

**FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO  
V OLMOUCI  
KATEDRA ŽURNALISTIKY**

**Jazykové prostředky persvaze a získávání, které užívá Jiří  
Paroubek v pořadech Otázky Václava Moravce a Nedělní  
partie**

*Verbal means of persuasion and gaining which are used by Jiří Paroubek in TV  
programmes called Otázky Václava Moravce and Nedělní partie*

**Jana Skřivánková**

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

Olomouc 2013

**Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala zcela samostatně a uvedla veškerou použitou literaturu i zdroje. Tato bakalářská práce obsahuje 84 625 znaků (93 556 znaků včetně poznámek pod čarou).

V Olomouci dne 28. března 2013

.....  
Jana Skřivánková

Velice děkuji vedoucímu této bakalářské práce, panu Mgr. Viktoru Jílkovi, Ph.D., za čas, který mi při vedení práce věnoval, za jeho cenné rady a podnětné připomínky.

## Abstrakt

Tato bakalářská práce se věnuje analýze persvazivních a získávacích prostředků, které užívá Jiří Paroubek v pořadech *Otázky Václava Moravce* a *Nedělní partie*. Práce je rozdělena na dvě základní části, a to část teoretickou a praktickou. V teoretické části práce jsou na základě rešerše vybrané odborné literatury popsány jednotlivé jazykové prostředky, které mají schopnost vnášet do sdělení persvazi a získávání. Obsahem praktické části bakalářské práce je identifikace jednotlivých prostředků ve vybraném vzorku pořadů *Otázky Václava Moravce* a *Nedělní partie*. Cílem této práce je zjistit, jaké persvazivní a získávací prostředky Jiří Paroubek užívá, a rovněž v jakém množství. Cílem je rovněž porovnat množství užívaných prostředků v uvedených pořadech. V praktické části byla využita analýza lexikální, syntaktická a argumentační.

**Klíčová slova:** získávací funkce, persvazivní funkce, *Otázky Václava Moravce*, *Nedělní partie*, Jiří Paroubek,

## Abstract

This Bachelor thesis analyses persuasive and convincing means applied by politician Jiří Paroubek in discussion programmes *Otázky Václava Moravce* (Václav Moravec's Questions) and *Nedělní partie* (The Sunday Round). The thesis is divided into two main parts – a theoretical part and a practical part. The theoretical part researches selected professional literature describing different language means that have the ability to persuade and convince. The practical part of the Bachelor thesis identifies these means in a selected sample of episodes of the above programmes (*Otázky Václava Moravce* and *Nedělní partie*). The purpose of the work is to identify which persuasive and convincing means and to what extent are used by Jiří Paroubek. Lexical, syntactic and argument analyses were used in the practical part. The purpose is also to compare the amount of means used in these programs.

**Key words:** persuasive function, convincing means, *Otázky Václava Moravce*, *Nedělní partie*, Jiří Paroubek

## OBSAH PRÁCE

<b>1 ÚVOD.....</b>	<b>7</b>
<b>2 PERSVAZE, ZÍSKÁVÁNÍ, MANIPULACE .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 PERSVAZE.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 ZÍSKÁVÁNÍ.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 MANIPULACE VERSUS PERSVAZE A ZÍSKÁVÁNÍ.....</b>	<b>11</b>
<b>4 PŘEDSTAVENÍ POŘADŮ .....</b>	<b>13</b>
<b>4.1 OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE .....</b>	<b>13</b>
<b>4.2 NEDĚLNÍ PARTIE.....</b>	<b>14</b>
<b>5 JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY S PERSVAZIVNÍM A ZÍSKÁVACÍM POTENCIÁLEM .....</b>	<b>15</b>
<b>5.1 PERSVAZIVNÍ A ZÍSKÁVACÍ PROSTŘEDKY ROVINY LEXIKÁLNÍ.....</b>	<b>15</b>
5.1.1 Slova obecné češtiny .....	16
5.1.2 Slova nářeční (dialektismy) a oblastní (regionalismy).....	17
5.1.2.1 Regionalismy .....	17
5.1.2.2 Nářeční slova (dialektismy) .....	18
5.1.8 Prostředky dle rozdělení sociálního .....	18
5.1.8.1 Argot.....	19
5.1.8.2 Slang .....	19
5.1.3 Slova hovorová .....	20
5.1.4 Slova knižní .....	21
5.1.5 Poetismy .....	22
5.1.6 Zastaralá pojmenování (archaismy, historismy).....	22
5.1.6.1 Archaismy.....	23
5.1.6.2 Historismy.....	23
5.1.7 Neologismy a okazionalismy.....	24
5.1.9 Expresiva .....	25
5.1.9.1 Kontextová expresivita.....	26
5.1.10 Invektiva .....	27
5.1.11 Hodnotící slova .....	28
5.1.12 Sémaziologicko-onomaziologické derivace .....	28
5.1.12.1 Metafora.....	29
5.1.12.2 Metonymie .....	30
5.1.12.3 Přirovnání.....	30
5.1.12.4 Hyperbola (nadsázka).....	31
5.1.12.5 Ironie.....	32
5.1.13 Frazeologismy a idiomy .....	32
<b>5.2 DÍLČÍ SHRNUÍ K LEXIKÁLNÍ ROVINĚ .....</b>	<b>33</b>
<b>5.3 PERSVAZIVNÍ A ZÍSKÁVACÍ PROSTŘEDKY SYNTAKTICKÉ.....</b>	<b>38</b>
5.3.1 Řečnická otázka .....	38
5.3.2 Řečnická odpověď .....	39
5.3.3 Opakovací řečnické figury.....	39
5.3.4 Imperativy a věty zvolací a práci.....	40
5.3.5 Jiné řečnické figury .....	41
5.3.5.1 Litotes .....	41
5.3.5.2 Rektifikace .....	41
5.3.5.3 Enumerace .....	42

5.3.6 Vsuvka.....	42
5.3.7 Elipsa.....	43
5.3.8 Samostatný větný člen.....	43
5.3.9 Subjektivní větné členění (inverze).....	44
5.3.10 Osamostatněný větný člen.....	44
<b>5.4 DÍLČÍ SHRNUTÍ K SYNTAKTICKÉ ROVINĚ.....</b>	<b>45</b>
<b>5.5 PERSVAZIVNÍ A ZÍSKÁVACÍ PROSTŘEDKY ARGUMENTAČNÍ .....</b>	<b>49</b>
5.5.1 Rétorika – umění přesvědčovat.....	49
5.5.2 Persvazivní a získávací prostředky argumentační .....	49
5.5.2.1 Sdělení věcná, tedy racionální .....	49
5.5.2.1.1 Argumentace statistickými údaji.....	50
5.5.2.1.2 Argumentace konstatováním skutečnosti .....	50
5.5.2.1.3 Argumentace dedukcí .....	51
5.5.2.1.4 Argumentace indukci.....	51
5.5.2.1.5 Argumentace analogií.....	52
5.5.2.1.6 Argumentace autoritou .....	52
5.5.2.2 Sdělení nevěcná, tedy neracionální .....	53
5.5.2.2.1 Argumentace falešnou autoritou .....	54
5.5.2.2.2 Argumentace v kruhu.....	54
5.5.2.2.3 Volné asociace.....	55
5.5.2.2.4 Argumentace falešnou analogií.....	55
5.5.2.2.5 Argumentum ad ignorantiam .....	55
5.5.2.2.6 Argumentum ad personam .....	56
5.5.2.2.7 Argumentum ad baculum.....	56
5.5.2.2.8 Argumentum ad populum .....	57
5.5.2.2.9 Vyjadřování postojů (neboli užívání nálepek) .....	57
5.5.2.2.10 Působení na city (vyšší emoce) .....	58
5.5.2.2.11 Působení na základní lidské motivy (neboli nižší emoce)	58
.....	58
5.5.3 Dílčí shrnutí k argumentačním prostředkům.....	59
<b>6 ZÁVĚR.....</b>	<b>64</b>
<b>7 SEZNAM PRAMENŮ.....</b>	<b>67</b>
<b>8 SEZNAM LITERATURY.....</b>	<b>68</b>
<b>9 SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>74</b>

# 1 Úvod

Tématem této bakalářské diplomové práce jsou jazykové prostředky roviny lexikální a syntaktické a prostředky argumentační s persvazivním a získávacím potenciálem, které užívá Jiří Paroubek v pořadech Otázky Václava Moravce a Nedělní partie.<sup>1</sup> Původním úmyslem bylo zaměřit se rovněž na prostředky paralingvální a extralingvální. Tento záměr analyzovat také jednotlivé videozáznamy však nemohl být z technických důvodů uskutečněn. Ačkoliv archiv České televize umožňuje pořad Otázky Václava Moravce z námi zvoleného období zhlédnout, televize Prima, která vysílá pořad Nedělní partie, nám tuto možnost ani na opakovanou žádost neumožnila. Vycházeli jsme proto výhradně z přepisů vybraných pořadů, které nám byly k dispozici v databázi společnosti Anopress IT, a.s.

Problematické jazykových prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem se věnuje celá řada prací. Většina z nich se však zaměřuje výhradně na analýzu zpravodajských či publicistických pořadů. Zaměření této práce na rozbor projevu konkrétní osoby z politické sféry ji tak učiní novátorskou a přínosnou.

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jaké konkrétní prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem užívá Jiří Paroubek ve vybraném vzorku pořadů. Zároveň chceme zjistit, v jakém množství tyto prostředky užívá a které z těchto konkrétních prostředků užívá nejčastěji. Vzhledem k tomu, že pracujeme se dvěma typy pořadů, tedy s Otázkami Václava Moravce a s Nedělní partií, které se v několika ohledech liší<sup>2</sup>, budeme také zjišťovat, zda se u těchto dvou pořadů liší průměrný počet užitých prostředků s potenciálem vnášet do sdělení persvazi a získávání na jeden díl pořadu. Vzhledem k tomu, že pracujeme s rozdílným počtem dílů vybraných pořadů, není možné porovnávat celkové nalezené množství užitých prostředků u jednotlivých pořadů.

Přirozeně bylo nutné vzít v úvahu také rozdílnou délku stopáže Otázek Václava Moravce a Nedělní partie. Proto jsme pracovali s koeficientem  $k$  o hodnotě 2,4. Tím jsme posléze násobili počty nalezených prostředků v pořadu Nedělní partie.<sup>3</sup> Uvedený koeficient je podílem celkového počtu znaků odpovědí Jiřího

---

<sup>1</sup>Pro analýzu jsme zvolili Jiřího Paroubka, jelikož jej považujeme za výraznou osobnost české politiky. V námi vybraném časovém období zastával funkci předsedy České strany sociálně demokratické.

<sup>2</sup>Konkrétní odlišnosti uvedeme v kapitole, která bude pojednávat o zvolených pořadech.

<sup>3</sup>Pořad Nedělní partie má stopáž 45 minut, zatímco Otázky Václava Moravce mají stopáž 120 minut.

Paroubka v pořadu Otázky Václava Moravce a celkového počtu znaků odpovědi Jiřího Paroubka v pořadu Nedělní partie.<sup>4</sup>

Práci rozdělíme na dvě základní části – část teoretickou a část praktickou. Provedeme typologii prostředků z roviny lexikální a syntaktické a prostředků argumentačních, které mají potenciál vnášet do sdělení persvazi a získávání. Pro tento účel budeme pracovat s dostupnou literaturou k tématu. Následně ověříme výskyt sledovaných prostředků v projevu Jiřího Paroubka v námi zvoleném vzorku publicistických debatních pořadů.

V rámci teoretické části práce budeme charakterizovat jednotlivé typy jazykových prostředků uvedených rovin, které mají potenciál vnášet do sdělení persvazi a získávání. V souvislosti s tím zároveň uvedeme, proč tento potenciál mají.

V rámci praktické části budeme poté tyto prostředky ve zvoleném vzorku pořadů za pomoci odborné literatury identifikovat, uvedeme jejich celkové nalezené množství a stanovíme rovněž jejich průměrný počet na jeden díl publicistického debatního pořadu. Zabývat se nebudeme prostředky roviny morfologické, jelikož podle Bartoška<sup>5</sup> nejsou tvaroslovné znaky současného jazyka české politiky příliš specifické, příznakové ani nápadné. Věnovat se nebudeme ani prostředkům slovotvorným. Vycházíme přitom z tvrzení Jaklové, že frekvence slovotvorných prostředků, které mají schopnost stimulovat persvazivní a získávací funkci, je nízká.<sup>6</sup> Věnovat se nebudeme rovněž prostředkům textovým. Vycházíme opětovně ze studie Jaklové, která se v souvislosti s textem jako celkem zmiňuje pouze o intertextualitě. Vzhledem k charakteru námi analyzovaného vzorku se tedy tomuto rovněž věnovat nebudeme.

U každého prostředku s persvazivním a získávacím potenciálem, který budeme vždy nejprve stručně charakterizovat, uvedeme dva příklady, které jsme identifikovali ve vybraném vzorku pořadů. Pokud se bude sledovaný prostředek vyskytovat v obou typech pořadů, uvedeme z důvodu přehlednosti vždy nejprve příklad z pořadu Otázky Václava Moravce a poté z Nedělní partie. V případě, že se určitý prostředek ve sledovaném vzorku neobjeví, uvedeme pro názornost vždy jeden příklad z odborné literatury.

---

<sup>4</sup> $k = 112240/46515 = 2,4$ .

<sup>5</sup>BARTOŠEK 1993, s. 8.

<sup>6</sup>JAKLOVÁ 2002, s. 172.



Aby byla práce co nejpřehlednější, budeme vždy za každou z uvedených rovin jazyka uvádět dílčí shrnutí, které bude doplněno tabulkami. Každá z nich se bude věnovat jednomu pořadu a prostředkům s persvazivním a získávacím potenciálem, které jsme v něm identifikovali. V každé připojené tabulce bude uvedeno celkové nalezené množství těchto identifikovaných prostředků a jejich průměrný počet na jeden díl každého z debatních pořadů. V případě pořadu Nedělní partie bude v tabulce rovněž uveden přepočet nalezených jednotek pomocí koeficientu 2,4.

Analyzovat budeme vzorek celkem sedmi debatních pořadů vysílaných od ledna roku 2010 do května téhož roku, ve kterých vystupuje Jiří Paroubek jako host. Jelikož probíhaly ve dnech 28. a 29. května 2010 volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, můžeme toto období označit jako předvolební. K analýze jsme zvolili čtyři díly z pořadu Otázky Václava Moravce a tři díly z pořadu Nedělní partie. V námi zvoleném časovém období se více těchto pořadů s Jiřím Paroubkem nevyskytuje. Pořad Otázky Václava Moravce se skládá ze dvou částí - první část je vysílána ve 12:00 na ČT 1 a ČT 24, druhá část poté od 13:05 na ČT 24. V analýze budeme sledovat obě tyto části. V analýze budeme sledovat rovněž i speciál Otázek Václava Moravce, který se v námi sledovaném období vykytuje.

Analyzovaná sdělení jsou uložena na přiloženém DVD.

## 2 Persvaze, získávání, manipulace

### 2.1 Persvaze

Definovat persvazi je pro tuto práci stěžejní. Pojem persvaze (je možné setkat se taktéž s označením *persuase* nebo *přesvědčování*) je však v literatuře chápán různými způsoby, zejména s ohledem na provázanost s pojmem *získávání*.

Někteří autoři, například Srpová, pojem persvaze ztotožňují s pojmem *přesvědčování* a zároveň *získávání*.<sup>7</sup> Jiní autoři, kupříkladu Jaklová, chápou označení persvaze "široce jako označení funkce *přesvědčovací, získávací, ovlivňovací, vybízecí, hodnotící a uvědomovací*."<sup>8</sup>

Zároveň jsou však také autoři, například Jílek<sup>9</sup>, kteří chápou pojem persvaze a pojem *získávání* odděleně, viz dále.

Persvazí Jílek označuje "výraz autorovy vůle, jejímž smyslem je rozumově či psychologicky působit na postoje početných skupin příjemců, ovšem i jednotlivce, s cílem ovlivňovat, formovat názor a postoje".<sup>10</sup> Podle Jaklové je persvaze konstituujícím rysem publicistického funkčního stylu a význam její role vybízecí v současnosti neustále narůstá.<sup>11</sup>

Pravdová pak v souvislosti s persvazí hovoří o tzv. *persvazivní komunikaci*, kterou rozumí účelově orientovaný komunikační proces se zřetelně definovanými cíli. Těmto cílům je poté podle Pravdové podřízen veškerý průběh celé komunikace. Cílem rozumí *přesvědčení příjemce*.<sup>12</sup>

### 2.2 Získávání

Kromě persvaze je pro naši práci rovněž důležité definovat pojem *získávání*, respektive *získávací funkce*.

