala i v dalších legendách, kdy se ovšem vždy provinil tímtež – zapudil Ježíše. Tím, jak se však pověsti o něm šířily a on tak navštívil všechna místa i období, dalo by se usuzovat, že i z tohoto důvodu se o něm mluvilo jako o zbloudilci.

Postupem času se Ahasever stal také *symbolem národa nemohoucího najít klid ve věčném pronásledování uprostřed krvavých pogromů zfanatizovaného lidu*. (Spálová, 1968, s. 191)

Dnes, mluvíme-li o Ahaseverovi, myslíme tím někoho, kdo nevydrží na jednom místě, kdo bloudí světem sem a tam.

Existují podobné legendy s tajuplným, prokletým námořníkem, který je odsouzen se svou lodí k bloudění po mořích. Proto lze zaslechnout také frazém *bloudí jako Holand'an*. Pověsti, z nichž první týkají se dcery norského námořníka a tajemného cizince, jehož duši musí dívka vykoupit svou věrností, se odráží nejen v řeči, ale také v literatuře, a dokonce i ve filmech – v Pirátech z Karibiku si ve 2. a 3. díle můžeme všimnout postavy Davyho Jonese, který byl opět pro nevěrnost proklet a jeho odsouzení spočívalo v bloudění po moři. Navíc i jeho loď se jmenovala Bludný Holand'an. Tyto dva frazémy se tedy liší zejména ve způsobu osvobození jejich aktéra. Holand'ana může vysvobodit věrná žena, Ahasver musí čekat na poslední soud. Výraz proto řadíme do druhé skupiny biblismů s dubletním tvarem, kdy nová konkurující varianta vznikla zřejmě opět nezávisle na původním biblismu.

Další biblická postava se váže k příběhu o Sodomě a Gomoře. Bylo to město plné hříchu, a tak se ho Hospodin rozhodl srovnat se zemí. Mezi tamními ale žil zbožný Lot. Bůh ho proto varoval a nechal ho utéct. Podmínkou však bylo, že se nesmí ohlédnout. Lotova žena se ale ohlédla a v tu chvíli se proměnila v solný sloup. A tak vznikly dva frazémy, které označují osobu zaraženě stojící, osobu umklou překvapením nebo děsem a osobu, která jen nečinně přihlíží. Méně častý je výraz *stát jako Lotova žena*, užívanější je poté *stát jako solný sloup*. Mezi novější frazémy s podobným významem patří např. *stát jako zkamenělý*; *stát jako tvrdé Y*. Z hlediska sémantiky je chápeme nejen jako nečinné postávání, ale často i jako překážení. (Čermák, 1983, s. 496) Výraz proto opět řadíme do skupiny biblismů s dubletními výrazy. Výraz *jako zkamenělý* může souviset s vnější podobností kamene, ale také s podobností onoho solného sloupu připomínajícího kámen. Výraz *stát jako tvrdé Y* vznikl pravděpodobně nezávisle na biblismu.

Nyní se podívejme na frazém *Pýcha předchází pád*. Zajímavá je už etymologie slova pýcha, které vychází ze slov *pýchati*, *zpýchnout*, *puchnouti* a *napuchnouti*, což můžeme spojit se slovy

jako je *nafoukaný* a *nadutý*. Dalo by se tedy říct, že pyšný člověk je plný sám sebe. A to je vlastnost nehodná. Dle Bartoše (1901) byla kdysi totožným synonymem hrdost. V poslední době je však vidět, že se hrdost odklání z negativní sféry a více zastupuje sebeúctu. Podobně je tomu i s chloubou, která nenese znaky špatné vlastnosti, ale spíše zásluhu, díky které můžeme to či ono nazývat svou chloubou. A tak je pýcha jediným negativním výrazem, který je možné použít a zdá se, že právě proto je výraz *pýcha předchází pád* stále hojně využívaný. V knize Přísloví můžeme najít pasáž o tom, že *pýcha předchází pád, domýšlivost klopýtnutí*. (Př 16, 18) Podobnou zmínku najdeme i u proroka Izaiáše, který říká, že naše pýcha nás svrhne do pekla, tedy pýcha zapříčiní náš pád – *Do podsvětí byla svržena tvá pýcha, hlučný zvuk tvých harf. Máš ustláno na hnilobě, přikrývku máš z červů*. (Iz 14, 11) Shrnout by se to dalo výrokem Ježíše Krista, který praví, že *každý, kdo se povyšuje, bude ponížen, a kdo se ponižuje, bude povýšen*. (Lk 14,11) Biblismus řadíme do skupiny biblismů původních.

*Každý živočich miluje sobě podobného a každý člověk svého bližního. Všechno tvorstvo se sdružuje podle svého druhu a člověk přilne k sobě rovnému*. (Sir 13, 15–16) Tento biblismus najdeme v knize Sírachovec v podobenství o bohatých a chudých. A protože se na této lidské potřebě sdružování nic nezměnilo, říkáme, že *rovný rovného si hledá* nebo že *vrána k vráně sedá*. A může to být prosté konstatování, nebo narážka. Zajímavé je, že dnes používáme i frazém s naprosto opačným významem, který říká, že se přitahují protiklady. Zde se to však váže zejména k partnerským vztahům, zatímco první výraz lez uplatnit na jakoukoli sociální skupinu a na lidské tvory obecně. Ačkoli se tedy jedná o biblismus původní, dalo by se podle jeho nových variant uvažovat o jeho zařazení do skupiny s dubletními tvary.

Hojně využívaný je také výraz, že *jde jako vůl / tele na porážku*. Možná by nás nenapadlo, že se jedná o biblismus, protože porážka telete byla záležitost běžná. Ale právě proto se tento výraz objevil v knize Přísloví při varování před cizoložstvím. Jít jako vůl na porážku znamenalo jít odevzdaně vstříc nepříjemnostem. Podobným frazémem je třeba *jít jako na porážku / jatka*.

*Naklonila si ho mnohým přemlouváním. Svými úlisnými rty ho svedla. Hned šel za ní jako vůl na porážku, jako pošetilec v poutech k potrestání*. (Př. 7, 21–22)

#### **4. 1 Analýza konkrétních biblismů ve vybraných publicistických textech**

Následující podkapitoly se věnují analýze vybraných biblismů v konkrétních příkladech jejich užití v publicistice. Výběr spočíval v četnosti užívání, aby bylo možné porovnat významy

daného biblismu a začlenit ho do vytvořeného schématu v předchozích kapitolách. Následně jsme je také zkoumali z hlediska nových tendencí při užívání frazémů podle M. Čechové.

#### 4. 1. 1 Alfa i omega

P. Ouředník (1994, s. 20) vysvětluje, že výraz *alfa i omega* nese význam podstaty věci v celé její šířce. Těmito písmeny řecké abecedy se sám Bůh označuje za začátek i konec všeho, tedy za podstatu a základ bytí. Jedná se tedy o biblismus původní, protože jeho neměnnou podobu můžeme nalézt v bibli. V podobném významu dnes používáme také výraz *jádro pudla*. Má tedy novější konkurenční variantu, u které ale víme, že nevznikla odvozením z biblismu. Rozdílu v užívání obou frazémů se věnujeme dále v kapitole.

Většina publicistických textů, které tento biblismus obsahovaly, nesly stejný význam. Převážně se jednalo o titulky nesoucí *název Spokojenost zaměstnanců je alfa a omega úspěchu; Hromadné testování je alfa a omega našeho přežití* atd. Jinými slovy by se tedy dalo říct, že spokojenost zaměstnanců je *základ* úspěchu a hromadné testování je *podstatou* našeho přežití. Autoři těchto článků chtěli upozornit na aspekt, který je podle nich zásadní k dosažení záměru, jehož se téma týká. Přesnější rozbor uvádíme na konkrétních příkladech. Prvním je analytická zpráva, což lze odvodit od volby jazykových prostředků. Autorka elektronického příspěvku Echo24.cz nejen informuje, ale dané jevy také vysvětluje, přičemž je možné všimnout si jejího postoje.

Forma komunikantu je tedy psaná a veřejná a cíleným adresátem by měl být čtenář se zájmem o tuto problematiku.

Pakliže jsme si řekli, že užívání frazémů, konkrétně biblismů, má za úkol zaujmout, odpovídalo by tomu jeho postavení v samotném titulku. Ono ozvláštňení textu je patrné ve využití jazyka. Je spisovný, ale obsahuje publicismy (zmněný *kolaps* ekonomiky) a o ostatní nebiblické frazémy, např. *hledá se cesta z pasti koronaviru*.

Dále je patrné horizontální členění odpovídající útvaru, ale také vertikální. Autorka nejprve popisuje situaci a poté na ni odpovídá dle ní správným řešením v podobě testování. Svá tvrzení navíc opírá o argumentaci v podobě německé studie. Biblismus, který zde stojí ve významu podstaty přežití lidstva, tak odpovídá záměru. Lze ho tedy skutečně řadit do skupiny biblismů původních. Výraz není nijak aktualizován či doplněn, takže jeho zvláštnost spočívá právě v tom, že je neměnný.

