

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI  
PEDAGOGICKÁ FAKULTA  
KATEDRA ČESKÉHO JAZYKA A LITERATURY

**Bakalářská práce**

Lucie Tomašíková

Motivované a nemotivované výpovědní modifikace  
v publicistických textech



Olomouc 2020

Vedoucí práce: Mgr. Jana Adámková, Ph.D.

„Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Motivované a nemotivované výpovědní modifikace v publicistických textech vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje.“

V Olomouci dne

Podpis .....

Ráda bych poděkovala Mgr. Janě Adámkové, Ph.D. za odborné vedení práce, připomínky, trpělivost a vstřícnost.

## Obsah

Obsah .....	4
Úvod .....	6
Vymezení publicistického stylu .....	8
1 Publicistický styl .....	9
1.1 Žánry publicistického stylu .....	9
1.1.1 Zpravodajský styl a jeho formy .....	9
1.1.2 Analytický styl a jeho formy .....	11
1.1.3 Beletristický styl a jeho formy .....	11
2 Tištěná média .....	12
2.1 Denní tisk .....	12
2.2 Charakteristika stylu psaných žurnalistických textů .....	13
2.2.1 Připravenost/nepřipravenost .....	13
2.2.2 Výrazové prostředky .....	13
2.2.3 Automatizace/aktualizace .....	14
2.2.4 Obrazná pojmenování .....	14
2.2.5 Neformálnost .....	14
2.2.6 Kreativita autora .....	15
2.2.7 Syntaktická výstavba .....	15
3 Syntaktická rovina .....	16
3.1 Věta a výpověď .....	16
3.2 Realizace a modifikace syntaktických konstrukcí v textu .....	17
3.3 Výpovědní modifikace .....	17
3.3.1 Motivované výpovědní modifikace .....	18
3.3.2 Nemotivované výpovědní modifikace .....	22
4 Metody a cíle bakalářské práce .....	24
4.1 Analýza četnosti výskytu výpovědních modifikací .....	24
4.2 Zkoumaná periodika .....	24
5 Vlastní analýza excerpovaného materiálu .....	26
5.1 Analýza výskytu a užití motivovaných výpovědních modifikací .....	26
5.2 Výskyt a frekvence výpovědních modifikací v publicistických útvarech .....	31
5.2 Srovnání výskytu výpovědních modifikací v seriózním a bulvárním tisku .....	36
5.3 Výskyt výpovědních modifikací v publicistických žánrech .....	37
6 Shrnutí výsledků syntaktické analýzy .....	42

6.1 Cíl práce a verifikace hypotéz .....	43
Závěr.....	44
Abstrakt.....	46
Seznam použitých zdrojů .....	47
Seznam tabulek.....	49
Seznam grafů.....	50

## Úvod

Téma předkládané bakalářské práce, *motivované a nemotivované výpovědní modifikace v publicistických textech*, jsem si vybrala z několika důvodů. Tisk, zpravodajství, všudypřítomná média, to všechno má obrovský vliv na lidskou osobnost. Novinové články, televizní zpravodajství nás denně obklopují v obrovském množství, a svým způsobem nás utvářejí, učí nás si formovat hodnoty, postoje. Velký vliv na nás mají i v jazykové rovině. Vštěpují nám jejich vlastní jazykové struktury a vzorce, ukazují nám, co je gramaticky a stylisticky správné, ovlivňují výběr našich jazykových prostředků. Proto by tvůrci těchto publicistických sdělení měli být v oblasti jazyka a stylistiky vysoce fundovaní a měli by dokázat udržet vysokou lingvistickou úroveň svých textů. Proto práce žurnalisty není jednoduchá, je nutné přitáhnout a udržet čtenáře, zároveň ale zachovávat seriózní úroveň novinových článků. Zajímalo mě, jak jsou v dnešní době, která moc nepřeje tištěným médiím, publicistické texty psány, strukturovány, zda se v nich objevují syntaktické chyby. Také jsem chtěla zjistit, jako moc se od sebe liší jazyková úroveň seriózních a bulvárních tištěných médií.

V úvodní kapitole se práce věnuje rešerši odborné literatury, která se zabývá problematikou publicistiky a jejích žánrů. Další kapitola pojednává o tištěných médiích a charakteristice stylu žurnalistických textů. Následuje podrobnější seznámení s rozsáhlou oblastí syntaxe, konkrétně s modifikací syntaktických konstrukcí v textu.

V druhé, praktické části práce je teoretický výklad vybraných syntaktických jevů, které se objevují v novinových článcích, podpořen praktickými analýzami jazykového materiálu. Východiskem pro tento syntaktický výzkum se staly excerpované publicistické texty ze tří vybraných deníků, a to Mladé fronty DNES, Lidových novin a bulvárního deníku Blesk. Předmětem zkoumání budou novinové články ze všech tří publicistických žánrů. Cílem této práce je tedy syntaktická analýza četnosti výskytu motivovaných a nemotivovaných výpovědních modifikací v současné publicistice. Zároveň jsou stanoveny dvě hypotézy, které úzce souvisí se zkoumanými jevy.

V této práci bude využívána kvantitativní metoda výzkumu, to znamená, že nejprve budou shromážděna potřebná data, která později budou porovnána a kvantifikována v tabulkách, abychom mohli dojít ke konkrétnímu závěru.

Záměrně byla vybrána seriózní i bulvární média, aby syntaktická analýza mohla prokázat možné rozdíly mezi nimi.

Vycházíme totiž z předpokladu, že v seriózních denících budou autoři článků dodržovat požadavky publicistických žánrů a budou klást důraz na dodržování norem. V případě deníků MF Dnes a Lidové noviny nepředpokládáme vysoký výskyt prostředků, které by snižovaly informační kvalitu. Naopak u bulvárního deníku Blesk, jehož hlavními cíli je aktuálnost, získání a udržení čtenáře, lze očekávat více chyb a také jinou volbu výrazových prostředků.

Na závěr práce bude provedeno celkové zhodnocení výskytu výpovědních modifikací, verifikace hypotéz a zhodnocení míry splnění cíle práce.

## **Teoretická východiska práce**

Pokud se máme v této bakalářské práci zabývat zkoumáním četnosti užití výpovědních modifikací v publicistických textech, musíme na začátek položit základy pro tento výzkum. Základy rozumíme teoretické podklady, definice, vysvětlení jednotlivých pojmů, kterými se budeme dále v práci zabývat. Jedním z nich je i publicistika, resp. publicistický styl.

## **Vymezení publicistického stylu**

V základní literatuře, která se zabývá funkční stylistikou a žurnalistikou, existují dva přístupy k pojetí publicistického stylu. V některých zdrojích je pojem publicistika na stejné úrovni jako pojem žurnalistika, jiní autoři vysvětlují, že pojem žurnalistika je pojmem nadřazeným publicistice. Publicistika se dle nich považuje za součást žurnalistického stylu, a má své specifické funkce-přesvědčovací, hodnotící a získávací. Podle Osvaldové (2002, str. 220-221) je *žurnalistika novinářské povolání i produkty této činnosti, které informují o aktuálním dění ve společnosti a názorech na toto dění*. Současně také zmiňuje, že publicistika je společně se zpravodajstvím rovnocennou součástí a stěžejním pilířem žurnalistiky. V téže knize vysvětluje Osvaldová (2002, str. 146) i pojem publicistika. Jedná se o označení žurnalistické tvorby i části žurnalistické produkce, činnost zaměřená k veřejnosti, objasňující události. Publicistika obsahuje názor, hodnocení a subjektivní přístup. Výsledkem pak má být přesvědčení a získání recipienta. Bartošek (1997) tvrdí, že pojmy žurnalistika a publicistika jsou v lingvistice shodnými termíny, publicistika označuje všechny texty, které se k žurnalistice vážou. V samotné sféře žurnalistiky a žurnalistů ale publicistika zahrnuje texty, které mají funkci hodnotit a komentovat. Závěrem lze říct, že jednoznačné vymezení těchto dvou pojmů není možné, stále dochází k jejich prolínání, a stírání hranic těchto sfér. V této práci bude pojem publicistika odpovídat žurnalistice, bude tedy zahrnovat veškeré žurnalistické texty a díla. Objektem analýzy pak budou i zprávy, které jsou bez persvazivní funkce.



## 1 Publicistický styl

Tento termín se pravděpodobně poprvé objevil v roce 1954, na konferenci o stylu v Liblicích. V této době se chápal jako nový styl primárně s agitační funkcí a apelem na čtenáře. Mezi jeho základní znaky podle tehdejších lingvistů patřily aktuálnost, působivost, přístupnost a přesvědčivost (Mareš, 2016).

Později Bečka přisoudil publicistickému stylu nadřazené postavení s funkcí dokumentárně informativní a občansky výchovnou, formativní funkcí (Bečka, 1992, s. 33) Stejně tak i v příručce Současná stylistika je publicistický styl pojímán jako zobecněné a nadřazené označení pro stylové ztvárnění všech žurnalistických textů, které vedle své informativní funkce mají ještě funkci persvazivní, ovlivňovací (Minářová, 2008, s. 244-245).

Takto pojatá publicistika, která vlastně zastřešuje veškerou novinářskou tvorbu, se podrobněji diferencuje až na nižší úrovni. Zde se rozlišuje za a) zpravodajský styl, dále za b) analytický styl, nebo publicistický styl v užším smyslu, a za c) publicistický styl beletristický. Zpravodajský styl plní funkci informativní, analytický styl má přesvědčovací funkci, a beletristický publicistický styl plní estetickou funkci (Mareš, 2016).

### 1.1 Žánry publicistického stylu

V rámci publicistického odvětví se rozlišuje řada útvarů – žánrů. V současné době se některé rysy mezi těmito žánry stírají a některé komunikáty obsahují i prvky typické pro jiné žánry. Na druhé straně diferenciací publicistiky na žánry má své výhody. Jsou zdrojem očekávání pro recipienty a slouží jejich orientaci. Některým z nich bude v následující kapitole věnováno více prostoru, neboť tyto žánry budou dále sloužit k syntaktické analýze v praktické části práce.

#### 1.1.1 Zpravodajský styl a jeho formy

##### **Zpráva**

Zpráva je základním kamenem žurnalistiky – je to věcná informace o aktuální události. Zpráva je nejstarší žurnalistický útvar.

Zachovává věcnost, přesnost, neutrálnost, spolehlivost, včasnost (Osvaldová, 2002, s. 215). Další dělení zprávy se pak uskutečňuje dle její délky (krátká x rozšířená zpráva), nebo podle témat a jejího jazyka (seriózní, fičrové, bulvární).

### **Rozšířená zpráva**

Rozšířená zpráva má větší rozsah než zpráva krátká. Určité události zasazuje do širšího kontextu, přidává i rozbor jejích příčin a důsledků, někdy obsahuje i hodnocení.

Bývá podepsána autorem (na rozdíl od krátké zprávy, kde bývá často pouze značka), vystupuje jako autorský text, a odráží se v ní autorův dlouhodobý zájem o danou problematiku (Mareš, 2016, s. 282)

### **Seriózní zpráva**

Pohotově přináší věcnou informaci o aktuální události. Má pojednávat o její podstatě a být významná. Kvalitní zpráva je včasná, nepřichází ani pozdě, ani brzy. Je účinná. Měřítkem její informační kvality je její relevance, objektivita, přesnost, transparentnost, věcnost, vyváženost, různorodost, aktuálnost a srozumitelnost.

Zpráva nemůže obsahovat absolutní pravdu, protože její nalezení a vyličení je komplikované, i její objektivita nikdy nebude maximální, jelikož autor zprávy nikdy nemůže obsáhnout všechny zdroje informací. Zdroje autora musí být doložitelné a relevantní. Seriózní zpráva je kvalitní jen tehdy, pokud její autor dodržuje všechny normy žurnalistické etiky (Bartošek, 2004).

### **Fíčrová zpráva**

Fíčrová zpráva stojí kdesi na pomezí mezi seriózním zpravodajstvím a bulvární zprávou. Jsou to zprávy, které pojednávají o významných událostech a problémech, jež jsou spojeny s činy a osudy konkrétních osob, a zároveň probírané otázky zařazují do širšího kontextu (Mareš, 2016). Tyto texty mohou být zábavněji napsané nežli zprávy seriózní, ale zároveň nejsou primitivní a nevkusné jako bulvární publicistika. Mezi znaky fičrové zprávy patří specifický tón a styl a lidovější vyjadřování (Bartošek, 2004, s. 53).

