

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

LUBOMÍR ŠMÍD

IV. ročník - prezenční studium

Obor: Učitelství českého jazyka a občanské výchovy pro 2. stupeň ZŠ

**KOMUNIKÁTY SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKY V TAKZVANÉM
BULVÁRNÍM A SERIÓZNÍM TISKU**

Diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D.

OLOMOUC 2008

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů.

V Olomouci dne 10. 03. 2008

.....

Děkuji Mgr. Miloši Mlčochovi, Ph.D., za odborné vedení diplomové práce, poskytování podnětných rad a námětů, dále pak své přítelkyni Kateřině Jechové za morální a psychickou podporu a svému trenérovi Pavlovi Janků za pomoc při sběru materiálů pro jazykovou analýzu.

Obsah

1 ÚVOD.....	6
2 OBECNÉ POJEDNÁNÍ O ŽURNALISTICE.....	9
2.1 ŽURNALISTIKA A PŘÍBUZNÉ POJMY.....	15
2.1.1 Zpravodajství a publicistika	11
2.1.1.1 Masová komunikace a masmédia	14
2.1.1.2 Funkce masmédií.....	15
2.1.1.3 Historie žurnalistiky.	17
2.1.1.4 Současný stav zkoumané problematiky.....	19
2.1.2. Seriózní versus bulvární tisk	20
2.1.2.1 Distinkce a totožné prvky v bulvárních a seriózních tiskovinách.....	22
2.2 SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA.....	23
2.2.1 Charakteristika nejdůležitějších žánrů sportovní žurnalistiky.....	24
2.2.1.1 Zpravodajské žánry.....	24
2.2.1.2 Publicistické žánry2.....	24
2.2.1.3 Beletristické žánry.....	25
2.3 JAZYKOVÁ SITUACE	25
2.3.1 Funkce jazyka žurnalistiky.....	26
2.3.2 Jazyk žurnalistických sdělení	27
2.3.3 Jazykové a nejazykové sdělení v žurnalistice	28
2.4 SPECIFIKA JAZYKA SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKY	28
2.4.1 Větná stavba	29
2.4.2 Titulek ve sportovní žurnalistice	30
2.4.3 Lexikální prostředky sportovní žurnalistiky	36
3 JAZYKOVÁ ANALÝZA	51
3.1 JAZYKOVÁ ANALÝZA SERIÓZNÍHO TISKU.....	51
3.2 JAZYKOVÁ ANALÝZA BULVÁRNÍHO TISKU.....	68
4 ZÁVĚR.....	84

Přílohy

Seznam použité literatury a pramenů

Anotace diplomové práce

1 ÚVOD

Česká žurnalistika významně reflektuje změny, které nastolil historicky přelomový rok 1989 a období bezprostředně následující. Jedná se jak o změny v oblasti společenské, tak i ve sféře jazyka. Cenzuru, schematičnost a názorovou sterilitu v totalitě vydávaných tiskovin vystřídala svoboda projevu a názorová pluralita reformovaných médií. V jazykové rovině ustoupila tradiční novinářská klišé, v žurnalistických komunikátech se stále častěji užívá beletrizace, zřejmé jsou i projevy aktualizace jazyka. Do češtiny stále více pronikaly přejímky z cizích jazyků, zejména z angličtiny. Změny jazyka novin tak odrážejí aktuální celospolečenský trend.

Po roce 1990 se čtenáři denního tisku, do té doby zvyklí pouze na „seriózní“ noviny, začali setkávat s novým fenoménem – tiskovinami bulvárního charakteru. V současnosti je možné do ranku bulvárních novin začlenit tato periodika – deníky Blesk, Aha!, Šíp a Super, případně společenské tituly a časopisy pro ženy Spy, Glanc, Story, Žena a život, Rytmus života, Květy, Šťastný Jim apod. Pořadí čtenosti celostátně vydávaných deníků je už delší dobu ustálené, první příčka mezi seriózními deníky patří Mladé frontě DNES, následuje ji Právo, Sport a Lidové noviny. Nejčtenějším bulvárním deníkem je stabilně Blesk, na druhém místě se z velkým odstupem nachází Aha! a třetím nejčtenějším bulvárním deníkem zůstává Šíp. Celkově nejčtenějším deníkem je Blesk, což představuje poměrně varovný signál o stavu a preferencích čtenářské veřejnosti.

Podle údajů z průzkumu Media Projekt, realizovaného společností Gfk Praha a Median v období od 1. 7. 2007 – 17. 12. 2007, vypadá pořadí četnosti celostátních deníků tak, jak je vidno z níže uvedené tabulky. Výzkumu se zúčastnilo 15 566 náhodně vybraných respondentů z celé České republiky.

Tabulka: Čtenost celostátních deníků v tisících obyvatel

	ČTENOST	PN
Blesk (bez nedělního Blesku)	1 499 000	461 033
Mladá fronta Dnes	1 116 000	294 341
Právo	459 000	151 492
Aha!	344 000	124 590
Sport	303 000	70 028
Lidové noviny	236 000	69 525
Šíp	213 000	73 515
Hospodářské noviny	178 000	59 941

Čtenost = odhad čtenosti na vydání

PN = průměrný prodaný náklad za říjen 2007 – prosinec 2007 ověřovaný ABC ČR (totožné s obdobím sběru dat Media projektu), prodaný náklad v kusech

Zdroj: Media projekt – Tisk. www.gfk.cz (<http://www.gfk.cz/cz/default.aspx>)

Diplomovou práci jsem rozdělil na dvě hlavní části, a sice na část teoretickou a praktickou.

Teoretická báze má dva hlavní cíle. Prvním z nich je definovat pojmy žurnalistika, publicistika, zpravodajství a masmédiá a vymežit jejich základní znaky, což považuji za nezbytné pro snadnou orientaci v textu. Uvedené termíny totiž v práci poměrně často užívám a terminologická přesnost je nutná pro hlubší vhled do problematiky.

Žurnalistika se stala neodmyslitelnou součástí našeho každodenního života a významně zasahuje do všech sfér společnosti. Jako každý obor lidského působení má svoji minulost a vývoj. Mezi jeden z dílčích cílů práce proto patří snaha přiblížit její historii, což je úkolem krátkého exkurzu do dějin žurnalistiky.

Komunikáty otiskovanými na stránkách novin se zabývala celá řada českých i slovenských lingvistů. Záměrem dalšího dílčího cíle tak bude poskytnout nástin elementární odborné literatury.

Bulvární a seriózní deníky disponují mnohými odlišnými, ale též shodnými prvky. Dílčím cílem tedy bude úsilí o charakteristiku identických a diferentních rysů bulvárních a seriózních tiskovin.

Poté se zaměřím konkrétně na sportovní novinářství. Druhým hlavním cílem teoretické části je poukázat na nejdůležitější žánry sportovní žurnalistiky a jazykové prostředky, jež se objevují v našich denících. Kromě teoretického výkladu k tomu poslouží i charakteristika jazykových prostředků v titulcích a v textech článků. Okrajově se budu zabývat i grafickou stránkou.

Praktické příklady, jež uvádím v kapitole o jazykových prostředcích, mají doložit jazykové jevy, o nichž pojednávám. Jazykový materiál jsem získal z běžně vydávaných českých deníků. Dílčím cílem je tedy vybrané jazykové jevy hojně se vyskytující v komunikátech sportovní žurnalistiky nejen teoreticky vyložit, ale také přiblížit je na praktických příkladech.

Praktickou část diplomové práce tvoří **komparace jazykových prostředků**, užitých ve sportovních rubrikách bulvárních a seriózních deníků. Soustředím se na obecné znaky obou typů tiskovin a především na to, zda a čím se od sebe liší jazyk bulvárních a seriózních sportovních redaktorů a jaké jsou společné znaky komunikátů sportovní žurnalistiky v bulvárním a tzv. seriózním tisku. To je zároveň hlavním cílem praktické části.

Komparaci jazykového materiálu budu realizovat pomocí analýzy sportovních rubrik českých seriózních a bulvárních novin. Zajímat mě bude pojetí sportovní žurnalistiky v nejčtenějších českých denících: tzv. seriózních (Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Právo, Sport) a bulvárních (Blesk, Aha!, Šíp). Komparaci provedu zejména v rovině lexikální a z hlediska stylistického využití jazykových prostředků.

Výsledky analýzy mají potvrdit (popř. vyvrátit) vysokou míru sblížení jazykových prostředků druhořadých a seriózních periodik a na příkladech demonstrovat základní znaky, charakteristické pro sportovní rubriky bulvárních a tzv. seriózních deníků. Oba tyto požadavky zároveň reprezentují dílčí cíle jazykové analýzy.

V závěru práce hodnotím společné a rozdílné znaky, získané prostřednictvím analýzy jazykového materiálu, a potvrdím či vyvrátím předpoklad, že současná bulvární a tzv. seriózní periodika se co se užitých jazykových prostředků týče zásadně neliší.

2 OBECNÉ POJEDNÁNÍ O ŽURNALISTICE

V odborné rovině se lze setkat s velkým množstvím pokusů o vymezení pojmu žurnalistika. Např. J. Bartošek uvádí, že „...Žurnalistika je sbírání, zpracovávání a distribuce žurnalistických sdělení (textů, komunikátů) v žurnalistických celcích určených veřejným příjemcům (recipientům, veřejnosti, publiku).“¹ Chápeme ji jako zpravodajství vyjádřené slovem a obrazem, pokud možno aktuální a kritické. Spadá pod ni však i dokumentace a zábava ve fotografiích a obrazech. Walther von La Roche užívá definici, podle níž „...žurnalistika je hlavní činnost osob, které se podílejí na sbírání, hodnocení, výběru, zpracování a šíření zpráv, komentářů a zábavy prostřednictvím masmédií.“²

Předmětem žurnalistiky je sledování událostí, jejich zpracování do nejrůznějších typů sdělení a rozšiřování pro potřeby a zájmy nejširší veřejnosti, protože většina lidí nemá možnost ani čas získávat a hodnotit informace o světě přímo.

Vedle poslání informovat, přesvědčovat a poučovat je žurnalistika určena také k tomu, aby veřejnosti přinášela zábavu. V tištěných médiích plní zábavní roli fičrové zprávy a publicistika, příběhy, anekdoty, humorné výroky a citáty, karikatury, fičrové fotografie apod. Četné jsou reportáže, medailonky, senzace, spekulace a aféry, popularitě se těší rubriky o zdraví, vaření a výživě, módním stylu, testy zboží a služeb, cestování, sport, motorismus atd. Často se přitom spojují redakční texty s legální i skrytou komerční prezentací.

V žurnalistice se uplatňují zprávy, komentáře, oznámení a podobná poselství z oblasti sociální komunikace. Označují se termínem žurnalistická sdělení. „...Sdělení je vše, co podává nebo předává zprávu o existujících věcech, jevech a událostech, a to

¹ BARTOŠEK, J. *Úvod do studia žurnalistiky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2001. s. 5.

² BARTOŠEK, J. c. d., s. 5.

minulých, současných i budoucích. Sdělení může také přenášet znaky, symboly nebo motivy (emotivní či estetické vjemy, nemusí být vždy uspořádané ani mít smysluplný obsah. Sdělení, které je uspořádané, obsahuje smysl a reflektuje realitu našeho světa, bývá označováno jako informace.“³

Žurnalistické komunikáty se vyskytují v žurnalistických celcích. Žurnalistický celek tvoří v širším smyslu celé médium (deník, časopis, rozhlasová či TV stanice) a v užším smyslu určitý soubor sdělení, tzn. například rubriky v denním tisku, zpravodajské noviny v rozhlase a televizi, tematické pořady o větším počtu sdělení nebo účastníků.

V žurnalistických komunikátech se uplatňují komunikační faktory objektivní a subjektivní. K objektivním faktorům se řadí prostředí, jazyková forma (mluvená či psaná), vztah autora k tématu, funkce (informační, persuasivní, estetická, naučná...) a typ sdělení z hlediska jeho připravenosti (spontánní či připravené). Volbu jazykových prostředků ovlivňují faktory subjektivní – vzdělání, komunikační záměr, povahové rysy, sociální role. (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 22.)⁴

Nepřehlédnutelnou roli zastávají v žurnalistických komunikátech styl autora a kompozice díla. Pod pojmem styl se myslí způsob, jak autor zachází s jazykem, jaká užívá slova, vazby, jak staví věty, jak vyjadřuje emoce. Kompozicí se rozumí záměrné uspořádání všech složek díla v jeden souvislý celek. V žurnalistice bývá promyšlená kompozice zásadním faktorem, rozhoduje totiž o tom, co bude v popředí zájmu a co nikoliv.

Kromě jazykových prostředků se v žurnalistice užívá i prostředků mimojazykových. V psaných textech jsou to grafy, obrazy, tabulky apod.

Neoddělitelnou složkou tisku jsou fotografie. Člení se na dokumentární, ilustrační a zábavní. K některým se připojují popisky, jiné žádný slovní text nevyžadují. Dokonale reprodukováné fotografie s výstižným jazykovými popiskami se stávají rovnocenným partnerem mluvených zpráv. Svou roli hraje i velikost a výřezy, běžně se užívají

³ BARTOŠEK, J. c. d., s. 6.

⁴ o komunikačních faktorech více v kapitole věnované jazykovým prostředkům žurnalistických sdělení

fotomontáže. Průběh závažných událostí znázorňují realistická schémata, oblíbené jsou i kresby a karikatury se slovním doprovodem, umístěné obvykle na vnitřních stranách.

2.1 ŽURNALISTIKA A PŘÍBUZNÉ POJMY

2.1.1 Zpravodajství a publicistika

Na úvod je zapotřebí nejprve definovat a jasně vymezit základní pojmy, s nimiž budu ve své práci dále operovat. Především narážím na úskalí, spojená s nejednotností novinářské a lingvistické terminologie. Jazyk novin lingvisté řadí k publicistickému stylu.

Žurnalistika zahrnuje termíny zpravodajství a publicistika, přičemž hranice mezi zpravodajstvím a publicistikou se prolíná, některé žurnalistické komunikáty (např. referát) lze označit za pomezí. (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 21.) „...Žurnalistikou se rozumí novinářské povolání i produkty této činnosti, které informují o aktuálním dění ve společnosti a o názorech na toto dění jak v novinách a časopisech, tak i v rozhlase či televizi i na internetu. Rovnocennou součástí žurnalistiky jsou dva její stěžejní pilíře: zpravodajství a publicistika.“⁵

Ve zpravodajství je nutno dbát na absenci autorova názoru na danou problematiku. Zpravodajství má informovat o událostech i lidech objektivně, vyváženě a pokud možno neosobně, zatímco publicistika k nim zaujímá postoje oslavné, pochvalné, humorné, ironické, kritické, polemické a někdy až invektivní.

„Publicistika“ z hlediska jazykovědného zahrnuje komunikáty zpravodajské i publicistické. Je tedy možné hovořit o „publicistice“ a mít na mysli novinovou zprávu, která ovšem nemá s publicistikou nic společného.“ (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 21.) Termín publicistika se u nás užívá ve dvou významech: jazykovědci za publicistiku považují mezilidskou komunikaci, která informuje o aktuálních společenských a politických událostech a komentuje je, tedy žurnalistiku v celku, zatímco v žurnalistické

⁵ OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Libri 1999. heslo *žurnalistika*

teorii a praxi je termín a pojem publicistika vyjádřením jednoho konkrétního odvětví žurnalistiky. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 65.)

Asi nejkomplexněji vystihuje termín publicistika tato definice: „...Publicistika je žurnalistická produkce přinášející stanoviska, objasňující události, situace nebo myšlenky. Na rozdíl od zpravodajství, kde se uplatňují především fakta, publicistika kromě informací obsahuje názor, hodnocení a subjektivní přístup a jejím výsledkem je poznání a eventuálně přesvědčení a získání recipienta. Obsahuje kromě racionálních prvků i prvky emotivní, využívá jazykové i kompoziční postupy literární (např. metaforu), různé jazykové vrstvy včetně nespisovných.“⁶

Zpravodajství je nejstarší součástí žurnalistiky, vyvinulo se jako první. Vzniklo v okamžiku, kdy si lidé uvědomili hodnotu a důležitost informací a začali je vyhledávat. Zpravodajství informace vyhledává, shromažďuje, třídí a nakonec prostřednictvím médií všeho druhu předává veřejnosti. (srov. DOČEKALOVÁ. 2006, s. 34.) Funkcí zpravodajství je informovat o aktuálních událostech. Zprávy vyjadřují **kdo, co, kdy, kde a jak**. Jde o takový typ sdělení, jenž popisuje, co se právě stalo, právě se děje, co se má stát a co se v rozporu s očekáváním nestalo. Kromě událostí samotných líčí také jejich důsledky, reakce a souvislosti, a to vše personifikovaně – na lidech, kterých se události dotýkají. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 50.)

Základní požadavky na zprávy stanovují tato kritéria - zprávy musí být maximálně pravdivé, objektivní a vyvážené. V seriózním tisku redaktoři obsahovou hodnotu zpráv ověřují z několika nezávislých zdrojů. Zpráva by měla být uvedena včetně souvislosti.

Známa je klasifikace zpráv podle témat a jazyka na zprávy seriózní, bulvární a fičrové. Seriózní zpráva přináší věcnou informaci o aktuální události, pojednává o její podstatě a musí být natolik významná, aby sloužila k orientaci a k rozhodování. Událost zachycuje v potřebných souvislostech a obsahuje vícestranné (vyvážené, opozitní, někdy až konfliktní) aspekty. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 50.)

Kvalitní zpráva je včasná – nepřichází příliš brzy ani pozdě. Dalšími nutnými kritérii jsou účinnost a neočekávanost – ta přidává zprávě na zajímavosti. „...Měřítkem

⁶ OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Libri 1999. heslo *publicistika*

informační kvality zprávy je její relevance, objektivita, přesnost, transparentnost, věcnost, vyváženost, různorodost, aktuálnost a srozumitelnost.“⁷

Zpráva nemůže sdělovat absolutní pravdu, neboť její zjišťování a vylíčení je nad lidské možnosti. Také objektivita zpravodajství je „jen“ maximálně možná, závisí na tom, zda má autor přístup ke všem zdrojům informací o dané události, přičemž platí, že čím více zdrojů informaci potvrdí, tím je věrohodnější.

Většina zpráv pochází ze zprostředkovaných zdrojů, proto často neříkají, co se stalo, nýbrž jen tlumočí to, o čem se někdo vyjádřil, že se stalo, navíc ještě v podobě upravené žurnalistou nebo editorem. Pokud se čtenář nedozví, proč a jak se něco stalo, hodnotu zprávy to snižuje. Měřítkem kvality seriózní zprávy je dodržování norem novinářské etiky.

Pro základní orientaci připojuji primární znaky dvou hlavních součástí žurnalistiky - publicistiky i zpravodajství.

Publicistika je charakteristická:

- objektivitou i subjektivitou (názor autora, stanovisko redakce)
- funkcí persuasivní – přesvědčovací
- jazykovými prostředky – spisovné i nespisovné prostředky (kolokvialismy, slang, expresivita, v citátech i obecná čeština)
- dynamičností vztahu automatizace – aktualizace, narůstající frekvencí nepřímých pojmenování, tendencí k beletrizaci (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 22.)

Mezi základní znaky zpravodajství patří:

- objektivita
- informativní funkce
- jazykové prostředky – měly by respektovat spisovnou normu; příznačná je automatizace, v omezené míře se vyskytují nepřímá pojmenování (především v publicismech) (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 22).

⁷ HAGEN, L. *Informační kvalita a její měření*. In **Schultz a kol.** *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998. s. 55-75.

2.1.1.1 Masová komunikace a masmédiá

Žurnalistika spadá do oblasti sociální komunikace, neboť probíhá mezi lidmi, případně mezi člověkem a živým organismem nebo strojem. Sociální komunikaci lze charakterizovat jako přenos informací či výměnu obsahů v rámci společenského kontaktu. Existují dva základní typy sociální komunikace – interpersonální (přímá), a masová (nepřímá).

„...Masová komunikace má tyto znaky:

- předávané sdělení je veřejné;
- probíhá nepřímo, pomocí technických přenosových prostředků a zdroj je oddělen od příjemce;
- zdrojem je instituce (nakladatelství, vydavatelství, redakce);
- publikum je prostorově (často i časově) rozptýleno;
- publikum není přesně vyhraněno (liší se počtem, věkem, profesně, sociálně);
- sdělení je jednosměrné – směřuje od zdroje k příjemci, méně již zpětně.⁸

Žurnalistika se v rámci masové komunikace vyznačuje několika specifickými rysy. Patří mezi ně:

- pravidelná periodicitu (denní, týdenní, pravidelnost TV vysílání);
- aktuálnost (vztah k současnému dění) – nejen novost sdělení, nýbrž i vztah k podobným událostem minulým či budoucím;
- obecná dostupnost žurnalistických celků (široká distribuce tisku, sledovanost či poslechovost)
- publicita v žurnalistických celcích (srov. KUNCZIK. 1995, s. 17.)

Žurnalistické celky i jednotlivá sdělení jsou přenášeny prostřednictvím hromadných sdělovacích prostředků, tzv. masmédií. Díky počítačové revoluci a prudkému rozvoji komunikační techniky pomalu mizí tradiční model masové komunikace vycházející z jediného zdroje, neumožňující zpětnou vazbu a aktivitu ze strany příjemce. Tzv. on-line způsob komunikace v současnosti umožňuje každému vložit do mezinárodně

⁸ BARTOŠEK, J. c.d., s. 7.

rozšířené sítě sdělení a kdokoliv kdekoliv na světě může toto sdělení přijmout a reagovat na ně. Původcem i příjemcem žurnalistických sdělení může být instituce i jednotlivec, a to okamžitě a nepřetržitě. Jelikož však internet zaručuje velký stupeň anonymity, je mnohdy nesnadné určit, kdo je vydavatelem či autorem určité informace. Nejen tento faktor vrhá stín na přednosti a možnosti internetu – existují také mnohá rizika a nebezpečí, doprovázející on-line komunikaci. Internet zneužívají organizovaní zločinci, hackeři a teroristické skupiny, objevují se na něm klamné poplašné zprávy, propagace zvrhlé ideologie, lži, pomluvy apod.

Prostřednictvím médií se informace dostává k veřejnosti. „...Veřejnost je souhrn příjemců masmediálních sdělení a celků. Jsou to čtenáři novin a jiných tištěných periodik, plakátů, letáků a prospektů, diváci TV a filmů, posluchači rozhlasu a příjemci graficko-zvukově-obrazových sdělení v multimediální komunikaci. Znakem publika v masmediální komunikaci je vazba na společného komunikátora – tvoří je např. čtenáři určitého deníku, posluchači a diváci určité stanice, programu, pořadu aj. Vydávání a příjem masmediálních sdělení se nazývá publicita (zveřejňování).“⁹

Cesta informace k publiku nevede přímo, nýbrž přes tzv. názorové autority (redaktoři, editoři, šéfredaktoři, členové redakčních rad a rady veřejnoprávních médií, vydavatelé, vlastníci, inzerenti, politikové a úředníci). Nezřídká se pak stává, že dojde k posunu autentičnosti informace. Publikum si však z předkládaných sdělení vybírá především to, co je ochotno a schopno vnímat na základě životních zkušeností, emocí, přání a očekávání. Zásadní faktor v tomto procesu představuje důvěryhodnost média.

2.1.1.2 Funkce masmédií

V 19. století se noviny věnovaly zejména rozvoji gramotnosti a problematice lidských práv a svobod. Původním posláním žurnalistů bylo přinášet informace všeobecného charakteru všeobecnému publiku; později přibyly přesnější a adresnější informace příslušným sociálním skupinám a elitám. V polovině minulého století se rozhlas a televize ujaly role být hlasem informací a vzdělání. S fenoménem globalizace média cílí na veřejné mínění – mezinárodní události vzbuzují zájem i u jednotlivce a

⁹ BARTOŠEK, J. c.d., s. 8.

osudy jednotlivců poutají pozornost na mezinárodní úrovni. „... Protože lidé mají právo vědět, co se kolem nich děje, novináři pokládají za své poslání informovat je.“¹⁰

Jelikož novináři nemají přístup ke všem informacím, provozují tzv. agenda setting – nastolují témata podle svých znalostí, úvah a záměrů. A protože současný svět je prostřednictvím masmédií významně propojen, může se prakticky jakékoliv téma (i obecně nezávažné) stát předmětem zájmu veřejnosti. Ta se dělí podle toho, které masmédiium preferuje. Např. pravidelní čtenáři seriózního tisku se více zajímají o veřejné dění a účastní se voleb, zatímco konzumenti pokleslé (bulvární) zábavy jsou k pozitivní veřejné činnosti apatičtí, i když ji nejvíc kritizují.

