

**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 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala zcela samostatně a uvedla veškerou použitou literaturu i zdroje. Tato bakalářská práce obsahuje 73 073 znaků (81 576 znaků včetně poznámek pod čarou).

V Olomouci dne 18. května 2012

.....
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. 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.

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

OBSAH PRÁCE

1 ÚVOD	7
2 PERSVAZE, ZÍSKÁVÁNÍ, MANIPULACE	10
2.1 PERSVAZIVNÍ FUNKCE.....	10
2.2 ZÍSKÁVACÍ FUNKCE	11
2.3 MANIPULACE VERSUS PERSVAZE A ZÍSKÁVÁNÍ.....	11
3 PŘEDSTAVENÍ JIŘÍHO PAROUBKA	12
4 PŘEDSTAVENÍ POŘADŮ	13
4.1 OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE	13
4.2 NEDĚLNÍ PARTIE	14
5 JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY	15
5.1 PERSVAZIVNÍ A ZÍSKÁVACÍ PROSTŘEDKY ROVINY LEXIKÁLNÍ	15
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)	17
5.1.3 Slova hovorová.....	17
5.1.4 Slova knižní.....	18
5.1.5 Poetismy	19
5.1.6 Zastaralá pojmenování (archaismy, historismy)	19
5.1.6.1 Archaismy	19
5.1.6.2 Historismy	20
5.1.7 Persvazivní prostředky dle rozdělení sociálního	20
5.1.7.1 Argot.....	20
5.1.7.2 Slang.....	21
5.1.8 Okazionalismy.....	22
5.1.9 Expresiva	22
5.1.9.1 Kontextová expresivita.....	24
5.1.10 Invektiva.....	25
5.1.11 Hodnotící slova	25
5.1.12 Sémaziologicko-onomaziologické derivace.....	26
5.1.12.1 Metafora	26
5.1.12.2 Metonymie	27
5.1.12.3 Přirovnání	28
5.1.12.4 Hyperbola (nadsázka).....	28
5.1.12.5 Ironie	29
5.1.13 Frazeologismy	30
5.1.14 Jazyková komika	31
5.2 DÍLČÍ SHRUTÍ K LEXIKÁLNÍ ROVINĚ	32
5.3 PERSVAZIVNÍ A ZÍSKÁVACÍ PROSTŘEDKY SYNTAKTICKÉ A ŘEČNICKÉ	34
5.3.1 Řečnická otázka.....	34

5.3.2	Řečnická odpověď	35
5.3.3	Opakovací řečnické figury	36
5.3.4	Imperativy a věty zvolací a práci	37
5.3.5	Jiné řečnické figury	37
5.3.5.1	Litotes	37
5.3.5.2	Rektifikace	38
5.3.5.3	Enumerace	38
5.3.6	Vsuvka	39
5.3.7	Elipsa	39
5.3.8	Samostatný větný člen	40
5.3.9	Subjektivní větné členění (inverze)	40
5.3.10	Osamostatněný větný člen	41
5.4	DÍLČÍ SHRNUTÍ K SYNTAKTICKÉ ROVINĚ	42
5.5	ARGUMENTAČNÍ PROSTŘEDKY PERSVAZIVNÍ A ZÍSKÁVACÍ	43
5.5.1	Rétorika – umění přesvědčovat	43
5.5.1.1	Rétorika jako model přesvědčovací komunikace	43
5.5.1.2	Rétorika jako všeobecná teorie argumentace	43
5.5.1.3	Rétorika jako nástroj politického působení	44
5.5.2	Persvazivní a získávací prostředky argumentační	44
5.5.2.1	Sdělení věcná/ racionální	44
5.5.2.1.1	Argumentace statistickými údaji	45
5.5.2.1.2	Argumentace konstatováním skutečnosti	45
5.5.2.1.3	Argumentace dedukcí	45
5.5.2.1.4	Argumentace indukcí	46
5.5.2.1.5	Argumentace analogií	46
5.5.2.1.6	Argumentace autoritou	47
5.5.2.2	Sdělení nevěcná/ neracionální	47
5.5.2.2.1	Argumentace falešnou autoritou	48
5.5.2.2.2	Argumentace v kruhu	48
5.5.2.2.3	Volné asociace	49
5.5.2.2.4	Argumentace falešnou analogií	49
5.5.2.2.5	Argumentum ad ignorantum	50
5.5.2.2.6	Argumentum ad personam	50
5.5.2.2.7	Argumentum ad baculum	50
5.5.2.2.8	Argumentum ad populum	51
5.5.2.2.9	Vyjadřování postojů (neboli užívání nálepek)	51
5.5.2.2.10	Působení na city (vyšší emoce)	52
5.5.2.2.11	Působení na základní lidské motivy (neboli nižší emoce)	53
5.5.2.2.12	Manipulace se skutečností	54
5.5.3	Dílčí shrnutí k rétorické rovině	55
6	ZÁVĚR	57
7	SEZNAM PRAMENŮ	59
8	SEZNAM LITERATURY	60
9	SEZNAM TABULEK	63

1 Úvod

Vedle primární funkce masmédií, kterou je především informovat recipienty sdělení, se v žurnalistických komunikátech uplatňuje rovněž funkce persvazivní, neboli také přesvědčovací, a funkce získávací.¹ Podle Čechové je persvazivní funkce latentně přítomna ve všech komunikátech. Na uskutečnění persvaze se podílí jednak obsah textu, včetně argumentace, která je schopna ovlivnit myšlení příjemců, a jednak i výběr jazykových prostředků.²

Tématem této bakalářské diplomové práce jsou jazykové prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem, které užívá Jiří Paroubek v pořadech Otázky Václava Moravce a Nedělní partie.³ Původním úmyslem bylo zaměřit se rovněž na prostředky paralingvální a extralingvální, přestože by rozsah práce značně přesáhl rámec bakalářské diplomové práce. 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 (dnes již pouze Partie), nám tuto možnost ani na opakovanou žádost neumožnila. Vycházeli jsme proto výhradně z prepisů vybraných pořadů, které nám byly k dispozici v databázi společnosti Anopress IT, a.s..

Cílem této bakalářské práce je zjistit, zda užívá Jiří Paroubek ve svém projevu jazykové prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem, v jakém množství a které z prostředků užívá nejčastěji. Provedeme typologii prostředků, které mají potenciál vnášet do sdělení persvazi a získávání, a následně ověříme jejich výskyt v projevu Jiřího Paroubka v námi zvoleném vzorku publicistických debatních pořadů. V souvislosti s tím bude navržen analytický rámec pro rozbor sdělení. Tento rámec budeme aplikovat v praktické části bakalářské práce.

V rámci teoretické části práce budeme charakterizovat jednotlivé typy jazykových prostředků, které mají potenciál vnášet do sdělení persvazi a získávání. Ve zvoleném vzorku pořadů budeme poté tyto prostředky identifikovat, určíme frekvenci jejich výskytu a stanovíme rovněž jejich průměrný počet na jeden díl

¹ Čechová a kol. 2008, s. 245.

² Čechová a kol. 1997, s. 201.

³ 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.

publicistického debatního pořadu. Zaměříme se přitom výhradně na jazykové prostředky roviny lexikální, syntaktické a rétorické. Zabývat se nebudeme prostředky roviny morfologické, jelikož podle Bartoška⁴ nejsou tvaroslovné znaky současného jazyka české politiky příliš specifické, příznakové ani nápadné. Věnovat se nebudeme ani prostředkům slovtvorným. Jaklová uvádí, že frekvence slovtvorných prostředků, které mají schopnost stimulovat persvazivní a získávací funkci, je nízká.⁵

Pro zjištění, jaké prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem užívá Jiří Paroubek v námi zvoleném vzorku pořadů, provedeme lexikální a syntaktickou analýzu a rovněž analýzu argumentace. V rámci ní se zaměříme nejen na argumentaci nevěcnou, ale také na argumentaci věcnou, přestože se v její oblasti persvaze ani získávání nevyskytuje. Na základě analýzy určíme, který z těchto typů argumentace využívá Jiří Paroubek ve svém projevu častěji.

U každého prostředku s persvazivním a získávacím potenciálem, který budeme vždy nejprve stručně charakterizovat, uvedeme tři příklady, které jsme identifikovali ve vybraném vzorku. V případě, že se určitý prostředek ve sledovaném vzorku neobjeví, uvedeme pro názornost jeden příklad z odborné literatury.

Ke každé jazykové rovině uvedeme dílčí shrnutí, které bude vždy vycházet ze syntézy výsledků, jež jsme získali provedenou analýzou. Součástí tohoto shrnutí budou rovněž tabulky, z nichž bude patrná frekvence identifikovaných prostředků a jejich průměrný počet na jeden díl debatního pořadu, ve kterém figuruje Jiří Paroubek jako host.

Jelikož mohou některé z prostředků spadat do více dílčích oblastí, budeme je v analýze započítávat do všech, ve kterých mohou vykazovat persvazivní a získávací potenciál.

Analyzovat budeme vzorek, který tvoří projev Jiřího Paroubka v sedmi⁶ publicistických debatních pořadech s politickým zaměřením vysílaných od ledna roku 2010 do května téhož roku.⁷

K analýze jsme zvolili čtyři díly z pořadu Otázky Václava Moravce a tři díly z pořadu Nedělní partie. Pořad Otázky Václava Moravce se skládá ze dvou částí -

⁴ Bartošek 1993, s. 8.

⁵ Jaklová 2002, s. 172.

⁶ V námi zvoleném časovém období se více těchto pořadů s Jiřím Paroubkem nevyskytuje.

⁷ Jelikož probíhaly ve dnech 28. a 29. května 2010 volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, můžeme toto období označit jako předvolební.

první část je vysílána ve 12:00 na ČT 1, druhá část poté od 13:05 ČT 24. V analýze budeme sledovat obě tyto části.

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

Analyzovaná sdělení jsou připojena k této práci jako přílohy na DVD.

2 Persvaze, získávání, manipulace

2.1 Persvazivní funkce

Definovat persvazi je pro tuto práci stěžejní. Pojem persvaze (je možné setkat se taktéž s označením *persuase* nebo *přesvědčování*) vychází z latinského slova *persuadere*, což znamená přemlouvat, *persuasio*, což lze přeložit jako přesvědčení, víra nebo názor. Jelikož se však persvazi zabývá nejen lingvistika, ale také psychologie, pedagogika, mediální studia či rétorika, není snadné ji přesně definovat. Toto interdisciplinární pojetí totiž ztěžuje jakékoliv přesné vymezení.