Dále se zaměřujeme na druhý příklad, který dokládá, a tedy potvrzuje, to, co příklad první. Jedná se o příspěvek na stránce Sport.cz, jehož titulek zní *Český plán! Hrát proti Švédům v pěti, co nejdál od trestné lavice. To je alfa a omega, říká kapitán*. Zde je patrné, že autor použil citaci Libora Zábranského, hokejového kapitána, který spatřuje podstatu úspěšné hry v držení se dál od trestné lavice. Podobného vyjádření si můžeme všimnout také v samotném textu: *Jsou i v tomto ročníku skvělí, mají ohromně šikovné hráče, ale já věřím, že nás všechny domácí prostředí strhne k výbornému výkonu. Když je hala na nohách, čerpáme z toho energii. Musíme tomu ale jít i naproti. Alfa omega všeho bude, abychom hráli v pěti.* (Zábranský, 2020)

Co se týče zmíněné novější varianty, tedy to, v čem spočívá jádro pudla, pochází ze známého příběhu od J. W. Goetha. Jeho doktor Faust se upsal ďáblu, který se na něj nalepil v podobě černého pudla, než se mu zjevil v lidské podobě, aby našel odpovědi na své otázky a došel poznání. To však spočívalo v dobru. Když tedy Faust nakonec prohlédl ďáblovu lest, zvolal: „Tak tohle bylo to jádro pudla!“

*Zde byl tedy smysl ďábelského podvodu. A po Faustovi opakujeme toto úsloví i my, když na nás například někdo nastrojil nevinně maskovanou „boudu“ a my najednou pochopíme, oč vlastně v jádru jde.* (Spálová, 1968, s. 272–273)

Dnes používáme stejný význam, jedná se o podstatu věci, kterou zkoumáme, ale která nemusí být vždy viditelná. Nemusí se však jednat o smysl úmyslného tajemí a lsti.

Když tuto novější synonymní variantu porovnáme s užíváním varianty starší a biblické, můžeme si všimnout, že se vyskytuje více v komentářích pod články či ve spontánních projevech, zatímco onen biblismus v uměle vytvořených textech. Z toho by se dalo odvodit, že první varianta je pro uživatele jazyka bližší a přirozenější. A možná právě proto se autoři publicistických textů uchylují k užití staršího biblismu, protože právě ten svou neobvyklostí působí přesně tak, jak autor zamýšlí. Tedy tak, že zaujme čtenáře.

#### **4. 1. 2 Ať levice neví, co činí pravice**

V bibli Ježíš napomíná lid, aby se nechlubili svými dobrými skutky. Nabádá k pokoře. Proto říká, ať jedna ruka neví o konání ruky druhé. P. Ouředník (1994, s. 117) dodává, že v dnešním světě je to ještě aktuálnější, protože stojí na reklamě a reklamních propagandách, které se chlubí tím nejlepším.



Jeden ze článků, který jsme vybrali pro ukázkou, je z Katolického týdeníku. Jedná se o interview s manželi Koronthályovými, kteří společně prožili 45 let. Hlavním tématem je společná modlitba. Na otázku důležitosti manželské modlitby odpověděli, že *někdy je také dobré, když neví pravice, co dělá levice. Jsou věci, které opravdu nemá smysl ventilovat v krátké modlitbě před tím druhým. Nejde to říct v krátkosti, aby to druhý pochopil a třeba ho to nezranilo, zatímco Bůh do našeho srdce vidí. Takže něco mu svěřujeme společně a něco každý sám.*

Ačkoli jsme očekávali, že význam se nebude lišit od původního, k jistému posunutí došlo. Původní výraz se týká činění dobra a lidské skromnosti. Manželé Koronthályovi ho však rozšiřují na věci obecnější. I když nenaznačují nic konkrétního, lze odvodit, že narážejí na běžné rozdíly, kterými si však vzájemně nechtějí ubližovat, proto je raději nezmiňují. To odkazuje na jejich předchozí odpověď, kde se oni sami přirovnali k pravé a levé ruce. Sice patří obě jednomu člověku, ale přece je každá jiná. A to chtějí manželé respektovat tím, že se pravice nebude zajímat o levici.

Již víme, že se jedná o interview, které získává informace prostřednictvím dialogu. V tomto případě se nejedná o žádnou analýzu ani komentování, jazyk je neutrální. Záměrem je informovanost. Jediný názor, kterého si můžeme všimnout, patří právě tázaným. Využití biblismu pak tedy primárně neslouží k upoutání pozornosti, ale ke srozumitelnému předání informace. Jinými slovy manželé Koronthályovi prostřednictvím biblismu vyjadřují svou myšlenku rychleji, než kdyby ji museli popisovat a vysvětlovat. To dále spolu se samotnou tematikou modlitby souvisí s tím, že předpokládaným čtenářem je někdo, kdo bibli zná a použitému výrazu porozumí.

Nyní se ale podívejme na texty, kde došlo k výraznějšímu významovému posunu. Prvním z nich je glosa na webu krusnohorsky.cz. Autor zde popisuje, jak se česko-saská města a obce snaží o rozvoj turistiky. To přirovnává k činění levé ruky. Poté ale upozorňuje, že pravá ruka dělá úplně něco jiného. Konkrétně tytéž úřady povolují stavby nových elektráren. A právě tato větrná strašidla, jak je sám autor nazývá, turisty nepřilákají. Činění pravé a levé ruky tu tak stojí ve významu chaosu, zmatení, až rozporu jednání úřadů.

Pakliže autor celou situaci komentuje a vyjadřuje svůj postoj např. zmíněnými užitím zabarveného slova strašidly, víme, že se jedná o analytický styl. Svá tvrzení autor opírá o citace či odkazy, výběr jazykových prostředků není zcela objektivní. Použitím tohoto biblismu chtěl tedy patrně ozvláštnit text, získat čtenářovu pozornost a přimět ho k zaujetí podobného stanoviska. Tomu dále také odpovídá zvýraznění tučným písmem a až jakási citová manipulace v závěru slovy *Takový smutný konec si snad Krušné hory nezaslouží.*

A k podobnému významovému posunu dochází i v dalších textech. Např. internetový článek Jany Havligerové na webu e15.cz se věnuje Miroslavu Kalouskovi a finanční situaci v Česku. Jedná se o stejný útvar a záměr jako předchozí ukázka, proto už doplníme jen to, že i zde je biblismus použit ve významu chaosu. Autorka uvádí řešení situace a celé to uzavírá slovy: *Buď šéf státní kasy dokáže Věcem veřejným vysvětlit, proč by bylo dobré právě teď zavést devatenáctiprocentní sazbu DPH, anebo musí slevit ze svých ambicí. Zatím místo toho jen posiluje image vlády jako sboru chaotiků, u nichž pravá ruka neví, co dělá levá.*

Z toho tedy vyplývá, že dnešní používání tohoto biblismu již nenesé původní význam pokory, ale zmatku. Jedná se tedy o třetí skupinu, a to biblismus s významem posunutým. Tento posun bychom dle tendencí M. Čechové mohli řadit ke změně významu nikoli však jedné části, ale kompletně celého biblismu. Podobný význam lze hledat u výrazu *jeden o koze, druhý o voze*, který poukazuje na nedorozumění mezi lidmi, kdy každý poukazuje na jinou skutečnost, nebo na skutečnost stejnou, ale každý z jiné perspektivy.

#### **4. 1. 3 Míti Filipa**

Profesor Ferdinand Strejček se v roce 1933 snažil poukázat na všechny možné původy tohoto frazému (Naše řeč – Míti Filipa, s. 221–223). Jedním z nich je lidová personifikace slov – *Být Janek, honit Davida...*

Důležitou roli ale může hrát také samotný zvuk. Stejně jako člověka hloupého označujeme jako Honzu, potřebovali jsme pro člověka pohotového, bystrého a veselého takové jméno, které už tím, jak zní, tyto vlastnosti zahrnuje. Můžeme tedy souhlasit s tím, že Filip zní veseleji než např. Richard.

Další možností je pak podle profesora samotný Demosthenes a jeho filipky. Byly to útočné řeči proti Filipu Makedonskému. Zde by se pak jednalo o jiný smysl – má-li někdo Filipa, má také drzou, útočnou povahu.

V neposlední řadě také uvádí variantu, která se shoduje s heslem P. Ouředníka (1994, s. 62–63). Ta se pojí s postavou Filipa evangelisty, který na své cestě uposlechl vnuknutí a pomohl jednomu mouřenínovi vysvětlit Písmo, se kterým si do té doby nevěděl rady. V tomto případě se jedná o význam bystrosti, důvtipu, *míti Filipa jako mít za ušima*.

Můžeme si zde všimnout opět tendence ozvláštňení frazému. Z užívání výrazu *míti Filipa* se totiž odvodilo také protikladné *ten nechal Filipa doma*, které označuje člověka nebystrého a hloupého.

Co se týče užívání tohoto frazému v dnešní publicistice, některé články se často týkají konkrétních nositelů tohoto jména. Jako příklad uvádíme Vojtěcha Filipa, politika a představitele KSČM, který se objevuje v publicistických textech v internetových novinách Rukojmí.cz s názvem *Jak je důležité mít Filipa, který nevyloučil toleranci vlády ANO?*, nebo v českém deníku Haló noviny s názvem *Jak je důležité mít Filipa*. Zmíněný článek byl určen především voličům, na které se snažil zapůsobit ozvláštňením právě tímto biblismem, který navíc podtrhoval osobnost představitele KSČM. Pojednává o setkání mladých lidí s Vojtěchem Filipem, který si udělal čas, aby jim zodpověděl všechny otázky. Užití *mít Filipa* by tu pak znamenalo mít štěstí.

A v podobném významu se tento biblismus objevuje také v článku nakladatelství Jan Vašut s. r. o., který pojednává o tom, jaké štěstí je, když si autor a redaktor rozumí. Redaktor kromě čtení a opravování také hlídá spád příběhu, a proto *není nad to mít Filipa, ale také dobrého redaktora*.