Mezi základní funkce médií patřilo a patří též rozvíjení jazykové kultury a úsilí o uchování kulturních hodnot. Současná žurnalistika pomáhá strukturovat volný čas a uspokojovat zájmové, věkové a jiné skupinové potřeby. Pokud přináší seriózní inzerci a servis, je i nástrojem ekonomické prosperity. V tržní společnosti je předmětem podnikání a tvorby zisku.

Žurnalistika také působí jako prostředník mezi vědou a praxí, zejména pokud se jedná o žurnalistiku vědeckou. Typické je pro ni zpravodajství z oblasti techniky, medicíny, ekologie, sociálních a přírodních věd. Vedle vědecké žurnalistiky existuje i žurnalistika odborná, zaměřená na dílčí cílové skupiny – žurnalistika sportovní, ekonomická, politická, kulturní či komunální.

Žurnalistika má blízko i k umění, především ve formě žurnalistických beletrizujících žánrů, příběhů a esteticky působivých reportáží. Mezním žánrem, propojujícím umělecký, vědecký a publicistický pohled, je esej.

V demokratické společnosti seriózní žurnalistika plní tři základní funkce:

- tlumočí mínění veřejnosti
- informuje veřejnost a slouží jí
- působí jako „hlídací pes“ demokracie – střeží lidská práva a občanské svobody (srov. BARTOŠEK. 2001, s. 11.)

¹⁰ BARTOŠEK, J. c.d., s. 9.

2.1.1.3 Historie žurnalistiky

Žurnalistika nemá své oficiální profesní dějiny, dokládající její počátky. V literatuře se uvádí, že nejstarší známý novinářský produkt představoval list papíru rozšiřovaný od roku 59 př. Kr. v antickém Římě. Nazýval se Acta Diurna (Denní události) a zaznamenával pro římskou elitu významné aktuální události. Pro členy senátu vycházela také Acta Senatus.

V Číně za vlády dynastie Čchang (od roku 618 po Kr.) koloval oběžník zvaný PAO (zpráva). Pod různými názvy a v rozličných úpravách vycházel až do roku 1911.

Také středověká Evropa disponovala předchůdci dnešních novinářů. Jednalo se o potulné zpěváky, jež na trzích, jarmarcích a knížecích dvorech vyprávěli o aktuálních událostech a komentovali je, dále pak o posly a městské písaře. Lze sem zařadit také všechny osoby, které měly přístup k informacím – knihtiskaře, poštovní úředníky, obchodníky, diplomaty apod.

První noviny moderního typu vznikly v Antverpách v roce 1605 a ve Štrasburku v roce 1609. Umožnil to vynález knihtisku. První anglický týdeník The Weekly News vyšel v roce 1622 a první moderní deník Einkommende Zeitung vyšel v Lipsku v roce 1650. Náklad prvních novin dosáhl 100 až 200 výtisků. Jeden z prvních anglických deníků, The Daily Courant, vyšel poprvé v roce 1702, od roku 1711 vycházel The Spectator a od roku 1788 vycházejí The Times.

Rozvoj žurnalistiky byl ovlivněn technickým boomem. Zdokonalil se knihtisk, rozvíjela se železniční doprava i spoje. Vynález telegrafu, morseovy abecedy, telefonu, elektřiny a rozvinutá železniční doprava umožnily rychlou a levnější komunikaci a přepravu tiskovin.

Žurnalistiku ovlivnil také vynález fotografie, kinematografu a fonografu. V novinách působí váleční zpravodajové, snažící se autenticky čtenářům přiblížit obrazy z bojů.

V roce 1835 vzniká v Paříži L'Agence Havas – první tisková agentura. Všeobecný technický pokrok povýšil žurnalistiku na podnikatelské odvětví. Závratnou rychlostí rostou náklady novin, mění se i pojetí novinářství – silně se orientuje na naturalistické líčení válek, senzace a aféry; zajímavé události dostaly přednost před důležitými. Vznikl tak tzv. bulvární tisk.

Prudká revoluce v průmyslu související s první a druhou světovou válkou významně promluvila do dějin žurnalistiky. První rozhlasové vysílání bylo zahájeno v roce 1920 v USA. Se zdokonalením telegrafu na dálnopis začíná fungovat agenturní zpravodajství. Na přelomu 20. a 30. let zahajuje vysílání televize. Spolu s rozhlasem se pomalu stává vyhledávaným prostředkem zábavy a inzerce.

Od 70. let proniká do médií počítačová technika. Umožňuje nejen pohotovou dopravu informací a obrazových materiálů, ale i operativní tvorbu a stolní úpravu žurnalistických celků. Texty je možno dlouhodobě ukládat a podle potřeby je vyhledávat a zpracovávat.

Se snadnou dostupností novin vzrostla i moc médií. To si rychle uvědomili velké firmy, jež s oblibou kupují vydavatele tisku a provozovatele elektronických médií, protože tak získávají cennou možnost prosazovat v nich své reklamní, politické a ekonomické zájmy.

Do centra pozornosti se tak dostává stěžejní problém současné žurnalistiky – nezávislost ve smyslu svobody slova a odpovědnosti vůči profesní etice a příslušným zákonům a nezávislost ekonomická. Veřejnoprávní média odvozují svoji ekonomickou jistotu z licenčních poplatků od majitelů přijímačů. Zato jsou na ně kladeny požadavky na etiku, kulturu, vyváženost a strukturu vysílání. Komerční média jsou závislá hlavně na příjmech z reklamy.

Česká žurnalistika má své historické kořeny v letech 1492 a 1497, kdy se u nás objevily tisky sněmovních usnesení. Nejběžnější tiskovinou u nás byly letáky – ve formě písňe na nich kolovala např. zpráva o smrti krále Ludvíka v bitvě u Moháče roku 1526.

První české noviny vyšly v Praze 4. února 1719. Vydal je tiskař Karel František Rosenmüller a pojmenoval je Český postylion. Od roku 1789 vydával Pražské poštovské noviny Václav Matěj Kramerius, v roce 1791 je přejmenoval na Krameriusovy c. k. vlastenecké noviny.

Rozhlasové vysílání bylo u nás zahájeno v roce 1923 a televize začala vysílat v roce 1953. Agenturní služby poskytuje ČTK od roku 1918. V období totality byla u nás omezena svoboda projevu a média psala podle cenzurou stanovených příkazů. Na přelomu století vznikly nové masmediální zákony (tiskový zákon, zákon o svobodném

přístupu k informacím, zákon o ochraně autorských práv) a profesní etický kodex. Přesto se rapidně zhoršila kultura žurnalistiky a nic na tom nezměnila ani profesní stavovská organizace Syndikát novinářů České republiky, která nezískala potřebnou autoritu, vliv ani členskou základnu. „...Konkurenční boj mezi vydavateli vedl k porušování etických norem – k nedůvěryhodným odkazům na zdroj, který si nepřál být jmenován, k plagiátorství apod. Přiosťřily se také vztahy mezi žurnalisty a pracovníky i agenturami pro public relations.“¹¹

2.1.1.4 Současný stav zkoumané problematiky

Jazyk žurnalistiky se těší v české, resp. československé lingvistice velkému zájmu. Novinářský jazyk a jeho specifika reflektoval už Bohuslav Havránek (1932). Zásadním impulsem pro výzkum žurnalistických komunikátů byla konference v Liblicích (1954). Na ní Karel Hausenblas formuloval potřebu zařadit publicistický styl do soustavy funkčních stylů.

Na jazyk psané žurnalistiky se ve svých monografiích zaměřili mnozí čeští, resp. slovenští lingvisté (např. JELÍNEK 1957, BEČKA 1973, MISTRÍK 1985, BARTOŠEK 2001, SRPOVÁ 1998), velkou pozornost této problematice věnují i další autoři – např. Stich, Chloupek, Jedlička, Kraus, Minářová, I. Svobodová, Hoffmanová. Z autorů publikujících v poslední době jmenujme např. M. MLČOCHA 2001 nebo M. DOČEKALOVOU 2006.

Problematiku titulku zpracovali v monografiích mnozí jazykovědci, např. JELÍNEK – *O jazyku a stylu novin*, BEČKA – *Základy kompozice jazykových projevů*, *Jazyk a styl novin*, MISTRÍK – *kompozícia jazykového prejavu*, HAUSENBLAS – *Výstavba jazykových projevů a styl*. Titulkem se zabývají i skripta žurnalistiky, např. BARTOŠEK – *Žurnalistika. Úvod do studia*.

Frazeologické obraty a rčení novináři hojně využívali a využívají. O frazeologismech podrobně pojednal mj. BEČKA 1973, nověji se jimi zabývá např. MINÁŘOVÁ 1993, JODAS 1993 nebo ČECHOVÁ 1986, 1995.

¹¹ BARTOŠEK, J. c.d., s. 22.

2.1.2 Seriózní versus bulvární tisk

Etický kodex novináře stanoví základní požadavky na práci seriózního novináře. V zásadě by mělo platit, že „novinář je povinen zveřejňovat jen informace, jejichž původ je znám ... neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti ... odmítat jakýkoliv nátlak na zveřejnění nepravdivé, nebo jen částečně pravdivé informace ... nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace, fotografie nebo dokumentu“. „Každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná, musí být neprodleně opravena.“¹² Novinář by měl rozlišovat mezi zpravodajstvím (funkce informativní) a publicistikou (persuasivní funkce).

„...Tzv. seriózní deníky se zabývají především domácí a zahraniční politikou, ekonomikou, kulturou, sportem a zpravodajstvím z regionů. Tomu odpovídají i jednotlivé rubriky (sekce), popř. sešity (knihy).“¹³ V seriózních médiích se předpokládá posloupnost zpráv podle jejich důležitosti pro publikum.

Konkurence mezi médii vede ke snaze, aby se informace podávaly co nejatraktivněji, a to nejen z hlediska jejich obsahu, ale i jazykového vyjadřování. Za dobrou zprávu se pokládá špatná zpráva. A právě toto pojetí vyznávají bulvárně zaměřená periodika.

Bulvární tisk charakterizuje Encyklopedie praktické žurnalistiky těmito větami: „... původně označení novin prodávaných přímo kameloty na ulicích, lákajících kolemjdoucí vyvoláváním senzačních titulků. Pouliční prodej se objevil počátkem 19. století, do té doby se noviny a časopisy prodávaly pouze formou předplatného. Noviny tohoto typu byly laciné, a v důsledku toho i masově dostupné, nepředpokládaly vyšší vzdělání, mohl jim rozumět každý. Postupně se slovo bulvár stalo synonymem pro neseriózní, neověřený, hovící vkusu ulice, laciný a pokleslý typ novin či časopisů. V některých případech jsou informace i obrazový materiál získány rovněž nelegálními či neetickými způsoby: nelegálním odposlechem telefonátů či rozhovoru v soukromí prominentních osob, snímáním skrytou kamerou nebo mikrofonem, dálkovými objektivy, prostřednictvím paparazziů apod.“¹⁴

¹² Etický kodex novináře. www.syndikat-novinaru.cz.

¹³ **MLČOCH, M.** *Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku.* In Naše řeč, č. 85/2002, s. 238.

¹⁴ **OSVALDOVÁ, B., HALADA, J.** a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky.* Praha, 1999, s. 32.

Bulvární zpravodajství vzniklo v polovině minulého století v Anglii a odtud jej přejaly Spojené státy americké. Vychází z názoru, že většina čtenářů se zajímá o informace související s primárními funkcemi lidské psychiky: s pudem sebezáchovy, potřebou zachování rodu a uspokojováním ctižádosti.

Bulvár reprezentuje publicitu lidí i věcí drastickými nebo vulgárními prostředky. Řadíme ho do kategorie pokleslé zábavy. Je charakteristický publicitou témat, jež mohou neoprávněně poškodit občany, instituce i společnost. Čtenáři bulvárních periodik se baví naturalistickými a bulvárními texty, fotografiemi a kresbami na téma násilí, sex, zločin; zájem budí i pornografie, prostituce a deviace všeho druhu. Upřednostňuje se i málo významné, zato však agresivní téma. Výběr témat v demokratických společnostech nepodléhá cenzuře, přesto (nebo možná právě proto) by měl být v souladu s platnými zákony. Témata se volí podle charakteru masmédia a jeho redakční filozofie. U bulvárních deníků převažují témata negativní. Záměrně negativisticky vyznívají i titulky, snažící se přilákat pozornost čtenářů, ačkoliv celkový obsah sdělení negativní není. Zprávy zachycující negativní témata se mohou lišit svým pozadím. Pozitivní pozadí obsahuje negativní zpráva tehdy, pokud např. říká, že pachatel trestného činu byl dopaden apod.

Zdroje informací bulvárních zpráv bývají leckdy pochybné, zveřejňují se senzace, skandály, aféry a drby. Palcové titulky, krátké texty a barevné fotografie dovolují číst bulvární texty bez hlubšího a delšího soustředění. Druhořadá média velice efektivně kupčí s fikcí. Typická je manipulace s informacemi a nekultivované až vulgární vyjadřování. Zasazení informací do souvislostí se nevyžaduje, není-li k dispozici žádná šokující zpráva, může se i vymyslet. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 52.) Upravené či zcela vymyšlené informace o událostech lze snadno a rychle vyprodukovat a dobře prodat. Redaktoři bulváru často záměrně osočují známé osobnosti lživými texty, protože vědí, že případná soudní žaloba by jejich obětem přinesla jen malé a pozdní zadostiučinění. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 85.)

Tzv. seriózní témata bulvár zachycuje také, ovšem ve specifické podobě. Články s ekonomickou tematikou zachycují spíše negativní jevy – skandály, korupci, podvody, zpronevěry apod. Z obecně nepřátelského vztahu občanů k politice a politikům zase těží bulvárem prezentovaná politická témata, v nichž zásadní význam má zábavní a atrakční funkce.

Mezistupeň mezi seriózní a bulvární žurnalistikou tvoří lidová, zábavní nebo též fíčrová zpráva. V současnosti tento druh zpráv získává stále větší oblibu i význam. Fíčrové texty, fotografie, kresby a audiovizuální sdělení nejsou důležité pro věcnou informovanost ani pro rozhodování, přináší však vtip, zábavu a snadno zaujmou. Vyhýbají se primitivnosti, naturalismu a odpudivosti, a proto neodporují elementární slušnosti a vkusu ani morálce, nemají však daleko ke kýčovitosti.

Fíčr je momentálně nejsledovanější a nejčtenější složkou žurnalistiky. Má svůj tón a styl, k němuž neodmyslitelně patří lidovější vyjadřování. Zřejmě je to hlavně ve zpravodajských titulcích: *Letec zničil Slavii - Kladno sejmuli rudoši – V Třinci létaly pěsti*.¹⁵

2.1.2.1 Distinkce a totožné prvky v bulvárních a seriózních tiskovinách

Grafická stránka

Deník Blesk a jím inspirované bulvární deníky Šíp a Aha! se již od svého vzniku prezentují barevnými fotografiemi. Oproti tomu seriózní noviny začaly ve větší míře používat barevné fotografie až po roce 2000 (např. Mladá fronta DNES od roku 2001, kdy také přistoupila k členění novin na sešity, diferencující jednotlivé rubriky či přílohy. Sešity jsou označovány písmeny A-E, popř. A-F).

Obecně platí, že fotografický materiál zabírá v bulvárním tisku procentuálně vyšší podíl než v seriózním, nikterak výjimečné nejsou velkoformátové fotografie, zabírající více než 50 % plochy stránky.

Titulky v bulvárním tisku bývají vytištěny jak černě, tak v různých barvách, akcentuje se tak atrakční funkce titulků. Zejména pro bulvární tisk je charakteristická dvakrát až třikrát větší velikost grafických znaků v titulku oproti seriózním deníkům. Účelem je příjemce sdělení ohromit, překvapit, šokovat, velikost titulku má zdůrazňovat jeho důležitost.

Obsah titulku mnohdy koresponduje se zvolenou barvou – titulky šokujícího a drastického charakteru mají převážně podobu červené na černém podkladu. Seriózní deníky se v tomto směru vyznačují určitou konzervativností, drží se vesměs tradiční černé barvy titulků.

¹⁵ viz. Příloha 1 – příklady fíčrových zpráv

Grafická stránka bulvárních titulků je velice různorodá, s jistou nadsázkou lze říci, že titulky hýjí barvami. Střídají se různé barvy podkladů (černá, červená, modrá) i písma (bílá, červená, žlutá). Pro titulní stranu bulvárních deníků je typický výrazně barevně rozlišený, někdy i třířádkový palcový titulek s různou velikostí i typem písma v jednotlivých řádcích.

Rozsah textů

Pro bulvární tiskoviny ve srovnání s tzv. seriózními deníky je příznačná stručnost jednotlivých komunikátů. Tento znak není náhodný, redakce tak činí zcela záměrně, aby své čtenáře nezatěžovala příliš dlouhými komunikáty. Proto převažují spíše krátká zpravodajská sdělení, mající podobu zpravidla 1-2 větných celků. Obsah těchto sdělení se zaměřuje převážně na kriminální delikty a aktuality ze života slavných osobností.

Redakce seriózních deníků se soustředí více na publicistiku ve formě komentářů, recenzí, analýz, historických exkurzů a vědeckých hypotéz, což logicky vyžaduje články většího rozsahu. Zcela obvyklé je členění rozsáhlejších komunikátů na části, zveřejněné na dvou různých stranách, se shodným, případně mírně modifikovaným titulkem. Nejčastěji se s tímto jevem čtenáři setkávají na titulní straně, kde si mohou přečíst úvodní část článku a odkaz je pak směřuje na příslušný list, kde najdou dokončení zprávy.

2.2 SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA

Sport patří tradičně mezi nejsledovanější novinové rubriky. V seriózních novinách by měli redaktoři kromě zpravodajství také tvořit texty, které manifestují kladné rysy sportu a příkladné profily sportovců. Sportovní sekce zejména bulvárních deníků však často může působit jako nosič reklamy či iniciátor nízkých emocí.

2.2.1. Charakteristika nejdůležitějších žánrů sportovní žurnalistiky

Žurnalistika obecně využívá celou řadu žánrů. Proto je důležité nejprve pojem žánr definovat. Lze říct, že žánr je označení pro určitou skupinu psaných materiálů, které se vyznačují shodnými znaky, způsobem zpracování (kompozicí) a stylem (jazykem). (srov. DOČEKALOVÁ. 2006, s. 34.) Podle toho rozlišujeme různé žánry – článek, fejeton, glosu apod.

2.2.1.1 Zpravodajské žánry

Zprávy se člení podle své akutnosti, dosahu, rozsahu, významu a zajímavosti nebo podle toho, zda se jedná o zprávy vlastní, agenturní či převzaté. Mohou mít podobu reportu, reportáže, referátu, telefonátu, rozhovoru, komuniké, zpravodajského souhrnu, dementi, analýzy a někdy i příběhu; zpráva může mít jednoho autora, nebo může být týmová; forma zprávy může být slovní nebo obrazová (zpravodajská fotografie s popisem nebo bez něho, statická nebo pohyblivá). Ke zpravodajství se počítá i servis včetně rubrik s rádkovými oznámeními. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 71.)

Zpravodajství má přinášet aktuální informace ze všech sfér společenského dění. Mají to být informace z domova i ze zahraničí, z center i z okrajových nebo menších měst a venkova.

Žurnalistická zpráva je účinná, pokud je zařazena do souvislostí a pokud v průběhu několika hodin, dní i delšího období opakovaně informuje o události od jejího vzniku, o jejím průběhu a konečných účincích. Některé události a informace o nich jsou jednorázové, jiné se vyvíjejí. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 53.)

Čtenáři, posluchači i diváci jsou stále méně ochotni věnovat zpravodajství dlouhou dobu, délka zpráv se proto stále zmenšuje. Proto v současných denících pozorujeme vítězné tažení trendu co nejvíc stručných informací odevšad, o všem a častěji. Toto pojetí vytlačilo původní menší kvantitu informací, avšak podaných do hloubky.

2.2.1.2 Publicistické žánry

Úkolem publicistických textů je především vyjádřit postoj autora sdělení k lidem i světu, texty bývají emotivní, směřují k dojmu určité emoce zaměřené na adresáta.

Publicistika plní funkci persuasivní, má přesvědčovat, získávat, formovat. Prostředky přesvědčování jsou různé: užívají se úvahy, beletrizující prostředky, analýzy a spekulace i manipulace. Žánry publicistické se částečně překrývají jak s žánry zpravodajskými, tak i literárními. Typické útvary publicistických sdělení jsou úvodník, editorial, sloupek, komentář, publicistická reportáž, rozhovor, úvaha, glosa, poznámka, medailon, karikatura, publicistická fotografie, polemika, diskuse, debata aj. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 53.)

Přesvědčovací, získávací a vybízecí funkci publicistiky naplňuje adekvátně zvolená slovní zásoba. Přispívá ke zvýšení pozitivního nebo negativního účinku sdělení a dodává mu emotivně-expresivní zabarvení. Běžná jsou obrazná a expresivní slova a slovní spojení. Ve sportovní publicistice je expresivita obvyklým prostředkem vyjadřování: *Slávisté se na vítězství pekelně nadřeli; útok Kladna zlínskou obranu do mrtě rozebral, důkladně rozmontoval, rozebral na prvočinitele.*

2.2.1.3 Beletristické žánry

Jejich úkolem je dát žurnalistice i estetickou hodnotu. V psaných masmédiích tuto úlohu plní kratší beletristická sdělení nebo rubriky. Patří sem povídky a novely, kresby, obrazy a umělecké fotografie, fejetony, črty, frašky, příběhy a eseje. Užívá se v nich všech útvarů národního jazyka – spisovných i nespisovných.

2.3 JAZYKOVÁ SITUACE

Mezi jazykovou situací a jazykem novin existuje vzájemná závislost. Veškerá jazyková sdělení, tedy i jazyk novin, vycházejí z určité jazykové situace. Tu však jazyk novin zároveň ovlivňuje. (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 21.) Současnou jazykovou situaci charakterizuje rozkolísanost normy, spisovná slovní zásoba se rozšiřuje směrem k vrstvě hovorové. Význam mluvené češtiny roste, sílí vliv obecné češtiny na ostatní dialekty a interdialekty i na spisovnou češtinu. Bulvární deníky v drtivé většině nerespektují jazykovou normu, často užívají expresivní, nespisovné, vulgární vyjádření. Rozkolísanost normy a individuální styl umožňují, aby se v jednom vydání novin objevilo odlišné psaní slov typu *univerzita/universita, nihilizmus/nihilismus*. Dodatek

k pravopisným pravidlům z r. 1994 umožňuje některá slova psát třemi způsoby: *ofenzíva, ofenziva, ofensiva*. (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 22.)

Český jazyk významně ovlivňují i cizí jazyky, zejména angličtina. Souvisí to s pronikáním anglické terminologie do života české společnosti. Anglické výrazy se běžně užívají v oblasti ekonomické, politické, kulturní, sportovní, počítačové techniky i žurnalistiky.

Mnohé původně novinářské výrazy se dostávají do povědomí širší veřejnosti. Jedná se zejména o publicismy typu *politická kauza, iniciovat řešení, časový horizont, korunovat úspěchem, zorný úhel, klíčová role, arzenál otázek, aktivní bilance, zmařit úsilí, horký favorit* atd. I sám pojem *masmédiu* spadá do kategorie publicismů. Ze slovtvorného hlediska se uplatňuje tendence vytvářet dokonavá slovesa k nedokonavým slovesům cizího původu: *vyspecifikovat, prolustrovat, zalobbovat, zavirovat, doprivatizovat* i ke slovesům domácím: *propařit, dovolba, rozklíčit, zviditelnit se, zohlednit*. Časté je užívání kulturních frazémů, expresivních výrazů, slangu i nespisovných tvarů. Typickým rysem novinářského jazyka je bohatý výskyt nepřímých pojmenování, frazeologismů a jejich modifikací. (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 23.)

2.3.1 Funkce jazyka žurnalistiky

Jazykové prostředky, typické pro žurnalistickou oblast a jejich specifické rysy charakterizoval už Bohuslav Havránek (1932). V roce 1954 se v Liblicích uskutečnila konference, na níž K. Hausenblas vystoupil s požadavkem zařadit publicistický styl do soustavy funkčních stylů a dal tak podnět ke zkoumání jazyka žurnalistiky. Ten má dvě funkce, a to informativní a persuazivní.

Primární funkcí žurnalistických komunikátů je informovat, podávat zprávy. S touto funkcí se setkáváme převážně ve zpravodajství.

