

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Výskyt aktualizačních lexikálních prostředků v pořadech TIKI-TAKA a Studio fotbal-Dohráno

The incidence of updating lexical resources in the programs TIKI-TAKA and Studio fotbal-Dohráno

Bakalářská diplomová práce

Petr Křenek

Vedoucí práce: Mgr. Viktor JÍLEK, Ph.D.

Olomouc 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou diplomovou práci vypracoval samostatně s použitím uvedených informačních zdrojů a literatury.

Práce obsahuje 86 841 znaků včetně mezer

V Olomouci dne

.....

Poděkování

Touto příležitostí bych chtěl vyjádřit svou vděčnost Mgr. Viktoru Jílkovi, Ph.D. za jeho odborné vedení a cenné rady, kterými mě při mé práci podpořil. Děkuji mu také za jeho čas, který mi věnoval. Dále bych chtěl poděkovat svým blízkým za jejich podporu nejen při psaní práce, ale i během celého mého studia.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na analýzu a porovnání aktualizačních a lexikálních prostředků ve dvou českých televizních pořadech o fotbale, TIKI-TAKA a Studio fotbal-Dohráno, s cílem zjistit jejich výskyt, průměrný výskyt a zda se výskyt aktualizačních prostředků liší v závislosti na žánru pořadu. Práce se skládá z teoretické a praktické části. V teoretické části je na základě kompilace odborné literatury sestavena taxonomie lexikálních prostředků s aktualizačním potenciálem. V praktické části je následně tato taxonomie aplikována při lexikální analýze vybraného vzorku vysílání.

Klíčová slova

aktualizace, lexikální rovina, příznakovost, sportovní žurnalistika, publicistika v užším slova smyslu, ČT sport, O2TV, TIKI-TAKA, Studio fotbal-Dohráno, fotbal, talk show, diskuse, sport

Abstract

This Bachelor's thesis focuses on the analysis and comparison of updating and lexical devices in two Czech television programmes about football, TIKI-TAKA and Studio fotbal-Dohráno, in order to determine their occurrence, average occurrence and whether the occurrence of updating devices differs depending on the genre of the programme. The thesis consists of a theoretical and a practical part. In the theoretical part, a taxonomy of lexical devices with updating potential is compiled on the basis of a compilation of the literature. In the practical part, this taxonomy is then applied in the lexical analysis of a selected sample of broadcasts.

Keywords

foregrounding, lexical level, markedness, sports journalism, journalism in a narrower sense, CT sport, O2TV, TIKI-TAKA, Studio fotbal-Dohráno, football, talk show, discussion, sport

Obsah

1. Úvod	7
2. Zařazení formátu.....	10
2.1. Žánrové zařazení a příslušnost k dílčímu stylu.....	10
3. Automatizace vs aktualizace	12
3.1. Aktivizace	12
4. Taxonomie aktualizačních lexikálních prostředků	14
4.1 Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka.....	15
4.1.1 Celonárodní hovorové lexikum.....	16
4.1.1.1. Slova obecné češtiny	16
4.1.2 Rozdíly územní	17
4.1.2.1 Slova oblastní (regionalismy)	17
4.1.2.2 Slova nářeční (dialektismy)	18
4.1.3 Rozdíly sociální.....	19
4.1.3.1. Slang.....	19
4.1.3.2. Argot	21
4.2 Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků.....	21
4.2.1 Lexikální jednotky hovorové	22
4.2.2 Lexikální jednotky knižní	24
4.2.3 Poetismy.....	25
4.2.4 Publicismy.....	26
4.3 Vrstvy slov podle časových příznaků	27
4.3.1 Zastaralé lexikální jednotky	28
4.3.1.1 Archaismy	28
4.3.1.2 Historismy	29
4.3.2 Neologismy	30

4.4. Vrstva slov expresivních.....	32
4.4.1 Expresivita inherentní	33
4.4.2 Expresivita adherentní.....	34
4.4.3 Expresivita kontextová.....	36
4.5 Obrazná pojmenování	36
4.5.1. Metafora	37
4.5.2 Přirovnání.....	39
4.5.3 Metonymie	40
4.5.4 Hyperbolizovaná pojmenování	42
4.6 Pojmenování frazeologická a idiomatická	42
4.6.1. Neslovesné frazeologismy	44
4.6.2. Slovesné frazeologismy	45
4.6.3. Větné frazeologismy	45
4.6.4. Idiomy	46
4.6.5. Frazeologické neologismy	47
5. Metodika analýzy	49
6. Celkový a průměrný výskyt jednotlivých typů aktualizačních jednotek..	51
7. Závěr.....	59
8. Seznam použité literatury	62
9. Seznam tabulek.....	65

1. Úvod

V rámci dnešního zpravodajství a publicistiky jsou sdělení vytvářena nejen s cílem informovat, věcně analyzovat a hodnotit, ale také s ohledem na zaujetí pozornosti určitého příjemce, což se realizuje za užití aktualizačních jazykových prostředků. Zaujetí pozornosti může být záležitostí tématu anebo zpracování. A to se týká i oblasti sportovní žurnalistiky, kde je používání aktualizačních zejména lexikálních prostředků výrazným jevem, který má za cíl oživit text a zaujmout pozornost čtenáře nebo posluchače. Nicméně, tento fenomén může mít i negativní dopad na pochopení obsahu a může být diskutabilní, protože aktualizace může sdělení zejména pak mluvený projev nejenom oživit, ale také i zkomplikovat. Lidé mimo sportovní sféru mohou být s těmito novými a netradičními výrazy neseznámeni a mohou mít problémy s jejich pochopením. A právě proto se budeme zabývat výskytem aktualizačních a lexikálních prostředků v publicistických pořadech zaměřených na fotbal, a to konkrétně v TIKI-TAKA vysílaném na O2TV a Studio fotbal – Dohráno od ČT Sport. Pro naši analýzu jsme zvolili tyto pořady, protože v době psaní bakalářské práce byly jedinými diskusními televizními pořady, které se věnovaly české fotbalové lize.

Hlavním cílem této práce je identifikovat a porovnat všechny lexikální prostředky s aktualizačním potenciálem v obou pořadech a zároveň zjistit četnost výskytu jednotlivých typů lexikálních prostředků za jednu minutu. Lexikálním prostředkům se věnujeme, protože jsme na základě předvýzkumu¹ zjistili, že v pořadech, konkrétně v epizodách o 17. kole, je možné pozorovat výraznější používání lexikálních prostředků s aktualizačním potenciálem ve srovnání s morfologickými, syntaktickými a zvukovými prostředky. Proto jsme se rozhodl zaměřit svou analýzu právě na tento typ prostředků.

Diference obou žánrů napovídá, že výskyt aktualizačních prostředků bude v obou pořadech rozdílný. Jelikož se TIKI-TAKA zaměřuje více na rozhovory a diskuzi, lze předpokládat, že v této talk show bude výskyt aktualizačních prostředků vyšší než v pořadu Studio fotbal – Dohráno, který se více soustředí na analýzu fotbalových utkání.

¹ Tabulka č. 13 a 14 v příloze

Pro analýzu bude využita metoda lexikální analýzy, která se zaměřuje na frekvenci a distribuci slov v textu. Na jejím základě lze identifikovat charakteristické lexikální prostředky s aktualizacím potenciálem v obou pořadech u moderátorů, komentátorů a hostů a následně výsledky komparovat a interpretovat. Dosáhnutí hlavního cíle vyžaduje splnění několika dílčích cílů.

Dílčím cílem práce bude vytvoření taxonomie prostředků s aktualizacím potenciálem, která bude základem naší analýzy. Dále si vymežíme základní pojmy, kvůli rozdílnému pojetí těchto pojmů u českých lingvistů, a to pomocí kompilace odborné literatury.

Z pořadu TIKI-TAKA, moderovaného Petrem Svěceným s jeho hosty a komentátory sestřihů, jsme si pro analýzu vybrali dva díly. A v případě pořadu Studio fotbal – Dohráno, vedeného Davidem Kozohorským, Janem Lutonským s jejich experty a komentátory sestřihů, jsme vybrali tři díly. Pro lepší srovnání byly vybrány epizody se stejným tématem (15. a 16. kolo nejvyšší fotbalové ligy) a k nim bylo přidáno 14. kolo Studia fotbal, aby byla vyvážena délka, protože TIKI-TAKA má stopáž 90 minut a Studio fotbal pouze 60 minut. Celkem budeme pracovat s materiálem o délce šesti hodin. V této souvislosti budeme zkoumat všechny promluvy a nebudeme rozlišovat mezi promluvami moderátorů a hostů.

Práce bude rozdělena na teoretickou a praktickou část. Základem teoretické části bude vymezení pojmů aktualizace, aktivizace a vytvoření taxonomie aktualizacích lexikálních prostředků. Dále si zařadíme pořady TIKI-TAKA a Studio fotbal – Dohráno včetně jejich příslušnosti do dílčí stylové oblasti a provedeme jejich žánrovou charakteristiku. Taxonomie bude zahrnovat vrstvy slov podle stylových a sociálních příznaků, časového zakotvení, expresivity, frazeologických a idiomatických výrazů a obrazných pojmenování.

Každá vrstva slov bude zahrnovat dva příklady z analyzovaného vzorku, přičemž pokud možno jeden z TIKI-TAKA, jeden ze Studio fotbal – Dohráno. Pokud se v nějakém pořadu žádný příklad nenajdeme, tak bude nahrazen příkladem z odborné literatury.

V úvodu praktické části bude představena zvolená metodika zpracování. Dále budeme identifikované lexikální prostředky s aktualizacím potenciálem zadávat do tabulek, které budou vhodné pro kvantifikaci výskytu především kvůli dobré přehlednosti. Tabulka bude obsahovat celkový počet prostředků a jejich průměrný výskyt za minutu. Za každou tabulkou dílčí kategorie bude stručné dílčí shrnutí. Následně budeme výsledky komparovat, abychom mohli získat ucelený obraz o výskytu aktualizacích lexikálních prostředků v obou pořadech.

V závěru práce shrneme dosažené výsledky a dílčí závěry. Zkontrolujeme, zda byly naplněny cíle a vyhodnotíme výskyt nejčastěji používaných prostředků a interpretujeme všechny námi získané výsledky.

2. Zařazení formátu

2.1. Žánrové zařazení a příslušnost k dílčímu stylu

Pořad TIKI-TAKA řadí O2TV mezi talk show se sportovním zaměřením² a pořad Studio fotbal – Dohráno řadí Česká televize mezi publicistické diskusní pořady se sportovním zaměřením.³

Encyklopedický slovník žurnalistiky definuje talk show jako rozhlasový nebo televizní formát, kde hlavním prvkem je rozhovor s osobnostmi, které přitahují veřejnou pozornost. Klasická americká talk show má jako hosta populární nebo známou osobnost, ale i neznámé osobnosti se zajímavými příběhy mohou být hosty. Talk show se soustředí na atraktivitu a zábavnost, což odpovídá pořadu TIKI-TAKA. (Osvaldová 2007, s. 209.)

Diskuse je podle Krzystofa Szymaneka založena na dialogu, který představuje uspořádaný soubor výpovědí mezi dvěma nebo více osobami, kde dochází ke střídání rolí mluvčího a posluchače. Repliky jsou otevřené a významově závisí na kontextu. Účastníci se pokouší ovlivnit názory a postoje ostatních. (Szymanek 2003, s. 99.) Podobně diskusi definuje Jílek. Podle něj se aktéři snaží na základě fundované argumentace dosáhnout shody v otázkách, které diskutují. I když cílem diskuse není pouze konfrontace názorů, někdy je výsledkem konstatování nemožnosti dosažení shody. Existují různé typy diskusí, včetně veřejně řízených, řetězových, skupinových, komentářových, pódiových a panelových diskusí. V publicistické oblasti jsou nejčastěji užívané typy komentářové, pódiové a panelové diskuse, které mají zároveň charakter veřejně řízených diskusí. (Jílek 2009, s. 52.)

Diskuse v pořadu "Studio fotbal-dohráno" by mohla být částečně klasifikována jako pódiová diskuse, protože se pořad odehrává před televizními diváky a zahrnuje skupinu hostů a expertů, kteří diskutují určité téma nebo otázky. (Jílek 2005, s. 126.) Pódiová

² O2TVSPORT: TIKI-TAKA. Dostupné z: <https://www.o2tvsport.cz/porady/tiki-taka>

³ Česká televize: Studio fotbal – Dohráno. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10115113540-studio-fotbal/>

diskuse má obvykle moderátora, který řídí průběh diskuse a zajišťuje, aby se každý z hostů mohl vyjádřit. Hosté jsou zde obvykle bývalí profesionální fotbalisté, trenéři nebo novináři se znalostmi a zkušenostmi v oblasti fotbalu.

Diskuse a talk show ze tří vymezených dílčích stylových oblastí publicistického stylu, tedy dílčí oblasti zpravodajské, publicistické v užším slova smyslu a syžetové (beletrizující) náleží do publicistiky v užším slova smyslu, protože se zde nevyskytují pouze informace, ale je pořad je rozšířen o interpretace, názory, persvazi, analýzu, hodnocení a zábavnost a přechází tak do publicistické oblasti, ve které je přítomnost formativní a zábavní funkce běžná. (Jílek 2009, str. 79.)

