

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

Bakalářská práce

Jakub Walter

Styly ve sportovní publicistice

(Styles in a Sport Journalism)

Olomouc 2021

Vedoucí práce: Mgr. Luboš Veselý, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a informačních zdrojů.

V Olomouci dne .....

.....

Jakub Walter

Na tomto místě bych chtěl poděkovat panu Mgr. Luboši Veselému, Ph.D., vedoucímu této bakalářské práce, za cenné rady, ochotu a čas, který mi věnoval.

## Obsah

1. Úvod.....	5
2. Teoretická část.....	7
2.1 Stylistika .....	7
2.2 Žurnalistický styl .....	9
2.2.1 Zpravodajský žurnalistický styl.....	9
2.2.2 Analytický publicistický styl.....	10
2.2.3 Beletristický publicistický styl .....	13
2.2.4 Výrazové prostředky žurnalistiky.....	15
2.3 Lexikologie .....	16
2.3.1 Metafora.....	17
2.3.2 Metonymie.....	18
2.3.3 Sociolekty .....	18
2.4 Žurnalistika .....	20
2.5 Sportovní žurnalistika .....	22
2.5.1 Deník Sport.....	25
2.5.2 Sportovní internetové weby.....	27
3. Praktická část.....	28
3.1 Náboženské motivy ve sportovní žurnalistice .....	29
3.2 Vojenská terminologie ve sportovní žurnalistice.....	31
3.3 Kulturní motivy ve sportovní žurnalistice .....	34
3.4 Motivy přírody ve sportovní žurnalistice.....	36
3.5 Argot ve sportovní žurnalistice.....	37
3.6 Slang ve sportovní žurnalistice.....	39
4. Závěr.....	41
5. Seznam použitých zdrojů .....	42
6. Anotace.....	44

# 1. Úvod

Sportovní žurnalistika a také její jazyk je nepochybně v rámci žurnalistických disciplín disciplínou velmi specifickou. Sportovní žurnalistika na rozdíl od jiných druhů novinářiny hojně využívá nejrůznější lexikální vrstvy slovní zásoby. V rámci své bakalářské práce se budu zabývat tím, jaké druhy žurnalistických stylů se ve sportovní žurnalistice vyskytují a také tím, jaké lexikální prostředky sportovní komentátoři využívají. Čerpat budu z televizních přenosů nejrůznějších stanic, které ve své práci blíže představím. Věnovat se budu hlavně divácky velmi oblíbeným sportům jako jsou fotbal, hokej, tenis. Určitý prostor dáme také sportům, které nejsou divácky tolik oblíbené. Myslím si, že vztah komentátorů ke sportům, které komentují, je velmi blízký, a i oni sami jsou velkými sportovními fanoušky, a to zejména sportů, které komentují. U většiny komentátorů se totiž setkáváme s tím, že jsou určitým způsobem zaměřeni na jeden či dva sporty, jenž by je nejspíše měl zajímat. Právě zájem o daný sport je přiřazuje k určité sociální skupině, kam patří i samotní fanoušci. Příslušnost k určité sociální skupině pak zapříčiňuje užívání slangu, který je této skupině vlastní, protože sám komentátor rozumí významu těchto slov a počítá s tím, že fanoušek bude také.

Zaměřím se také na různé styly ve sportovní žurnalistice, a na to, jakou tematikou se nejčastěji zaobírají. Chtěl bych se také zaměřit na významy slangismů, professionalismů, nebo popřípadě argotu, který je užíván ve sportovní žurnalistice. Základní metodou, užitou v této práci, bude tedy analýza mluveného sportovního komentáře. Všechny stylistické a lexikální prostředky budou určovány za pomoci odborné literatury jako je *Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český Akademie věd ČR* nebo ze *Současné české stylistiky* od Marie Čechové, popřípadě z *Nového encyklopedického slovníku*.

Na základě odborné literatury se budu v teoretické části své bakalářské práce zabývat tím, co stylistika je a čím se zabývá. Definuji také publicistický styl a jeho dělení, do kteréhož lze zařadit i sportovní žurnalistiku. Dále v této části definuji pojmy z lexikologie jako je slang, professionalismus nebo argot. Do teoretické části zařadím seznámení se sportovními stanicemi, se kterými se můžeme v České republice setkat či s významnými sportovními weby a také tištěnými periodiky, které se věnují sportu.

V praktické části roztřídím žurnalistické styly na základě určitých motivů a rysů, které mají společné. Pojednám o slangu v nejrůznějších sportech a také o argotu, který je spjatý s českým fotbalovým prostředím.

## 2. Teoretická část

### 2.1 Stylistika

*„Stylistiku bychom mohli pojmenovat jako nauku o slohu, která se zabývá hlediskem teoretickým i praktickým. Termín styl se užívá v různých oborech lidské činnosti a je vhodné jej upřesňovat rozlišujícím atributem (styl architektonický, styl odívání): a to platí i pro stylistiku, která se jím zabývá. V rámci filologie se rozlišují dva pohledy na stylistiku a to: literárněvědný a jazykovědný. Literárněvědný stylistika se zabývá stylem krásné literatury a má přímou vazbu na poetiku, obor s tradicí již od antiky, jenž je naukou o tvaru literárního díla. Takto orientovaná stylistika studuje celkovou výstavbu díla včetně motivů, fabule, syžetu, přičemž si všímá též pro tyto texty typických vyjadřovacích prostředků.“<sup>1</sup>*

Jazykovědná stylistika, nebo také lingvostylistika, se zabývá jazykovou složkou jakéhokoliv textu v celé jeho proměnlivosti. Možnost oddělit oba pohledy je spíše teoretická, protože styl je záležitostí komplexní a není vhodné ho vidět jen ve vybraných typech textů.<sup>2</sup>

Stylistika je poměrně mladou jazykovědnou disciplínou. Její počátky bychom mohli najít na přelomu 19. a 20. století, a to v souvislosti s překonáním mladogramatického přístupu k jazyku. Různé pohledy na jazyk se zrcadlí v koncepcích stylistiky, aniž by byla některá z nich závazná, a důsledkem je stále ještě probíhající stabilizace terminologie v rámci oboru stylistiky. V praxi ale existovala stylistika (starším názvem slohověda) již od antiky v podobě různých doporučení nebo návodů pro to, jak tvořit text. Pro praktické zaměření by bylo vhodné užívat termín nauka o stylizaci, jejíž základní metodou bylo nalézání ideálních vzorů vyjádření ve vybraných situacích a jejich nápodoba. V tomto případě by se jednalo o stylistiku normativní.<sup>3</sup>

Teoretická jazykovědná stylistika se zabývá užíváním jazyka v různých komunikačních situacích a zkoumá vlivy, které užívání jazyka v určitých situacích ovlivňují. Rozlišujeme stylistiku objektivní neboli mimopersonální a stylistiku subjektivní

---

<sup>1</sup>Milan Jelínek, Marie Krčmová (2017): STYLISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>2</sup>Milan Jelínek, Marie Krčmová (2017): STYLISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>3</sup>Milan Jelínek, Marie Krčmová (2017): STYLISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

neboli personální. V obou případech se k výsledku dopracujeme za pomoci textové analýzy a dále zobecňujeme jejich společné vyjadřovací tendence a jazykové rysy, tím určujeme stylovou normu.<sup>4</sup>

Pro lingvostylistiku se někdy používá termín stylistika jazyková. Lingvostylistika vytyká v krajním zobecnění předmět stylistického zkoumání, jazyk. „*Jazyk je systém znaků sloužící k výměně a vyrovnání obsahů lidského vědomí, to jest k dorozumívání a myšlení, jindy též množina projevů, komunikátů uskutečněných, probíhajících, nebo potenciálních, řídících se stejnými strukturálními zákonitostmi (toho nebo onoho jazyka).* „<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Milan Jelínek, Marie Krčmová (2017): STYLISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>5</sup> Milan Jelínek, Marie Krčmová (2017): STYLISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.



## 2.2 Žurnalistický styl

*„Specifický objektivní vyjadřovací styl, jeden z funkčních stylů současné češtiny. Termín je přijímán jako abstrahující a nadřazené označení pro stylové ztvárnění komunikace, kterou zprostředkovávají masová média. Texty/verbální komunikáty vedle své funkce informativní (zpravovací, sdělné, komunikační) plní ještě funkci persvazivní (působící, ovlivňovací, přesvědčovací, agitační), tj. slouží persvazi.<sup>6</sup>*

*„Žurnalistický styl představuje nadřazený pojem pro tyto dílčí funkční styly:*

*a) zpravodajský styl,*

*b) publicistický styl*

*c) beletristický styl.*

*Uvedené schématické rozlišení vyhovuje pro potřeby stylistické systematiky, ale v masmediální praxi nejsou mezi uvedenými dílčími styly masmediální komunikace ostré hranice.<sup>7</sup>*

### 2.2.1 Zpravodajský žurnalistický styl

Texty zprostředkovávají věcné a faktografické informace o nových a aktuálních událostech a jevech. Nejčastěji se jedná o zprávy ze společenského, politického a ekonomického života. V dnešní době přibývá také zpráv, které se zabývají informacemi z odborné sféry. Funkce zpravodajského žurnalistického stylu jsou informativní a zpravovací, jelikož dnes dochází také rozšíření odborných zpráv, které se staly poměrně populární, má tento styl rovněž funkci poznávací. Často se využívá pojmovosti, i když se dá říci, že publicistický styl je mnohem méně vyhraněný než styl odborný. Základem zpravodajského sdělení je co nejrychleji a nejpřesněji sdělit informaci. Autoři bývají omezeni časem. Charakteristické je využívání slohového postupu informačního. Články mají jasnou hierarchii. Autor se snaží co nejvýstižněji odpovědět na otázku: co se stalo, kde se to stalo, kdy se to stalo a kdo to udělal, popřípadě stručně jak a proč se to stalo. Většinou nedochází k žádné hlubší analýze problému. Formulace

---

<sup>6</sup>Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>7</sup>Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

bývají velmi stručné. Základem jazykového materiálu je neutrální vrstva spisovného jazyka. Základními zpravodajskými žánry jsou: zpráva, krátká zpráva, inzerát, reportáž, oznámení.  
8

Zpravodajský žurnalistický styl se využívá také ve sportovní žurnalistice. Nejčastěji se jedná o krátké zprávy o přestupech, zraněních, výsledcích, udělených cenách zprávách ze soukromého života sportovců. Tom, o přenosech sportovních utkání, tak tam má zpravodajský styl, také své místo, když komentátor popisuje, co se na hřišti děje a také ve chvílích, kdy přináší informace o událostech v klubu.