Čmejková uvádí, že persvaze je vztah mezi mluvčím a adresátem. Tento vztah předpokládá určité sdělení, o kterém má být adresát zpraven. Pokaždé však jiným, sugestivním způsobem. Jestliže se totiž jedinec snaží někoho o něčem přesvědčit, zpravidla vykonává na jeho mysl a jeho přesvědčení nátlak.⁸

Szymanek definuje persvazi velice podobně. Uvádí, že se jedná o „vědomé užití znaků a symbolů, zvláště psaného a mluveného slova, obrazu atd. se záměrem ovlivnit něčí přesvědčení, postoje a rozhodnutí: dosažení přijetí nebo aspoň přízně k nabízeným názorům, způsobům jednání, rozhodnutím ovlivňovanou osobou.“⁹

Podle Čechové můžeme rozdělit persvazivní funkci do tří základních typů. Jednak na propagaci, při které mluvčí mající autoritu ovlivňuje jednání a myšlení více méně pasivního adresáta, jednak na vlastní přesvědčování, při kterém používá mluvčí pro ovlivnění myšlení aktivního adresáta především argumentaci a jednak také agitaci, která se zpravidla obrací k posluchači, který „je o správnosti budoucího jednání v podstatě sám přesvědčen a očekává pouze formulaci názoru.“¹⁰

⁸ Čmejková 2007, s. 46.

⁹ Szymanek 2003, s. 241.

¹⁰ Čechová a kol. 2009, s. 79.

2.2 Získávací funkce

Získávací funkce se podle Jílka řadí mezi celý komplex dalších funkcí, které lze nalézt v publicistické oblasti. Ve zpravodajství, které je typické funkcí informativní, lze sice získávací funkci rovněž nalézt, ale dochází v tom případě k porušení informační kvality.

Funkce získávací vychází z elementární funkce konativní (apelativní, direktivní), jež je zaměřena na příjemce a za cíl si klade jeho ovlivnění. Dalšími funkcemi je například funkce emotivní, konativní, poetická, fatická, metajazyková nebo referenční.

Podle Jílka je cílem získávací funkce, respektive cílem mluvčího, získat si příjemce a motivovat jej k jednání, které je pro něj žádoucí.¹¹

V této práci budeme vycházet z pojetí Jílka, který chápe persvazivní a získávací funkci, jako funkce, jež se vzájemně doprovází.¹²

2.3 Manipulace versus persvaze a získávání

Přesvědčování se od manipulace velice liší. „Při přesvědčování existuje morální implikace, že výsledek diskursu mezi mluvčím a posluchačem přinese uspokojení zájmu obou partnerů. Mluvčí aspoň potenciálně zapojuje posluchače do určitého druhu dialogu a využívá jeho schopností racionálně myslet.“¹³

Zato manipulací rozumí například Reifová skrytou formu donucení. „V mediálních studiích a psychologii znamená manipulace nepřiznané zpracování vědomí lidí zejména prostřednictvím médií za účelem systematického a cílevědomého řízení a formování jejich vědomí, myšlenek a pocitů. Při manipulaci pomocí médií jde o zkreslování, popř. zadržování či neadekvátní doplňování a usouvztažňování informací.“¹⁴

Podle Bartoška je, na rozdíl od persvaze, výsledkem manipulace změna, která přináší prospěch hlavně samotnému mluvčímu.

¹¹ Jílek 2009, s. 21.

¹² Jílek 2009, s. 21.

¹³ Bartošek 1993, s. 29.

¹⁴ Reifová 2004, s. 127.

Čmejrková a Hoffmannová tvrdí, že manipulací se rozumí snaha mluvčího přesvědčit adresáta k názoru, jež se však zpravidla neshoduje s jeho vlastními názory.¹⁵

3 Představení Jiřího Paroubka

Jiří Paroubek (narozen 21. srpna 1952) je rodákem z Olomouce. V letech 1990 -1996 byl členem Československé strany socialistické. V listopadu roku 1989 se pak na postu ústředního tajemníka zapojil do obnovy Československé sociální demokracie. V roce 2004 se stal ministrem pro místní rozvoj a po odstupu Stanislava Grosse z postu předsedy vlády v roce 2005 stanul jeho pozici. Po volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2010 Jiří Paroubek odstoupil z funkce předsedy ČSSD a stal se poslancem sněmovny za Ústecký kraj.¹⁶

¹⁵ Čmejrková a Hoffmannová 2003, s. 21.

¹⁶ Jiří Paroubek: životopis [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <<http://www.paroubek.cz/zivotopis/>>.

4 Představení pořadů

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

Oba pořady můžeme hodnotit jako publicistické a politicky zaměřené. Dále však Česká televize i televize Prima uvádí zmíněné pořady jako diskusní. Podle Jílka by se však tyto pořady měly řadit spíše mezi pořady debatní. Diskuse totiž podle něj nenáleží primárně do publicistické sféry, ale do odborné oblasti, a jejím cílem není pouze konfrontace názorů, ale rovněž hledání určitého konsensu. Diskuse by měla vyústit ve společné stanovisko.¹⁷

V debatě jde naproti tomu o „elektronickými médii zprostředkovanou rozpravu, rokování, rozhovor na politické, ekonomické, ekologické aj. téma.“¹⁸ Cílem debaty je předložit názory účastníků, především pak názory odlišné, protichůdné. Smyslem ale podle Jílka není vzájemná interakce účastníků debaty, jako je tomu u diskuse, a výsledkem nemá být názorový konsensus.¹⁹

4.1 Otázky Václava Moravce

Otázky Václava Moravce se řadí mezi publicistické debatní pořady s politickým zaměřením. 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. Diskuse zpravidla připravují Václav Moravec, Marek Straka a Čestmír Franěk.²⁰

Jedná se o veřejné mluvené projevy ze studia, kam jsou zváni především čeští politici, kteří jsou konfrontováni aktuálními tématy. Publicistický debatní pořad má celkovou délku 60 minut.

¹⁷ Jílek 2005, s. 103.

¹⁸ Jílek 2005, s. 102.

¹⁹ Jílek 2005, s. 103.

²⁰ Česká televize: *Otázky Václava Moravce* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1242-o-poradu/>>.

4.2 Nedělní partie

Nedělní partie se rovněž řadí mezi publicistické debatní pořady s politickým zaměřením. Vysílán je televizí Prima v premiéře každou neděli od 11 hodin. V tomto případě se taktéž jedná o veřejné mluvené projevy natáčené ve studiu, do kterého je pozván určitý počet hostů, jež moderátor Jan Punčochář vzájemně konfrontuje, a na něž se obrací s nejrůznějšími dotazy. Do pořadu jsou zváni především lidé z české politické scény, kteří jsou konfrontováni aktuálními tématy. Publicistický debatní pořad má stopáž 45 minut.²¹

²¹ Prima Family: Partie [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/porady/partie/>>.

5 Jazykové prostředky

V této bakalářské práci se zaměřujeme na jazykové prostředky, které mají schopnost vnášet do sdělení persvazi a získávání.

Aby měly jazykové prostředky možnost stimulovat funkci persvazivní a získavací, musí podle Jaklové splnit požadavek srozumitelnosti a kredibility. Srozumitelnost textu umožní snadnou interpretaci sdělení i nesoustředěnému recipientovi. Kredibility dosahuje mluvčí výběrem adekvátních výrazových prostředků a příslušné stylové vrstvy.²²

Naplnování funkce přesvědčovací a získavací se podle Čechové projevuje vzájemným působením dvou protichůdných tendencí, tedy aktualizací a automatizační.²³ Pro dílčí oblast publicistickou je typická především aktualizací tendence. Ta se vyznačuje vědomým porušením modelovosti, výrazovým ozvláštňením sdělení. Smyslem těchto aktualizací je upoutat, získat příjemcovu pozornost, vložit do projevu emocionalitu, odhalit postoj autora k danému tématu. To vše slouží k realizaci persvaze, získávání a také zábavnosti.²⁴

V podkapitolách, které budou následovat dále, se zaměříme na jednotlivé jazykové prostředky, jež se vyznačují persvazivním a získavacím potenciálem. V první řadě vždy stručně uvedeme vybranou oblast prostředků v její vazbě na persvazi a získávání. Poté se budeme věnovat charakteristice konkrétních prostředků. Pozornost bude věnována rovinně lexikální a syntaktické. Zabývat se budeme rovněž prostředky z oblasti argumentace.

5.1 Persvazivní a získavací prostředky roviny lexikální

Podle Jaklové bývá persvazivní a získavací funkce zpravidla stimulována nejčastěji prostředky z roviny lexikální.²⁵ Tato práce se bude zaměřovat pouze na takové lexikální jednotky, které jsou schopny vnést do sdělení získávání a persvazi.

²² Jaklová 2002, s. 170.

²³ Čechová a kol. 2003, s. 213.

²⁴ Jílek 2009, s. 82.

²⁵ Jaklová 2002, s. 173.

Vyloučíme tedy slova, která spadají do neutrální a spisovné vrstvy českého jazyka, dále také slova odborná, zkratková, zkratky či sousloví.

Na základě rešerše²⁶ lze konstatovat, že mezi prostředky s persvazivní a získávací funkcí patří metafora, metonymie, pojmenování expresivní, slova obecné češtiny, hovorová slova, knižní slova, archaismy, historismy, regionalismy a dialektismy, argot, slang, okazionalizmy, invektiva, slova hodnotící, hyperbola, přirovnání, frazeologismy a ironie.

Všechny vybrané jednotky nejprve teoreticky uvedeme a posléze je budeme sledovat v analýze.²⁷

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. U některých slov obecné češtiny došlo rovněž k průnikům do mluvené podoby spisovného jazyka (tedy k zespisovnění), jiná slova se užívají omezeně (např. územně, generačně). Slova obecné češtiny můžeme dělit do několika skupin podle původu, přítomnosti expresivity či sociologického aspektu.²⁸

Užitím výrazů z obecné češtiny v oficiálním veřejném spisovném projevu může mluvčí například signalizovat, že simuluje živou bezprostřední řeč. Tím se rovněž snaží přizpůsobit projev adresátovi.²⁹

Příklady:

„Já závidím těm politickým stranám, které kašlou na lidi - Sociální demokracie, pod mým vedením to dělat nebude.“³⁰

„Myslíte, že bychom byli takoví sprošťáci, s odpuštěním, že přes hlavy těch malých koaličních partnerů...“³¹

„Ale upřímně pane redaktore, kdybych měl porovnávat nějakou pomoc v rádech několika miliard korun v situaci, kdy vím, že se na našich účtech fláká 750 mld. korun evropských peněz, které můžeme použít, ...“³²

²⁶ Vycházeli jsme z Bartoška, Jílka, Čechové, Dvorského, Balowského, Szymanka či například Jaklové.

²⁷ Pro identifikaci lexikálních jednotek jsme použili Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost.

²⁸ Jílek 2005, s. 9–10.

²⁹ Čechová a kol. 2008, s. 73.

³⁰ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

³¹ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

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.³³

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. Na zbylém území se pak již užívají jejich spisovné varianty, tedy moravismy a čechismy.³⁴

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu regionalismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *pletýnka*, *zhlavec* či například *špitat*.³⁵

5.1.2.2 Nářeční slova (dialektismy)

Dialektismy neboli slova nářeční, jsou prvky patřící k určitému dialektu.³⁶ Nářeční slova se užívají pouze na jednom nářečním území a příslušníkům jiných oblastí bývají velmi často neznámá.³⁷

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu dialektismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *čížmy*, *šufánek* či například *erteple*.³⁸

5.1.3 Slova hovorová

Na začátek připomeňme, že je nutné rozlišit hovorovou češtinu a hovorová slova. Hovorovou češtinou se označuje mluvená forma spisovného jazyka. V této analýze se jí nebudeme věnovat, jelikož není jejím předmětem.

