**STYLISTIKA ČEŠTINY**

**/FUNKČNÍ STYLY/**

**Doc. Mgr. Patrik Mitter, Ph.D.**

**2022**

Studijní opora Katedry bohemistiky PF UJEP v Ústí nad Labem

**Předmluva**

Vážené studentky, Vážení studenti,

Studijní opora s názvem *Stylistika češtiny / funkční styly* bezprostředně navazuje na studijní oporu *Stylistika českého jazyka/obecná a výrazová stylistika/* a spolu s ní tvoří výchozí studijní materiál pro disciplínu *Stylistika* v prezenční i kombinované formě studia bakalářského studijního programu Učitelství českého jazyka a literatury pro střední školy. Obsahuje výklady o funkčních stylech v souladu s uzancemi jejich třídění v učebnicích českého jazyka pro základní a střední školy.

Text studijní opory vznikal postupně a jeho součástí jsou „dílčí“ studijní (mini)opory *Jazyk a styl publicistiky, Jazyka a styl odborných textů, Administrativní styl*, které vznikly původně pro účely online výuky. Protože se práce s nimi osvědčila, zařazujeme je do této studijní opory. Dílčí studijní miniopora *Administrativní styl* obsahuje i několik cvičení, k nimž je v jejím závěru připojen klíč. Více úkolů k procvičování lze nalézt ve výše uvedené opoře *Stylistika českého jazyka /obecná a výrazová stylistika/.*

Kombinovaná forma studia předpokládá značnou míru samostatnosti a studijní disciplíny studentů a studentek, neboť ve vyučovacích blocích nelze z časových důvodů realizovat výuku všech témat příslušného sylabu. Z tohoto důvodu je k samostudiu (ze stylistických popisů češtiny dle volby studenta) určena kapitola o uměleckém stylu. Oproti obvyklému řazení výkladů o jednotlivých funkčních stylech jsme v naší opoře předřadili výklady o publicistickém (a řečnickém) stylu před výklady o odborném a administrativním stylu, přestože z hlediska chronologického vývoje vyčleňování funkčních stylů by tomu mělo být naopak. Publicistický a obecně mediální text mají ale v současné době mnohem větší vliv na uživatele češtiny a jejich vyjadřování než texty odborné a umělecké apod. Do textu jsme zařadili i výklady o stylu konverzačním (v rámci stylu prostěsdělovacího) a učebním (v rámci stylu odborného). Ke stylu reklamnímu připravujeme speciální studijní materiál a chceme tím doplnit jisté tematické mezery, které k současné mladé generaci v oblasti výuky funkčních stylů má současná česká základní a střední škola.

Na závěr nezbývá než studentkám a studentům popřát mnoho zdaru a úspěchů při práci se studijní oporou

 autor

V Ústí nad Labem 20. května 2023

**OBSAH**

Předmluva 2

Obsah 3

Teorie funkčních stylů - vývoj a současnost 4

Prostěsdělovací styl a jeho status v soustavě funkčních stylů 9

Jazyk a styl publicistiky 15

Řečnický styl 42

Jazyk a styl odborných textů 48

Administrativní styl 71

Poznámka k uměleckému stylu 82

Klíč ke cvičením z administrativního stylu 83

**Teorie funkčních stylů – vývoj a současnost**

V literatuře a v jazyce vůbec se klasifikace stylů až do 1. poloviny 20. století odvozovala od jejich vertikálního členění. Toto členění pocházelo z antiky a reflektovalo především estetický a literární pohled na styl. Vertikální členění stylů uplatňoval v české literatuře např. Josef Jungmann ve své *Slovesnosti* z r. 1820 (2. vyd. 1845), rozlišoval styl:

vysoký – básnictví

(pro)střední – próza, řečnictví

 nízký – úřední dopis

Toto členění odpovídalo společenské prestiži uvedených oblastí v dřívějších dobách, postupným vývojem se ale oblast (pro)středních stylů rozhojňovala, přičemž se jednotlivé styly od sebe značně odlišovaly – srov. z texty odborné, texty úřední, texty novinářské – a měnila se i společenská prestiž textů jednotlivých stylových oblastí. Proto také vertikální klasifikace stylů přestala potřebám jazykovědy i společnosti vyhovovat.

**Poznámka:** plný název výše zmiňovaného Jungmannova díla je *Slovesnost aneb Sbírka příkladů s krátkým pojednáním o slohu*. Na tuto vertikální klasifikaci stylů navázal ve druhé pol. 20. stol. z českých stylistiků Karel Hausenblas (viz dále).