K sekundárním funkcím komunikátů řadíme funkce persuazivní, popularizační (komunikáty v přílohách současných deníků) a zábavní (fejton, fraška). (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 23.)

2.3.2 Jazyk žurnalistických sdělení

Jazyk slouží k poznávání světa a jeho jevů a ke komunikaci mezi lidmi, plní i úlohu reprezentativní. Český národní jazyk se dělí na útvary spisovné a nespisovné. Jeho kodifikace umožňuje rozlišit neutrálnost (nepříznakovost) a specifíčnost (příznakovost) řeči. Tradicemi, vzděláním a konvencemi se určitý počet vyjadřovacích prostředků v jistých typech sdělení pokládá adekvátní nebo neadekvátní. Nápadné jazykové prostředky se nepokládají za chybné, jsou-li užity vědomě, s promyšleným záměrem. (srov. BARTOŠEK. 2001, s. 74.)

Lingvistika rozlišuje rovinu hláskovou, tvaroslovnou, lexikální a syntaktickou. Čeština má k dispozici řadu variantních prostředků. „... Volbu variant a jejich hodnotu (neutrálnost – specifíčnost, kultivovanost – nekultivovanost, eleganci – těžkopádnost, hutnost – mnohomluvnost aj.) motivují komunikační faktory (slohotvorné činitele).

Objektivní komunikační faktory jsou zejména funkce, prostředí (soukromé – veřejné), jazyková forma (mluvená – psaná), vztah k tématu (vážný, humorný, ironický, oslavný), přítomnost či nepřítomnost adresáta (monolog – dialog), typ sdělení (spontánní – připravené) a zčásti i samo téma.

Subjektivní faktory ovlivňující výběr jazykových prostředků jsou hlavně povaha, nálada a tělesný stav, vzdělání a intelekt, věk a pohlaví, regionální zasazení, sociální role a komunikační motivy (záměry).

Specificky žurnalistický komunikační faktor je tlak profese.¹⁶ Sem lze přiřadit trvalou časovou tíseň, nedostatek pohodlí a komfortu pro práci, povinnost psát o tom, co je aktuální a obecně důležité nebo zajímavé, než o tom, co novinář dobře zná či má v oblibě, téměř nulovou možnost zpětné vazby s publikem, neustálou potřebu právní a etické samoregulace a nepravidelnost pracovního a životního rytmu. To vše působí na žurnalistovy jazykové i mimojazykové prostředky.

Jazykové vyjadřování závisí i na jazykové situaci. V současnosti je spisovná norma rozkolísaná, čeština se silně internacionalizuje, proniká do ní mnoho slov z cizích jazyků, zejména z angličtiny. Do žurnalistiky pronikly nové slohové útvary a postupy. Vzrůstá role zpravodajských fotografií a význam textových doprovodů (popisek). Rostou nároky na stylizaci sdělení, na jeho stručnost a vnímatelnost.

¹⁶ BARTOŠEK, J. c. d., s. 75.

2.3.3 Jazykové a nejazykové sdělení v žurnalistice

Významné postavení v současných novinách získaly nejazykové prostředky. Stále více tzv. seriózních deníků užívá k přenosu informací kromě jazykových sdělení barevné fotografie, grafy a tabulky, orientační plánky, ilustrační obrázky apod.

Sportovní redaktoři tak své články doprovázejí grafickým znázorněním pravděpodobných sestav či sestav kola, rozfázovanými schémata důležitých okamžiků významných utkání, karikaturami slavných osobností z oblasti sportu apod. Výskyt mimojazykových prostředků ve sportovních rubrikách je samozřejmě četnější, pokud probíhá nějaká význačná událost.

Před zahájením sezony závodů F1 se tak objevují např. tabulky s tipy „*Proč sledovat F1?*“, doplněné o statistický přehled jednotlivých stájí a jezdců včetně ilustrací monopostů i se základním schematickým popisem vozu formule 1, analýzu šancí fotbalové reprezentace zase před mezistátním zápasem nabízí tabulka „*Forma před Dány vypadá solidně*“, v níž redaktor bodově hodnotí herní kvality (aktuální forma, brankář, zkušenosti, taktika, motivace, osobnosti ...) obou soupeřících mužstev. Zejména v MfD se hodnocení hráčů známkami jako ve škole stalo už tradicí, doprovodný slovní komentář si však zatím vysloužili jen hráči reprezentace. Hodnotící tabulky a přehledy zaznamenaly v současné sportovní žurnalistice velký boom, hodnocení „herních kvalit“ je ale velice subjektivní. Zejména redaktoři MfD se staví do role znalců a z této pozice hru i hráče hodnotí. Jejich soudy mnohdy vyznívají velmi příkře, přitom se autoři hodnocení opírají pouze o svůj názor a erudici a ne např. o pohled odborníků.

2.4 SPECIFIKA JAZYKA SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKY

Noviny vychází v pravidelných intervalech, zachycují obdobné události. Periodicita se v jazyce projevuje modelovostí, což zahrnuje právě reflexi opakujících se situací, a automatizací, tj. užíváním relativně stálých, neměnných vyjadřovacích prostředků.

Pro novinářský jazyk je typický stereotyp v užívání větných celků. V úvodní části článků seriózních domácích periodik se zpravidla objevují souvětí maximálně o čtyřech větách, obvykle s vedlejší větou přívlastkovou: *Po zranění zad, kvůli kterému týden odpočíval, nastoupil Hašek v Columbusu a z deseti střel inkasoval čtyři góly; V české*

extralize se to ještě nikdy nepovedlo, v NHL je pouhých devět gólmanů, kteří vstřelili branku (brankář Hovi vsítil gól ve slovenské extralize); V Litvínově uznávají, že je Pech dobrý hokejista, ale štve je, že přihrává fauly. Karlovarský hráč však není sám. V každé čtvrtfinálové sérii play-off se našel hráč, který ochotně upadl, i když nemusel. (MfD 17. 3.)

Stereotyp a automatizace se nevyhýbá ani titulkům, v MFD je časté např. kladení slovesa na konec titulku – *Vedoucí kvarteto v Itálii body neztratilo, Spartaňané zakleté hřiště poprvé dobyli, Šťasný v Boleslavi skončil.* (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 24.)

Dalším charakteristickým rysem žurnalistiky je aktuálnost, která se z jazykového hlediska projevuje zejména v lexikální rovině (jazyk žurnalistiky reaguje na nové skutečnosti a jevy pružněji než jazyk uměleckého nebo administrativního stylu). Snadná dostupnost tiskovin a konkurenční boj má za následek snahu redakcí vyjít vstříc čtenářskému vkusu. Redaktoři jsou nuceni přizpůsobit se preferencím čtenářů při volbě jazykových prostředků, užitých v článcích.

2.4.1 Větná stavba

Zpravodajské sdělení má umožnit rychlé a jednoznačné porozumění, proto se má skládat z kratších větných celků, jeho struktura má být lineární a uvolněná, sdělení má být dynamické. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 57.) Sportovní novináři ve svých textech uplatňují jak věty jednoduché, tak i souvětí. Komunikáty sportovní rubriky zahajuje většinou souvětí, věty jednoduché bývají často syntakticky bohatě členěné a obsahují v průměru více než 10 slov. Obvyklé jsou věty vztažné (i nepravé věty vztažné a účelové), uvozené zájmeny *který, jenž*. Lze říci, že zvýšený výskyt nepravých větných dvojic je nešvarem současného novinářského jazyka. Nepravé věty vztažné („neprávem“ vyjadřují nikoliv přívlastek, nýbrž následný jev) nelze striktně odmítnat, ovšem jejich přemíra text zatěžuje a někdy mohou být i dvojznačné. Optimální řešení mnohdy představuje rozdělení souvětí s nepravou větou na dva samostatné větné celky. Sdělení je pak kratší, srozumitelnější a snáze se čte: *Černý, který až do letošního ledna působil jako Robinsonova dvojka, se dostal do branky v zápase Ligového poháru. X Radek Černý už není náhradníkem. Včera se postavil do branky v zápase Ligového poháru.*

Pro snadnou srozumitelnost žurnalistických textů je významný také větosled. Vnímání ztěžuje oddělování podmětů a přísudků hlavních vět větami vedlejšími: *Zástupci UEFA by měli o listině, která stanovuje nominaci sudích pro příští EURO, rozhodnout v nejbližších dnech. X O listině, která stanovuje...by zástupci UEFA měli rozhodnout...*

Obtížněji se vnímají věty se dvěma předložkami za sebou: *Veřejnost se o v italské lize vzkvétající úplatkářství neměla dozvědět. Výsledek tak završil na pro diváka nepochopitelných 11:0.*

Smysl věty mění nevhodně užitá zájmenná podoba *svůj a jeho*: *Pro své zranění jej trenér na start nepustil.* (Zraněný byl atlet, nikoliv trenér).

Neurčité vyjádření syntaktické závislosti vedlejší věty vede ke dvojznačnosti sdělení: *Pokud by organizátoři Tour další dopující závodníky odhalili, hrozí jim soud a doživotní zákaz činnosti.*

„...Projevem zhuštěného vyjadřování je výskyt přídavných jmen slovesných (*obsahující, zbývající, vystřídavší*) – jev typický pro sportovní rubriku; přechodníků (jsou na ústupu, objevují se jejich ustrnulé podoby – *nehledě, chtě nechtě*). Běžně se vykytují elipsy slovesa či substantiva – *zavěsil pod víko, s jistotou kryl*.“¹⁷

Častý je anakolut, zeugma, atrakce, ale především kontaminace vazeb – *zamezil jsem to X zamezil jsem tomu*, objevují se nové vazby: *diskutovat o problému diskutovat problém*. (srov. MLČOCH. 2001,a, s. 32.)

2.4.2 Titulek ve sportovní žurnalistice

Noviny lze přirovnat ke kavárně a titulky k jídelnímu lístku, podle něhož si návštěvník z nabídky vybírá. Novinové titulky upoutávají pozornost čtenářů k článkům, orientují je v rubrikách a na stranách, naznačují důležitost článků a tvoří složku výtvarné hodnoty periodika. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 78.)

Dříve převládal názor, že titulky mají být stručné a neúplné, aby přiměly čtenáře k zájmu o plný text. Statické titulky (bez slovesa v určitém tvaru) převažovaly nad dynamickými a jednočlenných vět v nich bylo víc než dvojčlenných; souvětí byla

¹⁷ MLČOCH, M. *Jazykové prostředky psané sportovní žurnalistiky*. In: *Studia philologica* 10, Olomouc: Univerzita Palackého, 2001. s. 32.

výjimečná. Hojně se užívaly hlavní titulky ve spojení s nadtituly a podtitulky. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 78.)

V devadesátých letech došlo ke změně. Titulkům zůstala jejich orientační funkce, ale zároveň vzrostla úloha poutací a výtvarná (především u bulvárních tiskovin). Zpravodajské titulky se odlišily od publicistických a zábavních a změnil se pohled na titulkové komplexy. Význam titulků roste s tendencí zkracovat zprávy. U delších sdělení se začaly užívat citátové mezititulky. Vrůstá význam titulkových zpráv a začínají se uplatňovat i velmi stručné titulky k popiskům pod fotografiemi. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 78.)

Titulek lze chápat z hlediska stylistiky (resp. textologie) jako nadpis, název. „...Návaznost mezi titulkem a textem může být vyjádřena explicitně (u titulků určitých), i latentně (titulky neurčité). Kontextovost titulku spočívá v tom, že je součástí článku (stojí přitom samostatně) a naznačuje jeho obsah, a rovněž v tom, že titulek je součástí celé strany textu, resp. celých novin.“¹⁸

Z toho plyne nezbytnost adekvátní volby titulků na téže straně, vyhnout se opakování vět, užívat rozmanitých jazykových prostředků.

Titulek má tedy několik funkcí:

- a) zaujmout čtenáře, upoutat jeho pozornost,
- b) orientace v textu,
- c) funkce informativní
- d) funkce agitační,
- e) je součástí grafické úpravy novin.¹⁹

Primárním úkolem titulku je čtenáře zaujmout, upoutat jeho pozornost, přimět jej k přečtení článku. V titulku autor zpravidla naznačuje, o čem článek bude pojednávat.

Další úkol titulku, a sice orientace v textu, v současnosti nabývá na významnosti, protože podle statistiky titulkům čtenáři věnují větší pozornost než textům článků.

Titulky vychází vstříc také další potřebě čtenáře – mít přehled o nejdůležitějších událostech, ale kvůli úspoře času je pouze zaznamenat. Zřetelně se prosazuje potřeba tlumočit v titulku podstatu celého zpravodajského sdělení. Titulek zajímá čtenáře

¹⁸ **MLČOCH, M.** *Titulek ve sportovní žurnalistice*. In *Studia philologica* 9, Olomouc: Univerzita Palackého, 1999. s. 8.

¹⁹ **BARTOŠEK, J.** *Úvod do studia žurnalistiky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001. s. 78.

pětkrát častěji než samotný text. (srov. BARTOŠEK. 1997, s. 62.) Také popisky pod fotografiemi zajímají čtenáře víc než texty článků. Titulek tedy plní funkci informativní, je nositelem informace.

Agitační funkce titulku, běžná v ideologicky masírovaném tisku, v současnosti ustupuje. Titulky typu *Závazek splnili* a podobné krátké, dvou až tříslóvné titulky, vykazující silnou míru údernosti, dnes nahrazují titulky víceslovné, slovesné, informačně obsažné. Agitace, apel se ale přece jen občas v titulku objeví.

Titulek je také součástí grafické úpravy novin. Grafická podoba titulku často napovídá o charakteru deníku, případně stránky. Svou roli hraje i velikost písma, související s grafickou úpravou. Moderně vedené deníky užívají různých velikostí a typů titulkového písma, aby odlišily texty podle důležitosti, žánrové příslušnosti apod. Zejména pro bulvární tisk je charakteristická dvakrát až třikrát větší velikost grafických znaků v titulku oproti seriózním deníkům. Účelem je příjemce sdělení ohromit, překvapit, šokovat, velikost titulku má zdůrazňovat jeho důležitost.

Existují tyto typy titulků:

- krátké (do čtyř slov) nebo dlouhé: *Oleszova vítězná trefa x Olesz gólem přispěl k výhře nad Rangers;*
- statické x dynamické podle absence nebo přítomnosti slovesa v určitém tvaru: *Vítězná Kometa x Pro hokejovou Kometu hrálo všechno;*
- obecné x konkrétní: *Slavia v semifinále! x Slavia postupuje, porazila Třinec 4:3;*
- věcné x obrazné: *Ostravští fanoušci řádili v Olomouci x Olomoucí se prohnala smršť jménem Baník;*
- tematické x rematické x tematickorematické podle přítomnosti či absence východiska (tématu) a jádra (rématu) výpovědi: *Konce porážek x Lvi už vítězí x Ústí nad Labem zvítězilo ve Zlíně.* (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 78.)

Titulky zpravodajské a publicistické

V žurnalistické teorii se dříve rozlišovaly titulky zpravodajské, hodnotící (komentující) a beletristické. Nověji se objevuje klasifikace titulků na zpravodajské a publicistické (srov. BARTOŠEK. 2001, s. 78). Definice ze starší literatury popisuje zpravodajský titulek takto: „... titulek zpravodajský v podstatě stručně oznamuje fakta a

obsahuje zejména věcné a časové údaje, čísla, jména lidí, názvy závodů, měst apod.²⁰ Uvedená definice ovšem v dnešní době není aktuální, zpravodajský titulek často stručný nebývá, srov. současné titulky z Mladé fronty Dnes: *Zeman chce Klause, odmítá Dienstbiera, Václav Fischer má naději, že získá zpět letadla za stamiliony, Tak existovali bohové, nebo ne? Slavia a Liga mistrů. Nemožná mise, díl šestý? Nepůjdu do války, řekl Ten Největší*. Je zřejmé, že i ve zpravodajských titulcích se užívají obrazná vyjádření, časté jsou také frazeologismy. V dnešní žurnalistické praxi zcela obvyklý fenomén „mísení žánrů“ vede k tomu, že hranici mezi titulkem či článkem zpravodajským a publicistickým nelze jednoznačně vymezit.

Titulky statické a dynamické

Titulky statické se vyznačují nepřítomností slovesa v určitém tvaru. Základem bývá substantivum ve funkci subjektu, resp. adjektivum, četné jsou např. konstrukce ADJ – S nom: *Nepovedený turnaj, Unešený Gretzky, Famózní Hnilička*, S nom – ADV: *Výborný do Sparty? Nebo do Lugana?*, S nom – S gen.: *Souboj dvacetiletých* atd.

Dynamické titulky zpravidla obsahují verbum finitum, např. *Portugalec Ronaldo nezářil, lepší byl krajan Quaresma, Skokani se odrážejí do tmy, Vliegen umí v Davis Cupu udeřit*. Dynamičnost nemusí explicitně vyjadřovat verbum finitum, známé jsou tvary s např. deverbativním substantivem: *Vítání aplausem, Mistrovo trápení*, resp. jinými prostředky, např. *Prémie potvrzeny! Na Kypr bez Brücknera! Mrzutý Dominátor?*

Titulky tematické, rematické a tematicko-rematické

O této klasifikaci hovoří teorie o aktuálním členění větném. Platí, že čím je titulek delší, tím může být obsahově úplnější. Vysoká sdělnost titulku má přednost před typografickou nápadností a obsahovou vulgárností. Přední seriózní deníky užívají pro delší významné články titulkové komplexy: nadtituly, hlavní titulky i podtitulky. (BARTOŠEK. 2002, s. 80.)

Některé titulky obsahují pouze téma, např. *Jedničkou Grigar, Spokojená Špotáková, Zraněné hvězdy, Mistrovo trápení*, určité nebo neurčité. Ve zpravodajských rubrikách

²⁰ MACHÁČKOVÁ, E. *K sémanticko-syntaktické výstavbě novinových titulků*. SaS 45, 1985. s. 215-222.

moderních českých deníků převažují titulky tematickorematické: *Vícebojařka Ščerbová má rekord i limit, Hlinka z NHL neutekl. A dobře udělal., Trenér Ghany dostal pokutu za rasismus*. Tento typ titulku totiž dobře koresponduje s úvodním odstavcem zprávy, jenž je rozšířenou verzí titulku. Méně často se vyskytují titulky čistě rematické, podobně jako např. tzv. kataforická elipsa.

Kataforická elipsa je projevem silné dynamizace titulků. Jedná se o vypuštění subjektu (tématu). Ten identifikujeme až z následujícího textu: *Bojí se antuky; Svatbu nechystá*.

V současných titulcích hraje velmi důležitou roli také sloveso v určitém tvaru - dynamizující prvek výpovědi. Slovesa v určitém tvaru mají často funkci rematického (významového) centra titulku. Proto zaujímají koncovou pozici, nezdědka daleko od substantiva, s nímž tvoří větnou dvojici: *Brian Clay se světový rekord Šebrleho nyní překonat nechystá*.

Autoři podobných titulků chtějí zdůraznit, že odpovídají na předchozí otázky – např. zda se Clay bude v nejbližší době pokoušet o překonání *Šebrleho* světového rekordu. Takové titulky jsou sice hodnoceny jako stylově neobratné, neboť povědomí jejich sekvenčnosti nelze předpokládat u většiny čtenářů, ovšem působí agresivně a provokují k přečtení celého textu.

Titulky konkrétní a neurčité

Aktuální tendence v žurnalistice směřuje k tomu, aby titulek vyjadřoval jádro celého zpravodajského sdělení. Převážná část titulků současných periodik se vyznačuje konkrétností a informační obsažností: *Fenin ovládl bundesligu i německý internet, Němci mají pro EURO 2008 stejné odměny jako Češi, Rasisté napadají Hamiltona, Hlinka z NHL neutekl. A dobře udělal., Kouč Alois Hadamczik za necelé tři týdny podnikne cestu za hráči NHL* (deník Sport 5. 2. 2008).

Neurčité titulky naproti tomu vykazují mnohem nižší informační hodnotu, neboť o podstatě článku vypovídají jen málo. Svou neurčitostí přitahují zájem čtenářů. Nejčastěji se vyskytují ve sportovní žurnalistice. Tento typ titulků vyžaduje znalost problematiky a předpokládá, že čtenář pravidelně sleduje určité dění: *Jenom to vstávání, Nejprve méně zkušený, Třetí ze slavného rodu na vrcholu, Nedostal cenu, protože nepřijel* (deník Sport 5. 2. 2008).

Automatizace a aktualizace v titulcích

O aktualizaci a automatizaci obecně pojednávám níže, tyto jazykové jevy se samozřejmě uplatňují i v titulcích a lze konstatovat, že jak v titulcích, tak v textech článků převažují automatizovaná vyjádření nad aktualizacemi.

Pro většinu titulků je nyní typické přímé pojmenování, uvolněná větná stavba, výskyt verba finita a souvětí. Titulky obsahují automatizace a v omezené míře také aktualizace.

Titulky, v nichž se vyskytuje automatizace, mnohé z nich lze považovat za klišé:

- *Fenin? Trumf pro EURO!*
- *Měli je dobře přečtené.*
- *Kometa potřetí padla;*
- *Ragbisté Walesu šokovali Londýn;*
- *Český brankář drží Panthers ve hře o postup do play off;*
- *Výhru trefila Žirková;*
- *Rangers se zvedli a zničili Montreal;*
- *Vacek strůjcem sestupu.*

Titulky aktualizované:

- *Sestřelili je ze vzduchu;*
- *Nešťasníci*
- *Fenin je kladivo na Baroše;*
- *Kladno se vyhrabalo z bahna;*
- *Slavia se v euforii neutopila.*

V prvním případě chtěl autor vyjádřit, že v hokejovém utkání prohráli domácí Vítkovice, když dostaly oba góly sklepnutím letícího puku ze vzduchu. Druhý titulek se snaží pomocí hry se slovy zachytit pocit frustrace fotbalistů Mladé Boleslavi po dramatickém odchodu trenéra Ščasného, jenž naznačil, že sudí na objednávku straní ostatním klubům na úkor právě mladoboleslavských. Třetí titulek zmiňuje konkurenční boj o základní sestavu v útoku fotbalové reprezentace. Následující titulek glosuje situaci hokejového Kladna, které po velmi špatných výsledcích v první půli základní části

nakonec zachránilo postup do play off. I v posledním je aktualizace slovesem poněkud násilná.

Lexikální stránka titulku

V lexikální analýze titulků se zabývám příklady, které reflektují především výskyt obrazných pojmenování a významových posunů. Snažím se posoudit také užívání frazeologismů a jejich modifikací a slov cizího původu.

„...Vedle zkoumaných jevů se uplatňují titulky, v nichž se autor vyjadřuje přímo, nepoužívá významové posuny, frazeologismy apod. Počet těchto titulků vzrůstá, což souvisí s uvolněním větné stavby a se zvětšením rozsahu titulku, a také se skutečností, že obrazné pojmenování může znesnadnit pochopení titulku, snižuje mnohdy jeho informační hodnotu.“²¹

Příklady titulků s pojmenováním přímým:

- *Český útočník vstřelil v premiéře první hattrick kariéry;*
 - *Duba je neprůstřelný;*
 - *Erat hattrickem rozstřílel Edmonton (MFD, 5. 3. 2008)*
 - *Hadameczik uvidí pět zápasů NHL;*
 - *Malík se rval se spoluhráčem.*
- (zbytek příkladů - deník Sport, 7. 2. 2008)

2.4.3 Lexikální prostředky sportovní žurnalistiky

Metaforická pojmenování

Automatizovaná či aktualizovaná vyjádření jsou tvořena podle určitých schémat. Nejčastěji se čtenáři setkávají s metaforickou nominací.

²¹ MLČOCH, M. *Titulek ve sportovní žurnalistice*. In *Studia philologica* 9, Olomouc: Univerzita Palackého, 1999, s. 16.

Slova cizího původu

Počet slov cizího původu v našem tisku za posledních 18 let výrazně vzrostl, výjimkou nejsou ani novinové titulky. Nejvýraznější je vliv angličtiny. Přejímky z angličtiny se staly nedílnou součástí všech sfér lidského života (kultura, ekonomika, politika apod.)

Ve sportovní žurnalistice se přejímání z angličtiny odráží převážně v textech článků, ovšem i v titulcích lze pozorovat zřetelný posun. Objevují se v nich např. názvy nových sportovních odvětví (paintball, skikros, floorball, squash, streetball atd.). Příklady často se vyskytujícími přejatých slov anglického původu:

liga, farma, hokej, šampionát, klub, šokovat, skóre, tenis, farma, play off, finiš, klub, víkend, favorit, gól, motokrosař, Stanley Cup, test, rekord, start, sport, handicap, lídr.