3. Automatizace vs aktualizace

Diskuse a talk show je nedílnou součástí publicistiky. V rámci publicistických sdělení se využívá nejenom k přenosu informace a názoru, ale také k aktivizování příjemců. Aktualizace se v této oblasti objevuje jako prostředek k tomu, aby texty byly neotřelé a zajímavé. (Jílek 2005, s. 18-20.) Havránek definuje aktualizaci jako používání nových a neobvyklých slov a frází s cílem aktivizovat text. (Havránek 1932, s. 52–53)

Aby se žurnalista vyhnul stereotypům, tak nasazuje proti automatizaci aktualizaci. Mezi automatizací a aktualizací panuje dynamický vztah, což znamená, že se aktualizace může v určitém momentě překlomit do automatizace. (Jílek 2005, s. 18-20.)⁴

V oblasti sportovní publicistiky jsou běžně užívány specifické obraty a fráze, které jsou často spojené s určitými sportovními disciplínami. Tyto prvky mohou být považovány za příklady aktualizace. To se děje při nadměrném užívání, kdy se mohou stát klišé a ztratit svou aktualizaci funkci, čímž se stávají automatizovanými prostředky. (Jílek 2005, s. 18-20.)

Je tedy nutné najít správnou rovnováhu mezi použitím nových a neotřelých prvků a ustálených frází a obratů. Používání nových prvků by mělo sloužit aktivizaci textu, zatímco používání ustálených frází a obratů by mělo být účelné a vhodné pro daný text.

3.1. Aktivizace

Někteří lingvisté poukazují na další podobný pojem v souvislosti s aktualizací – aktivizací. Existují dva způsoby, jak pohlížet na aktivizaci. Chloupek a Čechová považují tento termín za synonymum pro aktualizaci. Čechová, ve svém pojmosloví, popisuje "aktualizaci" jako použití jazykových prostředků, které mají za cíl zaujmout a odstranit stereotypnost v komunikaci. „*Přitom aktualizaci, resp. aktivizaci mohou podléhat i prostředky v určitých textech automatizované.*“ (Čechová 2008, s. 250) To se děje

⁴ Pokud se toto oživení, ať už slovo, nebo fráze začne užívat ve větší míře tak je to zase automatizace.

především prostřednictvím nových směrů a stylů vyjadřování, které se neustále mění. Chloupek vysvětluje, že publicistický styl má tendenci automatizovat některé jazykové prostředky kvůli solidarity s dobovým společenským vědomím. Tyto stereotypní prvky mohou oslabovat vliv na příjemce, a proto jsou v publicistickém stylu používány stylistické aktivizace, které tento stereotyp odstraňují. (Chloupek 1986, str. 21.) Na druhé straně Jílek považuje aktivizaci za důvod cílevědomého porušování automatizovaných schémat s cílem upoutat pozornost příjemce. (Jílek 2009, s. 82.) Pro účely naší práce budeme považovat tyto pojmy za synonymní.

4. Taxonomie aktualizačních lexikálních prostředků

Většina slov ve spisovném jazyce slouží pouze k pojmenování a nemají žádné zvláštní vedlejší příznaky, takže je lze použít v různých situacích. Tato slova se nazývají neutrální slova. (Hauser 1980, str. 18.)

Menší část slovní zásoby má navíc další příznaky, jako je slohový charakter nebo citovost. Některá slova jsou považována za zvláštní kvůli svému původu, příslušnosti k jiným útvarům národního jazyka nebo z hlediska doby, ve které vznikla. (Hauser 1980, str. 18.)

Lexikum s různými druhy příznaků, které mají aktualizační potenciál, patří k proměnlivé části a často i k periférii slovní zásoby. (Jílek 2005, s. 8.) Tyto lexikální jednotky jsou rozlišovány podle různých kritérií v Hauserově rozdělení slovní zásoby do příznakových vrstev, které použijeme pro vytvoření taxonomie aktualizačních jazykových prostředků. (Hauser 1980, s. 18-19.)

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

Tyto příznaky se mohou vzájemně překrývat, což znamená, že jedno slovo může patřit k několika vrstvám slovní zásoby současně. Za základní kritérium pro rozdělení slovní zásoby lze považovat příslušnost k spisovným a nespisovným útvarům národního jazyka. (Jílek 2005, s. 8.)

Chloupek však upozorňuje na to, že se Hauser svoje rozdělení rozpracoval pouze

na lexémy jednoslovné.

„Toto členění je propracováno pro lexémy jednoslovné, které byly tradičně v centru zájmu lexikologie. Lze je využít i pro hodnocení frazémů, v oblasti frazémů je však zastoupení pragmatických a s nimi sdružených významů tvořících „stylový význam“ jednotky mnohem výraznější než v jednotkách jednočlenných — slovech, a proto je zcela neutrálních frazémů poměrně málo.“ (Chloupek 1991, str. 143)

Z tohoto důvodu zahrneme do naší taxonomie také frazémy, idiomy a obrazná pojmenování, které jsou v odborné literatuře považovány za aktualizací prostředky. (Chloupek 1991, str. 143–207.) Z taxonomie zároveň vyřadíme slova cizí a přejatá, protože tato slova nebo spojení jsou často termíny, které jsou výrazově v televizních pořadech časté, ale divák je očekává a nejsou tedy aktualizací. Samotné termíny taktéž nezařadíme do taxonomie. (Hauser 1980, s. 18-19.)

4.1 Vrstvy lexikálních jednotek podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka

Veškeré jednotky této vrstvy jsou příslušné k hovorovému lexiku. (Jílek 2005, s. 8.)⁵ Hauser dělí nespisovnou slovní zásobu národního jazyka podle rozdílů geografických a sociálních. Mezi geografické rozdíly patří výrazy obecné češtiny, regionalismy a dialektismy. Sociálně rozlišujeme slang a argot. (Hauser 1980, s. 21)

Výrazy patřící k nespisovným útvarům českého jazyka budou identifikovány primárně pomocí Slovníku spisovné češtiny (SSČ) a Slovníku nářečí českého jazyka (SNČJ), ale pokud zde nenajdeme odpověď, tak zamíříme do Slovníku spisovného jazyka českého (SSJČ) a Příručního slovníku jazyka českého (PSJČ).

⁵ Jílek upozorňuje na je naprosto nezbytné striktně odlišovat terminologické sousloví hovorové lexikum (hovorová slova) a hovorová čeština. Terminologické sousloví hovorová čeština označuje mluvenou formu spisovného jazyka. (Jílek 2005, s. 9).

4.1.1 Celonárodní hovorové lexikum

4.1.1.1. Slova obecné češtiny

Slova obecné češtiny tvoří zvláštní vrstvu slov, která pronikla do hovorového stylu a spolu se spisovnými slovy hovorovými konstituují hovorovou vrstvu. Tato slova jsou všeobecně rozšířena a představují celonárodní vrstvu nespisovnou.

Slova obecné češtiny mají svůj původ ve středočeském nářečí, ale jejich rozšíření se díky civilizačním vlivům, jako je cestování a stěhování obyvatelstva, a zejména působení médií, rozšířilo na celé jazykové území. Jílek tvrdí, že toto širší užívání obecné češtiny je spojeno s demokratizací jazyka a snahou přiblížit spisovný jazyk jeho mluvené podobě. (Jílek 2005, str. 9.)

Některá z těchto slov mají omezené užití a jejich nespisovný ráz je nestejně pocíťován. Mezi tato slova patří například *baštit, babral, citovka, flink, flaksa, habaděj, kapánek, splichtit a rýgl*. (Hauser 1980, s. 21) Slova obecné češtiny mohou vytvářet různé subsystemy, podle kritérií jako je původ (*almara*), přítomnost expresivity (*citlivka*) a sociologický aspekt (venkovská slova).

Jílek s Karlíkem se shodují v tom, že některá slova obecné češtiny, jako jsou *kilo, kafe, moc (mnoho)* a *pár*, se stala běžnými v celém území, a dokonce se některá objevují i v mluvené podobě spisovného jazyka. Tento proces se nazývá zespisovnění. (Jílek 2005, str. 9. a Karlík a kol. 1995, s. 93-94)

Příklady:

TIKI-TAKA (14.11.2022, 22:20)

„Já už jsem to nevydržel, tak jsem se zasmál trošku v nadsázce a proběhl všechny

tady ty řady až nakonec, kde ho **kluci** ho museli držet.“⁶

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 26:02)

„Mají velký chlapi a my jsme přežili **pár** takových závarů ve vápně.“⁷

4.1.2 Rozdíly územní

4.1.2.1 Slova oblastní (regionalismy)

Regionalismy jsou slova, která jsou používána na větší oblasti než jen jedno nářečí a jejich užívání se rozšiřuje i na ostatní území, kde jsou pak nahrazována jejich spisovnými variantami. V českém jazyce existují slova, která jsou charakteristická pro Moravu a nazývají se moravismy, a slova charakteristická pro území Čech, která se nazývají čechismy. Moravismy jako například *kamilky* (namísto *heřmánku*), *pletýnka* (namísto *housky*), nebo *slípka* (namísto *slepice*) a čechismy jako *drandit* (namísto *ujíždět*), *špitat* (namísto *šeptat*) a *umolousaný* (namísto *ušpiněný*). (Jílek 2005, str. 10.)

Některá slova se užívají jak na Moravě, tak v Čechách, avšak s odlišným významem. Tato slova jsou označována jako sémantické moravismy nebo čechismy, např. *sodovka* na Moravě znamená limonádu, zatímco v Čechách má jiný význam. Naopak příkladem sémantického čechismu může být výraz "*víno*", který v Čechách znamená "*hrozen*", ale na Moravě má jiný význam. Existují i oblastní varianty, které mají v obou případech spisovnou hodnotu. (Jílek 2005, str. 10.)

Některé regionalismy jsou považovány za nespisovná slova, ale v určitých oblastech se vyskytují i slova označovaná jako spisovná a hodnocená jako oblastní varianty. S ohledem na celé jazykové území budou do taxonomie zařazeny nejen

⁶ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=kluk>

⁷ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: https://prirucka.ujc.cas.cz/?id=p%C3%A1r_1

něspisovné regionalismy, ale také spisovné regionalismy, protože mohou být vnímány jako výrazově nápadné prostředky obyvateli různých oblastí. (Hauser 1980, str. 21-22.) Přestože jsou tyto výrazy spisovné, tak jsou nápadné a z toho důvodu je budeme počítat jako aktualizace.

Příklady:

Regionalismy jsme v námi analyzovaném vzorku pořadu TIKI-TAKA nezaznamenali. Jako příklad uvedeme „*slípka*“ a „*dědina*“. (Minářová 2011, s. 53)

Studio fotbal – Dohráno (13.11.2022, 03:25)

„Gólové **hody** utnul Mosquerovi na čáře Tomáš Vlček.“⁸

4.1.2.2 Slova nářeční (dialektismy)

Slova, která patří k nářečí, jsou typicky používána pouze na určitém území a mohou být neznámá lidem z jiných oblastí.

Nářečí se v původním prostředí používá slohově jako nepříznačové v lokálním a intimním soukromém styku, zatímco ve veřejných situacích se používá spíše jako příznačové. (Čechová a kol. 2008, str. 73-74.)

Hauser zahrnuje do kategorie nářečních slov také výrazy, které jsou spojeny s životem a zvyklostmi konkrétní oblasti, což jsou označovány jako dialektismy etnografickými nebo lidová slova. Karlík uvedl jako příklad výrazy *fěrtoch* nebo *kordule*. (Hauser 1980, str. 22. a Karlík a kol. 1995, s. 93.)⁹

⁸ Jílek 2005, str. 10.

⁹ Jílek upozorňuje také na tzv. interdialekt neboli nadnářečí, což jsou větší nářečí, která vznikají z různých dílčích dialektů poté, co se rozdílily mezi nimi ztratí.

Příklady:

TIKI-TAKA (14.11.2022, 1:13:29)

„Kdyby takhle tě někdo překvapil tím **lóbancem**?“¹⁰

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 42:36)

„Baník nemá na české poměry problémy s návštěvností svých zápasů. Vše se dá ale zlepšovat, a proto pro utkání s mladou Boleslaví vytvořil takzvaný sektor mladého **chachara**.“¹¹

V analýze pořadu TIKI-TAKA jsme dialektismy nezaznamenali. Příklady takových slov jsou například *šufánek, praženice, kyselice, humno, brundibár, zemáky, erteple, ogar, roba* nebo *veselka*. (Jílek 2005, str. 10.)

4.1.3 Rozdíly sociální

4.1.3.1 Slang

Slang je označení pro neformální a nespisovnou slovní zásobu spojenou s určitým sociálním prostředím. Obvykle se slang objevuje v hovorové řeči příslušníků specifické skupiny lidí a tematicky je spojen s daným prostředím. (Hauser 1980, s. 23.) Lze jej dále rozdělit na lexikální zásobu profesionální a slovní zásobu slangovou v užším slova smyslu. Lexikální zásoba profesionální je nespisovná, odborná slovní zásoba používaná v pracovním okruhu, která se vyznačuje množstvím tradičních pojmenování a internacionalismů. Slovní zásoba slangová v užším slova smyslu je charakteristická

¹⁰ Hanáci.com [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://hanaci.com/slovnicek.php>

¹¹ Slovník spisovného jazyka českého [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://sjc.ujc.cas.cz/search.php?heslo=chachar&where=hesla&hsubstr=no>

bohatou synonymií a výrazným citovým zabarvením.