**Počátky teorie funkčních stylů** položila Pražská škola (označovaná též jako Pražský lingvistický kroužek), především Bohuslav Havránek a Vilém Mathesius. Přestože Mathesius pojímal styl zpočátku jako jev individuální, osvojil si postupně termín funkční sloh (podobně jako Havránek, který ovšem místo termínu **funkční styl** používal termíny **funkční jazyk** a později **funkční dialekt**). Pražská škola zvolila jako hlavní kritérium třídění stylů funkci projevu a nadřadila ji všem ostatním slohotvorným faktorům. B. Havránek ve své významné stati ve sborníku *Spisovná čeština a jazyková kultura* (viz tam stať *Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura*, s. 32-84), rozlišil následující **funkční jazyky** (dnes funkční styly) a jim odpovídající **funkce**. Mimo hranice stylistiky klade jazyk nespisovný (lidový), pozdějším vývojem se však i nespisovné útvary a poloútvary (tj. nestrukturní úvary) staly předmětem studia stylistiky.

|  |  |
| --- | --- |
| **funkční jazyk** | **funkce (spisovného) jazyka** |
| hovorový (konverzační) | komunikativní |
| pracovní (věcný) | prakticky odborná |
| vědecký | teoreticky odborná  |
| básnický | estetická |

Nahlíženo z dnešní perspektivy je hovorový jazyk stylem prostěsdělovacím, pracovní jazyk zahrnuje styl publicistický i administrativní, vědecký jazyk je stylem odborným a básnický jazyk stylem umělecké literatury.

**Tyto tzv. funkční jazyky přestavují první obecné vymezení funkčních stylů a jsou zásadním kvalitativním posunem ve vývoji stylistického bádání nejen v kontextu českém (resp. československém), ale i světovém.**

Havránkovo pojetí v základním půdorysu převzal a uplatnil ve svých dílech *Technika slohu* (1938) a *Úvod do české stylistiky* (1948) J. V. Bečka na rozdíl od Havránka diferencuje vnitřně jazyk praktický tak, že uvádí in explicite jeho jednotlivé jazyky (tj. styly), srov.

|  |
| --- |
| jazyk umělecký |
| jazyk prakticky* jazyk úřední
* jazyk hospodářský (jazyk obchodní)
* jazyk novinářský
 |
| jazyk vědecký |

Jazyk umělecký a vědecký stojí z hlediska svých funkcí na opačných koncích funkčně jazykového spektra, prostor mezi nimi vyplňuje jazyk (praktický). J. V. Bečka uvažuje o funkčních jazycích jen v intencích spisovné češtiny, proto do klasifikace nezařazuje funkční jazyk hovorový (viz u Havránka).

**Poznámka:** Termín **hovorový jazyk** (styl) u Havránka byl později oprávněně kritizován. Komunikativní funkci přiřazoval totiž nejen jazyku hovorovému (tj. u Havránka jeho formě hovorově spisovné), ale i nespisovnému (u Havránka lidovému). Termín hovorový projev tak označoval i jazykové projevy, které nebyly spisovné (neutrální), tím se ovšem pojetí stylu dostalo mimo hranice spisovnosti, ačkoli Havránek a také Bělič aj. vytvořili následně koncept tzv. **hovorové češtiny** jako předstupně spisovné češtiny, tj. jako útvaru, který je ale už součástí spisovné češtiny. Termín hovorová čeština však dnes není jednoznačně uznáván, neboť o její existenci jakožto samostatného útvaru existují oprávněné pochybnosti. Obecně uznávaná a nezpochybnitelná je naproti tomu existence **stylové vrstvy hovorové**, tj. jazykových prostředků se slohovým příznakem hovorovým.

Současnému stavu klasifikace funkčních stylů nejvíce vyhovuje členění spisovných slohů (tedy již ne funkčních jazyků) Fr. Trávníčka (*O jazykovém slohu*, 1953). Ten vymezil 6 základních spisovných slohů, srov.

|  |
| --- |
| sloh odborný* sloh teoretický (vědecký) a praktický
 |
| sloh novinářský* i sloh populární a popularizační
 |
| sloh řečnický |
| sloh úřední |
| sloh společenský (konverzační) |
| sloh umělecký |

Trávníčkovo pojetí slohu počítá s existencí řečnického a společenského (konverzačního) slohu, čímž se odlišuje od pojetí Havránkova i J. V. Bečky, a upozorňuje i na vnitřní diferenciaci novinářského slohu. Trávníček společně s Bečkou již vyčleňují styl úřední (z dnešního pohledu styl administrativní).