*„Bassekou Diabate na testy do Slávie Praha. Jednadvacetiletý útočník z Mali, za které má na kontě šest reprezentačních startů, je hráčem Yeleen Olympique a s rezervou úřadujícího mistra bude trénovat dva týdny“ (zdroj: eurofotbal.cz)*

*„Dani Alves nepomůže Brazílii v kvalifikaci o postup na MS 2022 proti Ekvádoru a Paraguayi. Obránce Sao Paula laboruje se zraněným kolenem“ (zdroj: eurofotbal.cz)*

*„Nejlepším hráčem skončeného ročníku německé nejvyšší soutěže se stal Erling Håland. Dortmundský kanonýr ve 28 zápasech vstřelil 27 gólů a k tomu přidal osm asistencí.“ (zdroj: eurofotbal.cz)*

*„Jonáš Forejtek prohrál i třetí letošní zápas na antuce. Na challengeru v portugalském Oeires 20letý Čech podlehl 6-7 6-3 0-6 Italu Riccardu Bonadiovi a zaznamenal už čtvrtou porážku v řadě.“ (zdroj: tenisportal.cz)*

Ukázky, které jsem uvedl z předních sportovních webů bývají označovány jako „expresní zprávy“ a přesně vystihují účel zpravodajského žurnalistického stylu. Všechny příklady stručně informují o nejrůznějších událostech ze sportovního světa.

## **2.2.2 Analytický publicistický styl**

Analytický publicistický styl zprostředkovává předání informací, ale nejde jenom o co nejvýstižnější předání informace, jelikož autoři analytických publicistických textů také komentují, hodnotí a analyzují. Analytické texty mají funkci persvazivní

---

<sup>8</sup> Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

neboli přesvědčovací, získávací, ovlivňovací, formativní. Často se nejedná o aktuální informace, ale spíše aktuální zhodnocení. Může se jednat i o novou analýzu s argumentací a určitým postojem ke starším zprávám.<sup>9</sup>

Dochází zde k využívání modelovosti a automatizace vyjádření. Výrazněji však převládají stylové prostředky aktualizace a aktivace. Analytický publicistický styl využívá následující prvky: promyšlenou argumentaci za pomoci faktů, příkladů, výroků známých osobností, citací včetně apelu na emoce adresátů. Je využíván slohový postup informační, zároveň s jinými slohovými postupy, dost často se jedná o postup výkladový nebo úvahový. Útvary, jež využívá analytický publicistický styl jsou: úvodník, komentář, glosa, interview, debata, diskuse, polemika, recenze, kritika atd.<sup>10</sup>

Ve sportu má analytický publicistický styl také své zastoupení. Setkáváme se s ním jak v psaném, tak v mluveném projevu. Velmi časté jsou například preview, které nám podávají informace o zápase, který se teprve bude konat. Dochází zde ke zpracování statistických dat, jako je například to, kdy tým naposledy prohrál, kdy a s jakým výsledkem spolu týmy hrály naposledy, kdo je nejlepším střelcem, informace o zraněných hráčích, části rozhovorů s trenéry nebo realizačním týmem, předpokládané sestavy atd. Dalším útvarem, který také zasahuje do analytického publicistického stylu je pozápasová reportáž, ve které je statistické zpracování údajů z utkání. V mluveném projevu se s analytickým stylem setkáváme například ve studiu, kdy dochází ke zhodnocení zápasu, rozboru hry za pomoci videa, k analýze statistických údajů z utkání a dalším analytickým činnostem. V mluveném projevu vidíme také poměrně dost funkci persvazivní neboli ovlivňovací, kdy velká část populace přebírá názory expertů, jenž jsou součástí pozápasového studia.

---

<sup>9</sup> Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>10</sup> Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

*Teplíce se bez dozoru VARu mohou zachránit v Karviné*

*„Teplíce po veledůležitém vítězství v minulém kole sahají po jistotě záchrany. Definitivní tečku za bojem o udržení mohou Severočeši učinit další výhrou v Karviné. A to navzdory poněkud diskutabilní absenci videorozhodčího.*

*Pro "Skláře" by opravdu bylo nejlepší, aby měli klid již po výletu na východ republiky. V posledním kole se totiž Teplíce utkají s Příbramí, která jako jediná ještě ohrožuje setrvání žluto-modrých v nejvyšší soutěži. "Jedeme do Karviné plně soustředění, abychom už tenhle zápas zvládli za tři body a zajistili si záchranu," uvedl asistent hlavního trenéra Severočešů Josef Dvorník.*

*Karviná sídlí v prvoligové tabulce na dvanáctém místě a v podstatě už nemá o co hrát. Přesto Slezané chtějí v posledním domácím zápase sezony uspět. "Bude to těžký zápas, ale my ho určitě budeme chtít zvládnout. Kvůli našim fanouškům i případným spekulacím," ujistil Jan Baránek, jenž asistuje hlavnímu kouči MFK Jozefu Weberovi.*

*Na straně Karviné se zřejmě nepředstaví duo Brazilců Léo Pereira a Rafael Tavares, neboť oba trápí zranění. Mimo hru je také středopolař Tomáš Ostrák, otazník pak visí nad startem útočníka Michala Papadopulose. Teplíce budou postrádat brankáře Jana Čtvrtečku, obránce Davida Heidenreicha, záložníky Tomáše Kučeru s Patrikem Žitným a útočníka Jakuba Řezníčka. "(zdroj:<https://www.eurofotbal.cz/1-fotbalova-liga/2020-2021/preview/mfk-karvina-fk-teplice-638628>)*

Z ukázky je patrná funkce analytického publicistického stylu, kdy nedochází pouze k zprostředkování informací, ale také k jejich analýze. V příkladu se analyzuje předzápasová situace mezi Teplícemi a Karvinou, kdy se autor věnuje tabulkovému postavení obou týmů, zprostředkovává rozhovory s trenéry a hráči

### 2.2.3 Beletristický publicistický styl

Dochází k využívání výrazových prostředků, jenž beletrizují text stylovou vyhraněností a autorskou subjektivitou. Má funkci persvazivní a informativní, ale také funkci estetickou. Kompozice beletristických publicistických textů má často formu slohového postupu vyprávějíciho nebo popisného. Někdy je zase uplatňován postup informační či úvahový. Texty jsou většinou menšího rozsahu, a tak není tak patrná trichotomie (úvod, stať a závěr). Typickými útvary pro beletristický publicistický styl jsou: fejeton, sloupek, črta, beletrizovaná reportáž, medailonek.<sup>11</sup>

Ve sportovní žurnalistice se setkáváme s beletristickým publicistickým stylem často v pozápasových reportážích, které mohou být v psaných periodikách nebo také v televizi či rozhlasu. U sportovní žurnalistiky velmi zhusta dochází k prolínání jednotlivých stylů. Nejvýznačnější to je, podle mého názoru, při komentování sportovního utkání. Komentátoři totiž využívají všech žurnalistických stylů. Zpravovacího, když komentátor diváky informuje o tom, co se děje na hřišti, tak analytického, ve chvílích, kdy rozebírají jednotlivé situace, které vedly například ke gólu. Funkce beletristická nacházíme ve chvíli, kdy komentování dostává určitou estetickou hodnotu. V pozápasových reportážích také narážíme na prolínání stylů, když se dozvídáme o výsledku, o statistických údajích, které stojí za zmínku a je využito slohového postupu vyprávějíciho nebo popisného.

---

<sup>11</sup>Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

### ***Slovácko vyhrálo v Budějovicích a pojistilo si čtvrtou příčku***

*„Čtvrtým nejlepším týmem letošní sezony FORTUNA:LIGY se stalo Slovácko. Definitivní jistotu tomu dodalo předposlední kolo, ve kterém zvítězilo na hřišti Českých Budějovic 0:1. Gólem z penalty se o to postaral Daniček.*

*Utkání patřilo mezi ta méně pohledná. Přitom na úvodní gól se nečekalo dlouho, přišel hned po první vážnější situaci. Unikající Kliment byl poslán k zemi Javorkem, což sudí vyhodnotil jako penaltový zákrok. Exekuce pokutového kopu se ujal Vlastimil Daniček, jenž překonal gólmana a otevřel gólový účet utkání.*

*Ze zbytku zápasu stojí za zmínku zejména pět žlutých karet na straně domácích, co do fotbalovosti toho totiž věru moc k vidění nebylo. Blízko dalšímu gólu byl snad jen po sedmdesáti minutách hry Brandner, proti němuž se ovšem předvedl Bajza. Kousal už se k dorážce nedostal.*

*Slovácko tak svůj náskok na pátou Plzeň navýšilo na pět bodů, naopak Jihočeši ještě mají v posledním kole o co hrát. S Karvinou a Mladou Boleslaví se totiž na dálku poperou o jedenáctou příčku.“ (zdroj:<https://www.eurofotbal.cz/1-fotbalova-liga/2020-2021/reportaz/dynamo-ceske-budejovice-1-fc-slovacko-638631/>)*

V uvedeném příkladu nacházíme propojení všech žurnalistických stylů. Text obsahuje základní údaje o zápase a je v něm také začleněna analýza utkání a zároveň se zde objevují také beletristické prvky, kdy je užit popisný a vyprávěcí styl.

## 2.2.4 Výrazové prostředky žurnalistiky

Výrazové prostředky žurnalistiky bychom mohli rozčlenit na dvě skupiny. První skupina se jeví jako relativně stálá, neměnná a představuje ustálené a stereotypně se opakující konstrukce a obraty svědčící o procesu automatizace publicistického vyjadřování. Do druhé skupiny bychom zařadili prostředky, u kterých dochází k obměňování, jsou nové nebo odrážejí dobu či jsou nově proměnné a modifikované. Tyto prostředky jsou stylově aktivní, a tak v textu dochází ke stylové aktualizaci.<sup>12</sup>

Aktualizace je záměrnou odchylkou od standardního užití jazykových, výrazových prostředků. Termín je rozšířen v souvislosti se stylizací i na užití modelů textů nebo nonverbálních prostředků. Aktualizace je vlastně inovace ustálené sémantiky a formy jazykového znaku, a to včetně konotací, jež obsahuje. Opakem aktualizace je automatizace, ta využívá výrazového prostředku ve shodě se stylovou normou. Jejich vztah se poměrně dynamicky proměňuje. Standardní výrazy se kvůli obraznému užití stávají automatizacemi, ale časem se tento výraz stane opět standardním pro uživatele jazyka a aktualizace se začne pomalu vytrácet a slovo opět dostane rys automatizace.<sup>13</sup> Příkladem pro sportovní žurnalistiku by mohlo být slovo „*kapřík*“, které se aktualizovalo pro sportovní fanoušky jako synonymum pro úplatek. Postupem času však dochází k odbourávání aktualizace a slovo „*kapřík*“ bychom dnes mohli označit jako automatizaci, pokud by se jednalo o vztah ke sportovní tematice.