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 – zde můžeme hovořit například

³² 9. 5. 2010 / Nedělní partie

³³ Čechová a kol. 2008, s. 73.

³⁴ Jílek 2005, s. 10.

³⁵ Jílek 2005, s. 10.

³⁶ Lotko 2005, s. 27.

³⁷ Jílek 2005, s. 11.

³⁸ Jílek 2005, s. 11.

o publicistice či krásné literatuře – nebo o stylistickou chybu. V obou případech se však jedná o projev slohové příznakovosti slova.³⁹

Příznakovost hovorových slov bývá v publicistických projevech využívána k dosažení přesvědčivosti a srozumitelnosti. Záměrem autora potom často bývá, aby tato příznaková slova plnila komický účinek.⁴⁰

Příklady:

*Tak je to přece jenom prezident republiky a prezidentům republiky se nevyčítá.*⁴¹

*Prosím, nepoužívejte nefēr údery, ani ten úder o tom, kdy jste hovořil o tom, že si za to vlastně můžeme sami, není fēr a vy to víte.*⁴²

*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, snižovat prostě výdaje v tuhleté oblasti.*⁴³

5.1.4 Slova knižní

Knižní slova se mohou vyskytovat ve všech stylových oblastech. Přestože jsou vázány především na psaný jazyk, jsou využívány u komunikátů, které vyžadují užití spisovného jazyka. Objevují se proto i v mluvených projevech slavnostního rázu.⁴⁴ V odborné sféře vyznívají nepříznakově, avšak jako příznakové je lze vnímat například v oblasti prostě sdělovací. Využití těchto jednotek lze rovněž příznakovým způsobem například pro dosažení efektu kontextové expresivity.⁴⁵

Výskyt knižních slov je slohově příznakový, jelikož nemají v dnešním jazyce svou přirozenou základnu, a to v žádné stylové oblasti.⁴⁶

Příklady:

„Čili celkově jste se poměli za 520 miliard korun.“⁴⁷

³⁹ Jílek 2005, s. 14.

⁴⁰ Dvorský 1984, s. 29.

⁴¹ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁴² 9. 5. 2010 / Nedělní partie

⁴³ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁴⁴ Jílek 2005, s. 14.

⁴⁵ Jílek 2005, s. 14.

⁴⁶ Dvorský 1984, s. 33.

⁴⁷ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

„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.“⁴⁸

„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.“⁴⁹

5.1.5 Poetismy

Poetismy jsou básnická slova, která slouží k ozvláštňení textu. Poetismy se nepříznačově užívají pouze v případě stylové oblasti umělecké.⁵⁰

Některé historické poetismy přešly rovněž do oblasti publicistické. Zde však vykazují výrazný příznak citovosti.⁵¹

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.“⁵²

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.⁵³ Podle Mistríka mohou zastaralá pojmenování plnit například funkci ironizující.⁵⁴

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

⁴⁸ 10. 5. 2010 / Nedělní partie

⁴⁹ 10. 5. 2010 / Nedělní partie

⁵⁰ Hubáček 1987, s. 92.

⁵¹ Hubáček 1987, s. 92.

⁵² 10. 5. 2010 / Nedělní partie

⁵³ Jílek 2005, s. 18.

⁵⁴ Mistrík 1989, s. 74.

zastaralé, které už nejsou součástí dnešní slovní zásoby.⁵⁵ Je však třeba si uvědomit, že dochází nebo již došlo k ústupu či zániku označení a nahrazení jevu novým slovem. Nedošlo však k zániku věci, jevu či skutečnosti.⁵⁶

Příklady:

„Čili celkově jste se poměli za 520 miliard korun.“⁵⁷

„S ním jsou spjaty všechny ty programové věci, které jsou, tak jsou spjaty s jeho jménem, takže ODS a pan Nečas, to jedno jest.“⁵⁸

5.1.6.2 Historismy

Historismy naproti tomu 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.⁵⁹

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu historismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *bukanýr*, *halapartna* či například *tarasnice*.⁶⁰

5.1.7 Persvazivní 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 terminologizovaly sportovní oblasti. Přesto však pro lexikum platí, že každá jednotka, která není neutrální, je příznaková.⁶¹

5.1.7.1 Argot

Argotem je označována zvláštní vrstva slov, která jsou používána závadovými členy společnosti. Smyslem slov, která řadíme do argotu, je znesnadnit dekódování sdělovaného obsahu. Důvodem převzetí argotismů do slangu je snaha po

⁵⁵ Jílek 2005, s. 18–19.

⁵⁶ Jílek 2005, s. 19.

⁵⁷ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

⁵⁸ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁵⁹ Jílek 2005, s. 19.

⁶⁰ Jílek 2005, s. 19.

⁶¹ Jílek 2005, s. 12.

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.⁶²

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu argotismů. V odborné literatuře jsou uváděna slova jako *bachař*, *chlupatej* či například *éčko*.⁶³

5.1.7.2 Slang

Slang se řadí rovněž do nespisovné části lexikální zásoby, která je vázána na sociální prostředí. Slang lze obecně dále vnitřně rozčlenit na dvě základní skupiny; lexikální zásobu profesionální neboli profesionalismy a lexikální zásobu slangovou v užším slova smyslu.⁶⁴

V případě profesionalismů se jedná o nespisovné výrazy nebo prostředky užívané určitou profesionální skupinou.⁶⁵ Profesionalismy zahrnují nespisovné odborné názvy, obraty či pojmenování.⁶⁶

Slang se vyznačuje se bohatou synonymitou, motivovanou nikoli věcnou pojmenovávací potřebou, ale úsilím příslušníků skupiny vyjadřovat se stále nově a vtipně. Často se jedná také o vyjádření citového vztahu k jevům skutečnosti. Vyskytuje se zde tedy výrazné citové zabarvení, které je mnohdy podtrženo slovo tvornými příponami – zde můžeme uvést například slova *šprtoun*, *makanda* či *krůas*. Častým způsobem vzniku slangových pojmenování je univerbizace, která souvisí s jazykovou ekonomikou.⁶⁷

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 demokrati.“*⁶⁸

⁶² Čechová a kol. 2008, s. 66.

⁶³ Jílek 2005, s. 12.

⁶⁴ Jílek 2005, s. 11.

⁶⁵ Lotko 2005, s. 93.

⁶⁶ Jílek 2005, s. 11.

⁶⁷ Jílek 2005, s. 11–12.

⁶⁸ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

„Jen tak mimochodem, když přijel premiér Fischer k prezidentu Sarkozymu, tak prezident Sarkozy mu říká, a to je dobré vysvědčení pro vašeho bývalého lídra, v uvozovkách dobré, ,konečně vidím inteligentního českého premiéra.“⁶⁹

„Tak já myslím, že pokud jde o ten klouzavý mandát, tak by to bylo velice dobré řešení, pokud bychom se na tom byli schopni dohodnout.“⁷⁰

5.1.8 Okazionalismy

Okazionalismy patří do pojmenování nových (neboli neologismů). Jsou to pojmy, které nejsou dosud pevně ukotveny v povědomí všech uživatelů jazyka, případně jsou stále jako nová pojmenování pocíťována. Jedná se o výrazy příležitostné, nahodilé a mnohdy účelově vytvořené.⁷¹ Podle Bartoška je možné je nalézt zpravidla u tvůrčích typů politiků a politických žurnalistů. Okazionalizmy slouží k označování příslušníků politických stran, příznivců politických osob apod. Zpravidla jsou krátkodobé a vznikají a zanikají spolu s osobností nebo politikou, ke které se vztahují.⁷²

Příklady:

„To pastelkovné, to se stačilo zrušit- nestrašme těmi mandatorními výdaji, že by to zavinili Sociální demokraté, ty už čtyři roky nevládnou.“⁷³

„Obávám se, že ten volební systém v nějaké dohledné době, pokud se nestane něco, což se v politice může stát, takže asi nebudeme schopni se na takové věci dohodnout a osobně bych dával přednost nějaké té karlovarizaci, nějakým 18 - 20 volebním krajům, to si myslím, že by byl rozumný kompromis.“⁷⁴

„Podstatou té novely je odpolitizovat státní správu.“⁷⁵

5.1.9 Expresiva

„Většina lexikálních jednotek v lexikální zásobě slouží pouze k základnímu pojmenování reality, jejich význam je tedy nocionální.“⁷⁶

⁶⁹ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

⁷⁰ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁷¹ Jílek 2005, s. 19.

⁷² Bartošek 1993, s. 15.

⁷³ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁷⁴ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁷⁵ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

⁷⁶ Jílek 2005, s. 21.

Existuje však skupina lexikálních jednotek, které jsou označovány jako expresivní. U těchto jednotek je vedle základního neboli nocionálního významu přítomen rovněž citový nebo volní příznak.⁷⁷

Expresivní pojmenování jsou velmi četná právě v jazyce politiky. Z těchto jsou častějšími a nápadnějšími expresiva hanlivá, než expresiva pochvalná.⁷⁸

Kromě expresivních výrazů bez citového příznaku můžeme rozlišovat expresiva s pozitivním a expresiva se záporným citovým příznakem. V rámci expresiv s pozitivním citovým příznakem rozlišujeme důvěrná, familiární slova a laudativa, jež jsou užívána pouze v důvěrném styku známých osob, domácká slova a hypokoristika, dětská slova a eufemismy, které nahrazují primární pojmenování nějaké nepříjemné společensky nevhodné skutečnosti, vyznačují se tak meliorativním (zjemňujícím) charakterem.⁷⁹ Užitím eufemismu mluvčí předvádí svou ohleduplnost nebo příznivý postoj k adresátům výpovědi.⁸⁰

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. Dále do této skupiny řadíme slova vulgární, která jsou prostředky hrubého, nespolečenského vyjadřování a zahrnují i slova sprostá a dysfemismy, které na rozdíl od eufemismů záměrně zveličují a zdůrazňují nepříjemné, společensky nevhodné, nežádoucí skutečnosti.⁸¹

Dále můžeme rozlišovat expresivitu inherentní. Ta je vnitřně spjata s lexikální jednotkou a dělí se na expresivitu hláskoslovnou, slovotvornou, do níž řadíme například augmentativa, deminutiva či názvy osob se zápornou předponou, a lexikálně sémantickou, kam patří například onomatopoiu či citoslovce, které vyjadřují emoce. Vedle expresivity inherentní existuje rovněž expresivita adherentní, u níž může být expresivní význam spjat s jedním z významů polysémní lexikální jednotky, nikoli však s významem základním.⁸²

⁷⁷ Jílek 2005, s. 21.

⁷⁸ Bartošek 1993, s. 12.

⁷⁹ Jílek 2005, s. 23–24.

⁸⁰ Szymanek 2003, s. 134.

⁸¹ Jílek 2005, s. 24–25.