---

<sup>7</sup> SRPOVÁ 2007, s. 30.

<sup>8</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>9</sup> JÍLEK 2009, s. 21.

<sup>10</sup> JÍLEK 2009, s. 21.

<sup>11</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>12</sup> PRAVDOVÁ 2002, č. 4.

Podle Jílka se získávací funkce řadí mezi „průvodní specifické funkce, které vychází z elementární funkce konativní.“<sup>13</sup> Konativní funkce je podle něj fokalizovaná na příjemce, přičemž je jejím cílem ovlivnění a přiměnění příjemce k něčemu. V rámci průvodních specifických funkcí Jílek od sebe funkci získávací a persvazivní odděluje.<sup>14</sup> Persvazivní funkci chápe jako snahu autora působit na postoje příjemců, formovat jejich názory a ovlivňovat je (viz výše).<sup>15</sup> Funkci získávací naproti tomu definuje jako "výraz autorovy vůle v oslabené formě přání, uplatňované s cílem získat příjemce, motivovat jej k určitému žádoucímu typu jednání."<sup>16</sup> Jílek však zároveň upozorňuje na „podmíněné naplnění funkce získávací předchozí například persvazí, na podporu získávání může být zapojena funkce poetická, fatická, expresivní.“<sup>17</sup>

V této práci budeme vycházet právě z Jílkova pojetí, v němž chápe persvazivní a získávací funkci jako vzájemně se doprovázející.<sup>18</sup>

## 2.3 Manipulace versus persvaze a získávání

V literatuře se můžeme setkat s rozdílnými názory na to, zda a nakolik se liší pojem persvaze od pojmu manipulace. Zatímco například Jenča<sup>19</sup> poukazuje na málo zřetelnou hranici mezi těmito pojmy a Srpová upozorňuje na prostupnost obou těchto termínů,<sup>20</sup> podle Bartoška se pojem manipulace od persvaze a získávání odlišuje.<sup>21</sup> Zatímco "při přesvědčování existuje morální implikace, že výsledek diskursu mezi mluvčím a posluchačem přinese uspokojení zájmů obou partnerů"<sup>22</sup>, výsledkem manipulace je podle Bartoška změna, která má přinést užitek především pro samotného mluvčího.<sup>23</sup> Podle Reifové se manipulací rozumí skrytá forma donucení. Jedná se podle ní o nepřiznané zpracování vědomí lidí s cílem řídit a formovat jejich

---

<sup>13</sup> JÍLEK 2009, s. 21.

<sup>14</sup> IBID.

<sup>15</sup> IBID.

<sup>16</sup> IBID.

<sup>17</sup> IBID.

<sup>18</sup> IBID.

<sup>19</sup> PRAVDOVÁ 2006, č. 3.

<sup>20</sup> IBID.

<sup>21</sup> BARTOŠEK 1993, s. 29.

<sup>22</sup> IBID.

<sup>23</sup> BARTOŠEK 1993, s. 29.

myšlení, pocity a názory. V případě manipulace může docházet ke zkreslování nebo upravování vztahů mezi fakty.<sup>24</sup>

Termín manipulace je tedy pojem velice široký a vzhledem k nejednotnosti jeho chápání také těžce uchopitelný. Z těchto důvodů nebudeme v naší práci s termínem manipulace dále pracovat.

---

<sup>24</sup> REIFOVÁ 2004, s. 127.

## 4 Představení pořadů

V této části práce budou stručně představeny oba pořady, ve kterých účinkoval Jiří Paroubek v námi zvoleném časovém období.

Oba pořady jsou označovány jako publicistické a politicky zaměřené.<sup>25</sup> Dále Česká televize i televize Prima uvádí zmíněné pořady jako diskusní. Na základě rešerše odborné literatury však s tímto označením nesouhlasíme, neboť v případě uvedených pořadů dochází pouze ke konfrontaci názorů účastníků, aniž by hledali společné stanovisko a určitou shodu, což je pro diskusní pořady typické.<sup>26</sup> Cíl námi sledovaných pořadů koresponduje spíše s charakteristikou debaty, kde je účelem předložit především odlišné názory, které mají být prezentovány, nicméně nemá dojít k názorové shodě.<sup>27</sup>

V tomto případě budeme tedy považovat námi sledované pořady za debatní, nikoliv diskusní.

### 4.1 Otázky Václava Moravce

Otázky Václava Moravce řadí Česká televize mezi publicistické diskusní pořady s politickým zaměřením<sup>28</sup>. Na základě výše uvedeného však o něm budeme nadále hovořit jako o debatním, nikoli diskusním pořadu. Podobný terminologický rozpor vyvstává rovněž v případě pořadu Nedělní partie<sup>29</sup>, proto také ji budeme považovat za pořad debatní.

První hodinu pořadu vysílá veřejnoprávní instituce Česká televize v premiéře každou neděli od 12:00 na programech ČT 1 a ČT 24. Druhou hodinu, tedy pokračování pořadu, je poté možno shlédnout ve 13:05 na programu ČT 24.

---

<sup>25</sup> Česká televize: Otázky Václava Moravce [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1242-o-poradu/>>;

Prima Family: Partie [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/porady/partie/>>.

<sup>26</sup> JÍLEK 2005, s. 103.

<sup>27</sup> IBID.

<sup>28</sup> Česká televize: Otázky Václava Moravce [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1242-o-poradu/>>.

<sup>29</sup> Prima Family: Partie [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/porady/partie/>>.

Jedná se o veřejné mluvené projevy ze studia, kam jsou zváni především čeští politici, kteří jsou konfrontováni aktuálními tématy. Obvykle se jedná o více než dva účastníky debaty. Publicistický debataní pořad má celkovou délku 120 minut.<sup>30</sup> Moderátorem pořadu Otázky Václava Moravce je Václav Moravec.

Sledovat v naší analýze budeme rovněž i speciální díl Otázek Václava Moravce, který má stopáž 90 minut.

## 4.2 Nedělní partie

Nedělní partii rovněž řadíme mezi publicistické debataní pořady s politickým zaměřením. Vysílán je televizí Prima v premiéře každou neděli od 11 hodin dopoledne. V tomto případě se taktéž jedná o veřejné mluvené projevy vysílané ze studia, do kterého je pozván určitý počet hostů, kteří jsou konfrontováni aktuálními tématy a kteří odpovídají na nejrůznější dotazy. Do pořadu jsou zváni především lidé z české politické scény. Jedná se obvykle o jednoho či dva hosty. Publicistický debataní pořad má stopáž 45 minut.<sup>31</sup> Moderátorem pořadu Nedělní partie je Jan Punčochář.

---

<sup>30</sup> Česká televize: Otázky Václava Moravce [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1242-o-poradu/>.

<sup>31</sup> Prima Family: Partie [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/porady/partie/>.

## 5 Jazykové prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem

V první řadě stručně objasníme, co v rámci této práce vnímáme jako potenciál vnášet do sdělení persvazi a získávání.

To, zda bude či nebude persvaze ve sdělení naplněna, ovlivňuje celá řada faktorů. Minářová považuje za důležitý faktor například formulaci sdělení, volbu tématu či pojetí obsahu.<sup>32</sup> Jaklová<sup>33</sup> spatřuje stěžejní podmínky ve srozumitelnosti sdělení, jeho snadné interpretaci či ve volbě adekvátních výrazových prostředků. Podle Janečkové<sup>34</sup> je důležitým faktorem srozumitelný jazyk, který je blízký jazyku příjemců.

Zásadní je zde však fakt, že "adresát nemusí vždy odpovídajícím způsobem pochopit autorův záměr, zamýšlenou funkci a cíl komunikace"<sup>35</sup> a může tedy ve výsledku interpretovat smysl komunikátu zcela jinak.<sup>36</sup>

### 5.1 Persvazivní a získávací prostředky roviny lexikální

V této části práce se budeme věnovat prostředkům roviny lexikální, které mají potenciál vnášet do sdělení persvazi a získávání.

Jaklová ve své studii uvádí, že je persvazivní a získávací funkce zpravidla stimulována nejčastěji právě pomocí prostředků z roviny lexikální.<sup>37</sup> Čmejková<sup>38</sup> v souvislosti s možným vnášením persvaze a získávání těmito prostředky poukazuje zejména na pronikání jazyka soukromé sféry do sféry veřejné. Dochází podle ní k vytváření důvěrnější atmosféry a hledání účinného působení na publikum. Mluvčí se snaží hovořit stejným jazykem, jakým hovoří jeho předpokládané publikum a snaží se navázat a udržet kontakt.

V podkapitolách, které budou následovat dále, se zaměříme na jednotlivé jazykové prostředky, jež se vyznačují persvazivním a získávacím potenciálem.

---

<sup>32</sup> MINÁŘOVÁ 2005, s. 132.

<sup>33</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>34</sup> JANEČKOVÁ 2005, s. 101.

<sup>35</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s. 91.

<sup>36</sup> IBID., s. 91.

<sup>37</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>38</sup> ČMEJRKOVÁ 2007, s. 172

V první řadě vždy uvedeme stručnou definici každého z prostředků, poté představíme, z jakých důvodů jsme každý z prostředků zařadili mezi potenciálně persvazivní. Nakonec sdělíme, jakým způsobem jsme vyhledávali dané prostředky ve vzorku pořadů. U každého prostředku, který má potenciál vnášet do sdělení persvazi a získávání, uvedeme dva příklady, které jsme identifikovali ve vybraném vzorku pořadů. Jsme si vědomi faktu, že může jedna jednotka figurovat v rámci více kategorií. Tyto jednotky budeme samozřejmě sledovat ve všech jejich kategoriích. V případě, že se sledovaný prostředek ve vzorku vyskytovat nebude, uvedeme pro názornost jeden příklad z odborné literatury. Stejný postup budeme aplikovat v případě roviny syntaktické a argumentačních prostředků.

### 5.1.1 Slova obecné češtiny

Slova obecné češtiny pocházejí ze středočeského dialektu. V souvislosti s demokratizací jazyka se však jejich užívání rozšiřuje na celé jazykové území a dochází tak také k přibližování spisovného jazyka jeho mluvené podobě.<sup>39</sup>

Užitím výrazů z obecné češtiny v oficiálním veřejném spisovném projevu může podle Čechové mluvčí například signalizovat, že simuluje živou bezprostřední řeč. Tím se může rovněž snažit přizpůsobit projev adresátovi.<sup>40</sup> Podobně na užívání slov obecné češtiny nahlíží také Pravdová. Ta uvádí, že napodobováním mluvy příjemců, jako je tomu například v případě slov obecně českých, je simulována spontánnost, přirozenost a porozumění.<sup>41</sup> Toto funkční využívání prosté, přirozené mluvy pro navození intimní atmosféry mezi mluvčím a posluchačem má schopnost příjemce přesvědčovat a získávat na stranu mluvčího.<sup>42</sup>

Tímto způsobem může tedy docházet k pronikání persvaze a získávání do autorova sdělení. Z těchto důvodů jsme se rozhodli, že ve zvoleném vzorku pořadů budeme slova obecné češtiny vyhledávat.

Pro zjištění, zda se jedná či nejedná o slova obecně česká, jsme využívali Slovník spisovného jazyka českého. Zde jsou slova obecné češtiny označována jako *ob.*

#### Příklady:

---

<sup>39</sup> JÍLEK 2005, s. 9–10.

<sup>40</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s. 73.

<sup>41</sup> PRAVDOVÁ 2006, č. 3.

<sup>42</sup> KNAPPOVÁ 1970, č. 3.



„O dálnice, tam si myslíme, že je předraženi až o 20 %, pokud trvá tahleta zlodějina, tak lidé nám nebudou věřit.“<sup>43</sup>

„Jiná věc je, jak to dopadne ve skutečnosti, tak já jsem také před krajskými volbami mluvil o tom, že bych dával přednost středolevému uspořádání a pak se nám jaksí ta možnost středolevého uspořádání vypařila, protože zelení nebyli zvoleni nikam, lidovci nebyli zvoleni do poloviny krajských zastupitelstev, moc těch možností pak už nezbyvalo.“<sup>44</sup>

### 5.1.2 Slova nářeční (dialektismy) a oblastní (regionalismy)

K oživení, zatraktivnění a upoutání pozornosti čtenáře nebo posluchače mohou přispívat rovněž i nářeční a regionální prostředky.<sup>45</sup> Ve veřejném, oficiálním spisovném projevu může užití nářečí či regionalismů na adresáta působit žoviálně, jako snaha o simulaci bezprostřední řeči.<sup>46</sup>

Stejně jako v případě slov obecně českých lze na základě tvrzení Knappové<sup>47</sup> o navození intimního tónu rozhovoru říci, že mají regionalismy a dialektismy v projevu mluvčího schopnost přesvědčovat a ovlivňovat příjemce.

#### 5.1.2.1 Regionalismy

Mezi regionalismy neboli slova oblastní patří takové výrazy, jejichž užívání přesahuje hranice jednoho nářečí a rozšiřuje se na širší oblast. Mezi regionalismy patří moravismy a čechismy.<sup>48</sup> Na zbylém území se pak již užívají jejich spisovné varianty. Podle Hausera mají však některé regionalismy platnost spisovnou a jsou hodnoceny jako oblastní spisovné varianty.<sup>49</sup>

Pro zjištění, zda se jedná či nejedná o regionalismus, jsme využívali Slovník spisovného jazyka českého. Zde bylo možné konkrétně zjistit moravismy, které byly označeny jako *obl. mor.*, případně čechismy jako *obl. čes.* Dále jsme regionalismy ověřovali rovněž pomocí Příručního slovníku jazyka českého a Slovníku nespisovné češtiny.

---

<sup>43</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>44</sup> 22. 3. 2010 / Nedělní partie

<sup>45</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s. 73.

<sup>46</sup> IBID.

<sup>47</sup> KNAPPOVÁ 1970, č. 3.

<sup>48</sup> JÍLEK 2005, s. 10.

<sup>49</sup> HAUSER 1980, s. 22.;

Mezi tato slova řadí Hauser například zavazet – překážet, haluz – větev.

### Příklady:

V analyzovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu regionalismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *pletýnka*, *zhlavec* či například *špitat*.<sup>50</sup>

### **5.1.2.2 Nářeční slova (dialektismy)**

Dialektismy neboli slova nářeční, jsou prvky patřící k určitému dialektu.<sup>51</sup> Nářeční slova se užívají pouze na jednom nářečním území a příslušníkům jiných oblastí bývají velmi často neznámá.<sup>52</sup> Ve spisovném kontextu působí podle Hausera nezvykle.<sup>53</sup>

V rámci naší práce se nebudeme zabývat tzv. specifickými dialektismy, kterými se zpravidla označují regionálně vázané předměty lidové hmotné kultury, které jsou charakteristické jen pro určitý region. Pro tyto výrazy neexistuje spisovné označení.<sup>54</sup>

Pro zjištění, zda se jedná či nejedná o dialektismus, jsme pracovali se Slovníkem spisovného jazyka českého a Příručním slovníkem jazyka českého. Zde jsou dialektismy označovány jako *dial.*, případně *lid*.<sup>55</sup>

### Příklady:

V analyzovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu dialektismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *čižmy*, *šufánek* či například *erteple*.<sup>56</sup>

### **5.1.8 Prostředky dle rozdělení sociálního**

Do oblasti pojmenování, která členíme dle sociálního aspektu, spadají argot a slang. V případě sociálního členění některá profesní či slangová pojmenování ztratila nespisovný příznak a jsou běžné. Mnohé jednotky například terminologizovaly sportovní oblasti.

---

<sup>50</sup> JÍLEK 2005, s. 10.

<sup>51</sup> LOTKO 2005, s. 27.

<sup>52</sup> JÍLEK 2005, s. 11.

<sup>53</sup> HAUSER 1980, s. 22.

<sup>54</sup> JANČÁK 1995, č. 1.

<sup>55</sup> Dialektismy, které označují věci spojené se starým způsobem života lidí na venkově, se podle Hausera označují jako slova *lidová*.

<sup>56</sup> JÍLEK 2005, s. 11.

### 5.1.8.1 Argot

Argotem je označována zvláštní vrstva slov, která jsou používána závadovými členy společnosti. Smyslem slov, která řadíme do argotu, je znesnadnit dekodování sdělovaného obsahu. Důvodem převzetí argotismů do slangu je snaha po vtipném a neotřelém vyjadřování, snaha o vymezení se vůči starší generaci či snaha provokovat. Podle Čechové vede užití argotismů k pokusu o oživení a simulování přirozené řeči.<sup>57</sup> Vycházíme-li ze studie Knappové<sup>58</sup>, má argot v projevu mluvčího schopnost přesvědčovat a získávat příjemce.

Pro určení, zda se jedná či nejedná o argot, jsme pracovali se Slovníkem spisovného jazyka českého. Zde byly argotové výrazy označovány jako *arg*.

#### Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu argotismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *bachař*, *chlupatej* či například *éčko*.<sup>59</sup>

### 5.1.8.2 Slang

Slang se rovněž řadí do nespisovné části lexikální zásoby, která je vázána na sociální prostředí. Lze jej obecně dále vnitřně rozčlenit na dvě základní skupiny; lexikální zásobu profesionální neboli profesionalismy a lexikální zásobu slangovou v užším slova smyslu.<sup>60</sup> V naší práci však budeme vnímat profesionalismy i lexikální zásobou slangovou v užším slova smyslu jednotně jako slang a nebudeme se jim věnovat odděleně.

Podle Hausera mají slangová pojmenování často expresivní ráz. Zároveň tvrdí, že mají slangové výrazy schopnost působit například vtipně, neotřele a v projevu výrazně.<sup>61</sup> Pomocí slangu může podle Hoffmannové mluvčí záměrně manipulovat s příjemcem sdělení. To se projevuje především jeho snahou o nastolení vysoké míry lidovosti vyjadřování, působit nekonvenčně a neformálně.<sup>62</sup>

---

<sup>57</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s. 66.

<sup>58</sup> KNAPPOVÁ 1970, č. 3.

<sup>59</sup> JÍLEK 2005, s. 12.

<sup>60</sup> JÍLEK 2005, s. 11.

<sup>61</sup> HAUSER 1980, s. 26.

<sup>62</sup> HOFFMANNOVÁ 1992, č. 2.

V případě profesionalismů se jedná o nespisovné výrazy nebo prostředky užívané určitou profesionální skupinou.<sup>63</sup> Profesionalismy zahrnují nespisovné odborné názvy, obraty či pojmenování.<sup>64</sup>

Pro určení, zda se jedná či nejedná o slangový výraz, jsme pracovali se Slovníkem nespisovné češtiny. Zde byly slangové výrazy označovány jako *slang*.

Příklady:

*„Já se přiznávám, já to nechávám to rozhodnutí, jestli se změní kandidátky na Plzeňském nebo na Pražském kraji a jen tak mimochodem mě samozřejmě zajímá, jak silná bude kandidátka Sociální demokracie Pražského kraje, protože mi tam poprvé v historii vedeme o nějakých 5 nebo 6 procentních bodů nad Občanskými demokraty.“<sup>65</sup>*

*„Chce je zavést také bývalý ministr Zajac, tentokrát v barvách koaličního partnera ODS TOP 09, kterým dělá poradce pro zdravotní reformu.“<sup>66</sup>*

### 5.1.3 Slova hovorová

Do lexikální slohové vrstvy hovorové se řadí především pojmenování, která se užívají v mluvených projevech stylové oblasti prostě sdělovací. Při použití v jiné stylové oblasti se jedná buď o záměr autora nebo o stylistickou chybu. V obou případech se však jedná o projev slohové příznakovosti slova.<sup>67</sup> Užitím hovorového prostředku v oficiálním projevu může mluvčí vědomě upoutat pozornost adresáta, zejména jedná-li se o projev mluvený.<sup>68</sup> Vycházíme-li ze studie Knappové<sup>69</sup>, mají hovorová slova v projevu mluvčího persvazivní a získávací potenciál.

Pro určení, zda se jedná či nejedná o slovo hovorové, jsme pracovali se Slovníkem spisovného jazyka českého, kde byla hovorová slova označována jako *hovor*.

Příklady:

*„Tak je to přece jenom prezident republiky a prezidentům republiky se nevyčítá.“<sup>70</sup>*

---

<sup>63</sup> LOTKO 2005, s. 93.

<sup>64</sup> JÍLEK 2005, s. 11.

<sup>65</sup> 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>66</sup> 24. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>67</sup> JÍLEK 2005, s. 14.

<sup>68</sup> ČECHOVÁ 2005, č. 1.

<sup>69</sup> KNAPPOVÁ 1970, č. 3.

<sup>70</sup> 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

„Prosím, nepoužívejte nefér údery, ani ten úder o tom, kdy jste hovořil o tom, že si za to vlastně můžeme sami, není fér a vy to víte.“<sup>71</sup>

#### 5.1.4 Slova knižní

Knižní slova se mohou vyskytovat ve všech stylových oblastech. Přestože jsou vázána především na psaný jazyk, jsou využívána u komunikátů, které vyžadují užití spisovného jazyka. Objevují se proto i v mluvených projevech slavnostního rázu.<sup>72</sup>

Výskyt knižních slov je podle Hausera pocíťován jako příznakový vždy a v každém kontextu.<sup>73</sup> V oblasti prostě sdělovací s tímto tvrzením souhlasíme. Avšak například v odborné sféře bychom se přiklonili k názoru, že vyznívají nepříznakově.<sup>74</sup>

Využití knižních slov lze příznakovým způsobem například pro dosažení efektu kontextové expresivity.<sup>75</sup>

Podle Jaklové patří expresivní a emotivní pojmenování mezi tradiční prostředky stimulující persvazivní účinek. Jednak implikují hodnocení autora projevu a jednak působí na emoce příjemce, umocňují komunikační efekt sdělení.<sup>76</sup>

Pro určení, zda se jedná či nejedná o slovo knižní, jsme pracovali se Slovníkem spisovného jazyka českého, kde byla knižní slova označována jako *kniž.* Zároveň jsme knižní výrazy ověřovali ve Slovníku spisovné češtiny pro školu a veřejnost.

##### Příklady:

„Já bych nechtěl mluvit o našich mítincích ale, když si třeba lidé z jedné politické strany, která chce být parlamentní stranou, Věci veřejné, dávají nějaké pásky na rukávy, tak to už trošku evokuje něco, jako bylo SA ve své době.“<sup>77</sup>

„Z našeho hlediska, já jsem se to snažil vysvětlit, máme jinou koncepci nežli je koncepce Občanské demokratické strany, kterou vy možná přebíráte, ale já bych rád vysvětlil koncepci sociální demokracie ...“<sup>78</sup>

---

<sup>71</sup> 9. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>72</sup> JÍLEK 2005, s. 14.

<sup>73</sup> HAUSER 1980, s. 32.

<sup>74</sup> JÍLEK 2005, s. 14.

<sup>75</sup> IBID.;

Tématu kontextové expresivity se práce věnuje samostatně, viz. dále.

<sup>76</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>77</sup> 10. 5. 2010 / Nedělní partie

### 5.1.5 Poetismy

Poetismy jsou básnická slova, která slouží k ozvláštňení textu. Poetismy se nepříznačově užívají pouze v případě stylové oblasti umělecké.<sup>79</sup>

Některé historické poetismy přešly rovněž do oblasti publicistické. Zde však vykazují výrazný příznak citovosti.<sup>80</sup> Podle Hausera jsou poetismy často expresivní.<sup>81</sup>

Podle Jaklové patří expresivní a emotivní pojmenování mezi tradiční prostředky stimulující persvazivní účinek. Jednak implikují hodnocení autora projevu a jednak působí na emoce příjemce, umocňují komunikační efekt sdělení.<sup>82</sup>

Pro určení, zda se jedná či nejedná o poetismus, jsme pracovali se Slovníkem spisovného jazyka českého, kde byly poetismy označovány jako *bás*. V rámci naší práce budeme toto označení považovat za označení poetismu. Zároveň jsme poetismy ověřovali v Slovníku spisovné češtiny pro školu a veřejnost.

#### Příklady:

*„Možná, že v komunistické Severní Korei to před těmi volbami vypadá trošku jinak, tam se skutečně všichni drží za ruce a pějí sborové písně, ale to v té demokracii nikdy takhle nepůjde.“<sup>83</sup>*

### 5.1.6 Zastaralá pojmenování (archaismy, historismy)

V případě pojmenování, jež se označují jako zastaralá, se jedná o takové lexikální jednotky, které již nejsou používány či které jsou z užívání vytlačovány. Uvnitř skupiny těchto pojmenování je možné vyčlenit dvě základní skupiny slov; archaismy a historismy.<sup>84</sup> Jedná se o slova, která mohou být ještě v rámci jazyka užita, třeba pro potřeby zvláštního vyjádření, mimo jiné například z důvodů expresivních.<sup>85</sup> Zastaralá pojmenování mohou plnit například funkci ironizující.<sup>86</sup> Podle Dvorského (viz výše) mají prvky, které jsou komicky zaměřené, schopnost

---

<sup>78</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>79</sup> HUBÁČEK 1987, s. 92.

<sup>80</sup> IBID.

<sup>81</sup> HAUSER 1980, s. 29.;

Tématu expresivity se práce věnuje samostatně, viz dále.

<sup>82</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>83</sup> 10. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>84</sup> JÍLEK 2005, s. 18.

<sup>85</sup> HAUSER 1980, s. 41.

<sup>86</sup> MISTRÍK 1989, s. 74.

aktivizovat projev. Podílí se na zvyšování přesvědčivosti a účinnosti. Přispívají k celkové zajímavosti a přitažlivosti projevu mluvčího, mají schopnost ovlivnit zájem příjemce o téma, vedou k snazšímu zapamatování informací.<sup>87</sup>

### 5.1.6.1 Archaismy

Archaismy jsou pojmenování, která ustupují pojmenování novějšímu. Děje se tak v případě, že se toto novější pojmenování stalo běžněji užívaným. Můžeme rozlišovat jednotky zastarávající, které se postupně přestávají užívat, a jednotky již zastaralé, které už nejsou součástí dnešní slovní zásoby.<sup>88</sup> Jako archaismy mohou být pocíťovány také některé poetismy.<sup>89</sup>

Některé typy archaismů jsou považovány za nepříznačové. Jedná se o ty, které se objevují ve frazeologismech. Těmito archaismy se v naší práci nebudeme zabývat v rámci archaismů, jelikož takto nejsou vnímány jako příznačové, zahrneme je však pod frazeologismy.<sup>90</sup>

Pro určení, zda se jedná či nejedná o archaismus, jsme pracovali se Slovníkem spisovného jazyka českého, kde byly archaismy označovány symbolem malého křížku (†).

#### Příklady:

*„S ním jsou spjaty všechny ty programové věci, které jsou, tak jsou spjaty s jeho jménem, takže ODS a pan Nečas, to jedno jest.“<sup>91</sup>*

### 5.1.6.2 Historismy

Historismy naproti archaismům označují věci, jevy či skutečnosti již zaniklé. Užívají se výhradně v kontextu doby, ke které se váží. Užívá se jich převážně v textech uměleckých či odborných.<sup>92</sup>

Pro určení, zda se jedná či nejedná o historismus, jsme pracovali se Příručním slovníkem jazyka českého. Zde byly historismy označovány jako *hist.*

#### Příklady:

---

<sup>87</sup> DVORSKÝ 1984, s. 21.

<sup>88</sup> JÍLEK 2005, s. 18–19.

<sup>89</sup> HAUSER 1980, s. 42.

<sup>90</sup> IBID.

<sup>91</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>92</sup> JÍLEK 2005, s. 19.

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu historismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *bukanyr*, *halapartna* či například *tarasnice*.<sup>93</sup>

### 5.1.7 Neologismy a okazionalismy

Neologismy jsou nově utvořená slova užívaná menším kruhem uživatelů, případně jen jediným autorem.<sup>94</sup> Hranice mezi neologismy a neutrálními slovy je však podle Hausera velice plynulá. Přesné vymezení neologismů je proto obtížné a často také subjektivní.<sup>95</sup>

Mezi neologismy řadíme rovněž tzv. okazionalismy, které nejsou dosud pevně ukotveny v povědomí všech uživatelů jazyka. Jedná se o výrazy příležitostné, nahodilé a mnohdy účelově vytvořené.<sup>96</sup> Podle Bartoška je možné je nalézt zpravidla u tvůrčích typů politiků a politických žurnalistů.<sup>97</sup> Tyto prostředky ožívují vyjádření, přitahují pozornost příjemce, jsou prostředkem aktualizace projevu. Mohou zároveň obsahovat doprovodné významy, zejména a nejčastěji expresivitu. Jsou také nositelem ironie a komického účinku. V neposlední řadě mohou mít depreciativní záměr.<sup>98</sup> Vycházíme li z tvrzení Dvorského<sup>99</sup>, mají neologismy a okazionalismy, schopnost působit na příjemce a přesvědčovat jej.

Určení, zda se jedná či nejedná o neologismus, případně okazionalismus, nebylo snadné. Nabízí se využití Slovníku neologismů – Nová slova v češtině, nicméně zde jsou uvedeny pojmy, které byly pocíťovány jako neologismy v období let 1985 – 2002. Z tohoto důvodu jsme slovníků nevyužili. Ze stejného důvodu jsme rovněž nepracovali s elektronickou databází Neomat, která zachycuje neologismy pouze do roku 2000. Z výše uvedených důvodů jsme se při určování, zda se jedná či nejedná o neologismus či okazionalismus, zaměřili na frekvenci výskytu těchto slov. K tomuto účelu jsme využili frekvenční slovník češtiny z roku 2007,<sup>100</sup> který vychází z Pražského mluveného korpusu. Zároveň jsme pracovali s Českým národním

---

<sup>93</sup> JÍLEK 2005, s. 19.

<sup>94</sup> HAUSER 1980, s. 43.

<sup>95</sup> IBID., s. 44.

<sup>96</sup> JÍLEK 2005, s. 19.

<sup>97</sup> BARTOŠEK 1993, s. 15.

<sup>98</sup> STANĚK 2002, č. 2.

<sup>99</sup> DVORSKÝ 1984, s. 21.

<sup>100</sup> ČERMÁK 2007.



korpusem SYN2010<sup>101</sup>, v němž jsou zachyceny texty z let 2005 - 2009. Samozřejmostí bylo vyhledání pojmu ve všech tvarech paradigmatu. Za neologismy jsme považovali taková slova, jejichž frekvence užití byla nižší než 200. Tuto hranici stanovily ve své obhájené bakalářské práci autorky Kovačičová a Trčková.<sup>102</sup>

Jsme si vědomi toho, že tento postup není dokonalý, ovšem shledáváme ho jako nejlepší z možných. Pracovali jsme s nejnovějším frekvenčním slovníkem i nejnovějším synchronním korpusem. Složitost problematiky neologismů a jejich zkoumání je dobře patrná na příkladu, který uvádíme níže v podobě slova *restrukturalizace*. Tento pojem není ve Frekvenčním slovníku češtiny z roku 2007, který vychází z Pražského mluveného korpusu z roku 2001<sup>103</sup>, v němž se nachází texty z let 1988 - 1996<sup>104</sup>, vůbec obsažen. Z tohoto faktu usuzujeme, že na přelomu tisíciletí tento pojem v našem jazyce buď vůbec neexistoval, nebo byl právě neologismem. Ovšem v případě synchronního korpusu z roku 2010 již pojem restrukturalizace značně přesahuje námi stanovenou hranici výskytů proto, abychom jej hodnotili jako neologismus.

#### Příklady:

„*To pastelkovné, to se stačilo zrušit- nestrašme těmi mandatorními výdaji, že by to zavinili Sociální demokraté, ty už čtyři roky nevládnou.*“<sup>105</sup>

„*Počítáme s tím, že dojde k určité restrukturalizaci daňových příjmů, počítáme se zavedením progresivního zdanění, to jsou známé věci, s určitou změnou v daňové politice, v návratu úrovně daně z příjmu na rok 2008.*“<sup>106</sup>

### 5.1.9 Expresiva

„Většina lexikálních jednotek v lexikální zásobě slouží pouze k základnímu pojmenování reality, jejich význam je tedy nociónální.“<sup>107</sup> Existuje však skupina lexikálních jednotek, které jsou označovány jako expresivní. U těchto jednotek je

---

<sup>101</sup> Český národní korpus: SYN2010 [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://ucnk.ff.cuni.cz/verejny.php>

<sup>102</sup> KOVAČIČOVÁ, Z., TRČKOVÁ, J. *Užívaný způsob výstavby zpravodajských relací televizních stanic ČT a TV Nova*, s. 29.