### **Bulvární zpráva**

Bulvární zpráva poskytuje neověřené informace, které mají za úkol primárně nalákat čtenáře. Vyznačuje se jednoduchostí, přímočarostí, laciností, vulgárností.

Nenutí recipienta přemýšlet, spíše ho chce pobavit, šokovat (Osvaldová, 2002, s. 32). Tématy jsou nejčastěji smrt, násilí, neštěstí, strach, erotika, sex, peníze. Mezi grafické znaky bulvární zprávy patří zavádějící, palcové titulky, krátký text, barevné fotografie. Bulvární zprávy obsahují expresivní pojmenování, konfrontačnost, používají tázací, zvolací věty, apoziopce, slang apod. (Mareš, 2016). Uvádění do souvislostí se nevyžaduje (Bartošek, 2004, s. 52).

Dalšími žánry jsou pak zpravodajský rozhovor (týkající se aktuálního problému), zpravodajská reportáž.

### 1.1.2 Analytický styl a jeho formy

#### **Komentář**

Za stěžejní žánr tohoto bloku patří komentář. Článek, jehož cílem je vysvětlit a zhodnotit z autorova pohledu aktuální sociální jev nebo problém, zaujmout k němu stanovisko, eventuálně získat recipienty pro nějaký názor. Autor používá argumenty, hodnotí, analyzuje a hledá souvislosti. Jeho specifikum leží v nápadu, zpracování, použití neotřelých jazykových prostředků (Osvaldová, 2002, s. 91). Často obsahuje pejorativně zabarvené a neformální výrazy, intenzifikátory, ale i odborné termíny, které dokazují, že autor se v problematice dobře orientuje. Komentář bývá podepsán, někdy je doplněn i fotkou autora. Nacházejí se na speciálních stranách, resp. rubrikách.

Dalším žánrem je glosa, která představuje kratší a satiričtější komentář. K analytickému stylu patří i recenze, publicistický text, který představuje dílo (film, kniha, divadelní představení, aj.) veřejnosti. Nemá velký rozsah, a proto se soustředí na představení výrazně kladných a záporných hodnot (Osvaldová, 2002, s. 150).

Důležitou součástí je také interview, či publicistický rozhovor. V něm, na rozdíl od zpravodajského rozhovoru, probíhá určitá konfrontace názorů a stanovisek novináře a osobnosti, která je zpovídána.

### 1.1.3 Beletristický styl a jeho formy

Fejeton – dříve stěžejní, dnes spíše okrajová forma beletristického stylu. Je představitelem subjektivní publicistiky s dominantním názorem tvůrce na jeden fakt.

Graduje do pointy, využívá ironie a sarkasmu, problém se snaží vidět z jiného úhlu pohledu. Graficky bývá odlišen použitím kurzívy (Osvaldová, 2002, s. 61).

Další, fejetonu podobnou formou, je sloupek. Sloupek je ale stručnější, aktuálnější a konkrétnější. Také je „okleštěna“ i jeho délka, ta nesmí přesáhnout více než stranu a půl textu. Stojí na vtipném základu, podnětem je zážitek nebo pozorování (Osvaldová, 2002, str. 175).

Mezi žánry, které jsou těžko uchopitelné nebo zařaditelné do některého ze stylů, patří například medailon a nekrolog.

Medailon i nekrolog se věnují konkrétní osobnosti, popisují její život, charakterizují ji. Mají subjektivní nádech. Příběh doplňuje obecná sdělení o podstatě událostí vylíčením prožitků a pocitů zúčastněných jednotlivců (Mareš, 2016, 267).

## 2 Tištěná média

Jelikož se tato práce zabývá syntaktickou analýzou v tištěných publicistických textech, bude následující kapitola věnována tištěným médiím a tisku obecně. Pro potřeby práce pak postačí definice a rozbor denního tisku, jehož produkty budou analyzovány.

### 2.1 Denní tisk

Denní tisk je charakterizován jako tisk, který je tištěn a vydáván periodicky každý den, nejméně však dvakrát do týdne. Noviny jsou rozlišovány zejména podle svého obsahu a formy na seriózní a bulvární tisk, přičemž seriózní tisk v sobě zahrnuje například tituly – Mladá fronta Dnes (dále jen MF Dnes), Lidové noviny, deník Právo a také tematicky zaměřená periodika, jako je deník Sport, Literární noviny apod. Seriózní tisk pracuje s informacemi, analýzou a kontextem, kdežto tisk bulvární pracuje s napětím a senzacími. (Hvízd'ala, 2016) Bulvární<sup>1</sup> tisk se vyznačuje subjektivitou, skandalizací, voyeurismem, personalizací apod. Více pozornosti je věnováno populární zábavě, sportu, skandálům, celebritám. Mezi bulvární tituly patří deník Blesk, Aha!

---

<sup>1</sup> „Bulvární – nízké úrovně, nehodnotný, senzacechtivý“ (Kolektiv autorů: Slovník cizích slov, Praha: Encyklopedický dům, 1996)

## 2.2 Charakteristika stylu psaných žurnalistických textů

Jak bude vypadat celkový styl psaného žurnalistického komunikátu, je ovlivněno řadou faktorů. Níže budou uvedeny některé z nich.

### 2.2.1 Přípravenost/nepřípravenost

Texty, které vstupují do mediální komunikace, můžeme celkově označit jako připravené, ovšem tento požadavek na připravenost se může dostávat do konfliktu s tlakem na maximální aktuálnost, na co nejrychlejší podání informace.

U nových událostí v tištěných textech pak není největší důraz kladen na promyšlenost podání a propracovanost jazyka zprávy. Ustálily se jakési pevné modely výstavby sdělení a jeho pevné formulace, takže se někdy stává, že se jazykové prostředky ve zprávách nápadně opakují (Mareš, 2016).

### 2.2.2 Výrazové prostředky

Užívané výrazové prostředky jsou značně různorodé a často nespécifické, jelikož existuje velké množství mediálních textů a značná tematická a žánrová pestrost. Díky mnoha typům obrazových prostředků, frazémů, módních výrazů, a dokonce i výrazů s větší či menší dávkou expresivity, se autoři publicistických textů dokážou snadněji vyjádřit a také podat informace s velkou dávkou přesvědčivosti. Zároveň si díky používání těchto jazykových prostředků budují jakousi osobní identitu v novinářské obci. Často jsou využívány již zmíněné obrazové prostředky, či obrazové pojmenování (např. *Hlavní tepnou města opět proudí život*). Jedná se o využívání metafor, synekdochy, personifikace apod. Jejich prostřednictvím publicista nejen informuje čtenáře, ale zároveň skrze ně vyjadřuje svůj postoj a vztah k dané problematice.

Publicistika neustále reaguje na společenské změny a to tím, že jde takzvaně s dobou. V ní se odráží a reflektují politické, společenské, ekonomické a kulturní transformace, směry, proudy. V publicistickém stylu se pak objevují nové výrazy, které se do něj dostávají z politické či ekonomické terminologie, publicismy, či přejatá slova z cizích jazyků (nejčastěji z anglického jazyka- např. *cash flow*). Tím se publicistika snaží udržet si svou aktuálnost. Může jít o jednoslovná, či víceslovná pojmenování. Publicismy mohou být chápány jako ustálená novinářská klišé, např. *nalít čistého vína, ruský medvěd znovu udeřil* apod., nebo také jako výrazy z odborných sfér, které podléhají následné determinologizaci.

Ukázkovým případem je slovo klima. Původně zeměpisný termín se v žurnalistice objevuje ve spojeních duchovní klima, společenské klima, politické klima, pracovní klima apod., které se původnímu terminologickému významu již značně vzdalují.

Podstatné jméno klima se tu užívá ve významu „poměry, situace, prostředí“. Podobně se při přenášení do neterminologické oblasti chovají termíny atmosféra, ovzduší a mnoho dalších.

Dalšími, často využívanými výrazovými prostředky jsou frazémy. Populárními jsou zejména latinské výrazy (*de facto*, *status quo*, *a priori* atd.), ale také ustálená lidová spojení, jako *zákony šité horkou jehlou*, *potřeba utáhnout si opasky*, jindy se frazémy obměňují, popř. kontaminují: *praní špinavého prádla* + *špinavé peníze* → *praní špinavých peněz*.

### 2.2.3 Automatizace/aktualizace

Automatizované prostředky jsou nenápadné, očekávané a často tvoří ustálené modely, do nichž je možné rychle dosadit konkrétní formulace, aktualizované prostředky jsou naopak nové, nebo alespoň použité v nových souvislostech, neočekávané a obyčejně nápadné (Mareš, 2016). Automatizované vyjádření spíše odpovídá textům, které mají podat sdělení jasně, stručně a věcně. Aktualizace jsou zase spjaté s přesvědčováním, které je spojeno s neočekávanými a překvapivými formulacemi, které mají za úkol přitáhnout pozornost (Mareš, 2016). Za projev automatizace také můžeme považovat sklon modelovosti, kdy média využívají ustálených způsobů výstavby textů a do vzorce pak jen autoři dosazují proměnlivé údaje. Aktualizační prostředky pak mají specifikum v tom, že jsou vnímány recipienty na pozadí způsobu vyjadřování, který je v daném komplexu mediálních textů obvyklý, jako neobvyklé a zvláštní. Mohou to být nespisovná slova a tvary, neobvyklá obrazná vyjádření a nečekaná slovní spojení a různé řečnické otázky, využití rýmu. V poslední době lze hovořit o jakémsi stírání hranic mezi automatizovanými a aktualizovanými prostředky, neboť dochází k četnému využívání aktualizace.

### 2.2.4 Obrazná pojmenování

V současných českých mediálních textech je možné nalézt hojný počet obrazných pojmenování, jako jsou přirovnání, metafory a metonymie. Často se používají jako určitá protiváha užitých odborných termínů a formulací.

### 2.2.5 Neformálnost

Jde o užívání prostředků, které jsou spojeny spíše s mluvenou komunikací, mohou být nositelem příznaku expresivity, mají rys uvolněnosti, nenucenosti.

Takovéto neformální prostředky se čím dál větší měrou prosazují i ve sféře seriózního tisku, kde můžeme naléznout hovorové a nespisovné výrazy, užití slangu, univerbizovaná pojmenování. Ty se často využívají pro to, aby se v textu neopakovaly stále stejná pojmenování.

### **2.2.6 Kreativita autora**

Především v komentářích můžeme nalézt formulace, jejichž cílem je především upoutání pozornosti recipienta, a to svou jedinečností, jazykovou vynalézavostí a hravostí. Další funkcí je vytváření jedinečného stylu autora, který je nezaměnitelný s jinými.

### **2.2.7 Syntaktická výstavba**

Jazyková struktura psaných textů by měla být jasná a přehledná, převažovat by měly spíše jednoduché věty a souřadná slučovací souvětí. K propojení částí mediálních textů slouží konektory. Jsou využívány některé syntaktické rysy, jako je parcelace (vyčleňování větného členu), výpovědní modifikace, aj. Jelikož se tato práce bude věnovat ve své praktické části syntaktické analýze četnosti výpovědních modifikací, které patří právě do syntaktické roviny, bude následující kapitola věnována právě této problematice.

### 3 Syntaktická rovina

Pro celou oblast publicistiky je charakteristické předávání informací v textech, ať už mluvených, nebo psaných. Úkolem syntaxe je pak popsat výrazovou, významovou komunikativní strukturu jazykových jednotek, které mají schopnost promluvovou funkci plnit (Daneš, Grepl, Hlavsa, 1987, s. 7). Jádrem *syntaxe je popis různých typů struktur založených na syntaktických a sémantických vlastnostech VF, jejich klasifikace, osvětlování jejich systémových relací, hierarchického uspořádání a spojování* (Grepl, Karlík, 1986, s. 33). Velmi volně je možné říct, že syntax je nauka, která zkoumá a popisuje systémové tvoření správných výpovědí (Grepl, Karlík, 1986, s. 34)

#### 3.1 Věta a výpověď

Z praktických i teoretických důvodů je výhodné rozlišovat pojmy věta a výpověď. **Větou** rozumíme situačně nezakotvenou a abstraktně míněnou jazykovou jednotku, jíž dominuje přísudek – VF (Karlík, Nekula, Rusínová, r. 1995, s. 369). Verbum finitum dává mluvčímu a větě schopnost zaujímat stanovisko k mimojazykové skutečnosti. Tak lze větu chápat jako základní syntakticko-sémantickou jednotku jazykového systému vybavenou k tomu fungovat v jazykové interakci jako výpověď, tedy jako elementární jednotka užívání jazykového systému (Grepl, Karlík, 1998, s. 20). **Výpověď** je věta, která je zakotvena v určité komunikační situaci.