⁸² Jílek 2005, s. 21–22.

Příklady:

„Ale upřímně, pane redaktore, kdybych měl porovnávat nějakou pomoc v rádech 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.“⁸³

„Nicméně pokud to povede ke změně situace, ke snížení korupce, pokud a lidé od nás očekávají činy, lidé od nás neočekávají, že budeme klovnit tady s odpuštěním volební programy, který pak nikdo nenaplní, tak já...“⁸⁴

„Já závidím těm politickým stranám, které kašlou na lidi - Sociální demokracie, pod mým vedením to dělat nebude.“⁸⁵

5.1.9.1 Kontextová expresivita

V případě kontextové expresivity se jedná se o takový typ expresivity, kterého dosáhneme úmyslným nenáležitým užitím jazykové jednotky v širším smyslu slova v rámci stylové vrstvy, pro kterou není obvyklá.⁸⁶ Jednat se může například o záměrné užití slavismů, knižních slov, historismů, archaismů či hovorových slov (viz uvedeno výše), a to v rámci neutrálního spisovného projevu. Kontextové expresivity je využíváno k dosažení zvláštního sémantického efektu, kterým může být ironie (viz ironie, s. 29) či slovní humor.⁸⁷

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.“⁸⁸

„... ale zpátky k tomu problému, našim cílem je vytvořit takovou situaci povolební, kde získáme takovou pozici, jako jsme měli po krajských volbách a pak, pane místopředsedo, se k nám pohrnou ti koaliční partneři, včetně já musím říci, že asi v pěti krajích, že jsme vytvořili koalici s vámi a najednou těm vašim lidem

⁸³ 10. 5. 2010 / Nedělní partie

⁸⁴ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁸⁵ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁸⁶ Jílek 2005, s. 23.

⁸⁷ Jílek 2005, s. 23.

⁸⁸ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

nevadilo, že prosazují sociálně demokratický program, včetně zrušení poplatků ve zdravotnictví.“⁸⁹

„Protože prostě v tom krajském městě si asi přeci jenom můžete přitáhnout lepší učitele, než někde...“⁹⁰

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.⁹¹ Podle Balowského je cílem urážka či výsměch určité osoby, skupiny osob, či organizace.⁹²

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu invektiv. V odborné literatuře jsou uváděny příklady typu *Klauzeman*, *Tupolánek* či například *Turoubek*.⁹³

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.⁹⁴ K hodnotícím slovům patří pojmenování, jimiž autor sdělení hodnotí skutečnost, zaujímá k ní nějaký postoj, schvaluje ji nebo odmítá. Hodnocení může být spojeno se silným citovým zabarvením.⁹⁵

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.“⁹⁶

„Tak já myslím, že jsme nereagovali ani na ten šot, který tady byl, a který byl velmi dobrý, který hovořil o té koordinaci v rámci Evropské unie.“⁹⁷

⁸⁹ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁹⁰ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁹¹ Bartošek 2007, s. 91.

⁹² Balowski 2005, s. 15–16.

⁹³ Bartošek 2007, s. 91.

⁹⁴ Bartošek 2007, s. 81.

⁹⁵ Bečka 1973, s. 45.

⁹⁶ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

„..., 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 děle v té politice, protože takové ty super star, které přiletí a odletí rychle, tak to většinou k ničemu dobrému není.“⁹⁸

5.1.12 Sémaziologicko-onomaziologické derivace

Jedná se o obrazná pojmenování, která podle Čechové plní v publicistickém projevu nejen svou funkci sdělnou. Poutají dle ní zároveň také čtenářskou pozornost a dodávají jazykovému projevu živosti a naléhavosti. Jazykový projev, který je jimi obohacený, pak bývá mnohem emocionálnější a procítěnější. Užitím obrazného vyjádření nedochází jen k pouhému konstatování sdělovaného, ale právě prostřednictvím obrazů mohou být projevy záporného nebo kladného vztahu autora obsahu sdělení. Projev by tak měl celkově nabývat větší působivosti.⁹⁹ Podle Jaklové tak mohou mít obrazná pojmenování persvazivní a získávací efekt - ovšem pouze v situaci, když je můžeme jednoznačně interpretovat.¹⁰⁰

Základními typy sémaziologicko-onomaziologických derivací jsou metonymie a metafora. K dalším typům patří přirovnání, hyperbola a ironie. Z tohoto důvodu se jim budeme v rámci sémaziologicko-onomaziologických derivací věnovat.

5.1.12.1 Metafora

Pojmenování, které vzniklo na základě přenesení dle vnější podobnosti denotátů, se nazývá metafora.¹⁰¹ Podobnosti se přitom mohou týkat tvaru, barvy, umístění, rozsahu, funkce aj. Zvláštní skupinou jsou pak takzvaná apelativizovaná propria neboli zobecněná vlastní jména. Jedná se o přenesená pojmenování fyzických vlastností a rysů (např. adónis – krasavec, goliáš – obr), vlastností daných chováním a povahou (např. donchuán – dívkař, jidáš – zrádce), zaměstnání (např. esmeralda – tanečnice, sibyla – věštkyně) a míst (např. eldorádo, sahara).¹⁰²

⁹⁷ 27. 5. 2010/ Otázky Václava Moravce, speciál

⁹⁸ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

⁹⁹ Čechová a kol. 1997, s. 182.

¹⁰⁰ Jaklová 2002, s. 174.

¹⁰¹ Čechová 2000, s. 65.

¹⁰² Jílek 2005, s. 36-37.

Podle ustálenosti rozlišujeme metafory uzuální, jež jsou v systému jazyka pevně ustálené, a metafory aktuální, jejichž smyslem je poskytnout nové vidění skutečnosti, popřípadě vyjádřit se zajímavě, vtipně a neotřele, a které mohou být expresivního rázu.¹⁰³ Metafory slouží i k hodnocení a vyjádření postojů autora.¹⁰⁴

Druhem metafory je takzvaná **personifikace**, která přisuzuje děje a vlastnosti, které jsou typické pro člověka, neživým předmětům, různým jevům a zvířatům.¹⁰⁵

Příklady:

„..., já myslím, že, já nechci být osobní, ale přeci jenom si to neodpustím říct, prostě ODS ekonomice této země nerozumí,...“¹⁰⁶

„Myslím, že ta daňová reforma, kterou ODS udělala, prostě udusila do značné míry ten hospodářský růst.“¹⁰⁷

„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.“¹⁰⁸

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.¹⁰⁹ K jejím typům řadíme metonymii strukturní, u které má slovo kromě původního významu rovněž význam metonymický (např. názvy materiálu přenesené na výrobky). Dále zde řadíme metonymii kontextovou, která se realizuje při přenosu jména zeměpisného namísto události nebo vlastního jména umělce namísto názvu díla. Posledním typem jsou metonymie etymologické, apelativizace proprií (např. pojmenování fyzikálních jednotek z osobních jmen).¹¹⁰

Za kvantitativní variantu metonymie bývá považována **synekdocha**. Jedná se o zastoupení pojmenování druhu a rodu, části a celku, neurčitého a určitého počtu, konkrétního a abstraktního a plurálu a singuláru.¹¹¹

¹⁰³ Jílek 2005, s. 36–37.

¹⁰⁴ Čechová 2000, s. 65.

¹⁰⁵ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 314.

¹⁰⁶ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁰⁷ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

¹⁰⁸ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

¹⁰⁹ Čechová 2000, s. 65.

¹¹⁰ Jílek 2005, s. 38–39.

¹¹¹ Jílek 2005, s. 39.

Podobně jako metaforu můžeme rovněž metonymii rozlišovat na základě ustálenosti na aktuální, či uzuální.¹¹² V rámci analýzy této práce se opět zaměříme pouze na metonymii aktuální.

Příklady:

*„Zatím ten vývoj volebních preferencí je takový, že si myslím, že Sociální demokracie by byla schopna po příštích volbách tu vládu vytvořit“.*¹¹³

*„...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.“*¹¹⁴

*„Tak víte, nám jde samozřejmě o ten 13 důchod v tomto roce, právě proto, že v tomto roce fischerova vláda neprovedla valorizaci.“*¹¹⁵

5.1.12.3 Přirovnání

Přirovnání se zakládá na vztahu podobnosti a v úplné podobě má pět členů. To, co přirovnáváme, spona, společná vlastnost (přičemž spona a společná vlastnost nejsou povinné), formální ukazatel a to, k čemu přirovnáváme.¹¹⁶ Můžeme rozlišovat přirovnání ustálená, která spadají do frazeologie a idiomatiky (viz frazeologismy, s. 42) od neustáleného, autorského přirovnání.¹¹⁷ Přirovnání může vyjadřovat hodnocení, ale i postoje nebo intenzifikaci.¹¹⁸

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 buržoazii, imperialisty a mandelinkou bramborovou.“*¹¹⁹

5.1.12.4 Hyperbola (nadsázka)

„Hyperbolou se rozumí nadnesené, nadsazené, přehnané označení skutečnosti.“¹²⁰

¹¹² Jílek 2005, s. 39.

¹¹³ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹¹⁴ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹¹⁵ 9. 5. 2010 / Nedělní partie

¹¹⁶ Jílek 2005, s. 40-41.

¹¹⁷ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 356.

¹¹⁸ Lotko 1997, s. 99.

¹¹⁹ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹²⁰ Čechová 2000, s. 64.

Může sloužit jednak jako nástroj pro oživení stylu, vyjádření stavu emocí mluvčího a způsob podnícení adresáta nebo jako zdůraznění důležitějších aspektů probíraných otázek.¹²¹

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.“¹²²

„... občas mě někdo straší, jak ten dluh vypadá a já se o to samozřejmě zajímám, ale to směrodatné číslo jsem neslyšel, jestli je to devět miliard nebo jedenáct miliard, vždycky omdlévám u těch čísel, ale myslím si, že tohle bude asi potřeba nějak řešit, ale to je jiný příběh.“¹²³

„Pane Moravče, jakmile vznikne většina, která bude pravicová, tak samozřejmě, že vznikne také pravicová vláda, byť to bude vláda, která bude třeba složená ze čtyř nebo pěti politických stran. To musí být jasné každému studentovi...“¹²⁴

5.1.12.5 Ironie

Toto pojmenování lze užít ve významu přímém, nepřímém, ale rovněž ve významu opačném.¹²⁵ Zdánlivá chvála je tak ve skutečnosti hanou. Ironie má blízko k výsměchu a sarkasmu, který se někdy považuje za její vyhocenou formu.¹²⁶ Ironie souvisí rovněž s kontextovou expresivitou. Podle Čechové umožňuje adresátovi ironie pochopit smysl sdělení kontextová souvislost a komunikační situace. Jedině takto má možnost odlišit, zda jde o vyjádření kladného či záporného postoje.¹²⁷

Příklady:

„Jsou to krásná slova od pana Nečase. Je to zajímavé, že je to vrcholný představitel strany, která po 4 roky dělala politiku nulové tolerance v opozici a v nedávných týdnech obstrukci v Poslanecké sněmovně na úrovni Sládkovců.“¹²⁸

¹²¹ Szymanek 2003, s. 153.