---

<sup>12</sup>Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>13</sup>Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

## 2.3 Lexikologie

Lexikologie je lingvistická slovní disciplína, která se zabývá lexikem, jinak řečeno slovní zásobou, jejím složením, uspořádáním (vrstvy slovní zásoby, vztah centra a periferie, spisovnost, nespisovnost, dynamika slovní zásoby. tj. u ohebných slovních druhů zahrnuje všechny gramatické tvary).

Základní jednotku slovní zásoby nazýváme lexém. Jedná se o jednotku, která je nadřazena všem svým konkrétním manifestacím v řečových řetězcích, tj. u ohebných slovních druhů zahrnuje všechny gramatické tvary. Jedna z možných formálních realizací lexému je vždy reprezentativní. Jedná se o infinitiv u slovesa a o nominativ u podstatného jména. V těchto podobách jsou pak lexémy uváděny ve slovnících.

Slovní zásoba je souhrnem všech slov daného jazyka. Můžeme ji rozdělit na aktivní slovní zásobu a pasivní slovní zásobu. Do aktivní slovní zásoby zahrnujeme slova, jež užíváme v běžné ústní a písemné komunikaci. Aktivní slovní zásoba zahrnuje cca 5000 slov. Pasivní slovní zásoba zahrnuje slova, jimž uživatelé rozumějí, ale nepoužívají je. Pasivní slovník průměrného člověka s odborným středoškolským vzděláním zahrnuje okolo 50 000 slov.

Ve slovní zásobě se vytvářejí vrstvy, které mohou být charakterizovány například: příslušností k jiným útvarům národního jazyka (slova nářeční, obecná, slangová, argotická), původem (domácí, cizí, přejatá), časovou platností (archaismy, historismy, neologismy), frekvence užití slova (slova frekventovaná, řídká, ojedinělá), slohovými příznaky (slova knižní, hovorová, poetismy, termíny), citovostí (slova kladně nebo záporně zabarvená neboli slova expresivní). Slovní zásoba je také ovlivněna geografickým aspektem. Podle tohoto aspektu rozdělujeme slovní zásobu na celonárodní, kam patří spisovná i nespisovná slovní zásoba a na slovní zásobu omezenou. Slovní zásoba omezená se dá rozdělit na územně omezenou (obecná čeština, dialektismy, regionalismy) a na sociálně omezenou (slang, profesionalismy, argot).<sup>14</sup>

Když se zaměříme na slovní zásobu z hlediska žurnalistiky, zjistíme, že nejčastěji užívanou vrstvou slovní zásoby, kromě spisovné češtiny, budou slangismy

---

<sup>14</sup> GREPL, Miroslav. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. ISBN 80-7106-134-4.



a professionalism, které jsou velmi hojně užívány sportovními komentátory a publicisty. Pokud budeme hovořit o slangu, tak slang je nespisovným útvarem jazyka a je charakteristický pro určitou zájmovou skupinu. Slang může být například studentský (žákajda, šprtat, šrotit, plavat), vojenský (bažant, frčky, opušťák) anebo slang, který nás v rámci této práce zajímá nejvíc, slang sportovní (bomba, zadák, pětka, betony).

Další velmi rozšířenou vrstvou slovní zásoby, kterou můžeme najít ve sportovní žurnalistice, jsou professionalism. Professionalismy jsou pojmenování v profesích, v tomto případě profesích zaměřených na sport. Dost často se tvoří pomocí univerbizace. V rámci sportovní žurnalistiky bychom jako příklad mohli uvést slova jako palubovka, šprickobunda nebo ofsajd.

Vrstvou slovní zásoby, kterou by jen tak někdo neočekával ve sportu, je argot. Argot označuje nespisovná pojmenování, která využívají určité skupiny lidí s cílem utajit před ostatními obsah svého sdělení. V běžném životě se jedná například o zloděje nebo jiné nekalé živly. Do sportovní žurnalistiky se argot dostal díky mafiánským praktikám v různých kauzách okolo funkcionářů fotbalového svazu. Příkladem uveďme kauzu „*Ivánku kamaráde*“ nebo z rozhovoru Romana Berbra se sudím Pavlem Královcem, kde se „*pozdravuje Pepa Krula a ze zbytku se dělá suchej hajzl*“ Argot bude zmíněn ještě v praktické části.

### 2.3.1 Metafora

Jedná se o přenášení významu slova na různé objekty, při nichž zapojujeme myšlenkové vazby, které se slovem máme. Vytváří se individuálně v mysli a každý člověk ji může vidět jinak. Metafora etymologicky pochází ze starořečtiny a má význam přenesení. V rétorice se jedná o jeden z tropů, u kterého dochází k náhradě přímého, vlastního pojmenování pojmenováním nevlastním na základě podobnosti jejich významů.<sup>15</sup> Metafora je přenesením významu na základě vnější podobnosti, například na základě tvaru, vlastnosti, umístění, funkce, pojmenování věcí na lidi, částí těla na lidi, zvířat na lidi. U metafory dochází k posunování významu. Ve sportovní tematice bychom mohli uvést jako příklady: *rána jak z děla, bombardování brány* či *hejno pronásledovatelů*.

---

<sup>15</sup> Marek Nekula (2017): METAFORA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

## 2.3.2 Metonymie

Stejně jako metafora, tak i metonymie slouží k přenášení významu z jednoho pojmu na druhý, jenž s ním souvisí prostorově, časově a nejčastějším případě kauzálně. Metonymie přenáší význam na základě vnitřní souvislosti denotátů.<sup>16</sup> Metonymie může být strukturní, místní, časová, způsobová, příčinnostní, etymologická, látková, symbolická. Metonymie je velmi často využívána ve sportovní žurnalistice při komentování sportovních zápasů, závodů. Mezi metonymie ve sportovním odvětví patří například: *Hráčská modla, pod taktovkou* nebo *fotbalová moderna*.

## 2.3.3 Sociolekty

Jedná se o jistou podobu národního jazyka, který zde má podobu nespisovné nebo hovorové vrstvy. Sociolekty lze označit v širším smyslu jako slang. Užití sociolektů je nejčastější v běžné, polooficiální nebo neoficiální komunikaci. Velmi často se jedná o vrstvu jazyka, jenž spojuje lidi se stejným zájmem nebo se stejnou profesí a tito lidé ho nevyužívají pouze ke komunikaci, ale je také znakem příslušnosti k určité zájmové skupině. Lexikální prostředky sociolektu by se daly rozdělit na slang (v užším smyslu) a na profesionalismy.<sup>17</sup>

Professionalismy jsou nespisovnými výrazy terminologické povahy motivované důvody věcnými, zejména snahou o jazykovou úspornost, mobilnost v mluvené komunikaci, jsou nociónální a jen málokdy mají synonyma. Professionalismy jsou často motivovány tím, aby došlo k pojmové diferenciaci. K jejich využívání dochází ve velkém množství oborů jako je například: lékařství, IT, zahrádkářství atd.<sup>18</sup>

Slangismy se mohou pro mluvčího mimo zájmovou skupinu jevit jako nespisovné výrazy a celkově působí mnohem více nespisovněji než profesionalismy.<sup>19</sup> Slangismy jsou citově zbarvené, expresivní, zvýrazňují příslušnost mluvčího k určité sociální skupině

---

<sup>16</sup> Milan Jelínek, Jarmil Vepřek (2017): METONYMIE. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>17</sup> Jaroslav Hubáček, Marie Krčmová (2017): SOCIOLEKT. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>18</sup> Jaroslav Hubáček, Marie Krčmová (2017): SOCIOLEKT. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

<sup>19</sup> Jaroslav Hubáček, Marie Krčmová (2017): SOCIOLEKT. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

a sám mluvčí se užitím slangu výrazně k dané sociální skupině hlásí. Slangy jsou velmi často součástí sportovní mluvy, kterou dále využívají i komentátoři.

## 2.4 Žurnalistika

Nebo také jinak žurnalismus je slovo odvozené z původně francouzského slova žurnál – deník. Slova žurnalistika popisuje novinářskou práci a produkty této činnosti, které přináší informace o aktuálním společenském dění. Jedná se o specifickou profesní činnost, do které zahrnujeme pravidelné sbírání, třídění, zpracovávání a distribuci aktuálních zpráv, které jsou tematicky diferenciovány na několik odvětví jako je oblast politického, kulturního, společenského, ekonomického, sportovního apod. dění, což bychom jinak mohli nazvat jako „zpravodajství“. Druhou částí žurnalistiky by mohla být „publicistika“, která se zabývá více nadčasovou tvorbou, která není vázána na sběr aktuálních faktů, ale spočívá ve srozumitelném výkladu něčeho, co je již známe nebo v případné soustavné prezentaci argumentace nebo subjektivního postoje či názoru. Žurnalisté výsledky své práce sdělují v pravidelných souborech ať už se jedná o deníkové či časopisecké produkce nebo televizní a rozhlasovou produkci, popřípadě v dnešní době stále častěji vyhledávané internetové produkci.<sup>20</sup>

Žurnalistika ve vztahu k veřejnosti má dvě funkce. První je funkce informativní, kdy novinář veřejnost informuje, tj. zajišťuje předání relevantních, vyvážených a nestranných informací. Druhou funkcí je pak funkce reprezentativní, kdy žurnalistika veřejnost reprezentuje, tj. žurnalistická produkce adekvátně nebo neadekvátně zaznamenává rozložení hlasů, názorů, ideologií, rozpoložení nebo hodnotových systémů ve společnosti.<sup>21</sup>

Činností žurnalistiky je pak: zajišťovat pravdivé a relevantní informace pro rozhodování občanů, vytváření fóra pro artikulaci jejich názorů a veřejného mínění, akcelerace tvorby veřejného mínění a nabízení témat a v neposlední řadě vykonává kontrolní roli ve vztahu k institucím a nositelům moci (také role hlídacího psa). Pokud dodržuje základní informační kvality, tak je jí připisována schopnost pravdivého a nezkresleného popisu skutečnosti.<sup>22</sup>

Z hlediska kritické teorie společnosti je žurnalistika vždy potencionálně propojena s vládnoucí elitou a jejími zájmy a napomáhá udržení moci vládnoucí elity a šíření její ideologie, tím zabraňuje procesu sociální změny a vytvoření rezistence ve společnosti.