Zatímco se první uvedený článek snaží manipulovat adresáta a vlichotit mu důležitost osobnosti pana Filipa, druhý článek se snaží zaujmout a představit práci nakladatelství, které vyzdvihuje. V obou případech se však *míti Filipa* rovná spíše mít štěstí, než onomu být bystrý a důvtipný. A protože není v bibli ani konkrétní citace a význam *míti Filipa* zahrnuje celé podobenství, řadíme biblismus do druhé skupiny, do které patří biblismy obsahující nějakou biblickou skutečnost. Zmíněná nová varianta *míti za ušima* sice nese podobný význam, ale vznikla nezávisle na bibli. M. Švandrlík (2016, s. 57) vysvětluje, že tento frazém vymysleli přátelé Josefa Dobrovského, když si z něj dělali legraci, že má moudrost za ušima. Bylo to z toho důvodu, že když ho něco napadlo, ale byl zrovna venku, zapsal si to na kus papíru a ten si vložil za ucho pod vlasy.

#### **4. 1. 4 Země zaslíbená**

*Země zaslíbená / zaslíbená země je místo (v širším smyslu i vytyčený cíl, stav ducha, event. I osoba), k němuž upínáme všechny své naděje a tužby.* (Ouředník, 1994, s. 219)

V bibli se dočteme o zemi zaslíbené hned v několika pasážích. Jednak to byla země, kterou dal Hospodin Abrahámovi, ale také vytoužená země, kterou Hospodin skrze Mojžiše slíbil

izraelskému lidu. Jedná se tedy o místo, stav, kterého se snažíme dosáhnout, ke kterému míříme a v kterém spatřujeme naději, zaslíbení, cíl.

Nyní svou pozornost obracíme k publicistice. První článek, kterému se věnujeme, je z internetového deníku známého jako Deník Referendum. Autorka zde mluví o problematice sexuálního obtěžování, kterému se podle ní nevěnuje dostatečná pozornost. Vyjadřuje tu svůj negativní postoj ke zlehčování této skutečnosti a svá tvrzení opírá o konkrétní případy obětí i útočníků ve světě. Snaží se tak tento jev nejen komentovat, ale také nabádat čtenáře ke stejnému nespokojenému pohledu. Cíleným adresátem je tedy kdokoli, kdo se o tuto problematiku zajímá, přednostně nejspíš ženy. A tomuto článku dominuje název *Země zaslíbená neškodnému poplácávání po zadku*. Tímto názvem chtěla autorka naznačit, že Česko je zemí, kde si každý může vesměs dělat, co jen chce. Zatímco tedy Mojžíš přivedl Izraelce do země blahobytu, kde nemuseli pracovat pod krutou vládou faraona, úmorně se dřít a umírat hlady, autorka tímto frazémem ironicky poukazuje na fakt, že naše země není tak místem blahobytu, jako spíše místem beztrestného poplácávání.

Podobného rázu byly i další texty, např. články z webu Hospodářských novin s názvy typu *Země alkoholu a drogám zaslíbená* nebo článek z portálu nezávislých profesionálů Na volné noze, který nese název *Česko, země konopí zaslíbená*. V těchto případech se jedná o jistou konkretizaci. Zatímco původní výraz zahrnoval obecný cíl a naději, zde vidíme konkrétní úkazy. Je nám tedy hned zřejmé, že tím autoři ironicky poukazují na cíl, k němuž dnešní obyvatelé české republiky míří, a to je konopí, drogy a alkohol. A to je význam, ke kterému se dnešní autoři přiklání více. Pomocí ironie se snaží čtenáře popudit, probudit z nečinnosti. Jen zřídka se objevují texty, které tímto frazémem navozují příjemnější atmosféru. Článek z portálu deník.cz, jež nese název *Česko, zoologickým zahradám země zaslíbená. Letní mánie může začít*, se snaží poukázat na rozvoj a oblíbenost zoo v naší zemi. Samotný název poutá pozornost a evokuje podobné významy, které známe z originálního užití v bibli.

Dalo by se tedy říci, že výskyt tohoto biblismu zahrnuje zejména zprávy a komentáře, které se buď zaměřují na sociální problematiku a jeho užitím ironicky poukazují na nedostatky společnosti, nebo naopak příspěvky takové, které se snaží idealizovat nějaké místo, jev... Je tedy zajímavé, že dokážeme tuto dvojí konotaci rozlišit, aniž by autor užití biblismu nějak vysvětloval.

Tento biblismus bychom tedy mohli zařadit do skupiny biblismů s posunutým významem. Když se ale podíváme hlouběji, zjistíme, že je to jiný posun než u zmíněné pravice a lavice. V tomto případě jde stále o to samé, jde o místo, které je pro nějakou činnost či skutečnost

dokonalé, ačkoli se většinou jedná spíše o místo plné neřesti. Stále si můžeme všimnout i pozitivních jevů, kdy užití tohoto výrazu nestojí v rozporu s užitím v případě ironie. Z toho důvodu bychom tento výraz přidali spíše do skupiny původních biblismů, protože se jedná o podobu neměnnou, kterou můžeme v bibli dohledat, jež ale podlehla tendenci ozvláštňování frazémů. Propojíme-li to opět s tendencemi podle M. Čechové, jednalo by se o jakousi aktualizaci, kdy však nedošlo ke změně jedné části frazému, ale kdy došlo k aktualizaci v podobě rozšíření významu na místo nejen pěkné, ale také nepěkné.

#### **4. 1. 5 Co na srdci, to na jazyku**

Toto rčení definuje J. Zaorálek (1996, s. 332) následovně: *být upřímný, přímý, nezálužný v řeči*. A mnoho textů, kde se tento výraz objevuje, tomu opravdu odpovídá. P. Ouředník (1994, s. 185) však dokládá citaci z Lukášova evangelia, kde je psáno: *Dobrý člověk z dobrého pokladu svého srdce vydává dobré a zlý ze zlého vydává zlé. Jeho ústa mluví, čím srdce přetéká*. (L 6, 45)

Z kontextu celé podkapitoly, jež nese název Výrok o stromu a ovoci, je zřejmé, že se evangelista snaží poukázat na to, že se nelze přetvařovat. Nemůžeme hledat dobré plody na keřích plevele. Jinými slovy to, jací jsme uvnitř, se zkrátka projeví i navenek. Nedokážeme to skrýt ani ovlivnit. A nezáleží na tom, zda je to dobrý, či špatný úmysl.

Dochází tu tak k nepatrnému posunu. Z výstrahy, že nelze zatajit naše skutečné záměry, jako by se stalo nehanlivé označení pro člověka bezelstného.

Na internetové stránce Novinky.cz autor V. Plesník zveřejnil příspěvek *Odkaz Merkelové má v rukou covid-19*. Ten mimo jiné poukazuje na poslední zbytky sil a trpělivosti německé kancléřky Angely Merkelové. Jedná se o komentář, z autorova komentování je proto patrný jeho postoj, kterým se snaží naznačit, že paní Merkelová není v nejlepší formě. Biblismu užívá ve chvíli, kdy přibližuje atmosféru zasedání kabinetu – *Nepořizuje se zápis, pamuje uvolněné ovzduší, nezávazně se probírá co na srdci, to na jazyku*.

Zde tedy vnímáme atmosféru jako uvolněnou, upřímnou, kde každý říká, co říct chce. Podobné je to i v interview *Petr Klár je volejbalový bouřlivák, co na srdci, to na jazyku* z webu Volejbalový klub Příbram. Z předchozích kapitol již víme, že interview získává informace na základě kladených otázek. Rozhovor může odhalovat názory aktantů. Můžeme tedy říci, že autorku k užití frazému vedla samotná postava Petra Klára. Z celého hovoru je patrné, že se pan Klár nebojí říct, co si myslí, když např. žertuje, že se chystá vyřadit kladenský tým, kde pracoval před nástupem do Příbrami. Avšak význam, jako by se zde ještě trochu pozměnil. Autor zde

nezamýšlí onu výstrahu ani nehanlivé označení bezelstného člověka, jako spíše označení člověka nejen upřímného, ale také odvážného, někdo by možná řekl i drzého.

Když se pokusíme o shrnutí, dalo by se říct, že užívání biblismu je stále hojné a význam se téměř nezměnil. Přesto se však v určitých aspektech může lišit. Člověk, který má na jazyku to, co má na srdci, je člověk bezelstný, který je nade vše upřímný, takže často mluví dřív, než si slova rozmyslí, nebo člověk odvážný, který má odvalu říct, co si myslí. A ačkoli je výstraha evangelisty Lukáše velmi podobná, protože upozorňuje, že naše ústa vypovídají o našem srdci, v této podobě se frazém tolik nevyskytuje. Zařadili bychom ho tedy mezi biblismy s posunutým významem, ačkoli se jedná jen o nepatrný posun, protože toto rozšíření dává možnost užití biblismu v různorodějších situacích.

#### **4. 1. 6 Hokus, pokus**

Původem tohoto biblismu jsme se zabývali v předchozí kapitole, proto zopakujeme jen to, že se jedná o chybné přeformulování latinského biblického výroku a řadíme ho tedy do skupiny biblismů vzniklých nepochopením cizích slov či jejich chybným překladem. Řekli jsme si, že se sémantika výrazu rozšířila na nejistotu či improvizaci, a právě to můžeme dokázat na následujících ukázkách publicistických textů.

Na webové stránce Sport.cz můžeme najít zprávu o události Save Boxing, která se uskutečnila na konci února. Zasloužil se o to bývalý boxer Lukáš Konečný, jehož citace se objevují nejen v průběhu celé zprávy, ale také v samotném titulku – *Zvláštní doba, box bez fanoušků. Velká nejistota, hokus pokus, přiznává Konečný před maratonem*. Tento výraz se poté objevuje ještě v poslední odstavci, kde stojí: *S tímhle nemám zkušenosti, je to takový hokus pokus*. Můžeme si tedy všimnout, že v obou případech se jedná o vyjádření nejistoty, experimentu, nejspíš i improvizace, protože je to poprvé, co pan Kopečný něco takového pořádá. Podstatou zprávy je nejen informovat o nadcházející události, ale také poukázat na zcela nové podmínky, kdy se boxu nebudou fanoušci účastnit živě. Použití výrazu *hokus, pokus* tedy splňuje svůj záměr. Dalo by se říct, že Konečný dělá krok do prázdna.