Slang se vyznačuje zvláštním způsobem vytváření pojmenování, často využívá univerbizace a haplologie, ale také metafory a metonymie. (Jílek 2005, str. 10-12.)¹² Jílek říká, že termíny, které pocházejí ze slangového prostředí můžeme často najít ve sportovní oblasti. (Jílek 2005, s. 12-13.) Mlčoch dodává, že slang se často používá v oblasti sportovní žurnalistiky, která je určena pro čtenáře nebo posluchače s minimální znalostí sportovního slangu. Používání slangových výrazů je často motivováno očekáváním ze strany adresátů a zvyklostí ve sportovním prostředí. (Mlčoch 2001, s. 26.)

Pro potřeby taxonomie nebudeme rozlišovat mezi profesionalismy a slangismy v užším slova smyslu, protože je velmi obtížné tyto výrazy rozlišit ve sportovní žurnalistice. Sportovní výrazy byly primárně slangové, ale vzhledem k tomu, že se sporty profesionalizují, tak se z většiny výrazů stávají profesionalismy nebo i termíny. (Jílek 2005, s. 13.) V SSČ se vyskytují pod zkratkou "slang".

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 12:08)

"Tam je nejhorší u Oldy, když jsi ho chtěl **dloubnout** a on ti to přečetl, tak ti ten balón kopl až na Václavák"

Studio fotbal – Dohráno (13.11.2022, 46:45)

„Takže samozřejmě dobře pro Baník, že teďka má **fazónu**, ale u něj je speciálně

¹² Jílek zdůrazňuje, že i v rámci profesních skupin může být prostor pro slangové vyjadřování a že hranice mezi profesionálními výrazy a slangem mohou být nejasné. Například hornická mluva obsahuje profesionální výrazy, ale horníci jsou také zájmovou společenskou skupinou, což přináší nové výrazy, které nejsou motivovány věcnou pojmenovací potřebou, ale spíše vztahem jedinců k okolním jevům.

je to o tom, aby si tu výkonnost držel.“

4.1.3.2. Argot

Argot je specifická vrstva slovní zásoby, kterou používají lidé, kteří jsou společensky vyřazeni, jako například zloději, příživníci, recidivisté, prostitutky a další podobné skupiny. (Jedlička a kol. 1970, s. 60) Argotická slova vznikají s cílem odlišit se od ostatních sociálních skupin a skrýt význam sdělení. (Hauser 1980, str. 27-28)

Existují starší argotismy, jako například *bachař* (*dozorce ve vězení*), *bourat káču* (*vylopit pokladnu*), *čórka* (*krádež v cikánském jazyce*), *dát někomu áčko* (*někoho předem varovat*), *futro* (*jídlo v němčině*), *chlupatej* (*policista*), *loch* (*vězení v němčině*), *love* (*peníze v cikánském jazyce*), *zašít* (*uvěznit*) nebo *zatloukat* (*zapírat*). Argotismy, které jsou známé široké veřejnosti a jsou uváděny v odborné lingvistické literatuře jako jazykový materiál, již neplní svůj původní účel. Nicméně lze očekávat, že v závadové sociální skupině jsou produkovány nové jednotky. V oblasti drog jsou například poměrně čerstvé argotismy přejímány do slangu, zejména mladými lidmi (např. sníh, éčko, šleh).

Důvodem přejímání argotismů, i těch starších, do slangu je snaha po neotřelém, vtipném vyjadřování, vymezení se oproti starší generaci v oblasti jazyka, a snaha o provokaci jako produkt generačního konfliktu. (Jílek 2005, s. 12-13.) Dnes jsou veřejnosti známá například slova *prachy* (*peníze*) nebo *káča* (*pokladna*). (Minářová 1996, str. 34.)

Argotismy jsme v analýze nezaznamenali. Příklady takových slov jsou například „*práskač*“ a „*piko*“ (pervitin). (Jílek, Bednaříková 2015, str. 72.)

4.2 Vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků

Jílek rozděluje slovní zásobu podle slohových příznaků na vrstvy slov hovorových, knižních, termínů, poetismů, publicismů a neutrální vrstvu, jejíž jednotky lze použít bez omezení v jakékoli stylové oblasti. (Jílek 2005, s. 13.) Hauser neutrální

slova nezmiňuje a existenci specifické publicistické vrstvy pochybuje, protože jeho specifické znaky jsou odvozeny spíše z užití slov než z jejich struktury. (Hauser 1980, s. 29.) Do klasifikace je však zařadíme a jak jsme dříve uvedli, termíny nebudou zařazeny do naší taxonomie lexikálních prostředků.

Hauser dále píše o tom, že hovorovost a knižnost jsou protikladné a týkají se nejen lexikálních jednotek, ale také mluvnických a hláskových prostředků. Termíny jsou jednoznačné, přesné a necitové, zatímco poetismy jsou často expresivní a necitové. Multiverbizovaná pojmenování jako divácká obec nebo členská základna představují svéráznou vrstvu slov, která se vyznačuje ustáleností a obvyklostí. (Hauser 1980, s. 29-30.)

Pro identifikaci jednotlivých prostředků jsme použili různé typy slovníků, včetně ASSČ, SSČ, SSJČ a PSJČ. Nicméně, narazili jsme na problém s víceslovnými publicismy, které nebyly v těchto slovnících obsaženy. Proto jsme se rozhodli použít Krajcovu metodu k identifikaci těchto výrazů. Pro víceslovné výrazy, které jsou považovány za aktualizační, jsme zjistili jejich frekvenci výskytu v korpusech publicistických textů (SYN 2006, 2009 a 2013) a porovnali ji s výskytem stejné lexikální jednotky v korpusech řady SYN. Proto jsme určili kritérium, že výraz bude považován za publicistický pouze tehdy, když má daný výraz minimálně poloviční výskyt v publicistických korpusech v porovnání se všemi korpusem řady SYN. Je nám jasné, že toto řešení není dokonalé. Nicméně jsme si vědomi, že v rámci naší bakalářské práce nemáme dostatek času a prostředků na vytvoření zcela spolehlivého a přesného způsobu identifikace víceslovných výrazů z oblasti publicistiky.¹³

Jednoslovné publicistické výrazy budou identifikovány na základě SSČ, kde jsou označeny zkratkou "publ.". Nicméně v případě publicistických frazeologismů a frází je nezbytné provést srovnání výskytu těchto výrazů v publicistických a v ostatních typech textů (viz výše). SSČ a SNČ budou taktéž použity k identifikaci hovorové a knižní vrstvy.

4.2.1 Lexikální jednotky hovorové

¹³ Tento postup vytvořil KRAJC, Ivo v bakalářské práci „*Výskyt aktualizačních jazykových prostředků v pořadu Události před a po změně jeho podoby v roce 2012.*“

Hauser vysvětluje, že do lexikální hovorové vrstvy patří pojmenování užívaná v projevech mluvených. Tyto jednotky jsou prostředky základními a nepocitují se jako příznakové. Hovorovost je charakteristickým rysem této vrstvy a v porovnání s prostředky neutrálními, popř. knižními, je v užití mimo vlastní stylovou oblast hovorovou. V hovorové vrstvě se dále vyděluje část spisovná a část nespisovná, která je složena z pojmenování obecné češtiny a slangů, které sem pronikly obecným rozšířením. (Hauser 1980, str. 30-31.)

Jílek definuje lexikální slohovou vrstvu hovorové jako pojmenování užívaná především v mluvených projevech stylové oblasti prostě sdělovací. Pokud se tato slova objevují v jiné stylové oblasti, mohou být považována za příznaková. Hovorová slova často mají citové zabarvení. Tato vrstva slovní zásoby se neustále vyvíjí a mnohá slova postupem času ztrácí svůj původní hovorový charakter a stávají se součástí neutrálního lexika. (Jílek 2005, str. 13-14.)

Oba autoři se shodují na tom, že hovorová vrstva lexikálních jednotek patří do živého mluveného jazyka a je v neustálém vývoji. Projevuje se přejímáním nespisovných slov, stejně jako ztrátou hovorového zabarvení a přesunem slov k neutrální slovní zásobě. V důsledku toho se slova mohou pocitovat jako hovorová, obecná nebo slangová.

Hauser dále zdůrazňuje, že hovorová slova bývají často expresivní a výrazně vystupuje tento příznak u hodnotících adjektiv a adverbíí. (Hauser 1980, str. 30-31.) V takových situacích má slovo příslušnost ke dvěma vrstvám současně. V SSČ mají zkratku "hov.".

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 08:30)

„Kolem mě **profrčí** ten mladý kluk, vezme mi to a valí na druhou stranu“¹⁴

¹⁴ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z:

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 06:25)

„Bohemka se **složila**, a tak mohl za pár minut, a to úplně sám před prázdnou bránu.“¹⁵

4.2.2 Lexikální jednotky knižní

Lexikální prostředky, které se užívají v hovorové mluvě, jsou odlišné od knižních prostředků a jsou specifické pro tento styl projevu. (Jedlička 1970, s. 67.) Knižní styl se používá v mluvené formě, zejména v oficiálních projevech, v oblasti publicistiky a celé řady stylových projevů spojených s rétorikou. (Minářová 2011, str. 190.)

Knižní lexikální vrstva se skládá z archaismů, včetně zastaralých slov, které mohou být neinformativní, jako například "drahný" ve významu "dávno". Tato vrstva také obsahuje původní poetismy a exkluzivní pojmenování z cizích jazyků, kulturní fráze a citáty, a multiverbismy. Tyto jednotky jsou užívány v oficiálních, formálních komunikátech psaných i mluvených, náležejících do vyššího stylu, ale jejich použití v jiných oblastech může být výrazně nápadné a může způsobit intelektualizaci sdělení, pokud nejsou užity správně. (Bednaříková-Jílek 2015, str. 91-92.)

Hovorové prostředky jsou základní a nepříznakové, zatímco knižní prostředky jsou vždy příznakové a jejich knižní zabarvení se nesmazává. (Jedlička 1970, s. 67.)

Jílek, Hauser a Jedlička zdůrazňují, že knižní slova jsou vázány na psaný jazyk a jsou používána v situacích, kde se vyžaduje užití spisovného jazyka. (Jedlička 1970, s. 67. a Hauser 1980, str. 32) Slova knižní jsou často identifikována porovnáním se synonymy, která jsou neutrální, a mnohá z nich mají i charakteristiku zastaralých

<https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=fr%C4%8Det>

¹⁵ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=slozit>

jednotek. Podobně jako v jiných vrstvách, i u knižních slov může docházet k přechodům mezi vrstvou neutrální a knižní v závislosti na jejich užívání. Knižní slova mohou také být rozdělena na papírová slova, která jsou typická pro psaný jazyk a často se objevují v oficiálních dokumentech. (Jílek 2005, s. 14-15.) V SSČ je nalezneme pod zkratkou "kniž".

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 14:27)

„Je spousta fanoušků, kteří už ti **spílají**“¹⁶

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 05:10)

„Já jsem si celou situaci prohlédl a nenabyl jsem dojmu, že bych měl svůj **verdikt** změnit po zhlédnutí těch záběrů.“¹⁷

4.2.3 Poetismy

Lexikální prvky, které se nacházejí v umělecké vrstvě, jsou obvykle spojeny s určitým literárním obdobím, směrem nebo školou. Tato slova jsou neutrální pouze v uměleckém stylu. (Jedlička 1970, str. 66.)

Užívání poetismů je v rámci uměleckého stylu bez příznaku. V minulosti si každá literární éra a škola vytvářela své vlastní typy poetismů, jako například *hrdobce*, *sladkobolný*, *srdcejemný*, *dol*, *tes*, *kles*, *ron*, *kyn*, *hled*, *lazurný*, *mrazný*. Významní literární tvůrci jako Bezruč, Halas a Hrabal přidali do jazyka řadu dalších poetismů, jako *bard*, *kostižerný nebo pábení*. Některé poetismy zanikly, jako *zimodech*, *hvězdořeka*,

¹⁶ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=sp%C3%ADlat>

¹⁷ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=verdikt>

jezeřiště nebo mrtvolina, některé jsou stále vnímány jako poetismy, jako *bol, modrojas, lepý nebo rov*. Některá slova, jako *lučina, skalina a chrabrý*, získala příznak knižnosti a pocitují se jako archaická. Existuje však také skupina slov, která ztratila svůj příznak a jsou hodnocena jako neutrální, jako *svit, oslavenec, prázdnota, třtina a dalekosáhlý*. (Jílek 2005, s. 18.)

Poetismy jsme v analýze nezaznamenali. Příklady takových slov jsou například „*čarokrásný*“ a „*luna*“. (Jílek, Bednaříková 2015, str. 70.)

4.2.4 Publicismy

Publicismy jsou lexikální jednotky charakterizující se stylistickou příslušností k publicistickému stylu. (Lotko 2003, s. 96.) Jílek tvrdí, že publicismy jsou slova a fráze, které se používají v oblasti publicistiky a mají za účel přizpůsobit se specifickým požadavkům komunikace určené pro širší publikum, jako jsou novinářské, politické nebo reklamní texty. Tyto slova a fráze často vznikají v důsledku časového tlaku¹⁸, který vede k stereotypnosti vyjadřování, a snaží se zaujmout čtenáře novými nebo originálními výrazy (tzv. aktualizace). (Jílek 2005, s. 18-19.)

Publicistická slova a fráze mohou vzniknout z významového posunu původně neutrálních slov a frází nebo být nově vytvořeny (tzv. neologismy) pomocí metaforického přenosu nebo kombinací více lexikálních jednotek. (Jílek 2005, s. 18-19.)