---

<sup>20</sup> REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>21</sup> REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>22</sup> REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

Pro nedemokratické politické systémy jako jsou totalitní režimy je příznačné to, že tyto režimy definují žurnalistiku jako nástroj k udržení a posílení moci.<sup>23</sup>

Žurnalistika také sehrála významnou roli ve formování veřejného prostoru v období budování moderní, kapitalistické společnosti. Účastnila se utváření buržoazní veřejné sféry v jejímž rámci se buržoazie domohla politický práv a následně i získala politickou moc.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>24</sup> REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

## 2.5 Sportovní žurnalistika

Dalo by se říci, že sportovní žurnalistika je součástí našeho každodenního života. Sportovní zprávy, totiž vychází jak v denním tisku, tak jsou i součástí hlavních zpravodajských relací, které můžeme vidět na nejsledovanějších televizních stanicích jak u nás, tak i ve světě. V posledním desetiletí můžeme vidět také rostoucí popularitu sportovních zpráv, které jsou publikovány elektronicky.

Sportovní odvětví žurnalistiky je odvětvím poměrně mladým. První sportovní zprávy se začaly v tisku objevovat až počátkem 20. století. V té době si čtenáři ale samozřejmě nemohli přečíst takové množství sportovních zpráv, jako je tomu dnes. První sportovní zprávy vydaly v tehdejších novinách sotva na pár řádků, jednalo se o krátké zprávy, zpravidla o výsledky sportovních utkání. K rozvoji sportovní žurnalistiky začalo docházet ve chvíli, kdy se začal rozvíjet samostatný sport a také začala růst jeho obliba. Sport v rámci publicistiky začal dostávat více prostoru, a kromě krátkých zpráv, kde byly vypsány výsledky jednotlivých klání se začaly psát, také reportáže o průběhu jednotlivých sportovních zápasů.

Ve všech tištěných mediích periodického typu má sport podstatné zastoupení. Ve všech větších denících je část obsahu věnována sportu. Sportovní zprávy bývají v denících zasazeny zpravidla na poslední stránku, popřípadě stránky. V České republice je také dokonce jeden deník, který je celý zaměřen na zprávy ze sportovní branže. Jedná se o deník Sport, který zprostředkovává nejzajímavější zprávy ze světa sportu. V regionálních denících zase můžeme vidět sportovní zprávy, jenž se zabývají výsledky a reportážemi sportu v daném regionu. Při konání velkých sportovních akcí jako jsou Olympijské hry nebo mistrovství světa ve fotbale či hokeji vydávají deníky sportovní zprávy ve formě samostatných sešitů, případně dochází k vydání speciálních příloh a magazínů.

Televizní stanice zařazují sportovní zprávy do svého programu. Nejčastěji bývají součástí hlavní zpravodajské relace, kdy bývají umístěny na konec této relace a mívají vlastní moderátory. Mezi diváky jsou velmi oblíbené přímé přenosy sportovních událostí. Televize, které vysílají přímé přenosy se těší velké sledovanosti. Stejně jako u tištěných sportovních zpráv dochází k největší sledovanosti přenosů ve chvílích, kdy probíhá velká sportovní akce jako jsou Olympijské hry, kdy na televizních kanálech běží nepřetržitý program z konané akce, který se věnuje jak přímým přenosům, tak i nejruznějším reportážím o akci nebo účastnících. V České republice přenosy z olympijských her zprostředkovává

Česká televize, která má zakoupená práva i na další hry, které by se měly konat v Tokiu v roce 2021, Zimní olympijské hry v roce 2022, tak i na další plánované letní hry, jenž se mají uskutečnit v roce 2024 v Paříži.

*ČT sport* (dříve ČT4) je program, který byl spuštěn v pořadí jako čtvrtý program České televize. Z toho pramení také dřívější název *ČT 4*. Sportovní program české veřejnoprávní televize byl spuštěn v roce 2006 v rámci ZOH v Turíně, které byly zároveň jeho prvním projektem. Při spuštění v roce 2006 se jednalo o první veřejnoprávní sportovní stanici v Evropě. V roce 2008 došlo k přejmenování stanice na *ČT sport*. (zdroj: <https://sport.ceskatelevize.cz/>)

*ČT sport* se věnuje významným sportovním událostem, ale také událostem, kde najdeme české zastoupení a také domácím sportovním akcím. Na sportovním programu veřejnoprávní televize nenajdeme pouze, z diváckého hlediska, ty nejatraktivnější sporty, jako jsou fotbal nebo hokej, ale velmi často dostávají prostor také menší sporty, které nejsou divákům tak známy a nejsou v České republice tak populární. Jedná se například o volejbal, futsal, házenou, skeleton nebo kanoistiku. Můžeme říct, že za poslední roky na *ČT sport* značně ubylo fotbalových a hlavně hokejových přímých přenosů. Důvodem jsou televizní práva na dané soutěže, která jsou zakupována komerčními stanicemi. Z veřejnoprávní televize se tak vytratily přenosy fotbalové Ligy Mistrů, v rámci domácí nejvyšší soutěže v kopané v sezóně 2020-2021 vysílá *ČT* pouze páteční zápasy a co se týče Extraligy ledního hokeje, tak má *ČT* právo pouze na jeden zápas kola. V rámci vysílání celé České televize běží programy, jako je *Sport v regionech*, který se věnuje sportovním akcím v rámci jednotlivých menších regionů a divák se tak dozvídá o sportovních akcích, které jsou mu vzdálenostně blízké, a kterých se často účastní sportovci z jeho okolí. (zdroj: <https://sport.ceskatelevize.cz/>)

Česká televize je také časté pořadatelem nebo spoluorganizátorem sportovních akcí. Za zmínku stojí například akce *S ČT sport na vrchol*, která vznikla v roce 2010, a jenž má za úkol vtáhnout diváky do televizního vysílání. V rámci akce *S ČT sport na vrchol* se soupeří v alpském lyžování v nejrůznějších ski areálech po celé České republice. V roce 2020 byly naplánovány závody na Dolní Moravě, Klínovci, Lipně, Karlově pod Pradědem a Špindlerově Mlýně, kde se mělo odehrát finále soutěže. To však bohužel bylo z důvodu koronavirových opatření zrušeno. ČT se také podílí

na pořádání akce *ČT Author cup*, což je cyklistický závod, a také na mnohých dalších akcích. (zdroj: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/13208514024-s-ct-sport-na-vrchol-10/>)

V současné době má divák poměrně velkou možnost využít služeb komerčních sportovních kanálů, jako je například televize Nova, která nabízí divákům dva televizní programy věnované pouze sportu, a to *Nova sport 1* a *Nova sport 2*. Do roku 2008 byla *Nova sport* známá pod názvem *Galaxie sport*, která začala vysílat v roce 2002. *Nova sport* patří do skupiny Central European Media Enterprises. Do vysílacího programu této stanice patří přenosy *National Hockey League*, mužské tenisové zápasy, *MotoGP*, přenosy fotbalové Evropské Ligy. (zdroj: <https://sport.tn.nova.cz/>)

Stálíci mezi sportovními programy je nepochybně *Eurosport*, jenž je celoevropskou televizní sportovní sítí. *Eurosport* vysílá do 59 zemí v 20 různých jazycích. Stanice je provozována francouzskou televizní skupinou TF1. Satelitní vysílání tohoto programu bylo spuštěno v roce 1989 a v roce 2005 došlo ke spuštění programu *Eurosport 2*. Mezi sporty, které na *Eurosportu* převládají jsou: fotbal, tenis, atletika, plavání, cyklistika. Velmi populární v rámci stanice je také alpské lyžování, běžecké lyžování, biatlon nebo skoky na lyžích. *Eurosport* přenáší většinu významných sportovních akcí, kam patří letní i zimní olympijské hry, tenisové grandslamy, *Tour de France*, *Giro d'Italia* a *Vuelta a España* v rámci cyklistiky, světový pohár v biatlonu, světový pohár v alpském lyžování, *Tour de ski* v rámci klasického lyžování. Stanice se zabývá i motosportem, kdy do jejího vysílání patří přenosy z *Rallye Dakar*, *Rally Monte Carlo*, *24 hodin v Le Mans* nebo *MotoGP*. Na *Eurosportu* dostávají také prostor menší sporty, jako je vodní slalom, vodní pólo či kulečník. Organizace *Eurosportu* zaměstnává spoustu známých osobností, které se věnují komentování sportovních akcí, jako příklad můžeme uvést Matse Wilandera, bývalého tenisového hráče, jenž se věnuje uvádění ve studiu při tenisových zápasech. (zdroj: <https://www.eurosport.com/>)

Mezi další sportovní stanice, které vysílají v češtině patří *Sport 1* a *Sport 2*, ty kromě České republiky zasahují svým vysíláním na území Maďarska, Slovenské republiky a dříve taky Rumunska. Pro Česko a Slovensko je jednotné vysílání, pro diváky je vysílání komentováno v jejich rodném jazyce. Televizní stanice jsou vlastněny AMC Networks International Central Europe. V České republice vlastní *Sport 1* práva na přenosy Formule 1, Kontinentální Hokejové Ligy, NFL nebo nejvyšší fotbalové soutěže Turecka. (zdroj: <https://sport1tv.cz/>)



Od roku 2009 je rozšířeno spektrum televizních stanic o *Digi sport*, stanici, jenž má svůj původ v Rumunsku a je dostupná pouze na platformě Digi TV. *Digi sport* je v dnešní době programem, který zaujme hlavně kopanou, jelikož nabízí velké množství zápasů z nejlepších soutěží světa, kam patří španělská *La Liga*, německá *Bundesliga*, italská *Série A*, anglická *Premier League* či nejstarší klubová soutěž světa, *FA Cup*. Mezi další nabízené přenosy patří: NFL nebo UFC. (zdroj: <https://www.digisport.ro/>)