¹²² 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹²³ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹²⁴ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹²⁵ Čechová 2000, s. 64.

¹²⁶ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 188.

¹²⁷ Čechová 2000, s. 64.

¹²⁸ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

„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.“¹²⁹

„No tak já myslím, že pan předseda má působivý slovník, ale já to jako originalitu oceňuji, myslím, ale že je to trošku přehnané pane předsedo, takovýhle slovník, když se tady dívám do těch poznámek, jak jste tady hovořil poměrně dlouho...“¹³⁰

5.1.13 Frazeologismy

Frazém neboli frazeologismus je ustálené víceslovné, obrazné a velmi často také expresivní a celistvé pojmenování.¹³¹ Význam frazeologismů není možné odvodit z významů jednotlivých složek. Podle míry frazeologizace odlišujeme jednotky s jedním frazeologizovaným členem a jednotky frazeologizované jako celek. Frazeologismy dále dělíme na frazémy nevětné, ke kterým řadíme i ustálená přirovnání, a frazémy větné zahrnující pořekadla, přísloví, pranostiky a okřídlená slova. Přechodovým typem mezi nevětnými a větnými frazémy jsou rčení neboli úsloví.¹³² Podle Dvorského se frazeologismy, zvláště pak ty lidové, stávají často prostředkem k upoutání pozornosti a k oživení projevu.¹³³

Příklady:

„Pošlete si tu složenku sami sobě s panem Kalouskem. To myslím, že by bylo velmi rozumné. Zloděj zkrátka křičí, chytte zloděje.“¹³⁴

„Ruku na srdce, myslím, že to tak je.“¹³⁵

„Víte já zase ty věci, souhlasím s panem předsedou, že je potřeba věci brát s chladnou hlavou.“ (7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce)

¹²⁹ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹³⁰ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹³¹ Čechová 2000, s. 66.

¹³² Jílek 2005, s. 60–61.

¹³³ Dvorský 1984, s. 117.

¹³⁴ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

¹³⁵ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

5.1.14 Jazyková komika

Jak jsme již zmínili výše, k posílení persvazivní a získávací funkce může přispět rovněž funkce zábavní. Prvky, které jsou komicky zaměřené, mohou aktivizovat publicistické projevy a podílet se tak na zvyšování jejich přesvědčivosti (tedy účinnosti a působivosti). Přispívají k celkové zajímavosti a přitažlivosti projevu mluvčího, mají schopnost ovlivnit zájem o téma, vedou k snazšímu zapamatování fakt. Zároveň mají schopnost ovlivnit emocionální chápání projevů, prodlužovat dobu působivosti a dobu soustředění a v přeneseném slova smyslu zmenšují vzdálenost mezi autorem a čtenářem nebo posluchačem.^{136 137}

Vzhledem k tomu, že jsme o jazykové komice hovořili u jednotlivých výše uvedených prostředků (v rámci kterých má možnost se projevit), nebudeme se na tomto místě již jazykovou komikou více zabývat.

¹³⁶ Dvorský 1984, s. 21.

¹³⁷ Jaklová 2002, s. 175.

5.2 Dílčí shrnutí k lexikální rovině

Následující tabulka shrnuje veškeré dílčí výsledky, kterých bylo v rámci analýzy lexikální roviny dosaženo:

Sledované jednotky	Počet jednotek	Průměrný počet jednotek na 1 díl pořadu
Obecná čeština	16	2,28
Regionalismy	0	0,00
Dialektismy	0	0,00
Slova hovorová	67	9,57
Slova knižní	7	1
Archaismy	2	0,28
Historismy	0	0,00
Argot	0	0,00
Slang	29	4,14
Okazionalismy	4	0,57
Expresiva	44 ¹³⁸	6,28
Ivektiva	0	0,00
Hodnotící slova	26	3,71
Metafora	164	23,42
Metonymie	94	13,42
Hyperbola	8	1,14
Frazeologismy	7	1
Ironie	24	3,42
Poetismy	1	0,14
CELKEM JEDNOTEK	493	70, 42

Tab. 1. Výsledky analýzy lexikální roviny

Ve vybraném vzorku pořadů bylo identifikováno celkem **493** lexikálních jednotek, které mají získávací a persvazivní potenciál. Z výsledků této analýzy vyplývá, že zmíněná persvaze a získávání do sdělení pronikají nejčastěji prostřednictvím obrazných pojmenování, z nichž měla největší frekvenci metafora (164) a metonymie (94). Dále jsme na základě analýzy identifikovali vysoký výskyt hovorových slov (67), expresiv (44), slangu (29), hodnotících slov (26), ironie (24) a slov obecné češtiny (16). Nižší frekvenci jsme zaznamenali v případě hyperboly (8),

¹³⁸ V rámci expresivity je zahrnuta i expresivita kontextová.

frezeologismů (7), knižních slov (7), okazionalismů (4), archaismů (2) a poetismů (1). Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli regionalismy, dialektismy, historismy, argot ani invektiva.

5.3 Persvazivní a získávací prostředky syntaktické a řečnické

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 skutečnosti vypouštějí, překrucují a pozornost se účelově odvádí jinam.¹³⁹

Na základě rešerše¹⁴⁰ se v rámci této části práce budeme věnovat řečnickým figurám, které podle Jaklové aktualizují obsah výpovědi tak, že u nich dochází k rozporu mezi gramatickou formou a obsahem výpovědi. Hovořit lze například o řečnické otázce a řečnické odpovědi.¹⁴¹ Zařadit sem však můžeme rovněž věty zvolací a přací, imperativy nebo či opakovací řečnické figury. K dalším řečnickým figurám s persvazivním a získávacím potenciálem patří například rektifikace, enumerace a litotes (viz dále).

Podle Hubáčka však mohou dosahovat výrazné stylové příznakovosti a expresivity rovněž některé syntaktické konstrukce, které jsou typické pro mluvené projevy v oblasti publicistické a hovorové. Mezi tyto řadí elipsu, vsuvku, osamostatněný větný člen či samostatný větný člen.¹⁴² Podle něj patří mezi syntaktické prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem rovněž subjektivní větné členění.¹⁴³

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.¹⁴⁴

Řečnická otázka není užívána za účelem obdržení odpovědi, ale je snahou o zatraktivnění projevu, o získání posluchačovy pozornosti a jeho angažování.

¹³⁹ Bartošek 1993, s. 27.

¹⁴⁰ Vycházeli jsme z Bartoška, Hubáčka, Čechové, Jílka, Jaklové, Lotka či například Szymanka.

¹⁴¹ Jaklová 2002, s. 172–173.

¹⁴² Hubáček 1987, s. 160.

¹⁴³ Hubáček 1987, s. 166–167.

¹⁴⁴ Čechová 2000, s. 252.

Řečnická otázka je snahou o vyvolání myšlenkového a emocionálního procesu, kterým může mluvčí posluchače ovlivnit.¹⁴⁵

Příklady:

„... 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?“¹⁴⁶

„... co by tady chtěl někdo ještě z těch elektrárenských společností zvyšovat, protože například v Praze my platíme za kilowatt elektrické energie 19 centů, v Paříži to je něco přes 13 centů a v Londýně je to 13,5 centu. Co by ti pánové chtěli ještě zvyšovat?“¹⁴⁷

Jak chcete naše auta, lokomotivy, elektrárny a mnoho dalších skvělých produktů z českých rukou dostat do těchto zemí, když vámi navrhovaný ministr zahraničních věcí Vondra většinu z nich z krátkozraké ideologické zaslepenosti ignoruje?“¹⁴⁸

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), ...“¹⁴⁹

Řečnickou odpovědí je zdůrazňován určitý obsahový prvek, který má být centrem pozornosti v rámci následujícího sdělení. Rozpor mezi skutečnou a předpokládanou odpovědí vzniká takovým způsobem, že si autor odpovídá na položenou otázku neočekávanou formou. Pomocí řečnické odpovědi mluvčí navazuje nebo udržuje kontakt s posluchači.¹⁵⁰

Příklady:

„... kam jsme se jako země posunuli? Pokud já vím, tak to žádný velký úspěch nebyl.“¹⁵¹

¹⁴⁵ Szymanek 2003, s. 228.

¹⁴⁶ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁴⁷ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁴⁸ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

¹⁴⁹ Lotko 2009, s. 104.

¹⁵⁰ Hubáček 1987, s. 142.

¹⁵¹ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

5.3.3 Opakovací řečnické figury

V případě opakovacích řečnických figur se jedná se o specifické řečnické prostředky, jejichž podstatou je opakování slov a vyšších textových celků. To je prostředek, který může vést k ozvláštňení textu.¹⁵²

Toto ozvláštňení lze podle Lotka v tomto případě chápat tak, že v lineárně tvořeném souvislém textu příjemce vždy očekává střídání slov a vyšších segmentů. Z tohoto důvodu je návrat stejného prvku, tedy opakování toho, co už bylo v textu jednou realizováno, nečekaný. Opakovací figury plní celou řadu funkcí – od zdůrazňování myšlenky přes rektifikaci až po zesílení exprese.¹⁵³

K opakovacím figurám patří **epanastrofa** (opakování stejných slov na konci jednoho a na začátku druhého větného celku), **epifora** (opakování stejných slov na koncích vět), **anafora** (opakování stejných slov na začátku sousedních vět), **epizeuxis** (opakování stejných slov v jedné větě několikrát za sebou), **polysyndeton** (opakování spojek ve větě), **polyptoton** (opakování téhož slova v jiné gramatické formě), **syntaktický paralelismus** (opakování stejných či podobných po sobě následujících syntaktických konstrukcí).¹⁵⁴

Příklady:

„... pan Kalousek se samozřejmě zabývá trochu jinými, vzletnými věcmi, jako jsou ekologické zakázky, jako je opt-out, jako jsou církevní restituce, a nevidí do světa.“¹⁵⁵

„Já bych chtěl říci, že především jde o obnovení hospodářského růstu - to je základ, to je priorita.“¹⁵⁶

„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, ...“¹⁵⁷

¹⁵² Lotko 1997, s. 89.

¹⁵³ Lotko 1997, s. 89.

¹⁵⁴ Lotko 1997, s. 92.

¹⁵⁵ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁵⁶ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

¹⁵⁷ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

5.3.4 Imperativy a věty zvolací a práci

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 práci.¹⁵⁸

Příklady:

„Pojďme o tom debatovat, pojďme o tom debatovat, já jsem připraven.“¹⁵⁹

„*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.*“¹⁶⁰

„Podívejte, já budu muset reagovat na to, co říká pan předseda, protože některé věci nemohu nechat pochopitelně bez reakce.“¹⁶¹

5.3.5 Jiné řečnické figury

Mezi další řečnické figury, jež mohou do sdělení vnášet získávací a persvazivní funkci se řadí například litotes, rektifikace či enumerace. Zmíněné řečnické figury mohou totiž podle Lotka vzbuzovat a udržovat dramatické napětí v projevu, podněcovat posluchačovu pozornost a mohou tedy přispívat ke zvýšení přitažlivosti tohoto projevu.¹⁶²

5.3.5.1 Litotes

Litotes se řadí mezi prostředky se zjemňující a oslabující funkcí.¹⁶³ Pro zjemnění používá metodu negace opaku zjemňovaného výrazu. Litotes může být opakem hyperboly, ale může rovněž plnit i stejnou funkci.¹⁶⁴

Příklady:

„*Já už jsem si všiml, pane místopředsedo, že matematika není vaší nejsilnější disciplínou.*“¹⁶⁵

¹⁵⁸ Čechová a kol. 1997, s. 190.