„Vymezení publicismů, výrazů patřících do stylové normy publicistických projevů, není jednoduché, a to pro trvalý proces automatizace a aktualizace, který je pro publicistiku typický. Jako publicismy nelze obvykle hodnotit jednotlivé výrazy, ale až více či méně ustálená slovní spojení.“ (Chloupek 1991, s. 145.)

Mezi příklady publicismů patří automatizované spojení (např. "*civilizované*")

¹⁸ Užití publicismů umožňuje vyhnout se rozsáhlému popisu slovem nebo frází. (Jílek 2009, s. 57.)

země"), frazeologická spojení (např. "vzít rozum do hrsti") a aktuálně populární slova (např. "zamlžovat"). (Jílek 2005, s. 18-19.)

V publicistice se také často užívají hodnotící adjektiva, která se spojují se substantivy a vytvářejí ustálená spojení, která mohou přecházet až v novinářské klišé. (Chloupek 1991, s. 209.)

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 10:23)

„Dal podle vás někdo v Bundeslize hezčí **premiérový** gól?“¹⁹

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 03:30)

„Standardní jednička gólman Valeš stejně jako tři další borci neustáli propadák v Boleslavi, kde si klokani vyskákali čtyři **inkasované góly** a nula bodů“²⁰

4.3. Vrstvy slov podle časových příznaků

Slovní zásoba jazyka se neustále vyvíjí a dělí se na slova zastarávající a nová. Tento proces je ovlivňován společenským vývojem, kdy vznikají nová pojmenování na základě rozvoje výroby, kultury a společnosti obecně, ale také kdy některá slova zanikají kvůli změnám vztahů a poměrů. Vnitřní jazykový vývoj, změny v systému pojmenování, slovtvorné struktury a synonymní řady také přispívají ke změnám v slovní zásobě. (Hauser 1980, s. 40–41.)

Hodnocení slov podle časové platnosti je obtížné a subjektivní, protože informace

¹⁹ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=premierovy>

²⁰ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=inkasovat>

brzy ztrácí platnost. Slova zastaralá jsou však stabilnější, protože jsou udržována tradicí a literaturou. Vrstva nových slov je nestabilní, protože se často brzy stávají zastaralými. (Hauser 1980, s. 40–41.)

4.3.1 Zastaralé lexikální jednotky

Slova, která již nejsou v běžném používání nebo jsou nahrazována novějšími výrazy, se označují jako zastaralá. Tato slova mohou být stále součástí jazyka a používají se pro specifické účely, jako například pro zdůraznění nebo z důvodu stylistického výrazu.

Není však správné zaměňovat zastaralá slova se slovy mrtvými, která již nejsou v jazyce používána. Zastaralá slova jsou spíše vyčleňována ze slovní zásoby. Slova, která jsou v jazyce používána po celá staletí, jako například *matka*, *otec*, *země*, *voda*, *zelený a sedět*, jsou považována za součást živé slovní zásoby. (Hauser 1980, str. 41.)

V rámci vrstvy zastaralých slov existují archaismy a historismy, které se liší věcnými a jazykovými znaky. Archaismy a historismy by neměly být zaměňovány a pouze se označují jako zastaralá slova. (Hauser 1980, str. 41.)

4.3.1.1 Archaismy

Hauser a Jílek se shodují v tom, že archaismy jsou pojmenování, která ustupují novějším výrazům, které jsou běžnější. Rozdíl mezi nimi spočívá v míře zastarávání slov. Archaismy dělíme na slova zastarávající (*almara*), která se stále používají pasivně (někdy aktivně) u starších generací a zastaralé (*bradýř*), která již nejsou součástí slovní zásoby dnešních uživatelů jazyka. (Hauser 1980, s. 41. a Jílek 2005, str. 21.)

Archaismy se vyskytují převážně v starších textech, kde slouží jako charakteristické prostředky dané doby, zejména v uměleckých textech, esejistice a rétorice. (Mistrík 1985, str. 73)

Oba autoři zdůrazňují, že archaismy jsou nahrazována novými výrazy, které popisují stejnou skutečnost, ačkoliv se liší výrazovými prostředky. Hauser dále rozlišuje archaismy podle jazykové struktury na lexikální, hláskové, slovotvorné a sémantické. (Hauser 1980, s. 41-42. a Jílek 2005, str. 21.)

K identifikaci archaismů použijeme SSČ, a pokud se hledaný výraz v tomto slovníku nenachází, můžeme se obrátit na další zdroje, například SSJČ nebo PSJČ.

Archaismy jsme v analýze nezaznamenali. Příklady takových slov jsou například „avízo“ a „círka“. (Jílek, Bednaříková 2015, str. 65.)

4.3.1.2 Historismy

Hauser s Jílkem se shoduje v tom, že historismy jsou slova, která popisují již zaniklé věci, poměry a jevy a objevují se převážně v odborných a uměleckých textech.

Historismy jsou vždy v kontextu příslušné doby, na kterou se vztahují, a mohou zahrnovat římská slova jako *atrium*, *falang*, *rétor*, *liktor*, *cirkus* a *legie*, středověká slova jako *purkmistr*, *cimbuří* a *parkán*. Historismy mohou být buď domácího původu, jako je *vozataj*, *koloděj* a *parolod*, nebo cizího původu, jako *rathaus*, *ungelt* a *knecht*. (Hauser 1980, s. 42. a Jílek 2005, s. 21.)

K identifikaci historismů použijeme SSČ, a pokud se hledaný výraz v tomto slovníku nenachází, můžeme se obrátit na další zdroje, například SSJČ nebo PSJČ.

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 06:28)

„A my i přesto, že jsme s sebou měli **aparátčika**“

Historismy jsme v pořadu Studio fotbal-Dohráno nezaznamenali.

4.3.2 Neologismy

Novotvar, který se označuje jako nevžitý. Neologismus je nové slovo nebo nová jednotka v jazyce, která ještě není ustálená nebo se stále vyvíjí. Tento nový výraz vzniká z potřeby pojmenovat něco nového nebo generační rozdíly a prestiž autora.²¹ (Lotko 2003, s. 78. a Jílek 2005, s. 22.)

Podstata neologismů se nejčastěji vidí buď v tom, že neologismy pojmenovávají nový předmět, jev skutečnosti, že obohacují vyjadřovací prostředky jazyka, nebo se její určení přenáší do roviny stylistické, kde se neologismy stavějí do protikladu k archaismům. (Martincová, 2005, s. 10-11.)

K neologismům mohou vést i vnitřní²² důvody, kdy nové pojmenování nahrazuje starší, které nevyhovuje svou formou, nebo kdy se nové názvy vytvářejí sloučením již existujících slov. (Hauser 1980, s. 45.) S rostoucí frekvencí užívání se stávají běžnou součástí jazyka. (Jílek 2005, s. 21) Tyto novotvary mohou být užívány jen malým okruhem uživatelů, nebo dokonce jen jediným autorem, ale jakmile se rozšíří do obecného užívání, ztrácí svůj příznak novosti. (Hauser 1980, s. 43.) Tato charakteristika se týká pouze perspektivních jednotek, což znamená, že popisuje vlastnosti neologismů v užším smyslu. (Jílek 2005, s. 21)

Samotné vytvoření nového slova ještě nezaručuje jeho přijetí a používání ve společnosti. Některé neologismy se mohou stát běžnými a integrovat se do běžného jazyka, zatímco jiné zůstanou na periferii a budou užívány jen v omezené oblasti nebo skupině lidí. Existuje mnoho faktorů, které ovlivňují přijetí nových slov. Jedním z nejdůležitějších faktorů je frekvence použití – čím častěji se nové slovo vyskytuje, tím pravděpodobnější je, že se stane běžným a bude používán širšími vrstvami společnosti. (Filipec, Čermák, s. 99.) Když tyto jednotky nevstoupí do běžného slovníku a nebudou součástí běžného jazyka, stále jsou považovány za neologismy, ale i v širším smyslu.

²¹ Hauser tyto důvody označuje jako vnější a Jílek jako mimojazykové – viz Hauser 1980, s. 44. a Jílek 2005, s. 22.

²² Hauser dále dělí vnitřní na strukturní a stylistické – viz Hauser 1980, s. 44.

(Jílek 2005, s. 21) Do širšího pojetí patří neperspektivní neologismy (slova, která se neprosadila jako náhrady za existující slova, například "*siloun*" nebo "*silec*" namísto "*automobilu*"), okazionalismy, autorská slova a etapová pojmenování. (Jílek 2005, s. 21) Filipec a Čermák zde řadí navíc i módní pojmenování. (Filipec, Čermák, s. 99.)

Rozdělení neologismů je založeno na jejich původu a způsobu utvoření. Podle původu se dělí na domácí a přejatá z cizích jazyků. Dále se rozlišují různé typy neologismů, včetně slovotvorných, souslovných, frazeologických a sémantických, které jsou definovány podle způsobu, jakým jsou nová slova vytvořena. (Hauser 1980, str. 46-47.)

Terminologické neologismy nebudou zařazeny do taxonomie, protože nemají aktualizační potenciál.

Pro identifikaci neologismů jsme se inspirovali Jílkovou metodou s drobnou úpravou. Nejprve si jednotku najdeme v databázi neologismů "Neomat". Pokud slovo v této databázi najdeme, tak budeme dále postupovat v Jílkově metodě. Jílek ve své studii využil Českého národního korpusu pro identifikaci lexikálních jednotek s nízkou frekvencí. Ve studii Jílek vytvořil kritérium pro zjištění potenciálu narušení normy v médiích v Českém národním korpusu. Stanovili maximální počet průměrných výskytů lexikálních jednotek s omezenou srozumitelností na 1,5, se zaokrouhlením dolů. Jednotky s potenciálem narušit informativnost lze identifikovat, pokud průměrný počet výskytů jednotky v korpusu překračuje stanovenou hranici. Pro tuto práci byla použita stejná hranice. (Jílek, Bednaříková 2015, str. 64-65.)

Výskyt jednotek je průměrován na počet výskytů sledované jednotky nebo slova v hypotetickém textu o délce 1 milion slov, což představuje počet výskytů na milion slov. (Jílek, Bednaříková 2015, str. 64-65.)

Pro nalezení jednotek s nízkou frekvencí byl použit veřejný dotaz v Českém národním korpusu, konkrétně SYN verze 11, který byl vytvořen v roce 2022 a je nejaktuálnější. Tento korpus zahrnuje všechny dosavadní korpusy SYN, stejně jako

novinové články z let 2010-2020 a nezveřejněné články z roku 2021.²³ Jílek ve své studii použil korpusy SYN2010 a SYN 2013pub, které jsou už pro naši práci zastaralé.

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 03:50)

„A taky nesmíme zapomenout na **movember**“²⁴

Studio fotbal – Dohráno (06.11.2022, 24:20)

„Druhý gól Rondiče dokresluje to ten **lauf**, v jakém je aktuálně Liberec jako celý tým?“²⁵

4.4. Vrstva slov expresivních

Většina slov v jazyce slouží pouze k pojmenování skutečnosti a mají tak zvaný nociónální význam. Nicméně, existuje skupina slov, která navíc k základnímu významu obsahují emocionální nebo vůlí řízený prvek. Tyto slova se nazývají expresivní. „*Expresivní slovo se odlišuje od slova neutrálního tím, že vedle pojmového významu obsahuje i pragmatickou významovou složku vyjadřující citový a volní vztah mluvčího k sdělované skutečnosti.*“ (Karlík a kol. 1995, s. 95.)

Expresivita hraje důležitou roli v oblasti sportovní žurnalistiky. Pomáhá zvýšit atraktivitu přenosů a přináší do nich emoce, které jsou pro tuto oblast typické, což přitahuje diváky. Dále se expresivita používá k zvýraznění důležitosti a jako prostředek,

²³ Korpus SYN verze 11. Dostupné z: <https://wiki.korpus.cz/doku.php/cnk:syn:verze11>

²⁴ Český národní korpus – syn_v11[online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: https://www.korpus.cz/kontext/view?viewmode=kwic&pagesize=40&attrs=word&attr_vmode=visible-kwic&base_viewattr=word&refs=%3Ddoc.title&q=~1wasy20AESq0&cutoff=0

²⁵ Český národní korpus – syn_v11[online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: https://www.korpus.cz/kontext/view?viewmode=kwic&pagesize=40&attrs=word&attr_vmode=visible-kwic&base_viewattr=word&refs=%3Ddoc.title&fromp=187&q=~TWYCqmyKiWq6&cutoff=0

jak přimět kladnou odezvu u publika. (Mlčoch 2001, s. 27)

V naší práci se budeme opírat o kategorizaci expresivity od J. Zima, která je v českém prostředí uznávaná dalšími jazykovědci a bude pro nás východiskem. (Zima 1961, str. 10-11.) Existují celkem tři druhy expresivity, a to inherentní, adherentní a kontextová. (Jílek 2005, s. 23-26 a Zima 1961, str. 10-11.) Hauser se však ve své publikaci věnuje pouze té první zmiňované, tedy expresivitě inherentní. (Hauser 1980, s. 48-51)

Expresivní slovní zásoba je dále rozdělována na pozitivní (například "*čumáček*" nebo "*zlatíčko*") a negativní (například "*psisko*" nebo "*žrát*") expresivitu podle kvality. V naší klasifikaci však toto dělení není podstatné, a proto se jím dále nebudeme zabývat. (Jílek 2005, str. 26-28.)