Objevuje se to i v dalších článcích v totožném významu, převážně se tedy jedná o nejistotu, která hraničí až s naprostým chaosem. Např. na blogu iDNES.cz si můžeme všimnout titulku *Hokus pokus Plagus aneb ještě větší chaos na školách*. Tento příspěvek na rozdíl od předchozí objektivní zprávy zahrnuje osobitý styl autora, a proto je i patrný jeho postoj k celé problematice. Formou řečnických otázek, kdy sám odpovídá, jak je celá věc absurdní,

poukazuje na nesmyslná vládní nařízení a nezáměr ze strany Plagy, který nechává všechny důležité detaily pravděpodobně na samotných pedagogích. Komentuje tedy nejen celkový chaos, který zde panuje, ale také postavu samotného Plagy. I proto se objevuje jeho jméno v titulku pozměněné, jako by se mělo stát součástí samotného výrazu hokus, pokus, a tedy i Plagus.

Z vlastní zkušenosti ale můžeme tvrdit, že výraz *hokus, pokusi*, se dnes vyskytuje spíše ve spontánních promluvách.

#### 4. 1. 7 Mlčet jako kámen

I u tohoto biblismu již víme, že má svůj původ v bibli a že ho řadíme k biblismům s dubletními tvary, které znějí např. *mlčí jako pařez, mlčí jako hrob* atd. Nyní se proto podíváme na publicistické texty a vzájemně tyto varianty ze sémantického hlediska porovnáme.

Co se týče biblismu, tedy *mlčet jako kámen*, nepodařilo se nám dohledat přesné znění. Lze ale najít spojení, která z původního znění vychází, např. *Mlčení ve vztahu tíží jako kámen*. Jedná se o příspěvky z facebookové stránky First.Class.cz, který pojednává o tom, jak je důležité, aby spolu dva partneři komunikovali. A čím více se tomu vyhýbají, tím více kamenů tíží jejich duši. A z těch kamenů se následně postaví zeď, která je od sebe odděluje. Souvislost bychom pak mohli hledat tedy nejen ve slově kámen, ale celkově ve zdi. A toho si můžeme všimnout opět na webu First.Class.cz, který se podobnou tematikou zabývá pod názvem *Jak prolomit zeď mlčení a začít spolu zase mluvit*. Zde jsou kameny jako symboly slov, kterými můžeme i ublížit, ale zároveň si jimi vystavět cestu blíž k sobě.

Podívejme si nyní na variantu *mlčet jako pařez*. Moravskoslezský deník.cz obsahuje zprávu s názvem *Hacker u soudu mlčel jako pařez. Prý jde o strategii*. Zpráva mluví o hackerovi Lumíru Heričovi, který se po odvolávání na nový soudní proces rozhodl nakonec mlčet. Jinými slovy titulek a využití frazému naprosto koresponduje s významem – hacker mlčel stejně tak, jako mlčí pařez.

Podobné je to i s frazémem *mlčet jako hrob*, který použil kaplan Petr Vrána, když v rozhovoru pro deník.cz na otázku zpovědního tajemství odpověděl, že nesmí mluvit o ničem, co mu lidé prozradí – *Mlčet jako hrob, to je princip naší práce. Kdybych ho porušil, odešel bych*.

Můžeme tedy říct, že se v publicistických textech více vyskytují novější frazémy, které vznikly spíše na základě vnější podobnosti nežli ze souvislosti s biblismem. Pokud bychom to ale

porovnali s metaforami, které patrně z biblismu vychází, tedy s mlčením těžkým jako kámen či mlčením neprostupným jako zeď mezi lidmi, je to naopak biblismus, který používáme častěji. A podobně i v běžné konverzaci, kdy si to ani neuvědomujeme. Kolikrát říkáme např. o člověku, který nemluví, že je nepřístupný. Ani nemusíme dodávat, že má kolem sebe vystavěnou zeď, přes kterou se nemůžeme dostat. Pakliže by tyto odvozeniny skutečně patřily k biblismu, jednalo by se už nejen o biblismus s dubletními tvary, ale také o biblismus s posunutým významem. Význam by se tak rozšířil z mlčení stejného, jako je mlčení kamene, na mlčení, které je také těžké jako jeho váha.

Dalo by se také uvažovat, zda novější frazémy nejsou také aktualizací podle tendencí M. Čechové, kdy se kámen vyměnil za jiný předmět, který stejně zarytě mlčí.

#### **4. 1. 8 Spát jako hozený do vody**

Ačkoli je to naše domněnka, na základě předchozího tvrzení si dovoluujeme tento frazém spojovat s oním *zmizet jako kámen v moři*, a proto se zde zabýváme i jeho užíváním v publicistických textech. Výraz se vyskytuje převážně v příspěvcích s radami, jak pohodlně usnout a spát, nebo ve člancích o tom, co se s námi děje během spánku. Jedním takovým je článek na webu PharmaPint s názvem *Záhadné pohyby našeho těla při spaní. Co všechno za osm hodin spánku prožijeme?* Popisuje jednotlivé spánkové fáze včetně toho, co se s lidským tělem během těchto fází děje a proč tomu tak je. Jedná se tedy o článek populárně naučný, který sice používá odborné termíny (hypnagogické snění, myoklonické škubnutí atd.), ale celkově jsou fakta prezentována srozumitelněji než článek odborný, dokonce je to pojato formou až jakéhosi vyprávění o spánku pana Karla, který zastupuje každého člověka, adresátem je tedy širší veřejnost a zájemci o tuto tematiku, kteří nemusí mít hluboké znalosti. Ačkoli se jedná o styl odborný, můžeme si všimnout prvků stylu publicistického, a to konkrétně obrazných pojmenování. Hned v úvodním odstavci stojí biblismus vedle ostatních podobných frazémů, které mají dohromady shrnout to, co by správný spánek měl obsahovat: *Spí, jako když ho do vody hodí, spí jako nemluvně, spí jako dřevo... Pokud netrpíme spánkovou poruchou nebo nás zrovna nepronásledují noční můry, máme tendenci tu třetinu dne, kterou spokojeně strávíme v posteli, vnímat jako absolutně klidnou.* Primárním záměrem tak zřejmě nebylo text ozvláštnit, ale právě usnadnit jeho porozumění.



Stejný biblismus použil také Borek Kapitančik na webu brno.rozhlas.cz, kdy vytvořil anketu s otázkou – co pomáhá, když nemůžeme usnout. Používá větu: *Někdo zalehne a spí jako do vody hozený, jinému se cesta do říše smě klikatí*. Zde jde ale spíše o ono ozvláštňení.

Nyní se obracíme k výrazu *spát jako zabítý*, jehož souvislost jsme si též vysvětlili. I tato varianta se objevuje ve článcích podobného typu, často také ve spojitosti právě s výrazem výše zmíněným. Jde zkrátka o záměr vyličít pohodlný spánek pomocí frazémů často v úvodních odstavcích, jako tomu je například na webu decoDoma.cz, kdy v rubrice *Tipy pro vaše zdraví* najdeme mimo jiné i články o zdravém spánku.

Poněkud nezvyklého užití jsme si všimli na webu epravo.cz, kdy ve svém příspěvku advokát Jouza vysvětluje správný postup v pracovní neschopnosti podle zákona. Titulek zní: *Spal jsem jako zabítý*. Nejde tu však o význam klidného spánku, ale zaslepenost obecně, kdy člověk tápal ve tmě, než procitl. Vysvětluje to hned první věta: *Titulek může vyjadřovat pocity spokojeně spícího nebo usínajícího člověka, ale my máme na mysli právní důsledky stejně znějící výmluvy práce neschopného zaměstnance pro nemoc nebo úraz*. Dalo by se tedy říct, že autor spojuje spánek s promrhaným časem, časem stráveným ve tmě, kdy nám unikala realita, pravda. Jinými slovy, když někdo nezaznamená nějakou skutečnost, často o něm řekneme, že zaspal dobu. A v tomto případě spal zaměstnanec opravdu tvrdě. Můžeme si tedy všimnout sémantického posunu. I. Vaňková (2007, s. 43) používá metaforu jazyka jako brýlí. Stejně tak, jako brýle upravují náš zrak, nebo přímo zkreslují realitu, použijeme-li např. známý frazém *nosit růžové brýle*, tak je tomu i s jazykem, který přejímáme, ve kterém se učíme svět poznávat a pojmenovávat. V našem kulturním prostředí vnímáme oči jako bránu, kterou můžeme nahlížet nejen na svět, ale také dovnitř člověka. Je to jakýsi zdroj poznání, proto, když někdo procitne, prohlédne pravdu, říkáme, že *otevřel oči*. Ale i naopak, pokud někdo skutečnosti vidět nechce, říkáme, že před tím *zavírá oči*. Pakliže nám tedy unikne nějaká podstatná informace, skutečnost, je proto logické, že řekneme, že to dotyčný zkrátka prospal. Tak nám to totiž naše brýle ukazují. Výraz *spát jako zabítý* by pak v tomto případě zůstal u podobnosti mrtvole (dle našeho názoru tedy u konkrétních mrtvol na dně Rudého moře), ale nešlo by o význam hlubokého spánku, ale jakési zaslepenosti vůči realitě. A zatímco zaměstnanec tvrdě spal, skutečnost ho dohnala.