¹⁵⁹ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁶⁰ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁶¹ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁶² Lotko 1997, s. 102.

¹⁶³ Čechová 2000, s. 64.

¹⁶⁴ Lotko 1997, s. 104.

¹⁶⁵ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

5.3.5.2 Rektifikace

Rektifikace spočívá v tom, že se již použitý výraz v textu koriguje a upřesňuje, čímž se řečnický projev stává nejen působivější, ale rovněž výstižnějším. Příjemce sdělení je stimulován, jelikož řečník využívá kontrast či například mění tempo výpovědi, čímž zpomaluje vnímání.¹⁶⁶

Příklady:

„Pan předseda vlády Fischer, já jsem teď ukázal argumentaci, 12 miliard, respektive 195 miliard.“¹⁶⁷

„Je to celá řada lidí, je to dvacítká, třicítka lidí, ani by určitě nechtěli být všichni tady jmenováni.“¹⁶⁸

„Průběžné zveřejňování jednotlivých fází toho, jak bude se ta zakázka vyvíjet, respektive ta veřejná zakázka.“¹⁶⁹

5.3.5.3 Enumerace

Enumerací je myšlen výčet věcí, vlastností či dějů, které za sebou následují. Enumerace je prostředkem s dramaturgickou funkcí.¹⁷⁰

Příklady:

„To znamená o nezaměstnanosti, boj proti korupci, dostupné zdravotnictví, důchody, férové důchody, férové daně.“¹⁷¹

„... že ta hlavní témata budou krize, nezaměstnanost, udržení životní úrovně, korupce, zdravotnictví.“¹⁷²

„... že je možné mít přátele také v jiných zemích světa na východě nebo na jihu nebo v Latinské Americe, to myslím pokud jde o regionální velmoci typu Ruska, Číny, Brazílie,...“¹⁷³

¹⁶⁶ Lotko 1997, s. 96.

¹⁶⁷ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁶⁸ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁶⁹ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

¹⁷⁰ Lotko 1997, s. 93.

¹⁷¹ 9. 5. 2010 / Nedělní partie

¹⁷² 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁷³ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

5.3.6 Vsuvka

Vsuvky neboli parenteze jsou takové části textu, které nepatří do jeho základní roviny, nýbrž které byly autorem vsunuty do textu jako vedlejší a doplňující informace, hodnotící poznámky apod. Tyto vsuvky přetínají syntaktickou strukturu výpovědi a nejsou do této struktury zapojeny větnými vztahy.¹⁷⁴ Tyto vložené odkazy a poznámky projev aktualizují, podporují a zesilují získávací a přesvědčovací funkce a autentičnost informací.¹⁷⁵

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.“*¹⁷⁶

*„... byl váš místopředseda, kterým jste tak okouzlen, pan Kalousek.“*¹⁷⁷

*„Myslím, že ta daňová reforma, kterou ODS udělala, prostě udusila do značné míry ten hospodářský růst.“*¹⁷⁸

5.3.7 Elipsa

Elipsa neboli výpustka souvisí s aktuálním členěním výpovědi. Podstatou elipsy je nevyjádření toho, co by v plné výpovědi být vyjádřeno mělo a co její mluvnická struktura předpokládá, ale z příčiny neopakování nebo z důvodů výrazové úspory v určité situaci se nenapíše či nevysloví.¹⁷⁹

Silné dynamiky projevu je dosahováno především prostřednictvím tzv. kataforické elipsy. Tu charakterizuje vynechání subjektu, který je možný identifikovat až z následujícího textu. Právě zmíněná kataforická elipsa může mít persvazivní a získávací charakter, jelikož motivuje příjemce k tomu, aby věnoval pozornost zbytku sdělení.¹⁸⁰

¹⁷⁴ Čechová 2000, s. 278.

¹⁷⁵ Čechová a kol. 1997, s. 189.

¹⁷⁶ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

¹⁷⁷ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁷⁸ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

¹⁷⁹ Čechová 2000, s. 263.

¹⁸⁰ Bartošek 2004, s. 28.

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ výskytu elipsy. V odborné literatuře je uvedeno například *sestra studuje* či *máte ještě na balkon?*¹⁸¹

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 zájmenné povahy.¹⁸² Užitím mluvčí zdůrazňuje obsahový prvek, jedná se tedy o prostředek velmi citově zabarvený.¹⁸³

Příklady:

„*To pastelkovné, to se stačilo zrušit.*“¹⁸⁴

„*Od slovenské opozice, ti to možná vidí trochu jinak, protože oni to zaváděli, na rozdíl od současné slovenské vlády, ...*“¹⁸⁵

„*..., evropské peníze, ty ohromné prostředky, které máme k dispozici, těch zhruba 140 miliard ročně, ...*“¹⁸⁶

5.3.9 Subjektivní větné členění (inverze)

Subjektivním větným členěním je myšleno obrácení známého a obvyklého pořádku slov. Děje se tak buď přeházením obsahového jádra věty z jejího konce na její začátek, nebo postavení shodného přívlastku za určované jméno, což je podle Lotka případ častější.¹⁸⁷

V citově nezaujaté větě se uplatňuje postup od známého k neznámému, tedy postup od východiska výpovědi (tématu) k jejímu jádru (rématu).¹⁸⁸ V případě, že je tento obvyklý postup narušen, setkáváme se s takzvaným subjektivním větným členěním.

¹⁸¹ Čechová 2000, s. 279.

¹⁸² Čechová 2000, s. 227.

¹⁸³ Hubáček 1987, s. 162.

¹⁸⁴ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁸⁵ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁸⁶ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

¹⁸⁷ Lotko 2009, s. 104.

¹⁸⁸ Lotko 1997, s. 54.

Subjektivní větné členění může sloužit jako ztraktivnění a ozvláštňení textu, kterým autor poutá posluchačovu pozornost.¹⁸⁹

Příklady:

„Je možné nalézt další miliardy, možná desítky miliard korun v průběhu příštího roku.“¹⁹⁰

„Tak určitě nějaká státní srovnávací zkouška by byla potřebná, ...“¹⁹¹

5.3.10 Osamostatněný větný člen

Osamostatněné větné členy jsou členy, které jsou oddělené od věty zvukově nebo graficky. Stojí na jejím konci a jsou od věty odděleny kadencí či antikadencí a zpravidla rovněž pauzou, což se v grafice projevuje oddělením tečkou či jiným znaménkem. Samostatné větné členy nejsou samostatnými výpověďmi, ačkoli si zachovávají konstrukční a sémantické vlastnosti příslušných větných členů.¹⁹² Podstatou osamostatněného větného členu je to, že se mluvčí zaměřuje jen na určité obsahové prvky, a tím jim dává vyniknout.¹⁹³

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.*¹⁹⁴

¹⁸⁹ Hubáček 1987, s. 166–167.

¹⁹⁰ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁹¹ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

¹⁹² Čechová 2000, s. 278.

¹⁹³ Hubáček 1987, s. 162.

¹⁹⁴ Čechová 2000, s. 262.

5.4 Dílčí shrnutí k syntaktické rovině

Následující tabulka shrnuje veškeré dílčí výsledky, kterých bylo v rámci analýzy syntaktické roviny dosaženo:

Sledované jednotky		Počet jednotek	Průměrný počet jednotek na 1 díl pořadu
Řečnická otázka		11	1,57
Řečnická odpověď		1	0,14
Opakovací řečnické figury		36	5,14
Imperativy, věty zvolací a přací		27	3,85
Kataforická elipsa		0	0,00
Vsuvka		56	8
Samostatný větný člen		8	1,14
Osamostatněný větný člen		0	0,00
Jiné řečnické figury	Litotes	1	0,14
	Rektifikace	5	0,71
	Enumerace	16	2,28
Inverze		2	0,28
CELKEM JEDNOTEK		163	23,28

Tab. 2. Výsledky analýzy syntaktické roviny

Ve sledovaném vzorku pořadů bylo identifikováno celkem **163** syntaktických prostředků, které mají získávací a persvazivní potenciál. Z výsledků této analýzy vyplývá, že nejčastěji byly užívány vsuvky (56) a opakovací řečnické figury (36). Dále jsme identifikovali imperativy, věty zvolací a přací (27), enumeraci (16), řečnickou otázku (11) a samostatný větný člen (8). Nižší frekvenci měla rektifikace (5), inverze (2), řečnická odpověď (1) a litotes (1). Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli osamostatněný větný člen ani kataforickou elipsu.

Velké množství identifikovaných jednotek potvrdil, že persvazivní a získávací funkci je ve velké míře nalézt rovněž v rovině syntaktické, nejen v rovině lexikální.

5.5 Argumentační prostředky persvazivní a získávací

5.5.1 Rétorika – umění přesvědčovat

Na úvod bych ráda uvedla, že rétorika (základem slova rétorika je řecké slovo *rhésis*) což znamená řeč. Má kolébku ve starém antickém Řecku, kde představovala, vedle dramatu, hudby, sochařství či stavitelství, tvůrčí umění a byla nepostradatelnou součástí veřejného života.

Podle Aleny Špačkové však o rétorice nelze hovořit pouze jako o řemeslu, jelikož se k ní vždy vázalo a stále váže i umění získávat a přesvědčovat.¹⁹⁵

Lotko přichází s uchopením rétoriky v podobě různých směrů. Níže uvedeme ty směry, které se vztahují k tématu této práce v oblasti persvaze či politické rétoriky.

5.5.1.1 Rétorika jako model přesvědčovací komunikace

Tento model je reprezentován řeckými sofisty, což byli putovní učitelé rétoriky, kteří vycházeli z myšlenky svobodné diskuse, z toho, že existuje možnost subjektivní interpretace událostí, jevů a faktů. Styl řečníka vykazoval známky rafinované argumentace a projev byl směřován více na city a na fantazii posluchače, než na rozum.¹⁹⁶

5.5.1.2 Rétorika jako všeobecná teorie argumentace

Představitelem tohoto směru byl například řecký filozof Aristoteles, jež chápal řečnictví jako kombinaci teorie a praxe argumentace. Podle Aristotela je rétorika „... umění persvaze ve věcech veřejných, rétorika je na stejné úrovni jako logika, východiskem argumentace je objektivní charakter věci (to, co se stalo, či nestalo).“¹⁹⁷

¹⁹⁵ Špačková 2009, s. 14.

¹⁹⁶ Lotko 2009, s. 15.

¹⁹⁷ Lotko 2009, s. 15.