Při analýze nebude brán zřetel na vnitřní diferenciaci inherentní, adherentní a kontextové expresivity.

V SSČ je najdeme pod zkratkou "expr." a dále je budeme přiřazovat podle systémové charakteristiky.

4.4.1 Expresivita inherentní

Inherentní expresivita je obvykle rozpoznatelná bez zohlednění kontextu. Slova s inherentní expresivitou mají expresivitu jako nedílnou součást svého významu a jsou charakterizována společným rysem nápadnosti v jazykovém systému. (Zima 1961, str. 12.) Expresivita je obsažena v samotném jazykovém prostředku (Lotko 2003, str. 34.) a může být vyjádřena různými způsoby. (Jílek 2005, str. 23.)

Hlásková expresivita se projevuje stavbou slova, přítomností neobvyklých hlásek a jejich spojením u neutrálních slov (například "-ajs/-ajz" v slovech "*maglajs*" a "*tlamajzna*"). (Jílek 2005, str. 23-24.)

Slovotvorná expresivita zahrnuje zdobnělá slova (deminutiva) jako "*dviřka*" a "*okénko*", zvětšená slova (augmentativa) jako "*kapřísko*" (velký kapr), slova s posílením

nebo zmírněním původní vlastnosti jako "mladičký" a "velikánský", názvy lidí s výrazným znakem jako "nosáč" a "žrouť", názvy osob se zápornou předponou jako "nastyda" a "nenasyta", a negativní příznaky zesilované cizími předponami jako "arcipitomec" a "obrblb". (Jílek 2005, str. 24.)

Tento druh inherentní expresivity je spojen s původním významem slova, který sám o sobě evokuje určitou emocionální odezvu. (Hauser 1980, s. 49.) Najdeme zde citoslovce vyjadřující emoce, vůli a zvuky (například "ach", "hybaj", "vrrr"), a slova od nich odvozená, a slova, jejichž expresivita spočívá přímo ve významu jako "blbý" a "hrabivý". (Jílek 2005, str. 24.)

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 12:00)

„To **špičičkou**, respektive tou **patičkou** to tam, neměl jsem to rád.“²⁶

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 06:05)

„Když už Usor dostal od domácích halloweenský **dáreček**, tak s ním naložil hrůzostrašně“²⁷

4.4.2 Expresivita adherentní

Expresivitou adherentní označujeme situaci, kdy se slovo původně bez výrazné emocionální nálady postupem času stává výrazem expresivním, díky sémantické změně v jeho významu. (Zima 1961, str. 43.) Expresivní význam může být spojen s jedním z významů polysémické lexikální jednotky, ale ne s významem základním, který

²⁶ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=pati%C4%8Dka>

²⁷ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=darecek>

neobsahuje expresivní prvky. Další významy mohou být buď neutrální, nebo obsahovat expresivní prvky. (Jílek 2005, str. 25.)

Expresivita vyplývá z užití jazykového prostředku v textu, který přidává na významu, například slovo "*pokulhávat*" může znamenat trochu kulhat, ale také expresivně zaostávat (v oblasti výroby) nebo nevystihovat přesně, co se chce vyjádřit. (Lotko 2003, str. 34.)

Například u slova "*intelligent*" je základní význam "člověk s inteligencí nebo vzděláním", což není expresivní, ale lze jej použít expresivně v negativním významu jako nadávku. (Jílek 2005, str. 25.)

U slova "*vuř*" je základní význam "vykastrovaný býk užívaný k tahu", což je neutrální, ale lze jej použít expresivně v negativním významu jako nadávku. (Jílek 2005, str. 25.)

U slova "*prašivý*" je základní význam "*stížený prašivinou*", což není expresivní, ale lze použít expresivně v případě, že se použije ve významu "*nezdárný člen rodiny*". (Jílek 2005, str. 25.)

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 01:37)

„Ty se na to nedíváš? Tady nikdo nevstává, ty **vole**.“²⁸

Studio fotbal – Dohráno (6.11.2022, 47:02)

„To na konci úvodní desetiminutovky to v klokaním kotli po Hůlkově hlavičce jen **zahučelo**“²⁹

²⁸ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=v%C5%AFI>

²⁹ Internetová jazyková příručka [online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z:

4.4.3 Expresivita kontextová

Expresivita kontextová je využívána v rámci stylizace textu ke zvláštnímu efektu, jako je například ironie nebo slovní humor. Jak již název napovídá, jedná se o expresivitu, která závisí na kontextu. Jedná se o úmyslné použití jazykové jednotky mimo její obvyklou stylovou sféru, což vede k expresivitě, aniž by se změnil význam slova. (Zima 1961, str. 84 a Jílek 2005, str. 25)

Kontextovou expresivitu jsme v analýze nezaznamenali. Příkladem může být užití historismu "zbrojnoš" v běžné komunikaci, které může vést k ironii. V tomto případě jde o historismus, jehož expresivní užití by bylo v odborných nebo literárních textech přijatelné, ale v jiných kontextech by šlo spíše o expresivní užití. Dalším příkladem je použití knižních slov v kontextu, který pro ně není obvyklý, a tím dosažení expresivního efektu. (Jílek 2005, str. 25-26)

4.5 Obrazná pojmenování

„Obrazy objevující se v textech publicistického stylu jsou (ve shodě s jinými) v podstatě založeny na využití konotovaných významů, na určitém typu přenášení výrazů do sémanticky jiného okolí s podobnou myšlenkou, vlastností, s podobnými jevy a ději, na metaforičnosti v celé šíři.“ (Čechová a kol. 2008, s. 251)

V publicistice se často využívají obrazná vyjádření, která spočívají v použití konotovaných významů a přenášení podoby myšlenek, vlastností, jevů a dějů. Chloupek a Čechová se shodují v tom, že tyto obrazná pojmenování nejen informují, ale také přitahují pozornost a dodávají projevu živost a naléhavost. Obrazné vyjádření také umožňují odhalit autorův kladný nebo záporný vztah k obsahu sdělení a přispívají k emocionálnosti a procítěnosti jazykového projevu. Chloupek (Chloupek 1991, s. 207.)

zdůrazňuje více emocionální aspekt, zatímco Čechová (Čechová a kol. 2008, s. 251) zdůrazňuje spíše významovou a informační funkci obrazných vyjádření. Nicméně, oba autoři souhlasí v tom, že metaforické výrazy mají v publicistickém projevu důležité místo.

Nová obrazná pojmenování jsou zvláště účinným prostředkem stylové aktivizace, které zajišťují zesilující působení publicistických projevů, jako jsou například "*srdce města opět pulsuje*", "*prorazit led ve vývoji vztahů*" nebo "*zazvonil školní rok*". (Chloupek 1991, s. 207.)

Existuje mnoho rozdílných názorů na členění obrazného pojmenování v odborné literatuře.³⁰ Hauser, Jílek a Karlík vyčlenili metaforu, metonymii a synekdochu. Chloupek a Čechová se s nimi shodují, ale k přidávají přirovnání a personifikaci. Filipec s Čermákem místo synekdochy zmiňují přirovnání.

Do naší taxonomie zahrneme všechny zmíněné typy. Dále budeme postupovat podle Hrabákova přístupu, který považuje metaforu a metonymii za základní kategorie a od nich odvozuje další typy obrazných pojmenování. (Hrabák 1977, s. 139-151.) Taxonomii navíc doplníme o přirovnání, které Jílek vymezuje samostatně jako další typ obrazného pojmenování a o hyperbolu. Názory na zařazení hyperboly do tropů se liší. Podle literárněvědné teorie se řadí k metonymii, zatímco v lexikologii je považována za samostatný tropus na základě přirovnání. (Bednaříková – Jílek 2015, str. 48.) My hyperbolu zařadíme, abychom zvýšili jasnost a výstižnost naší taxonomie.

4.5.1. Metafora

Metafora je přenesení významu slov na základě vnější podobnosti denotátů. (Lotko 2003, s. 72.) Podobnosti se mohou týkat tvaru, barvy, umístění, rozsahu nebo funkce. (Jílek 2005, str. 44.) Společný znak nemusí být vždy podstatný, ale bývá nápadný. (Karlík a kol 1995, s. 97) Metaforické významy se vyskytují pouze v určitých oblastech skutečnosti, jako jsou předměty, jevy, jejich vlastnosti, okolnosti z těchto vlastností a

³⁰ Karlík a kol. 1995, s. 97-99, Jílek 2005, s. 43, Chloupek a kol. 1991, Hauser 1980, s. 71, s. 207, Čechová a kol. 2008, s. 251, Filipec, Čermák 1985, s. 109-111.

děje. Tyto oblasti se odrážejí v jazykové formě podstatných a přídavných jmen, příslovcích a slovesech. Každá z těchto slovních kategorií má své vlastní zvláštnosti, které určují, jak jsou schopné přenášet metaforické významy. (Hauser 1980, s. 71.) Metafory dělíme na aktuální a uzuální. (Jílek 2005, str. 44.)

Aktuální metafory se často vyskytují v uměleckých a publicistických textech, jejichž účelem je zprostředkovat nové vidění skutečnosti a vyjádřit se neotřele, zajímavě a vtípně. Tyto metafory přenášejí do jisté míry i primární význam, což vytváří konotaci významu metaforického a napětí mezi novým a primárním významem. To dodává metaforickému pojmenování expresivní ráz, například "*vyčistit úřední maštal od hnoje korupce*". Aktuální metafory se mohou stát ustálenými a automatizovanými, což znamená, že se stávají uzuálními metaforami. (Jílek 2005, str. 44-45.)

Do kategorie aktuálních zástupných pojmenovacích jednotek patří neobvyklé pojmenování skutečností, které mají individuální charakter a jsou vytvořeny pro jednorázové nebo omezené opakované užití, obvykle v určité stylové sféře. Aktuální metafory jsou výrazově nápadné, protože jsou nové a uživatelé je vnímají jako zástupné označení skutečností s přeneseným významem. (Bednaříková, Jílek 2015, str. 101.)

Uzuální metafory jsou přenesená pojmenování, která se pevně usadila v systému jazyka. Tato kategorie zahrnuje například lexikální metafory, jejichž hlavní funkce je pojmenování, jako například při označování zubu jako "*stolička*", nohy jako "*součást židle*" nebo zvonku jako "*druh květiny*". Existují také metafory, které slouží jako expresivní synonyma, jako například "*kokos*" nebo "*makovice*" pro označení hlavy. Po ustálení v jazykovém systému, zejména metafory první skupiny, ztrácí vztah k motivujícímu slovu. Na rozdíl od aktuálních metafor jsou u těchto ustálených metafor významové konotace spojené s primárním významem výrazu nežádoucí. Jednoslovné lexikalizované metafory přispívají k vzniku polysémie. Uzuální metafora se často vyskytuje v ustálených slovních spojeních a frázových slovních spojeních. (Karlík a kol 1995, s. 98)

Kromě toho, že metafora spočívá v přenosu významu jedné oblasti jazyka na jinou, může také zahrnovat personifikaci, což je zobrazování neživých věcí nebo abstraktních

konceptů jako majících lidské vlastnosti. Podobně může být synestézie založena na metaforickém přenosu z různých oblastí smyslového vnímání, jako například označení vůně jako "*ostré*", zvuku jako "*jasného*" nebo pohledu jako "*sladkého*". (Jílek 2005, str. 45. a 48.) Tyto dva typy metafor budou sledovány jako součást metafor.

Při analýze budeme rozlišovat pouze nápadné metafor a nebudeme rozlišovat mezi jednotlivými typy.

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 12:30)

„Že si to dovoluješ na takového **bombard'áka** 12:30.“

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 31:36)

„Gning si po hodině hry vyměnil balon s Robertem Juklem a poslal ho pod břevno takovou **bombou**, že olomoucký brankář Jakub Trefil téměř nezareagoval.“

4.5.2 Přirovnání

Přirovnání i metafora jsou oba způsoby vyjádření, které se zakládají na podobnosti. (Jílek 2005, str. 47) Pokud jde o metaforu, ta se zakládá na implicitní podobnosti mezi dvěma jevy a může být srovnána s přirovnáním. Nicméně, metafora není jen zkráceným přirovnáním, ale jsou to dva odlišné způsoby vyjádření významu. Rozdíl mezi nimi spočívá nejen v tom, že u přirovnání je podobnost explicitně vyjádřena a u metafory implicitní, ale také v tom, že metafora využívá konotace, které směřují od významového jádra různými směry, zatímco při přirovnání směřují konotace pouze jedním směrem. Když řekneme, že má někdo "*vlasy bílé jako sníh*", zdůrazňujeme společnou barvu. Pokud však řekneme, že někdo "*má na hlavě sníh*", jsou zde další společné znaky jako zima, chlad a blízká smrt, které mohou mít různé dominantní

významy a mohou být interpretovány různými způsoby. (Hrabák 1977, s. 143.)

Úplná podoba přirovnání má pět členů (přirovnávaný jev, spona, společná vlastnost, formální ukazatel a přirovnávající prvek). (Jílek 2005, str. 47-48.)