Některá z uvedených slov do jazyka pronikla teprve nedávno (*snowboard, skateboard, carving, off-road*), jiná jsou zcela nová (*skiatlon, skikrosař*). Část zmíněných výrazů není primárně anglická, do sportovní terminologie a posléze žurnalistiky se dostaly z anglofonního prostředí, např. *liga* (původně z latiny).

Rovněž internacionalismy našly v jazyce sportovních redaktorů pevné místo. Mnohé z nich mají ve sportovní žurnalistice specifický význam, např. *kombinace, akce, kvalifikace, forma, série* apod. Zvýšený výskyt internacionalismů v komunikátech redaktorů souvisí s největší pravděpodobností s intelektualizací jazyka.

Příklady: atlet, tragédie, teorie, legie, gejzír, box, emoce, pasivní, negativa, diagnóza, faktor, dilema, šéf, chaos, pech, styl, republika, motor, rodeo, hymna, kilogram, prezident, automobil, genius, kvalifikace, forma, specialista, série, termín, duel, deklasovat, kontakt, taktika, fantastický, vizitka, brilantní, rébus, debakl, revoluce, video, olympiáda, organizátoři, biatlon, konkurence, legenda, kombinace, suplovat, pozice, titul apod.

Kromě původně anglických, latinských nebo řeckých slov se čtenáři nezdědka setkávají i s přejímkami z jiných jazyků, zejména z francouzštiny, italštiny i z exotických jazyků, jako např. z eskymáčtiny nebo čínštiny.

Příklady:

- z francouzštiny: *fazona, kabina, renomé, brilantní, revue, bazén, hotel, reklama, volant, rebel, kuráž, spirála, turnaj, turné*

- z italštiny: *koncert, opera, San Siro, tifosi, catenaccio, Ferrari, konto*
- z němčiny: *Bayern, Kicker, Bild, lutz, rittberger, koule, obr, váha, barva, puška*
- ze španělštiny: *Real, Deportivo, toreador, matador, eldorado*
- z ruštiny: *sborná, borec, svět, vzduch*
- z řečtiny: *tyran*
- z indiánských jazyků: *kanoe*
- z eskymáčtiny: *kajak*
- z arabštiny: *talisman*
- z čínštiny: *tajfun* (srov. MLČOCH. 1999, s. 21.)

Synonymie

V titulcích i textech sportovních rubrik je možno zaznamenat především synonymní označení názvů klubů či jejich hráčů: *Bohemians Praha – Klokani, FK Hradec Králové – Votroci, Slavia Praha – sešívání, červenobílí, Sparta Praha – rudí, hráči v rudých dresech, HC Olomouc – kohouti, HC Chemopetrol Litvínov – chemici, HC Pardubice – perníkáři*, apod. Synonymií v komunikátech sportovní žurnalistiky se podrobněji zabývám níže.

Slovotvorba

Jazyk sportovní žurnalistiky prodělal změny z hlediska slovotvorby především v souvislosti s přejímáním z angličtiny a možnostmi slovotvorné adaptace jednotlivých lexikálních jednotek.

Z hlediska slovotvorného je produktivní:

pojmenování osob zakončená na *-er, -ista, -ák*: *bomber, sniper, biker, inliner, outsider, futsalista, snowboardista, squashista, florbalista, kanoista, specialista, medailista, skejťák, snowboard'ák*

tvoření sloves s příponou *-ova, -nou-*: *vytrejdovat, tečovat, smečovat, favorizovat, handicapovat, skrečovat, stresovat, lobovat, kontrovat, centrovat, šachovat, vyautovat, dopovat, knokautovat, brejknout, stopnout, čendžnout, bloknout*

přejímání zkratk a tvoření zkratkových slov: *ATP tour, WTA tour, GaPa, FIFA, UEFA, WBO, NHL, HC,FC, Moto GP, F1 – efjedničky, Fed Cup, PC – píší, písíčko,*

tvoření hybridních složenin: *galavečer, superstřelec, videozáznam, minimůstek, gigasoutěž, supercen, megaúspěch*.

(srov. MLČOCH. 2001,a, s. 35.)

Prosazuje se multiverbizace: *provádět úpravy, vykonávat dohled, stanovit trest, vyslovit domněnku, odpálit míč hlavou, provádět odkop*, i univerbizace: *domáci (fotbalisté), výškař (skokan do výšky), tyčkař (skokan o tyči), dálka (skok daleký), překážky (překážkový běh), šedesátka (běh na 60 metrů), přesilovka (přesilová hra), Rangers (hráči New York Rangers), osobák (osobní rekord), kraulovat (plavat kraulem)*.

Rozšířené je utváření dokonavých sloves ze sloves nedokonavých předponami, zvláště u slov cizího původu: *naordinovat, nadopovat, zkoordinovat, zrealizovat, zlikvidovat, zesynchronizovat, vyinkasovat*.

(srov. MLČOCH. 2001,a, s. 35.)

Tvarosloví

Český tvaroslovný systém se v současnosti vyznačuje rozkolísaností. V žurnalistice jsou patrné dvě protikladné tendence vývojové dynamiky: návrat k archaickým tvarům i silný inovační směr. Prosazují se výrazy nespisovné (tvary typické pro obecnou češtinu, slova expresivní, kolokvialismy) stejně jako tendence k respektování korektních tvarů, užívají se archaismy, slova knižní (zpravidla jako aktualizace). Ve sportovním zpravodajství se vyskytují archaismy zejména v podobě přechodníků a přídavných jmen deverbativních, výjimkou nejsou ani infinitivy zakončené na *-ti*: *střídaje, kleče, vystřídavší, vyběhnuvší, zaútočit se zdálo býti neřešitelným problémem*.

„...Archaizující tendence vyplývají např. z pocitu ohrožení kvality spisovné češtiny a z dynamického rozvoje nových společenských vrstev, které z prestižních důvodů usilují o konzervativnější způsoby jednání, chování, odívání i řeči; obrat k minulosti je i reakcí na současnou obecnější devastaci kultury vyjadřování na veřejnosti.“²² V masmédiích je pozornost k archaickým tvarům reakcí na stereotypnost-modelovost.

Frekventované je užívání tvarů, které do spisovného jazyka přecházejí z obecné a běžně mluvené češtiny, což je právě projevem inovačních tendencí v jazyce: *nahlašte*

²² KRAUS, J. *Několik poznámek k pocitu jazykového ohrožení*. NŘ, 79, 1996, s. 1-9.

to; byl odnešen. Nespisovné tvary pronikají především do přímé řeči – v rozhovorech se sportovci, trenéry apod.

Obecná slova internacionální povahy se v médiích dočkají mnohdy velmi netradičního skloňování, u víceslovných zeměpisných jmen je tendence skloňovat jen poslední část pojmenování: *vítězka ze Sierra Nevady; ve Fürth im Waldu.*

Přiřazování ke gramatickému rodu se častěji řídí koncovkou cizího slova nebo českého určujícího jména než českým významovým ekvivalentem cizího slova: *spartánské libero* (ve španělštině je libero mužského rodu a tak by správně mělo spojení znít *spartánský libero*). (srov. BARTOŠEK. 1999, s. 39-48.)

V užívání přechodníků a adjektivizovaných příčestí panuje takřka lidová tvořivost. Jsou užitečné, neboť kondenzují sdělení, i módní, protože jsou nejbližším ekvivalentem anglických participií či gerundií. Z nedostatku jazykového vzdělání užívají někteří žurnalisté nespisovných tvarů přechodníků a příčestí. Slohově nepatřičné je užívání příčestí u nespisovných slov: *Přesně přihrál na nachomejtnuvšího se tam Kučeru.* (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 60.)

Ve zpravodajských žánrech převládá 3. osoba čísla jednotného i množného, v publicistice se uplatňují tvary všech osob čísla jednotného i množného. Značnou produktivitu vykazuje užívání genitivních vazeb – *Fantastický výkon Trvaje, přihrávka Kučery, Baranek rychlejší Šlachty.* Prosazuje se také vokativ, zejména v titulcích.

Za projev inovačních tendencí lze považovat např. zakončení plurálu na *-i*: politici, demokrati x politikové, demokraté, kolísání mezi slovesnými vzory ad. (srov. MLČOCH. 2001, a, s. 36.)

Pravopis

Úroveň našich deníků není z pravopisného hlediska příliš na výši. Na současném stavu se podílí několik faktorů:

1. zkušené žurnalisté odchází z profese, nahrazují je noví redaktoři, často mladí lidé bez potřebné kvalifikace,
2. neochota některých deníků akceptovat v plné míře změny pravidel pravopisu,
3. zvětšení rozsahu novin,
4. nutnost přinášet neustále aktuální zprávy, články tak z časových důvodů neprochází korekturou.

Hojně se vyskytují chyby v psaní proprií a pravopis i/y ve shodě přísudku s podmětem a také chyby v interpunkci nebo konstrukce, jež z pohledu stylistiky hodnotím jako ne zcela zdařilé:

Ústečtí v Pardubicích dlouho odolávali, dokonce, vedli, ale utkání skončilo po uzávěrce.

Ústí mohlo usilovat o udržení alespoň teoretické naděje o vyhnutí se baráži.

Liberecký gólman Martin Pinc má formu (brankář hokejového Liberce se jmenuje Marek).

Chyby ve vyjadřování a stylistické nedostatky – *svést blesky do tavící pece; šedesát gólů je taky hranice klubu; k závodu jsou zahlášení dva Češi; hokejista se psychicky rozložil.*

Modelovost ve sportovní žurnalistice

Jednotlivá sportovní odvětví mají většinou dlouhou tradici. Protivníky lze dnes už jen velmi těžko překvapit, téměř všechny neobvyklé a překvapivé postupy už někdo vyzkoušel. Situace, jež sportovní redaktori ve svých textech popisují, se proto často opakují nebo jsou obdobné. Sportovci se totiž řídí pravidly stanovenými pro jejich disciplínu, v kolektivních sportech se snaží uspět proti soupeři, ale právě pravidla a z nich vyplývající taktické pokyny vedou k tomu, že zpravodajství např. z fotbalových nebo hokejových utkání nutně referuje o podobných akcích, komentuje identické herní situace.

Protože je téměř vyloučeno setkat se v průběhu utkání s nějakou šokující a neotřelou herní variantou, sportovní komentátoři logicky užívají stále stejné a zažité jazykové prostředky. Lze tedy hovořit o modelovosti ve vyjadřování. Opakují se nejen jednotlivé jazykové prostředky, ověřenými a ustálenými postupy se řídí i proces výstavby textu publicistických žánrů (referát, krátká zpráva, interview), často se vyskytují též shodné syntaktické konstrukce: *Ovečkin dvěma góly sestřelil Buffalo; Vlček pečetil na konečných 3:0; Nedvěd pálil jen do břevna; Erat se prodral do zakončení; Sýkora překonal Svobodu ranou mezi betony.*

České deníky se drží vlastní koncepce a osvědčeného uspořádání sportovní rubriky, jednotlivá sportovní odvětví mají v deníku své pevně stanovené umístění a určený rozsah, každé noviny užívají specifický typ písma a barvu v titulcích. I to je projevem modelovosti.

Slovní zásoba

Požadavek všeobecné a snadné srozumitelnosti zpráv vyžaduje přiměřenou slovní zásobu. Měla by být především spisovná a významově určitá. Zprávy fičrové povahy užívají i prostředků příznakových: *Slavii ubil Besta; Průšvihy, nadávky i drama; Kanad'an skončil ve škarpe*. Pod časovým tlakem a díky vlivu stále rostoucí internacionalizace je slovní zásoba zpravodajství stereotypní, modelová. O to víc v ní vynikají slova nápadná, neočekávaná a nežádoucí. Žurnalistika tak uvádí do užívání celou řadu nových pojmenování – vznikají zajímavá kompozita, slova se užívají v nečekaných významech – nejčastěji jsou to obrazná pojmenování, synonyma, nepřechýlená ženská příjmení, archaismy, kulturní frazémy, málo známé odborné výrazy, cizí, slangová a argotická slova. Projevem automatizace jsou publicismy a klišé, na ty si ale čtenářská obec už zvykla a budí tak méně pozornosti. Některá příznaková pojmenování pramení z jazykové nekompetence, jiná vyrovnávají množství „povinných“ slov nápadnějšími variantami slov jiných. (srov. BARTOŠEK. 2002, s. 59.)

Snadnému porozumění brání užívání nesouměrných jednotek: *Kličko má s hmotností 215 liber velkou výhodu, Ibragimov je totiž téměř o deset kilogramů lehčí*.

Specifickou vrstvou slovní zásoby žurnalistů tvoří publicismy, někdy slova, jindy slovní spojení, jako *kauza, iniciovat, oslovit, zmapovat, časový horizont, lokální, problémový* apod.

Nadužívání publicismů vede k tomu, že se z nich postupem času stávají klišé: *nejsou žádné signály, útočník se v zakončení nemýlil, nezaváhal, byl střelecky disponovaný, otevřel skóre, zatížil konto soupeře brankami* aj.

Ve slovní zásobě jazyka sportovní žurnalistiky lze pozorovat především užívání slov cizího původu. Příznačná je zvýšená frekvence slov původu latinského nebo řeckého, a samozřejmě silný vliv angličtiny. Do češtiny se také dostávají anglická pojmenování skutečností, jež mají funkční domácí ekvivalent (*red-line offside X ofsajd na červené čáře, icing X zakázané uvolnění*).

Přejímání z angličtiny

Přejímání anglicismů do češtiny nepředstavuje nijak výjimečný a nový jev, některé z nich byly převzaty už v 19. a v první polovině 20. století (*fotbal, hokej, volejbal*). Rok

1948 znamenal omezení anglických přejímek z ideologických důvodů, již vžitá slova se však vytlačit nepodařilo, i když termíny jako *bek*, *halv*, *forvard* získaly české ekvivalenty, jež je zcela nahradily. Situaci po roce 1989 charakterizuje masivní počet přejatých slov v rekordně krátkém období – podobný vývoj český národní jazyk dosud nezaznamenal.

Jazykové aspekty přejímání z angličtiny lze rozlišovat podle těchto hledisek:

- a) zvuková a grafická adaptace – jsou patrné výrazné rozdíly mezi českou a anglickou výslovností i grafickou podobou lexikálních jednotek: *foul X faul*, *bodycheck X bodyček*, *line X lajna*, *captain X kapitán*, *career X kariéra*, *season X sezona*, *championship X šampionát*
- b) rozdíly ve způsobech adaptace – slova graficky podobná s českou výslovností: *softbal*, anglickou – *baseball*, *challenger*, *streetball*, *volleyball X volejbal*, *floorball*,
- c) lexikální jednotky existující v české i anglické podobě – *košíková – basketbal*, *kopaná – fotbal*, *metaná – curling*, *odbíjená – volejbal*, *icing – zakázané uvolnění*, *buly – vhažování*, *servis – podání*,
- d) tzv. grafické dublety: *manager – manažer*, *meeting – mítink*, *show – šou*, *break – brejk*, *trade – trejd*, *team – tým*, *camp – kemp*, *leader – lídr*, *fitness – fines*, *off-side - ofsajd*
- e) citátová slova: *prize money*, *long-line*, *tie-break*, *play off*, *buly*, *fair play*, *pole-possition*, *cross country*, *top*, *steeple*, *knock-out*

Z hlediska morfolgie se některé přejímky přizpůsobují českému deklinačnímu systému: *hattrick X hatricky*, *icing X icingy*, *superbik X superbiky*, *long-line X longlajny*, *time-out X time-outy*, *handicap X handicapy*, *comeback X comebacky*, *offside X ofsajdy*, jiné zůstávají nesklonné: *finále*, *summary*, *buly*, *cross country*, *pole-possition*, *show*, *play off*, *derby*, *top*. (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 26.)

Internacionalismy

V jazyce sportovní žurnalistky se internacionalismy vyskytují ve značném počtu. Uplatňují se lexikální jednotky typické pro politickou, ekonomickou, kulturní nebo vojenskou sféru. Mnohdy lze vysledovat lexikální jednotky, jejichž význam je ve sportovním kontextu pozměněn, např. *akce*, *kombinace*, *standardní situace* atd.

Nárůst internacionalismů se projevuje jak v jazyce žurnalistů, tak i sportovců a funkcionářů, kteří se snaží ve svých promluvách demonstrovat svoji odbornou způsobilost. Jazyk sportovní žurnalistiky přejímá lexikální jednotky typické pro odborný styl: *Pohled do statistik napoví, že kvalifikace jsou pro Bábu formalitou. Impulsem ke zlepšení byl inkasovaný gól. Střelecká disponovanost brazilského záložníka je impozantní. Útočný potenciál soupeře vzbuzuje respekt. – Domáci nerezignovali a rychle převzali iniciativu. - Finále šampionátu bylo zcela v americké režii. – Domáci přidali na intenzitě bruslení. – Při svém debutu za seniory mladý forvard hned skóroval. – Pinc kapituloval jen po teči Štrby. – Arbitr svými verdikty zinscenoval smutnou komedii.*

Propria

Častý výskyt proprií resp. jmen z proprií odvozených je pro jazyk sportovní žurnalistiky zcela symptomatický. Typický je zejména v názvech klubů, v pojmenováních sportovců:

- podle názvu klubu: *Real, Besiktas, Deportivo, Energie, Bílí tygři, PSV, Benfica, Ajax.*
- podle názvu města: *Třinec, Liberec, Kladno, Most, Chelsea, Barcelona, Liverpool.*
- podle názvu státu: *Brazílie, Kamerun, Argentina, Ghana, Polsko, Česko.*

Jágr opět skóroval, Rangers se blíží účasti v play off.

Bílí tygři míří do Prahy!

Sivok si najel na Tabačkův pas a rozjásal Prahu.

Po výhře v Minnesotě naděje Totonta na play off ještě žije.

Litvínovu se v Liberci povedl začátek snů.

Pinc v brance Liberce čaroval, při střele Tona mu pomohla i tyč.

Anglie je v šoku, na Beckhama opět nezbyl reprezentační dres.

Třinec byl ze Sýkorovy rychlosti zoufalý.

Argentina je v euforii, Messi má životní formu.

Bostonští medvědi utrpěli v Coloradu debakl.

Kubinčák střelou z úhlu zaskočil Mensatora i celé Karlovy Vary. Těm jako by na chvíli došla „energie“.

Synonymie

Synonymie se v jazyce žurnalistiky výrazně uplatňuje v pojmenování aktérů sportovních utkání, závodů, herních situací:

reprezentační výběr – národ'ák - reprezentace;

trenér – kouč – lodivod;

obránce – bek – brousek – drsňák – defenzivní štít;

puk – touš – kotouč – gumový projektil;

útočník – forvard – bombard'ák – šutér – střelec;

vyhodit puk ze třetiny – osvobodit se – poslat kotouč pryč z pásma;

dát gól – vstřelit branku – vymést pavučiny v rohu branky – poslat gólový pozdrav –

vsítit – nahnout/ rozvlnit síť za brankářovými zády – překonat brankáře – dotlačit

míč/puk za čáru – oteřít/zvýšit skóre – zatížit konto protivníka – trefit se – nezaváhat –

skórovat – slavit úspěch – poslat míč/puk mezi tyče;

chytat – hájit branku – postavit se do branky/mezi tyče – vjet do brankoviště.

Synonymní pojmenování slavné sportovní osobnosti je také velmi produktivní:

Jan Koller – *slušňák – Dino - dobrácký obr – historicky nejlepší reprezentační střelec.*

Tomáš Rosický – *malý Mozart – křehoučký záložník Arsenalu – Rosa.*

Martin Havlát – *český rychlík – mimořádný talent s křehkým ramenem.*

Karel Brückner – *trenér fotbalové reprezentace – Klekí Petra – šedovlasý stratég.*

Rovněž synonymní označování sportovců podle klubové příslušnosti je ve sportovní žurnalistice typické: *Slávia - červenobílí, sešívání, sešívky, Sparta - rudí, hráči v rudých dresech, Letenští, obhájce titulu, Liberec – bílí, hráči Slovanu/z města pod Ještědem, Sigma – Hanáci, Hradec Králové – votroci, Dukla – vojáci, Zlín – ševci, Plzeň – západočeši, Jablonec – severočeši, Žižkov – viktoriáni, Brno - bobíci.* Ve fotbalovém zpravodajství se podobně označují také zahraniční kluby: *Real Madrid – bílý balet, Galacticos, FC Liverpool – Reds, Grasshoppers – kobylky, Arsenal Londýn – kanonýři, Anderlecht, Fiorentina – fialky, AC Milán - rosso-neri, Juventus Turín - stará dáma, bianco-neri,* – a také reprezentační výběry – *chlapci se lvíčkem/půlměsícem na prsou, hráči s šachovnicí na dresech, Oranjes, galský kohout, lvi (Kamerun), orli (Nigérie), reprezentanti s křížem sv. Jiří, výběr helvétského kříže, sborná* apod. Od 90. let těchto pojmenování přibývá, rozšířilo se zpravodajství ze zámořských sportů, kde jsou tyto

názvy populární, např. *Panteři i Panthers, Laviny i Avalanche, Arsenal Londýn – Gunners i Kanonýři, Žraloci i Sharks, Hvězdy i Stars, Tryskáče i Jets – Medvědi i Bruins, Velrybáři i Whalers, Senátoři i Seantors, Mocní kačeři i Mighty Ducks, Javorové listy i Maple Leafs, Jezdci i Rangers, Šavle i Sabres*. Jiná pojmenování se nepřekládají, např. *Wild, Trashers, Canucks, Spurs, Blues, Capitals, Blue Jackets, Canadians*.

Exonyma

V současném zpravodajství je patrný odklon od užívání počeštěných názvů cizích měst a přechod k názvům z příslušných jazyků. Začínají převažovat cizí, resp. mezinárodní podoby jmen měst i tam, kde existoval vžitý český ekvivalent: *Postupim – Postdam, Chotěbuz – Cottbus, Venezia – Benátky, Kostnice – Konstanz, Regensburg – Řezno*. Exonyma označující státy, země a hlavní města jako např. *Rakousko, Bavorsko, resp. Paříž, Řím, Londýn* se stále používají.

Automatizace a aktualizace

Jak už bylo několikrát zmíněno, žurnalistické texty se vyznačují stereotypností, tedy užitím jazykových prostředků, které čtenář očekává. V textech se objevuje velké množství ustálených spojení a obrátů – frazémů, publicismů, klišé (*říci si o vítězství, korunovat nápor gólem, pečtit vítězství, spravedlivá dělba bodů, potvrdit převahu, přenést hru* atd.). Tato pojmenování lze považovat za prostředky automatizované. (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 25.)

Automatizace vede v konečném důsledku k tomu, že se texty v různých denících velmi podobají. Automatizované, často se opakující vyjadřovací prostředky a klišé vytváří dojem jakési schematičnosti, šablonovitosti konstrukce textů. Tomu se snaží novináři zabránit pomocí jazykových prostředků aktualizovaných. Jejich prostřednictvím pak pojmenovávají skutečnost neotřelým, nezvyklým a zájem vzbuzujícím způsobem.

Mezi aktualizací a automatizací je dynamický vztah, protože aktualizované prostředky jsou rovněž napodobovány, opakovány a stávají se automatizovanými. Titulky typu *Patička spasila Slavii* nebo *Baroš zachránil remízu* jsou ve sportovní rubrice zcela běžné, čtenáři měli možnost obdobné věty spatřit mnohokrát, zcela jistě

však tato slova někdo použil v daném kontextu jako první. Lze tedy konstatovat, že původní aktualizace se ujala natolik, že vešla do užívání a postupem času přešla do skupiny výrazů automatizovaných.

Aktualizace je snaha text oživit, ozvláštňit, zbavit ho stereotypu. K aktualizaci autor používá neobvyklé morfologické (nespisovný tvar), syntaktické (elipsa predikátu), nejčastěji však lexikální prostředky.

Některé pokusy o aktualizace probíhají podle ustáleného schématu, nezřídka vychází ze jména hráče nebo označení klubu.

- *Orli vlétli do předkola play off.*
- *Bez Rady byla teplotická obrana bezradná.*
- *Neohrožený Verbíř.*
- *Karlovým Varům jakoby došla energie.* (název klubu zní HC Energie Karlovy Vary)
- *Ani příchod Zúbka nic nezměnil, Brno bylo nadále bezzubé.*
- *Pincův tygří skok zmařil šanci.* (Pinc je brankářem Bílých tygrů Liberec)
- *Tygři se v Praze zakousli třikrát.* (zápas hokejové play off mezi Spartou a hokejisty klubu Bílí tygři Liberec skončil vítězstvím Liberce, který docílil tří vstřelených branek).