Oproti větě je tedy výpověď reálně existující. (Karlík, Nekula, Rusínová, 1995). Výpovědi se liší především těmito znaky:

- a) výpovědi jsou vždy situačně zakotvené, neoddělitelné,
- b) dochází k jejich různým modifikacím v rámci sdělení,
- c) ve výpovědích je relevantní pořadí jejich složek (mj. v důsledku zakotvenosti výpovědi v určité komunikační situaci),
- d) pouze u výpovědí můžeme pátrat po motivaci, hledat záměr toho, proč byly v dané situaci proneseny, nebo napsány,
- e) ve výpovědích je možné identifikovat objekty, k nimž jejich autor odkazuje (Grepl, Karlík, 1998).

Někdy se výpovědi nazývají také elementárními textovými jednotkami, ty mohou mít podobu jednoduchých vět nebo podřadných souvětí a jejich různých modifikací.



## Členění výpovědí v psaných textech

Hranice mezi výpověďmi bývají signalizovány grafickými prostředky, a to interpunkčními znaménky, jako jsou tečka, středník, dvojtečka, vykřičník a otazník. Přičemž tyto prostředky nenaznačují jen ukončení výpovědi, ale i její intonační ztvárnění.

### 3.2 Realizace a modifikace syntaktických konstrukcí v textu

Základními textovými jednotkami mohou být různé typy syntaktických konstrukcí, např. užití jedné věty, věta s přídatnými výrazy (v mluveném projevu), souvětňá konstrukce hypotaktická, parataktické spojení konstrukcí větných, nebo parentetické začlenění syntaktické konstrukce dovnitř jiné konstrukce.

Syntaktické konstrukce se však někdy v textech nerealizují ve své pravidelné podobě, ale může docházet k jejich určitým modifikacím, např. k redukci, neúplné realizaci, doplnění, aj. (Daneš, Grepl, Hlavsa, 1987, s. 659).

### 3.3 Výpovědní modifikace

Jak již bylo psáno výše, výpovědi jsou situačně zakotveny v mluvených, či psaných textech. Tato situační zakotvenost pak způsobuje právě vznik různých modifikací úplných větných struktur. Běžně se totiž stává, že realizátor výpovědi předkládá informace dostačující k dorozumění a k dosažení jeho záměrů (např. se jedná o používání neúplných vět, vynechání již řečeného, aj.) Příjemci sdělení také respektují danou komunikační situaci, zvyklosti vyjadřování v ní. *Chápu a správně interpretuji smysl výpovědi, tj. jejich obsahy a komunikační funkce, na základě svých jazykových, slohových a komunikačních kompetencí vždy s pomocí dané situace, a to tak, že si je intuitivně „převádí“ na úplné větné formulace* (Karlík, Nekula, Rusínová, 1995, s. 570).

V problematice výpovědních modifikací existují tzv. systémové a nesystémové jevy. Systémové jevy jsou výsledkem kompetice mezi relativní významovou explicitností a používáním úspornosti při užívání jazyka. Zde autoři promluvy využívají toho, že vše nemusí být explicitně slovy vyjádřeno, neboť je možné si tyto informace doplnit na základě znalosti jazyka.

V každé oblasti sdělování informací (mluvený a psaný diskurs, veřejný a soukromý diskurs, administrativní a neadministrativní styl, publicistický styl atd.) mluvčí používají různou míru explicitnosti.

Nesystémové jevy jsou zase výsledkem toho, že texty bývají tvořeny spontánně, bez přípravy a často bez jasné výpovědní perspektivy, mluvčí se nachází v různém psychickém stavu apod. Výpovědní modifikace systémové i nesystémové se zpravidla objevují zejména v nepřipravených mluvených projevech, tedy typicky v dialogu, zatímco v psaném diskursu se objevují systémové jevy tím více, čím méně je to odborný či administrativní styl, a nesystémové jevy jsou tím více tolerovatelné, čím více jde o diskurs soukromý. (Hirschová, 2017)

Výpovědní modifikace mají většinou aktuální řečový charakter, jsou proto velmi rozmanité a není možné je v této rozmanitosti všechny registrovat a popsat, nicméně lze alespoň zhruba vyčlenit několik základních typů modifikačních procesů. Je to důležité i proto, že některé výpovědní modifikáty nabývají povahy ustálených syntaktických útvarů, které plní různé funkce, a to vyjádření jistých komunikačních cílů a postojů mluvčího, nebo jsou prostředkem textové návaznosti, soudržnosti.

Za základní členění výpovědních modifikací považujeme členění na motivované a nemotivované výpovědní modifikace.

### **3.3.1 Motivované výpovědní modifikace**

Mezi tendence současné publicistiky patří uvolňování syntaktické struktury komunikátů, která pozvolna přechází z hovorové oblasti jazyka, a v textu se může realizovat např. tzv. kompletací výpovědi, která souvisí s výpovědními modifikacemi. Například elipsa neboli neúplná výpověď, je projevem jazykové ekonomie, její využití v publicistice může být příznakové například při pomnutí východiskové části výpovědi.

Motivované odchylky nebo též konstrukční zvláštnosti a výpovědní modifikace nejsou považovány za syntaktické nedostatky, jsou mezi ně řazeny elipsa, apoziopse a proziopse, samostatný větný člen, parcelace výpovědi, osamostatňování, parenteze, substituce vedlejších vět.

#### **3.3.1.1 Elipsa**

Jedná se o vypuštění (elipsu) některého komponentu konstrukce (výpovědi), který je však možné na základě kontextu nebo situace jednoznačně doplnit. Patří sem zejména:

- a) Vynechání slovesného predikátu (samotného základu věty), např. při opakování téhož predikátu: *Poslanecká sněmovna schválila základní parametry státního rozpočtu na příští rok a senát zase zákon o nižších daních na noviny a periodika.*
- b) Vynechání být v slovesně-jmenných predikátech, např. *Chvályhodné! Zpěvák Pepa Vojtek přispěl dětským domovům pětimístnou částkou.*
- c) Vynechání komponentů složených tvarů slovesných, např. *Poslanci si mysleli, že návrh na zvýšení mezd učitelů stihnou do konce prosince schválit, ale nestihnou.*
- d) Vynechání podmětu, např. *Senátor Čuba se dnes nemohl zúčastnit mimořádného setkání senátu. Leží hospitalizován na jednotce intenzivní péče.*
- e) Vynechání předmětu, např. *Pozměňovací návrhy řeší poslanci již od brzkých ranních hodin. Jejich schvalování tak potrvá ještě déle, než se původně čekalo.*
- f) Vynechání výrazů v adverbálních pozicích označujících nástroje, prostředky: Vynechání výrazů v adverbálních pozicích označujících místo promluvy: *Prezident Zeman odjel (odtud) do Prahy.*
- g) Vynechání substantiva ve spojení s adjektivem, kdy adjektivum přejímá funkci substantiva, např. *Mnoho obyvatel tohoto malého městečka jako každý rok navštívilo půlnoční (mši).* (Grepl, Karlík, 1998, s. 390-393).

### 3.3.1.2 Apoziopeze

Apoziopezi vzniká neukončená, intonačně nebo graficky přerušená, výpověď (není zde ani možné chybějící části jednoznačně doplnit). Existuje několik možností zakončení takovéto výpovědi, ať už jsou to tři tečky, pomlčky apod. K přerušení výpovědi může dojít z vícero příčin – vnitřních, psychických, citových nebo záměrných. Příklad apoziopeze je věta *Uč se, nebo ...*, nebo věta *Víš, ta Eva mi dnes připadá taková...* (Daneš, Grepl, Hlavsa, 1987).

### 3.3.1.3 Proziopeze

U proziopeze je naopak vynechán začátek výpovědi. Tento jev není tak častý, jedná se spíše o ustálené lexikální výrazy, jako např. *...a bude hůř!*

Apoziopeze i proziopeze se nejčastěji vyskytuje v mluveném projevu, v psaných textech se objevuje nejvíce v beletrii a poezii.

### 3.3.1.4 Samostatný větný člen

Jedná se o samostatné, oddělené větné celky, které by mohly být součástí větné konstrukce, ale pro jejich zdůraznění stojí často před větou nebo za ní, např. *Podvody, úniky na daních, nájemné vraždy, to jsou hlavní rysy podnikání tohoto člena italské poslanecké sněmovny.* V psaném textu se odděluje čárkou.

### 3.3.1.5 Parcelace výpovědi

Jde o rozčlenění výpovědi na dílčí fragmenty, např. *Představ si, že naše Jana utekla. Za Martinem. V noci. Do Budějovic.* Takovýto typ výpovědi se může vykládat z dvojího pohledu: a) Z hlediska projevu připraveného, promyšleného (zejména psaného), zde mluvíme o záměrné parcelaci, b) Z hlediska spontánního (nepřipraveného) projevu (většinou mluveného), tady lze mluvit o dodatečném připojování prvků.

### 3.3.1.6 Osamostatňování

Osamostatňování můžeme rozdělit podle toho, jaké větné konstrukce osamostatňujeme:

- 1) Osamostatňování vedlejších vět – tak vnikají výpovědní útvary začínající nějakou podřadící spojkou, ta v nich už však nabývá povahy částice, dělí se dále na tři typy:
  - a) *Že* – výpovědi, např. *Že jsem si toho nevšiml!*
  - b) *Aby* – výpovědi, které se užívají jako indikátory protestu, námitky, varování, výstrahy, přání. Např. *Abych tě neposlal klečel! Aby už bylo jaro!*
  - c) *Když* – výpovědi, které vyjadřují zklamání, lítost, ale i výtky, pokárání. Např. *Když vy jste si to ani nepřečetl.*
- 2) Osamostatňování hlavních vět v postpozici – stojí-li věta hlavní za větou vedlejší, bývá její návaznost často signalizována částicovými výrazy typu *tak, tedy, to: jestliže..., tak...: že nepřišel, to mě naštvalo* apod.
  - a) Výhodiskem bývá souvětí s anteponovanou větou s *i když//i kdyby*: *I když bychom mu napsali, beztak by neodpověděl.* Patří sem i výrazy přesto (*Přesto mu zavolám*), přece, stejně, tak jako tak, zato, však, aj.
  - b) Výhodiskem bývá jiné příslovečné souvětí, hlavně s vedlejší větou podmínkovou nebo příčinnou. Hlavní věta na ně navazuje částicemi typu *tak, tož, tedy*. Jde o věty typu *Tak ho tedy pozveme. Takže pojedeme.*

### 3.3.1.7 Partikulizace

- a) Partikulizace hlavních vět – je dána sémantickým posunem, oslabováním až zánikem významové stránky hlavních vět. Ty pak nabývají funkci částic signalizujících různé druhy komunikačních funkcí výpovědi. Patří sem typy, jako *Věřte, že jsem z toho nešťastný.* (Grepl, Karlík, 1998, s. 403-405)
- b) Partikulizace vedlejších vět – jde hlavně o vedlejší věty s *když*: *Když to musí být, tak to tedy uděláme.* apod.

### 3.3.1.8 Obohacování větných struktur

K výpovědním modifikacím můžeme připojit i jejich obohacování, a to zejména prvky částicové povahy. Mluvčí tím signalizuje to, jak mluvčí výpověď v dané situaci míní. Nelze zde udělat výčet všech těchto prvků, je možné ale na několika vybraných výpovědích ukázat, jak podstatnou roli hrají v produkci a recepci komunikátů: *Pro mě za mě si běž! Bundu máte prosím na stojanu.*

### 3.3.1.9 Opakování výrazů

Opakování výrazů může být nezáměrné (mluvené projevy), nebo záměrné (úmýslné). Záměrné opakování pak dále dělíme na:

- a) Intenzifikační opakování – tím se vyjadřuje velká míra nebo stupňování vlastností a děje, např. *po dlouhých a dlouhých nocích* atd.
- b) Emfaticko-emocionální opakování – Opakovaný výraz má povahu jádra výpovědi a opakování se zdůrazňuje: *Já v žádném případě neodstoupím ze své funkce. Neodstoupím!* (Grepl, Karlík 1998, s. 316-317).