Příklady:

TIKI-TAKA (14.11.2022, 05:59)

„Nemusí každéj **vypadat jako ty.**“

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 29:10)

„Když jsem slyšel ten rozhovor, tak jsem slyšel, jak on má úplně **stejněj hlas jako táta.**“

4.5.3 Metonymie

Metonymie je způsob přenesení pojmenování na skutečnost, která je s primární skutečností spojena vnitřní, věcnou souvislostí denotátů. Tato souvislost může být prostorová, časová, kvalitativní, funkční, příčinná nebo jiné povahy. (Karlík a kol. 1995, s. 98)

Rozdíl mezi metonymií a metaforou spočívá také v tom, že metonymie pouze posouvá primární význam přenášeného pojmenování do pozadí, ale vždy tento význam zachovává. Podobně jako u metafory můžeme také rozlišovat aktuální a ustálenou metonymii. (Karlík a kol. 1995, s. 98)

Existují různé typy metonymií, včetně strukturních, kontextových a etymologických (kdy se vlastní jméno stává obecným označením). Příklady strukturních metonymií zahrnují názvy dějů přenesené na osoby, vlastnosti přenesené na nositele a povolání přenesené na místo, kde se vykonávají. Kontextová metonymie se používá při

přenosu jména umělce na název díla nebo zeměpisného názvu na událost. Etymologické metonymie zahrnují přeměnu vlastního jména na obecné označení, jako je například přeměna jména Caesar na "*císař*". Metonymie mohou být ustálené nebo obvyklé v určitém jazykovém prostředí. (Jílek 2005, str. 45-47.)

Kvantitativním druhem metonymie je synekdocha, která využívá vztahů mezi částmi a celkem, druhy a rody, a neurčitým a určitým počtem. (Filipec, Čermák 1985, s. 110) Příklady synekdochy zahrnují použití slova "*květ*" pro celou rostlinu, "*žít pod otcovskou střechou*" pro celý dům, "*obloha se třpytí*" pro hvězdy na obloze, "*mládí je dravé*" pro mladé lidi a "*koupil si kolo*" pro celý bicykl. (Jílek 2005, str. 47.)

K metonymii se také řadí symboly, které jsou konvenčními znaky abstraktních pojmů, jako například srp a kladivo jako symbol komunismu. (Filipec, Čermák 1985, s. 110) Dalším projevem metonymie je používání synonym pro sportovce, které odkazují na jejich klubovou příslušnost, jako například "*červenobílí*" nebo "*sešívání*" pro fotbalisty Slavie. Fotbalové zpravodajové používají i synonyma pro zahraniční kluby, například "*bílý balet*", "*rosso-neri*" nebo "*stará dáma*". Tento styl se začal více rozšiřovat od 90. let, kdy se zpravodajství rozšířilo i na zámořské sporty, jako jsou hokej a basketbal, kde jsou tato označení velmi populární. Příklady jsou "*Tučňáci*" nebo "*Penguins*", "*Olejáři*" nebo "*Oilers*". (Mlčoch 2002, s. 24.)

Při analýze budeme rozlišovat pouze nápadné metonymie a nebudeme rozlišovat mezi jednotlivými typy.

Příklady:

TIKI-TAKA (14.11.2022, 00:22)

„Na závěr **ligového podzimu** mám pro vás hned šest hostů.“

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 24:31)

„**Votroci** se k nadějně šanci dostali poprvé po čtvrt hodině.“

4.5.4 Hyperbolizovaná pojmenování

Hyperbola je trop, který se používá k nadsázce a přehánění významu slova, a to buď směrem ke zveličení, jako například "*Už jsem ti to tisíckrát opakoval*" nebo "*Sešlo se tam celé město*", nebo směrem ke zmenšení, jako například "*Nerozumí tomu ani za mák*" nebo "*Je tenká jako proutek*". Litotes je naopak protikladem hyperboly. (Bachmannová 2002, s. 356.)

V sportovní žurnalistice se často používají hyperboly, protože sportovní zápasy a soutěže jsou často doprovázeny emocionálním prožíváním, které lze touto figurou zvýraznit. (Mlčoch 2002, s. 16.)

Hyperbolizovaná pojmenování se zakládají na nápadném a výrazném užití substantiv jako například "*hora, kopec, moře problémů*", konkrétních číslovek jako "*milion/tisíce důvodů/výmluv*", přídavných jmen jako "*celý, dokonalý, hotový, pekelný, pravý, učiněný*" a hyperbolických frázi jako "*tisícere díky*". (Bednaříková – Jílek 2015, str. 45.)

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 37:17)

„Pokud to není **kriminální**, tak vyloženě bych nepískal nějaký držení.“

Studio fotbal – Dohráno (6.11.2022, 33:45)

„Jak ty se díváš na tu jeho dlouhou a bohatou kariéru klobouk dolů a gratulace **obrovská míří na Slovácko?**“

4.6 Pojmenování frazeologická a idiomatická

Frazeologii celkově nazýváme soubor ustálených spojení slov, tzv. frazeologických obrátů (Bečka, 1992, s. 78) s přeneseným významem. Ustálenost je základní podmínkou frazeologismů a projevuje se nezaměnitelností jejich slovního obsazení. (Hauser 1980, s. 160) To znamená, že význam frazeologismů nelze odvodit z významů jejich jednotlivých složek. Vzhledem k tomu, že slova ve frazeologismu ztrácejí svůj původní význam, získávají nový význam. (Jílek 2005, str. 73.)

Existuje různé vnímání frazeologismů. Pouze frazeologismy s celkovým obrazným významem (jako například "*chytat lelky*") jsou zahrnovány v užším pojetí frazeologie. Širší pojetí zahrnuje do frazeologie všechna víceslovná pojmenování, včetně sousloví, slovesných vazeb a frazeologismů větných, jako jsou úsloví, přísloví, pořekadla, aforismy a okřídlená slova. (Hauser 1980, s. 160)

Charakteristickým rysem frazémů³¹ je, že minimálně jeden z jejich složek má v dané funkci omezenou pouze na tuto kombinaci nebo na několik málo dalších. Tyto frazémy jsou často metaforické a expresivní (např. *udělat díru do světa, být v balíku, lézt někomu krkem*). Ve frazémech se často uchovávají archaická slova a gramatické konstrukce (*kout pikle, nemá kousky rozumu*). Frazémy mohou také obsahovat prvky, které se v jiných souvislostech jazyka nevyskytují (např. *honit bycha*). (Karlík a kol. 1995, s. 71.)

Frazeologismy se vyskytují převážně v hovorové řeči a v publicistice, zatímco v umělecké řeči mají charakterizační funkci. (Jílek 2005, str. 73.) Velmi časté jsou i právě v mluvených projevech sportovní žurnalistiky. (Čechová a kol. 2008, str. 255.)

Termín idiom je pojmově blízký frazému, ale akcentuje více významovou stránku frazeologické jednotky. Od staršího užívání slova idiom ve významu "nepřeložitelný frazeologismus" se však ustoupilo. (Karlík a kol. 1995, s. 71.)

Jednotky frazeologismů se dělí jednak podle rozsahu frazeologizace na ty s

³¹ Frazém je synonymum pro frazeologismus

jediným frazeologickým členem (např. "vlčí mák", kde je frazeologizováno pouze slovo "vlčí"), nebo na frazeologizované celky (např. "bílá vrána", "ukázat paty"). (Hauser 1980, s. 161) Jílek dále vnitřně rozděluje frazeologismy na větné, nevětné a přechodné mezi větnými a nevětnými. (Jílek 2005, str. 73.) Tuto klasifikaci však v naší analýze nebudeme používat. My se budeme řídit dělením dle *Slovníku české frazeologie a idiomatiky*, který rozlišuje frazémy neslovesné, slovesné a větné. Pro identifikaci frazémů budeme používat právě tento slovník.

4.6.1. Neslovesné frazeologismy

Neslovesné frazémy jsou frazeologické jednotky, které se vyznačují tím, že neobsahují sloveso. Tyto frazémy mohou být rozděleny do dvou kategorií: jmenné frazémy, které obsahují podstatná jména, přídavná jména, zájmena a některá z nich mohou obsahovat také příslovce či číslovky, a relační frazémy, které se skládají z předložek, spojek, částic a deiktických výrazů. (Čermák, SČFI 2, 2009, s. 9.)

Kromě toho zde zařazujeme také ustálená přirovnání, jako například "držít jak mezek", "hluchý jako poleno" a "mít žízeň jako trám", která slouží k charakteristice skutečnosti připodobněním jejího znaku k předem danému zobecněnému modelu. Tyto frazeologické jednotky mají intenzifikační funkci a slouží k zdůraznění, současně kladnému či zápornému zhodnocení tohoto znaku. (Jílek 2005, str. 73.)

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 43:35)

„Ten zápas byl fakt krásnej, **nahoru dolů**, plno soubojů a krásný góly.“³²

Studio fotbal – Dohráno (6.11.2022, 46:50)

³² Čermák 1994, výrazy neslovesné, str. 193.

„Roman Květ jako první už po čtyřech minutách zkoušel **střelecké štěstí**“³³

4.6.2. Slovesné frazeologismy

Slovesné frazeologismy jsou slovní spojení, která se skládají ze slovesa a dalších slovních prvků, jako jsou podstatná jména, přídavná jména. Jílek zahrnuje do této kategorie také rčení (úsloví), která se v kontextu mohou mluvnicky měnit podle potřeby, jako například "*dělat z komára velblouda*". (Jílek 2005, str. 73.)

Příklady:

TIKI-TAKA (7.11.2022, 08:20)

„Hlavně, že mu **drží to zdraví**.“³⁴

Studio fotbal – Dohráno (30.10.2022, 06:00)

„Nabídnutou příležitost, jednak **za pačesy chytil** Hugo Jan Bačkovský, který znovu likvidoval šance hlavou.“³⁵

4.6.3. Větné frazeologismy

Frazémy větné se mohou objevit ve formě hotové věty nebo souvětí a patří sem pořekadla, přísloví, pranostiky a okřídlená slova. (Jílek 2005, str. 73.) Jsou buď slovesné (např. "*Ranní ptáče dál doskáče*"), neslovesné (např. "*Všude dobře, doma nejlíp*") nebo souvětí (např. "*Čiň Čertu dobře, peklem se ti odmění*"), a v kontextu jsou použity jako

³³ Čermák 1994, výrazy neslovesné, str. 338.

³⁴ Čermák 1994, výrazy slovesné, str. 340.

³⁵ Čermák 1994, výrazy slovesné, str. 607.

celek. (Karlík a kol. 2012, s. 72.)

Pojmenování některých typů větných frazémů je komplikované, protože některé z nich nemají ustálené a široce přijímané názvy. Namísto toho bylo pro ně vytvořeno mnoho různých štítků, jako jsou například aforismus, anekdota, hádanka, heslo nebo úsloví, které se navzájem překrývají. (Čermák, SČFI 4, 2009, s. 10.)

Příklady:

TIKI-TAKA (14.11.2022, 18:25)

„VAR je **dobrý sluha, ale zlý pán**.“³⁶

Studio fotbal – Dohráno (13.11.2022, 04:27)

„Já ho znám je silnej umí naběhnout. **Klobouk dolů před ním**.“³⁷

4.6.4. Idiomy

Idiom je frazém, v němž aspoň jeden prvek má jedinečnou funkci, významově není přímo odvoditelný z významu tvarů (Lotko 2003, s. 47.)

Jílek říká, že v idiomech se vyskytují tzv. monokolokabilní prvky – tedy slova nebo slovní tvary, které se jinde nepoužívají. Tyto prvky mohou být reliktní nebo jiné neobvyklé formy slov, jako například "*ani vidu, ani slechu*", "*mít kousek rozumu*", "*mít něco za lubem*". (Jílek 2005, str. 75.)

Někdy jsou za idiomy považovány frazeologické jednotky typické pro konkrétní jazyky a nejsou snadno přeložitelné do jiných jazyků. Nicméně, tato klasifikace je velmi

³⁶ Čermák, 2009 s. 627.

³⁷ Čermák, 2009 s. 375.

široká, a ne příliš jasná. (Hauser 1980, s. 161)³⁸

Idiomy jsme v analýze nezaznamenali. Příkladem může být „*na jedno brdo*“ a „*myši mají pré.*“ (Jílek 2005, str. 75.)

4.6.5. Frazeologické neologismy

Frazeologické neologismy se vyskytují zejména v oblasti publicistiky a v běžné mluvě. Tyto fráze mohou být novými jednotkami, jako například "*dát něco do kupy*" (např. byt, dům), nebo "*něco někomu trhá žíly*" (většinou užíváno v ironickém smyslu). (Jílek 2005, str. 22-23.)

Stejně tak dochází k aktualizaci stávajících frazeologismů, jako například "*kdo má málo, chce víc, kdo má hodně, chce ještě víc*" nebo "*vyčistit Špidlův chlív*" (srov. Augiášův chlív). Tyto fráze jsou často označovány jako frazeologická pojmenování. (Jílek 2005, str. 22-23.)

Příklady:

TIKI-TAKA (14.11.2022, 1:12:31)

„Naštěstí se Španělé zmátořili a stali se mistry světa a celý svět pak mohl být u téměř **hollywoodského happyendu.**“³⁹ 0,01

Studio fotbal – Dohráno (13.11.2022, 46:22)

„On má hrozně líbivý styl, prostě takový to krátký **vedení messiovský.**“⁴⁰

³⁸ Podobně definoval idiom i Lotko, viz. (Lotko 2003, s. 47.)