<sup>103</sup> Český národní korpus [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://ucnk.ff.cuni.cz/publikace.php#fsmc>

<sup>104</sup> Český národní korpus: Pražský mluvený korpus [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://ucnk.ff.cuni.cz/pmk.php>

<sup>105</sup> 7. 3. 2010 /Otázky Václava Moravce

<sup>106</sup> 9. 5. 2010/ Nedělní partie

<sup>107</sup> JÍLEK 2005, s. 21.

vedle základního neboli nociónálního významu přítomen rovněž citový nebo volní příznak.<sup>108</sup>

Expresivní pojmenování jsou velmi četná právě v jazyce politiky. Z těchto jsou častějšími a nápadnějšími expresiva hanlivá, než expresiva pochvalná.<sup>109</sup>

Do skupiny lexikálních jednotek s citovým příznakem záporným řadíme slova pejorativní, která vyjadřují negativní, odmítavý či pohrdlivý vztah mluvčího, slova hanlivá, slova zhrubělá, jejichž cílem je vzbudit a vyjádřit odpor, pohoršení nad nějakou skutečností. Patří sem zároveň takzvané dysfemismy, které "záměrně zveličují a zdůrazňují nepříjemné, společensky nevhodné, nežádoucí skutečnosti."<sup>110</sup>

Podle Jaklové patří expresivní a emotivní pojmenování mezi tradiční prostředky stimulující persvazivní účinek. Jednak implikují hodnocení autora projevu a jednak působí na emoce příjemce, umocňují komunikační efekt sdělení.<sup>111</sup>

Pro určení, zda se jedná či nejedná o expresivní vyjádření, jsme pracovali se Slovníkem spisovného jazyka českého. Zde byly expresivní výrazy označovány jako *expr.*

#### Příklady:

*„Ale upřímně, pane redaktore, kdybych měl porovnávat nějakou pomoc v řádech několika miliard korun v situaci, kdy vím, že se na našich účtech fláká 750 mld. korun evropských peněz, které můžeme použít, tak si myslím, že těch pár miliard korun, byť by to bylo nepříjemné, tak bych to doprovázel stejnými slovy jako premiér Fico, tak bych se odvážil dát.“<sup>112</sup>*

*„Já závidím těm politickým stranám, které kašlou na lidi - Sociální demokracie, pod mým vedením to dělat nebude.“<sup>113</sup>*

### **5.1.9.1 Kontextová expresivita**

Podle Jílka je kontextové expresivity "v rámci stylizace textu využíváno k dosažení zvláštního sémantického efektu, kterým může být ironie, slovní humor. Jde v zásadě o úmyslné nenáležité užití jazykové jednotky v širším smyslu slova (nemusí jít tedy pouze o jednotku lexikální) v rámci stylové sféry, pro kterou není

---

<sup>108</sup> JÍLEK 2005, s. 21.

<sup>109</sup> BARTOŠEK 1993, s. 12.

<sup>110</sup> JÍLEK 2005, s. 24–25.

<sup>111</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>112</sup> 10. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>113</sup> 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

určená, obvyklá." <sup>114</sup> Expresivita kontextová není součástí významu slova a na rozdíl od expresivity adherentní se u tohoto typu expresivity význam slova nemění. Je jen jevem stylistickým. <sup>115</sup> Tento typ expresivity tedy vzniká aktuálně jako následek zařazení slova do stylově, citově či jinak odlišného kontextu. <sup>116</sup> V našem případě tak se může jednat například o ironii, slova nespisovná, knižní, archaismy, historismy, poetismy a podobně.

Na základě práce Dvorského <sup>117</sup> tedy soudíme, že má kontextová expresivita schopnost vnášet do sdělení persvazi.

Při určování, zda se jedná či nejedná o kontextovou expresivitu, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

*„S ním jsou spjaty všechny ty programové věci, které jsou, tak jsou spjaty s jeho jménem, takže ODS a pan Nečas, to jedno jest.“<sup>118</sup>*

*„Pokud tu čínskou zed', já se nebudu omlouvat čínským komunistům, protože oni také dobře vědí, proč bylo třeba tu čínskou zed' rozbít na padrť, obrazně.“<sup>119</sup>*

### 5.1.10 Invektiva

Hanlivě zkarikovaná vlastní jména politiků či jejich hanlivé přezdívky se označují jako invektiva. Žurnalisté je velmi často přejímají z řeči politiků, nebo je sami produkují. <sup>120</sup> Podle Balowského je cílem urážka či výsměch určité osoby, skupiny osob, či organizace. <sup>121</sup> Vycházíme li z názoru Dvorského, může mluvčí užitím invektiv přesvědčovat příjemce skrze jejich zábavní funkci.

Při určování, zda se jedná či nejedná o invektiva, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

---

<sup>114</sup> JÍLEK 2009, s. 25.

<sup>115</sup> ZIMA 1961, s. 11.

<sup>116</sup> GREPL a kol. XX, s. 95.

<sup>117</sup> DVORSKÝ 1984, s. 21.

<sup>118</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>119</sup> 10. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>120</sup> BARTOŠEK 2007, s. 91.

<sup>121</sup> BALOWSKI 2005, s. 15–16.

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu invektiv. V odborné literatuře jsou uváděny příklady typu *Klauzeman*, *Tupolánek* či například *Turoubek*.<sup>122</sup>

### 5.1.11 Hodnotící slova

Hodnotící slova mohou intenzifikovat účinek sdělení, a to buď pozitivně, například oslavně, pochvalně, vlídně, chápavým a přívětivým humorem, nebo záporně, tedy kritikou, zesměšňováním, nepřátelským, hanlivým, znehodnocujícím až odpuzujícím hodnotícím zabarvením.<sup>123</sup> Vycházíme li z tvrzení Dvorského<sup>124</sup>, mají hodnotící slova v projevu persvazivní a získávací potenciál.

Při určování, zda se jedná či nejedná o hodnotící slova, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Pracovali jsme velmi tvrdě proti asociálním reformám Topolánkovy vlády, na kterých se pan Nečas lví měrou podílel a které poškodili většinu české společnosti, ať se jednalo o důchodce, rodiny s dětmi nebo zaměstnance.“<sup>125</sup>*

*„..., takže je to trošku nezvyklé u nás, ale myslím, že do budoucna je asi nutné, aby ti lidé z té jeho politické generace byli zkrátka trošku dále v té politice, protože takové ty super star, které přiletí a odletí rychle, tak to většinou k ničemu dobrému není.“<sup>126</sup>*

### 5.1.12 Sémaziologicko-onomaziologické derivace

Podle Čechové mají obrazná pojmenování v projevu mluvčího schopnost poutat čtenářskou pozornost a dodávat jazykovému projevu živosti a naléhavosti. Jazykový projev, který je jimi obohacený, pak bývá mnohem emocionálnější a procítěnější. Prostřednictvím obrazů mohou být odhaleny například projevy záporného nebo kladného vztahu autora k tomu, co sděluje.<sup>127</sup> Podle Jaklové mohou mít obrazná pojmenování persvazivní a získávací efekt.<sup>128</sup>

---

<sup>122</sup> BARTOŠEK 2007, s. 91.

<sup>123</sup> IBID., s. 81.

<sup>124</sup> DVORSKÝ 1984, s. 21.

<sup>125</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>126</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>127</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s. 251.

<sup>128</sup> JAKLOVÁ 2002, s. 174.

V rámci sémaziologicko-onomaziologických derivací se budeme věnovat následujícím tropům: metafoře, metonymii, přirovnání, hyperbole a ironii.

### 5.1.12.1 Metafora

Pojmenování, které vzniklo na základě přenesení dle vnější podobnosti denotátů, se nazývá metafora.<sup>129</sup> Druhem metafory je takzvaná personifikace, která přisuzuje děje a vlastnosti, které jsou typické pro člověka, neživým předmětům, různým jevům a zvířatům.<sup>130</sup>

Metaforu můžeme rozdělit na dva základní typy – metafory aktualizační, které ozvláštňují text, a metafory automatizované, které jsou již vžité a jako obrazné je ani nevnímáme.<sup>131</sup> V souladu s cílem naší práce se však budeme zabývat pouze metaforami aktualizačními, které mají schopnost sdělení ozvláštňit.

Pokud mluvčí užije ve svém projevu metaforu, může být jeho cílem poskytnout nové vidění skutečnosti, popřípadě vyjádřit se zajímavě, vtipně a neotřele. Některé metafory mohou být také expresivního rázu.<sup>132</sup> a mohou sloužit i k hodnocení a vyjádření postojů autora.<sup>133</sup> Na základě tvrzení Jaklové<sup>134</sup> lze říci, že mají metaforická vyjádření v projevu mluvčího persvazivní a získávací potenciál.

Při určování, zda se jedná či nejedná o metaforu, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Je potřeba změnit tu praxi justiční mafie, která prorůstá odshora dolů, a je potřeba dát těm lidem, kteří chtějí ty věci změnit, policii v justici, to, takové pravomoci a takovou možnost a takový prostor, aby tu odvahu mohli projevit.“<sup>135</sup>*

*„Pokud tu čínskou zed', já se nebudu omlouvat čínským komunistům, protože oni také dobře vědí, proč bylo třeba tu čínskou zed' rozbít na padrť, obrazně. Tzn. oni se dostali do toho světa, jsou v něm, ale vraťme se tedy k tomu, ...“<sup>136</sup>*

---

<sup>129</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 65.

<sup>130</sup> KARLÍK 2002, s. 314.

<sup>131</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s. 252.;

Čechová zde uvádí jako příklad automatizované metafory například: start do nového roku či nová tvář města.

<sup>132</sup> JÍLEK 2005, s. 36–37.

<sup>133</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 65.

<sup>134</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>135</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

<sup>136</sup> 9. 5. 2010 / Nedělní partie

### 5.1.12.2 Metonymie

Dalším druhem přenášení pojmenování je metonymie. V tomto případě jde o přenášení pojmenování na jiný předmět na základě nikoli vnější, ale věcné a především vnitřní souvislosti.<sup>137</sup> Za druh metonymie bývá považována tzv. synekdocha. Jedná se o zastoupení pojmenování druhu a rodu, části a celku, neurčitého a určitého počtu, konkrét a abstrakt a plurálu a singuláru.<sup>138</sup>

Podobně jako metaforu můžeme rovněž metonymii rozlišovat na základě ustálenosti, a to na aktuální, či uzuální.<sup>139</sup> V rámci analýzy této práce se opět zaměříme pouze na metonymii aktuální, která má schopnost sdělení oživit, aktivizovat. Na základě tvrzení Jaklové<sup>140</sup> mají obrazná pojmenování, mezi něž metonymii řadíme, v projevu mluvčího persvazivní a získávací potenciál.

Při určování, zda se jedná či nejedná o metonymii, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Koneckonců, i naše letka, pokud byla v podobném technickém stavu, jako zřejmě byla letka polské vlády nebo polského státu, tak měla drobné havárie, ale vždycky se šťastným koncem, tak jsem neočekával tak tragický konec a samozřejmě, že mě to hluboce zasáhlo tak, jako asi každého z nás, protože to je tragédie a pro polský stát je to velká rána.“<sup>141</sup>*

*„Tak víte, nám jde samozřejmě o ten 13 důchod v tomto roce, právě proto, že v tomto roce fischerova vláda neprovedla valorizaci.“<sup>142</sup>*

### 5.1.12.3 Přirovnání

Přirovnání se, podobně jako metafora, zakládá na vztahu podobnosti.<sup>143</sup> Přirovnání může vyjadřovat hodnocení, ale i postoje nebo intenzifikaci.<sup>144</sup> Můžeme rozlišovat přirovnání ustálená, která spadají do frazeologie a idiomatiky (viz

---

<sup>137</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 65.

<sup>138</sup> JÍLEK 2005, s. 39.

<sup>139</sup> IBID.

<sup>140</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>141</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>142</sup> 9. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>143</sup> JÍLEK 2005, s. 40-41.

<sup>144</sup> LOTKO 1997, s. 99.

frazeologismy) a přirovnání neustálená či autorská.<sup>145</sup> V přirovnání je přítomen tzv. formální ukazatel v podobě spojky *jako*.<sup>146</sup> Vycházíme li z tvrzení Jaklové<sup>147</sup>, má přirovnání užitá v projevu mluvčího persvazivní a získávací potenciál.

Při určování, zda se jedná či nejedná o přirovnání, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Já jsem nedávno v jiném pořadu, v jiné televizi řekl panu předsedovi komunistické strany, že je to něco podobného, jako za starého režimu se strašilo buržoazií, imperialisty a mandelinkou bramborovou.“<sup>148</sup>*

*„Já bych nechtěl mluvit o našich mítincích ale, když si třeba lidé z jedné politické strany, která chce být parlamentní stranou, Věci veřejné, dávají nějaké pásky na rukávy tak to už trošku evokuje něco, jako bylo SA ve své době.“<sup>149</sup>*

### **5.1.12.4 Hyperbola (nadsázka)**

„Hyperbolou se rozumí nadnesené, nadsazené, přehnané označení skutečnosti.“<sup>150</sup> Podnětem hyperboly je podle Šmilauera snaha mluvčího projevit citový vztah ke sdělovanému obsahu, zdůraznit jeho subjektivní závažnost.<sup>151</sup> Vycházíme li z tvrzení Jaklové<sup>152</sup>, může mít hyperbola neboli nadsázka užitá v projevu mluvčího persvazivní a získávací potenciál.

Při určování, zda se jedná či nejedná o hyperbolu neboli nadsázku, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Domnívám se, že by se uspořilo několik miliard korun, protože ty paláce, které dneska mají, ty kancelářské budovy, ty platy těch vrcholných manažerů, tak to se domnívám, že to je věc které zbytečně zatěžuje režii.“<sup>153</sup>*

*„Každý den se v novinách objevuje nějaký korupční skandál, naposledy ministerstvo spravedlnosti justiční mafie se snaží získat zakázku za 2 mld. Kč.“<sup>154</sup>*

---

<sup>145</sup> KARLÍK 2002, s. 356.

<sup>146</sup> JÍLEK 2005, s. 40.

<sup>147</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>148</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>149</sup> 9. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>150</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 64.

<sup>151</sup> ŠMILAUER 1972, s. 63.

<sup>152</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>153</sup> 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>154</sup> 24. 5. 2010 / Nedělní partie

### 5.1.12.5 Ironie

Toto pojmenování lze užít ve významu přímém, nepřímém, ale rovněž ve významu opačném. Ironie úzce souvisí s kontextovou expresivitou<sup>155</sup> - o kontextové expresivitě viz výše. Podle Šmilauera je jejím cílem snaha vyjádřit rozhořčení způsobem, který bude zraňovat.<sup>156</sup> Zároveň lze konstatovat, že je ironie prostředkem slovní komiky.<sup>157</sup> Na základě tvrzení Dvorského<sup>158</sup> tedy může tedy ironie vnášet do sdělení persvazi.

Při určování, zda se jedná či nejedná o ironii, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Čili hlo se jedním procentem, zachovala se výše schodku státního rozpočtu pro příští rok a vláda Mirka Topolánka koncepčně vysoce odborně dosáhla za minulý rok za pomoci nejlepšího ministra financí světa Kalouska schodku státního rozpočtu ve výši téměř 200 miliard korun, tak mi to vysvětlete.“<sup>159</sup>*

*„..., ta lepší pozice byla shodou okolností za vlády, kterou jsem krátce vedl já, kdy jsme byli na 46. místě.“<sup>160</sup>*

### 5.1.13 Frazeologismy a idiomy

Frazém neboli frazeologismus je ustálené víceslovné, obrazné a velmi často také expresivní a celistvé pojmenování.<sup>161</sup> V souvislosti s frazeologismy bývají zmiňovány rovněž tzv. idiomy, které obsahují slova, jež se mimo daná slovní spojení samostatně nevyskytují.<sup>162</sup> Idiomy bývají od frazeologismů obvykle oddělovány, v souladu s cílem naší práce však budeme idiomy řadit k frazeologismům a nebudeme je analyzovat zvlášť.

---

<sup>155</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 64.

<sup>156</sup> ŠMILAUER 1972, s. 63.

<sup>157</sup> PRAVDOVÁ 2006, č. 3.

<sup>158</sup> DVORSKÝ 1984, s. 21.

<sup>159</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>160</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>161</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 66.

<sup>162</sup> JÍLEK 2005, s. 61.;

Jílek jako příklad idiomů uvádí například *nechat na holičkách* či *pozdě bycha honit*.



Frazeologismy bývají často prostředkem k upoutání pozornosti, k oživení projevu<sup>163</sup> a slouží k persvazivní funkci.<sup>164</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o frazeologismus, jsme pracovali se Slovníkem české frazeologie a idiomatiky.

Příklady:

*„Pošlete si tu složenku sami sobě s panem Kalouskem. To myslím, že by bylo velmi rozumné. Zloděj zkrátka křičí, chytte zloděje.“<sup>165</sup>*

*„Víte já zase ty věci, souhlasím s panem předsedou, že je potřeba věci brát s chladnou hlavou.“<sup>166</sup>*

## 5.2 Dílčí shrnutí k lexikální rovině

Následující tabulky shrnují dílčí výsledky, kterých bylo v rámci analýzy lexikální roviny dosaženo. První tabulka shrnuje výsledky ze všech sledovaných pořadů, bez dalšího členění. Tabulka číslo 2 se věnuje souhrnu výsledků analýzy pořadu Otázky Václava Moravce, tabulka číslo 3 obsahuje souhrn výsledků analýzy pořadu Nedělní partie.