Dle našeho předchozího rozdělení už víme, že bychom tento výraz řadili do skupiny biblismů s posunutým významem. Po uvážení s předchozím příkladem navíc můžeme tuto změnu zaznamenat ještě viditelněji. Dle rozdělení tendencí podle M. Čechové bychom nad těmito výrazy mohli také uvažovat jako o aktualizacích, nebo možná také o kombinaci více frazémů,

pakliže vezmeme v úvahu, že původní biblismus *zmizet jako kámen v moři* se sám o sobě nevyskytuje. A tak změna ze *zmizel, jako kdyby ho do vody hodili na spal, jako by ho do vody hodili* může být kombinací s jakýmkoli lidovým frazémem, který se tehdy užíval ve významu tvrdého spánku.

#### **4. 1. 9 Benjamín**

Benjamín byl nejmladším synem Jákoba a Ráchel, která však při porodu přišla o život.

*Když těžce rodila, pravila jí porodní bába: „Neboj se, máš zase syna!““ Ve chvíli, kdy umírala a život z ní unikal, pojmenovala ho Ben-óni (to je Syn mého zmaru), ale otec ho nazval Benjamín (to je Syn zdaru). (1. Moj 34, 17–18)*

Z bible dále také víme to, že ho měl Jákob nejraději. Není proto divu, že se ti nejmladší členové rodiny, pro které mají všichni slabost, začaly označovat jako benjamínci. Ale nejen ti, týká se to jakýchkoli nových členů různých společenských skupin.

Co se týče výskytu tohoto výrazu v publicistických textech, jedná se převážně o označení nejmladších členů skupin nebo nováčků, např. *Benjamínek výpravy; Legendární benjamínek z filmu Sedm statečných...; Nejmladší miliardáři: Žebříčku vévodí 28letý benjamínek* apod. Stejně tak je tomu i ve zprávě na webové stránce Sport.cz s titulkem *Gratulace ke gólu i asistenci. Každý psal něco jiného, směje se benjamínek Lvíčat*. Autor píše o Adamu Karabcovi, který se dostal do ME, ačkoli ještě není ani plnoletý. Výraz benjamínek tak zastupuje a zhušťuje celou větu z vysvětlování, že je nejmladším, na obyčejné slovo, které vyjadřuje stejný význam.

Výraz benjamínek tak řadíme k biblismům původním, ke změně totiž došlo jen po stránce formální, kdy se Benjamin stal zdobnělinou, a tedy expresivně zbarveným označením benjamínek.

#### **4. 2 Analýza biblismů ve vybraných křesťanských časopisech**

Následující podkapitoly se věnují analýze biblismů ve vybraných křesťanských časopisech. Zajímalo nás, zda se v nich pracuje s biblismy ve větší míře než v časopisech ostatních a zda i u nich dochází k nějakému významovému posunu.

#### 4. 2. 1 Analýza biblismů z farního čtrnáctideníku Hřivna

Hřivna je čtrnáctideník, který vydává semilská římskokatolická farnost pro své farníky zdarma. V dnešní době je redaktorem Mudr. Matěj Kraus. Obsahem bývají zpravidla informace a aktuality z dění ve farnosti, ale i v celé církvi, různé příběhy a zajímavosti, zejména pak informace o misijní činnosti, které je farnost součástí. Autory takových příspěvků jsou pak převážně lidé z tzv. Veselé společnosti, která mimo jiné zahrnuje misijní činnost dětí. Naším záměrem bylo tyto biblismy porovnat s původním záměrem a s jejich užitím i v publicistických textech, které nejsou nábožensky orientované.

Nejprve se ale podívejme na samotný název. Hřivna, řecky *talentoí*, což je překládání jako talent a hřivna, se vyskytuje v Matoušově evangeliu v podobenství o hřivnách, které pán rozdělil mezi své služebníky, aby je pohlídali. Zatímco první dva pánův majetek rozmnožili, poslední ze strachu hřivnu ukryl. Pointou celého příběhu bylo uvědomění, že každý člověk dostává od Boha hřivny – talenty. A to může být cokoli, schopnosti, moudrost, zdraví. Důležité je ale uvědomit si, že to vše je člověku dáno, nevzešlo to z něj samotného. A proto by svůj talent neměl nikdo promrhát. Pakliže se tedy v Hřivně objevují informace a různá zamyšlení a povzbuzení, můžeme název interpretovat jako hřivnu nám Bohem danou, která v nás rozmnožuje poznání, rozvíjí přemýšlení o křesťanském životě, a tak napomáhá zabránit jeho promrhání.

Obecně se zde vyskytují citace a parafráze, které jsou hojně používány v křesťanském společenství, ale nepronikly do užívání lidového. To se týká zejména různých zamyšlení či povzbuzení. Je to třeba výraz *jsme lidem, který žije v temnotě*, který pochází z Janova evangelia a má pomoci k uvědomění, že člověk nesmí zůstat zaslepený pravdě. A tou pravdou, tím světlem, které má prozářit tmu, je podle něj Ježíš Kristus – *V něm byl život a život bylo světlo lidí. To světlo ve tmě svítí a tma je nepohltila.* (J 1, 4–5) Jinými slovy být ve tmě znamená nežít, protože nedokážeme vnímat svět. I. Vaňková uvádí (Nádoba plná řeči, 2007), že vidět svět znamená také vědět, rozumět mu, a tedy žít. Slepý člověk o tyto obrazy přichází, proto známe frazémy jako *slepá ulička, strílet na slepo, být něčím zaslepený* nebo naopak *procitnout z nevědomosti, prohlédnout pravdu, otevřít oči realitě* apod. Všechny tyto frazémy tak mohou souviset jen s tím, že slepý člověk nevidí. Jejich užití by pak souviselo se základním smyslovým poznáním světa pomocí očí, nikoli s evangelistou. Uvádíme to zde pouze jako zajímavost a jednu z možností, proč evangelista použil právě temnotu a světlo.

U světla se ještě pozdržíme. Poměrně známý je Hospodinův výrok, jímž stvořil den – *budiž světlo*. A právě proto, že ho známe, vyskytuje se v různých typech médií, často ve spojení právě

se světlem a svítilnami, např. na webu mujdum.cz s titulkem *Budiž světlo aneb Posviťme si s Tondachem*, nebo u článků s popisem fotoaparátů, např. vyhlášení soutěže *Rok s megapixelem 2018*, jejíž téma znělo *Budiž světlo*. Nelze tedy nic namítat proti tomu, že je to výraz používaný a téměř každý mu rozumí. Jeho užití slouží opět k určitému ozvláštnění. Dalo by se říct, že je také aktualizován, pakliže světlem nemyslíme jen den, ale i svítilnu. Není proto divu, že se takto hojně využívaný a aktualizovaný výraz stal také inspirací pro řadu vtipů, z nichž některé najdeme právě i v Hřivně. Primárním cílem se tak stalo pobavení, což lze považovat za další aktualizaci původního biblismu.

*Zedník, tesař a elektrikář se hádají, které řemeslo je nejstarší.*

*Zedník povídá: „Moje řemeslo je nejstarší, vždyť zedníci stavěli už ve starém Egyptě pyramidy.“*

*Na to tesař: „Kdepak, moje řemeslo je nejstarší. Kdo myslíte, že stavěl Noemovu archu?“*

*Elektrikář: „Mýlíte se oba. Když Bůh řekl: ‚Budiž světlo‘, my už jsme měli natahané kabely.“*

Dalším výrazem je *Viděli jste mě hladovět, a nedali jste mi najíst*, který se vyskytuje opět u zamyšlení nebo ve spojitosti s misijní činností.

Časopis Hřivna se často snaží poukazovat na důležitost společenství, protože *kde jsou dva nebo tři shromáždění ve jménu mém, tam jsem já uprostřed nich*. (Mt 18, 20) Kdo miluje, je šťastný. Kdo je šťastný, ten si prozpěvuje. Proto v příspěvku Škola společenství autor píše slova sv. Augustina, že *kdo miluje, ten zpívá*, a následně to doplňuje už o antické přísloví – *kdo zpívá, dvakrát se modlí*. Jsme-li podle autora tedy v nějakém společenství, musíme se navzájem milovat a respektovat. A to lze projevit i společným zpěvem na konci každé bohoslužby. Uvádí poté další citaci – *Slovo Kristovo ať ve vás přebývá v hojnosti. Navzájem se ve vši moudrosti vyučujte a napomínejte. S vděčností v srdci zpívejte Bohu žalmy, chvalozpěvy a duchovní písně*.

Objevují se tu také různé parafráze na biblické výroky. Pravděpodobně každý člověk, ať už je věřící, nebo ne, zná úvodní slova Janova evangelia – *Na počátku bylo Slovo, to Slovo bylo u Boha, to slovo bylo Bůh* (Jan 1, 1). Když tedy autor článku o adventních věncích napsal titulky *Na počátku bylo kolo... aneb historie adventního věnce*, jeho záměrem bylo nejspíše zaujmout a ozvláštnit text aktualizací právě biblické pasáže.

Porovnejme to s jinými články. Na webu svethardware.cz je zpráva s prosbou o pomoc při psaní článků. Dominuje tomu titulky *Na počátku bylo slovo. Teď může být Vaše*. Poselství titulku tedy

netkví v tom, že na počátku byl Bůh, ale stejně tak jako v případě adventního věnce jde o aktualizaci, která má text ozvláštnit a získat si tak pozornost. Podobně je tomu i v rozhovoru na webu fullmoonzine.cz s titulkem *Na počátku bylo slovo u piva: Lukáš Teklý o Habrovce* o počátcích pražského festivalu.

Dalšími biblickými úkazy v Hřivně jsou i samotné postavy, o kterých se skrze Hřivnu čtenář dozvídá. Jednou takovou postavou je např. Herodes Agrippa II., jenž byl posledním vládcem herodovské dynastie a o kterém mluví Skutky apoštolů, a jeho sestra Bereniké, která udržovala milostný vztah s Titem. Titus byl však povýšen na císaře, svůj vztah s Bereniké proto musel ukončit. Příběh jejich lásky se stal inspirací pro mnohé umělce a autory.