### 3.3.1.10 Parenteze

Parenteze jsou části výpovědi, do které ale nejsou zapojeny syntakticky, kdy v podstatě přetínají původní syntaktickou strukturu textu. Jsou to méně podstatné informace, které byly do textu doplněny jeho autorem. Často jsou označeny graficky (používány jsou zejména závorky a pomlčky (Čechová, 2000, str. 278).

Parenteze tedy doplňuje, komentuje, základní linii výpovědi. Může se jednat o uvedení zdroje (pramene) použitých informací, kdy autor zdůrazní – přímo nebo pomocí částice či jiného výrazového prostředku – že se jedná o informaci cizí, ne jeho vlastní. Dokládá tak převzatý psaný text nebo jen slova mluvčího – odkazuje buď na osobu, nebo na psaný text (např. *jak informuje XY, jak prohlašuje XY apod.*) Nebo může vyjadřovat postoj veřejnosti (např. *jak je známo, jak se říká apod.* (Rulíková, 1973).

Typickým příkladem je využití parenteze právě v publicistickém stylu, kde se často užívají její ustálené formy (např. *jak hlásí tisková kancelář, jak to uvádějí zahraniční zpravodajové, jak čteme na stránkách tisku apod.* - Chloupek, 1990, s. 213).

V publicistickém stylu se také často objevují slovní parenteze, a to zejména:

- a) Vysvětlivky, např. *Letošní růst HDP (hrubý domácí produkt, tedy finální celková peněžní hodnota statků a služeb vytvořená za dané období na určitém území) byl zapříčiněn několika faktory.*
- b) Zkratky, např. *Národní kontrolní ústav (NKÚ) doporučil k projednání....*
- c) Doplnující autorský komentář, např. *Letošní svatba ministra – která je již jeho druhá – se neobešla bez známých osobností.*

### 3.3.1.12 Substituce vedlejších vět

Substituce je „nahrazování vedlejších vět výrazem nevětným: to, co explicitně vyjadřuje vedlejší věta, bývá vyjádřeno jen velmi zhuštěně některým z jmenných výrazů této věty.“ (GREPL, KARLÍK, 1998, s. 393) Rozlišují se tři typy substituce vedlejších vět:

- Vynechání predikátu vedlejší věty subjektové, nebo objektové: funkci vedlejší věty zastává výraz, který po vynechání predikátu zůstane (*Mrzí mě ty dotace.*)
- Vynechání predikátu vedlejší věty příslovečné (*Po tomto léku by se stav nemocného mohl rychle zlepšovat.*)
- Vynechání predikátu vztažné věty přívlastkové (*zlatý Šebrle= Šebrle, který na olympiádě získal zlatou medaili.*)

### 3.3.2 Nemotivované výpovědní modifikace

Jsou výsledkem toho, že texty jsou tvořeny více spontánně, často bez přípravy, bez jasné výpovědní perspektivy. Mezi nemotivované odchylky patří např. anakolut, atrakce, kontaminace vazeb, zeugma aj. Tyto odchylky jsou jevem nežádoucím a způsobují defektnost vyjádření. V publicistických textech, jakožto v textech předem připravených, nepředpokládáme vyšší četnost nemotivovaných výpovědních modifikací. Nesystémové jevy syntaktických konstrukcí se objevují především v mluvených projevech, v dialogu apod.

#### 3.3.2.1 Anakolut

Aneb vyšinití z větné vazby. Termín klasické gramatiky, jímž se označuje nezáměrná změna očekávané syntaktické struktury věty, která vede ke gramatické nesprávnosti věty nebo souvětí. Např. věta *Dovolte mi, abych v tom případě tedy navrhl změnu programu, o kterou bych chtěl požádat, aby se hlasovalo.*

### 3.3.2.2 Zeugma

Aneb zanedbání dvojí vazby. Zeugma je odchylka od pravidelné větné stavby, která je charakterizována spojením souřadných větných členů takovým vztahem, který patří jen k jednomu z nich. (Karlík, 2017, online)

Dochází tak ke vzniku nové vazby, a to přímo v textu, nezáměrně, často z nepozornosti, mechanickým spojením jednoho pádu se dvěma slovesy s různými vazbami, tj. zanedbáním dvojí vazby. Příkladem je věta *Učitelé základních škol jsou přetížení, a tak často nesledují a nezabývají se tím, co žáky trápí.*

### 3.3.2.3 Atrakce

Termín klasické mluvnice pro označení syntaktické struktury vzniknuvší mechanickým přizpůsobením gramatického tvaru nějakého slova gramatickému tvaru slova sousedního. (Karlík, 2017, online) Např. věta *Často to ve většině případech bývá tak, že lidé jsou odkázáni jen na pomoc blízkého okolí.*

### 3.3.2.4 Kontaminace vazeb

Jedná se o směšování vazeb. Správná vazba slov je zaměněna s jinou, která jí je podobná, např. *Školní inspekce ale ve své tiskové zprávě zdůraznila, že se tímto způsobem snaží učitelé vyrovnat určitým stereotypům.*

### 3.3.2.5 Nepravá syntaktická dvojice

Nepravou syntaktickou dvojicí nazýváme stav, kdy v chybně nebo dvojsmyslně postavené větě vznikne mylné zdání skladebního vztahu mezi dvěma větnými členy, které spolu významově a gramaticky souviset nemají. Např. *Výbor neschválil jednomyslně navrhované opatření.*

## 4 Metody a cíle bakalářské práce

Předmětem zkoumání této bakalářské práce jsou výpovědní modifikace, které se objevují v publicistických textech. Přesněji bude provedena syntaktická analýza četnosti výskytu motivovaných a nemotivovaných výpovědních modifikací v současné publicistice. Cílem práce je tedy zhodnocení četnosti a rozsahu nepravidelností ve větné stavbě v psaných textech vybraných novinových periodik. Před zahájením samotného výzkumu jsme si stanovili několik hypotéz, které se budeme snažit na základě výsledků analýzy verifikovat.

Hypotéza č. 1: V denním tisku se bude nacházet více motivovaných výpovědních modifikací nežli nemotivovaných výpovědních modifikací.

Hypotéza č. 2: V bulvární publicistice existuje vyšší užití výpovědních modifikací v porovnání s publicistikou seriózní.

### 4.1 Analýza četnosti výskytu výpovědních modifikací

V této bakalářské práci bude provedena kvantitativní analýza, jejíž cílem je zjištění frekvence užití výpovědních modifikací v publicistických textech. Ta bude realizována na vybraném vzorku tří periodik. V tomto excerpovaném materiálu charakterizujeme typy zjištěných jevů a provádíme jejich popis a utřídění do formy tabulky. Každý zkoumaný novinový titul bude mít svou vlastní tabulku, přičemž analýza poukáže i na rozdílnosti ve výskytu výpovědních modifikací vzhledem k různé charakteristice analyzovaných periodik (seriózní vs. bulvární tisk). Výsledky jsou pro větší přehlednost umístěny v tabulkách a shrnuty v kapitole Výskyt a frekvence výpovědních modifikací v publicistických útvarech.

### 4.2 Zkoumaná periodika

Pro účely analýzy této bakalářské práce byly vybrány tři rozdílné tituly: Mladá fronta Dnes (MF Dnes), Lidové noviny a Blesk. Pro potřeby porovnání výskytu jednotlivých modifikací byly vybrány periodika jak seriózní, tak i bulvární. Zkoumaný vzorek materiálů byl sbírán v době od 19.10. 2019 do 20.4.2020. Analyzovaný materiál v sobě zahrnuje celkem 90 vydání, z toho je 30 vydání MF Dnes, 30 vydání Lidových novin, 30 vydání Blesku.



V analýze jsme se zaměřovali na zpravodajský styl, kde jsme zkoumali všechny zprávy, z analytického stylu jsme se soustředili na komentáře a glosy, a ze stylu uměleckého jsme vybírali fejetony a sloupky. Do výzkumu jsme nezařadili inzeráty, texty z pera čtenářů, rozhovory, a ani přímou řeč, citace, jelikož jsme chtěli touto analýzou poukázat na využívání výpovědních modifikací přímo autory sdělení, tedy žurnalisty.

## 5 Vlastní analýza excerpovaného materiálu

### 5.1 Analýza výskytu a užití motivovaných výpovědních modifikací

Analýza excerpovaného materiálu vybraného ze tří již výše zmíněných denních tisků – deníku MF Dnes, Lidových novin a deníku Blesk, prokázala vysoký výskyt nejčastěji používaného typu motivovaných výpovědních modifikací, a to elipsy.

Sledovaný jev byl zastoupen v žánrech zpravodajských, analytických i beletristických v obou typech denního tisku, a to zejména elipsa podmětu. Její výskyt je v psaných projevech velmi běžný, jelikož ve sděleních, které se vztahují k jednomu tématu, by bylo opakované užití podmětu pocíťováno jako nadbytečné.

*Pro studenta Dana a ostatní tím nejspíš skončilo to nejhorší období plné napětí a stresu. Do poslední chvíle totiž nevěděl, zda se mu ze země zasažené koronavirem, odkud se snaží prchnout tisíckovky jiných cizinců, poštěstí vůbec dostat.* Blesk, č. 28., 3.2.2020

*Želvy skalní jsou horolezci a paragáni zároveň. Dokážou šplhat po téměř kolmé stěně.* Blesk, č. 28, 3.2. 2020

*Původně měla být na akci přítomna i první dáma Ivana Zemanová. Jenže nakonec nedorazila.* Blesk, č. 24, 29.1.2020

*Nemoc představuje pro člověka riziko. Zasáhne-li ho, je to náhoda, jejíž důsledky si nese sám.* LN, č. 92, 20.4.2020

*Potěšení i rozčarování přinesl včerejšek Andrejovi Babišovi (65, ANO). Nemusí se omlouvat organizaci Transparency international (TI). Rozladěn byl ale z patové situace na summitu EU.* Blesk, č. 45, 22.2.2020

Objevilo se i vynechání slovesa být v slovesně-jmenných predikátech, zejména v bulvárních titulcích, jako například v tomto případě: *Současný trend? Masa prosté jitrnice!* Blesk, č.32, 7.2.2020

*Neuvěřitelné! Kamioňák dluží Řecku 44 miliónů!* Blesk, č.30, 5.2.2020

Užívání tohoto typu elipsy není pro psaný, předem připravený projev až tak příznačné.

S vynecháním slovesa být ve slovesně-jmenných predikátech se spíše setkáváme v mluvených, veřejných projevech, kdy autor sdělení přirozeně předpokládá recipientovu znalost o světě. Ten si toto sdělení doplní sám, na základě získaných zkušeností. Toto použití elipsy je silně zakotveno v dané komunikační situaci. V psaném textu pak může autor zprávy tento typ elipsy použít k zhuštění výpovědi, a tím ke zvýšení míry skandalizace zprávy nebo jednoduše k přilákání recipientovi pozornosti.