Počet jednotek na jeden díl pořadu jsme určili pomocí aritmetického průměru.

---

<sup>163</sup> DVORSKÝ 1984, s. 117.;

NEKULA 1990, č. 4.

<sup>164</sup> JEDLIČKA 1994, č. 1.

<sup>165</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>166</sup> 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

Sledované jednotky	Celkový nalezený počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu
Obecná čeština	23	3,28
Regionalismy	0	0
Dialektismy	0	0
Slova hovorová	52	7,42
Slova knižní	7	1
Archaismy	1	0,14
Historismy	0	0
Argot	0	0
Slang	29	4,14
Přirovnání	54	7,71
Expresiva	114 <sup>167</sup>	16,28
Neologismy a okazionalismy	32	4,57
Hodnotící slova	26	3,71
Metafora	123	17,57
Metonymie	52	7,42
Hyperbola	8	1,14
Frazeologismy	7	1
Ironie	12	1,71
Poetismy	1	0,14
Invektiva	0	0
<b>CELKEM JEDNOTEK</b>	<b>541</b>	<b>77,28</b>

*Tabulka č. 1: Výsledky analýzy lexikální roviny bez dalšího členění na jednotlivé typy pořadů*

<sup>167</sup> V rámci expresivity je zahrnuta i expresivita kontextová.

Sledované jednotky	Celkový nalezený počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu
Obecná čeština	16	4
Regionalismy	0	0
Dialektismy	0	0
Slova hovorová	41	10,25
Slova knižní	5	1,25
Archaismy	1	0,25
Historismy	0	0
Argot	0	0
Slang	21	5,25
Přirovnání	38	9,5
Expresiva	84	21
Neologismy a okazionalismy	25	6,25
Hodnotící slova	17	3,75
Metafora	94	23,5
Metonymie	42	10,5
Hyperbola	5	1,25
Frazeologismy	5	1,25
Ironie	10	4
Poetismy	0	0
Invektiva	0	0
<b>CELKEM JEDNOTEK</b>	<b>404</b>	<b>101</b>

*Tabulka č. 2: Výsledky analýzy pořadu Otázky Václava Moravce*

Sledované jednotky	Celkový počet nalezených jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu	Celkový počet nalezených jednotek vynásobený koeficientem $k$	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu vynásobený koeficientem $k$
Obecná čeština	7	2,33	16,8	5,6
Regionalismy	0	0	0	0
Dialektismy	0	0	0	0
Slova hovorová	11	3,66	26,4	8,8
Slova knižní	2	0,66	4,8	1,6
Archaismy	0	0	0	0
Historismy	0	0	0	0
Argot	0	0	0	0
Slang	8	2,66	19,2	6,4
Přirovnání	16	5,33	38,4	12,8
Expresiva	30	10	72	24
Neologismy a okazionalismy	7	2,33	16,8	5,6
Hodnotící slova	9	3	21,6	7,2
Metafora	29	9,66	69,6	23,2
Metonymie	10	3,33	24	8
Hyperbola	3	1	7,2	2,4
Frazeologismy	2	0,66	4,8	1,6
Ironie	2	0,66	4,8	1,6
Poetismy	1	0,33	2,4	0,8
Invektiva	0	0	0	0
<b>CELKEM JEDNOTEK</b>	<b>137</b>	<b>45,66</b>	<b>328,8</b>	<b>109,6</b>

*Tabulka č. 3: Výsledky analýzy pořadu Nedělní partie*

Ve vybraném vzorku pořadů bylo identifikováno celkem **541** lexikálních jednotek, které mají získávací a persvazivní potenciál. Z výsledků této analýzy vyplývá, že zmíněná persvaze a získávání do sdělení pronikají nejčastěji prostřednictvím metafor (123) a expresivity (114). Dále jsme na základě analýzy identifikovali vysoký počet přirovnání (54), metonymie (52), hovorových slov (52), neologismů (32), slangu (29), hodnotících slov (26) a obecné češtiny (23). Nižší frekvenci jsme zaznamenali v případě ironie (12), hyperboly (8), frazeologismů (7),

knižních slov (7), archaismů (1) a poetismů (1). Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli regionalismy, dialektismy, historismy, argot ani invektiva.

Z provedené analýzy zároveň vyplynulo, že je průměrný počet nalezených jednotek s persvazivním a získávacím potenciálem na 1 díl pořadu ve sledovaných pořadech srovnatelný. Rozdíl činí pouze 8,6 procentu, a to ve prospěch pořadu *Nedělní partie*.

## 5.3 Persvazivní a získávací prostředky syntaktické

Jazyk politiky podle Bartoška neslouží k všestrannému poznání, ale propagandistickým cílům. Skutečnosti tedy různě upravuje a modifikuje, vybírá podle potřeby a zdůrazňuje to, co slouží pouze k účelu a prospěchu. Proto se v politice některé informace vypouštějí, překrucují a pozornost se účelově odvádí jinam.<sup>168</sup>

Abychom zjistili, nakolik se jazyk Jiřího Paroubka v Otázkách Václava Moravce a v Nedělní partii této myšlence přibližuje, rozhodli jsme se na základě rešerše dostupné literatury zaměřit se na syntaktické prostředky, které mohou mít persvazivní a získávací potenciál. V rámci této části práce se budeme věnovat řečnickým otázkám a odpovědím, opakovacím řečnickým figurám, imperativům a větám zvolacím a přací, litotesu, rektifikaci, enumeraci, vsuvce, elipse, samostatnému větnému členu, osamostatněnému členu či subjektivnímu členění větnému.

### 5.3.1 Řečnická otázka

Ačkoli má řečnická otázka formu věty tázací, jedná se o funkčně oznamovací výpověď. Tato výpověď je velmi často citově zabarvená, vyjadřuje citové zaujetí, rozhorlené tvrzení apod.<sup>169</sup>

Řečnická otázka není užívána za účelem obdržení odpovědi, ale je snahou o zatraktivnění projevu, o získání posluchačovy pozornosti a jeho angažování. Řečnická otázka je snahou o vyvolání myšlenkového a emocionálního procesu, kterým může mluvčí posluchače ovlivnit.<sup>170</sup> Podle Jaklové je řečnická otázka jedním z nejběžnějších syntaktických prostředků persvaze.<sup>171</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o řečnickou otázku, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

---

<sup>168</sup> BARTOŠEK 1993, s. 27.

<sup>169</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 252.

<sup>170</sup> SZYMANEK 2003, s. 228.

<sup>171</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

„... protože jsem si četl samozřejmě volební program ODS z minulých voleb pana předsedy, to se jím tedy podařilo v té korupci, ale musíme na to odpovídat, v té, v tom protikorupčním boji udělat, kam jsme se jako země posunuli?“<sup>172</sup>

„Jenom proto, že se přestalo krást, to je jednoduché. To je to praktické, víte?“<sup>173</sup>

### 5.3.2 Řečnická odpověď

„Je spojena s řečnickou otázkou, v níž se předběžně formuluje problém a pak se uvádí odpověď jako vlastní sdělení, které problém teprve řeší (tím se projev dialogizuje), ...“<sup>174</sup>

V případě řečnické odpovědi dochází k rozporu mezi odpovědí pravděpodobnou a skutečnou. Zároveň dochází také k rozporu mezi gramatickou formou výpovědi a jejím obsahem. Výsledné sdělení tedy může nabývat expresivní povahy. Na základě toho patří řečnická odpověď, stejně jako řečnická otázka, podle Jaklové k nejběžnějším syntaktickým prostředkům persvaze.<sup>175</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o řečnickou odpověď, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

„... kam jsme se jako země posunuli? Pokud já vím, tak to žádný velký úspěch nebyl.“<sup>176</sup>

### 5.3.3 Opakovací řečnické figury

V případě opakovacích řečnických figur se jedná se o specifické prostředky, jejichž podstatou je opakování slov a vyšších textových celků.<sup>177</sup>

Návrat stejného prvku, tedy opakování toho, co už bylo v textu jednou realizováno, je podle Lotka nečekaný. Opakovací figury navíc mimo jiné zesilují expresi.<sup>178</sup> To vše jsou prostředky, které mohou vést k ozvláštňení textu.<sup>179</sup>

---

<sup>172</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>173</sup> 9. 5. 2010/ Nedělní partie

<sup>174</sup> LOTKO 2009, s. 104.

<sup>175</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>176</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>177</sup> LOTKO 1997, s. 89.

<sup>178</sup> IBID.

<sup>179</sup> IBID.

Podle Jaklové jsou řečnické figury. nejběžnějšími syntaktickými prostředky persvaze, jelikož u nich dochází k rozporu mezi gramatickou formou a obsahem výpovědi, jak jsme již uvedli v případě řečnické odpovědi.<sup>180</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o opakovací řečnickou figuru, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Nemyslím si, že je potřeba snižovat počet ministerstev, je potřeba, aby efektivně pracovaly, je potřeba se zaměřit na strukturu těch ministerstev, je potřeba snižovat výdaje, udělat audity výdajů jak provozních, investičních, energetické audity, ...“<sup>181</sup>*

*„My chceme všem dostupné kvalitní solidární veřejné zdravotnictví, to znamená zdravotnictví bez ohledu na peněženku. My zrušíme poplatky ve zdravotnictví. My obnovíme nemocenskou v prvních třech dnech nemoci a naše představa je jasná, ...“<sup>182</sup>*

### **5.3.4 Imperativy a věty zvolací a přací**

Vedle řečnické odpovědi a řečnické otázky se k syntaktickým prostředkům, které signalizují kontakt s adresátem, řadí rovněž imperativy. Nejčastěji se jedná o imperativ pro 1. os. pl., zřídka i pro 2. os. pl.. Kromě imperativů lze do této skupiny zařadit rovněž věty zvolací a přací.<sup>183</sup> Stimulátory persvaze mohou být všechny syntaktické konstrukce s komunikační funkcí direktivní, proto se budeme těmto prostředkům věnovat.

Při určování, zda se jedná či nejedná o imperativ či větu zvolací nebo přací, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Já si myslím, že před minulými volbami do poslanecké sněmovny, to byli naopak poslanci dnešní vaší strany. Pan Severa, který přišel s návrhy, které byly rozpočtově neodpovědné, řekněme si otevřeně.“<sup>184</sup>*

*„Tak podívejte, já myslím, že u nás přece nejsou volby, není předvolební kampaň jako v Severní Koreji.“*

---

<sup>180</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>181</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>182</sup> 23. 5. 2010/ Nedělní partie

<sup>183</sup> ČECHOVÁ a kol. 1997, s. 190.

<sup>184</sup> 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce



### 5.3.5 Jiné řečnické figury

Mezi další řečnické figury, jež mohou dle tvrzení Jaklové<sup>185</sup> do sdělení vnášet získávací a persvazivní funkci, se řadí například litotes, rektifikace či enumerace. Zmíněné řečnické figury mohou podle Lotka vzbuzovat a udržovat dramatické napětí v projevu, podněcovat posluchačovu pozornost a mohou přispívat ke zvýšení přitažlivosti jeho projevu.<sup>186</sup>

#### 5.3.5.1 Litotes

Litotes se řadí mezi prostředky se zjemňující a oslabující funkcí.<sup>187</sup> Pro zjemnění používá metodu negace opaku zjemňovaného výrazu. Litotes může být opakem hyperboly, ale může rovněž plnit i stejnou funkci.<sup>188</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná litotes, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

*„Já už jsem si všiml, pane místopředsedo, že matematika není vaší nejsilnější disciplínou.“<sup>189</sup>*

#### 5.3.5.2 Rektifikace

Rektifikace spočívá v tom, že mluvčí již jednou užitý výraz v textu zpřesňuje, čímž se jeho řečnický projev stává nejen působivějším, ale rovněž výstižnějším. Příjemce sdělení je stimulován, jelikož řečník využívá kontrast či například mění tempo výpovědi, čímž zpomaluje vnímání.<sup>190</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná rektifikací, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

*„Pan předseda vlády Fischer, já jsem ted' ukázal argumentaci, 12 miliard, respektive 195 miliard.“<sup>191</sup>*

---

<sup>185</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>186</sup> LOTKO 1997, s. 102.

<sup>187</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 64.

<sup>188</sup> LOTKO 1997, s. 104.

<sup>189</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>190</sup> LOTKO 1997, s. 96.

<sup>191</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

„*Průběžné zveřejňování jednotlivých fází toho, jak bude se ta zakázka vyvíjet, respektive ta veřejná zakázka.*“<sup>192</sup>

### 5.3.5.3 Enumerace

Enumerací je míněn výčet věcí, vlastností či dějů, které za sebou následují. Enumerace je prostředkem s dramaturgickou funkcí.<sup>193</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o enumeraci, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„*To znamená o nezaměstnanosti, boj proti korupci, dostupné zdravotnictví, důchody, férové důchody, férové daně.*“<sup>194</sup>

„*... že ta hlavní témata budou krize, nezaměstnanost, udržení životní úrovně, korupce, zdravotnictví.*“<sup>195</sup>

### 5.3.6 Vsuvka

Vsuvka je taková věta, která přerušuje souvislé sdělení, doplňuje je, hodnotí či například zpřesňuje. Do sdělení je vložena volně a není k němu skladebně připojena.<sup>196</sup> Tyto vložené odkazy a poznámky projev aktualizují, podporují a zesilují získávací a přesvědčovací funkci a autentičnost informací.<sup>197</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o vsuvku, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„*Tak já bych chtěl říci, že české zdravotnictví, přes děsivé zásahy Občanské demokratické strany, pana Julínka, pana Schneidera, je stále jedno z nejlepších v Evropě.*“<sup>198</sup>

„*Myslím, že ta daňová reforma, kteřou ODS udělala, prostě udusila do značné míry ten hospodářský růst.*“<sup>199</sup>

---

<sup>192</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>193</sup> LOTKO 1997, s. 93.

<sup>194</sup> 9. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>195</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>196</sup> HUBÁČEK 1982, s. 85.

<sup>197</sup> ČECHOVÁ a kol. 1997, s. 189.

<sup>198</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>199</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

### 5.3.7 Elipsa

Elipsa neboli výpustka je vynechání větného členu, jehož uvedení ve výpovědi se nepovažuje za nezbytně nutné, jelikož jej dostatečně nahrazuje situace a kontext.<sup>200</sup> Elipsa souvisí s aktuálním členěním výpovědi.<sup>201</sup>

Silné dynamiky projevu může mluvčí dosáhnout zejména prostřednictvím tak zvané kataforické elipsy. Tu charakterizuje vynechání subjektu, který je možný identifikovat až z následujícího sdělení.<sup>202</sup> To nutí příjemce, aby sdělení věnoval pozornost i nadále.<sup>203</sup> Elipse se v této kategorii prostředků věnujeme proto, že může podle Bečky vnášet do sdělení komiku, zejména pokud je elipsa užita nesprávným způsobem. A právě komika obsažená ve sdělení má schopnost ovlivňovat příjemce.<sup>204</sup> <sup>205</sup> Z tohoto důvodu jsme nesledovali všechny elipsy, avšak pouze takové, které mají tento aspekt.

Při určování, zda se jedná či nejedná elipsu, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu elipsy, která by měla podle výše uvedeného persvazivní a získávací charakter. V odborné literatuře je uvedeno například *sestra studuje* či *máte ještě na balkon?*<sup>206</sup>

### 5.3.8 Samostatný větný člen

Samostatný větný člen je výraz, který stojí mimo větu, před ní či za ní. Nejčastěji má vlastnosti podmětu, předmětu či příslovečného určení ve větě, ke které patří, a je ve větné konstrukci zastoupený odkazovacím výrazem zájmené povahy.<sup>207</sup> Užitím mluvčí zdůrazňuje obsahový prvek, jedná se tedy o prostředek velmi citově zabarvený.<sup>208</sup> A prostředky, které mají emotivní či expresivní účinek, jsou tradičními prostředky stimulačními persvazivní funkci.<sup>209</sup>

---

<sup>200</sup> HUBÁČEK 1982, s. 84.

<sup>201</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 263.

<sup>202</sup> BARTOŠEK 2004, s. 28.

<sup>203</sup> SHATURÝ 1999, č. 2.

<sup>204</sup> DVORSKÝ 1984, s. 21.

<sup>205</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>206</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 279.

<sup>207</sup> IBID., s. 227.

<sup>208</sup> HUBÁČEK 1987, s. 162.