Jako prostředek aktualizovaného vyjádření z lexikálního hlediska nejčastěji slouží:

- sportovní slang: (slangové výrazy bývají někdy v uvozovkách, jež naznačují jejich stylovou příznakovost): „*maska*“, „*kulišárna*“, *dělovka*, *střela z voleje*, *gólman*, *zadovka*, *šutér*, *plichta*
 - další nespisovné jazykové prostředky: slova z obecné češtiny: *dostat flastr*, *finále Poháru je fuč*, *záložník pláchl do Bielefeldu*, *lyžařka otázku odpálkovala*, *z fleku si mohl říct o roli*, *dát někomu echo*, *trhnout rekord*
 - expresivní výrazy: *mazák*, *sympaták ligy*, *bombard'ák*, *zazdit šanci*, *motající se špilmachr*, *řežba*, *zpackaný zápas* atd.
 - slovní hříčky: *Tygři se v Praze zakousli třikrát*, *Neohrožený Verbíř*, *Orli vlétli do předkola play off.*
 - knižní výrazy: *nehodu zosnovala nešťastná náhoda*, *Martin Procházka ochořel*, *extraliga přinesla radost i bol*, *lítá bitva*, často užitě v kontrastu s hovorovými jazykovými prostředky: *sluneční paprsky vymetaly všechny kouty kolonády*, *jako opakující se morové rány dopadají zdravotní trable na hráče reprezentace.*
- individuální neologizace: *karetní hříšník*, *vystavit semifinálové stop*, *principál cirkusu FI*, *hbité kličky a gólonosné brejky*, *show pestře rozličných střel.*

Sportovní žurnalisté používají jako zdroje aktualizací také např. jazykové prostředky typické pro ostatní rubriky, např. politické: *běžec platil nováčkovskou daň, zradil je penaltový rozstřel, vládce krasobruslení Pljuščenko, Pinc kapituloval jen po teči Štrby, Hašek v bráně Detroitu opět úřadoval*, nebo kulturní: *finále šampionátu bylo v americké režii, usazená premiéra, zápas sliboval úchvatné představení, Rybová sypala kritiku na španělské rozhodčí* (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 25.)

Aktualizovány bývají často jazykové prostředky typické např. pro: vojenskou terminologii – *Petřík vyrazil do boje s prakticky kompletním šikem, - střela mířila pouze do hradby těl, - měl špatně seřizená mířidla, - přiblížili se Slavii na dostřel, urputný/nemilosrdný boj, sveřepá obrana, divoká branková přestřelka, utkání mělo velký náboj;* kulturu – *trenér připravil „děkovačku“ nejlepšímu hráči zápasu, show pestře rozličných střel, Extraliga: Průšvihy, nadávky, drama. (T) Představení plné zmařených šancí;* historii – *„Firma jsem já,“ říká ludvíkovskou rétorikou jediná podílnice společnosti;* pohádky – *Viktoriáni v roli Karkulky (titulek), ... „zakouzl“ je Vlček, ... trenér Bielik žádného zázračného myslivce nenašel.* (srov. MLČOCH. 2001,b, s. 26.)

V některých případech je velmi obtížné aktualizaci od automatizace odlišit, záleží na osobní zkušenosti čtenáře, např. *obrana hasila požár odkopem, vytvořili si celý seriál gólových možností, poslal míč do ohně.*

Automatizovaná vyjádření převažují nad aktualizacemi jak v titulcích, tak v textech článků, např. *pokusit se o vyrovnání, - připsat si zaslouženě tři body, - proměnit sólo, - pojistit vedení, - brankář byl na místě, čaroval, kouznil, - říct si o místo v základní sestavě, o vítězství, - zapsat se do listiny střelců, - upevnit si vedení v tabulce, - potvrdit roli favorita, postup, - být krůček od vítězství, od postupu, - nepotkat se s míčem.*

Exkluzivita jazyka sportovní žurnalistiky

Jazyk sportovní žurnalistiky vykazuje některé specifické odlišnosti, jimiž ostatní novinové rubriky nedisponují. Souvisí to s faktem, že sportovní žurnalisté píšou pro příznivce sportu, zájemce o sportovní dění. Čtenář, který se o sport nezajímá, tak může mít potíže s porozuměním textu. Exkluzivita se projevuje už v titulcích, zejména v metaforických či metonymických:

Letec zničil Slavii.

V semifinále shořely naděje Severočechů.

Nadupaný Hamburk v Bundeslize úraduje, Frankfurt si na něm vylámал zuby.

Obdobné je to v titulcích se slangovým slovem či sportovním termínem:

Pověsí Koller kopačky na hřebík?

Střelci Kladna brankáři Varů jen vyprášili betony a lapačku. (brankář šance likvidoval pomocí chráničů nohou a rukavice)

Baroše ničily ofsajdy.

Čtyřstovka přes „ploty“ slibuje strhující atmosféru. (běh na 400 metrů překážek)

Jak je z výše uvedených příkladů patrné, texty článků mnohdy stojí na samé hranici srozumitelnosti. Přesycenost odbornými termíny z rozličných sportovních odvětví považují sportovní žurnalisté za normální, předpokládají, že se čtenáři v dané problematice dobře orientují. Přesto se ale občas na stránkách některých deníků objevují vysvětlující tabulky a statě, v nichž sportovní redakce nezasvěceným nabízí přehled termínů a pravidel nových sportovních disciplín.²³

Tendence k beletrizaci

V současné žurnalistice je využívání beletristických postupů a jazykových prostředků typických pro beletrii zcela běžným jevem. Jedná se zejména o dramatizaci a gradaci popisované sportovní události, používání historického prézentu a hlavně o prostředky lexikální – nespisovná slova expresivní, slangová, ale i slova knižní či zastaralá: *pakliže, posléze, kterak, jenž*. Užívají se i biblizmy: *pokora, pokušení*. Frekventovaná jsou nepřímá pojmenování. Kombinování jazykových prostředků odlišné stylové hodnoty je ve sportovní žurnalistice časté, v některých případech jsou však tyto pokusy nešťastné a nevydařené:

Na vsetínském zimáku se pomalu ujímají vlády pavouci a myši.

Bauer ční s obrovským náskokem před vzdálenou smečkou pronásledovatelů.

Jako opakující se morové rány dopadají zdravotní trable na hráče reprezentace.

Kladenský bombardák Martin Procházka ochořel.

²³ viz Příloha 2 – Vysvětlující schéma

Vyjadřování emotivity, subjektivita a objektivita

S emotivitou se u sportovních žurnalistů můžeme setkat poměrně často ve formě přezdívek sportovců, údajů z jeho soukromí, hypokoristik apod. Zvýšená emotivita ve sportovním zpravodajství se v celostátním tisku projevuje zejména, pokud probíhá důležitá sportovní událost – turnaj, olympiáda, šampionáty, zlomový zápas. Tehdy noviny demonstrují pocity národní hrdosti i zadostiučinění, po vítězství hokejistů ČR nad Kanadany na ZOH v Naganu deníky volily tyto titulky:

„...Kanadští hokejisté zlomili zemi srdce, - Se slzami v očích se Gretzky loučí se snem a končí s reprezentací.“²⁴

V kontrastu proti někdy až přehnanému oslavování úspěchů vystupuje tvrdá kritika a odsudek nezdarů. Tehdy bývají poražení sportovci zatracováni a novináři mnohdy úspěšně žádají změny v realizačním týmu.

Zmíněné projevy subjektivního popisování skutečnosti stojí v opozici k požadavku objektivity, jenž je pro příjemce zpravodajství klíčový. Čtenáře zajímá především „kdo s kým a kolik“ a teprve potom „jak, proč“ atd. Porušování pravidla objektivity je běžné ve zprávách z utkání, v nichž hraje česká reprezentace či v regionálním sportovním zpravodajství.

Hodnocení

Hodnocení bývá už neoddělitelně spjato se sportovní žurnalistikou. Reflektuje jej i výběr jazykových prostředků. Častá jsou metaforická hodnotící adjektiva – *hladké vítězství, drtivá převaha, krutá porážka*. Běžná jsou i delší spojení typu *do druhého poločasu nastoupili jako vyměnění (jako pokropení živou vodou), po přestávce zvedli hlavu, za výkon v druhém poločase si výhru zasloužili* apod. Uvedené příklady jsou ve sportovní rubrice automatizované.

²⁴ MLČOCH, M. *Specifické rysy jazyka psané žurnalistiky*. In *Studia philologica* 10, Olomouc: Univerzita Palackého, 2001. s. 27.

3. JAZYKOVÁ ANALÝZA

3.2 JAZYKOVÁ ANALÝZA SERIÓZNÍHO TISKU

Základem pro získání jazykového materiálu se staly vybrané deníky Mladá fronta Dnes (v současnosti druhý nejčtenější deník v České republice), deník Sport, jediný deník u nás, který se věnuje výhradně sportu (v současnosti pátý nejčtenější deník), deník Právo a Lidové noviny.

Jazyková analýza je v této práci zaměřena hlavně na hledisko lexikální a stylistické. Výstupy lexikální analýzy vedly k následujícímu zjištění – v titulcích se často uplatňují nepřímá pojmenování (ve větší míře než v textech článků), konkrétně se jedná o metafory a metonymie.

Jazyk bulvárních médií pozvolna částečně přejaly i deníky seriózní. V současnosti je možné v nich sledovat užívání kolokvialismů, vulgarismů, nemístné expresivity, familiárnosti apod. Prosazuje se také tendence k intelektualizaci jazyka – projevuje se vysokou frekvencí slov cizího původu, abstraktních substantiv, odborných termínů. Ve sportovní rubrice mnohdy nepřiměřená snaha o odbornost vyznívá spíše komicky.

Dalším výrazným prvkem v titulcích jsou frazeologismy a jejich modifikace a také slova cizího původu. Všechny zmíněné jevy lexikálního plánu slouží jako prostředky aktualizace textu, díky opakovanému užívání pak přechází do skupiny prostředků aktualizovaných.

Nutno podotknout, že tzv. seriózní periodika nepřebírají z druhořadých deníků pouze prostředky jazykové. Změny jsou patrné zejména v grafickém pojetí novin. Rozfázované detailní fotozáběry drastických havárií, zákroků či pádů dnes čtenář snadno nalezne i na stránkách MFD nebo LN. Konkrétně MFD neváhala otisknout snímek po snímku rozpitvané hrůzostrašné pády sjezdařů či kalamitu rakouského skokana, jemuž se po odrazu z můstku odepnulo vázání na lyži.

Grafická úprava titulní strany deníku Sport obsahuje přehled nejdůležitějších sportovních událostí, na něž upozorňují titulky, fotografie s popisky a dílčí titulky, jež mají čtenáře přimět k nalistování příslušné stránky v deníku a přečíst si jednotlivé články.

DVĚ POLSKÉ FACKY – hlavní titulek.

*Pro superstar skončila sezona – Kaká čtyři měsíce bez fotbalu * Hokej – Vrátil se Výborný do Sparty? * Lyžování – Neumannová odpískala skiatlon * Malík se porval se spoluhráčem! Strana 12 * Rozhovory exkluzivně s Jágrem a Strakou, strany 11 a 12 – dílčí titulky.²⁵*

V deníku Sport jsou velmi časté struktury nadtitulek – hlavní titulek, např.:

Anglie řeší spor mezi trenérem a hvězdou

CAPELLO IGNOROVAL OWENA!

Reprezentace po prvním letošním testu

ZBÝVÁ PĚT OTAZNÍKŮ

Příběh provokatéra Seana Averyho z Rangers

AVERY: POŘÁD VE VÁLCE

V Mladé frontě Dnes jsou struktury nadtitulek – hlavní titulek méně časté, např.:

Zlý rok českého hokeje: všechny reprezentační týmy propadly, rival Kanada naopak září

ČEŠI CHŘADNOU. JAK SI PORADIT?

V MFD se zřídka uplatňuje i typ hlavní titulek – podtitulek:

JÁ U STB? TO JE NESMYSL, ŘÍKÁ MOKRÝ

Šéf českého fotbalu se brání obviněním, že kdysi pracoval pro Státní bezpečnost a předloni ovlivňoval korupční aféru

Současná podoba deníku Sport a MFD se příliš neliší, oproti MFD je ale ve Sportu běžný perex – text na začátku článku lišící se typem písma od textu článku (nadtitulek, hlavní titulek, podtitulek, perex):

Reprezentace po prvním letošním testu

ZBÝVÁ PĚT OTAZNÍKŮ

Na Kypru si o nominaci na EURO řekl především Kalouda

²⁵ viz Příloha 3 – titulní strana deníku Sport

Středeční porážkou 0:2 s Polskem zakončil národní tým test na Kypru. I po něm zůstaly nominační karty na EURO rozdány stejně: pokud se nestane nic zásadního, má šampionát jistý 18 hráčů, o zbývajících pět míst se popere dvacítka adeptů.

V MFD ani v LN se v současnosti perexy ani leady nevyskytují. Oproti deníku Sport ovšem redakce MFD někdy užívá zastřešující titulek přes celé dvě sousední tiskové strany.

V titulcích deníku Právo i v Lidových novinách se nejčastěji objevuje typ hlavní titulek – podtitulek:

OLESZOVA BRANKA UDRŽELA ŠANCI FLORIDY NA PLAY OFF

Za Pantery ale místo Vokouna opět chytil Anderson. (Právo 8.3. 2008)

MILLER USEDL NA SJEZDAŘSKÝ TRŮN

Triumf amerického lyžaře ve Světovém poháru už neohrozí druhý Cuche, který vynechá závěrečné závody. (LN 14.3.)

Lze se shledat i s typem nadtitulek – hlavní titulek:

JAROSLAV BÁBA SI DNES ZASKÁČE FINÁLE VÝŠKAŘŮ:

Když se zadaří, medaile může být (Právo 8.3. 2008)

Stejně jako deník Sport, i Právo užívá perex, struktura takových titulků pak má podobu hlavní titulek, podtitulek, perex:

BÁBA TRADICI NEPORUŠIL, ZASE JE VE FINÁLE

Z kvalifikace jako poslední prošla i tyčkařka Rybová

Pro výškaře Jaroslava Bábu jsou kvalifikace formalitou, i na svém osmém velkém seniorském šampionátu prošel do finále. Ve Valencii si dnes zaskáče o medaili z halového mistrovství světa, stejně jako i tyčkařka Pavla Rybová.

K orientaci v textu, k jeho členění slouží mezititulek a citátový titulek. Obvyklé jsou především v obsáhlých článcích (esejích, studiích), čtenář díky nim může snadno pochopit jádro textu, aniž by četl celý článek. V deníku Sport se mezititulky používají

hlavně v celostránkových materiálech, zaměřených tematicky, např. v článku přibližujícím jednoho sportovce, při představení nového sportovního odvětví apod.

Počet slov v novinových titulcích se v současnosti u jednotlivých deníků příliš neliší. Obecně lze říci, že sportovní redaktoři preferují nyní titulky spíše delší, často čtyř a pětislovné. V deníku Sport se také mnohdy vyskytují titulky tříslavné, na rozdíl od MFD, LN a Práva, kde převládá právě zmíněný trend delších titulků. Převažují jednoduché dvojčlenné věty.

Nárůst počtu slov v titulcích deníku MFD, LN a Právo souvisí s upřednostněním informačně nasycených titulků, vyjadřujících obsah zpravodajského sdělení a s grafickou úpravou textu. Specializované sportovní rubriky nezřídka rámuje jeden dlouhý, tzv. zastřešovací titulek. Výjimečné nejsou titulky několikařádkové, zpravidla dvou až třířádkové. Větší počet slov se sebou přináší uvolnění větné stavby, v titulcích se objevují i souvětí: *Šéf českého fotbalu se brání obviněním, že kdysi pracoval pro Státní bezpečnost a předloni ovlivňoval korupční aféru.*

Ústup stručných titulků nastal především kvůli oslabení jejich agitační funkce. Navíc informační nasycenost v titulcích nahrává požadavkům dnešního čtenáře v době, pro niž je příznačná časová tíseň. Titulek o šesti až deseti slovech s vyjádřeným subjektem i predikátem (nejčastěji verbálním) podává zpravidla základní informaci, čtenář mnohdy ani nemusí číst obsah článku:

Nadechl se a sjel do vodní hlubiny, 7 slov

V české sestavě se proti výběru Řecka objeví spíše mladíci, 10 slov

Fenin ovládl bundesligu i německý internet, 6 slov

Tvář reprezentačního nováčka zdobí po lehké nehodě menší šrám, 9 slov

O cenu deníku Sport se nejspíš poperou Ton a Bednář, 10 slov.

Snaha umístit obsáhlý zpravodajský titulek na vymezený prostor někdy vede k užívání kratších jazykových synonym: např. cifer místo slov, kratších slov nebo konstrukcí.

V syntaktické rovině prodělaly titulky výrazné změny. Zvýšení počtu slov souvisí se změnou větné stavby, která se uvolnila, častěji se objevují souvětí, eliptické podoby ustupují, mění se postavení slovesa ve větě atd. (srov. MLČOCH. 1999, s. 13.)

Vedení snahou ozvláštnit sportovní rubriku a vnést do ní nové, atraktivní prvky, dnešní tzv. seriózní deníky neváhají užívat nezvyklé a čtenářovu pozornost lákající

prvky. Např. LN na úvodní straně sportovní přílohy zavedly rubriky Potlesk...(v ní stručně shrnují aktuální sportovní událost, která zasluží obdiv) a ...Pískot (zde jsou zmíněny naopak události opovrženímhodné či znepokojivé – dopingové prohřešky, řádění fanoušků, brutální zákroky apod.). Ve shodě s MFD užívají redaktori LN často sloupku, v němž se vyjadřují k závažnému aktuálnímu problému, jenž ovlivňuje sportovní dění.

Lexikální jednotky

Analýzou seriózního tisku jsme zjistili následující lexikální jednotky:

Obrazná pojmenování:

Metaforické adjektivum

Mezi metaforické nominace lze zařadit např. intenzifikační frazeologismy vyjádřené metaforickým adjektivem (srov. BEČKA. 1973). Obvyklá jsou spojení jako *krutá porážka, jasné vítězství, drtivá převaha, ostrá střela*. Uvedené příklady jsou natolik běžné, že se považují za klišé. Další příklady:

Jágr zažil v NHL bídný večer; Pikantní změna Abrahama: ze Sparty do Slavie; unešený Gretzky; nažhavený tým Slavie; papírový favorit; namlsaný Rosberg; vyhaslé hvězdy; Plzeň měla být černým koněm extraligy; uslzená premiéra; Pardubice? Obrázek trpkého zmaru; zakletý příběh s názvem Zneuctěný Real; mizerná bilance; stříbrný olympionik; fantastický výkon Duby; Hrozivý pád na sjezdovce; pohárová Evropa; omračující náskok; hřejivých 353 bodů k dobru; školácká chyba; zabijácký servis;

Další příklady aktualizací náleží rovněž do skupiny metaforických nominací, nevyjadřují však intenzitu.

- *Inzaghi dal 63. pohárový gól;*
- *Litvínov zůstává vousatý;*
- *Ledoví kočovníci jsou v Praze.*

Podobné typy pojmenování se vyskytuje jak v deníku Sport, tak i v ostatních denících, tam ale v menší míře. Souvisí to zřejmě s uvolňováním větné stavby,

s nárůstem počtu titulků s přímým pojmenováním a využíváním jiných prostředků (slova cizího původu, archaismy, expresivní výrazy.

Metaforické substantivum

Tento způsob vyjádření klade větší nároky na tvůrce textu, mnohá z těchto pojmenování lze přiřadit k aktualizacím, např.:

- *Rozbušku vzteku přinesl Ščasnému závěr poločasu;*
- *Capello je stroj na úspěchy;*
- *ohňostroj šancí domácích;*
- *stadion v Heerenveenu je rychlobruslařský chrám;*
- *Bílé peklo se přesune do Prahy (T) – fanoušci hokejového Liberce se chystají na zápas play-off , hraný v Praze;*
- *úspěšná akce dvou inventářů litvínovského celku Šlégra s Reichlem;*
- *Morgenstern přišel o gloriolu neporazitelnosti;*
- *Otloukánek už straší soupeře (T, tým Karlových Varů se v extralize vypracoval z pozice outsidera na obávaného protivníka).*

Jiná pojmenování zase náleží spíše do kategorie automatizací:

- *Vládce krasobruslení Pljuščenko;*
- *Okolo Kaloudy se roztočil kolotoč spekulací;*
- *Tyčky zachránily kouzelníka Mensatora v brance;*
- *Nedvěd byl strůjcem vítězství;*
- *CSKA - vítěz přetahované o brněnského stopera;*

Metaforické sloveso

Předchozí typy jsou spíše na ústupu, metaforické sloveso však sportovní redaktori užívají s velkou oblibou. Souvisí to s hojnějším výskytem verba finita, jenž bývá často metaforické. Uvedené příklady opět náleží k automatizacím, čtenáři se s nimi setkávají každodenně ve všech novinách dostupných na trhu. Výjimečné nejsou ani přejímky ze sportovního slangu (*zničit, smést, válet, školit*).

Krátce před první sirénou Třinec otevřel skóre; Kubina zlomil nerozhodný stav, Toronto může Flyers ještě přeskočit; Slavia zaváhala, padla v nájezdech (T); střelu

zastavila tyč; hra nese výrazný rukopis trenéra; Čejka se nemusel prokousávat kvalifikací; vyrovnání přinesl úvod třetí třetiny; Kumstát si vykoledoval trestné střelení; Ujfalušiho zajali fanoušci; kapitán Fiorentiny táhne svůj tým za snem o Lize mistrů; Za deset let v extralize hokejisté Varů vyrostli (míní se tím, že hráči se výrazně zlepšili v herní činnosti); tým nakoukl do bojů o titul; v Táboře vyrostl nový cyklokrosový okruh; Real v druhém kole smetl Villareal a usadil se v čele tabulky; Havláta pronásledují zranění; hráče v utkání svazovala nervozita; Real v Lize mistrů vyhořel; Češi zase válí; zranění kosí odvážlivce, kteří měli létat v dnešní motoshow pod střechem liberecké arény; Beránkův pokus se nevešel mezi tyče; hráči napochodovali na hřiště; domácí svou bojovností urvali vítězství; Sáblíková pozlatila Nagano;

Metaforická vyjádření se mnohdy užívají také jako projevy aktualizace:

- *Tygři se v Praze zakousli třikrát* (T, P 8.3.) – zápas hokejové play off mezi Spartou a hokejisty klubu Bílí tygři Liberec skončil vítězstvím Liberce, který docílil tři vstřelených branek.

Za aktualizaci lze ve sportovním kontextu považovat např. sloveso participovat či konsolidovat, velmi časté a módní v politických a ekonomických komentářích:

Na projektu tenisové akademie měla kromě Navrátilové participovat agentura Sport Invest.

Je nutné mít finančně konsolidovaný klub.

Většina obdobných vyjádření je projevem intelektuální aktualizace jazyka, nezřídka však v textu působí nepatřičně a násilně.

Metonymická pojmenování

Metonymická pojmenování jsou ve sportovní žurnalistice obvyklá, nejčastějším typem bývá pojmenování města nebo státu, které zastupuje hráče, sportovce.