Dalším nalezeným typem elipsy ve zkoumaných novinách bylo i vynechání slovesného predikátu: *Automobilka Fiat Chrysler zvýšila letos zisk o 14 % na 20,3 miliardy Kč, koncern VW zase o 22 %, na 16.69 miliardy korun.* MF Dnes, č., 254, 2.a 3. 11.2019

Další, velmi často používanou modifikací je parenthese. Zejména se jedná o doplnění obsahu základní výpovědi, často tak nalézáme vsuvku biografickou (údaj o věku osoby, o které text pojednává) nebo vsuvku, která informuje o politické příslušnosti dané osoby. Například: *Obavy hospodských, kterým s daňovými manévry hrozí od května nemalé komplikace, pokud jde o prodej piv, se včera snažila rozptýlit Alena Schillerová (55, za ANO).* Blesk, č.32, 7.2.2020

Často se ale objevovaly i věcně obsahové parenthese doplňující sdělení. *Jen naprostá menšina lidí na Západě (či v demokraciích západního typu) by svou zemi vyměnila za čínský model vládnutí.* LN, č. 92, 20.4.2020

*A to během utkání losangeleských Lakers (proti Portlandu), s nimiž Kobe spojil celou kariéru.* Blesk, č. 28|, 3.2.2020

*Znovu se tak osamostatnil na čele tabulky střelců NHL před Ovečkinem (ten hrál po uzávěrce) a nyní může útočit na metu 50 gólů.* Blesk, č. 28, 3.2.2020

*Pokutu 500 eur (12 600 Kč) vyfasovali ve Francii dva Rumuni, kteří v lese nasbírali celkem 266 kg hub.* Blesk, č.24, 29.1.2020

*Podle dvou zdrojů LN půjde celkem o 50 až 60 miliónů krabiček (v loňské průměrné ceně 90 korun za kus), tedy v celkové hodnotě zhruba 4,5 až 5,4 miliardy korun.* LN, č. 92, 20.4.2020

*Původně měl mateřskou společnost z Rakouska, poté se přes jihoafrickou zastávku (s problémy v účetnictví) dostal opět pod rakouskou společnost Signa.,* MF Dnes, 21.10.2019, č.244

*Dle původní verze lupiči měli ihned po činu své Audi A6 v podzemních garážích na Kotschenbroder Strasse vyměnit za jiné auto (a Audi zapálit). Blesk, č. 27, 1.2.2020*

*V nemocnici, kde podstoupil operaci a kde mu byl aplikován stent (zprůchodnění zúžené tepny, která zapříčinila infarkt - pozn.red.), si šéf „rudých“ poležel jen dva dny. Blesk, č. 45, 22.2.2020*

Dále byly v novinových titulech zastoupeny i ostatní typy výpovědních modifikací, i když ne v takové míře, jako tomu bylo u předchozích příkladů.

Například opakování použitých výrazů, které se vyskytovaly spíše v článcích bulvárního charakteru, nebo v komentářích a recenzích – *Miklasová. Klára Miklasová. Vycházející hvězda, která v českém thrilleru hraje záhadnou sexy krásku. Nedělní Blesk, č. 6, 9.2.2020*

*Není třeba varovat před „spoilerem“, stačí říci, že v Glaserově umně vystavěném finále, díky závazné instrukci samotného Lettse, jsou všichni polonazi a mají ruce od krve. Všichni! LN, č.62, 13.3.2020*

Občas se ve zkoumaných denících objevil i samostatný větný člen. *Česko, ráj filmařů? Zahraniční filmaři letos v Česku utratili 5 miliard korun. LN, č. 247, 24.10.2019*

Poměrně často, a to zejména v článcích analytického charakteru, se vyskytovala v novinách i partikulizace – *Ano, sítě nové generace budou důležité zvláště pro modernizaci českého průmyslu – pevné sítě však nenahradí, ale doplní. LN, č. 248, 25.10.2019*

*Nuže, držme si klobouky. Legrace to každopádně bude, nicméně ne pro voliče. LN, 1.11.2019, č. 253*

*Ano, chápeme ministry, že se snaží primárně konat, a nikoli „kecat“, ale aby obyvatelé jejich rozhodnutí přijali, respektovali a řídili se vydanými pokyny co nejvíc, musí úřad své kroky do zemlení vysvětlovat. LN, č. 252, 31.10.2019*

V excerpovaném materiálu jsme našli i substitutece vedlejší věty, například – *Schodek státního rozpočtu závisí na dalším vývoji epidemie. LN, č. 91, 19.4.2020*

Nebo došlo k vynechání predikátu vztažné věty přívlastkové: *Co dělají zlatí hoši z Nagana ted'? Blesk, č. 23, 28.1.2020*

*A v tu dobu se český slavík rozhodl ke kroku, který dlouho před tím udělat odmítal.* Blesk, č.29, 4.2.2020

Výpověď, která vznikla právě substitucí vedlejší věty, je silně vázána na komunikační situaci. Bez znalosti kontextu pak může recipient sdělení různě interpretovat.

Zřídka se objevila parcelace výpovědi – *Ví, kdo je její tatínek, ale nestýkají se. Věra a Adélka nikoho nemají. Jen Věrcinu sestřenci. A právě ta ji do pořadu přihlásila.* Nedělní Blesk, č.7, 16.2.2020 Parcelace výpovědi v psaném projevu je vždy záměrná. Klade důraz na sdělení, zejména na některé jeho části.

Ve zkoumaném materiálu se objevoval i další typ výpovědní modifikace, a to apoziopese, zejména v bulvárním Blesku: *Měli prožívat jedno z nejšťastnějších období, jenže pár měsíců po porodu lékaři mladé mamince diagnostikovali rakovinu...* Nedělní Blesk, č.6, 9.2.2020

*Unie bývá též osočována z toho, že nedokázala vytvořit společnou strategickou zásobu ochranných pomůcek...* LN, č.92, 20.4.2020

*Elán v duši byl zdánlivě vyčerpán. Aby ne...* MF Dnes 21.10.2019, č. 243

*Navrch huj a vespod...bez nádobí. Ministerstvo financí dopilovalo státní rozpočet, v němž zase rozdává plnými hrstmi.* MF Dnes, 22.10.2019, č.244

Nemotivované výpovědní modifikace se v námi analyzovaném materiálu příliš často nevyskytovaly, spíše se jednalo o jednotlivé případy. A ty se objevovaly především v bulvárním deníku Blesk.

Z této skupiny se nejčastěji v novinových titulech vyskytovalo zeugma, tedy zanedbání dvojí vazby – *V nejbližší době chceme vybrat a postupovat podle vítězného projektu.* Blesk, č.25, 30.1.2020

*Těžko lze nějaké výsledky očekávat před nebo během mírových rozhovorů.* MF Dnes, č. 253, 4.11.2020

Dále jsme našli několik příkladů kontaminace vazeb – *Žádná jiná osoba se v místnosti v tuto dobu nenacházela, mimo okradené paní, která pachateli otevřela.* Blesk, č. 33, 8.2.2020

*Pokud by lidé z rizikové skupiny více konzultovali svůj zdravotní stav s lékaři, vyvarovali by se zdravotním potížím.* Blesk, č.30, 5.2.2020

Ve zkoumaných denících se objevovala i větná spojba (atrakce). Například ve větě *Podle statistik dojde ve většině případech k nehodě za deště.* Blesk, č.29, 4.2.2020

*Nejvyšší správní soud informoval o sporu o očkování, rozhodnutému ve prospěch rodičů.* MF Dnes, č. 280, 3.12.2019

Nejméně se ze všech typů výpovědních modifikací vyskytoval v analyzovaném materiálu anakolut – *Poslední podmínkou bylo přečtení pěti knih, z toho tři české a dvě zahraniční.* Blesk, č.26 31.1.2020, a nepravá syntaktická dvojice – *Policista byl pachatele navštívit v nemocnici, ale stále ještě nemohl vypovídat.* Blesk, č.28, 3.2.2020. Tyto nesystémové jevy jsou výsledkem spontánního tvoření textů, bez přípravy, tudíž z podstaty věci vyplývá, že v připraveném psaném diskurzu bude množství těchto modifikací zanedbatelné.

## 5.2 Výskyt a frekvence výpovědních modifikací v publicistických útvarech

V této kapitole budou představeny tabulky, které popisují míru četnosti výskytu jednotlivých typů výpovědních modifikací ve zkoumaných periodikách. Každý deník, který byl podroben syntaktické analýze bude mít svou vlastní tabulku. V ní budou zaznamenány případy výpovědních modifikací, které byly nalezeny ve všech číslech daného deníku dohromady. Nakonec bude srovnán počet modifikací v seriózním a bulvárním tisku.

Motivované výpovědní modifikace v deníku Mladá Fronta DNES (MF Dnes)

<b>Výpovědní modifikace</b>	<b>Celkem v 30 vydáních MF Dnes</b>
Elipsa podmětu	726
Elipsa předmětu	180
Elipsa predikátu	20
Elipsa slovesa být ve slovesně-jmenném predikátu	10
Apoziopeze	21
Proziopeze	0
Samostatný větný člen	23
Parcelace výpovědi	25
Osamostatňování	32
Partikulizace	36
Opakování výrazů	27
Parenteze biografická	400
Parenteze autorská	69
Parenteze – zkratky	90
Parenteze – vysvětlivky	221
Substituce vedlejších vět	19

*Tabulka 1 Motivované výpovědní modifikace v deníku MF Dnes*

Nemotivované výpovědní modifikace v deníku Mladá fronta DNES

<b>Výpovědní modifikace</b>	<b>Celkem v 30 vydáních MF Dnes</b>
Anakolut	0
Zeugma	8

Atrakce	3
Kontaminace vazeb	10
Nepravá syntaktická dvojice	3

*Tabulka 2 Nemotivované výpovědní modifikace v deníku MF Dnes*

Jak vyplývá z tabulky, největší zastoupení měla v Mladé frontě DNES elipsa (bylo nalezeno celkem 936 případů), s tím, že autoři sdělení nejvíce využívají elidování podmětu. Její užívání v publicistice je přípustné, a v některých případech i žádoucí, neboť se díky ní publicisté vyvarují redundantního opakování stejných výrazů.

Hojně využívaná je také parenthese. V MF Dnes jsme jich celkem identifikovali 780, z toho nejvíce novináři využívali vsuvku biografickou (zejména věk a příslušnost k politické straně). Méně pak již používali vysvětlivky, zkratky a autorské komentáře.

Ve zkoumaném deníku se také objevovala partikulizace, kdy hlavní nebo vedlejší věty nabývají povahy částic. Díky tomuto slovnědruhovému posunu dochází k uvozování vět do jejich rázu, jak obsahového, tak citového. Často docházelo také k osamostatňování a parcelaci vět.

Překvapivě se v analyzovaném materiálu objevovala, i když sporadicky, apoziopse. Ta se nejčastěji objevuje v mluveném projevu, jako odmlčení, pomlka, nedokončení věty. V psaném textu se objevuje zřídkakdy, nejčastěji se pak označuje třemi tečkami. V deníku MF Dnes ji autoři článků nejvíce využívali v komentářích a glosách.

Zbylé druhy motivovaných a nemotivovaných výpovědních modifikací se v deníku MF Dnes objevovaly velmi náhodně, poskrovnu. Nesystémové jevy, jako je např. anakolut nebo užití nepravé syntaktické dvojice by se v tištěných médiích (kdy texty ještě procházejí korekturami) vůbec neměly objevovat.

Motivované výpovědní modifikace v deníku Lidové noviny (LN)

<b>Výpovědní modifikace</b>	<b>Celkem v 30 vydáních LN</b>
Elipsa podmětu	698
Elipsa předmětu	152
Elipsa predikátu	15
Elipsa slovesa být ve slovesně-jmenném predikátu	3
Apoziopse	15



Proziopeze	0
Samostatný větný člen	18
Parcelace výpovědi	30
Osamostatňování	29
Partikulizace	31
Opakování výrazů	15
Parenteze biografická	201
Parenteze autorská	57
Parenteze – zkratky	62
Parenteze – vysvětlivky	169
Substituce vedlejších vět	17

*Tabulka 3 Motivované výpovědní modifikace v deníku Lidové noviny*

#### Nemotivované výpovědní modifikace v deníku Lidové noviny (LN)

<b>Výpovědní modifikace</b>	<b>Celkem v 30 vydáních LN</b>
Anakolut	0
Zeugma	4
Atrakce	4
Kontaminace vazeb	7
Nepravá syntaktická dvojice	1

*Tabulka 4 Nemotivované výpovědní modifikace v deníku Lidové noviny*

V dalším analyzovaném deníku, v Lidových novinách, bylo nalezeno celkově nejméně výpovědních modifikací ze všech tří zkoumaných periodik. Opět i zde byla nejvíce zastoupena elipsa (868 případů). Následovala ji parenteze, kterou jsme našli celkem 489x. I s dalšími modifikacemi to bylo obdobné jako u předchozího deníku. Nejméně zastoupeny byly opět nesystémové jevy, kterých jsme celkově našli 16.