Poměrně novým konkurentem zaběhlým sportovním stanicím je od roku 2017 *O2 TV*, což je digitální televize, která ve svém programu nabízí stanici *O2 TV sport*, která má zakoupená práva na většinu zápasů *Extraligy ledního hokeje*, *Fortuna ligy*, *NFL*, *Premier League*, *Champions League* nebo v poslední době mezi diváky velmi populárního UFC. U *O2 TV* je obraz zprostředkován za pomoci set top boxu, popřípadě lze využít internetového vysílání. Digitální televize O2 je provozována společností O2 Czech Republic. Zakoupením práv soutěží, které jsou diváky nejvyhledávanější se stalo O2 jedním z hlavních aktérů na poli sportovních programů. (zdroj: <https://www.o2tv.cz/>)

## 2.5.1 Deník Sport

*Denik sport* je v České republice bezpochyby nejsledovanějším tištěným zdrojem sportovních zpráv. Mezi čtenáři nachází jak své fanoušky, tak i své odpůrce, kteří mu mnohdy přikládají nálepku bulváru, a to z důvodu méně či více zavádějících titulků. Mezi další důvod patří, že vydavatel Sportu je *Czech News Center a.s.*, což je jeden z největších vydavatelských domů v České republice. Akcionářem se stala firma Czech Media Invest, která je z 50 % vlastněna jedním z nejbohatších Čechů – Danielem Křetínským, jenž je zároveň majitelem fotbalové Sparty. Nálepku bulváru má sport hlavně z důvodu, že do vydavatelství *Czech News Center a.s.* patří bulvární deníky *Blesk* a *Aha!*. (zdroj: <https://isport.blesk.cz/>)

Z hlediska historie se jedná o sportovní deník s dlouholetou tradicí, jenž začal vycházet v roce 1953, konkrétně 3. ledna. Zprvu vycházel dvakrát týdně – v úterý a v sobotu. Od roku 1954 přibýlo čtvrtěční vydání a od roku 1957 vycházel *Sport* čtyřikrát týdně, a to v úterý, středu, čtvrtek a pátek. O rok později už vychází zprávy o sportu v deníku každý den kromě pondělí a neděle. Po zrušení monopolu na pondělní vydání, které mělo *Rudé právo* do roku 1965, se v pondělí začal vydávat také *Československý sport*. V souvislosti s touto událostí došlo k založení brněnské a ostravské redakce. V roce 1993,

kdy došlo k rozpadu federace, se název změnil na *Sport*. Od 21. dubna 1999 je také přístupná internetová verze *Sportu*. (zdroj: <https://isport.blesk.cz/>)

*Deník Sport* je jediným celostátním deníkem, který je zaměřen na sportovní zprávy. Součástí je také jeho barevná příloha s názvem *Sport magazin*, který vychází každý pátek. *Deník Sport* vychází ve dvou regionálních mutacích rozdělených na Čechy a Moravu. V neděli vychází rozšířený *Nedělní Sport*. Internetovou verzí je *Isport.cz*. (zdroj: <https://isport.blesk.cz/>)

## 2.5.2 Sportovní internetové weby

Mezi další platformy, kde se můžeme setkat se sportovní publicistikou, patří internetové weby, které se většinou specializují na jeden sport. Výjimku tvoří již zmíněný *Deník Sport*. Na internetu najdeme mnoho webů zaměřených na sport. Většinou se jedná o sport s velkou fanouškovskou základnou, jako je fotbal, hokej nebo tenis. Tyto portály přináší zprávy o zápasech, tvoří preview, rozhovory s hráči, reportáže o zápasech atd.

Jedním z nejvýraznějších webů, které jsou zaměřeny na kopanou u nás, je Eurofotbal.cz, který se zabývá fotbalovým děním prakticky z celého světa. Tento web přináší nejrůznější informace, ať už se jedná o preview zápasů, výsledky zápasů nebo následné reportáže ze zápasů. Nejčastějším zdrojem zpráv tohoto webu je ČTK (Česká tisková kancelář). Eurofotbal se nezaměřuje pouze na českou Fortuna Ligu, ale i o zahraniční soutěže, kam bychom zařadili španělskou La Ligu, anglickou Premier League, německou Bundesligu, italskou Sérii A, portugalskou Primeira Ligu, francouzskou Ligue 1, ruskou Premier Ligu, nizozemskou Eredivisie, Ligu mistrů, Evropskou Ligu nebo mezinárodní soutěže, jako je Mistrovství Evropy či Mistrovství Světa. Součástí webu je i livescore, kde se dají sledovat online fotbalové výsledky a také zde můžete najít tzv. „expresní“ zprávy, které poukazují na určitou událost. Těmto zprávám však většinou nebývá věnován samostatný článek. Na Eurofotbalu jsou hojně rozšířeny komentáře pod články. (zdroj: <https://www.eurofotbal.cz/>)

O zprávy ze světa tenisu se u nás zajímá web *tenisportal.cz*, který přináší zprávy jak z mužské série ATP, tak i z ženské WTA. *Tenisportál* funguje na podobném principu jako Eurofotbal akorát v tenisovém provedení. Zajišťuje výsledky, reportáže ze zápasů, možnost diskuze pod příspěvky, „expresní“ zprávy a livescore, kde je možné sledovat právě probíhající zápasy. (zdroj: <https://www.tenisportal.cz/>)

Na hokejové dění se v ČR zaměřuje web *hokej.cz*. Jedná se o oficiální web českého hokeje, což znamená, že se především zaměřuje na tuzemské hokejové dění. Web podává zprávy především z ELH, CHANCE Ligy, reprezentace a 2. ligy a ze soutěží mládeže. Jeho součástí je také web *NHL.cz* a zaměřují se také na ostatní zahraniční soutěže, a hlavně na výkony krajanů v nich. Část webu je mimo jiné zaměřena na historii hokeje. V této části najdeme výsledky a tabulky domácí soutěže již od roku 1936, reprezentační historii a rekordy ELH, které jsou rozdělené na základní část a playoff. (zdroj: <https://hokej.cz/>)

### 3. Praktická část

Pokud se mám zamyslet nad funkcí sportovní žurnalistiky, tak mě nenapadne pouze funkce informativní, kterou sportovní žurnalistika bezpochyby má, ale také funkce, která je ve sportovní publicistice velmi výrazná, a tou je funkce estetická. Ve sportovní publicistice si autor hraje mnohem více se slovy, které volí. Nejvíce tuto skutečnost vidíme na komentování sportovních klání v rámci televizního nebo rozhlasového vysílání. Sportovní komentátoři jsou totiž podle mého názoru vždy velkými fanoušky sportu, který komentují, a pokud se jim utkání líbí, tak i v jejich komentování vidíme jejich subjektivní názory. Sportovní komentář dost často využívá nejrůznějších přirovnání a také slovních spojení, které máme spojená i s jinou oblastí, než je pouze sport. Ve sportovním komentáři se setkáváme také s metaforami a metonymií.

Autentické ukázky užití v praktické části jsem čerpal ze sportovních přenosů, které vysílají televizní stanice dostupné v České republice, z pořadu Dohráno (vysílá ČT), z přenosů Českého poháru ve vodním slalomu (vysíláno na: youtube).

Komentáře jsou dílem nejrůznějších sportovních komentátorů napříč sportovním spektrem.

### 3.1 Náboženské motivy ve sportovní žurnalistice

Jedním z příkladů může být náboženství. Pro některé fanoušky je sport opravdovým náboženstvím. Ve sportovní terminologii se dost často vyskytují slova, která jsou spjata s náboženstvím. Může to být například *svatostánek*, jenž sportovní komentátoři často využívají pro označení stadionu. Nejčastěji se slovo *svatostánek* využívá ve spojení s fotbalovými stadiony. Pro některé fanoušky může být fotbalový stadion doopravdy *svatostánkem*, protože kopanou považují stejně jako víru za jednu z nejdůležitějších věcí v jejich životě. Typickým místem, kde je fotbal brán jako náboženství, je Jižní Amerika. Zde se můžeme bavit o tom, že pro fanoušky je stadion chrámem nebo svatyní, která pro ně má „posvátný“ charakter. Tak jako svatyně je dějištěm náboženských obřadů, tak i pro fotbalové fanoušky je samotný zápas obřadem, který nemůže vynechat stejně jako nedělní mši. Součástí svatyní nejrůznějších náboženství jsou také relikvie. Stadiony neobsahují pozůstatky těl, tak jako chrámy různých náboženství, ale můžeme zde nalézt sekundární „relikvie“. Tímto jsou myšleny například dresy, kopačky, trofeje, které mohou sloužit pro fanoušky jako artefakty velkých vítězství a také jako vzpomínky na významné a slavné hráče jejich klubu, které by někteří fanoušci označili za Bohy. Dalším možným označením pro stadiony je slovo *chrám*, které má stejný vnitřní význam jako *svatostánek*.

Dalším příkladem, kdy je sportovní terminologie spjata s náboženstvím, je při užití slova *Mekka*. Příkladem může být spojení: „*Skandinávie, to je Mekka běžeckého lyžování.*“ Užití slova *Mekka* v tomto případě značí místo vzniku, protože tak jako Mekka v dnešní Saudské Arábii je rodištěm proroka Mohameda, zakladatele Islámu, tak Skandinávie je místem, kde vzniklo běžecké lyžování. Zároveň si ale nemyslím, že tak, jak je Mekka posvátným místem pro ty, co vyznávají Islám, tak je Skandinávie posvátna pro běžce na lyžích. Jedná se o místo, kde je běžecké lyžování velmi oblíbené, ale není považováno za posvátné. Myslím si, že *Mekka* nemusí mít vždy význam místa, kde něco vzniklo. *Mekka* podle mého názoru může mít také význam místa, které je centrem nějaké aktivity, „*Pražská Troja, Mekka vodního slalomu v České republice.*“ V tomto případě se nejedná o místo, kde by měl vodní slalom svůj počátek, ale o místo, které je bráno jako centrum vodního slalomu v České republice, kde se jezdí například Světové Poháry, Mistrovství Světa nebo Mistrovství Evropy. Pražská Troja je pro širokou veřejnost nejznámější umělá slalomová dráha v Čechách, a tudíž je brána jako centrum vodního slalomu. Pokud se zaměřím na význam Mekky, jakožto města významného pro muslimy, myslím si, že i v tomto případě se jedná o významovou podobnost. *Mekka* je totiž v obou případech

centrem. V prvním případě je Mekka centrem islámského vyznání, ve druhém znázorňuje centrum vodního slalomu v České republice. Další možný význam nacházím v tom, že by se mohlo jednat o místo s vrcholným významem pro určitého člověka nebo sociální skupinu. V tomto případě by se jednalo o velice subjektivní pohled, protože pro každého může být „vrcholným“ místem něco jiného. Nebál bych se využít tohoto slova v případě, že bych mluvil například o tom, že „závody na Lipně jsou Mekkou vodáckého sportu v České republice.“ Pro mě, jako pro vodáka by se v tomto případě jednalo o vrchol, jednak protože se zde konají závody všech disciplín od vodního slalomu, sjezdu na divoké vodě, extrémního kajaku až po rafting, popřípadě stand up paddling, ale také proto, že se jedná o jeden z nejtěžších závodů v Evropě. Podobnost významu určitého „vrcholu“ s významem původním bych zde, také našel. Pro muslimy je vrcholem navštívení Mekky, pro mě z pohledu vodáka, jsou to závody na Lipně.