<sup>209</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

Při určování, zda se jedná či nejedná samostatný větný člen, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„..., evropské peníze, ty ohromné prostředky, které máme k dispozici, těch zhruba 140 miliard ročně,...“<sup>210</sup>

„O tom musí uvažovat každý odpovědný člověk, protože tu koalici, tu stabilní vládu musí tento stát mít, možná, že to není ve vašem zájmu ale v našem zájmu to je ale my tu velkou koalici skutečně nechceme.“<sup>211</sup>

### 5.3.9 Subjektivní větné členění (inverze)

Subjektivním větným členěním je myšleno obrácení známého a obvyklého pořádku slov. Děje se tak buď přeřazením obsahového jádra věty z jejího konce na její začátek, nebo postavení shodného přívlastku za určované jméno, což je podle Lotka případ častější.<sup>212</sup>

Subjektivní větné členění může sloužit jako ztraktivnění a ozvláštňení textu, kterým autor poutá posluchačovu pozornost.<sup>213</sup> Zároveň má inverze funkci emocionální.<sup>214</sup> A prostředky, které mají emotivní účinek, jsou tradičními prostředky stimulačními persvazivní funkci.<sup>215</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná subjektivní větné členění (inverzi), jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„Je možné nalézt další miliardy, možná desítky miliard korun v průběhu příštího roku.“<sup>216</sup>

„Je to setkání s voliči, kteří jsou rozhodnutí v zásadě.“<sup>217</sup>

### 5.3.10 Osamostatněný větný člen

Samostatné větné členy nejsou samostatnými výpověďmi, ačkoli si zachovávají konstrukční a sémantické vlastnosti příslušných větných členů.<sup>218</sup>

---

<sup>210</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

<sup>211</sup> 9. 5. 2010/ Nedělní partie

<sup>212</sup> LOTKO 2009, s. 104.

<sup>213</sup> HUBÁČEK 1987, s. 166–167.

<sup>214</sup> LOTKO 2009, s.104.

<sup>215</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>216</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>217</sup> 9. 5. 2010/ Nedělní partie

Podstatou osamostatněného větného členu je to, že se mluvčí zaměřuje jen na určité obsahové prvky, a tím jim dává vyniknout.<sup>219</sup> Celé výpovědi, které doplňují a obohacují věcnou informaci, která je ve sdělení obsažena, o subjektivní prvek, patří mezi prostředky sloužícím k posílení persvaze.<sup>220</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o osamostatněný větný člen, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu osamostatněného větného členu. V odborné literatuře je uvedeno například *Jde asi do dvora. Na kuřata.*<sup>221</sup>

## **5.4 Dílčí shrnutí k syntaktické rovině**

Následující tabulky shrnují dílčí výsledky, kterých bylo v rámci analýzy syntaktické roviny dosaženo. Tabulka číslo 4 shrnuje výsledky ze všech sledovaných pořadů, bez dalšího členění. Tabulka číslo 5 se věnuje souhrnu výsledků analýzy pořadu Otázky Václava Moravce, tabulka číslo 6 obsahuje souhrn výsledků analýzy pořadu Nedělní partie.

---

<sup>218</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 278.

<sup>219</sup> HUBÁČEK 1987, s. 162.

<sup>220</sup> JAKLOVÁ 2002, č. 4.

<sup>221</sup> ČECHOVÁ 2000, s. 262.

Sledované jednotky		Celkový nalezený počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu
Řečnická otázka		9	1,28
Řečnická odpověď		1	0,14
Opakovací řečnické figury		29	4,14
Imperativy, věty zvolací a práci		45	6,42
Kataforická elipsa		0	0
Vsuvka		41	5,85
Samostatný větný člen		9	1,28
Osamostatněný větný člen		0	0
Jiné řečnické figury	Litotes	1	0,14
	Rektifikace	14	2
	Enumerace	26	3,71
Inverze		19	2,71
<b>CELKEM JEDNOTEK</b>		<b>194</b>	<b>27,71</b>

Tabulka č. 4: Výsledky analýzy syntaktické roviny bez dalšího členění na jednotlivé typy pořadů

Sledované jednotky		Celkový nalezený počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu
Řečnická otázka		7	1,75
Řečnická odpověď		1	0,25
Opakovací řečnické figury		22	5,5
Imperativy, věty zvolací a práci		34	8,5
Kataforická elipsa		0	0
Vsuvka		34	8,5
Samostatný větný člen		6	1,5
Osamostatněný větný člen		0	0
Jiné řečnické figury	Litotes	1	0,25
	Rektifikace	10	2,75
	Enumerace	21	5,25
Inverze		14	3,5
<b>CELKEM JEDNOTEK</b>		<b>150</b>	<b>37,5</b>

Tabulka č. 5: Výsledky analýzy pořadu Otázky Václava Moravce

Sledované jednotky		Celkový počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu	Celkový počet nalezených jednotek vynásobený koeficientem $k$	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu vynásobený koeficientem $m k$
Řečnická otázka		2	0,66	4,8	1,6
Řečnická odpověď		0	0	0	0
Opakovací řečnické figury		7	2,33	16,8	5,6
Imperativy, věty zvolací a přací		11	3,66	26,4	8,8
Kataforická elipsa		0	0	0	0
Vsuvka		7	2,33	16,8	5,6
Samostatný větný člen		3	1	7,2	2,4
Osamostatněný větný člen		0	0	0	0
Jiné řečnické figury	Litotes	0	0	0	0
	Rektifikace	4	1,33	9,6	3,2
	Enumerace	5	1,66	12	4
Inverze		5	1,66	12	4
<b>CELKEM JEDNOTEK</b>		<b>44</b>	<b>14,66</b>	<b>105</b>	<b>35,2</b>

Tabulka č. 6: Výsledky analýzy pořadu *Nedělní partie*

Ve sledovaném vzorku pořadů bylo identifikováno celkem **194** syntaktických prostředků, které mají získávací a persvazivní potenciál. Z výsledků této analýzy vyplývá, že nejčastěji byly užívány imperativy, věty zvolací a přací (45) a vsuvky (41) a. Dále jsme identifikovali opakovací řečnické figury (29), enumeraci (26), inverzi (19), rektifikaci (14), řečnickou otázku (9) a samostatný větný člen (9). Nižší frekvenci měl litotes (1) a řečnická odpověď (1). Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli osamostatněný větný člen ani kataforickou elipsu.

Z provedené analýzy zároveň vyplynulo, že je průměrný počet nalezených jednotek s persvazivním a získávacím potenciálem na 1 díl pořadu ve sledovaných

pořadech srovnatelný. Rozdíl činí pouze 2,3 prostředku, a to ve prospěch pořadu  
Otázky Václava Moravce.



## 5.5 Persvazivní a získávací prostředky argumentační

### 5.5.1 Rétorika – umění přesvědčovat

Podle Aleny Špačkové nelze o rétorice, která je s prostředky argumentačními úzce spjata, hovořit pouze jako o řemeslu, jelikož se k ní vždy vázalo a stále váže i umění získávat a přesvědčovat.<sup>222</sup> Podle Lotka existuje v rámci rétoriky možnost subjektivní interpretace událostí, jevů a faktů. Styl řečníka obvykle vykazuje známky rafinované argumentace a projev je směřován více na city a na fantazii posluchače, než na jeho rozum.<sup>223</sup>

### 5.5.2 Persvazivní a získávací prostředky argumentační

K ovlivnění posluchačů či diváků se užívají také vyšší komunikační struktury a kategorie. Mezi takové, které se užívají při získávání a přesvědčování, můžeme zařadit například racionální tvrzení, která jsou podložena argumenty, či tvrzení neracionální s logickými chybami a falešnými argumenty. K manipulování slouží zejména vyjadřování postojů či manipulace se skutečností, působení na city nebo také působení na základní lidské motivy.<sup>224</sup>

V rámci argumentace můžeme rozlišit argumentaci věcnou a argumentaci nevěcnou.<sup>225</sup> V této analýze budeme sledovat oba tyto typy argumentace, abychom posléze mohli porovnat, který typ argumentace používá Jiří Paroubek častěji.

Předmětem této analýzy není obsahová stránka sdělení. V případě, že se tedy objeví například konstatování skutečnosti, budeme jej započítávat bez ověření správnosti uvedených skutečností.

#### 5.5.2.1 Sdělení věcná, tedy racionální

„Současná rétorika vychází z předpokladu, že hlavním účelem projevu je působit více na rozum než na cit a fantazii posluchače. Argumentace ad rem, která se opírá o fakta a poznatky, se tedy dnes jeví jako základní.“<sup>226</sup>

---

<sup>222</sup> ŠPAČKOVÁ 2009, s. 14.

<sup>223</sup> LOTKO 2009, s. 15.

<sup>224</sup> BARTOŠEK 1996, s. 87.

<sup>225</sup> LOTKO 1997, s. 125.

<sup>226</sup> LOTKO 2009, s. 18.

Racionální neboli věcné tvrzení vychází z logické definice pojmů a také z racionálních úsudků. Sdělení, jež jsou založena na těchto vlastnostech, je možné pokládat za pravdivá. Pravdivost racionálního tvrzení mohou potvrzovat racionální úsudky – tedy argumenty, kterými je míněno pravdivé tvrzení, které je zdůvodněno jiným pravdivým tvrzením.<sup>227</sup> Racionální neboli věcná tvrzení se obvykle získávají konstatováním všeobecně uznávané skutečnosti, indukci, dedukcí, statistickými údaji, analogií nebo také autoritou, na kterou se mluvčí ve svém projevu odvolává.<sup>228</sup>

### 5.5.2.1.1 Argumentace statistickými údaji

V případě tohoto typu racionální argumentace užívá mluvčí statistické údaje k podložení svých tvrzení, jež pocházejí od důvěryhodných institucí. Tyto údaje jsou vždy získávány reprezentativními metodami.<sup>229</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci statistickými údaji, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Myslím, že Miloš Zeman je chytrý muž a určitě má podobné informace jako já a z těch informací, které já mám na základě posledního průzkumu STEMu, který jsme si nechali udělat před Vánoci, tak vyplynulo, že z 1260 respondentů, tedy těch, kdo odpovídali, ...“<sup>230</sup>*

### 5.5.2.1.2 Argumentace konstatováním skutečnosti

V případě tohoto typu racionální argumentace podkládá řečník svá tvrzení konstatováním všeobecně uznávané a nepochybné skutečnosti. Jedná se tedy o tvrzení, která není třeba dokazovat.<sup>231</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci konstatováním skutečnosti, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

---

<sup>227</sup> BARTOŠEK 1993, s. 32.

<sup>228</sup> BARTOŠEK 2007, s. 95.

<sup>229</sup> BARTOŠEK 1993, s. 32.

<sup>230</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>231</sup> BARTOŠEK 1993, s. 32.

*„... tak jsem neočekával tak tragický konec a samozřejmě, že mě to hluboce zasáhlo tak, jako asi každého z nás, protože to je tragédie a pro polský stát je to velká rána.“<sup>232</sup>*

### 5.5.2.1.3 Argumentace dedukcí

Dedukce "vychází z definice nebo obecnějšího konstatování, které je dokládáno, vysvětlováno, specifikováno."<sup>233</sup> Argumenty, které jsou "logicky platné poté nazýváme deduktivní."<sup>234</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci dedukcí, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Vy jste to jenom špatně spočetli, protože matematika prostě není vaši disciplínou.“<sup>235</sup>*

*„Jde spíše o zdraví lidí a o životy lidí, protože kdyby třeba ta láhev s těmi utopenci šla do toho tisícíhlavého davu, který v tom Kladně byl, tak myslím si, že by to bylo špatně a domnívám se, že takhle nelze dále riskovat.“<sup>236</sup>*

### 5.5.2.1.4 Argumentace indukcí

Indukce vychází z analýzy určitých faktů a postupným způsobem je zobecňuje. Posléze, na základě rozboru například konkrétních údajů či výsledků pokusů, dochází k závěrům.<sup>237</sup> Švandová zároveň uvádí, že pokud "premisy vedou k závěru jen s určitou pravděpodobností", potom se takový argument označuje jako induktivní.<sup>238</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci indukcí, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„Tak já si nemyslím, že je dobré, aby tyhle věci fungovaly společně, protože prostě až na jedno čtyřleté období, kdy byl náměstkem ministra pan Malý, tak to*

---

<sup>232</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>233</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s. 117.

<sup>234</sup> ŠVANDOVÁ 1999, s. 248.

<sup>235</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>236</sup> 9. 5. 2010/ Nedělní partie

<sup>237</sup> ČECHOVÁ a kol. 2008, s.116.

<sup>238</sup> ŠVANDOVÁ 1999, s. 248.

*prostě nefungovalo. Takže je prostě potřeba ty věci řešit jiným způsobem, dát důraz na věci, začít dělat podporu sportu opravdu do velké hloubky, tak jako to dělají třeba Švédové nebo Američané.*<sup>239</sup>

*„Je to prostě pro lidi, pro obyčejné lidi dobrá záležitost a kromě toho, kdybychom chtěli ty věci prohlašovat na půdě Poslanecké sněmovny jenom s komunisty, tak by to nestačilo, takže my musíme mít podporu širší a o tu usilujeme.*<sup>240</sup>

### **5.5.2.1.5 Argumentace analogií**

Další možností věcné argumentace je argumentace analogií, „... tzn. uvedením co nejvyššího počtu přesvědčivých podobných tvrzení. Čím víc analogických premis získáme a čím jsou průkaznější, tím racionálnější je teze.“<sup>241</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci analogií, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ argumentace analogií. V odborné literatuře se uvádí tento příklad: „V roce 1990 vzrostly mzdy o 15 procent, zatímco výroba poklesla o osm procent. – V roce 1991 výroba klesla o dalších 10 procent a mzdy se zvýšily o pět procent. Můžeme tedy předpokládat, že inflace nebude vyšší než v roce 1990.“<sup>242</sup>

### **5.5.2.1.6 Argumentace autoritou**

Podstatou argumentace autoritou je to, že se mluvčí ve svém projevu odvolává na výrok osobnosti, která je v oblasti, o které hovoří, nespornou autoritou.<sup>243</sup> Podle Bartoška na argumentaci autoritou žurnalisté i opoziční politikové rádi odkazují, útočí na ni a zpochybňují ji. Připomínají politikům například jejich dřívější výroky, které se vztahovaly k tvrzením na dané téma či se odvolávají na vládní či stranický program.<sup>244</sup>

---

<sup>239</sup> 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>240</sup> 21. 3. 2010 / Nedělní partie

<sup>241</sup> BARTOŠEK 1993, s. 33.

<sup>242</sup> IBID.

<sup>243</sup> IBID.

<sup>244</sup> IBID.

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci autoritou, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„Už také proto, že v roce 2015 sám prezident Karzái říká, že už nepočítá s vojáky, s početnými vojáky nebo s početnou misí vojenskou v Afghánistánu obecně.“<sup>245</sup>

### 5.5.2.2 Sdělení nevěcná, tedy neracionální

Vedle argumentace věcné (argumentum ad rem) existuje rovněž argumentace nevěcná neboli argumentum ad hominem. U tohoto druhu argumentace se nejedná řečníkovi o zdůvodňování jeho tvrzení na základě věcných důvodů. Jedná se zpravidla o překládání důkazů bez obecné platnosti, které jsou zaměřeny k člověku. Tento typ argumentace má celou řadu variant.<sup>246</sup> „Řečník se uchyluje k záludným argumentačním úskokům a nahrazuje věcné zdůvodnění dané teze pouze tendenční kritikou osobností protivníka.“<sup>247</sup>

Uvedený druh klamně argumentace cílevědomě a zcela záměrně využívá nepravdivých nebo pouze zdánlivě pravdivých a tedy zkreslených argumentů. Opírá se o zneužívání logických chyb a zaměřuje se na zdůvodňování tezí, jež neplynou z argumentů.<sup>248</sup>

Cílem této nevěcné argumentace je zmatení příjemce sdělení nebo uvedení protivníka v diskuzi do nepříjemné situace a donucení k provedení logické chyby, věcného omylu atd.<sup>249</sup> Zároveň je cílem mluvčího přesvědčovat příjemce a vnuknout mu myšlenku, že pro něj to či ono bude výhodné.<sup>250</sup> Mluví tak argumentuje tím, na co bude dle jeho názoru daný přesvědčovaný člověk slyšet. Je přesvědčován například o tom, že určité jednání je v jeho zájmu či odpovídá jeho vlastním zásadám a tak podobně.<sup>251</sup> K typickým argumentačním prostředkům persvaze a získávání patří operování sliby, prosbami, hrozbami atd.<sup>252</sup>

---

<sup>245</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

<sup>246</sup> LOTKO 2009, s. 132.

<sup>247</sup> IBID.

<sup>248</sup> IBID.s. 133.

<sup>249</sup> IBID.

<sup>250</sup> KLAPETEK 2008, s. 105.

<sup>251</sup> IBID., s. 104.

<sup>252</sup> SZYMANEK 2003, s. 241.