Souhrnně by se dalo konstatovat, že oba deníky seriózního charakteru vykazovaly podobné poměrové zastoupení jednotlivých výpovědních modifikací, a tudíž výsledky jejich analýzy jsou téměř analogické.

Motivované výpovědní modifikace v deníku Blesk

<b>Výpovědní modifikace</b>	<b>Celkem v 30 vydáních deníku Blesk</b>
Elipsa podmětu	652
Elipsa předmětu	99
Elipsa predikátu	29
Elipsa slovesa být ve slovesně-jmenném predikátu	24
Apoziopeze	36
Proziopeze	0
Samostatný větný člen	39
Parcelace výpovědi	37
Osamostatňování	24
Partikulizace	25
Opakování výrazů	42
Parenteze biografická	1120
Parenteze autorská	202
Parenteze – zkratky	354
Parenteze – vysvětlivky	620
Substituce vedlejších vět	62

*Tabulka 5 Motivované výpovědní modifikace v deníku Blesk*

Nemotivované výpovědní modifikace v deníku Blesk

<b>Výpovědní modifikace</b>	<b>Celkem v 30 vydáních deníku Blesk</b>
Anakolut	2
Zeugma	7
Atrakce	5
Kontaminace vazeb	13
Nepravá syntaktická dvojice	5

*Tabulka 6 Nemotivované výpovědní modifikace v deníku Blesk*

V třetím zkoumaném médiu, tedy v bulvárním deníku Blesk, se vyskytovala nejvíce parenteze (2296 případů).

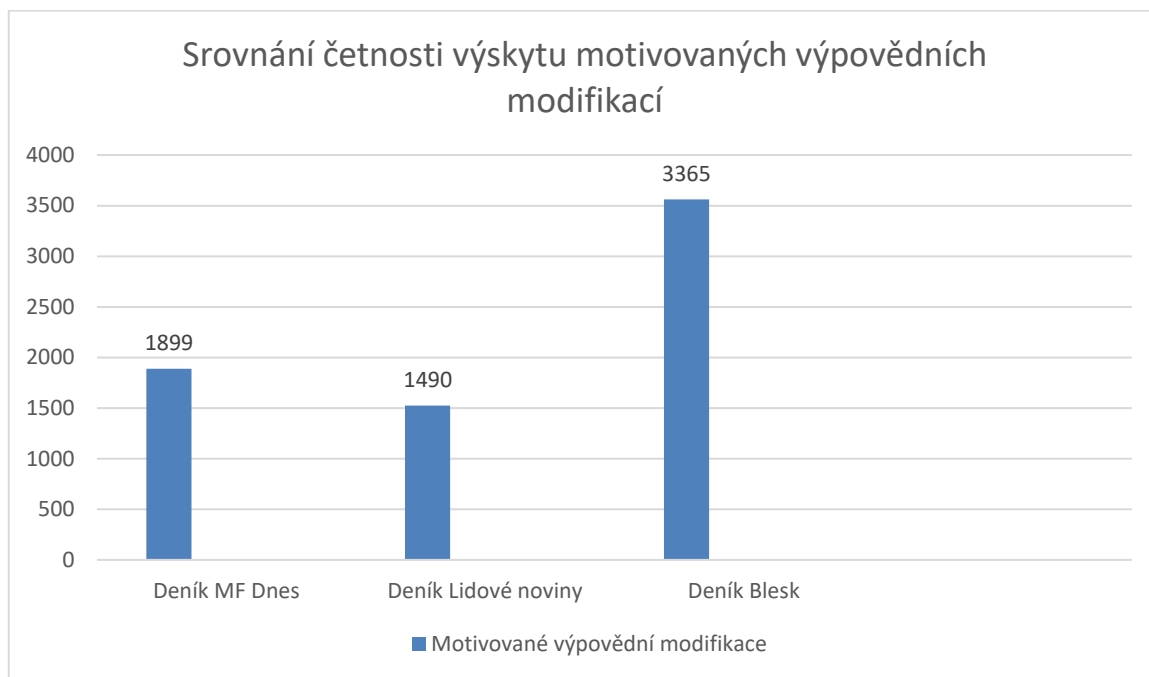
To je dáno tím, že autoři článků v tomto periodiku hojně nadužívají biografické vsuvky, zejména věk a politickou příslušnost. Také, vzhledem k cílovým čtenářům, novináři používají často vysvětlivky a autorské komentáře – v tomto deníku je téměř 4x větší výskyt vysvětlivek než v Lidových novinách. Souvisí to s tím, že novináři mají představu o recipientech svých sdělení, předpokládají jistou úroveň jejich vzdělání, a tudíž obsah zprávy vždy upravují tak, aby jim čtenáři rozuměli.

Naproti tomu ubylo v deníku Blesk užití elipsy (celkem 804x). Je to dáno zejména tím, že zprávy v Blesku nejsou příliš dlouhé, jsou často hojně členěné na odstavce, tudíž není nutné používat v takové míře výpustky podmětu, předmětu nebo predikátu.

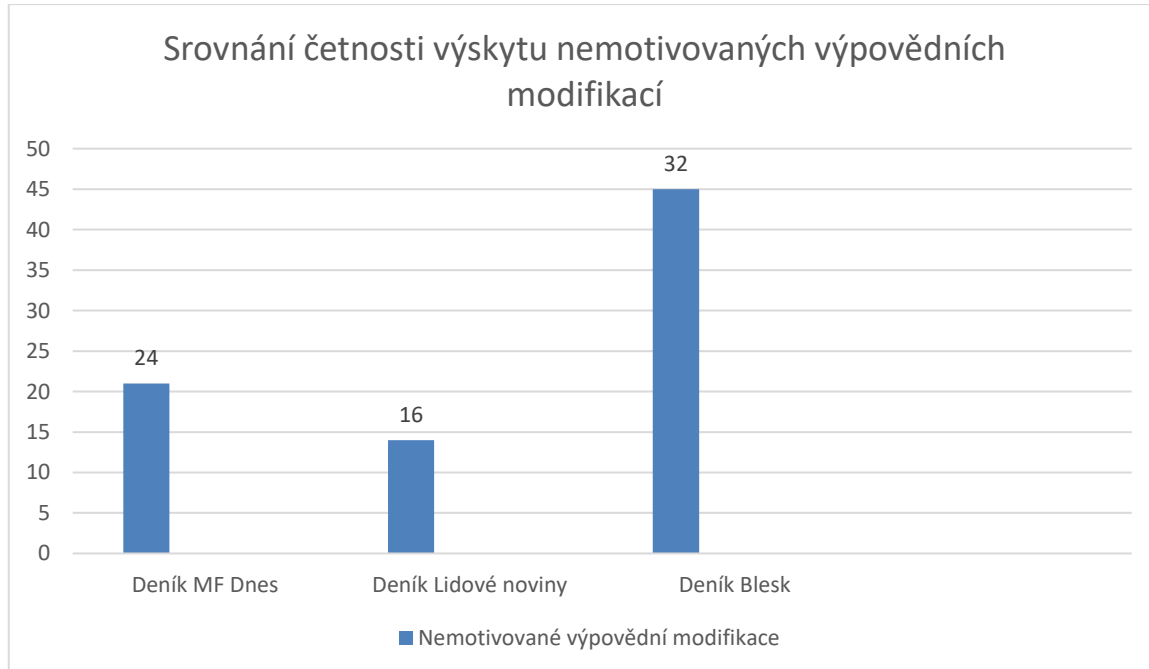
Naopak vzrostl počet apoziopézí (36 případů). Apoziopéze je dána subjektivními faktory autora zprávy, je tu využívána jako jeden z nástrojů persvaze, kdy se autoři sdělení snaží pomocí ní získat čtenáře a ovlivňovat jeho emoce. To samé by se dalo říct i o dalších výpovědních modifikacích, jako je parcelace výpovědi, osamostatňování a opakování výrazů. I zde došlo v případě deníku Blesk k navýšení výskytu jejich četnosti. I v těchto případech jde hlavně o vtáhnutí čtenáře, o vyvolání určité citové odezvy. Bulvární média pracují zejména s emocemi, útočí na city a základní lidské pudy, tudíž se takové výsledky analýzy daly očekávat.

Co se týče nemotivovaných odchylek, těch jsme ve všech zkoumaných vydáních tohoto periodika našli celkem 32. Vzhledem k bulvárnímu charakteru deníku to není příliš vysoké číslo, a to zejména proto, že se v tomto typu média nevyskytují tak často složité, rozvité věty, a tudíž není ani mnoho příležitostí k vytvoření nemotivovaných modifikací. Přesto nejvíce docházelo ke kontaminaci vazeb. To může být zapříčiněno dlouhodobým používáním určité kontaminace, ze které následně vzniká módní trend, který kontaminaci šíří ještě dál, až nakonec velmi malé množství lidí opravdu zná správnou podobu dané vazby. Za velmi alarmující by se pak dala považovat přítomnost několika anakolutů, na které jsme při analýze narazili. Typicky se anakolut vyskytuje v neformálních mluvených projevech, v nichž nemá mluvčí svou řeč připravenou. V psaném projevu je pak možné anakolut považovat za jazykovou chybu.

## 5.2 Srovnání výskytu výpovědních modifikací v seriózním a bulvárním tisku



Graf 1 Srovnání četnosti výskytu motivovaných výpovědních modifikací



Graf 2 Srovnání četnosti výskytu nemotivovaných výpovědních modifikací

Z uvedených grafů lze vyčíst jasné rozdíly v užívání motivovaných a nemotivovaných odchylek v publicistických textech. Jak se dalo očekávat, nejvíce modifikací se vyskytuje v bulvárním deníku Blesk.

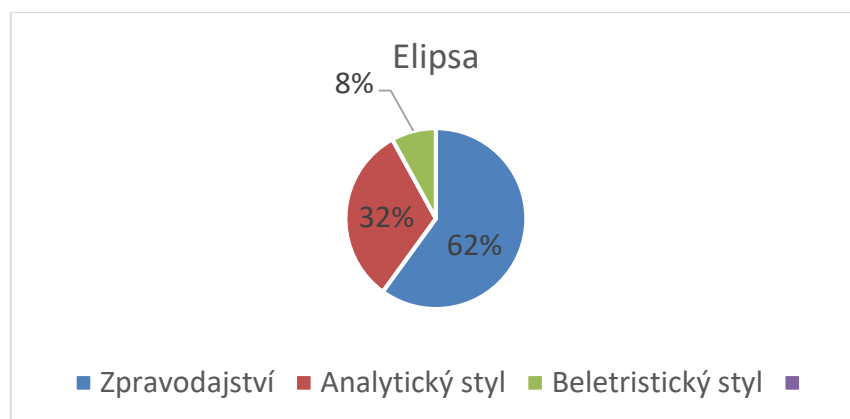
Je to dáno zejména jeho charakterem, povahou, kdy se na vyšší míře podílu výpovědních modifikací podílí určitá potřeba co největší aktuálnosti a kvantity, na úkor kvality článků.

V bulvárních médiích dochází k procesu zjednodušování zpráv, chybí jim patřičný kontext, jsou prezentovány stylem a jazykem typickým pro oblast populární kultury. Zároveň se ve všech třech zkoumaných periodikách často objevovaly motivované odchylky, které nejsou považovány za chyby, naopak v některých případech pomáhají dotvářet smysluplnost článků, jejich stručnost díky vynechávání již nadbytečných výrazů.

### 5.3 Výskyt výpovědních modifikací v publicistických žánrech

Jak jsme již zmínili v teoretické části, existuje několik typů publicistických textů. Články v novinových denících tak mohou náležet do zpravodajského, analytického, či beletristického stylu. V naší analýze jsme zkoumali právě i výskyt výpovědních modifikací v publicistických textech těchto žánrů. Následující grafy znázorňují procentuální zastoupení těchto modifikací v různých publicistických stylech. Analýza zahrnuje pouze deníky MF Dnes a Lidové noviny, neboť deník Blesk neobsahuje komentáře, sloupky, glosy ani fejetony.

Nejčastěji vyskytovanou výpovědní modifikací byla elipsa.