5.5.1.3 Rétorika jako nástroj politického působení

Do tohoto směru spadá například římský filozof Cicero, který považoval řečnictví za nejdůležitější složku politické praxe a zároveň nejvyšší formu všech daných schopností řečníka.¹⁹⁸

5.5.2 Persvazivní a získávací prostředky argumentační

K ovlivnění posluchačů či diváků se užívají rovněž i vyšší komunikační struktury a kategorie. Mezi takové, které se užívají při získávání a přesvědčování můžeme zařadit například racionální tvrzení podložená argumenty či tvrzení s logickými chybami a falešnými argumenty. K manipulování slouží působení na city, působení na základní lidské motivy, vyjadřování postojů či manipulace se skutečností.¹⁹⁹

V rámci argumentace tedy můžeme rozlišit argumentaci věcnou a argumentaci nevěcnou.²⁰⁰ V této analýze budeme sledovat rovněž argumentaci věcnou, 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 / racionální

„Současná rétorika na rozdíl od rétoriky agonální (sofistické) 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.“²⁰¹

Racionální neboli věcné tvrzení vychází z logické definice pojmů a rovněž z racionálních úsudků. Sdělení, jež jsou založena na těchto vlastnostech, je možné pokládat za pravdivá. Pravdivost racionálního tvrzení mohou potvrzovat racionální úsudky – tedy argumenty. Argumentem je míněno pravdivé tvrzení, které je

¹⁹⁸ Lotko 2009, s. 15.

¹⁹⁹ Bartošek 1996, s. 87.

²⁰⁰ Lotko 1997, s. 125.

²⁰¹ Lotko 2009, s. 18.

zdůvodněno jiným pravdivým tvrzením.²⁰² Racionální neboli věcná tvrzení se obvykle získávají konstatováním všeobecně uznávané skutečnosti, indukci, dedukci, statistickými údaji, analogií nebo také autoritou, na kterou se odvoláváme.²⁰³

5.5.2.1.1 Argumentace statistickými údaji

Mluvčí užívá statistické údaje k podložení svých tvrzení, jež pocházejí od důvěryhodných institucí. Tyto údaje jsou vždy získávány reprezentativními metodami.²⁰⁴

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, ...“²⁰⁵

5.5.2.1.2 Argumentace konstatováním skutečnosti

Řečník podkládá svá tvrzení konstatováním všeobecně uznávané a nepochybné skutečnosti. Jedná se tedy o tvrzení, která není třeba dokazovat.²⁰⁶

Příklady:

„Pane Moravče, přeci žádný soukromý podnikatel nedá do podnikatelského záměru svých 1,5 miliardy korun, které nebudou přinášet návratnost.“²⁰⁷

„... 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.“²⁰⁸

5.5.2.1.3 Argumentace dedukcí

Podstatou dedukce je uvedení teze na počátku tvrzení a její následné doložení premisami.²⁰⁹

²⁰² Bartošek 1993, s. 32.

²⁰³ Bartošek 2007, s. 95.

²⁰⁴ Bartošek 1993, s. 32.

²⁰⁵ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁰⁶ Bartošek 1993, s. 32.

²⁰⁷ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁰⁸ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁰⁹ Bartošek 1993, s. 33.

Příklady:

„Vy jste to jenom špatně spočetli, protože matematika prostě není vaši disciplínou.“²¹⁰

5.5.2.1.4 Argumentace indukcí

Při argumentaci indukcí nejprve uvede řečník premisy a poté vyvozuje závěry (neboli také teze či úsudky).²¹¹

Příklady:

„..., že v devadesátých letech, kdy hlavní vládní odpovědnost nesla ODS, tak došlo k vytvoření při procesu transformace ekonomiky k 680 miliardám transformačních nákladů a za poslední dva roky 2008 a 2009 vzrostl vládní dluh České republiky téměř o 300 miliard korun. Čili, téměř jeden bilion korun jde za vámi, pane Nečasi.“²¹²

„Vy jste říkali před minulými volbami, výrazně snížíme doplatky za léky, nebude se povinně zvyšovat finanční spoluúčast ve zdravotnictví. Dělali jste pravý opak. Vám není možné věřit.“²¹³

„Tady bychom získali prostor 160 miliard korun a počítáme také s úsporami ve výdaji ve státním rozpočtu zhruba 120 miliard korun. To znamená v souhrnu 570 miliard korun. To už je pěkná suma, s kterou můžeme určitým způsobem pracovat.“²¹⁴

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.“²¹⁵

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*

²¹⁰ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

²¹¹ Bartošek 1993, s. 33.

²¹² 23. 5. 2010 / Nedělní partie

²¹³ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

²¹⁴ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

²¹⁵ Bartošek 1993, s. 33.

10 procent a mzdy se zvýšily o pět procent. Můžeme tedy předpokládat, že inflace nebude vyšší než v roce 1990.“²¹⁶

5.5.2.1.6 Argumentace autoritou

Podstatou argumentace autoritou je to, že se mluvčí odvolává na výrok osobnosti, která je v oblasti, o které hovoří, nespornou autoritou.²¹⁷ 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.²¹⁸

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.“²¹⁹

5.5.2.2 Sdělení nevěcná/ neracionální

Vedle argumentace věcné (argumentum ad rem) existuje rovněž argumentace nevěcná neboli argumentum ad hominem. Při tomto druhu argumentace se nejedná řečníkovi o zdůvodňování svých tvrzení na základě věcných důvodů. Jedná se zpravidla o důkazy bez obecné platnosti, které jsou zaměřeny k člověku. Tento typ argumentace má celou řadu variant.²²⁰ „Řečník se uchyluje k záludným argumentačním úskokům a nahrazuje věcné zdůvodnění dané teze pouze tendenční kritikou osobností protivníka.“²²¹

Uvedený druh klamné 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.²²²

²¹⁶ Bartošek 1993, s. 33.

²¹⁷ Bartošek 1993, s. 33.

²¹⁸ Bartošek 1993, s. 33.

²¹⁹ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

²²⁰ Lotko 2009, s. 132.

²²¹ Lotko 2009, s. 132.

²²² Lotko 2009, s. 133.

Pro nevěcná sdělení je tedy typický nedostatek přesných, objektivních a ověřených faktů. Tato sdělení užívají falešných argumentů, tvrzení s logickými chybami, řečnických figur, nálepek, apelů na nižší pudy apod.²²³ 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.²²⁴

K typickým argumentačním prostředkům persvaze a získávání patří operování sliby, prosbami, hrozbami atd.²²⁵

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.²²⁶

Za falešné autority jsou velmi často považovány nejrůznější tzv. celebrity.²²⁷

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.*“²²⁸

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.²²⁹

Příklady:

Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli ani jeden případ argumentace v kruhu. V odborné literatuře se uvádí tento příklad: „Teologové se někdy pokoušejí

²²³ Jílek 2009, s. 88.

²²⁴ Lotko 2009, s. 133.

²²⁵ Szymanek 2003, s. 241.

²²⁶ Bartošek 1993, s. 35.

²²⁷ Bartošek 2007, s. 97.

²²⁸ Bartošek 1993, s. 35.

²²⁹ Klapetek 2008, s. 108–109.

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.²³⁰

5.5.2.2.3 Volné asociace

Namísto užívání logických argumentů je leckdy využíváno volných asociací. Z jejich užití vyplývají falešné dedukce.²³¹

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.“²³²

5.5.2.2.4 Argumentace falešnou analogií

Vyvozování za pomoci analogie je podle Szymanka téměř vždy v určitém stupni zatíženo možností získání nepravdivého závěru.²³³ Analogie podle něj může být povrchní. Těchto chyb se dopouští ten, kdo usuzuje na základě nějaké podobnosti určitých věcí. Tato podobnost se však týká druhořadých zvláštností.²³⁴

Příklady:

„..., že v devadesátých letech, kdy hlavní vládní odpovědnost nesla ODS, tak došlo k vytvoření při procesu transformace ekonomiky k 680 miliardám transformačních nákladů a za poslední dva roky 2008 a 2009 vzrostl vládní dluh České republiky téměř o 300 miliard korun. Čili, téměř jeden bilion korun jde za vámi, pane Nečasi.“²³⁵

„... 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.“²³⁶

²³⁰ Bartošek 1993, s. 35.

²³¹ Bartošek 1993, s. 35.

²³² 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

²³³ Szymanek 2003, s. 155.

²³⁴ Szymanek 2003, s. 156.

²³⁵ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

²³⁶ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

5.5.2.2.5 Argumentum ad ignorantum

Tento způsob 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.²³⁷

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.*“²³⁸

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 protivníkových názorů.²³⁹

Příklady:

„*Jestli dovolíte, pane Nečasi, vaším systémem bohužel je lhaní a urážení...*“²⁴⁰

„*Ale vy jste kašpárek, pane místopředsedo, jestli já se chovám jako ve Večerníčku, vykládáte pohádky.*“²⁴¹

„*Já už jsem si všiml, pane místopředsedo, že matematika není vaší nejsilnější disciplínou - 4 miliardy na církve, to si myslím, že je trošku přehnané.*“²⁴²

5.5.2.2.7 Argumentum ad baculum

Argumentace ad baculum je také nazývána 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.²⁴³ Tento typ argumentace holí je velice častý, ačkoliv není rozumný.²⁴⁴

²³⁷ Lotko 2009, s. 133.

²³⁸ Lotko 2009, s. 133.

²³⁹ Lotko 2009, s. 133.

²⁴⁰ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁴¹ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁴² 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁴³ Lotko 2009, s. 133.

²⁴⁴ Bartošek 1993, s. 36.

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.*“²⁴⁵

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.²⁴⁶

Příklady:

„... národy nemají rády ozbrojené misionáře. Přes 90 % našich členů, členů sociální demokracie chce odchod z Afghánistánu. 80 – 90 % našich voličů.“²⁴⁷

„... 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.“²⁴⁸

„... a lidé od nás očekávají činy, lidé od nás neočekávají, že budeme klovnit tady s odpuštěním volební programy, které pak nikdo nenaplní, ...“²⁴⁹

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.²⁵⁰ Postoje mohou být záporné nebo kladné, získávací nebo odpuzovací či například pochvalné nebo kritické. Pomocí postoje lze modifikovat věcnou informaci dle persvazivního záměru mluvčího.²⁵¹

²⁴⁵ Bartošek 1993, s. 36.

²⁴⁶ Klapetek 2008, s. 108.

²⁴⁷ 7. 3. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁴⁸ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

²⁴⁹ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁵⁰ Bartošek 2007, s. 97.

²⁵¹ Bartošek 1993, s. 39.