- *Švédsko v úvodu turnaje senzačně klopýtlo;*
- *Sparta může poprvé do čela ligy* (T);
- *Vlna vášně a podezření;*
- *Milán se krčí na šestnáctém místě;*
- *Ujfaluši žije v srdci Toskánska;*

- *Budějovice ovládly i druhý duel;*
- *Kladno se propadá tabulkou;*
- *Ostrava na kolenou?*
- *Třinec otevřel skóre;*

V následujících případech jde o kombinaci metaforického slovesa a metonymického substantiva, doplněnou o slovesnou personifikaci:

- *Vary zamotaly obranu hostí;*
- *Litvínov se tlačil do branky;*
- *Real se usadil v čele tabulky;*
- *Kometa diktovala tempo hry;*
- *Unavený Real ztratil kouzlo. (T);*
- *Vítězství Laviny katapultovalo do čela tabulky;*
- *Chelsea proklouzla do semifinále;*
- *Sparta se s některými hráči rozloučila;*

Velmi často se v komunikátech sportovní žurnalistiky vyskytuje personifikace samotná:

- *Sáblíková: Bude mě hlodat jen čtvrté místo z trojky v Naganu (T);*
- *Na zdraví vítěze SP se podepsalo finále v Bormiu;*
- *Zásadních změn se turnaj dočká za rok;*
- *Holuša chyboval, postup mu utekl o dvě setiny;*
- *Vyprodaný stadion se mohl plně nabažit hokeje;*
- *Nepříjemná zpráva dostihla Brücknera ve Vídni;*
- *bodové srážky poslaly obhájce titulu až na šesté místo;*
- *Stadion, který se během utkání topil v kouři z dýmovnic, jen smutně vydechl.*
- *puk nepřekročil brankovou čáru;*

Frazeologismy a jejich modifikace:

Frazeologické obraty a rčení jsou v jazyce žurnalistiky velmi oblíbenými způsoby vyjadřování. Pojednáním o nich se zabývala celá řada lingvistů, mj. J. V. BEČKA (1973), MINÁŘOVÁ (1993), ČECHOVÁ (1986, 1995). Jedná se o nepřímá pojmenování s různou intenzitou obraznosti, která do žurnalistiky „pronikla vlivem

hovorových projevů“ (srov. CHLOUPEK 1991, s. 209). „...Bečka frazeologismy dělí na obraty (výrazy neslovesné, kde je obrazná jen část – *lví podíl*, *slepičí krok*), a na rčení, v nich je obrazné celé spojení: *mýt si ruce*, *pít z kalichu hořkosti*.“²⁶

V současné době převažují výrazy slovesné, z nichž část nemá přímý vztah ke sportu:

Kosa padla na kámen, Sparta je jednou nohou na dovolené; Při dorážce stáli u Turka všichni svatí, puk cinkl o tyčku; Záhrobská vyšla ze závodu naprázdno; Skuhravý bušil do Turka jako hluchý do vrat; Kladenský útočník nemluvil do větru; Sportovci by si měli zásadu nedopovat vzít k srdci; Šťasný dá týmu sbohem; Výsledky týmu nebyly dílem náhody; Jízda Sáblíkové neměla jiskru; Na Chamberse se koukají skrz prsty, má dopingový škrálop; Bruslařka si sáhla na dno; Střelec Voříšek hrál ironií osudu na podzim za Boleslav; Po těsné výhře domácí nelétají v oblacích; Zápas na ostří nože; Kladenští se chtějí bit jako lvi; útočník byl v sedmém nebi; start Sáblíkové – zlatý hřeb programu; ve finále se začíná lámat chleba;

Ustálená slovní spojení

O obratu v sérii si mohli Spartáné nechat jen zdát; Trenér Bílek Tvrdí: Je na čem stavět; Hamilton byl na koni; Miller se připravoval na sezonu na vlastní pěst; S favoritem to na moment vypadalo bledě; Rybová měla při posledním pokusu kliku; karlovarská aktivita byla na bodu mrazu; Franěk se v brance hostí nestačil divit; Bauer měl náladu pod psa; v aréně bylo chvílemi ticho jako v kostele; domácí vstali z mrtvých; Sáblíková soupeřce brzy ukázala záda; závod byl sázkou do loterie; bylo to o fous; Crosby je trenérova pravá ruka, je i hlavní tvář NHL; skokan se poroučel k zemi;

Ve sportovní žurnalistice se uplatňují i modifikace rčení, přísloví a parafráze známých výroků. Mají většinou charakter aktualizací:

- *Trpělivost přinesla góly;*
- *Třikrát a dost pro Spartu platilo;*
- *Sudová zaútočí doma, nebojí se větru ani deště* (zřejmá parafráze výroku o poroučení větru a dešti);

²⁶ MLČOCH, M. *Titulek ve sportovní žurnalistice*. In *Studia philologica* 9, Olomouc: Univerzita Palackého, 1999. s. 19.

- *Severní vítr snad nebude pro fotbalové Česko krutý;*

Slova cizího původu:

Jak už bylo řečeno, slova cizího původu se v novinových textech objevují převážně jako názvy nových sportovních disciplín nebo činností, s určitou disciplínou souvisejících: *skikros, sevisman*; případně též jako způsob ozvláštňení textu a snaha o jeho intelektualizaci. Většinu uvedených výrazů novináři začleňují do svých textů v takové míře, že je dnes čtenáři vnímají jako zcela běžné pojmy.

Slova přejatá z angličtiny:

kariéra, pozice, série, penalta, šéf komise, semifinále, šampionát, penaltový specialista, sezona, mančaft, lajna, kapitán, ofsajd; tečovat, unfair zákroky, kompaktní tým, Final four, finance, manažer, investice, vedení svazu absolvovalo workshop, steeplechase, agilní útočník, program, super, mítink, k dispozici bude Hubáček, trofej, favorit, pole-position, junior, show, bekhend, brejk, play off, lídr, rekordman, bek, forvard, freestyle, motoshow, pilot, trénink, sekce, grandslam, challenger, prize money, debl, mix, power play, Euroliga, aerolinie, skiareál, freeridový podnik, hit 20. kola; off-road; box; paddock; return; servis; tie-break; set; mečbol, game; kurt; stopbal;

Slova přejatá z jiných jazyků:

reparát, divácká kulisa, matador, reprezentační premiéra, baráž, euforie domácích, experiment, báza, prestiž, heroický výkon, pauza, finiš, fiasko, excelovat, debut, aktér, vazari; skrumáž; blamáž; štamgast; špilmachr;

Synonymie:

- *Unavený Real ztratil kouzlo (T) - a dále v textu nejlepší fotbalový klub 20. století-vítěz devíti trofejí Ligy mistrů-vedoucí tým španělské ligy;*
- *vybojoval první místo-připsal si vítězství-všechny porazil-získal zlato, přehrát někoho;*
- *penaltový rozstřel-představení plné fint-show pestře rozličných střel;*
- *Petr Čech-brankář Chelsea-reprezentační jednička;*

- *David Výborný*–33letý hráč Columbusu–držitel pěti titulů MS–oblíbený kapitán národního týmu;
- *Martin Havlát*–rodák z Mladé Boleslavi–útočník Chicaga–šestadvacetiletá hvězda Blackhawks;
- *přesilová hra*-početní výhoda-*přesilovka*-výhoda jednoho (či více) hráčů v poli;
- *Stanislav Konopásek*-technický obránce-člen nejlepší evropské formace své doby
- opora pražského LTC*;
- *překážkový běh*-*překážky*-*běh přes „ploty“*;
- *Tým z ostrova svobody* – *Kuba*;
- *Libor Došek*-útočník Sparty-spartánský dlouhán;

Zkratky a slova zkratková:

Sportovní redaktoři užívají zkratky zcela běžně, především pro označení organizací, institucí, soutěží a sportovních akcí:

FIBA, EURO, ČMFS, WTA, MOV, OH, IAAF, USK; SK; HC; VIP;

Hybridní složeniny:

extratřída; superstřelec; megaúspěch; ultrarychlý; minisouboj; pološance; čtvrtfinále; videorozhodčí; půlmaraton; středobod; spolufavorit; velkoklub;

Multiverbizace:

operační zákrok; běžecké/sjezdové/skokanské lyže;

Univerbizace:

Ve sportovní žurnalistice lze příklady univerbizace nalézt poměrně snadno, zejména ve zpravodajství z atletického prostředí:

výškař; stříbro – *stříbrná* medaile; *tyčkař; dohrávka* – dohrávaný zápas ligového kola; *finále koule* – finále vrhu koulí; *bodovačka* – bodovací závod; *stíhačka* – stíhací závod; *přesilovka* - přesilová hra; *střídačka; dálka* - skok daleký; *překážky* - překážkový běh;

šedesátka; plemeník – plemenný hřebec; standardka – standardní situace; dvěstěpadesátky – motocykly o kubatuře 250 ccm; achilovka; sázkovka; mamut – mamutí můstek;

Beletrizovaná vyjádření:

Beletrizovaná vyjádření jsou pro seriózní tisk charakteristickým a velmi častým jevem. Slouží zejména k aktualizaci textu:

neutuchají kritické hlasy vůči pořadatelům; Verner zatnul ruce v pěst; pokořil zkoprnělého brankáře; hřiště Boleslavi se dosud vždy pro spartány proměnilo v pohřebiště jejich nadějí; hokejisté skončili pouť v play off; Mazuch paběrkuje v juniorském týmu; Havláta provází zdravotní problémy; v hráčích Bílých tygrů se mísil pocit zmaru s domnělou křivdou; Klimenta mohl žehrat na smůlu, jeho střelu zastavila tyč; Beneš vévodí/vládne statistikám; Florida v domácím prostředí zdolala Islanders; smutek se na západě Čech rozhostil už čtvrtý rok po sobě; stadion se během utkání topil v kouři dýmovnic; vyloučený zmizel v útrokách stadionu; Sparta zaostala za svými předchozími představeními ve vyřazovacích bojích; benjamínek výpravy se kál; Duba při likvidaci příležitosti liberecké dvojice útočníků předvedl hodně umu; ve druhé třetině si pražský brankář vybral kopec smůly; nejhezčí góly se zrodily po akcích první zlínské pětky; fanoušci láteřili; judista je pod záštitou ministerstva vnitra; pražský duel; zmařil šanci protivníka na úspěch; start v klání na 4x400 metrů; Vary si z Litvínova odvezly kýžené vítězství; Turek se zaskvěl proti Pechovi v leže na zádech; Duba Spartu nespasil, mistr na okraji propasti (T); Cyklokrosaři mají navázat na loňskou medailovou žeň; Bauer dštil síru při dotazu na kvalitu sněhového příkrovu; Jarošenko pohřbil své naděje na medaili; Prospal odvrátil zvěsti o své výměně; hráči museli překousnout hořkost porážky; Sparta v play-off strádala; zkáza obhájce titulu byla dokonána v sobotu; spartané truchlí; za třetí překážkou zhasla jediná česká naděje na medaili;

Chyby a stylistické nedostatky:

Ačkoliv výskyt chyb v seriózních novinách není ani zdaleka tak dramatický jako v bulvárních denících, přesto se objevují nepřesnosti v interpunkci nebo konstrukce, jež

z pohledu stylistiky hodnotím jako ne zcela zdařilé. V počtu nedostatků „vyniká“ zejména deník Právo:

Ústečtí v Pardubicích dlouho odolávali, dokonce, vedli, ale utkání skončilo po uzávěrcce. Domáci bez Ujčíka, Šimíčka, Barinky, Kuboše, Pruska nebo Trnky, zlomili soupeře třemi góly.

Ústí mohlo usilovat o udržení alespoň teoretické naděje o vyhnutí se baráži.

Karlovarští obětavě ubránili celkem 128 s dvojité početní výhody soupeře.

Devět českých dráhových cyklistů v čele s Aloisem Kaňkovským, který bude obhajovat titul v omniu, bude účinkovat na mistrovství světa, jež začíná ve středu v Manchesteru.

Už v pátek se chtěla radovat z postupu Mladá Boleslav a na začátku poslední třetiny vedla v Brodě už 3:1, domácí však za 16 vteřin srovnali, ale Šebestova trefa přiblížila Středočechy úspěchu. P1.3.

*Pinc v minulých letech nebyl moc oporou, ale možná **jak je** zkušenější, tak se na hru víc soustředí.*

Poosmé se bude v Praze hrát tenisový turnaj ECM Prague Open, počtvrté jako minigrandslam ženy turnaj WTA Tour s dotací 145 tisíc dolarů a muži challenger s dotací 75 tisíc dolarů.

Modelovost, výrazy automatizované:

Příkladem modelovosti ve sportovní žurnalistice bývají adjektivně-substantivní vyjádření typu: *klíčový zápas*. Protože se v novinářských textech vyskytují velmi často, přechází do kategorie klišé:

- *Třinec byl v koncovce zoufalý;*
- *série má jasného lídra;*
- *týmy předvedly maximální nasazení;*

Pro označení vítězné mety se často užívá adjektivního spojení se substantivem *trůn* – ten může být *sjezdařský, atletický, fotbalový, hokejový* apod. (viz. např. *CSKA baží po návratu na ligový trůn*). Podobné je to s výrazem *král/vládce* – *lyžování, fotbalu, hokeje, atletiky...*

Další uvedené příklady původních aktualizací jsou dnes tak běžné, že je už dávno hodnotíme jako automatizované výrazy nebo klišé:

tápat v obraně; hrát bez štávy; být hladový po úspěchu; mít šanci přivést medaili; slavit úspěch; připsat si vítězství; utrpět debakl; zkomplikovat si pozici; přispět k vítězství, mít na kontě x bodů, mít jistotu postupu; stvrdit prvenství; propálit vše, co stojí v cestě; pykat na trestné lavici; uchovat si ligovou příslušnost; být krok od finále; točit tři útoky; promarnit přesilovku; zůstat dva body od finále; nenajít přemožitele/přemožitelku; zaznamenat vzestup; najít rozjetého spoluhráče; laborovat se zraněním; korigovat výsledek; být po operaci půl roku mimo hru; napřáhnout k dělovce; patřit do světové špičky; zradil je penaltový rozstřel; veterán zazářil; Svobodu překonal ranou mezi betony; brankář spoluhráče několikrát podržel; kvalifikace jsou pro Bábu formalitou; naděje Toronta na play off ještě žije; Pinc čaroval při spartánských šancích, kapituloval jen po teči Štrby; Litvínovu se povedl začátek snů; Kubinčák střelou z úhlu zaskočil Mensatora; přidat na intenzitě bruslení; Hlinkova možnost se neujala; Sivok si chytře najel na parádní Tabačkův pas; Rajnoch šel ven; zranění může ohrozit Výborného účast na MS; mezi třicet nejlepších se Cíkl nevešel; Kubina zařídil vítězství Toronta; Buffalo Tampu ztrestalo dvěma rychlými trefami; po podzimu se na konci tabulky se usadily Kladno, Žižkov, Jablonec a Most, ty jsou na chvostu i nyní; vítěz mohl slavit/mohl se radovat; Reichovou doménou je slalom; bratři chtějí výrazně promlouvat do dění na oválech, ale hlavně si přejí vyvarovat se pádů a zdravotních komplikací; domácí přepadla nervozita; mezi muži bral křišťálový globus za super-G Reichel; nad startem obránce Hluchého je veliký otazník; Sáblíková se pokusí odčinit zaváhání z trati na 5 km; kanonýři Nistelrooij s Raúlem; osmibodová šňůra; Záhrobská se vytáhla; královská dálka; další vychytaná nula – výtečná vizitka pro Romana Turka; bravurně vykopl Růžičkovu střelu; průnik Machové vnesl do brněnských řad definitivně klid; adept na vítězství; katastrofální start; slepené góly; oslnivá statistika; trpělivě sbírat body; být limitován problémy; nebýt v ideálním rozpoložení; zkompletovat hattrick; domácí museli otevřít hru; basketbalistkám los přál;

Velmi produktivní je spojení se substantivem *recept*:

hledat recept na úspěch/na obranu; odkrýt recept na úspěch; najít recept na obranu/soupeře apod. Obdobných typů jsou články plné takřka každý den.

Podobně módní je slovesně – substantivní spojení typu *ustát něco*: *obránce ustál atak soupeře; trenér ustál tlak vedení* apod. Podle mého názoru podobná slovní spojení na stránky novin nepatří.

Aktualizované výrazy, snaha o aktualizaci:

Aby se novináři vyhnuli neustále se opakujícím a tedy automatizovaným vyjádřením, snaží se text ozvláštnit především pomocí nezvyklých slovních spojení: *hbité kličky a gólonosné brejky; elegantní, vybruslený hračička; penaltový rozstřel-představení plné fint-show pestře rozličných střel; mašina se zadrhla; Pincův tygří skok zmařil šanci* (Pinc je brankářem Bílých tygrů Liberec); *spartánská bitva o naději ztroskotávala na nevšedních zákrocích libereckého gólmana; Aféra vrhá špatné světlo na dění v zemi; v rozbředlé sněhové kaši vydoloval body i Kožíšek; Plochodrážní sourozenci Drymlové; Sáblíková je spavý typ; na body dosáhl i Borek Sedlák, Hájek skončil na lichotivém 12. místě; nezázivný hokej s vlažným bráněním; novopečený rakouský rekordman; tým si uvědomuje váhu bonusu, o nějž se bude hrát; Polanský míchal s pukem; přetahovaná pražských „S“; platonická/sporadická převaha; Mohl zstudit spartánského kapitána: Sivokovi při zpracování odskočil míč, Onofrej ho ukradl a hnal se proti brankáři.; sladký příběh teď začíná hořknout; po bodování Buttle soupeřům drobně odskočil, čistou jízdou se vyšvihl před Vernerera; Jágr se blíží bájně metě; Češi nechali odhodlání v kabině; Bolf se potuloval na hranici postavení mimo hru; závodníci jezdili nalepení na sobě; francouzský lišák Santoro; jízdni řád kvalifikace;*

Úsilí o oživení textu je patrné i z užívání prostředků obvyklých v jiné než sportovní oblasti:

- vojenská terminologie – *vybojovat třetí místo; přiblížit se soupeři na dostřel; divoká branková přestřelka; Sáblíková marně bojovala o některý z cenných kovů; Bauerovo tažení za glóblem; Papouškovou silnou zbraní je střelba ze střední vzdálenosti; Vernerer zaútočí na medaili;*
- ekonomická terminologie – *běžec platil nováčkovskou daň; chybí větší bodové zúročení; zvyšuje se dotace pro vítěze; majoritní vlastník klubu;*
- oblast umění – *finále šampionátu bylo v americké režii; gól padl během prvních minut prostředního dějství; prolog finálové série; čtyřbrankový koncert Irgla; Moeller se*

vrátil do vedení a udával rytmus zápasu; ideální scénář je zabrat, možná se pak fotbalisté dočkají i zahraničního angažmá; pro Orly byl zápas generálkou na play off; fotbalu chyběly základní atributy; Kolář se pustil do sóla; diváci nadšeně aplaudovali;
 - politická terminologie - *hotel hráčům poskytnul vítaný azyl; cyklokrosaři se sešli s důležitým posláním; finální dohoda klubů se blíží;*

I tyto výrazy se však postupem času staly modelovými.

Jako aktualizace autoři někdy do textu zakomponují spojení výrazu obecněčeského a cizího: *domáci korigovali manko* apod. Podobné tendence však působí poněkud nepřirozeně.

Expresivita v žurnalistických komunikátech:

Sport vzbuzuje emoce, nelze se tedy divit, že expresivní vyjádření v textech článků novináři užívají jako vítaný nástroj k ozvláštňení:

Mistři se uškvarili v bílém pekle (T); střeďeční krach; hokejisté Varů vstoupili do zápasu impozantně; Kladno chce skoncovat s mizérií (T); trápící se Teplice; drtivý nástup nadšených Varů; urputný/nemilosrdný boj; Skuhravý začal řídit; bídná série Kladna; zahodil šanci; sveřepá obrana; Sparta rozdrtila Žižkov 6:1; Rybová sypala kritiku na španělské rozhodčí; pumelice zatřásla břevnem; Liberec zničil Spartu; drzoun; klučina; kolohnát; klučik; mladíček; řimbaba; Vaidišová a Berdych: kráska a klid'as; dospělák Berdych; bouřlivačka Vaidišová;

I zde většina výrazů reprezentuje zároveň vrstvu automatizovaných vyjádření.

Výrazy nespisovné:

Pojmenování z obecné češtiny

Obecněčeské výrazy se v komunikátech tzv. seriózních deníků téměř nevyskytují, čtenáři si jich mohou povšimnout zejména v rozhovorech s trenéry či sportovci. Ve větší míře se s výskytem hovorových výrazů setkáme v deníku Právo:

Rybová na adresu rozhodčích: byli to nazdárce; Topič vypadal dobře už na rozcvičku; Havlát musel pod nůž; šlágr čtvrtfinále; největší kulišárna; hře chyběl šmrnc; Svěrkoš nahrál parťákovi z útoku; běžci se bořili po kotníky v rozmáčené břečce; ve srovnání

s ostatními trenéry je podle výplaty Brückner nuzákem; útočník přesto stihnul v tom fofru zamířit; reprezentaci čeká těžká šichta; zahraniční štace nevyšla; Klepiš hosty dostal ze šlamastyky;

Vulgarismy

Sportovní redaktoři seriózních deníků vulgarismy šetří, pokud je užívají, jedná se vždy o přepis rozhovoru, kdy si servítky neberou právě dotazovaní. Při analýze jsme narazili pouze na tyto vulgarity:

ksindl (hodnocení výkonu rozhodčích jedním z činovníků poraženého klubu); *to si dělá prdel* (opět komentář k zhodnocení verdiktu sudích);

Slang

Slangismů se naopak novináři ve sportovní rubrice vůbec nezříkají, můžeme říci, že mnohá původně slangová pojmenování přešla díky publicitě do běžného užívání a dnes jejich významu rozumí i lidé, kteří se jinak sportem vůbec nezabývají:

stoper; penalta; keirin, omnium a scratch – disciplíny dráhové cyklistiky; monopost; palubovka; peloton; bodyčekovat a střílet příklepem; bekhendový blafák; kádr; první/druhá/třetí lajna/pětka - hokejový útok; střela z voleje - střela, při níž hráč zasáhne letící míč/puk přímo ze vzduchu; vyhození puku ze třetiny; maska; erzeta - rychlostní zkouška; kraťas;

Mnohé slangismy můžeme zároveň zařadit k univerbizacím:

šedesátka - běh na 60 metrů; *obřák* – obří slalom; *čtverák* – čtverný skok; *mistrák* – mistrovský zápas; *áčko* – tým A;

VÝSTUPY Z ANALÝZY TZV. SERIÓZNÍCH NOVIN

Lze říci, že redakce sportovních rubrik našich seriózních deníků vesměs usilují o korektní způsoby vyjadřování. Články jsou většinou bez chyb a dodržují vysoký vyjadřovací standard. Jen výjimečně se objevují slova nespisovná nebo dokonce vulgární. Nutno ale podotknout, že z zprávy v seriózních novinách působí stereotypně a nudně, odlišnosti mezi jednotlivými deníky jsou minimální – to způsobuje výběr stále

stejných, opakujících se automatizovaných vyjádření. Snahy o aktualizaci často působí násilně, nevhodně nebo kýčovitě.

Zcela běžná jsou obrazná pojmenování, synonyma, slangové výpůjčky a cizí slova. Hojně užívaná beletrizovaná vyjádření, ač kladou na čtenáře určité nároky, slouží k ozvláštňení textů a nelze jim upřít pozitivní vliv na celkový dojem z četby.

Obecně tedy většina českých tzv. seriózních deníků (alespoň co se jazykového hlediska týče) zachová poměrně slušnou úroveň. O sportovních a se sportem zásadně souvisejících tématech redaktoři píšou slušně a vesměs erudovaně. Ačkoliv už i do seriózních periodik pronikly některé bulvární zvyklosti (např. již zmíněné rozfázované záběry pádů a nešetných zákroků), deníky se snaží nezpronevřit se kategorii „seriózní“ noviny. Tendenci k bulvarizaci naopak potvrdil deník Právo, v němž mohou čtenáři narazit na chyby velmi často, navíc obsahy článků svou jazykovou a slohovou „kvalitou“ víceméně korespondují s trendem obvyklým u druhořadých periodik.

3.3 JAZYKOVÁ ANALÝZA BULVÁRNÍHO TISKU

Za zdroj materiálu k analýze posloužily deníky Blesk a jeho klony Šíp, Super a Aha! Témata a způsoby zpracování se v nich nápadně podobají, deník Blesk však sportu přílišnou pozornost nevěnuje, proto většina příkladů pochází z ostatních výše uvedených deníků.

Titulky bulvárních listů na první pohled vynikají velikostí písma, barevnými rastry a rámečky. Doplněny bývají barevnými fotografiemi s rozsáhlými popisky. Tato forma vyhovuje většině čtenářů, letmý pohled uspokojí jejich zájem o téma, a proto vlastní texty ani nečtou.

Konkurenční boj a nárůst komerčních zájmů zapříčinil, že bulvární titulky (i způsob pojetí textů vlastních článků) zaplavily i dříve obsahově zdrženlivá média, např. deník Právo.

Ke zvýšenému očekávání významu či zajímavosti obsahu článků vede hyperbolizace titulků. Vydavatelé druhořadých periodik se snaží pomocí nadsazování zvýšit prodej jejich deníku.

Co se délky titulků týče, existuje shoda mezi deníky seriózními a bulvárními, preferují se spíše titulky většího rozsahu. Hlavní rozdíl tkví v tematicke, o níž články referují. I letmý pohled na titulky značí, že také sportovní rubrika zcela naplňuje

definici bulváru, jak byla uvedena v obecném pojednání o bulvárním tisku. Symptomatické jsou titulky a témata, zdůrazňující problematiku peněz, násilí, strachu, přehnaně emotivní hodnocení a negativismus:

Sparta: Zoufalství!;

Litvínov: Nepoučitelní;

Vítkovické platy: Už je to venku!; podtitulek Berou i 450 tisíc měsíčně!;

Dřevorubec s hokejkou: Milion za půl minuty!;

Kaká: Děsím se zranění!;

Kucharczik: Operace! a jakoby zklamaně působí podtitulek Ale nejde o nic vážného...;

S.O.S.! Národák kosí zranění!;

50000 pro Plzeň;

Skandál na PRIMĚ! Rasistické řeči;

Absolutně šílené! Skeletonista si při jízdě utrl nohu! Dojel do cíle a neměl o tom zdání!