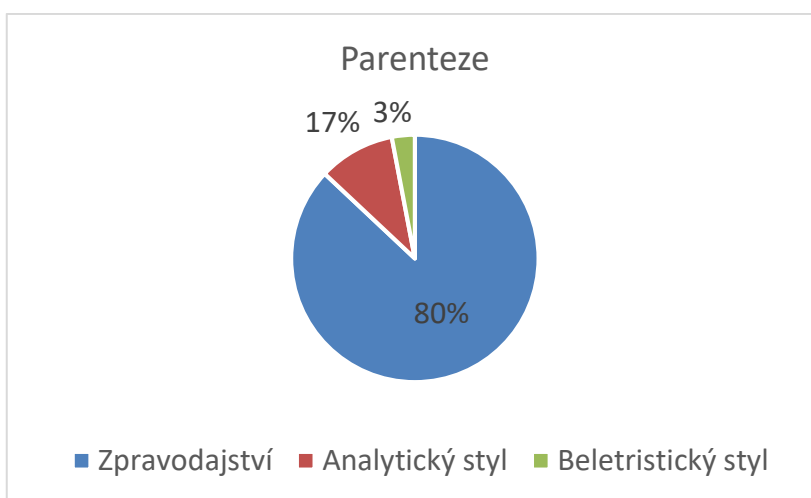


Graf 3 Výskyt elipsy v publicistických žánrech

Zde je možné sledovat rovnoměrnější zastoupení v rámci jednotlivých publicistických stylů. V 62 % se vyskytovala ve zpravodajském stylu, v 30 % v analytickém stylu a zbylých 8 % náleží stylu beletristickému.

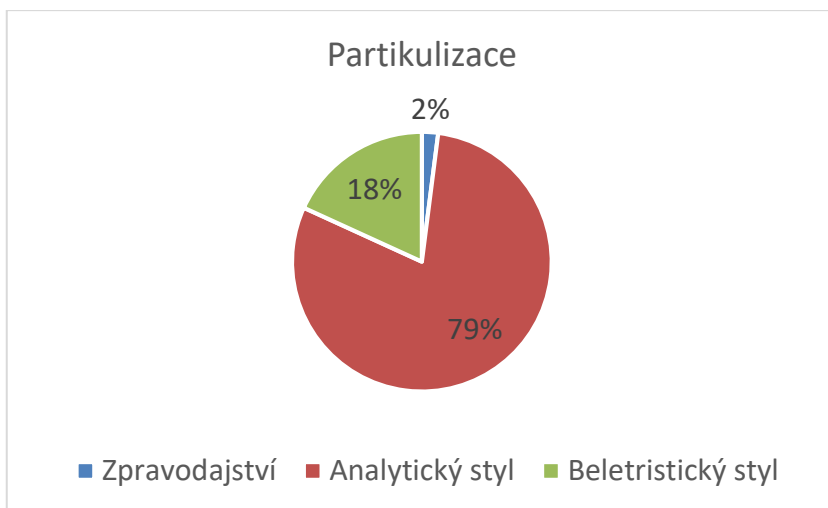
Další často vyskytovanou modifikací byla parenthese. Ta se v 87 % případů objevovala v rozšířených zprávách.

To je dáno zejména povahou těchto novinových článků, kdy je často potřebné některá fakta vysvětlit, objasnit. V analytickém stylu se nejčastěji vyskytovala vsuvka autorská, pomocí které autor do svého sdělení zapojuje svůj vlastní postoj k obsahu.



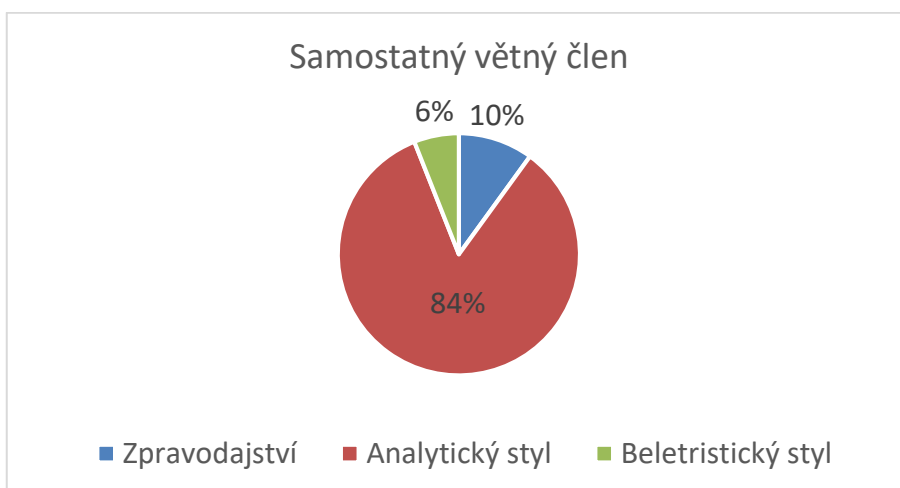
*Graf 4 Výskyt parenthese v publicistických žánrech*

Nezřídka se také ve zkoumaných denících objevovala partikulizace. Ta se v drtivé většině vyskytovala v analytickém stylu, v rubrikách názory a komentáře (79 %), a dále v beletristickém stylu (18 %).



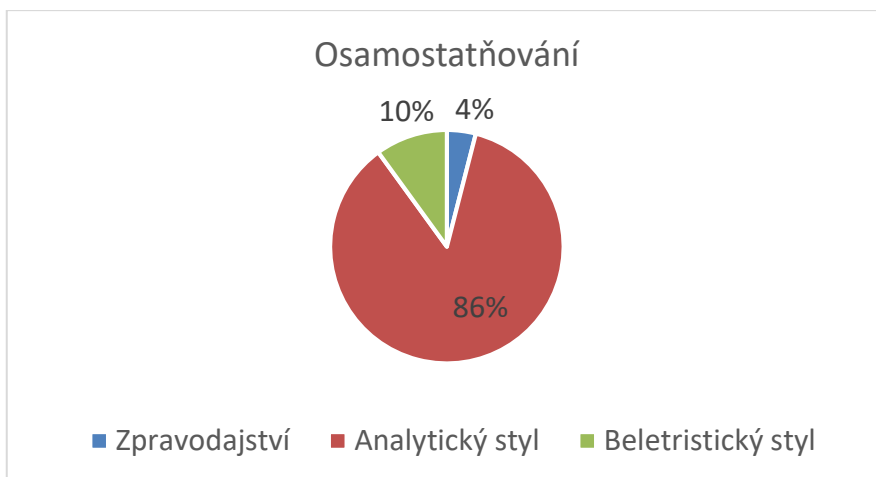
*Graf 5 Výskyt partikulizace v publicistických žánrech*

Samostatný větný člen byl procentuálně nejvíce zaznamenán ve stylu analytickém, v komentářích, sloupcích a glosách (84 %).



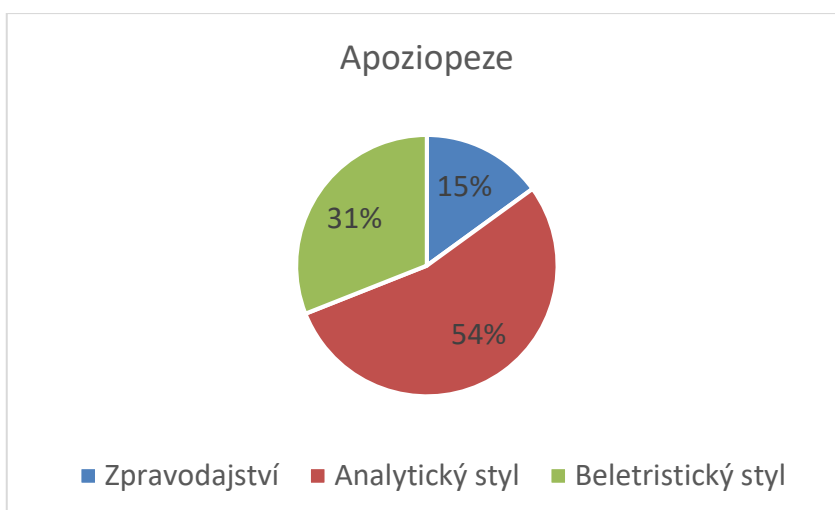
*Graf 6 Výskyt samostatného větného členu v publicistických žánrech*

Osamostatňování mělo největší procentuální zastoupení v analytickém stylu (86 %), kde se nejčastěji objevovalo v komentářích a pak ve stylu beletristickém (10 %).



*Graf 7 Výskyt osamostatňování v publicistických žánrech*

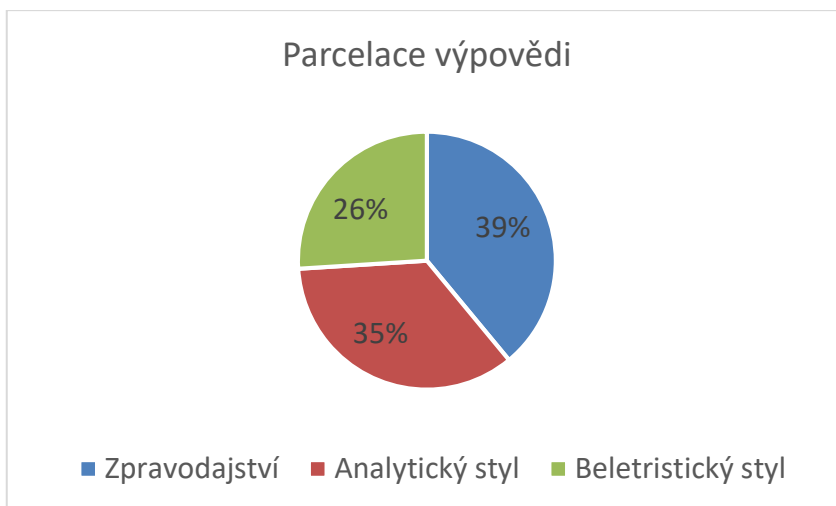
Zastoupení apoziopce již bude odlišné, jelikož její užití souvisí s určitým autorským vyjádřením tvůrce sdělení, má jistou příznakovost a spíše neformální charakter. Nejvíce se objevovala v komentářích a glosách, dále pak ve sloupcích.



*Graf 8 Výskyt apoziopce v publicistických žánrech*

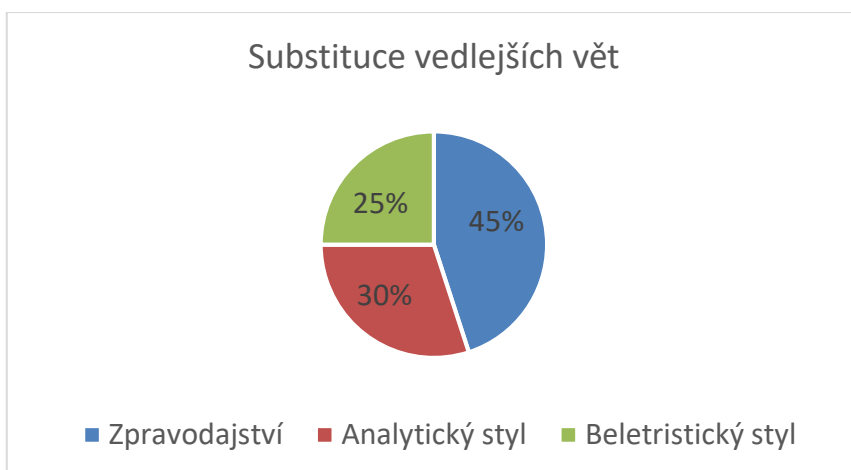
Výskyt parcelace výpovědi byl rozložen rovnoměrně do všech třech publicistických stylů. Ve zpravodajském stylu byla zastoupena v 39 %, v analytickém v 35 % a v beletristickém stylu v 26 %.





*Graf 9 Výskyt parcelace výpovědi v publicistických žánrech*

Substituce vedlejších vět byla ze všech motivovaných výpovědních modifikací zastoupena v seriózním tisku nejméně. Objevovala v aktuálních rozšířených zprávách (45 %), a dále pak v glosách a komentářích (30 %).



*Graf 10 Výskyt substituce vedlejších vět v publicistických žánrech*

Nemotivované výpovědní modifikace se objevovaly spíše vzácně, a to především v aktuálních zprávách, jak v krátkých, tak v rozšířených.

## 6 Shrnutí výsledků syntaktické analýzy

K výpovědním modifikacím dochází ve všech komunikačních situacích. V této bakalářské práci jsme sledovali jednotlivé výpovědní modifikace na vzorku vybraných novinových periodik, analyzovali jsme je a porovnávali jejich četnost v jednotlivých denících.