Americký spisovatel Neville Goddard jednou řekl: „Místo pohledu na Bibli jako na historický záznam starověkých civilizací, nebo biografie Ježíše se na Bibli dívám jako na psychologické drama, odehrávající se v lidském vědomí.“ Jinými slovy to, co je v bibli napsáno, děje se uvnitř každého z nás. A toho se místy drží i Hřivna. Dokáže různé pasáže převést i do praktického života. Projevuje se to zejména v poslední číslech v době koronaviru. V zamyšlení *Jak duchovně přispívat v době karantény* je použito přikázání lásky, tedy milovat bližního svého a mít lásku jedni k druhým jako podnět k tomu, aby věřící dodržovali karanténu. Použití biblického výroku tak povzbuzuje lidi, aby na opatření nenahlíželi jako na zákaz, ale jako na projev lásky vůči druhým.

V kapitolách výše jsem se zabývali výrazem *zítra je taky den*, který vychází z výrazu *dost má den na svém trápení*. Víme tedy, že původ je v Ježíšově výroku, který říká, že si nemáme dělat starosti o zítřek. Autor zprávy o výsledku hlasování v participativním rozpočtu města Semily z roku 2019 informoval o umístění na druhém místě a zároveň poděkoval všem, kteří svými hlasy přispěli. V závěru použil zmíněný biblismus *nedělejte si starosti o zítřek*, kterým chtěl všechny povzbudit, že i když je třeba financovat více projektů, co se farnosti týče, Bůh se o vše postará.

Podobné je to i v zamyšlení *Často chceme vše řešit sami*, kde autor zmiňuje *Otce, který ví, co potřebujeme*. (Mt 6, 32)

Další ukázkou toho, jak výraz převést do praxe, je frazém *Pojďme zamést před vlastními vraty*. Ačkoli původ není zřejmý, sémanticky je podobný biblismu *jak to, že vidíš třísku v oku svého bratra, ale trám ve svém vlastním oku nepozoruješ?* (Mt 7, 5) Jde o to, že člověk nesmí odsuzovat ostatní, a přitom sám nést vinu. Pakliže chceme kritizovat smetí u prahu jiných dveří, sami musíme mít u dveří čisto. A tato čistota se pojí i s dveřmi chrámovými. *Den v tvých*

*nádvořích je lepší než tisíce jinde; raději chci stát před prahem domu svého Boha než prodlévat v stanech svévolnosti.* (Ž 85, 11). A proto se autor pozvánky na velký úklid děkanského kostela v Semilech rozhodl pomocníky nalákat titulkem *Pojďme zamést před vlastními vraty.*

Napříč všemi čísly se v Hřivně často vyskytuje zvolání *aleluja!* jako projev radosti. Věřící se s tímto výrazem setkávají zvláště v době velikonoční i při slavení bohoslužeb. Dnes jsou známé různé podoby tohoto zvolání: *alelujah, halelujah, hallelujah, alleluia...* To vše znamená *chvalte Jahveho* (Boha). Jahve je jméno a objevuje se v druhé části slova jako *jah*, první část *hll* tedy znamená chválit. Tohoto zvolání si můžeme všimnout v knize Žalmů – *všechno, co má dech, ať chválí Hospodina! Haleluja.* (Ž 150, 6)

Všechno, co má dech, je vše, co má ducha. Na několika místech v bibli si můžeme všimnout, že boží dech je duch. *Země byla pustá a prázdná a nad propastnou tíní byla tma. Ale nad vodami vznášel se duch Boží* (1 Moj 1, 2)

*Ježíš jim znovu řekl: „Pokoj vám. Jako mne poslal Otec, tak já posílám vás.“ Po těch slovech na ně dechl a řekl jim: „Přijměte Ducha svatého...“* (J 20, 21–22) V druhém případě tedy vidíme i to, že právě jeho duch je uvnitř nás. A zde se můžeme vrátit ke zmíněnému Augustinovi a jeho výroku o tom, že kdo je šťastný, ten zpívá. Každý věřící má být šťastný a má Boha chválit právě písněmi. Proto vše, co má ducha, ať zpívá Bohu – aleluja!

Na okraj ještě zmiňujeme podobný frazém, který též souvisí s výrazem *aleluja*. Pakliže je Bůh věčný, i jeho sláva a lidské chvály jsou takové. Není proto divu, že se mezi lidmi začalo toto věčné trvání označovat jako činnost dělaná *do aleluja*. A to se netýká jen chvály Boží. Často na někoho čekáme *až do aleluja*, např. než přijde. Dalo by se tedy říct, že v lidovém používání dochází k provolání slávy i ve smyslu ironickém – *aleluja jako no konečně!*

Bibliismus se ale objevuje i v různých reklamách na sociálních sítích jako je Instagram či facebook na T-Mobile, kde stojí titulky typu *sdílet až do aleluja s naší vánoční nabídkou můžete klidně hned* nebo *vánoční datová nabídka umožní sdílení radosti až do aleluja*, nebo v příspěvcích na různých blozích, jako je bidli.cz s titulkem *Zase spálené perničky? Nebojte, nejste žádná trouba...*, kde se dočteme o troubě od kuchyně Bidli design, se kterou můžeme *péct perničky a jiné dobroty až do aleluja*. V tomto případě bychom upustili od ironie, jedná se spíše o význam, který zachycuje i P. Ouředník (1994), a to *napořád, donekonečna*. Můžeme si tedy všimnout dvou významových posunů. Zatímco křesťanský časopis Hřivna se stále drží původního oslavného zvolání, mezi lidmi se význam přiklání k ironii či nadsázce, zatímco v propagačních příspěvcích jde o význam dlouhého neomezeného trvání.

A podobné je to také s výrazem *amen*, který se v Hřivně objevuje zpravidla v rozhovorech s kněžími či biskupy. Tento výraz se používá běžně na konci modliteb jakožto prvek potvrzující naše předešlá slova. Překládáme to proto jako *vskutu, opravdu* či *staniž se*.

P. Ouřeník (1994) uvádí dva nové významy tohoto biblismu. Jednak je to význam konce, když říkáme, že *je s někým ámen*. Stejně tak ale může být použit ve významu schválení, kdy někomu např. *dáváme své amen*. Oba významy se stále odvíjí od původního. Když někomu dáváme svolení, říkáme tím vskutku, opravdu souhlasím. Význam konce by zase mohl souviset se samotným umístěním amen na konci.

Co se týče dalších médií, vyskytují se články typu *S levným povinným ručením je amen*, *S igelitkami zadarmo je ámen* apod. Biblismus se tedy objevuje převážně ve významu konce. A tak je tomu i v užívání v běžné komunikační situaci.

#### **4. 2. 2 Analýza biblismů v časopisu Milujte se!**

Časopis Milujte se! vychází v mnoha jazycích po celém světě. Základním principem je přiblížení bible a jejího učení veřejnosti a šíření víry pomocí svědectví lidí. Spolupracuje s ním také mnoho organizací, např. Hnutí Pro Život, Společenství čistých srdcí, Misionáři obláti Panny Marie Neposkvrněné a v neposlední řadě také Misionářky lásky. Časopis vychází čtyřikrát do roka a šéfredaktorem je Pavel Zahradníček. Název pochází z přikázání lásky, kterým se právě Misionářky lásky řídí nejvíce. Milovat Boha v každém člověku a milovat svět, který stvořil.

*Milujte se navzájem, jak jsem já miloval vás. (J 15, 12)*

Podobně jako v Hřivně se zde objevují citace z bible a parafráze. V mnoha katolických časopisech, jako je Katolický týdeník, Milujte se!, Immaculata aj. se např. objevuje popis nebe či ráje výrokem z úst Pavlových, že *co oko nevidělo, co ucho neslyšelo, a nač člověk nikdy ani nepomyslí, to všechno Bůh připravil těm, kdo ho milují. (1 Kor 2, 9)* Pátrali jsme po článcích jiného média se stejným výrazem, ale nebylo jich mnoho. Týkaly se většinou nějakých unikátních fotografií, jako např. na webovém portálu pro senioru i60.cz nebo na webu kosmonautix.cz. v těle textu se pak objevovaly věty typu *dosud je vaše oko nevidělo*. Jediným podobným rysem by tedy mohlo být užití pasivního tvaru místo aktivního, kdy by autor patrně použil větu *to jste ještě neviděli* atd. Jednalo by se zřejmě opět o snahu ozvláštnit text, protože jsme zvyklí, že se v publicistice agense ve větě vyjadřuje.

Když zůstaneme u smyslů, v Matoušovi se dočteme, že Ježíš uzdravil hluchoněmého – *otevřel se mu sluch, uvolnilo se pouto jeho jazyka a mluvil správně*. (Mt 7, 35) V tomto zamyšlení však nešlo jen o poukázání na to, že hluchoněmý mohl opět mluvit, ale také o to, že mohl mluvit správně, tedy nelhal a nepomlouval, jinými slovy věděl, kdy je lepší mlčet – *mluviti stříbro, mlčeti zlato*.

V dalším ze zamyšlení inspirovaném knihou Následování Krista se objevuje věta *Chceš-li, aby tě druzí snášeli, snášej i ty je*. Pojednává o pokoji, který když necítíme, podezříváme všechny okolo a odsuzujeme ty, kteří pokoj v sobě mají. Ona věta nám je ale jistě známá ve své původní podobě. Označujeme to za zlaté pravidlo při jednání mezi lidmi.