Havránkovo vyčlenění tří, resp. čtyř základních stylů se stalo základem pro další vývoj soustavy funkčních stylů. Do ní byl v 50. letech začleněn in explicite styl publicistický, od 70. let i styl administrativní (dříve i jednací nebo úřední, víz výše), který byl u Havránka součástí pracovního jazyka, resp. byl přičleňován k prakticky odbornému stylu. Postupně byl do soustavy přijat styl řečnický, který je vlastně jedním z nejstarších (srov. řečnictví v antice). Soustava tzv. **primárních funkčních stylů** a funkcí jejich textů má v současnosti tuto podobu:

|  |  |
| --- | --- |
| styl prostěsdělovací | funkce textů (prostě) sdělná |
| styl odborný | komplexně pojatá odborně sdělná |
| styl administrativní | regulativní, operativní |
| styl publicistický | sdělnápersvazivní, působící ovlivňovacíesteticky sdělná – beletristické žánry |
| styl řečnický | sdělnápersvazivní, působící ovlivňovacíesteticky sdělná – některé žánry |
| styl umělecký | esteticky sdělná |

Kromě těchto **tzv. primárních stylů** se postupně rozrůstá řada i tzv. **sekundárních stylů**, které vznikají vyčleněním ze stylů primárních, příp. jejich průnikem. K**tzv. sekundárním stylům** se obvykle řadí styl esejistický, učební, reklamní, konverzační. Nově se konstituují stylové oblasti komunikace manažerské, komunikace v oblasti informačních technologií. Specifický charakter má komunikace církevní, neboť zasahuje většinu primárních stylů (srov. texty odborné, řečnické, publicistické, umělecké, administrativní i prostěsdělovací v rámci církevní komunikace).

Do budoucna lze předpokládat postupnou profilaci některých dalších oblastí textů s toutéž funkcív samostatný styl, čímž lze tak ponechat otevřenou možnost pozvolného rozšiřování počtu sekundárních stylů.

**Styl esejistický** se vyprofiloval jako průnik stylu odborného a uměleckého, přičemž jednotlivé texty tohoto stylu oscilují v různé míře intenzity mezi oběma styly.

**Styl učební** se vyčlenil ze stylu odborného jako specifický způsob zprostředkování odborného sdělení zahrnující i různé úkoly cvičení, návody k zapamatování obsahu učiva naplňující funkce regulativní a operativní (viz administrativní styl).

**Styl reklamní** se vyčlenil ze stylu publicistického, na rozdíl od publicistických textů mají reklamní texty kromě společných funkcí sdělné a persvazivní i funkci manipulativní.

**Styl konverzační** se někdy považoval za součást stylu prostěsdělovacího (z dnešního pohledu), fakticky se však jedná o styl, jehož texty mají funkci fatickou (kontaktovou). Jejich podstatou je komunikace pro komunikaci, snaha o navázání a následné udržování komunikace (např. konverzace v tanečních, hovory o počasí s neznámým spolucestujícím ve veřejném dopravním prostředku).

Poněkud na ústupu je v současnosti i v budoucí perspektivě **styl epistolární** (styl dopisů), který však zahrnuje široké stylové pásmo – od korespondence osobní přes administrativní a tzv. otevřené dopisy určené ke zveřejnění (např. v masmédiích) až po korespondenci uměleckou. Současný vývoj informačních technologií silně upozaďuje tento někdejší klasický způsob psané komunikace mezi lidmi a institucemi.

Na teorii funkčních stylů navázal v 70. letech Karel Hausenblas (*Výstavba jazykových projevů a styl*, 1972) **diferenciací stylů podle počtu dominantních funkcí**. Rozlišuje tak **styly simplexní** (styly s jedinou dominantní funkcí) a **styly komplexní** (styly s více dominantními funkcemi). Ke **stylům simplexním** lze tak z dnešní perspektivy řadit styl prostěsdělovací (s dominantní funkcí prostěsdělnou nebo reklamní (s dominantní funkcí manipulativní). Ke **stylům komplexním** náležejí styl odborný (funkce naučná, vzdělávací), umělecký (funkce sdělná a estetická), styl administrativní, učební apod. (viz i výklady výše).

**Z hlediska přítomnosti či absence estetické funkce** se vyčleňují 2 základní skupiny stylů – **styly věcné** a styly **esteticky sdělné**. Ke **stylům věcným** patří celé texty odborné, administrativní, prostěsdělovací, větší část textů publicistických (texty zpravodajské a analytické) a řečnických (řeči deliberativní a forenzní). Mezi **styly esteticky sdělné** náležejí texty stylu uměleckého, esejistického, beletristické žánry stylu publicistického, epideiktické projevy stylu řečnického.

Fukčněstylová diferenciace jazyka se opírá o **teorii tří rovin stylových jevů** – stylové sféry, stylové vrstvy a stylového typu. K plnění diferenciační funkce jazyka se v něm tvoří vrstva specifických jazykových prostředků - **stylová vrstva**. Soubory textů se stejnými funkcemi obsahujícími jazykové prostředky téže funkčněstylové vrstvy vytvářejí **stylovou oblast**. Celá výstavba textů určité stylové oblasti (včetně výběru jazykových prostředků) musí odpovídat příslušné **stylové normě**. Soubor stylových norem souvisejících s příslušnou stylovou oblastí a využívající jazykových prostředků z téže stylové vrstvy konstituuje příslušný **stylový typ**.