Celkově nejvíce se v novinových člancích objevovala elipsa. Důvodem je fakt, že elize jednotlivých větných členů je projevem jazykové ekonomie, kdy autoři vynechávají redundantní výrazy. Elipsa má také minimální příznak, na rozdíl od ostatních typů výpovědních odchylek. Nejčastěji byl elidován subjekt, následoval ho predikát. Elipsa byla nejvíce zastoupena v rozšířených zprávách. Dalším, často využívaným prostředkem modifikace byla vsuvka. Díky ní novináři mají prostor pro doplnění, vysvětlení, či možnost vyjádření vlastního postoje, díky němuž článek působí autentičtěji. Nejvíce byla autory novinových článků používána vsuvka biografická, která informuje o věku, politické příslušnosti subjektu apod. Ve zkoumaných periodikách se často objevovaly i zkratky a vysvětlivky. V drtivé většině případů se parenthese vyskytovala v člancích zpravodajského stylu.

Další motivované výpovědní modifikace již mají většinou určitou příznakovost, kterou autor sdělení může vyjádřit své postoje a záměry, které má se čtenářem. Často se v novinách objevovala partikulizace, osamostatňování, parcelace výpovědi. Parcelace může pomoci recipientovi k lepší orientaci v článku, zvláště u složitějších témat, nebo u rozvitých vět. Nejčastěji se tyto systémové jevy objevovaly v člancích analytických, kdy jejich prostřednictvím autoři sdělení projevují své postoje a hodnocení.

Méně se již v denním tisku objevovala specifitější forma výpovědní odchylky, a to apoziopce. Ta je charakteristická spíše pro mluvenou formu projevu, či pro umělecký styl (poezie, beletrie). I tak jsme ji v několika případech v periodikách zachytili. Opět je i zde možné sledovat jistou příznakovost. Také apoziopce se vyskytovala především v rubrikách, jako jsou komentáře a názory. S četností výskytu apoziopce můžeme sledovat jistou analogii i v případě výskytu substituce vedlejších vět.

Nemotivované výpovědní modifikace již nebyly zastoupeny v tak vysokém počtu, jako tomu bylo u předchozích odchylek. Tyto nesystémové jevy jsou totiž typické pro mluvený diskurz a v psaném, předem připraveném textu by se neměly vůbec objevovat.

I tak jsme jich několik v analýze identifikovali. Především se jednalo o kontaminaci vazeb, která se objevuje v psaných textech čím dál častěji. Je to dáno i jistým ustálením slovních spojení, která jsou sice gramaticky nesprávná, ale hojně využívaná. Vzácně se pak objevily zeugma a atrakce. Nejméně byl v publicistických textech zastoupen anakolut. Takovýto výsledek může být částečně dán i tím, že vydání novin předchází přísná jazyková korektura, která většinu takovýchto chyb odhalí.

## 6.1 Cíl práce a verifikace hypotéz

Cílem této práce bylo zhodnocení četnosti a rozsahu nepravidelností ve větné stavbě v psaných textech vybraných novinových periodik, což provedená analýza splnila.

Stanovené hypotézy na začátku praktické části práce byly díky provedené analýze verifikovány.

Hypotéza č. 1: V denním tisku se bude nacházet více motivovaných výpovědních modifikací nežli nemotivovaných výpovědních modifikací.

Hypotéza č. 2: V bulvární publicistice existuje vyšší užití výpovědních modifikací v porovnání s publicistikou seriózní.

Celkově se v denním tisku nacházelo 6754 případů motivovaných výpovědních modifikací a 72 nemotivovaných výpovědních modifikací. V bulvárním tisku se celkově objevilo 32 nemotivovaných výpovědních modifikací, kdežto v tisku seriózním jen průměrně 20. Na základě výsledků analýzy tak můžeme potvrdit, že obě hypotézy byly pravdivé.

## Závěr

Tato bakalářská práce se zabývá výpovědními modifikacemi napříč spektrem novinových článků v současné publicistice. Práce se rozděluje na dvě hlavní části. V teoretické části, která se zaměřuje na rešerši literatury, se zabýváme problematikou publicistiky a syntaktické výstavby textů. Důraz byl vzhledem k tématu práce kladen zejména na poznatky o syntaktických rysech novinových článků. Z rešerše literatury vyplynulo několik nejčastěji zmiňovaných syntaktických jevů (elipsa, parenthese, partikulizace, osamostatňování apod).

Druhá, praktická část, je věnována syntaktické analýze četnosti výskytu motivovaných odchylek v publicistických textech. Náplní kapitol věnovaných vlastní analýze byla excerpce jazykového materiálu, který byl čerpán ze tří hlavních zdrojů – nejprodávanějších českých deníků Blesk, MF Dnes a Lidové noviny. V analýze jsme se zaměřili na všechny publicistické žánry (zpravodajské, analytické a beletristické). V textech těchto stylů jsme vyhledávali výpovědní modifikace, kterých jsme celkem v 90 vydáních všech deníků našli 6826. V několika tabulkách jsme shrnuli jevy, které se ve zkoumaném materiálu objevovaly, a zaznamenali jsme četnost jejich výskytu. Ze samotné kvantitativní analýzy vyplynulo, že autoři novinových článků nejčastěji využívají elipsu a parenthesi. Tento závěr byl také předpokládán. Výpustka se nejčastěji týkala podmětu. U vsuvky byly v největší míře zastoupeny zkratky. Ostatní výpovědní odchylky byly na vzorku excerpovaného materiálu doloženy v nižších počtech. Nejmenší zastoupení pak měly nemotivované výpovědní modifikace, které se z pochopitelných důvodů nejvíce vyskytovaly v bulvárním deníku Blesk.

Kromě cíle byly stanoveny i dvě hypotézy, které s ním úzce souvisí. Hypotéza č.1, tedy tvrzení, že v denním tisku se bude objevovat více motivovaných výpovědních modifikací než těch nemotivovaných, se potvrdila. Hypotéza č.2. tedy tvrzení, že v bulvárním tisku se bude nacházet více výpovědních modifikací než u seriózního tisku, se taktéž potvrdila. Z analýzy získaných dat tak vyplývá, že existují rozdíly ve frekvenci používání výpovědních modifikací mezi deníky z obou stran spektra (bulvární vs. seriózní tisk). Jednou z příčin tohoto problému může být snaha bulvárních novinářů o co největší aktuálnost, kdy se klade hlavní důraz na rychlost vydání zprávy. Také jistá snaha o persvaze čtenáře, jeho vtáhnutí a udržení, může vést k nadměrnému používání výpovědních modifikací v bulvární publicistice.

Bakalářská práce přináší řadu zajímavých zjištění, které by bylo vhodné dále podrobněji zkoumat. Jedním z dalších možných námětů na další analýzy a výzkumy v této oblasti je zaměření na další druh periodika určeného pro jinou cílovou skupinu. Například zmapování výskytu modifikací v časopisech pro děti, u nichž je velmi důležité, aby texty určené právě pro ně, byly správně konstruovány ve všech lingvistických rovinách. Při rešerši literatury a výzkumů z oblasti syntaxe jsem také narazila na problém nedostatečného prozkoumání této problematiky, kdy chybí podrobnější zmapování syntaktických struktur, nebo jakýsi ucelený a zevrubný pohled na syntax žurnalistických textů (celková syntaktická výstavba, změny v syntaxi v průběhu času).

## Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá syntaktickou analýzou novinových článků tří nejčtenějších deníků v České republice – MF Dnes, Lidové noviny a Blesk. Výzkum přináší odpovědi na otázky ohledně četnosti výskytu výpovědních modifikací, ať už motivovaných nebo nemotivovaných. V této rovině sleduje také rozdíly mezi seriózním a bulvárním tiskem. Cílem práce bylo tedy zjistit, jak vysoká je četnost výskytu výpovědních modifikací v publicistických textech a také prokázat, že ve zkoumaných periodikách se bude vyskytovat více motivovaných výpovědních modifikací než nemotivovaných, a že v bulvárním tisku se bude objevovat celkově více výpovědních modifikací než v tisku seriózním. Vlastní syntaktická analýza je zaměřena na kvantifikaci nasbíraných dat, ty jsou přehledně zaznamenány v tabulkách a následně zhodnoceny.

## Klíčová slova

Syntax, syntaktická analýza, publicistika, výpovědní modifikace, zpráva, seriózní tisk, bulvární tisk

## Abstract

This bachelor thesis deals with the syntactic analysis of newspaper articles of the three most read dailies in the Czech Republic - MF Dnes, Lidové noviny and Blesk. The research provides answers to questions about the frequency of utterance modifications, whether motivated or unmotivated. At this level, it also monitors the differences between serious and tabloid press. The aim of the work was to find out how high the frequency of utterance modifications in journalistic texts and also to prove that in the examined periodicals there will be more motivated utterance modifications than non-motivated ones, and that there will be more utterance modifications in the tabloid press than in serious press. The actual syntactic analysis is focused on the quantification of the collected data, which are clearly recorded in tables and subsequently evaluated.

## Key words

Syntax, syntactic analysis, journalism, utterance modifications, report, serious press, tabloid press

## Seznam použitých zdrojů

BARTOŠEK, Jaroslav. Základy žurnalistiky. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2004. Učební texty vysokých škol. ISBN 80-7318059-6.

BARTOŠEK, Jaroslav. Jazyk žurnalistiky. In: DANEŠ, František. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997. ISBN 80-200-0617-6.

BAUER, Jaroslav a Miroslav GREPL. Skladba spisovné češtiny: vysokoškolská učebnice. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986.

BEČKA, Josef Václav. Česká stylistika. Praha: Academia, 1992. ISBN 80-200-0020-8.

ČECHOVÁ, Marie. Čeština – řeč a jazyk. Marie Čechová a kolektiv. 2., přeprac. vyd. Praha : ISV, 2000. 407 s. ISBN 8085866579.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. Současná stylistika. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČUŘÍK, Jaroslav. Nové trendy v médiích. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5.

DANEŠ, František, a kol. Mluvnice češtiny 3, Praha: Academia. 1987.

GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. Skladba češtiny. Olomouc: Votobia, 1998. Velká řada (Votobia). ISBN 80-7198-281-4.

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

URL: <https://www.czechency.org/slovník/VÝPOVĚDNÍ MODIFIKACE>

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Zdenka RUSÍNOVÁ a Miroslav GREPL. Příruční mluvnice češtiny. Vyd. 2., opr. [i.e. 4. vyd.]. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012. ISBN 978-80-7106-624-8.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky. 2., dopl. vyd. Praha: Libri, 2002. ISBN 80-7277-108-6.

Petr Karlík (2017): ANAKOLUT. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. Dostupné z <https://www.czechency.org/slovník/ANAKOLUT>



## Seznam tabulek

Tabulka 1 Motivované výpovědní modifikace v deníku MF Dnes.....	31
Tabulka 2 Nemotivované výpovědní modifikace v deníku MF Dnes.....	32
Tabulka 3 Motivované výpovědní modifikace v deníku Lidové noviny.....	33
Tabulka 4 Nemotivované výpovědní modifikace v deníku Lidové noviny.....	33
Tabulka 5 Motivované výpovědní modifikace v deníku Blesk.....	34
Tabulka 6 Nemotivované výpovědní modifikace v deníku Blesk.....	34

## Seznam grafů

Graf 1 Srovnání četnosti výskytu motivovaných výpovědních modifikací.....	36
Graf 2 Srovnání četnosti výskytu nemotivovaných výpovědních modifikací.....	36
Graf 3 Výskyt elipsy v publicistických žánrech.....	37
Graf 4 Výskyt parenteze v publicistických žánrech.....	38
Graf 5 Výskyt partikulizace v publicistických žánrech.....	39
Graf 6 Výskyt samostatného větného členu v publicistických žánrech.....	39
Graf 7 Výskyt osamostatňování v publicistických žánrech.....	40
Graf 8 Výskyt apoziopce v publicistických žánrech.....	40
Graf 9 Výskyt parcelace výpovědi v publicistických žánrech.....	41
Graf 10 Výskyt substituce vedlejších vět v publicistických žánrech.....	41