*Co nechceš, aby ti jiní činili, neřiň ty jim*. (Tob 4, 15)

*Jak chcete, aby lidé jednali s vámi, tak jednejte vy s nimi*. (Lk 6, 31)

Objevuje se tu také výraz *zjevení*. Křesťanství je zjevené náboženství, protože se lidem jejich Bůh ukázal. Podle Slovníku spisovné češtiny je tedy výraz chápán jako pravda bohem zjevená, zjevit jako činit zjevným a zjevit se jako zbláznit se – *Já se z tebe zjevím!*

Dále je tu také výraz *kdo nechce pracovat, ať nejlí*. Dnes se používá také *bez práce nejsou koláče*, což je odvoditelné z lidového života, ale stejně tak to může pocházet z bible. Autor však význam poněkud pozměnil. Jestliže člověk nezná nic jiného než práci, jestliže si nikdy neoblékne také sváteční šaty, nemá čas na své blízké, nepovznese svou mysl k nebi, jeho život ztrácí jeden důležitý rozměr, smysl a nadhled. Zde by se tedy jednalo o tendenci způsobenou postavení frazému do opositního významu. Kdo nechce pracovat, ať nejlí. Ale kdo chce jenom pracovat, na jídlo čas mít ani nebude.

Další tendencí vývoje frazémů je zmíněná aktualizace, kdy se objevuje např. *Pohni, abys den sváteční světil*. Pochází ze svědectví o práci v neděli, která se nakonec ani nevyplatila. Titulek vymyslel chlapec, který popletl desatero. Máme tendenci pospíchat, tak tedy pohněme také odpočívat.



## Závěr

Naším cílem bylo zjistit, zda a v jaké podobě se biblismy vyskytují v publicistických textech a jak se posunul jejich význam. Biblismy jsme rozčlenili na čtyři základní typy a porovnali jejich případné synonymní varianty s původním výrazem.

První skupinu jsme označili jako biblismy původní, jejichž podoba i význam se nezměnily. Jsou to tedy konkrétní citace nebo parafráze, které můžeme dohledat v bibli.

Druhou skupinu tvoří biblismy, které vycházejí z nějaké biblické skutečnosti, ale dnes mají i synonymní variantu, jejíž původ je nejistý, propojitelný s biblí, nebo která vznikla nezávisle na biblismu.

Třetí skupina zahrnuje takové biblismy a jejich případné varianty, které nesou jiný význam než kdysi.

Poslední skupinu pak tvoří biblismy, které vznikly nepochopením cizojazyčného výrazu nebo špatným překladem.

Na základě analýzy vybraných biblismů a jejich rozčlenění jsme tak zjistili, že obecně se v běžné komunikační sféře vyskytují biblismy ze skupiny druhé, tedy ty se synonymní novou variantou. Během analýzy konkrétních textů jsme navíc přišli také na to, že tyto novější výrazy bývají rozšířenější mezi lidmi při běžné spontánní konverzaci a v příspěvcích na sociálních sítích, zatímco v útvarech publicistických textů se vyskytují verze původní, viz kapitola Alfa i omega.

V závislosti na našem zkoumání jsme tedy schopni říct, že se biblismy nejvíce vyskytují v textech analytického stylu. Na základě vymezení v teoretické části to však není nic překvapujícího, protože jeho je záměrem také persvaze, ke které je zapotřebí především zaujetí recipienta.

Pokud jde o útvary, jedná se zejména o analytické zprávy, komentáře. Biblismy stály často již v titulku, aby zajistily pozornost, nebo i v těle textu. Jednalo se tedy o užití se záměrem ozvláštňení, zaujetí, a tak i získání čtenáře.

Druhým hojně zastoupeným žánrem je interview. V těchto případech šlo zejména o užití se záměrem větší srozumitelnosti. Můžeme tedy říct, že jejich užití usnadnilo komunikaci a vzájemné porozumění.

Méně zastoupené pak byly různé blogové příspěvky, ankety, články na medicínských stránkách a také příspěvky na sociálních sítích. Zde jsme si mohli všimnout užívání nejen novějších variant, ale až jakési improvizace a hry se slovy. Jedná se o příklady, které můžeme, nebo nemusíme, s biblí propojit, ale jejich význam se velmi rozšiřuje. To je patrné v případě výrazu *mlčení ve vztahu tíží jako kámen* nebo *zed' mezi námi* apod., které jsme propojili s biblismem *mlčet jako kámen*.

Během těchto analýz jsme tak dokázali propojit (nikoli však potvrdit) výroky nové a aktualizované s biblí. Někdo může argumentovat, že takové výrazy jsou obyčejnými lidovými frazémy, protože vychází ze zkušenosti běžného života – *vést vola na porážku; kdo lže, ten krade a do pekla se hrabe; spát jako zabítý*... My se však přikláníme k tomu, že tyto výroky s biblí propojené skutečně jsou, protože mít původ v biblí neznámá, že bible tyto termíny „vymyslela“.

Již jsme zmínili, že frazémy vycházejí z naší zkušenosti při poznávání světa, na jejich základě světu rozumíme. Proto je přirozené, že takovéto výrazy použijeme, když budeme chtít někomu něco vysvětlit. Pakliže slepota v souvislosti s poznáváním znamená nevidět svět, je pochopitelné, že evangelisté vysvětlili život bez Boha jako svět v temnotě a jako poznávání bez očí. Často se také jedná o výrazy, které zahrnují obecně přijímané morální vzorce chování, které zná každá kultura. Bible tedy připodobnila to, co chtěla sdělit, tomu, co lidé znají, aby to lidé také snáze pochopili. A takové podobenství řekne (kdysi ještě negramotnému člověku) mnohem víc než okřídlený verš.

Nakonec jsme také porovnali biblismy vyskytující se v běžných publicistických textech s biblismy užitými ve dvou křesťanských časopisech. Došli jsme k závěru, že se zde vyskytují dva typy biblismů. Do první skupiny spadají všechny biblismy, které jsme si rozčlenili výše, tedy původní i aktualizované. Některé, které jsou však v lidovém užívání aktualizované, se zde vyskytují v původním významu (*aleluja!*). Do druhé však patří výrazy, které se nejspíš vážou pouze na křesťanské společenství, které je jako biblismy vnímá, ale do lidového užívání se většinou nepřenuly. Jedná se o konkrétní Ježíšovy výroky a evangelické pasáže, které obrazně promlouvají ke každému člověku individuálně.

Biblismy jsou tedy podle našich pozorování stále nedílnou součástí slovní zásoby, ale konkurují jim nové varianty, které mohou i nemusejí být s biblí propojitelné. Zejména jsme ale dospěli ke zjištění, že biblismy podléhají aktualizacím, ať už se jedná o obměnu části (*přihodit dříví do ohně – přilévat olej do ohně*), rozšíření významu (*země zaslíbená* – pozitivní i ironický aspekt užití), posunutí do praxe (*pojďme zamést před vlastními dveřmi* – úklid kostela) či úplné změně

významu (*at' levice neví, co činí pravice* – původní význam pokory → dnešní význam chaosu). A to dokazuje, že biblismy jsou nejen součástí jazykového dědictví, které přejímáme, ale že se podvolují vývoji podobně jako celý jazyk. A spolu s nimi se aktualizuje i naše rozumění světu.

## Seznam použitých zdrojů

### Seznam článků použitých k analýze

ANONYM. 2017. Jak je důležité mítí Filipa, který nevyloučil toleranci vlády ANO? Rukojmí.cz [online]. Dostupné z: <http://www.rukojmi.cz/clanky/domaci-politika/4825-jak-je-dulezite-miti-filipa-ktery-nevyloucil-toleranci-vlady-ano>

ANONYM. 2011. Když levá ruka neví co dělá pravá. Krusnohorsky.cz [online]. Dostupné z: <https://www.krusnohorsky.cz/2011/03/31/kdyz-leva-ruka-nevi-co-dela-prava/>

ANONYM. Záhadné pohyby naše těla při spaní. Co všechno za osm hodin spánku prožijeme? PharmaPoint.cz [online]. Dostupné z: Záhadné pohyby našeho těla při spaní. Co všechno za osm hodin spánku prožijeme? | PharmaPoint Lékárna

ANONYM. Spíte dostatečně? Jaký má spánek vliv na vaše zdraví? DecoDoma.cz [online]. Dostupné z: <https://www.decodoma.cz/Spite-dostatecne-Jaky-ma-spanek-vliv-na-vase-zdravi/>

BAKEŠ, Dominik. 2021. Nejmladší čeští miliardáři: Žebříčku vévodí 28letý benjamínek. LP – life.cz [online]. Dostupné z: <https://www.lp-life.cz/nejmladsi-cesti-miliardari-zebricku-vevodi-28lety-benjaminek>

BENEŠ, Josef. 2012. Mlčet jako hrob, to je princip naší práce. Kdybych ho porušil, odešel bych. Deník.cz [online]. Dostupné z: Mlčet jako hrob, to je princip naší práce. Kdybych ho porušil, odešel bych. Valašský deník (denik.cz)

D. B. 2020. Jak je důležité mítí... dobrého redaktora. Vašut.cz [online]. Dostupné z: <https://www.vasut.cz/jak-je-dulezite-miti-dobreho-redaktora/>

FISCHER, Petr. 2015. Země alkoholu a drogám zaslíbená. Hospodářské noviny [online]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-64952050-zeme-alkoholu-a-drogam-zaslibena>

HÁŠEK, Martin. 2020. Benjamínek výpravy Tondrová (16): Říkala jsem si, jestli se nespletli. iSport.cz [online]. Dostupné z: <https://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-vodni-sporty-plavani/372742/benjaminek-vypravy-tondrova-16-rikala-jsem-si-jestli-se-nespletli.html>

HAVLIGEROVÁ, Jana. Když pravá ruka neví, co dělá levá. E15.cz [online]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/nazory/jana-havligerova-kdyz-prava-ruka-nevi-co-dela-leva-685636>