Své místo zde má i výraz *svatyně*, se kterým se setkáváme ve chvíli, kdy se ve sportovní terminologii mluví o brankové konstrukci. Svatyni můžeme označit objekty, které mají pro někoho „posvátný charakter“. Nemusí se tedy jednat pouze o náboženské stavby, jako jsou kostely nebo mešity. Kupříkladu pro fanouška může být *svatyní* branka jeho týmu. Ve sportovním komentáři často slycháváme věty typu: „*Petr Čech ustrážil domácí svatyni před útokem hostů*“. V případě *svatyně* jako branky se jedná o metonymii, jelikož je zde vnitřní souvislost, která je znázorněna vztahem věřících k svatyni jako náboženskému objektu. Stejně i fanoušek týmu má vztah k objektu fotbalové branky, kdy pro oba má jejich *svatyně* „posvátný charakter“.

Velmi častou frází, která je využívána ve sportovním komentáři, je *diváci se modlili*. Příkladem může být: „*Diváci se modlili, aby tahle střela neskončila v bráně*.“ Myslím, že v tomto případě se nejedná o metaforu a ani metonymii. Diváci ve chvíli, kdy letí střela směrem na jejich branku, se vždy modlí za to, aby střela minula svůj cíl a soupeř se nemohl radovat z gólu. Velmi často jsou na stadionech k vidění fanoušci, kteří se modlí za dobrý výsledek. Stejně tak sledujeme věřící, jež se modlí při návštěvě kostela.

„*Hráčská modla*“ – Modla v náboženské terminologii označuje předmět požívající náboženské úcty. Synonymem pro *modlu* je slovo *idol*. Často jde o znázornění Boha, duchovní bytosti. Ve sportu často slycháváme o *hráčských modlách*, které komentáři užívají ve chvíli, kdy se mluví o nejlepších hráčích světa, kteří jsou stejně jako náboženské modly uctívání. Jedná se o přenesení významu na základě vnitřní souvislosti.

### 3.2 Vojenská terminologie ve sportovní žurnalistice

Další terminologie, která je ve sportovním komentáři hojně rozšířena, je terminologie vojenská. Bývá často využívána, jelikož sportovní komentátoři rádi připodobňují sportovní zápasy k bitvám, jednotlivým součástem bitvy, anebo k jejím aktérům. Sportovní utkání podle mého názoru bývají velmi často „bitvami“, které se místo bitevního pole odehrávají na hřišti. Komentátoři nejednou užíli pro označení hřiště právě *bitevního pole*. Podobně jako v bitvách, tak i v případě zápasu se setkáváme s ofenzívou a defenzívou, *obranným blokem*, který bývá přirovnáván k *Maginotově linii*. Útok často nese názvy slavných ofenziv, jako je *Nivellova* nebo *Kerenského* ofenzíva. Hráči s tvrdším a obětavým stylem bývají označováni za *válečníky*. Hráči a armádní jednotky, které operují na stranách jsou označovány jako křídla.

„*Polní maršál Pavel Horváth*“ – Zde dochází k přenesení významu na základě vnitřní podobnosti. Polní maršál bylo označení pro vojenskou hodnost, jež se užívala kupříkladu v Rakousku – Uhersku či Třetí říši, kde se jednalo o nejvyšší hodnost jak mezi pozemními, tak mezi leteckými jednotkami. Přenesení významu je zde na základě metonymie, kdy *polní maršál* je velitelem v armádě. Stejně tak Pavel Horváth, jakožto trenér (dnes již bývalý) Příbrami, „velí“ a organizuje hru svého mužstva. Polní maršál by také měl být dobrým stratégem a taktikem stejně jako trenér.

„*Zalovil ve své maršálské torně*“ – Opět se jedná o přenesení významu na základě vnitřní souvislosti. *Torna* by v tomto případě byla částí tornistry, což označuje vojenskou tornu, pro kterou by mohlo být synonymem slovo batoh. Maršál ve sportovním komentáři značí podobnost s trenérem. Ve chvíli, kdy trenér tedy *zaloví v maršálské torně*, tak dochází ke střídání hráčů, ke změně taktiky nebo stylu hry.

„*Třinecká letka vyráží do útoku*“ – Zde se podle mého názoru jedná o metaforu, protože v tomto příkladu vidím vnější podobnost na základě tvaru. Letecké jednotky mívají danou určitou strukturu nebo rozestavení. Podobnost vidíme i u hokejového útoku, který svým tvarem připomíná právě letku, kdy centr je více vysunut a křídelní hráči (křídla) jsou v závěsu za ním. Letka i útok připomínají svým tvarem šipku.

„*Má v noze dělo*“ – V tomto případě hovoříme o přenesení na základě vnější podobnosti. U tohoto spojení se většinou bavíme o fotbalistovi s tvrdou a rychlou střelou, kterou bychom mohli přirovnat ke střele, jež vyšla z děla. Často slyšíme komentátory

také používat spojení „*dělová střela*“ nebo „*dělovka*“, které označují rázné střely. Podobný význam má i slovo *bomba*, které často slycháváme ve fotbalových přenosech, např. „*Dalekonosná bomba*“, jenž označuje střelu z větší dálky.

„*Bombardování brány*“ nebo „*Ostřelování brány*“ – V obou případech se jedná o přenesení významu na základě vnější podobnosti neboli metaforu. Podobnost zde vidím v tom, že tak, jak se bombarduje nebo ostřeluje za pomoci děl určitá oblast v rámci vojenského konfliktu, tak ke stejnému ději může docházet na hřištích a kluzištích. Podobnost nacházíme, také ve frekvenci „ostřelování“ nebo „bombardování“, kdy se jedná o stálý nápor a tlak. Jedna střela střídá druhou.

„*Provalil se obranou, jako tank*“ – Tank v tomto příkladu je metaforou, jelikož dochází k pojmenování věci na osoby. Význam se zde přenáší na základě vnější podobnosti. „Tankem“ bývají často hráči většího vzrůstu a robustnější postavy, kteří svým vzhledem mohou působit jako tank, který si razi cestu skrz překážky, jež mu stojí v cestě.

„*Čistý průstřel*“ – Čistý průstřel bych definoval jako střelu, jež nikdo netečoval a které se nedotkl ani brankář. Dost často se podle mě jedná o střely, které projdou brankaři mezi nohama. Na tomto příkladě vidím přenesení významu na základě vnější podobnosti. Střela vyslaná z kopačky nebo hokejky může být připodobněna k projektilu, jenž byl vystřelen z pistole. Podobně, jak projektil z pistole při „*čistém průstřelu*“ proletí tělem skrz, tak míč nebo puk proletí skrz všechny překážky až do brány. Slova *střela* či *projektil* byla přebrána z vojenské terminologie, kdy se stejně jako v případě *čistého průstřelu* jedná o metafory, kdy „kop nohou do míče“ nebo „úder hokejkou do puku“ vypadají jako střely z děla.

„*Pokyn: na Plzeň! Načasovali pardubičtí ideálně*“ (zdroj komentáře: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10115113540-studio-fotbal/221471291122318-studio-fotbal-dohrano/>) – Jelikož je zde patrný odkaz na knihu *Osudy dobrého vojáka Švejka* a Švejkovo zvolání: „*Na Bělehrad*“, myslím si, že by se mohlo jednat o aluzi (narážka), což je v rámci strukturalistické teorie odkaz na jiný text nebo společenskou realitu. Myslím si, že v uvedeném příkladě se jedná o aluzi literární, jelikož se odkazujeme na knihu, aluzi vědomou, protože sám autor zná kontext toho, na co naráží a počítá i s tím, že divák bude toto zvolání, které dnes již zlidovělo, znát. Bude se jednat také o aluzi nepřímou, jelikož autor výroku si upravil původní zvolání, které je obsazeno v knize. Příklad jsem zařadil do vojenské terminologie z toho důvodu, že zde vidím jasný odkaz



na postavu Švejka, který v knize na vozíku táhl do války, kterou vyhlásilo Rakousko-Uhersko Srbsku po atentátu na následníka trůnu Františka Ferdinanda d'Este v Sarajevu. Nepochybně se také jedná o literární odkaz. Odkazy na literaturu mají ve sportovní žurnalistice také určité zastoupení.

„*Dostat Világoš*“ – Jedná se přirovnání s odkazem na kapitulaci u Világoše, jež byla závěrečnou částí maďarské revoluce z let 1848 a 1849, které byla potlačena vojsky Františka Josefa I. Poslední zbytky revolučních jednotek kapitulovaly u rumunské obce Siria, která byla tehdy známá pod maďarským názvem Világoš. Dostat Világoš v češtině zlidovělo a používá se ve smyslu dostat „dostat výprask“, „dostat nakládačku“ nebo „drtivě prohrát.“ Pokud by ale měl posluchač pochopit původní význam, musel by znát kontext toho, čím kapitulace u Világoše byla v historickém kontextu. U původního významu bychom se tedy mohli bavit i o metonymii.

### 3.3 Kulturní motivy ve sportovní žurnalistice

„*Pod taktovkou*“ – Tak, jak dirigent má pod svou taktovkou celý orchestr, který se řídí jeho pokyny, tak by i trenér měl mít pod svou „taktovkou“ celý svůj tým, jenž by ho měl na slovo poslouchat. Užití spojení „*pod taktovkou*“ slyšíme nejčastěji ve spojení s trenéry, například: „*Český národní tým pod taktovkou Filipa Pešána zvítězil v devíti utkáních za sebou.*“ Jedná se o přenesení na základě vnitřní souvislosti, tedy metonymii. Komentátor vidí úlohu trenéra ve vedení stejně jako u dirigenta. Trenéři bývají sportovními komentátory také označováni jako *dirigenti*.