³⁹ Český národní korpus – syn_v11[online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z: https://www.korpus.cz/kontext/view?viewmode=kwic&pagesize=40&attrs=word&attr_vmode=visible-kwic&base_viewattr=word&refs=%3Ddoc.title&q=~rwyU6KOocagw&cutoff=0

⁴⁰ Český národní korpus – syn_v11[online]. [cit 20. 03. 2023]. Dostupné z:

https://www.korpus.cz/kontext/view?viewmode=kwic&pagesize=40&attrs=word&attr_vmode=visible-kwic&base_viewattr=word&refs=%3Ddoc.title&q=~PwKCooGIoyGe&cutoff=0

5. Metodika analýzy

Pro analýzu byl vytvořen vzorek, který zahrnoval celkem pět relací vysílaných na sportovním programu veřejnoprávní ČT a komerční O2 TV. Relace pořadu Studio fotbal-Dohráno, které jsou součástí naší analýzy, byly odvysílány na kanálu ČT Sport dne 30.10., 6.11. a 13.11. roku 2022. V případě pořadu TIKI-TAKA, vysílaném na O2TV, byly analyzovány díly odvysílané v roce 2022, konkrétně 7.11. a 14.11.

Jednotlivé díly pořadu Studio fotbal – Dohráno, můžeme je nalézt v archivu ČT. Na druhou stranu, díly pořadu TIKI-TAKA nejsou volně dostupné na webu, protože se jedná o placený obsah. Nicméně, celé audio je vždy volně dostupné od O2 na platformách jako Apple Podcasts, Google Podcasts nebo Spotify. I přesto, že jsme analyzovali televizní pořady, rozhodli jsme je přiložit i na přenosném médium.

Pro analýzu jsme si vybrali dva díly pořadu TIKI-TAKA, moderovaného Petrem Svěceným a jeho hosty, a tři díly pořadu Studio fotbal – Dohráno, vedeného Davidem Kozohorským, Janem Lutonským a jejich experty. Zvolili jsme si epizody s tématem 15. a 16. kolo nejvyšší fotbalové ligy a k nim jsme přidali 14. kolo Studia fotbal, aby byla vyvážena délka, jelikož TIKI-TAKA má stopáž 90 minut a Studio fotbal pouze 60 minut. Do vzorku naší analýzy jsme zařadili epizody s ohledem na jejich polohu v průběhu fotbalové sezóny. Jednalo se o poslední epizody před reprezentační pauzou, kdy se většina pozornosti soustředí na nejvyšší domácí soutěž, protože se pořad TIKI-TAKA nevysílá během reprezentační pauzy, na rozdíl od pořadu Studio fotbal, který vysílá i v době, kdy se nehraje liga, a věnuje se právě české reprezentaci. Celkem jsme pracovali s materiálem o délce šesti hodin.

Pro účely analýzy se zaměříme na všechny promluvy, které zazní v analyzovaných epizodách obou pořadů, a to bez ohledu na monologičnost nebo dialogičnost sdělení. To zahrnuje nejen promluvy moderátorů, ale také hostů a komentátorů sestřihů, jelikož je naším cílem získat co nejúplnější a nejpřesnější obraz o výskytu lexikálních prostředků s aktualizacím potenciálem v obou pořadech.

Pro analýzu lexikálních jednotek budeme primárně vycházet ze systémové

charakteristiky, která je obsažená v taxonomii. Kromě toho budeme také využívat různé typy slovníků. Pro identifikaci výrazů náležících k nespisovným útvarům českého jazyka využijeme především Slovníku spisovné češtiny (SSČ) a Slovníku nářečí českého jazyka (SNČJ). V případě, že v těchto zdrojích nenajdeme hledaný výraz, budeme hledat dál v dalších zdrojích, jako je Slovník spisovného jazyka českého (SSJČ) a Příruční slovník jazyka českého (PSJČ). Pro identifikaci vrstvy lexikálních jednotek podle slohových příznaků použijeme ASSČ, SSČ, SSJČ, PSJČ a jazykové korpusy řady SYN. Pro identifikaci archaismů a historismů použijeme Slovník spisovné češtiny (SSČ). Pokud se hledaný výraz v tomto slovníku nenachází, budeme se obracet na další zdroje, například Slovník spisovného jazyka českého (SSJČ) nebo Příruční slovník jazyka českého (PSJČ). Pro identifikaci neologismů v naší analýze budeme vycházet z databáze neologismů, která je dostupná na internetových stránkách projektu Neomat. Frazémy budou dále identifikovány a rozdělovány na základě Slovníku české frazeologie a idiomatiky (SČFI). Pro zařazení lexikálních jednotek do vrstvy expresivního lexika budeme rozhodovat na základě SSČ, SSJČ nebo ASSČ. Pokud se některý aktualizací prostředek vyskytuje v několika příznakových vrstvách, bude započítán do každé z těchto vrstev.

Bude zaznamenáván celkový a průměrný výskyt lexikálních prostředků s aktualizací potenciálem v konkrétních kategoriích v průběhu jedné minuty. Výsledná data budou přehledně vyobrazena v tabulkách. Za každou kategorií bude provedeno dílčí shrnutí, ve kterém provedeme komparaci výsledků v pořadech TIKI-TAKA a Studio fotbal – Dohráno.

6. Celkový a průměrný výskyt jednotlivých typů aktualizáčních jednotek

V této kapitole se budeme zabývat výslednými tabulkami. Tabulky obsahují zaznamenané výsledky všech zmíněných kategorií a podkategorií. První tabulka vždy reprezentuje výsledky pořadu TIKI-TAKA, zatímco druhá tabulka zobrazuje výsledky pořadu Studio fotbal-Dohráno.

Hodnota ve sloupci "průměrný výskyt za minutu" byla získána jako podíl celkového výskytu a celkové délky všech epizod daného pořadu.

Výsledné hodnoty uvedené v jednotlivých sloupcích byly zaokrouhleny na desetistícinu, protože u sloupce "průměrný výskyt za minutu" byla hodnota v některých případech velmi nízká. Pod každou z tabulek provedeme srovnání mezi oběma zkoumanými sportovními pořady a stručně shrneme získané výsledky.

Tabulka 1 – Vrstva lexémů podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka

TIKI-TAKA				
	7.11.2022	14.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Celonárodní	23	21	44	0,2565
Slova obecné češtiny	23	21	44	0,2565
Územní rozdíly	0	2	3	0,0174
Regionalismy	0	0	0	0
Dialektismy	0	2	2	0,0116
Sociální rozdíly	71	62	133	0,7755
Slang	71	62	133	0,7755
Argot	0	0	0	0
Celkem	94	85	179	1,0437

Tabulka 2 – Vrstva lexémů podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka

Studio fotbal-Dohráno					
	30.10.2022	6.11.2022	13.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Celonárodní	25	18	20	63	0,3378
Slova obecné češtiny	25	18	20	63	0,3378
Územní rozdíly	1	0	1	2	0,0107
Regionalismy	0	0	1	1	0,0054
Dialektismy	1	0	0	1	0,0054
Sociální rozdíly	46	38	39	123	0,6595
Slang	46	38	39	123	0,6595
Argot	0	0	0	0	0
Celkem	72	56	60	188	1,0080

Z prvních dvou tabulek, které se zabývají vrstvou lexémů podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka, lze konstatovat, že v pořadu Studio fotbal-Dohráno se objevilo více celonárodních slov obecné češtiny než v TIKI-TAKA. Co se týče územních rozdílů, jediný výskyt regionalismů jsme zaznamenali v pořadu Studio fotbal-Dohráno, zatímco více dialektismů se objevilo v pořadu TIKI-TAKA. V oblasti sociálních rozdílů bylo v pořadu TIKI-TAKA výrazně více slangových slov než ve Studio Fotbal-Dohráno. Argot se v žádném z pořadů nevyskytl. Celkově mělo TIKI-TAKA vyšší průměrný výskyt lexémů podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka za jednu minutu ve srovnání se Studiem fotbal-Dohráno.

Tabulka 3 – Vrstva lexémů podle slohových příznaků

TIKI-TAKA				
	7.11.2022	14.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Hovorová slova	205	241	446	2,6005
Knižní slova	12	2	14	0,0816
Poetismy	0	0	0	0
Publicismy	20	16	36	0,2099
Celkem	221	259	480	2,7988

Tabulka 4 – Vrstva lexémů podle slohových příznaků

Studio fotbal-Dohráno					
	30.10.2022	6.11.2022	13.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Hovorová slova	143	122	103	368	1,9731
Knižní slova	9	1	2	12	0,0643
Poetismy	0	0	0	0	0
Publicismy	21	26	30	77	0,4128
Celkem	173	149	135	457	2,4504

Se slovy se slohovým příznakem jsme se setkávali velmi často v obou pořadech. Z tabulky lze konstatovat, že v pořadu TIKI-TAKA byl celkově vyšší výskyt hovorových slov než ve Studio fotbal-Dohráno. V oblasti knižních slov byl výskyt nižší v TIKI-TAKA oproti Studio fotbal-Dohráno, ale rozdíl nebyl značný. Poetismy se v žádném z pořadů nevyskytly. Co se týče publicismů, ve Studio fotbal-Dohráno byl jejich výskyt vyšší než v TIKI-TAKA. Celkově měl pořad TIKI-TAKA vyšší průměrný výskyt lexémů podle slohových příznaků za jednu minutu ve srovnání se Studio fotbal-Dohráno.

Tabulka 5 – Vrstva lexémů podle časových příznaků

TIKI-TAKA				
	7.11.2022	14.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Historismy	1	0	1	0,0058
Archaismy	0	0	0	0
Neologismy	36	12	48	0,2798
Celkem	37	12	49	0,2857

Tabulka 6 – Vrstva lexémů podle časových příznaků

Studio fotbal-Dohráno					
	30.10.2022	6.11.2022	13.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Historismy	0	0	0	0	0
Archaismy	0	0	0	0	0
Neologismy	6	11	8	25	0,1340
Celkem	6	11	8	25	0,1340

Z vrstev slov podle časového příznaku se v obou pořadech objevovaly hlavně neologismy. V pořadu TIKI-TAKA se objevil jeden historismus, zatímco ve Studio fotbal-Dohráno žádný. Archaismy se nevyskytly v žádném z pořadů. Pokud jde o neologismy, pořad TIKI-TAKA měl výrazně vyšší výskyt než Studio fotbal-Dohráno. Celkově měl pořad TIKI-TAKA vyšší průměrný výskyt lexémů v této kategorii za jednu minutu ve srovnání se Studio fotbal-Dohráno.

Tabulka 7 – Vrstva lexémů expresivních

TIKI-TAKA				
	7.11.2022	14.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Expresivita inherentní	32	29	61	0,3556
Expresivita adherentní	53	65	118	0,6880
Expresivita kontextová	0	0	0	0
Celkem	85	94	179	1,0437

Tabulka 8 – Vrstva lexémů expresivních

Studio fotbal-Dohráno					
	30.10.2022	6.11.2022	13.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Expresivita inherentní	12	18	19	49	0,2627
Expresivita adherentní	41	31	25	97	0,5201
Expresivita kontextová	0	0	0	0	0
Celkem	53	49	44	146	0,7828

Výsledky tabulek expresivních lexémů ukazují, že pořad TIKI-TAKA je výrazně expresivnější ve srovnání se Studio fotbal-Dohráno. Inherentní expresivita je v TIKI-TAKA výrazně vyšší, stejně jako adherentní expresivita. Naopak kontextová expresivita se v žádném z pořadů nevyskytla. Celkově se ukazuje, že TIKI-TAKA je v průměru za jednu minutu expresivnějším pořadem ve srovnání se Studio fotbal-Dohráno. Toto rozdílné vyjadřování lze částečně připsat tomu, že TIKI-TAKA je talkshow s více

publicistickým přístupem, a tak se snaží více zaujmout diváky odlehčenou a expresivní mluvou.

Tabulka 9 – Obrazná pojmenování

TIKI-TAKA				
	7.11.2022	14.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Metafory	15	9	24	0,1399
Metonymie	20	15	35	0,2040
Přirovnání	18	23	41	0,0816
Hyperbolizovaná pojmenování	6	5	11	0,0641
Celkem	59	52	111	0,6472

Tabulka 10 – Obrazná pojmenování

Studio fotbal-Dohráno					
	30.10.2022	6.11.2022	13.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Metafory	17	15	22	54	0,2895
Metonymie	14	18	16	48	0,2573
Přirovnání	12	9	19	40	0,2144
Hyperbolizovaná pojmenování	3	4	8	15	0,0804
Celkem	46	46	65	157	0,8418

Další tabulky nám říkají, že se v pořadu TIKI-TAKA v průměru používá méně obrazných pojmenování za jednu minutu ve srovnání se Studiem fotbal-Dohráno. V oblasti metafor bylo ve Studio fotbal-Dohráno více příkladů než v TIKI-TAKA, zatímco v případě metonymií se vyskytlo více případů v TIKI-TAKA. Největší podíl metonymií

tvořily synonyma pro sportovce, která odkazují na jejich klubovou příslušnost. Přirovnání byla více zastoupena v TIKI-TAKA, naopak hyperbolizovaná pojmenování byla častější ve Studio fotbal-Dohráno.