JANOVSKÁ, Adina. 2016. Legendární benjamínek ze Sedmi statečných skončil v českém sirotčinci a do Berlína pak putoval po svých. Velkou lásku mu přebral Delon a až před smrtí přiznal skandální tajemství, které jeho žena velkoryse kryla. Tajnosti slavných. Krajské listy [online]. Dostupné z: <https://www.krajskelisty.cz/stredocesky-kraj/14994-legendarni-benjaminek-ze-sedmi-statecnych-skoncil-v-detskem-domove-v-cechach-a-domu-do-berlina-pak-putoval-po-svych-velkou-lasku-mu-prebral-delon-a-az-pred-smrti-priznal-tajemstvi-ktere-jeho-zena-velkoryse-kryla-tajnosti-slavnych.htm>

JOUZA, Ladislav. 2020. Spal jsem jako zabitý. Epravo.cz [online]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/spal-jsem-jako-zabity-110542.html?mail>

Jsv. Gratulace ke gólu i asistenci. 2021. Každý psal něco jiného, směje se benjamínek Lvíčat. Sport.cz [online]. Dostupné z: <https://www.sport.cz/fotbal/me21/clanek/2234824-gratulace-ke-golu-i-asistenci-kazdy-psal-neco-jineho-smeje-se-benjaminek-lvicat.html>

KAPITANČIK, Borek. 2020. Čtvrteční Noční linka: Osvědčený způsob usnutí. Český rozhlas [online]. Dostupné z: <https://brno.rozhlas.cz/ctvrtecni-nocni-linka-osvedceny-zpusob-usnuti-8252883>

KÉZR, Martin. 2020. Český plán! Hrát proti Švédům v pěti, co nejdál od trestné lavice. To je alfa a omega, říká kapitán. Sport.cz [online]. Dostupné z: <https://www.sport.cz/hokej/u20-ms->

hokej/clanek/1177561-cesky-plan-hrat-proti-svedum-v-peti-co-nejdal-od-trestne-lavice-to-je-alfa-a-omega-rika-kapitan.html

KHAZALOVÁ, Gaby. 2017. Země zaslíbená neškodnému poplácávání po zadku. Deník Referendum [online]. Dostupné z: <https://denikreferendum.cz/clanek/26433-zeme-zaslibena-neskodnemu-poplacavani-po-zadku>

LAPISZ, Břetislav. 2014. Spokojenost zaměstnanců je alfa a omega úspěchu. Karvinský deník [online]. Roč. 56, s. 5. Dostupné z: <https://www.mesto-bohumin.cz/cz/zpravodajstvi/novinove-clanky/29878-spokojenost-zamestnancu-je-alfa-a-omega-uspechu.html>

Lik, jab. 2021. Zvláštní doba, box bez fanoušků. Velká nejistota, hokus pokus, přiznává Konečný před maratonem. Sport.cz [online]. Dostupné z: Zvláštní doba, box bez fanoušků. Velká nejistota, hokus pokus, přiznává Konečný před maratonem - Sport.cz

LUKEŠ, Filip. 2019. Česko, zoologickým zahradám země zaslíbená. Letní mánie může začít. Deník.cz [online]. Dostupné z: <https://brnensky.denik.cz/zpravy-z-ceska/letni-zoomanie-muze-zacit-20190614.html>

MACHÁNĚ, Jiří. 2020. Není důležitá forma, ale být spolu. Katolický týdeník [online]. Dostupné z: <https://www.katyd.cz/clanky/neni-dulezita-forma-ale-byt-spolu.html>

PERDOCH, Jaroslav. 2016. Hacker u soudu mlčel jako pařez. Prý jde o strategii. Deník.cz [online]. Dostupné z: <https://moravskoslezsky.denik.cz/zlociny-a-soudy/hacker-u-soudu-mlcel-jako-parez-pry-jde-o-strategii-20160823.html>

Petr. 2020. First.Class.cz [online]. Dostupné z: FirstClass.cz - Mlčení ve vztahu tíží jako kámen. Když... | Facebook

PIKOUS, Jan. 2015. Jak je důležité mít Filipa. Haló noviny [online]. Dostupné z: <http://www.halonoviny.cz/articles/view/35206882>

PLESNÍK, Vladimír. 2021. Odkaz Merkelové má v rukou covid-19. Novinky.cz [online]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/clanek/odkaz-merkelove-ma-v-rukou-covid-19-40352015>

STOLÁŘ, Zdeněk. 2020. Hokus pokus Plagus aneb ještě větší chaos na školách. iDNES [online]. Dostupné z: [Hokus pokus Plagus aneb ještě větší chaos na školách - Blog iDNES.cz](https://www.idnes.cz/Blog/20200924-hokus-pokus-plagus-aneb-ještě-větší-chaos-na-školách)

UHLÍŘ, Jiří. 2020. Petr Klár je volejbalový bouřlivák, co na srdci, to na jazyku. Volejbal – Příbram.cz [online]. Dostupné z: <https://www.volejbal-pribram.cz/clanek-petr-klar-je-volejbalovy-bourlivak-co-na-srdci-to-na-jazyku>

ZLÁMALOVÁ, Lenka. 2020. Hromadné testování je alfa a omega našeho přežití. Echo.24 [online]. Dostupné z: <https://www.echo24.cz/a/Sbeve/hromadne-testovani-je-alfa-a-omega-naseho-preziti>

VESECKÝ, Zdeněk. 2014. Česko, země konopí zaslíbená. Podnikatel.cz [online]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/cesko-zeme-konopi-zaslibena/>

## **Časopisy použité k analýze**

Hřivna. Semily: děkanství Semily, 2006–.

Milujte se! Časopis pro novou evangelizaci. Vranov nad Dyjí: 2007–. ISSN 1802-4327

## **Použitá literatura**

Akademický slovník cizích slov. 1995. Praha: Academia. ISBN 80-200-0524-2

Bible. Písmo svaté Starého a Nového zákona. 2001. Český ekumenický překlad. Praha: Česká biblická společnost. ISBN 978-80-7545-010-4

BARTOŠ, J. 1901. Pýcha Detroitu. Naše řeč [online]. S. 143

BARTOŠEK, Jaroslav. 2001. Úvod do studia žurnalistiky. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN 80-244-0235-1

BARTOŠEK, Jiří. 2002. Základy žurnalistiky. Skripta [online]. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. ISBN 80-7318-059-6

ČECHOVÁ, Marie a Kamila KARHANOVÁ. 1995. K recepci kulturních frazémů v současné komunikaci. Naše řeč [online]. Roč. 78, s. 138–144. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7245>

ČECHOVÁ a kol. 2000. Čeština – řeč a jazyk. Praha: ISV. ISBN 80-85866-57-9

ČECHOVÁ a kol. 2008. Současná stylistika. Praha: NLN. ISBN 978-80-7106-916-4

ČERMÁK, František a kol. 2016. Slovník české frazeologie a idiomatiky. Voznice: Leda. ISBN 978-80-7335-440-4

Český etymologický slovník. 2001. Voznice: Leda. ISBN 80-85927-85-3

FERENCOVÁ, M. 2006. Kresťanské a biblické frazémy a ich miesto vo vyučovacom procese. Zborník Katedry komunikačnej a literárnej výchovy Pedagogickej fakulty Prešovskej univerzity. Prešov, Prešovská univerzita, s. 90–97 cit. In: PAVLASOVÁ, Markéta. 2012.



Frazémy biblického původu s vlastními jmény – jsou (ne)aktuální? Opera Slavica. Brno: Masarykova univerzita.

KARLÍK, P., M. NEKULA aj. PLESKALOVÁ, eds. 2017. Nový encyklopedický slovník češtiny [online]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/>

KRAUS, Jiří. 2008. Jazyk v proměnách komunikačních médií. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1578-3

KROŠLÁKOVÁ, E. 2003. Kapitoly z frazeologie a veľkomoravskej problematiky. 1. vyd. Nitra, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. ISBN 80-8050-652-3 cit. In: PAVLASOVÁ, Markéta. 2012. Frazémy biblického původu s vlastními jmény – jsou (ne)aktuální? Opera Slavica. Brno: Masarykova univerzita.

Lidový slovník [online]. 2013. Dostupné z: <http://www.media4u.cz/lidovyslovník.pdf>

Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost. 2005. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1347-7

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. 2017. Slovník žurnalistiky. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-3769-3

OUŘEDNÍK, Patrik. 1994. Aniž jest co nového pod sluncem. Praha: Mladá fronta. ISBN 80-204-0469-4

PAVLASOVÁ, Markéta. 2012. Frazémy biblického původu s vlastními jmény – jsou (ne)aktuální? Opera Slavica. Brno: Masarykova univerzita.

SPÁLOVÁ, Olga a kol. 1968. Co to je, když se řekne... Praha: Svoboda.

STREJČEK, Ferdinand. 1933. Míti Filipa. Naše řeč [online]. Roč. 17, s. 221–223

ŠVANDRLÍK, Miloslav. 2016. Proč se to říká? Praha: Epoque. ISBN 978-80-7557-008-6

VAŇKOVÁ, Irena. 2007. Nádoba plná řeči. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-23739-7

ZAORÁLEK, Jaroslav. 1996. Lidová rčení. Praha: Aurora. ISBN 80-85974-10-X

#### **6. 4 Použité zdroje z přednášek**

LÁBUS, Václav. Praktická stylistika [e-learningová přednáška], 2020

PACOVSKÁ, Jasňa. Základy stylistiky [seminář], 2020

RÖHRICH, Alex. Základy teorie mediální komunikace [přednáška], 2020

RÖHRICH, Alex. Žurnalistika [seminář], 2021