Nejrůznější nálepky dostávají také zastánci záporných nebo kladných postojů.²⁵² Oponenti jsou často označováni jako fňukálek, kecal, snílek a podobně. Jejich projevy a články jsou označovány například nálepkami žvást nebo blábol. Sloveso kritizovat se v tomto případě například nahrazuje emotivními nálepkami kvákat či spílat apod.²⁵³

Příklady:

„Ty nejhloupější odhady budoucího vývoje jste dělali vy v ODS na konci roku 2008.“²⁵⁴

„Ale vy jste kašpárek, pane místopředsedo, jestli já se chovám jako ve *Večerníčku*, vykládáte pohádky.“²⁵⁵

„Ale teď si myslíme, že to největší zlo, které tady je, je poplatek za recepty, a to jsou, to je řádově několik set milionů korun, které jistě možné při lepším hospodaření v rámci pojišťoven zdravotnických nalézt, ...“²⁵⁶

5.5.2.2.10 Působení na city (vyšší emoce)

Za city jsou pokládána lidská duševní hnutí, která většinou vznikají a fungují zcela nevědomě. 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 dobro, povinnost, svobodu, dobročinnost, odpuštění nebo tolerantnost, a pak se může jednat například o city tvůrčí, kterými jsou například pocit uspokojení, zklamání nebo rovněž umělecká tvořivost.²⁵⁷

Velice často se užívají např. apely na lásku k vlasti, k národu nebo například k rodnému kraji.²⁵⁸ Podle Bartoška nalezneme například v symbolech, na vlajkách, v písních, v heslech, na obrazech, pomnicích, insigniích, na bankovkách, poštovních známkách či dokonce na oděvech nebo účesech apely na pojmy rodná hrouda, Matka Vlast, Otčina, Matka Tereza, strýček Ho-Či-Min, tatíček Masaryk, Otec národa atd.²⁵⁹

²⁵² Bartošek 2007, s. 98.

²⁵³ Bartošek 1996, s. 92.

²⁵⁴ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

²⁵⁵ 11. 4. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁵⁶ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁵⁷ Bartošek 2007, s. 99–100.

²⁵⁸ Bartošek 1993, s. 43.

²⁵⁹ Bartošek 1993, s. 43.

Příklady:

„Bojovali jsme v uplynulých 4 letech za rodiny s dětmi, zaměstnance, pacienty, seniory, ...“²⁶⁰

„Tak já myslím, že zcela bezpochybně boj proti krizi, boj s nezaměstnaností, snaha o udržení životní úrovně lidí....“²⁶¹

„Bud' cestou solidarity se sociální demokracií a nebo cestou sobectví s českou pravicí, zejména s Občanskou demokratickou stranou.“²⁶²

5.5.2.2.11 Působení na základní lidské motivy (neboli nižší emoce)

K základním lidským motivům lze zařadit například pocity, pudy, instinkty či vášně, které vznikají vrozenou reakcí na skutečnost a které jsou společné lidem a některým jiným živočichům. Tyto motivy se projevují v podobě apelů na pud sebezáchovy, obav z nepřítele, hladu nebo zániku. Jsou podporovány potřebou pospolitosti a touhy po životní harmonii, která je spojena s potřebou pravidelného životního rytmu, potřebou neměnných hodnot nebo například s potřebou klidu. Produktem základních lidských potřeb je touha po srozumitelných a jednoduchých pravdách.²⁶³

Příklady:

„Šetřeme na provozu státu, nešetřeme na lidech. To je moje, nešetřeme tolik na lidech, to je moje odpověď.“²⁶⁴

„Já bych chtěl jenom také říci, že pokud dojde ODS, pokud by, nedej Bože, vyhrála volby, a to je v rukou, v rukou občanů tohoto státu, ...“²⁶⁵

„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.“²⁶⁶

²⁶⁰ 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

²⁶¹ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁶² 27. 5. 2010 / Otázky Václava Moravce, speciál

²⁶³ Bartošek 2007, s. 100.

²⁶⁴ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁶⁵ 3. 1. 2010 / Otázky Václava Moravce

²⁶⁶ 23. 5. 2010 / Nedělní partie

5.5.2.2.12 Manipulace se skutečností

Charakteristickým rysem politické rétoriky a publicistiky je právě manipulace se skutečností.²⁶⁷ Její podstatou je záměrné užívání tvrzení a vyvozování závěrů, o kterých původce ví, že jsou v rozporu se skutečným stavem. Dále jsou například zamlčována fakta, uváděny nesprávné či neexistující souvislosti, důsledky a příčiny. Autor dělá zcela záměrně logické chyby, užívá apelů na city a pudy atd.²⁶⁸

Manipulací se skutečností se nebudeme více zabývat, neboť, jak jsme uvedli již v úvodu této kapitoly, v uvedené analýze nesledujeme obsahovou, nýbrž jen výrazovou stránku sdělení.

²⁶⁷ Bartošek 1993, s. 48.

²⁶⁸ Jílek 2009, s. 88.

5.5.3 Dílčí shrnutí k rétorické rovině

Následující tabulka shrnuje veškeré dílčí výsledky, kterých bylo v rámci analýzy rétorické roviny dosaženo:

Sledované jednotky		Počet jednotek	Průměrný počet jednotek na 1 díl pořadu
Sdělení věcná	Argumentace statistickými údaji	1	0,14
	Argumentace konstatováním skutečnosti	2	0,28
	Argumentace dedukcí	1	0,14
	Argumentace indukcí	14	2
	Argumentace analogií	0	0,00
	Argumentace autoritou	1	0,14
Sdělení nevěcná	Argumentace falešnou autoritou	0	0,00
	Argumentace v kruhu	0	0,00
	Argumentace falešnou analogií	2	
	Volné asociace	1	0,14
	Argumentum ad ignorantum	0	0,00
	Argumentum ad personam	41	
	Argumentum ad baculum	0	0,00
	Argumentum ad populum	6	0,85
	Vyjadřování postojů	24	3,42
	Působení na city	12	1,71
	Působení na základní lidské motivy	8	1,14
	CELKOVÝ POČET JEDNOTEK	113	16,14
	Počet jednotek sdělení věcných	19	2,71
	Počet jednotek sdělení nevěcných	94	13,42

Tab. 3. Výsledky analýzy rétorické roviny

Ve vybraném vzorku pořadů bylo identifikováno celkem **113** argumentačních jednotek se získávacím a persvazivním potenciálem. Nejvyšší frekvenci jsme zaznamenali v případě argumentace ad personam (41) a v případě vyjadřování postojů a užívání nálepek (24). Nižší frekvenci jsme zaznamenali v případě argumentace indukcí (14), působení na city (12), působení na základní lidské motivy (8) a v případě argumentace ad populum (6). Velmi nízkou frekvenci poté měla argumentace konstatováním skutečnosti (2), falešnou analogií (2), argumentace statistickými údaji (1), argumentace dedukcí (1), autoritou (1) a argumentace pomocí volných asociací (1). Ve sledovaném vzorku jsme nenalezli argumentaci analogií,

falešnou autoritou, argumentaci v kruhu, argumentaci ad ignorantum ani argumentaci ad baculum.

Jak vyplývá z uvedené analýzy, Jiří Paroubek užívá ve vybraném vzorku pořadů ve větším množství argumentaci nevěcnou, než argumentaci věcnou.

6 Závěr

V této bakalářské práci byly analyzovány jazykové prostředky lexikální, syntaktické a rétorické roviny s persvazivním a získávacím potenciálem, jež užívá Jiří Paroubek v debatních pořadech *Otázky Václava Moravce* a *Nedělní partie*.

Na základě provedených analýz můžeme uvést, že Jiří Paroubek jazykové prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem ve svém projevu užívá. V rámci uvedených jazykových plánů jsme zaznamenali zcela největší výskyt těchto prostředků v rovině lexikální (493). V rámci roviny syntaktické jsme identifikovali celkem 163 prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem, v rovině rétorické jsme jich našli celkem 113. Prostředky lexikální roviny se tedy vyskytovaly v projevu třikrát častěji, než prostředky roviny syntaktické a čtyřikrát častěji, než prostředky roviny rétorické.

V rovině lexikální užil Jiří Paroubek průměrně na jeden díl pořadu celkem 70,42 prostředků, které mají persvazivní a získávací funkci. Z těchto prostředků užíval zcela nejvíce obrazná pojmenování, tedy metaforu (164) a metonymii (94). Ačkoliv například Bartošek uvádí, že současní politikové užívají v podstatě neutrální a spisovné podoby projevu²⁶⁹, v projevu Jiřího Paroubka jsme přesto identifikovali celkem 67 hovorových slov, která jsou příznaková a nespisovná.²⁷⁰ Velmi málo užíval archaismů a poetismů, přičemž regionalismy, dialektismy, historismy, argot ani invektiva jsme ve sledovaném vzorku neidentifikovali.

Z provedené analýzy syntaktické roviny vyplynulo, že užívá Jiří Paroubek v námi zvoleném vzorku pořadů k naplnění persvazivního a získávacího potenciálu především vsuvek (56) a opakovacích řečnických figur (36). Tyto prostředky měly výrazně vyšší frekvenci, než ostatní prostředky analyzované v rámci syntaktické roviny. Velmi málo poté užíval litotes a řečnickou odpověď. Oba prostředky jsme našli pouze jednou. Zároveň z analýzy syntaktické roviny vyplynulo, že Jiří Paroubek neužívá kataforickou elipsu ani osamostatněné větné členy.

Další část práce byla věnována rovině rétorické, ve které jsme se zaměřili na analýzu jednak věcné a jednak nevěcné argumentace. V rámci argumentace nevěcné

²⁶⁹ Bartošek 1993, s. 8.

²⁷⁰ Jílek 2005, s. 14.

využíval Jiří Paroubek nejvíce argumentaci ad personam, kterou jsme našli celkem ve 41 případech. V případě argumentace věcné používal nečastěji argumentaci indukci, kterou jsme identifikovali ve 14 případech. Argumentaci analogií, falešnou autoritou, v kruhu, ad ignorantum ani ad baculum neužíval vůbec. Zajímalo nás rovněž, který z obou typů argumentace užívá Jiří Paroubek častěji. Z provedené analýzy rétorické roviny vyplynulo, že v námi zvoleném vzorku pořadů užíval až pětkrát častěji argumentaci nevěcnou, než argumentaci věcnou.

Tato bakalářská práce byla zaměřena výhradně na mluvená sdělení, konkrétně na oblast jazykovou. Bylo by však rovněž možné rozšířit tuto část o paralingvální či extralingvální rovinu. Domníváme se, že by tyto roviny a prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem, které do nich spadají, mohly uvedenou analýzu obohatit. Analýzy paralingválních či extralingválních prostředků by mohly rovněž vést k posunu ve významu jazykového sdělení.

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

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.

- 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.
- 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.
- CHLOUPEK, Jan a kol.: *Stylistika češtiny*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990. 294 s. ISBN 80-042-3302-3.
- JAKLOVÁ, Alena: *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*. Naše řeč 85, 2002, č. 4, s. 172.
- 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.
- 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.
- 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.

Internetové zdroje:

Prima Family: Partie [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z:

<<http://www.iprima.cz/porady/partie/>>.

Jiří Paroubek: životopis [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z:

<<http://www.paroubek.cz/zivotopis/>>.

Česká televize: Otázky Václava Moravce [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z:

<<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1242-o-poradu/>>.

9 Seznam tabulek

Tab. 1. Výsledky analýzy lexikální roviny (s. 32)

Tab. 2. Výsledky analýzy syntaktické roviny (s. 42)

Tab. 3. Výsledky analýzy rétorické roviny (s. 55)