### 5.5.2.2.1 Argumentace falešnou autoritou

Argumentace falešnou autoritou (neboli argumentum ad verecundiam) je odkazem na důvěryhodnost. Tento typ argumentace využívá prestiže osobností v určitém oboru, tyto osoby však mluví cituje i v oborech, ve kterých žádnými autoritami nejsou.<sup>253</sup> Za falešnou autoritu jsou velmi často považovány například nejrůznější celebrity.<sup>254</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci falešnou autoritou, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ argumentace falešnou autoritou. V odborné literatuře se uvádí tento příklad: „*Marta Kubišová včera v televizi řekla, že inflace se nemusíme bát. Ona je o tom přesvědčena.*“<sup>255</sup>

### 5.5.2.2.2 Argumentace v kruhu

Argumentace kruhem neboli circulus vitiosus je druhem Petitio principii a řadí se mezi základní chyby v logickém dokazování. Petitio principii je logickou chybou, při které mluví již do formulace své argumentace zaplétá informaci, která má nebo musí být teprve dokázána. Rovněž do této argumentace patří i to, že se o věcech již dopředu hovoří ve smyslu, který vyhovuje přání jedné strany.<sup>256</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci v kruhu, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ argumentace v kruhu. V odborné literatuře se uvádí tento příklad: „Teologové se někdy pokoušejí zdůvodnit existenci Boha tvrzením, že existuje Starý zákon – svědectví o Bohu. Chce-li někdo popřít autoritu Bible (Starý a Nový zákon), říkají, že její autoři museli být inspirováni od Boha, aby tak velké dílo vytvořili.“<sup>257</sup>

---

<sup>253</sup> BARTOŠEK 1993, s. 35.

<sup>254</sup> BARTOŠEK 2007, s. 97.

<sup>255</sup> BARTOŠEK 1993, s. 35.

<sup>256</sup> K LAPETEK 2008, s. 108 –109.

<sup>257</sup> BARTOŠEK 1993, s. 35.

### 5.5.2.2.3 Volné asociace

Namísto užívání logických argumentů je leckdy využíváno volných asociací. Z jejich užití vyplývají falešné dedukce.<sup>258</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci volnou asociací, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„To přeci i takoví lidé, kteří jsou konzervativního založení, jako je prezident Sarkozy, nebo kancléřka Merkelová, prostě touhle cestou jdou. Takže je potřeba, aby stát byl v tom čase krize přítelem lidí.“<sup>259</sup>*

### 5.5.2.2.4 Argumentace falešnou analogií

Vyvozování za pomoci analogie je podle Szymanka téměř pokaždé na určité úrovni zatíženo pravděpodobností, že bude získán nepravdivý závěr.<sup>260</sup> Analogie podle něj může být povrchní. Těchto chyb se dopouští zejména ten, kdo usuzuje na základě nějaké podobnosti určitých věcí, přitom však je zmíněná podobnost založena pouze na druhořadých zvláštностech.<sup>261</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci falešnou analogií, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

*„... je strašlivý dějinný paradox, že ještě po 70 letech vlastně straší vraždy v Katyni takovýmto způsobem, a kdyby zkrátka těch vražd, které provedlo NKVD tehdy před 70 lety v Katyně nebylo tak by nebyla tato tragédie.“<sup>262</sup>*

### 5.5.2.2.5 Argumentum ad ignorantiam

Tento způsob nevěcné argumentace využívá jisté nekompetence a neznalosti příjemců sdělení. Jedná se o pokus prokázat platnost určitého tvrzení poukázáním na fakt, že dosud nebylo toto tvrzení popřeno.<sup>263</sup> U složitějších a odborných otázek, které jsou často tématy zejména společenských diskusí, se jedná podle Klapetka

---

<sup>258</sup> BARTOŠEK 1993, s. 35.

<sup>259</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

<sup>260</sup> SZYMANEK 2003, s. 155.

<sup>261</sup> IBID., s. 156.

<sup>262</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>263</sup> LOTKO 2009, s. 133.

zejména o tento druh nevěcné argumentace. Argumentace ad ignorantum je také nezbytnou součástí všech demagogií.<sup>264</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci ad ignorantum, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ argumentum ad ignorantum. V odborné literatuře se uvádí tento příklad: „*Jestliže nikdo z vás nedokáže popřít existenci telepatie, musíte s jejím vlivem souhlasit.*“<sup>265</sup>

### **5.5.2.2.6 Argumentum ad personam**

Metoda argumentace ad personam spočívá v tom, že mluvčí v diskuzi zesměšňuje a ponižuje protivníka. Cílem této nevěcné argumentace a úmyslem řečníka je prosadit u posluchačů odmítnutí protivnickových názorů.<sup>266</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci ad personam, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

#### Příklady:

„*Já už jsem si všiml, pane místopředsedo, že matematika není vaší nejsilnější disciplínou - 4 miliardy na církve, to si myslím, že je trošku přehnané.*“<sup>267</sup>

„*Jediná nepříjemnost, která vás vždycky prozradí, pane Nečasi, je to hlasování v Poslanecké sněmovně, jak zaslechnete něco o boji proti korupci, jdou hlasy nahoru,...*“<sup>268</sup>

### **5.5.2.2.7 Argumentum ad baculum**

Argumentace ad baculum bývá také nazývána jako argumentace hole či klacku. V případě tohoto typu nevěcné argumentace řečník vyhrožuje posluchačům. Tvrdí, že v případě nesplnění určitých požadavků bude použito protiopatření, fyzické síly, nátlaku apod.<sup>269</sup> Tento typ argumentace holí je velice častý, ačkoliv není rozumný.<sup>270</sup>

---

<sup>264</sup> K LAPETEK 2008, s. 106-107.

<sup>265</sup> LOTKO 2009, s. 133.

<sup>266</sup> IBID.

<sup>267</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>268</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>269</sup> LOTKO 2009, s. 133.

<sup>270</sup> BARTOŠEK 1993, s. 36.



Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci ad baculum, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ argumentu ad baculum. V odborné literatuře se uvádí tento příklad: „*Kdo nejde s námi, jde proti nám.*“<sup>271</sup>

### 5.5.2.2.8 Argumentum ad populum

Argumentum ad populum je takzvaná lidová argumentace. Řečník při ní apeluje na údajně zdravé lidové instinkty, jakými jsou například lokální patriotismus, skupinový egoismus, nechť k plánovaným změnám, nepřátelství, xenofobie či pocity křivdy.<sup>272</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci ad populum, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„... byly zrušeny 3 dny nemocenské, první 3 dny nemocenské, poplatky ve zdravotnictví zavedeny, nekontrolovaný růst energií, to vše jsme zažili v těch předchozích letech. Chceme změnu, vycházím z toho, že jí chtějí dvě třetiny českých občanů.“<sup>273</sup>

„*Nám jde o lidi.*“<sup>274</sup>

### 5.5.2.2.9 Vyjadřování postojů (neboli užívání nálepek)

Vyjadřováním postoje je míněno zaujímání osobního, tedy subjektivního, nebo případně skupinového, redakčního či například profesního stanoviska ke sdělované informaci.<sup>275</sup> Postoje mohou být záporné nebo kladné, získávací nebo odpuzovací či například pochvalné nebo kritické. Pomocí postoje lze modifikovat věcnou informaci dle persvazivního záměru mluvčího.<sup>276</sup> Nejrůznější nálepky dostávají také zastánci záporných nebo kladných postojů.<sup>277</sup>

---

<sup>271</sup> BARTOŠEK 1993, s. 36.

<sup>272</sup> KLAPETEK 2008, s. 108.

<sup>273</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

<sup>274</sup> 9. 5. 2010/ Nedělní partie

<sup>275</sup> BARTOŠEK 2007, s. 97.

<sup>276</sup> BARTOŠEK 1993, s. 39.

<sup>277</sup> BARTOŠEK 2007, s. 98.

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci prostřednictvím vyjadřování postojů, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„Ty nejhloupější odhady budoucího vývoje jste dělali vy v ODS na konci roku 2008.“<sup>278</sup>

„Ale vy jste kašpárek, pane místopředsedo, jestli já se chovám jako ve *Večerníčku*, vykládáte pohádky.“<sup>279</sup>

#### **5.5.2.2.10 Působení na city (vyšší emoce)**

V případě této nevěcné argumentace se mluvčí snaží svým projevem působit na city, emoce příjemce sdělení. Nejčastěji se jedná o city společenské, jakými jsou například láska, nenávisť, sympatie či autorita. Dále se může jednat o city etické, mezi které lze zařadit například smysl pro dobročinnost, povinnost, svobodu, odpuštění nebo tolerantnost, a pak se může jednat například o city tvůrčí, kterými jsou například pocit uspokojení, zklamání nebo rovněž umělecká tvořivost.<sup>280</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci působením na city, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

„Bojovali jsme v uplynulých 4 letech za rodiny s dětmi, zaměstnance, pacienty, seniory, ...“<sup>281</sup>

„Nám jde o lidi.“<sup>282</sup>

#### **5.5.2.2.11 Působení na základní lidské motivy (neboli nižší emoce)**

V případě tohoto typu nevěcné argumentace se mluvčí snaží ovlivnit příjemce působením na jeho nižší emoce. K základním lidským motivům neboli nižším emocím lze zařadit například instinkty či vášně, které jsou přirozenou odezvou na skutečnost. Mluvčí ve svém projevu například apeluje na pud sebezáchovy, obavy z nepřítele, hladu nebo zániku. Jsou podporovány potřebou pospolitosti a touhy po

---

<sup>278</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

<sup>279</sup> 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>280</sup> BARTOŠEK 2007, s. 99–100.

<sup>281</sup> 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

<sup>282</sup> 9. 5. 2010 / Nedělní partie

životní harmonii, která je spojena s potřebou pravidelného životního rytmu, potřebou neměnných hodnot nebo například s potřebou klidu.<sup>283</sup>

Při určování, zda se jedná či nejedná o argumentaci působením na základní lidské motivy, jsme byli schopni sami rozhodnout na základě výše uvedené definice.

Příklady:

*„Šetřeme na provozu státu, nešetřeme na lidech. To je moje, nešetřeme tolik na lidech, to je moje odpověď.“<sup>284</sup>*

*„Tři roky vlády, to byla chybná daňová reforma, která připravila stát o 80 mld. Kč. Dvakrát vládla ODS této zemi, dvakrát přivedla tuto zemi do hospodářské krize.“<sup>285</sup>*

### 5.5.3 Dílčí shrnutí k argumentačním prostředkům

Následující tabulky shrnují dílčí výsledky, kterých bylo v rámci analýzy argumentačních prostředků dosaženo. Tabulka číslo 7 shrnuje výsledky ze všech sledovaných pořadů, bez dalšího členění. Tabulka číslo 8 se věnuje souhrnu výsledků analýzy pořadu Otázky Václava Moravce, tabulka číslo 9 obsahuje souhrn výsledků analýzy pořadu Nedělní partie.

---

<sup>283</sup> BARTOŠEK 2007, s. 100.

<sup>284</sup> 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

<sup>285</sup> 23. 5. 2010 / Nedělní partie

Sledované jednotky		Celkový nalezený počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu
Sdělení věcná	Argumentace statistickými údaji	1	0,14
	Argumentace konstatováním skutečnosti	1	0,14
	Argumentace dedukcí	7	1
	Argumentace indukcí	12	1,71
	Argumentace analogií	0	0
	Argumentace autoritou	1	0,14
Sdělení nevěcná	Argumentace falešnou autoritou	0	0
	Argumentace v kruhu	0	0
	Argumentace falešnou analogií	2	0,28
	Volné asociace	1	0,14
	Argumentum ad ignorantiam	0	0
	Argumentum ad personam	41	5,85
	Argumentum ad baculum	0	0
	Argumentum ad populum	28	4
	Vyjadřování postojů	49	7
	Působení na city	17	2,42
	Působení na základní lidské motivy	21	3
	<b>CELKOVÝ POČET JEDNOTEK</b>	<b>182</b>	<b>26</b>
	<b>Počet jednotek sdělení věcných</b>	<b>23</b>	<b>3,28</b>
	<b>Počet jednotek sdělení nevěcných</b>	<b>159</b>	<b>22,71</b>

*Tabulka č. 7: Výsledky analýzy argumentačních prostředků bez dalšího členění na jednotlivé typy pořadů*

Sledované jednotky		Celkový nalezený počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu
Sdělení věcná	Argumentace statistickými údaji	1	0,25
	Argumentace konstatováním skutečnosti	1	0,25
	Argumentace dedukcí	4	1
	Argumentace indukcí	9	2,25
	Argumentace analogií	0	0
	Argumentace autoritou	1	0,25
Sdělení nevěcná	Argumentace falešnou autoritou	0	0
	Argumentace v kruhu	0	0
	Argumentace falešnou analogií	2	0,50
	Volné asociace	1	0,25
	Argumentum ad ignorantiam	0	0
	Argumentum ad personam	36	9
	Argumentum ad baculum	0	0
	Argumentum ad populum	19	4,75
	Vyjadřování postojů	41	10,25
	Působení na city	13	3,25
	Působení na základní lidské motivy	15	3,75
	<b>CELKOVÝ POČET JEDNOTEK</b>	<b>144</b>	<b>36</b>
	<b>Počet jednotek sdělení věcných</b>	<b>16</b>	<b>4</b>
	<b>Počet jednotek sdělení nevěcných</b>	<b>127</b>	<b>31,75</b>

Tabulka č. 8: Výsledky analýzy pořadu Otázky Václava Moravce

Sledované jednotky		Celkový nalezený počet jednotek	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu	Celkový počet nalezených jednotek vynásobený koeficientem $k$	Průměrný počet nalezených jednotek na 1 díl pořadu vynásobený koeficientem $k$
Sdělení věcná	Argumentace statistickými údaji	0	0	0	0
	Argumentace konstatováním skutečnosti	0	0	0	0
	Argumentace dedukcí	3	1	7,2	2,4
	Argumentace indukcí	3	1	7,2	2,4
	Argumentace analogií	0	0	0	0
	Argumentace autoritou	0	0	0	0
Sdělení nevěcná	Argumentace falešnou autoritou	0	0	0	0
	Argumentace v kruhu	0	0	0	0
	Argumentace falešnou analogií	0	0	0	0
	Volné asociace	0	0	0	0
	Argumentum ad ignorantiam	0	0	0	0
	Argumentum ad personam	5	1,66	12	4
	Argumentum ad baculum	0	0	0	0
	Argumentum ad populum	9	3	21,6	7,2
	Vyjadřování postojů	8	2,66	19,2	6,4
	Působení na city	4	1,33	9,6	3,2
	Působení na základní lidské motivy	6	2	14,4	4,8
	<b>CELKOVÝ POČET JEDNOTEK</b>	<b>38</b>	<b>13</b>	<b>91,2</b>	<b>30,4</b>
<b>Počet jednotek</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>14,4</b>	<b>4,8</b>	

	<b>sdělení věcných</b>				
	<b>Počet jednotek sdělení nevěcných</b>	<b>32</b>	<b>10,66</b>	<b>76,8</b>	<b>25,6</b>

*Tabulka č. 9: Výsledky analýzy pořadu Nedělní partie*

Ve vybraném vzorku pořadů bylo identifikováno celkem **182** argumentačních jednotek se získávacím a persvazivním potenciálem. Nejvyšší frekvenci jsme zaznamenali v případě vyjadřování postojů a užívání nálepek (49), argumentace ad personam (41), ad populum (28) a v působení na základní lidské motivy (21). Nižší frekvenci jsme zaznamenali v případě argumentace působením na city (17), argumentace indukci (12) a argumentace dedukci (7). Velmi nízkou frekvenci poté měla argumentace konstatováním skutečnosti (1), falešnou analogií (2), argumentace statistickými údaji (1), argumentace autoritou (1) a argumentace za pomoci volných asociací (1). Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli argumentaci analogií, falešnou autoritou, argumentaci v kruhu, argumentaci ad ignorantiam ani argumentaci ad baculum.

Jak vyplývá z uvedené analýzy, Jiří Paroubek užívá ve vybraném vzorku pořadů ve větším množství argumentaci nevěcnou než argumentaci věcnou, a to v poměru sedm ku jedné.

Z provedené analýzy zároveň vyplynulo, že je průměrný počet nalezených jednotek s persvazivním a získávacím potenciálem na 1 díl pořadu ve sledovaných pořadech téměř srovnatelný. Rozdíl činí pouze 5,6 prostředku, a to ve prospěch pořadu Otázky Václava Moravce.

## 6 Závěr

V této bakalářské práci byly analyzovány prostředky lexikální, syntaktické a argumentační s persvazivním a získávacím potenciálem, jež užívá Jiří Paroubek v debatních pořadech Otázky Václava Moravce a Nedělní partie. Cílem práce bylo zjistit, jaké z těchto prostředků užívá a zároveň v jakém množství. Cílem bylo rovněž zjistit, zda se u zmíněných pořadů liší průměrný počet užitých prostředků s potenciálem vnášet do sdělení persvazi a získávání na jeden díl pořadu.