Nejobvyklejší titulek v bulvárním deníku má podobu nadtitulek-podtitulek:

SMYTH NA NOSÍTKÁCH

V Coloradu čekají na Forsberga;

SUDOVÁ: ZTVRDLA NA STARTU

A sprostě si zanádařovala;

Zejména u významných sportovních událostí se objevuje i struktura nadtitulek, hlavní titulek, podtitulek, perex:

LUKÁŠ BAUER:

Už jen krůček!

Český lyžař vyhrál v Lahti a zvýšil svůj náskok. Ve středu může oslavit triumf ve Světovém poháru.

Jako neúnavný stroj, dobře naolejovaná mašina drtí své soky český běžec na lyžích LUKÁŠ BAUER (30). Včera v Lahti letěl jako vítr a připsal si další triumf. Na klasické patnáctce porazil svého největšího konkurenta Němce Reného Sommerfeldta o 20 vteřin. Už jen malý krůček mu chybí k zisku Křišťálového globu za vítězství ve Světovém poháru.

(Aha! 3.3.)

Zálibu bulvárních periodik v násilí a v emočně vyhocených situacích se pokusím doložit na několika příkladech. Stať z deníku Aha! (25. 2. 2008) referuje o události z prostředí profesionálního boxu.

Nadtitulek: *Boxerská bitva roku*

Hlavní titulek: *BYLA TO NUDA!*

Podtitulek: *Vítěz odcházel za hlasitého pískotu; Prémie za výhru: 202 milionů korun*

Perex: *Nadupaná Madison Square Garden bažila po nadpozemské bitvě. Lité řezi, řinoucí se krvi, brutálním knockoutu. Nedočkala se.*

Šílený výsledek lyžařova karambolu. AMPUTACE!

Článek komentuje nešťastnou nehodu rakouského sjezdaře, který po pádu musel podstoupit amputaci nohy. Nehodu a utrpenou újmu na zdraví pisatel článku líčí velice naturalisticky. V duchu bulvární žurnalistiky se hned pod článkem nachází tabulka s názvem *LETOŠNÍ BRUTÁLNÍ LYŽAŘSKÁ SEZONA: JSOU TO JATKA!*, v níž čtenáři sledují seznam jmen zraněných lyžařů včetně popisu zranění. Nechybí ani smutný přehled, nazvaný *Nechali na sněhu život (T)*.

Podobné je to v případě nehody hokejisty Tomáše Sršně. Titulek hlásá: *SMRTELNÁ NEHODA MU PŘEVŘÁTILA ŽIVOT*; rozhovor plný emocí pak doprovází zarámovaný text nadepsaný *DALŠÍ SMRTELNÉ NEHODY SPORTOVců*.

Brutální faul hráče Birminghamu, při němž Eduardovi z Arsenalu zlomil nohu, popisuje např. deník Aha! s velkou dávkou naturalismu. Ve vydání ze dne 25. 2. 2008 si čtenáři ve článku nadepsaném *WENGER: DOŽIVOTÍ PRO ZABIJÁKA!* mohli na několika stranách přečíst velmi detailní popis a také prohlédnout rozfázované fotografie zákroku, jehož následkem byla otevřená zlomenina. Redaktor pak v textu záměrně jitiří emoce podobnými výroky: *kdepak dočasný pranýř, zavřete ho, až zčerná!, horror, šílenost.*

Občas se objeví reflexe dalšího v bulvárním tisku tradičního tematického okruhu - sexu:

Útočník Dvořák tvrdí, že vítězství je: LEPŠÍ NEŽ SEX!

Časté bývají i reportáže ze soukromí sportovců, viz např. článek *Šebrle natáčí svůj život. BEZ CENZURY!*

Zajímavé je srovnání pojetí totožné události v seriózních a bulvárních novinách. Zatímco MFD smrt slavného hokejového veterána Stanislava Konopáska zmínila s citem a vzpomínce na hráče věnovala půlstránkový článek, deník Aha! úmrtí zmiňuje v malém rámečku o třech větách nadepsaném *Zemřel Konopásek*.

Kromě obvyklého výsledkového servisu a reportáží ze zápasů bulvár ze seriózních deníků přebírá například shrnutí a ohlédnutí za uplynulým ročníkem fotbalové či hokejové ligy. Nejdůležitější momenty samozřejmě rekapituluje tradičními bulvárními prostředky. Extraligový ročník 2007/2008 například deník Šíp rekapituluje v 10 bodech, nazvaných *EXTRALIGA: PRŮŠVIHY, NADÁVKY, DRAMA*.

Lexikální jednotky

Analýzou bulvárního tisku jsme zjistili následující lexikální jednotky:

Obrazná pojmenování:

Obrazná pojmenování, zmíněná v analýze seriózního tisku, samozřejmě zcela běžně užívají i redaktoři bulvárních deníků. Uvádíme tedy pro ilustraci jiné příklady.

Metaforické adjektivum

dělový servis; zázračný mladík; Rolkova rudá hřívá v Kladně zářila (zjevná narážka na budovatelský literární „skvost“ Rudá záře nad Kladnem); černá série; chladnokrevná penalta; sladkých 17; Fanoušci Liberce pomocí triček a ručníků bílé barvy vytvořili elektrizující atmosféru – tzv. bílé peklo; zoufalý Abraham (míněno je zhodnocení výkonu hráče na hřišti); žalostné Kladno; potupné jesle; titěrná ztráta; trudný výkon slavistického ansámblu; zpackaný rok trenéra Bokroše; klíčové osoby; démonický výkon;

Metaforické substantivum

- *Sparta zahájila jízdu za titulem;*
- *trejd je odrazový můstek k nové smlouvě;*
- *výbuch vzteku;*

- *platový strop;*
- *válka o led;*
- *Červenobílý uragán se rozjel!;*
- *smolař víkendu;*
- *Birminghamský raubíř Taylor;*
- *hokejová modla Thornton;*
- *Místo řezby selanka (T);*
- *Tenisové princezny Williamsovy čeká velká lopota;*
- *Démon Krajčík končil v křečích (T);*

Metaforické sloveso

znojemští Orli zařáli pařáty do krku soupeře hned v první třetině; , na Letné se křepčí; Slavii ubil Besta!; slávistům rudly oči; brněnský dravec Besta plány lídra ligy rozmetal; hostující lavička burácela; Besta plachtíl vzduchem; tragédie mladého útočníka kouče zdrtila; Spartáné mohli skočit slávistům zase na krk, přidusit je a držet pod tlakem, v Olomouci si ale sami nechali přivřít ventil s kyslíkem a po remíze 0:0 lapají po dechu; na veřejnosti se Málek moc nepromenuje; Tenisová senzace Petra Kvitová: Roznesla Venus! (T) a dále v textu Kvitová nadzvihla celý svět; Bříza sype z rukávu problémy, které Spartu provázejí; Procházka potopil Plzeň; Kollerovi tečou nervy; Spartáné zaškobrtli, hráli bezzubě; Bauer dál straší soupeře; Spartáné dupali na plyn, ale nic to nepřineslo; skauty se to v Brně jen hemžilo; Sudová ztvrdla na startu (T); Bauer drtí své soky; kladenští by zlínského útočníka nejradši zašlapali do ledu; Onofrej zazdil šanci; vystříhnout parádní salto; do Ruska se už nehrne; pilovat střelbu; reprezentace hanebně „puká“, Euro končí debaklem.; Ovečkin dvěma góly sestřelil Buffalo; fotbalisté si slova vedení vryli do paměti; Pljuščenko se svojí ledovou show vtrhne do T-Mobile Areny; šéf Frankfurtu hromoval; Letec zničil Slavii (T);

Běžné jsou i příklady, v nichž je obrazných pojmenování hned několik v jedné větě konstrukci. Autoři tak chtějí zdramatizovat nebo oživit text a zvýšit jeho emotivnost:

Příšerná zima! Letošní lyžařská sezona připomíná krvavá jatka, sjezdáři odpadávají jako přezrálé hrušky!; křehoučký záložník Arsenalu je zdecimován zraněním; Pinc

sbíral puky do lapačky jako zralé hrušky do podběráku.; Dravec Blažek poslal Severočechy do kolen; mátožnou Slavii vyburcoval liberecký spasitel;

Metonymická pojmenování

- *Hokejové play-off: Morava kouše!;*
- *Jablonec si od města půjčil pořádný ranec;*
- *Chicago je otrávené Havlátovým věčným maroděním;*
- *Černá Ostrava nemluví o ničem jiném;*
- *Rakousko pláče;*
- *Norimberk se plácá u dna tabulky;*
- *Stuttgart prahne po Šimákovi;*

V následujících případech jde o kombinaci metaforického slovesa a metaforického substantiva, doplněnou o slovesnou personifikaci:

- *Fotbalové fanoušky obchází hrůza! Děsí se, že v dresu národ'áku už neuvidí Kollera;*
- *Na spart'any sedla střelecká smůla.;*

Příklad s metonymickým substantivem a metaforickým slovesem:

- *Brno rozsápalo Slavii;*

Personifikace:

- *Jágrovi se na hokejku vrátila střelecká muška;*
- *Slávistům se dušičky tetelí blahem;*
- *zápas přinesl debakl domácích;*
- *extrémně nahecované Brno;*

Frazeologismy a jejich modifikace:

Chyba lávky! (financování klubu Jablonce – problém s odchodem hlavního sponzora);
Nevděk světem vládne! (brankář, který Zlínu zachránil ligu a nyní hraje za jiný klub v zápase s loňskými spoluhráči čelil velmi hrubým atakům); *na Erata se konečně usmálo štěstí;* *Pověsí Koller kopačky na hřebík?;* *kladenští hráli od začátku druhé*

housle; Hudler si sype popel na hlavu; Miller připustil, že se s Miss Norska zná. Jinak ticho po pěšině...; Chovanec si na sebe upletl bič; Vaniak útočnickovi neskočil na špek;

Ustálená slovní spojení:

Kampak s tímhle na Pince!; Kdo by se toho na Spartě nadál?; Bylo na čase!; Dostat se Kličkovi k tělu je oříšek; na fotbalisty mají spadeno zloději; Slavia pykala za chyby; dělat si zálsuk na vítězství; Vaniak se měl na čáře co ohánět; Není divu Nesednu si před jejich hvězdami na zadek; Erat po zápase nedělal na nikoho ramena; útočníci v brankovišti nasazují krk Štrba dostal od doktorů zelenou; s nudným průběhem základní části je teď šmytec; Spartaňané čekají na návrat Duby jako na smilování; domácí byli jako vosy; podceňování týmu mu lezlo krkem; česká výměna je na spadnutí; prim udává gólman Turek; vsadit na špatného koně; Štěpánek si včera bezmoc prožil na vlastní kůži; na brněnského hromotluka si kapitán Slavie nepřišel; jestli se na trávník vrátí, zůstává ve hvězdách;

Modifikace rčení, přísloví:

- *Díky trejdům se jim z Tampy vrátil ztracený syn Prospal;*

Přirovnání:

- *Emoce patří ke Svobodovi jako ke Znojmu okurky;*
- *Slavia měla v první půli kliku jako Brno (zápas Brno:Slavia);*
- *Nedvěd je jako starý, pokažený papiňák, co každou chvíli exploduje;*
- *Bauer v Lahti letěl jako vítr;*

Slova cizího původu:

Slova přejatá z angličtiny:

superbiky; kemp; comeback; destinace; outsider; hattrick; derby; mise; trejd; biker; faul; sponzor; akce; sport; emoce; snajpr; klub; skaut; akreditace; extrém; exhibice;

kontrakt; bodyguard; akce white out; párty; ring; sprint; deprese; inspirace; komplex; dealer drog; frustrace;

Slova přejetá z jiných jazyků:

resumé; ansámbl; impresáριο; selanka; filigránské zakončení; manévr; tempo; opce; scénář; formace; bicykl; Ferrari; centrum pozornosti; kabina; ikona; idol; razance; kolega; squadra; exkluzivní představení; kampaň; prezident; trauma; fanatik; desperát; karate; kamikadze; enfant terrible; charita; borec; reflektor; deklasovat; senzace; nýmand; prominent; fúrie; exces; cirkus; šarm;

Synonymie:

Euro 2008 (koná se v Rakousku) - hra v červnu pod Alpami; hrát fotbal - nastoupit k utkání - odkopat zápas; Stanislav Gross – železničář - někdejší ministr vnitra a český premiér - právnícký koncipient – rentiér - mistr spekulací s akciemi - koloťuk Standa; Tomáš Sršeň - bývalý reprezentant - pětinasobný šampion se Vsetínem - hráč a spolumajitel druholigového Uničova; hráči Plzně - Západočeši; hráči Mostu – Severočeši; Jevgenij Pljuščenko - mistr piruet z Petrohradu; Petr Čech – muž s pověstnou helmou - Big Pete; squadra azzura - italská reprezentace;

Zkratky a slova zkratková:

MOV; ME; SP; PGA; NBA; MS; Super G;

Univerbizace:

slalomář; předkolo; kšiltovka; šustákovka;

Beletrizovaná vyjádření:

V bulvárním tisku se kupodivu vyskytují beletrizované výrazy velmi často, ovšem v kontrastu ze stylisticky podřadným jazykovým pojetím článků působí spíše komicky a nepatřičně:

Německou ligu cloumá nevraživé osočování; šéf Frankfurtu dští síru; Rosický úpi s bolestmi na těle i v duši; hráči se ponořili hluboko do vod oslav; marná byla snaha pozdní; Slavia je sužována marodkou; duel v Montrealu byl Prospalovi osudem; na petici se skví tisíce podpisů; Sparta ví kudy z bídy; hráče kosí zranění; Nadešel den, kdy francouzská justice nadobro zúctuje s šíleným českým řidičem Milanem Barošem.; Brabec se srdnatě bil; Jako opakující se morové rány dopadají zdravotní trable na hráče reprezentace.; zkroušeně přiznal fotbalista; Jarolím hořekoval; náhlé vzplanutí tým rozdělilo; v duchu této litery předvedl Svoboda zkrat; hokejka zmizela v propadlišti dějin; vzkřísil sen o zdolání magické střelecké mety; Šedá eminence Michal Kraus měla zajistit bezedný měšec.; sluneční paprsky vymetaly všechny kouty kolonády; nehodu zosnovala nešťastná náhoda; fotbalisté Norimberka se propadají stále hlouběji do sestupových bažin, ztrácí na spásné 15. místo dva body; sužován zraněními myslel na konec kariéry; v semifinále shořely naděje Severočechů; Sommerfeldt se dušoval, že sprint nepoběží; Sudová na startu utrousila sprosté slovo; Martin Procházka ochořel; Vojtek počastoval dobře mířenou ranou spoluhráče; slyšte šílenou historku ze Svatého Mořice; Hučící aréna v ochozech zalitá tunami bílé barvy. Tohle je Liberec.; David Krejčí: Bývaly chmury (T); Abraham: trojský kuň nastrčený z Letné na větrnou hůrku; lítá bitva na White Hart Lane; skokan se rozhodl oprášit zašlou slávu; extraliga přinesla radost i bol; vzduch zčeřila rána pěstí; Orli zvládli postup s grácií; Šmicer se s velkou pompou vrátil do Slavie; Norimberk je namočený v sestupovém bahně; Chladná ocel na tepajícím krku zabrala! (Brno muselo získat body, jinak hrozily pokuty); budoucnost Černého v Tottenhamu je zřejmě zpečetěna;

Chyby a stylistické nedostatky:

V bulvárních denících se čtenáři většinou nad chybami nepozastavují, na což možná redaktoři i trochu hřeší. V pravopisu se závažnější nedostatky téměř nevyskytly, běžné jsou ale překlepy nebo stylisticky nevhodně užitá věty:

- *drbal si hlavu **prozměnu** Štěpánek;*
- *svést blesky do tavicí pece;*
- *šedesát gólů je taky hranice klubu;*
- *k závodu jsou zahlášení dva Češi;*
- *hokejista se psychicky rozložil;*
- *Liberecký gólman Martin Pinc má formu (brankář hokejového Liberce se jmenuje Marek);*
- *Utkání dospělo do prodloužení.;*
- *Soupeřům nejdříve pláchnul, pak jim dal čuchnout, aby cílovou rovinku přetvořil na jeviště vlastní dokonalosti.* Uvedené souvětí také obsahuje oblíbený nešvar dnešní žurnalistiky – nepravou vedlejší větu, v tomto případě nepravou větu vedlejší účelovou.

Modelovost, výrazy automatizované:

inkasovat gól; hráč je v hledáčku zahraničního klubu/reprezentace; zápas se lámal v úvodu třetiny; magické číslo; sporný moment; o góly se podělili rovným dílem Magera se Svěrkošem; úřadující mistr světa Loeb; Miller si upevnil vedení ve SP; Bauer si připsal další triumf; ve hře je ještě 500 bodů; Roddick sázel eso za esem a nedovolil Štěpánkovi na třetí turnajový vavřín kariéry ani pomyslet; Jágr se v nově složené formaci zvedl; vysloužil si trest ve hře; dostat se do centra pozornosti; jít někomu do těla; Kaloudův kiks Slavia potrestala; Slavia se téměř nezmohla na odpor; Sparta nasázela šest gólů; vsítit; geniálně přistrčit míč; Brno Slavii přejelo; Sommerfeld vyválčil pátou příčku; Teichmann se nevešel ani do desítky; Nedvěd dva zápasy stál; vleklé zranění; úchvatná vítězná série Woodse; nakopávané balony sbírali stopeři; Sparta se oproti minulému zápasu zvedli o dimenzi; Nedvěd pálí do břevna; sparta ostudně prohráli 0:5; trefit někoho – ve smyslu zranit, srazit někoho; famózní zásah; soupeř v tom umí chodit; poslat někoho do provazů/k zemi;

Velmi produktivní je spojení se substantivem *euforie*:

hokejová/fotbalová euforie; vítěz byl v euforii; vítězná euforie; propukla euforie apod.

Aktualizované výrazy, snaha o aktualizaci:

Bauer ční s obrovským náskokem před vzdálenou smečkou pronásledovatelů; aby zase kvačil na marodku; principál cirkusu FI; zápas byl adrenalinovou bombou; generální ředitel Slavie je tajemný jako hrad v Karpatech; ve třech setech jí vystavila semifinálové stop Kuzněcovová; Jankovičová v Dubaji vymetala nákupní centra; Bauer na konci trati vysekl poklonu finskému publiku; Jak šalamounské vysvětlení Koller zkousne?; karetní hříšník; Koupel pro Vokouna - Jágr ho „vykoupal“ v brankovišti po klíče, T; Jágrova střelecká hladovka je pryč, to tam je ševelení o jeho možném trejdu; vyšlápnout si na ikonu Red Wings; Robitaille letěl hlavou do prken; o rozpárání sešíváných se postaral famózní autor vítězné trefy Střeštík; kujón Střeštík čaroval, bijec Besta rozdával rány; stoperovi na hlavě vyrašila narůžovělá boule; Kladno sejmuli rudoši (prosadili se hráči s rudým přelivem na hlavě)T; Čech zaspal a vyběhl pozdě; panovačný kouč podusil několik hokejistů; šampaňským vysvětili šatnu vítězů; dívky padaly štěstím do mdlob, jiné do kvilivé euforie; děkovačka fanouškům; brněnský superman Besta; fanoušky proklínaný obránce Malík; na vsetínském zimáku se pomalu ujímají vlády pavouci a myši; Radek Černý může znovu oprášit sedák; obětí horlivých ataků je David Jarolím; Jihočeši připomínali fotbalové sirotky (trenér týmu pro nemoc na lavičce chyběl); slušňák Koller je veden na pranýř; stačilo lehce fouknout a byl gól; aréna se proměnila v bílý monolit; zelenou mánií se nechala strhnout i primátorka; náhradníkům nabíhají vztekem žíly; Turek si připsal do kolonky čistých kont první čárku; Jágr luxusní kličkou znemožnil Vokouna; na novém stadionu v Edenu nebude slávistům patřit ani odpadkový koš – financován je dluhopisy; obletované trio pauzovalo 258 dní; minul puk pár čísel od branky; předvedl výlet z branky a la Hašek; slávistická omladina; psavec; vedení hráčům provětralo peněženky; rozpumpovat tribuny; Triumf s prstem v nose! T; Sparťané žižkovské Pepiky odsoudili do role komparsu;

Expresivita v žurnalistických komunikátech:

Expresivní pojmenování bulvární novináři užívají velmi často, chtějí maximalizovat účinek svých článků, emoce vystupňovat až na nejvyšší možnou míru:

Besta Slavii bez skrupulí zničil; běsnění útočníka Svobody; kladenský tahoun Procházka; vztekle třískl holí do plexiskla; Šlégr mlátil jako v zatmění smyslů domácího čahouna Kumstáta; vyhlášený tvrdák; bouřlivák; dotěra Výborný; bombardák; sympaťák ligy; zlikvidovat nájezd i s chlapem; mazák; zelenáč; slušňák Koller; propadák extraligy; cpal se antibiotiky; pardubický průšvih; kujón; bijec;

Objevují se i familiární oslovení sportovců:

- *Co s tolika penězi? Máša už ví.* (míní se Maria Šarapovová);
- *Jan Koller-Dino;*
- *Tomáš Rosický-Rosa;*
- *Miroslav Slepíčka-Slépa;*
- *Martin Procházka-Prochy;*
- *Zdeněk Orct – Ori;*
- *Miroslav Matušovič – Maty;*
- *Pavel Nedvěd – Méd'a;*

Valná většina expresivních a emočně silně zabarvených pojmenování obsahuje výrazy z nespisovných jazykových vrstev, příklady proto uvádíme v následující podkapitole.