Tabulka 11 – Pojmenování frazeologická a idiomatická

TIKI-TAKA				
	7.11.2022	14.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu
Frazémy neslovesné	16	12	28	0,1632
Frazémy slovesné	23	18	41	0,2390
Frazémy větné	8	5	13	0,0758
Frazeologické neologismy	0	1	1	0,0058
Idiomy	0	0	0	0
Celkem	47	36	83	0,4839

Tabulka 12 – Pojmenování frazeologická a idiomatická

Studio fotbal-Dohráno					
	30.10.2022	6.11.2022	13.11.2022	Celkový výskyt	Průměrný výskyt za 1 minutu

Frazémy neslovesné	9	15	14	38	0,2037
Frazémy slovesné	20	25	22	67	0,3592
Frazémy větné	4	7	9	20	0,1072
Frazeologické neologismy	0	0	1	1	0,0053
Idiomy	0	0	0	0	0
Celkem	33	47	46	126	0,6756

Při srovnání tabulek, které se věnují frekvenci frazeologických jednotek, lze pozorovat některé zajímavé rozdíly mezi pořady TIKI-TAKA a Studio fotbal-Dohráno. Ve Studio fotbal-Dohráno se celkově vyskytlo více frazeologických jednotek (126) než v TIKI-TAKA (83), což je patrné i z průměrného výskytu za jednu minutu, kde Studio fotbal-Dohráno dosahuje hodnoty 0,6756 oproti TIKI-TAKA s hodnotou 0,4839.

Ve Studio fotbal-Dohráno byly častěji zastoupeny neslovesné i slovesné frazémy. V obou pořadech se však vyskytlo podobné množství frazémů větných. Co se týče frazeologických neologismů, oba pořady měly velmi nízký výskyt.

Tabulka 13 – Předvýzkum TIKI-TAKA

Lexikální rovina	Morfologická rovina	Syntaktická rovina	Zvuková rovina
498	198	35	22

Tabulka 14 – Předvýzkum Studio fotbal-Dohráno

Lexikální rovina	Morfologická rovina	Syntaktická rovina	Zvuková rovina
451	119	29	23

7. Závěr

V rámci této bakalářské práce jsme se identifikovali a porovnali lexikální prostředky s aktualizacním potenciálem ve dvou rozdílných sportovních pořadech, konkrétně v TIKI-TAKA a Studio fotbal-Dohráno.

Na základě provedené analýzy a výsledků z tabulek jsme dospěli k tomu, že základní rozdíl mezi TIKI-TAKA a Studio fotbal-Dohráno spočíval ve výskytu nespisovných útvarů národního jazyka, zejména v pořadu TIKI-TAKA. V tomto pořadu jsme zaznamenali vyšší celkový i průměrný výskyt slangových výrazů (133 celkem, 0,78 za 1 minutu) ve srovnání se Studiem fotbal-Dohráno (123 celkem, 0,66 za 1 minutu). Nejčastějším slangismem bylo "*pískat*", které se objevilo 35krát ve všech relacích a z toho 25krát v TIKI-TAKA.

V TIKI-TAKA byla i početná skupina oblasti slohových příznaků, konkrétně slov hovorových. Pořad TIKI-TAKA měl vyšší celkový výskyt hovorových slov (446) s průměrným výskytem 2,60 za minutu, což souvisí se zaměřením pořadu na rozhovory a volnou diskusi, zatímco v pořadu ve Studio fotbal-Dohráno, který se více soustředí na analýzu fotbalových utkání bylo zaznamenáno 368 hovorových slov s průměrným výskytem 1,97 za minutu. Největší podíl na celkovém počtu má hovorové slovo "*prostě*", které jsme našli 351krát, ale bylo použito stejně v obou pořadech. V pořadu TIKI-TAKA bylo nalezeno 183krát a v pořadu Studio fotbal-Dohráno 168krát.

TIKI-TAKA mělo vyšší výskyt i v oblasti expresivity. Konkrétně byl zaznamenán vyšší průměrný výskyt expresivity inherentní (0,36) a adherentní (0,69) oproti Studio fotbal-Dohráno, kde byly hodnoty 0,26 a 0,52. Zajímavostí je, že největší rozdíl mezi oběma pořady udělalo expresivum "*vůl*", které se v pořadu TIKI-TAKA objevilo hned 43krát.

Pokud jde o časové příznaky, tak snaha zaujmout posluchače neotřelým, novým pojmenováním byla v TIKI-TAKA dvojnásobně vyšší (48) s průměrným výskytem 0,28 za minutu než ve Studio fotbal-Dohráno, kde bylo zaznamenáno pouze 25 neologismů s průměrným výskytem 0,13 za minutu. Nejčastějším neologismem byl "*var*" a slova od

něj odvozená, které se objevily celkem 50krát. Z tohoto celkového počtu se 37krát objevilo v pořadu TIKI-TAKA.

Na druhou stranu, Studio fotbal-Dohráno mělo vyšší výskyt a obrazných a frazeologických pojmenování. TIKI-TAKA vykazovalo nižší celkový i průměrný výskyt v metaforách, metonymiích, přirovnáních a hyperbolizovaných pojmenováních. V obou pořadech se velmi často používalo pojmenování "*obrovský/obrovská*", přičemž ve Studio fotbal – Dohráno bylo použito 15krát.

I v kategorii frazeologických a idiomatických pojmenování byl v TIKI-TAKA zaznamenán nižší průměrný výskyt frazémů neslovesných (0,20), slovesných (0,36) a větných (0,11).

V analýze bylo zjištěno, že ve Studio fotbal-Dohráno bylo více publicismů než v pořadu TIKI-TAKA. Ve Studio fotbal-Dohráno byl celkový výskyt publicismů 77 s průměrným výskytem 0,41 za minutu, zatímco v TIKI-TAKA bylo nalezeno celkem 36 publicismů s průměrným výskytem 0,21 za minutu. Tyto výsledky naznačují, že Studio fotbal-Dohráno využívá publicismy více než dvojnásobně ve srovnání s TIKI-TAKA. Nejčastějším publicismem byl "*inkasovaný gól*", který se objevil 12krát a z toho 11krát ve Studio fotbal-Dohráno.

Výsledky analýzy nám zároveň ukázaly, že oba pořady využívají knižní slova ve srovnatelné míře, což může být důkazem určité úrovně formálnosti v jejich jazykovém projevu. V případě TIKI-TAKA bylo zaznamenáno celkem 14 knižních slov s průměrným výskytem 0,0816 za minutu, zatímco v pořadu Studio fotbal-Dohráno bylo nalezeno celkem 12 knižních slov s průměrným výskytem 0,0643 za minutu. Tyto údaje naznačují,

Porovnáním obou pořadů, TIKI-TAKA a Studio fotbal-Dohráno, jsme zjistili, že jejich rozdílné zaměření a formáty ovlivňují výběr a využití lexikálních prostředků s aktualizacním potenciálem. TIKI-TAKA, jako talk show s více publicistickým přístupem, preferuje prostředky, které podporují dynamiku rozhovorů a diskusí a snaží se diváky zaujmout odlehčenou a expresivní mluvou. Na druhou stranu, Studio fotbal-Dohráno se

zaměřuje na analýzu a komentář sportovních událostí, což odráží důležitost prostředků, které pomáhají vysvětlit a analyzovat fotbalová utkání.

Tato práce přispívá k lepšímu porozumění tomu, jakým způsobem jsou aktualizací prostředky využívány v různých žánrech televizních pořadů, jako je sportovní talk show a analytický fotbalový pořad. Práce také poukazuje na důležitost taxonomie lexikálních prostředků s aktualizací potenciálem pro porozumění jazykovým specifikům v rámci těchto žánrů.

8. Seznam použité literatury

- BACHMANNOVÁ, Jarmila. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: NLN, 2002, 604 s. ISBN 80-710-6484-X
- BEČKA, Josef Václav. *Česká stylistika*. 1. vyd. Praha: Academia, 1992. 467 s. ISBN 80-200-0020-8.
- ČECHOVÁ, Marie a kol. *Současná stylistika*. Vyd. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4
- ČERMÁK, František, Jiří HRONEK a Jaroslav MACHAČ. *Slovník české frazeologie a idiomatiky*. Praha: Leda, 2009. ISBN 978-80-7335-217-2.
- ČERMÁK, František, Jiří HRONEK a Jaroslav MACHAČ. *Slovník české frazeologie a idiomatiky*. Praha: Academia, 1994. ISBN 80-200-0503-x.
- ČERMÁK, František. *Slovník české frazeologie a idiomatiky*. Praha: Leda, 2009. ISBN 978-80-7335-215-8.
- ČERVENÁ, Vlasta. a kol. *Slovník české frazeologie a idiomatiky*. Výrazy neslovesné. Praha: Academia, 1988. ISBN 21-104-88
- Český národní korpus – syn_v11: reprezentativní korpus psané češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2015. Dostupné z: <http://www.korpus.cz>
- Český národní korpus – SYN2013PUB. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2013. Dostupné z: <http://www.korpus.cz>
- FILIPEC, Josef a ČERMÁK, František. *Česká lexikologie*. 1. vyd. Praha: Academia, 1985. 281 s. ISBN 20-011-86.
- Hanáci (2005–2023). Dostupné z: <https://hanaci.com/>
- HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 1. vyd. Praha, 1980, ISBN 14-475-80.
- HAVRÁNEK, B. *Úkoly spisovného jazyka a jazyková kultura In: Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha, 1932. s. 32-84.
- HRABÁK, Josef. *Poetika*. 2. vyd. Praha: Československý spisovatel, 1977. 361 s.
- CHLOUPEK, Jan a kol. *Stylistika češtiny: nár. vysokošk. učebnice pro stud. filoz.*

a pedagog. fakult studijních oborů Český jazyk a literatura a Filologie. 1. vyd. Praha: SPN, 1991. 294 s. ISBN 80-04-23302-3.

- Databáze excerpčního materiálu Neomat. Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, Praha 2005-2019. Dostupné z: <http://www.neologismy.cz/>
- CHLOUPEK, Jan. *Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti*. Vyd. 1. Brno, 1986
- Internetová jazyková příručka (2008–2023). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/>
- JEDLIČKA, Alois a kol. *Základy české stylistiky: učebnice pro studium učitelství pro zákl. devítileté školy na pedagog. fakultách*. 1. vyd. Praha: SPN, 1970. 226 s.
- JÍLEK, Viktor. *Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty: studijní text pro distanční studium*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2005. 125 s. ISBN 80-244-1246-2.
- JÍLEK, Viktor. *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. 120 s. ISBN 978-80-244-2218-3.
- JÍLEK, Viktor – BEDNAŘÍKOVÁ, Božena a kol. *Jazykové prostředky s potenciálem porušit normu v oblasti mediálního zpravodajství*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 1 CD-ROM (233 stran). ISBN 978-80-244-4896-1.
- KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Zdenka RUSÍNOVÁ, ed. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Lidové noviny, 1995. ISBN 80-7106-134-4.
- KARLÍK, Petr a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. Vyd. 2., opr. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012. 799 s. ISBN 978-80-7106-624-8.
- KRAJC, Ivo. *Výskyt aktualizačních jazykových prostředků v pořadu Události před a po změně jeho podoby v roce 2012*. Olomouc, 2015. Palackého univerzita v Olomouci. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Viktor Jílek, Ph. D
- LOTKO, E. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. 3. nezměn. vyd. Olomouc, 2003, ISBN 80-244-0720-5
- MARTINCOVÁ, Olga. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: ÚJČ AV ČR, 2005. ISBN 80-86496-21-X.
- MINÁŘOVÁ, Eva. *Základy stylistiky češtiny*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1996. 82 s. ISBN 80-210-1436-9.
- MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. 289 s.

- Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4.
- MISTRÍK, Jozef. *Štylistika: vysokošk. učeb. pre filoz. a ped. fak. vys. šk. a pre Div. fak. VŠMU*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985. 582 s.
- MLČOCH, Miloš. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. 44 s. ISBN 80-244-0397-8.
- MLČOCH, M. *Specifické rysy jazyka psané žurnalistiky*. In AUPO Facultas Paedagogica, Philologica XIX, Studia Philologica 10, UP Olomouc. ISBN 80-244-0216-5, ISSN 0231-8075.
- Studio fotbal (2022). Dostupné z:
<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10115113540-studio-fotbal/>
- SZYMANEK, Krzysztof. *Umění argumentace: terminologický slovník*. V Olomouci: Univerzita Palackého, 2003. ISBN 80-244-0699-3.
- TIKI-TAKA (2022). Dostupné z:
<https://open.spotify.com/show/14rQcEdYr8ee3I0ItvBF9d>
- OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.
- ZIMA, Jaroslav. *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961. 139 s.

9. Seznam tabulek

Tabulka 1 – Vrstva lexémů podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka	51
Tabulka 2 – Vrstva lexémů podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka	52
Tabulka 3 – Vrstva lexémů podle slohových příznaků	53
Tabulka 4 – Vrstva lexémů podle slohových příznaků	53
Tabulka 5 – Vrstva lexémů podle časových příznaků	54
Tabulka 6 – Vrstva lexémů podle časových příznaků	54
Tabulka 7 – Vrstva lexémů expresivních	55
Tabulka 8 – Vrstva lexémů expresivních	55
Tabulka 9 – Obrazná pojmenování	56
Tabulka 10 – Obrazná pojmenování	56
Tabulka 11 – Pojmenování frazeologická a idiomatická	57
Tabulka 12 – Pojmenování frazeologická a idiomatická	57
Tabulka 13 – Předvýzkum TIKI-TAKA	58
Tabulka 14 – Předvýzkum Studio fotbal-Dohráno	58