„*V druhém dějství*“ - Komentátor připodobňuje poločas fotbalové utkání k divadelnímu představení. Nacházíme zde opět přenesení významu na základě vnější podobnosti, protože jak fotbalové utkání, tak divadelní představení většinou mívají dvě části (dva poločasy a dvě dějství). Při divadelním představení očekáváme, že se nám posune zápletky, eskalace napětí, jsme zvědaví, co nám představení nabídne a očekáváme rozuzlení. Všechny tyto prvky můžeme najít ve fotbalovém utkání, kdy diváci s napětím očekávají, co se v druhé půli přihodí. Dochází také k eskalaci napětí, pokud zápas bude vyrovnaný, tak na konci vždy dojde k rozuzlení v podobě závěrečného hvizdu. Nacházím podobnost zápasu a divadla v mnoha stránkách. Obojí má své diváky, fotbalisty, kteří pokud trochu nasimulují pád, označujeme za herce. Synonymem pro *simulování* je *přihrávání situace*, v čemž vidíme odkaz právě na herectví.

„*Závěrečné drama*“ – Opět se jedná o metaforu, jde o podobnost s divadelním prostředím, kde v závěru dochází k rozřešení problému, před kterým dochází většinou k dramatickým chvílím. Ve sportu také velmi často dochází k *závěrečnému dramatu*, který nastává nejčastěji ve chvílích, kdy prohrávající tým tlačí svého soupeře a snaží se dostat míčky vah na svoji stranu. Často se tato fráze užívá ve chvílích, kdy hraje náš reprezentační tým nebo klub z České republiky.

„*Fotbalová moderna*“ – Modernou můžeme označit směr, který se vymezuje proti starším a přechozím směrům. Moderna označuje směr umělecký, filozofický ale třeba i náboženský. V tomto případě shledávám podobu právě s uměleckým zaměřením. Jednalo by se opět o přenesení významu na základě vnitřní souvislosti. Stejně jako moderna představuje něco nového v umění, pod fotbalovou modernou si představím právě moderní pojetí fotbalu, kdy se hraje více po zemi, techničtější fotbal, bez neustálých nákopů dopředu a tvrdší hry. Často bývá *fotbalová moderna* spjata se stylem hry týmu FC Barcelona.

„*Stanciu zahrál na housle Santosovi*“ – Zde se jedná o slangový výraz, kdy *housle* znázorňují projití míče mezi nohami. U tohoto příkladu tedy Stanciu protlačil míč mezi nohami Santosovi.

„*Cadu ukázal, jak se tančí východočeská samba*“ (zdroj komentáře: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10115113540-studio-fotbal/221471291122318-studio-fotbal-dohrano/>) – U tohoto komentáře Jiřího Štěpána, který zazněl v rámci *Dohráno* by se dalo hovořit o aluzi neliterární, vědomé a nepřímé. Nedochází zde k odkazování na jiný text, ale na společenskou realitu, kterou nacházím v narážce na brazilskou národnost hráče, který vstřelil gól. Z Brazílie pochází také tanec Samba, dochází tedy k narážce na národnost, která spojuje hráče s tancem. Adjektivum *východočeská* naráží na klubovou příslušnost brazilského obránce k FK Pardubice.

„*Výstavní obranu neměli ani domácí*“ (zdroj komentáře: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10115113540-studio-fotbal/221471291122318-studio-fotbal-dohrano/>) – Odkaz na další kulturní odvětví – výstavy. Na výstavách se setkáváme většinou s exponáty, které stojí za vidění a které mají určitou hodnotu a představují určitý vzor. Stejně tak lze pochopit *výstavní obranu*, jež by měla znázorňovat určitou kvalitu a výkonnost obranné řady.

### 3.4 Motivy přírody ve sportovní žurnalistice

„*Na trati je ještě spousta vlčáků*“ – V tomto příkladu Pavel Čapek přirovnává běžce na lyžích, kteří se ještě vyskytují na trati k *vlčákům*. Komentátor tím chce zdůraznit, že se nejedná o závodníky, kteří by neměli ambice se prát o nejvyšší příčky. Komentátor využívá tohoto přirovnání, kdy pod *vlčákem* si představíme silného a velkého psa. Určitě by komentář vyzněl jinak, kdyby bylo zmíněno, že na trati pohybuje ještě velké množství čivav.

„*Hejno pronásledovatelů*“ – V tomto příkladu se jedná o metaforu ze zvířecího světa, kdy komentátor závodu v běžeckém lyžování přirovnává skupinu, která jede v závěsu za leaderem k hejnu. Řekl bych, že se jedná metaforu na základě podobnosti tvaru, jelikož pronásledovatelé ve seskupení, ve kterém se nacházeli, připomínali hejno ptáků.

„*Prosmýkl se, jako lasička*“ – Přirovnání bývá obecně velmi často využíváno sportovními komentátory. U tohoto příkladu komentátor přirovnává rychlost a hbitost hráče k lasičce, která je známá především těmito vlastnostmi.

„*Z Olomoucké líhně*“ – Jedná se o metaforu, kdy komentátor připodobňuje známou olomouckou akademii, kde vyrostlo velké množství fotbalových talentů a budoucích výborných fotbalistů, k *líhni*, jakožto místu vzniku.

„*Akce měla jepičí život*“ – Podle mého názoru se u tohoto příkladu jedná o přenesení významu na základě vnitřní souvislosti, tedy metonymií, kdy musíme znát kontext *jepičího života*, kdy jepice žijí pouze jeden či pár dní. Pokud tedy akce měla *jepičí život*, tak se jednalo o akci velmi krátkou, která byla zastavena hned v jejím počátku.

„*Před koncem to na Litavce zaburácelo*“ – Zde nacházím přenesení významu na základě vnější podobnosti. Burácení bývá nejčastěji spojováno s bouřkou a hromem, ale bývá často užíváno právě ve spojení se stadiony, kdy diváci umí být tak hluční, že nám může připadat, že stadion burácí a atmosféra na stadionu je skvělá.

„*Milan Havel nosil větší kariéry klokaní srst*“ (zdroj komentáře: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10115113540-studio-fotbal/221471291122318-studio-fotbal-dohrano/>) – V tomto příkladu je patrná narážka na minulost Milana Havla v klubu Bohemians 1905, který má ve znaku klokana. Samotnému klubu se také přezdívá klokaní. Užití spojení „klokaní srst“ bych označil za metaforu, kdy autor výroky přirovnává klokaní srst ke dresu, který Milan Havel ve velké části své kariéry nosil.

### 3.5 Argot ve sportovní žurnalistice

Jedná se o vrstvu slovní zásoby, která je nejčastěji užívána společenskou spodinou, jako jsou zloději, překupníci či narkomani. Důvodem pro užívání argotu je utajení obsahu sdělení před nezasvěcenými posluchači. Argot se stal součástí sportovní žurnalistiky ve chvíli, kdy se začaly odkrývat korupční kauzy ve sportu. Největší korupční aférou v České republice byla kauza okolo Ivana Horníka a Milana Brabce, jejíž přepis pak proslavilo duo Petr Čtvrtníček a Jiří Lábus svou divadelní inscenací *Ivánku, kamaráde, můžeš mluvit? aneb Tak to mi ho teda vyndej*. Přepis rozhovorů mezi tehdejším manažerem Viktorie Žižkov Horníkem a předsedou komise rozhodčích Brabcem právě kvůli Čtvrtníčkově s Lábusem zlidověl. Výrazy, jež oba aktéři ve svých „tajných“ rozhovorech užívaly, se velmi rychle vryly do povědomí nejen sportovních fanoušků, ale celé široké veřejnosti. Fráze *Ivánku kamaráde* jsou dodnes využívány sportovními komentátory ve chvílích, kdy se řeší ovlivňování zápasů a korupce ve fotbale, která je i v dnešní době stále aktuální.

Otázkou je, jestli je argot doopravdy jen vrstvou slovní zásoby, která je užívána pouze společenskou spodinou, nebo ho využívá větší množství uživatelů než jen zloději či narkomani. Právě u dvojice Horník a Brabec se nejedná o lidi s nižším sociálním postavením, ale o poměrně vysoce postavené muže. V jejich případě šlo nepochybně o to schovat obsah rozhovoru před ostatními. Podle mého názoru vůbec netušili, že je někdo odposlouchává, protože jinak by zvolili mnohem složitější slova, než jsou *kapřík* nebo *jablka*, která pro ně byla synonymy pro peníze.

„*Notičky*“ – V překladu se nejedná o grafický symbol pro označení tónu, ale stejně, jako hudebníci hrají za pomoci not, tak rozhodčí hraje podle pokynů, které přicházejí z vyšších míst.

„*Třicetník*“ – 30 000 korun

„*Padík*“ – 50 000 korun

„*V režii*“ – Připodobnění k filmu, kdy režisér rozhoduje o průběhu dané scény. V tomto případě to znamenalo, že celý zápas má v režii Milan Brabec, který na zápas dosadil rozhodčího, který bude schopen ovlivnit, řídit neboli režírovat zápas.

„Došly ti ty ryby?“ „Jo kapřiči připluli“ – Ryba i kapřík zde představují peníze

„*Víš, že s municí není problém*“ – Munice je výrazem, který představuje peníze. Autor říká, že peníze na úplatky pro rozhodčí nejsou problémem.

„*Prej tam byla nula, žádná munice*“ – Podivení se nad tím, že v zápase nedošlo k úplatku.

„Já jsem v tom měl 200 jablek!“ – „Já jsem v tom měl 200 000“

„Jarda říkal, že tam dá 2 kila jablek“ – „Jarda říkal, že tam dá 200 000“

Další a poměrně novou kauzou je záznam rozhovorů mezi bývalým místopředsedou Fotbalové asociace České republiky, Romanem Berbrem a rozhodčím Pavlem Královcem, kdy se spolu přes telefon baví o bývalém rozhodčím Josefu Krulovi.

„*Jenom ho potřebuju, ho pozdravuj potom. A ze zbytku udělej suchej záchod.*“

Zde si myslím, že se účastníkům rozhovoru povedlo skrýt obsah toho, co řekli mnohem více než dvojici Horník, Brabec. Argot tedy splnil svou funkci, protože nezasvěcený posluchač podle mého názoru není schopný pochopit smysl sdělení a není jasně určené, co Roman Berbr svým výrokem myslel. Myslím si, že by se mohlo jednat o ovlivnění finálového utkání českého poháru. Pavel Královec mohl dostat úplatek ze strany Josefa Kruly a zbytek rozhodčích, ze kterých se „udělal suchý záchod“ za ovlivnění nedostal nic.