V rámci jazykových rovin jsme zaznamenali zcela největší výskyt prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem v rovině lexikální (541). V rámci roviny syntaktické jsme identifikovali celkem 194 prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem, argumentačních prostředků jsme našli celkem 182. Prostředky lexikální roviny se tedy vyskytovaly v projevu 2,8krát častěji, než prostředky roviny syntaktické a třikrát častěji, než prostředky argumentační.

V rovině lexikální užívá Jiří Paroubek zcela nejvíce metafor, které jsme identifikovali ve 123 případech, a expresivity, kterou jsme našli v celkem 114 případech. Může to tedy znamenat, že se Jiří Paroubek snaží o přesvědčení a získání příjemců na základě neotřelého, vtipného<sup>286</sup> a emotivně zabarveného vyjadřování, v rámci kterého zdůrazňoval nežádoucí skutečnosti s cílem tyto skutečnosti zveličit.<sup>287</sup> Ačkoliv například Bartošek uvádí, že současní politikové užívají v podstatě neutrální a spisovné podoby projevu<sup>288</sup>, v projevu Jiřího Paroubka jsme identifikovali celkem 52 hovorových slov, která jsou příznaková a nespisovná.<sup>289</sup> Tento fakt může značit jeho snahu získat příjemce simulováním přirozené a prosté mluvy pro navození intimní atmosféry.<sup>290</sup> Velmi zřídka naopak užívá v projevech archaismů a poetismů, přičemž regionalismy, dialektismy, historismy, argot ani invektiva jsme ve sledovaném vzorku neidentifikovali vůbec.

Z provedené analýzy syntaktické roviny vyplynulo, že užívá Jiří Paroubek v námi zvoleném vzorku pořadů k naplnění persvazivního a získávacího potenciálu především imperativů, vět zvolacích a přacích, kterých jsme našli celkem 45,

---

<sup>286</sup> JÍLEK 2005, s. 36–37.

<sup>287</sup> IBID., s. 24–25.

<sup>288</sup> BARTOŠEK 1993, s. 8.

<sup>289</sup> JÍLEK 2005, s. 14.

<sup>290</sup> KNAPPOVÁ 1970, č. 3.



a vsuvek, kterých jsme identifikovali na 41. Tyto prostředky měly výrazně vyšší frekvenci než ostatní prostředky analyzované v rámci syntaktické roviny. V tomto případě se tedy může jednat o snahu Jiřího Paroubka získat příjemce sdělení aktualizací projevu pomocí vložených odkazů<sup>291</sup>, případně navázáním kontaktu.<sup>292</sup> V menším množství užívá litotes a řečnickou odpověď. Oba prostředky jsme našli pouze jednou. Zároveň z analýzy syntaktické roviny vyplynulo, že Jiří Paroubek neuvádí kataforickou elipsu ani osamostatněné větné členy.

Další část práce byla věnována argumentačním prostředkům, u nichž jsme se zaměřili na analýzu jednak věcné a jednak nevěcné argumentace. V rámci argumentace nevěcné využívá Jiří Paroubek nejvíce argumentaci prostřednictvím vyjadřování postojů a užívání nálepek, kterou jsme našli v celkem 49 případech. Zároveň užívá velice často rovněž argumentaci ad personam, kterou jsme identifikovali v celkem 41 případech. V případě argumentace věcné používá nečastěji argumentaci indukci, kterou jsme identifikovali ve 12 případech. Argumentaci analogií, falešnou autoritou, v kruhu, ad ignorantum ani ad baculum neuvádí vůbec. Zajímalo nás rovněž, který z obou typů argumentace užívá Jiří Paroubek častěji. Z provedené analýzy argumentační roviny vyplynulo, že v námi zvoleném vzorku pořadů užívá až sedmkrát častěji argumentaci nevěcnou než argumentaci věcnou. V případě prostředků argumentačních se tedy může jednat o snahu Jiřího Paroubka získat si příjemce tak, že uvádí svého protivníka v diskusi do nepříjemných situací a zesměšňuje jej.<sup>293</sup>

U prostředků syntaktických a argumentačních byl vyšší průměrný počet nalezených jednotek na jeden díl pořadu zaznamenán u pořadu Otázky Václava Moravce. Zatímco v tomto pořadu bylo nalezeno v průměru 37,5 syntaktických prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem na jeden díl pořadu, v Nedělní Partii jsme našli těchto prostředků pouze 35,2. V případě prostředků argumentačních bylo v Otázkách Václava Moravce zaznamenáno průměrně 36 sledovaných prostředků na jeden díl pořadu, zatímco v Nedělní Partii bylo těchto prostředků 30,4. V případě roviny lexikální převažoval průměrný počet nalezených jednotek na jeden díl pořadu v případě Nedělní partie. Zatímco zde byl průměrný

---

<sup>291</sup> ČECHOVÁ a kol. 1997, s. 189.

<sup>292</sup> IBID., s. 190.

<sup>293</sup> LOTKO 2009, s. 133.

počet těchto prostředků 109,6, v pořadu Otázky Václava Moravce činilo toto množství pouze 102 prostředků.

Nalezené rozdíly v případě všech tří sledovaných kategorií jsou nízké. Lze tedy zhodnotit, že projev Jiřího Paroubka se v pořadu Otázky Václava Moravce a v pořadu Nedělní partie užívanými prostředky lexikálními, syntaktickými a argumentačními výrazně neliší.

Přestože jsme se při zpracování tohoto tématu potýkali s řadou menších či větších komplikací, které jsme uvedli již v úvodu práce, považujeme tuto práci za přínosnou. Podařilo se nám dosáhnout všech cílů, které jsme si v úvodu práce stanovili. Zjistili jsme, jaké typy prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem užívá Jiří Paroubek ve svém projevu nejčastěji a v jakém konkrétním množství. Zároveň jsme zjistili, v jakém typu pořadů se nachází těchto prostředků více.

Tato bakalářská práce byla zaměřena výhradně na verbální sdělení. Bylo by však rovněž možné rozšířit tuto část také o paralingvální či extralingvální rovinu, což nám nebylo z výše uvedených důvodů umožněno. Domníváme se, že by tyto roviny a prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem, které do nich spadají, mohly uvedenou analýzu obohatit.

## **7 Seznam pramenů**

Otázky Václava Moravce, 3. ledna 2010

Otázky Václava Moravce, 7. března 2010

Otázky Václava Moravce, 11. dubna 2010

Otázky Václava Moravce, 27. května 2010, speciál

Nedělní partie, 21. března 2010

Nedělní partie, 9. května 2010

Nedělní partie, 23. května 2010

## 8 Seznam literatury

- AV ČR Ústav pro jazyk český. Hl. redakce J. Filipec, F. Daneš, J. Machač, V. Mejstřík: *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. 4. vyd. Praha: Academia, 2005. 647 s. ISBN 978-80-200-1446-7.
- BALOWSKI, Mieczysław: Vlastní jména jako prostředek persvaze v polském tisku. In SRPOVÁ, Hana (ed.). *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: OU, Filozofická fakulta, 2005, s. 15–21. ISBN 80-7368-101-3.
- BARTOŠEK, Jaroslav: *Kultura a technika mluvené řeči*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2003. 85 s. ISBN 80-7318-150-9.
- BARTOŠEK, Jaroslav: *Jazyk současné české politiky*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1993. 60 s. ISBN 80-7067-331-1.
- BARTOŠEK, Jaroslav: *Kultura věcné jazykové komunikace*. Olomouc: Středisko distančního vzdělávání UP, 1996. 123 s.
- BARTOŠEK, Jaroslav: Přesvědčování a manipulace v politické žurnalistice. In SRPOVÁ, Hana (ed.). *Od informace k reklamě*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2007, s. 51–104. ISBN 978-80-7368-265-1.
- BARTOŠEK, Jaroslav: *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002. 109 s. ISBN 80-7318-059-6.
- BARTOŠEK, Jaroslav: *Žurnalistika 2*. Olomouc: Středisko distančního vzdělávání UP, 2004. 31 s.
- BEČKA, Josef Václav: *Jazyk a styl novin*. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1973. 216 s.
- ČECHOVÁ, Marie a kol.: *Současná česká stylistika*. Praha: ISV, 2003. 342 s. ISBN 80-86642-00-3.
- ČECHOVÁ, Marie a kol.: *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV, 1997. 282 s. ISBN 80-85866-21-8.
- ČECHOVÁ, Marie a kol.: *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.
- ČECHOVÁ, Marie: *Čeština, řeč a jazyk*. 2., přepracované vyd. Praha: ISV, 2000, 407 s. ISBN 80-858-6657-9.

- ČERMÁK, František. *Frekvenční slovník mluvené češtiny*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2007, 510 s. ISBN 978-802-4614-250.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ.: *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003. 258 s. ISBN 80-200-1034-3.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá: Kulturní a jazykové zdroje persvazivnosti české reklamy. In SRPOVÁ, Hana (ed.). *Od informace k reklamě*. Ostrava: OU, Filozofická fakulta, 2007, s. 161–198. ISBN 978-80-7368-265-1.
- DVORSKÝ, Ladislav: *Repetitorium jazykové komiky*. Praha: Novinář, 1984. 205 s.
- FLUME, Peter a [přeložila Iva MICHŇOVÁ]. *Rétorika v praxi: staňte se přesvědčivým řečníkem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-802-4722-160.
- GREPL, M. *Příruční mluvnice češtiny*. 2. opr. vyd. Praha: Lidové noviny, 2003, 799 s. ISBN 8071061344.
- HAUSER, Přemysl: *Nauka o slovní zásobě*. Praha: SPN, 1980. 192 s.
- HUBÁČEK, Josef: *Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.– 4. ročníku základní školy*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 219 s.
- HUBÁČEK, J. *Nástin české stylistiky pro posluchače pedagogických fakult : aprobace pro 1.-4. ročník základní škol*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1982.
- CHLOUPEK, Jan a kol.: *Stylistika češtiny*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990. 294 s. ISBN 80-042-3302-3.
- JANEČKOVÁ, Marie. Způsoby persvaze v barokních kázáních. In: *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2005, s. 99-105.
- JENČA, Imrich: Persvazivne postupy v žurnalistických komunikátech a ich frekvencia v masových médiách. In SRPOVÁ, Hana (ed.). *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: OU, Filozofická fakulta, 2005, s. 106–111. ISBN 80-7368-101-3.
- JÍLEK, Viktor: *Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. 125 s. ISBN 80-244-1246-2.
- JÍLEK, Viktor: *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. 120 s. ISBN 978-80-244-2218-3.

KARLÍK, Petr, NEKULA, Marek, PLESKALOVÁ, Jana, eds.: *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002. 604 s. ISBN 978-80-7106-484-8.

KLAPETEK, Milan: *Komunikace, argumentace, rétorika*. Praha: Grada, 2008. 247 s. ISBN 978-80-247-2652-6.

KOHOUT, Jaroslav a [přeložila Iva MICHŇOVÁ]. *Rétorika: umění mluvit a jednat s lidmi*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 1995, 124 s. ISBN 80-856-0392-6.

LOTKO, Edvard: *Kapitoly ze současné rétoriky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 1997. 166 s. ISBN 80-7067-685-x.

LOTKO, Edvard: *Kapitoly ze současné rétoriky*. 3. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2009. 202 s. ISBN 978-802-4423-098.

LOTKO, Edvard: *Slovník lingvistických termínů pro filology*. 3. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. 128 s. ISBN 80-244-0720-5.

MINÁŘOVÁ, Eva. Výrazové prostředky persvaze v psané církevní publicistice. In: *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2005, s. 131-135.

MISTRÍK, Jozef: *Štylistika*. 2. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1989. 582 s.

REIFOVÁ, Irena a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

SZYMANEK, Krzysztof: *Umění argumentace: terminologický slovník*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. 392 s. ISBN 80-244-0699-3.

ŠPAČKOVÁ, Alena: *Moderní rétorika: jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. 3., dopl. vyd. Praha: Grada, 2009. 141 s. ISBN 978-80-247-2965-7.

ŠVANDOVÁ, Blažena. Argumenty a logika. ŠVANDOVÁ, Blažena. Argumentace a umění komunikovat. Vyd. 1. Brno: Pedagogická fakulta, Masarykova univerzita, 1999. ISBN 8021021861.

#### **Internetové zdroje:**

BEČKA, J. V. Komika a humor v jazyce. Naše řeč [online]. 1946, č. 6-7 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3967>

- ČECHOVÁ, Marie. Příznakovost systémová a situačně-kontextová. Naše řeč [online]. 2005, č. 1 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7814>
- ČECHOVÁ, M. Rétorika s nadhledem. Naše řeč [online]. 1999, č. 1 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7487>
- Česká televize: Otázky Václava Moravce [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1242-o-poradu/>.
- Český národní korpus [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://ucnk.ff.cuni.cz/publikace.php#fsmc>
- Český národní korpus: Pražský mluvený korpus [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://ucnk.ff.cuni.cz/pmk.php>
- Český národní korpus: SYN2010 [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://ucnk.ff.cuni.cz/verejny.php>
- HOFFMANNOVÁ, Jana. Interview: mezi mluveným a psaným textem. Naše řeč [online]. 1992, č. 2 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7059>
- JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech. Naše řeč [online]. 2002, č. 4 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>
- JANČÁK, Pavel. Spisovná a nespisovná slovní zásoba v Českém jazykovém atlase. Naše řeč [online]. 1995, č. 1 [cit. 2012-12-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7220>
- Jazykovědné aktuality / [vydává Jazykovědné sdružení při ČSAV ... et al.]: Informativní zpravodaj českých jazykovědců [online]. 2008 [cit. 2012-10-23]. ISSN 1212-5326. Dostupné z: <http://www.ujc.cas.cz/js/JA0834.pdf>
- JEDLIČKA, Alois. K teorii, pojmosloví a terminologii publicistického jazyka (stylu). Naše řeč [online]. 1994, č. 1 [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7170>
- JIRÁK, J. Diskuse o užívání spisovné češtiny z hlediska medializace veřejné a soukromé komunikace. Naše řeč [online]. 2006, č. 1 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7865>
- Jiří Paroubek: životopis [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.paroubek.cz/zivotopis/>.

- KNAPPOVÁ, Miloslava. O kultuře jazykových projevů v televizi. Naše řeč [online].1970, č. 3 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5498>.
- KOŘENSKÝ, J., B. NĚMEC a J. PETR. O jazyku funkcionáře a propagandisty. Naše řeč [online]. 1982, č. 4 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6343>
- MACHAČ, J. O jazyku časopisů a novin. Naše řeč [online]. 1963, č. 1 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4932>
- MINÁŘOVÁ, E. a J. CHLOUPEK. Výrazy v publicistickém textu označené uvozovkami. Naše řeč [online]. 1983, č. 1 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6365>
- MÜLLEROVÁ, O. a E. SCHNEIDEROVÁ. K výzkumu současné mluvené komunikace. Naše řeč [online]. 1988, č. 5 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6797>
- NEKULA, Marek. Typy komunikátů a variabilita výrazových prostředků. Naše řeč [online]. 1990, č. 4 [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6950>
- PRAVDOVÁ, M. K povaze reklamního diskurzu. Naše řeč [online]. 2002, roč. 85, č. 4 [cit. 2012-10-23]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7690>.
- PRAVDOVÁ, Markéta. Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích. Naše řeč [online].2006, č. 3 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7896>
- PRAVDOVÁ, M. Infotainment, politainment, edutainment aneb K jazyku masových médií. Naše řeč [online]. 2003, č. 4 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7741>
- Prima Family: Partie [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/porady/partie/>.
- SHATURY. Titulky v psané publicistice. In: Naše řeč [online]. 1999, č. 2 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7500>
- STANĚK, Vladimír. Okazionalismy v současné české publicistice. Naše řeč [online]. 2002, č. 2 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7672>





## 9 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Výsledky analýzy lexikální roviny bez dalšího členění na jednotlivé typy pořadů

Tabulka č. 2: Výsledky analýzy pořadu Otázky Václava Moravce

Tabulka č. 3: Výsledky analýzy pořadu Nedělní partie

Tabulka č. 4: Výsledky analýzy syntaktické roviny bez dalšího členění na jednotlivé typy pořadů

Tabulka č. 5: Výsledky analýzy pořadu Otázky Václava Moravce

Tabulka č. 6: Výsledky analýzy pořadu Nedělní partie

Tabulka č. 7: Výsledky analýzy argumentačních prostředků bez dalšího členění na jednotlivé typy pořadů

Tabulka č. 8: Výsledky analýzy pořadu Otázky Václava Moravce

Tabulka č. 9: Výsledky analýzy pořadu Nedělní partie