Výrazy nespisovné:Pojmenování z obecné češtiny

Obecněčeské výrazy se na stránkách bulvárních periodik vyskytují v takové míře, že je to až rušivé a čtenář mnohdy nechápavě kroutí hlavou nad zvolenými jazykovými prostředky. Zatímco v seriózních novinách obecněčeské výrazy užívali redaktoři jen

výjimečně (v prepisech rozhovorů), bulvární deníky je zakomponovali přímo do svého vyjadřovacího stylu:

budou skučet jako psi; naštvou se; dát jim echo; policajti; nadupaný Hamburk; marod/marodka; v pohodě kryl; z fleku si mohl říct o roli; není třeba nic dlouho okecávat; sesmolit; furt mydlit Playstation; trhnout rekord; partáci z Pittsburghu; za závody vysázel čtvrt milionu na dřevo; skuteční machři na osvětlení; aplaudující plzeňský zimák; vedení klubu napařilo Nedvědovi pokutu; záložník to plácnul v recesi; lyžařka otázku odpálkovala; hráli houby; narozky s mouchou; záložník Sigmě pláchl do Bielefeldu; vyčíhnout správný moment, až Litvínov otevře kasu; Šlégr vymyslí srandu pro fanoušky; vyhecovaný duel; skokani v modrých šustákovkách; Koller dostal flastr! (T) a dále v textu ...dostal od disciplinárky stopku na jeden zápas a mastnou pokutu. Může se tak akorát vyplakat na rameni spoluhráči; dej se do kupy, říká Orct Procházkovi; Bříza na led? Leda jeho papírová kopie; na tobogánu už se polámalo hezkých pár chlapů; Přijíždí Pljuščenko. Zabásnou ho? (T); Eduardo přijal ve špitálu hřištníka; náhradníky připravil o flek protěžovaný Abraham; chlastá jako Dán, ale teď si lyžař Bode Miller nabalil Norku, o víkendu se vše provalilo; Kdy přiletí atomovka? (T); finále Poháru je fuč; Berger by byl pro Slavii velkým tahákem; potoky chlastu udělaly své i s fotbalovými pořizky; trenér Blažkovi své připomínky vpálil do obličeje; Prachatá Šarapovová míří do Vietnamu (T); Fígl vyšel (T); Roddick se z legrace mlátil do kebuly; bezduchá zívačka; rvačka; stopka; Vaniak čapal míče; Modráky sedí! (T), (Sparta nastoupila nezvykle v modrých dresech a po předchozích špatných výkonech vyhrála); Sparťané dřeli, jako by z nich pracanty nadělaly úbory v barvě montérek; Slavia vyměkla; Kanadčan skončil ve škarpě (T); Gascoigne se profetoval až do blázince; vytočený trenér; Kličkova pecka a Rus toho měl dost; zloději vybilili dům gólmána Palopa; Rooney: další bourák do sbírky, hodlá s ním všechny převálcovat; druholigový nýmand; Blažek si v Norimberku pěkně zavařil, trenér si ho pozval na kobereček; Baroš za auto vyplázl 5,5 milionu; čtvrtá lajna; útočníkům to spolu klape; Sudová kouká jako bubák (T) a dále v textu ...musí makat...dlabe těstoviny...dorty neslupla, jen si je omrkla; nesmí to být jen plkání;

Vulgarismy

Stejně jako obecněčeské výrazy, i vulgarismy jsou běžným prostředkem vyjadřovacího stylu bulvárních deníků:

- *Kabina je na něj pěkně nasraná;*
- *jestli ho Besta trefil úmyslně, je to prase;*
- *spartané na Slavii kašlou, každý rok si to podělá;*
- *potoky chlastu;*
- *chlastá jako Dán;*
- *opěvovaný Čech selhal ve chvíli, kdy se to Chelsea setsakra nehodilo*
- *Nedvěd: Stupidní vyloučení, turínská fúrie zase řádila (T) a dále v textu Nedvědova stupidita...*

Slang

gólman; má formu/fazonu; uhrát plichtu; jesle; špílmachr; eso (nejlepší hráč, favorit); šutér; kostka nad ledem; nádobíčko (ve smyslu hokejové výzbroje); slávistické tykadlo Blažek; čisté konto; žolík; střílet od modré (modrá čára, oddělující útočnou třetinu od středního pásma); mančaft; klec; být dobrý na čáře; kiks; stoper; stulpna; šlapák; stáj;

Mnohé slangismy můžeme zároveň zařadit k univerbizacím:

svěťák (světový pohár); národ'ák; zadovka; klasická patnáctka (běh na 15 km klasickým způsobem); Onofrej měl tutovku (jasnou šanci skórovat); trestňák; klasik (běžec na lyžích klasickým způsobem);

VÝSTUPY Z ANALÝZY BULVÁRNÍCH NOVIN

Sportovní rubrika se vzhledově nevymyká normě běžné v bulvárních denících. Na stranách dominují velké barevné fotografie s popisky, na oči útočí i barevné titulky. Ze seriózních tiskovin převzali bulvární redaktoři tabulky (výsledek utkání a nejzákladnější statistické údaje, srovnání kladů a záporů jednotlivých soupeřů, největší hvězdy),

v Aha! dokonce redaktoři tipují postupující tým v zápasech hokejové play-off včetně odhadu konečného stavu série.

V Aha! se čtenář může setkat i s rádoby vtipnými komentáři a popularizačními tabulkami, v nichž se autoři snaží pobavit čtenáře „radami“, pomocí nichž by mohli jednotliví soupeři v postupových bojích uspět. Jednotlivé tabulky s „humornými“ texty jsou vybaveny titulky, v nichž je alegoricky zmíněno jméno konkrétního klubu:

Jak na bohy (bohy autor mínil hokejisty pražské Slavie; jak známo, Slavia byla slovanská bohyně);

Jak na oceláře (pod názvem oceláři se skrývá klub z Třince – oficiální název klubu, odkazující na hlavního sponzora, zní HC Oceláři Třinec);

Invence redaktorům pomalu došla u titulku *Jak na rybáře*. Mountfield České Budějovice se tak nedočkal „veselé“ jazykové hry se svým jménem, a musel se spokojit s jiným přenesením významu. Jižní Čechy jsou proslulé rybníkářstvím a chovem kaprů, proto se rady vztahují na anti-rybářské aktivity.

Vrcholem ale je titulek *Jak na policajty*. Naráží se zde na podobu slov „polda“ a „Poldi“, jak se nazývala kladenská huť, sponzorující tamní hokejový klub.

Tabulky doprovází stylizovaná fotografie hráčské osobnosti konkrétního klubu (např. slávista Bednář pózuje jako antický bůh ve slavistických barvách - to ovšem poukazuje na neznalost historických reálií autora snímku; třinecký útočník Jiří Polanský zase předstírá práci u tavicí pece).

Humornost rad, otištěných v tabulkách, hraničí s nejpokleslejším lidovým „humorem“, známým z filmů Kameňák. Většinou se doporučuje protivníky opít, případně jim nasypat do pití projímadlo nebo je uplatit. Zde je zjevná narážka na korupční aféru, známou z fotbalu a z pozdějšího dramatického zpracování dvojice Čtvrtníček, Lábus („...*tu kapříka, tu pár hrušek...*“).

Totéž odstartovala redakce už v textech ze 3. 3., uvádím jen názvy příspěvků, texty už ponechám bez komentáře:

Jak na šviháky (Karlovy Vary; zdrojem příměru je klišé švihák lázeňský);

Jak na pumpaře (Chemopetrol Litvínov; zřejmý odkaz na generálního sponzora);

Jak na lyžaře (Liberec je místem, kde se odehrávají významné lyžařské závody včetně závodů Světového poháru);

Jak na bojovníky (Sparta Praha; odkaz na antickou Spartu, proslulou svými vojenskými silami).

Ve obdobném stylu a „kvalitě“ deník uveřejnil tipy, které mají Slavii přivést k vytouženému titulu. Tabulka má název *Aha! radí: Jak nebýt zase druzí v lize* (T), 27.2.. Z jazykového hlediska lze text charakterizovat jako velmi nepovedený, překvapí snad jen nezvykle velkým množstvím nespisovných až vulgárních výrazů, např. *angažujte psychologa, není samo sebou, že se to každý rok podělá; popř. řeči o titulu nesmí být jen plkání či spartané na vás kašlou.*

Jazyk bulvárních deníků lze tedy po analýze charakterizovat takto: obsah článků má výrazně emotivní funkci, snaží se u čtenáře vzbudit zájem pomocí přehnané expresivity, hraničící někdy až s vulgaritou. Frazémy se neužívají v takové míře jako v seriózních denících, autoři článků užívají spíše různá ustálená slovní spojení, známá z běžné mluvní praxe. Vysoce kontrastně působí časté snahy o skloubení beletrizovaných výrazů s prostředky lidového vyjadřování, blízkého masám, jež tvoří čtenářskou obec druhořadých periodik. Tyto snahy působí násilně, křečovitě, nepatřičně a někdy i komicky.

Z hlediska stylistiky jsou texty článků podřadné, výběr vyjadřovacích prostředků bývá determinován minimálními nároky, kladenými na konzumenty textů. Dominují obecněčeské výrazy, témata, v člancích čtenářům předkládaná, mnohdy se sportem souvisí jen okrajově. Honba za senzací, skandály a brutalitou výrazně ovlivňuje i sportovní rubriku.

4 ZÁVĚR

V diplomové práci jsem chtěl dosáhnout splnění několika cílů. V teoretické části jsem usiloval o srozumitelné definování základních pojmů (žurnalistika, publicistika, zpravodajství, masmédiá) a vymezení jejich znaků. Snažil jsem se poskytnout i krátký, ale nezbytný vhled do dějin žurnalistiky a nástin elementární odborné literatury. Hodlal jsem též poukázat na nejdůležitější žánry sportovní žurnalistiky a jazykové prostředky, běžně užívané v našich denících, přiblížit na praktických příkladech. Cíle teoretické části byly splněny.

Úkol praktické části spočíval v analýze komunikátů sportovních redaktorů bulvárních a tzv. seriózních deníků. Ve své práci jsem se snažil na základě komparace dokázat a na příkladech doložit fakt, že jazykové prostředky bulvárního a tzv. seriózního tisku se v současnosti téměř neliší a jsou si v mnohém podobné.

Ačkoliv se bulvární deníky sportovní rubrice mnoho nevěnují, projevy potvrzující přiblížování jazyka tzv. seriózních a bulvárních novinářů jsou zcela patrné, ať už se jedná např. o zvýšenou frekvenci expresivity, nepřímých a obrazných pojmenování, výrazů evokujících agresivitu či o výběr témat. Bulvární deníky dnes přebírají do svého rejstříku i mnohé prvky z repertoáru tzv. seriózních novin. Na stránkách bulvárních listů se čtenáři setkávají s projevy intelektualizace jazyka (slova cizího původu, termíny obvyklé v jiné než sportovní oblasti), hojně se vyskytují beletrizovaná vyjádření, která mají do textů vnést punc originality. Sportovní redakce druhořadých periodik se od seriózních kolegů inspirovaly také při užívání shrnujících a vysvětlujících tabulek a schémat, ačkoliv jim vtiskly vlastní, specifickou podobu. Co se výběru jazykových prostředků v člancích a stylistické úrovně textů týče, bulvární deníky zůstávají věrné politice novin pro masu – hovorové, mnohdy až vulgární výrazy dominují, důraz na expresivitu a minimální nároky na čtenáře zcela vylučují možnost tvorby jazykově a stylisticky korektních slohových útvarů.

I v seriózních novinách můžeme sledovat prvky sblížování s bulvárními periodiky. Tzv. seriózní deníky se i ve sportovní sekci stále více zaměřují na peníze, společenská

témata a senzace. Motivem je pro ně konkurenční boj a z něj plynoucí snaha udržet si čtenáře a pokud možno rozšířit jejich okruh. Novináři se snaží psát vtipněji, vymanit se z nudné a stereotypní šablonovitosti, limitované užíváním neustále stejných, automatizovaných vyjádření. Často užívají aktualizované výrazy, frazémy, beletrizovaná a obrazná pojmenování a bohatá synonyma. Používání původně cizích a slangových slov, související s intelektualizací jazyka, se stalo charakteristickým rysem seriózních novin. Redaktoři však v tomto směru mnohdy neznají míru, což občas znesnadňuje pochopení textu.

Inspirace bulvárními deníky se v jazykové rovině projevuje příklonem k lidovějšímu vyjadřování, úsilí o hyperkorektní jazyk je věcí minulosti. Vzrůstá míra expresivity v textech, autoři mnohdy vytváří podivuhodné aktualizace, přiklání se v omezené míře i k užití výrazů ne zcela spisovných. Oproti bulváru však obsah článků mnohdy vyniká nápaditostí, odbornou erudicí a snahou o hru s jazykem. Sbližování probíhá i v grafické podobě, současné seriózní deníky usilují o vizuální atraktivitu a barevnost, což se odráží nejen v titulcích, ale zejména v někdy nemístně naturalistickém obrazovém doprovodu článků, což v případě nehod či zranění nelze hodnotit pozitivně. Přesto si naše tzv. seriózní deníky stále uchovávají slušnou úroveň, i když u deníku Právo jsem na pochybách, zdali jej nezařadit do kategorie druhořadého periodika. Obsahy článků v něm totiž jazykovou a stylistickou úrovní spíše vyhovují pojetí média určeného pro masu.

Z komparace bulvárních a tzv. seriózních deníků tedy vyplývá, že v současnosti evidentně dochází ke sbližování v jazykové oblasti. Bulvární i seriózní periodika se navzájem ovlivňují, inspirují se, přizpůsobují se požadavkům trhu. Vývoj zřejmě směřuje k ještě většímu sbližování jazyka novin druhořadých a seriózních. Grafickou podobou, kvalitou zpravodajství a publicistiky, přístupem ke zpracování jednotlivých témat, věrohodností a mírou důležitosti zpravodajských sdělení se ale nadále bulvární a tzv. seriózní deníky diametrálně odlišují.

SEZNAM PŘÍLOH

- 1. Příklady fičrových zpráv**
- 2. Vysvětlující schémata**
- 3. Titulní strana deníku Sport s odkazy na články**

Příloha 1

Příklady fičrových zpráv



Foto – ČTK

Gascoigne: Kokain a paranoia!

**Bouřlivák
»Gazza«**

LONDÝN (spo) – Enfant terrible anglického fotbalu Paul Gascoigne (40) se profetoval až do bláznince! Deník Mirror včera přetiskl výpověď, podle které »Gazza« v poslední době nakupoval od dealerů drog denně kokain za neuvěřitelné 2000 liber (přes 66 000 Kč). A ještě šílenější je, jak s ním zacházel. „Prášek si rozdělil na 35 lajn. Pětatřicet, to je součet jeho dvou oblíbených čísel – 16 a 19,“ nastínil jeden z policejních vyšetřovatelů. S číslem 19 hrával Gascoigne za anglický národní tým, s šestnáctkou v Laziu Řím. „Ze zásady šňupal jen dvě lajny – šestnáctkou a devatenáctou. Zbytek pokaždé vyhodil. Muselo ho to stát strašné peníze,“ ťuká si na čelo. Takové jednání je prý jasnou známkou obsedantně kompulzivní poruchy (OCD). K tomu ještě Gascoigne trpí těžkou paranoiou. „Už před lety říkal, že po něm jde Irská republikánská armáda, teď, když ho zatýkali a odváželi do bláznince, se obával, že ho zatýká FBI,“ uvedl zdroj Mirroru.



Jágr se při návratu do kasina smál.



Zahrál si i Rozsival (druhý zprava).

Co Jaromíru Jágrovi vrátilo střeleckou mušku? Noc v newyorském kasinu!

NEW YORK (zbk) – Čemu vděčí český hokejista Jaromír Jágr za to, že se mu na hokejku vrátila střelecká muška? Jeden důvod se nabízí – zase přičichl k milovanému hazardu! Před víkendovými zápasy v Buffalu a proti Floridě se totiž s celým týmem Rangers

zúčastnil charitativní Noci v kasinu. Během ní hokejové hvězdy každoročně hrají o žetony s asi šesti stovkami svých fanoušků a celkový výtěžek (letos 4,6 mil. Kč) dávají chudým dětem.

Jen co si Jágr v newyorské Gotham Hall prohlédl karty tančící po suknech baccaratových a blackjackových stolů, viditelně pookřál. Hned skóroval v Buffalu a následně luxusní klíčkou znemožnil gólmana Floridy Vokouna. Před-

tím přitom nedal gól déle než měsíc!

Rangers tak mohou jen doufat, že stejný dopad bude mít »léčba« hazardem i na Petra Průchu. Ten si zatím doléčuje pošramocené rameno, ale až se vrátí, jistě by svůj chudý letošní účet (7 gólů) taky rád přiživil...



Mosteckého fotbalistu Simpsona zachraňoval po havárii spoluhráč Pešír

Kanad'an skončil ve škarpe

Mostecké fotbalisty provází smůla v zápasech, útočníka Simpsona v popředí v životě.



PRAHA (ice) – Na čelo by si mohl v klidu plácnout nálepku »Největší mostecký smolíček«. Kdo? Fotbalový útočník Dave Knight Simpson (25). V říjnu 2006 ležel po ráně od teplického Kaufmana dvacet minut v bezvědomí a i v neděli mu pořádně zatrnulo. Při návratu ze zápasu s Olomoucí skončil s autem ve škarpe a musel být převezen do lounské nemocnice! „Měl otřes mozku a pohmoždil si hrudník. Bude nám asi čtrnáct dní chybět,“ informoval Aha! mostecký šéf Petr Kabíček. A mohlo být i hůř! Štěstí, že chvilku za Kanadanem mířil zpátky do Prahy i útočník Tomáš Pešír!

„Uviděl jsem auto v příkopu a řekl si: To bude Dave! A i když nechtěl, tak jsem zavolal záchranku. Trochu se motal, tak pro jistotu!“ popisuje mostecký štěr. Udělal dobře! Vždyť sám Simpson pro Aha! před rokem přiznal, že po předloňském zranění mu delší pobyt v horším prostředí nebo právě nárazy při jízdě autem vadí. „To se mi pak začne motat hlava,“ prohlásil tehdy.

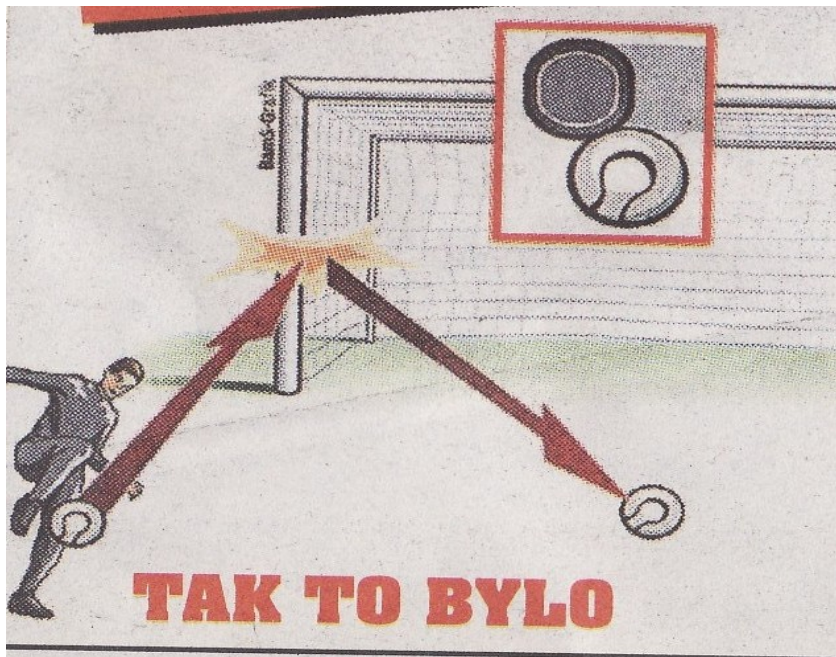
K nehodě došlo na křižovatce ve tvaru písmene »I« za obcí Skršín. „Řidič, který jel těsně za ním, říkal, že Dave normálně zastavil a místo toho, aby odbočil

doleva, tak se rozjel rovně! Skončil ve škarpe se zadními koly ve vzduchu,“ kroučí Pešír nechápavě hlavou. Služební Dacii Logan museli z příkopu vyprostit hasiči, Simpson zůstal otřesen.

„Po nehodě byl v šoku,“ přitakal Pešír, jenž vůz odvezl zpátky do Mostu a den po nehodě vyzvedl kamaráda v nemocnici. „Za celou cestu ze špitálu neřekl ani slovo,“ dodal. Není divu! Po duelu se Sigmou jej trenér Žák zkritizoval, chvíli poté se vybouřil.

Sešívání ho chtěli vykartovat
... je to bez skrupulí znič

Příloha 2
Vysvětlující schémata





Příloha 3

Titulní strana deníku Sport s odkazy na jednotlivé články



Polské facky

ROZHOVORY
Exkluzivně s Jágrem a Strakou
Strany 11 a 12

LYŽOVÁNÍ
Neumannová odpískala skiatlon
Strana 17

HOKEJ
Vrátí se Výborný do Sparty?
Strana 8

KDEPAK ASI BYLA CHYBA?
Milan Baroš s Janem Kollerem zpytují svědomí.
Foto SPORT: Michal Beránek

Sport MAGAZÍN
JIŽ ZÍTRA VYCHÁZÍ SPORT MAGAZÍN

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

1. BARTOŠEK, J. Jazyk žurnalistiky. In Daneš, F. a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha, Academia, 1997. s. 42-67. ISBN 80-200-0617-6.
2. BARTOŠEK, J. *Úvod do studia žurnalistiky*. Olomouc: UP, 2001. ISBN 80-244-0235-1.
3. BARTOŠEK, J. Vlastní jména v masmediálním zpravodajství. In *Propria v systému mluvnickém a slovtvorném*. Brno, Ped.F. MU Brno, 1999. s. 39-48. ISBN 80-210-2031-8.
4. BARTOŠEK, J. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2002. ISBN 80-7318-059-6.
5. BEČKA, J. V. *Jazyk a styl novin*. Praha: Novinář, 1973.
6. BEČKA, J. V. *Základy kompozice jazykových projevů*. Praha, 1960.
7. BURNS, L. S. *Žurnalistika. Praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6.
8. ČECHOVÁ, M. *Dynamika frazeologie*. In *Naše řeč*, 69, 1986, s. 178-186.
9. ČECHOVÁ, M., KARHANOVÁ, K. *K recepci kulturních frazémů v současné komunikaci*. In *Naše řeč*, 78, 1995, s. 138-144.
10. DOČEKALOVÁ, M. *Tvůrčí psaní pro každého*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. ISBN 80-247-1602-X.
11. HAGEN, L. Informační kvalita a její měření. In: Schultz a kol.: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998. ISBN 80-246-0827-8.
12. HAUSENBLAS, K. *Výstavba jazykových projevů a styl*. Praha: UK, 1972.
13. CHLOUPEK, J. a kol. *Stylistika češtiny*. Praha: SPN, 1991. ISBN 80-04-23302-3.
14. JELÍNEK, M. *O jazyku a stylu novin*. Praha: RP, 1957.
15. JODAS, J. K aktualizaci frazeologismů v současné české publicistice. In *Frazeológia vo vzdelávaní vo vede a kultúre*. Nitra: SPN, 1993. ISBN 80-88738-05-9.
16. KRAUS, J. *Několik poznámek k pocitu jazykového ohrožení*. *Naše řeč*, 79, 1996. s. 1-9.

17. KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum 1995. ISBN 80-7184-134.
18. MACHÁČKOVÁ, E. *K sémanticko-syntaktické výstavbě novinových titulků*. Slovo a slovesnost, 45, 1985. s. 215 - 222.
19. MINÁŘOVÁ, E. Frazeeologismy ve stylu publicistickém, jeho proměny a funkce. In *Frazeológia vo vzdelávaní vo vede a kultúre*. Nitra: VŠP, 1993. s. 275-281. ISBN 80-88738-05-9.
20. MISTRÍK, J. *Kompozícia jazykového prejavu*. Bratislava: SPN, 1968.
21. MISTRÍK, J. *Štylistika*. Bratislava: SPN, 1985.
22. MLČOCH, M. Jazykové prostředky psané sportovní žurnalistiky. In *AUPO Facultas Paedagogica, Philologica XIX, Studia Philologica 10*, UP Olomouc 2001a. s. 31 -38. ISBN 80-244-0216-5, ISSN 0231-8075.
23. MLČOCH, M. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. UP: Olomouc, 1999.
24. MLČOCH, M. Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku. In *Naše řeč* 85, 2002, č. 5. s. 235 - 243.
25. MLČOCH, M. Specifické rysy jazyka psané žurnalistiky. In *AUPO Facultas Paedagogica, Philologica XIX, Studia Philologica 10*, UP Olomouc 2001b. s. 21 -30. ISBN 80-244-0216-5, ISSN 0231-8075.
26. OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999. ISBN 80-85983-76-1.
27. SRPOVÁ, H. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. Ostrava: Ostravská univerzita, 1998.
28. VOJTEK, J. *Praktická příručka redigování*. Praha: Novinář, 1982.

ZDROJE NA INTERNETU

29. Etický kodex novináře. www.syndikat-novinaru.cz
30. www.gfk.cz (<http://www.gfk.cz/cz/default.aspx>)

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Lubomír Šmíd
Katedra:	Katedra českého jazyka a literatury
Vedoucí práce:	Mgr. Miloš Mičoch, Ph.D.
Rok obhajoby:	2008

Název práce:	Komunikáty sportovní žurnalistiky v tzv. bulvárním a seriózním tisku
Název v angličtině:	The communicates of sporting journalism in so called bulvar and respectable press.
Anotace práce:	Diplomová práce je zaměřena na komunikáty sportovní žurnalistiky v bulvárním a tzv. seriózním tisku. Zabývá se problematikou specifických jazykových prostředků užitých ve sportovní žurnalistice a tím, zda se jazykové prostředky bulváru liší od seriózních novin. Komparace a analýza bulvárního a seriózního tisku ukazuje míru podobnosti a rozdílů užitých jazykových prostředků.
Klíčová slova:	Sportovní žurnalistika, zpravodajství, publicistika, jazykové prostředky, přejímání z cizích jazyků, slang, bulvární a seriózní tisk, automatizace, aktualizace; analýza, komparace
Anotace v angličtině:	This Master thesis focuses on the language means of the sporting journalism in bulvar and so called respectable press. It deals with questions of specific language means used in sporting journalism and if language means of bulvar press are different in respectable newspapers. The comparison and analyse of bulvar and respectable press shows the level of resemblance and distincts used language means.
Klíčová slova v angličtině:	Sporting journalism, reporting, publicism, language means, borrowing of lexical units from others languages, slang, bulvar and respectable press, automatization, actualization, analyse, comparation
Přílohy vázané v práci:	Ukázky fičrových zpráv, vysvětlující schémata, titulní strana deníku Sport s odkazy na články
Rozsah práce:	85 stran
Jazyk práce:	český jazyk