Podle mého názoru tedy argot není jen mluvou „spodiny“, ale může ho využívat kdokoliv, kdo chce skrýt obsah svého sdělení před nezasvěceným zbytkem světa a sociální status v tomto ohledu nehraje roli. Některé fotbalové funkcionáře bychom mohli zařadit mezi usvědčené kriminálníky nebo lidi, kteří se pohybují na hraně zákona, popřípadě v mafiánských kruzích.

### 3.6 Slang ve sportovní žurnalistice

Slang je výraznou částí mluvy nejrůznějších sportovních odvětví. Sportovce a fanoušky jednotlivých sportů bychom mohli zařadit do určité sociální skupiny, kde dochází k užití určitých výrazů typických pro danou společnost. Pro každý sport jsou slangismy samozřejmě odlišné a jejich uživatelé nimi zdůrazňují svoji příslušnost k dané sociální skupině.

„*prase*“ – Tenisový slang, který se využívá pro označení míčku, který se dotkl pásky, ale spadnul na soupeřovu stranu kurtu. Prase je také označení pro nečistý úder.

„*Páska*“ – Jedná se o označení části tenisové sítě. Při komentování tenisových zápasů je často k slyšení věta o tom, že nějaký úder skončil *na pásce*.

„*Nad kurtem slyšíme zpívat kanára*“ – Jedná se také o tenisový slang. Tenista naděluje kanára ve chvíli, kdy v setu zvítězí 6:0 nad svým soupeřem.

„*Skrečovat*“ – Tento termín je využitelný ve více sportovních odvětvích, jeho význam spočívá v ukončení utkání, a to buď z důvodu porušení pravidel, anebo z důvodu neschopnosti jedné strany dokončit utkání. Velmi častým důvodem pro *skreč* bývá zranění.

„*pětka*“ – Označení pro pokutový kop ve fotbalové terminologii, také se užívá dalších výrazů jako například „*desítka*“.

„*Zed*“ – Jedná se o označení skupiny obránců, kteří stojí těsně vedle sebe a blokují možnost střely z přímého kopu, který zahrává soupeř. Označení podle mého názoru vzniklo na základě metafory, kdy fotbalová *zed* připomíná svým vzhledem *zed* ze stavební terminologie.

„*Kartonek*“ – Slangové označení pro kartu, kterou udělují fotbaloví rozhodčí. Původ nacházím v metonymii látkové, kdy karty, jež má rozhodčí k dispozici, byly vyrobeny z kartonu.

„*Orazítkoval štangli*“ – Označení pro boční části brankové konstrukce.

„*Vyhnal z vinglu všechny pavouky*“ – Vingl je označení pro horní roh branky.

„*Špricdeka*“ – Jedná se o vodácký slang. *Špricdeka* označuje neoprenový kryt na loď, nejčastěji závodní kánoe nebo kajak. Dává se na *límeč* lodi, což je zase označení pro část, která se nachází okolo díry, do níž si vodák sedá/kleká.

„*Protivoda*“ – Opět vodácký slang, který se využívá v rámci vodního slalomu. *Protivoda* je označení pro protivodnou branku, jež bývá označena červenou barvou a jezdí se „proti proudu“ řeky. Opakem pro *protivodu* je *povoda*, ta se jezdí po proudu a bývá označena zelenou barvou.

„*Vracák*“ – Označení pro vracející se proud. Ve *vracácích* bývají umístěny protivody. Tento typ proudu se většinou vyskytuje za nějakou překážkou, jako je například velký kámen.

„*Háček*“ – Slangové označení pro člena posádky, který sedí v přední části lodi. V zadní části se pak nachází *zadák*.



## 4. Závěr

Cílem práce bylo představit nejrůznější lexikologické vrstvy a prostředky, které se vyskytují ve sportovní žurnalistice a zejména ve sportovním komentování. V teoretické části jsem obecně zmínil, co je to stylistika, a hlavně tři žurnalistické styly: zpravodajský žurnalistický styl, analytický publicistický styl a beletristický publicistický styl, k nimž jsem přiřadil jejich vlastnosti a funkce a dále uvedl příklady z webů zaměřených na sportovní zprávy. V další kapitole jsem se věnoval lexikologii a nejvýraznějším prostředkům, které sportovní žurnalisté využívají. Mezi ně patří: metafora, metonymie a sociolekt. Všechny zmíněné lexikologické prostředky jsem pak blíže definoval. Čtvrtá kapitola teoretické části se zabývala obecně žurnalistikou, na kterou navázala kapitola pátá, jež představovala nejrůznější média, která u nás zprostředkovávají sportovní zprávy, ať už se jedná o nejrůznější televizní stanice zaměřené na sport jako jsou u nás hlavně ČT Sport nebo sportovní kanály televize Nova, tak dále také tiskem, který se zabývá sportovní tematikou. Ve své práci jsem zmínil také několik významných webů, které se zaměřují na sportovní žurnalistiku. Ve většině případů jsou weby specializovány vždy na jeden sport.

Praktickou část jsem rozdělil podle nejrůznějších motivů, které jsem ve sportovním komentáři našel. Nemohu říci, že se jedná zdaleka o všechny, ale ty, které jsem zmínil, považuji za velmi časté a zajímavé. Sportovní komentátoři velmi často využívají přenesení významu ať už se jedná o přenesení významu na základě vnější podobnosti – tedy metaforu nebo o přenesení na základě vnitřní souvislosti – tedy metonymii, často se také užívá slangismů. Důležitý je také osobní vztah komentátorů ke sportu. Velmi často se ve sportovním komentáři přirovnávají zápasy k jiným odvětvím, které pro ně i pro fanoušky mají hlubší význam. Právě vztah komentátora k fanouškům je důležitý. Komentátoři totiž využívají lexikální prvky, které jsou fanouškům blízké, takže často v televizních přenosech slyšíme nejrůznější sportovní slangismy. Často sportovní žurnalisté přenášejí význam náboženských motivů na sportovní prostředí, anebo ho připodobňují k bitvám za pomoci vojenské terminologie. Mnohokrát také slyšíme, že sportovní akce bývají připodobňovány k něčemu krásnému z oblasti kulturního dění. Oblíbené je také přirovnávání ke světu zvířat a přírodním jevům.

## 5. Seznam použitých zdrojů

ČT Sport [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://sport.ceskatelevize.cz/>

*Deník sport* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://isport.blesk.cz/>

*Digisport* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://www.digisport.ro/>

*Dohráno* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z:

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10115113540-studio-fotbal/221471291122318-studio-fotbal-dohrano/>

Eurofotbal [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://www.eurofotbal.cz/>

*Eurosport* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://www.eurosport.com/>

Eva Minářová (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

GREPL, Miroslav. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. ISBN 80-7106-134-4.

*Hokej.cz* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://hokej.cz/>

Jaroslav Hubáček, Marie Krčmová (2017): SOCIOLEKT. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

Marek Nekula (2017): METAFORA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

Milan Jelínek, Jarmil Vepřek (2017): METONYMIE. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

Milan Jelínek, Marie Krčmová (2017): STYLISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny.

*Nova sport* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://sport.tn.nova.cz>

*O2 TV* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://www.o2tv.cz/>

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

*S ČT Sport na vrchol* [online]. [cit. 2021 6 15]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/13208514024-s-ct-sport-na-vrchol-10/>

*Sport 1* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://sport1tv.cz/>

*Tenisportal* [online]. [cit. 2021-6-15]. Dostupné z: <https://www.tenisportal.cz/>

## 6. Anotace

Jméno a příjmení: Jakub Walter

Katedra: Českého jazyka a literatury

Vedoucí práce: Mgr. Luboš Veselý Ph.D.

Název práce: Styly ve sportovní žurnalistice

Název v angličtině: Styles in a sport journalism

Anotace práce: Bakalářská práce se zabývá styly ve sportovní žurnalistice. Teoretická část definuje základní pojmy, které souvisí s tématem a stručně charakterizuje jednotlivá témata, která souvisí se sportovní žurnalistikou. Teoretická část definuje stylistiku, žurnalistický styl se všemi jeho funkcemi. Zabývá se také lexikologií, jejími prvky a také lexikálními vrstvami jazyka jako jsou metafora, metonymie nebo sociolekt. Teoretická část také obecně žurnalistiku a také sportovní žurnalistiku, kde se nachází informace o televizních kanálech, sportovních webech i tisku, který je zaměřen na sport. Praktická část se věnuje rozdělení materiálu, který sem nasbíral ze sportovních přenosů a pozápasových shrnutí, které se vysílají na sportovních stanicích. Materiál byl rozdělen do skupin podle tématiky, jež přeneseně obsahuje. Praktická část obsahuje čtyři kapitoly, kdy každá z nich je zaměřená na motiv vyskytující se ve sportovní žurnalistice. Jedná se o náboženské motivy, vojenskou terminologii, kulturní motivy. Zbývající dvě kapitoly jsou zaměřeny na sociolekt a ojednáávají o argotu a slangu ve sportovní žurnalistice.

Klíčová slova: Žurnalistika, sport, sportovní žurnalistika, výroky, stylistika, lexikologie, styly, slang, přenášení významu, metafora, metonymie.

Anotace v angličtině: The bachelor thesis deals with various styles in sports journalism. The theoretical part defines the basic concepts related to the topic and briefly characterizes the individual topics related to sports journalism. The theoretical part defines stylistics, journalistic style with all its functions. It also deals with lexicology, its elements, and also lexical layers of language, such as metaphor, metonymy or sociolect. The theoretical part also deals with journalism in general and sports journalism, which includes information about television channels, sports websites, and the press, which is focused on sports. The practical part is devoted to the division of material

that I have collected from sports broadcasts and post-match summaries that are broadcasted on sports stations. The material was divided into groups according to the topic it contains. The practical part contains four chapters, each of which is focused on the motif occurring in sports journalism. These are religious motifs, military terminology, and cultural motifs. The remaining two chapters focus on sociolect and deal with argot and slang in sports journalism.

Klíčová slova v angličtině: journalism, sport, sport journalism, dictums, stylistics, lexicology, styles, slang, primary sense deriving, metaphor, metonymy