Teorii tří rovin stylových jevů představil A. Jedlička např. v *Základech české stylistiky* (1970) nebo v díle *Spisovný jazyk v současné komunikaci* (1974, 1. vyd; 1978, 2. vyd.).

**Upozornění:** **Kromě pramenů, na něž se odkazuje v textu přednášky, doporučuji studentům důkladně prostudovat zvláště *Současnou stylistiku* (M. Čechová a kol. 2008) a v ní příslušné kapitoly věnované teorii funkčních stylů a případně další literaturu uvedenou v ní k tomuto tématu.**

**Prostěsdělovací styl a jeho status v soustavě funkčních stylů**

Komunikáty prostěsdělovací představují tu nejpřirozenější součást mezilidské komunikace, s níž se jedinec setkává už od okamžiku svého narození a provází jej až do jeho skonu. Od útlého dětství uživatel jazyka nejprve okolní jazykovou komunikaci vnímá, registruje, později i poslouchá, následně se učí vyslovovat slabiky, slova a okolo druhého roku věku začíná produkovat souvislejší výpovědi. Dalším užíváním si upevňuje jeho aktivní znalosti, poslouchaje přitom i promluvy osob ze svého sociálního okolí. Tak se vytvářejí základy pro celoživotní aktivní užívání jazyka, které se realizuje nejpřirozeněji v komunikátech funkčněstylové oblasti prostěsdělovací. V těchto komunikátech si uživatelé jazyka sdělují informace o sobě, o druhých lidech, o svém životě, zaměstnání, trávení volného času, nemocech, starostech i radostech, pocitech a emocích, společenském životě, politice apod. Tyto komunikáty se realizují ve formě mluvené i psané (SMS zprávy, komunikace na sociálních sítích apod., viz dále) mají primárně funkci prostěsdělnou, proto se tento styl obvykle charakterizuje jako simplexní (tj. s jedinou primární funkcí). Nejsou vázány žádnou naučenou jazykovou ani komunikační normou, normy této komunikace jsou ovlivňovány jejím časoprostorem, situací, komunikačními zvyklostmi jejích jednotlivých účastníků. Stylové rozpětí užívaných jazykových prostředků je značně široké (viz dále), proto se v těchto komunikátech nejvíce odráží dynamika jazyka a jeho vývojové tendence. Specifikou tohoto funkčního stylu je právě užívání nespisovných jazykových prostředků, s nimiž se v těchto komunikátech počítá. Tím se tento styl odlišuje od ostatních primárních funkčních stylů (s výjimkou stylu uměleckého, neboť zvláště v jeho prozaických, příp. i v dramatických ojediněle i poetických textech lze pozorovat užívání prostředků nespisovných, např. z oblasti slangu, argotu, profesní mluvy, jazyka mládeže, nářečí apod.). Do určité míry lze užívání nespisovných jazykových prostředků tolerovat i v příležitostných projevech řečnického stylu (např. v neformálních přípitcích apod.).

**Poznámka:** Fr. Trávníček považoval za jeden ze spisovných slohů i sloh společenský (tj. konverzační). Ten se však od stylu prostěsdělovacího liší (viz zde poslední odstavec podkapitoly *Charakteristika prostěsdělovacího stylu*).

Termín prostěsdělovací styl je relativně novější a nahradil původní termín hovorový styl (v pojetí B. Havránka). Hovorovému funkčnímu jazyku jakožto „stylu“ spisovnému (v pojetí B. Havránka, viz sborník *Spisovná čeština a jazyková kultura*, 1932) přiřazoval B. Havránek funkci komunikativní. Tuto funkci však současně přiřazoval i jazyku lidovému (tj. nespisovnému), který ovšem součástí klasifikace funkčních jazyků (tj. v dnešní terminologii funkčních stylů) nebyl, neboť Havránkovo pojetí stylu se omezovalo jen na jazyk spisovný. Navíc společně s J. Běličem prosazoval od konce 50. let 20. století termín hovorová čeština, který chápali jako označení útvaru spisovného jazyka. Termín hovorový se tak stal do značné míry rozplývavým, neboť měl sice označovat jazykové prostředky i útvar (tj. hovorová čeština), jež byly součástí spisovného jazyka, avšak běžný „hovor“ se uskutečňoval především prostředky nespisovnými. Z uvedeného důvodu přestal termín hovorový styl vyhovovat a byl nahrazen termínem prostěsdělovací styl, který už přímo neodkazoval na Havránkovo pojetí stylů (resp. funkčních jazyků) v rámci spisovného jazyka.

Dřívější chápání stylu pouze v intencích spisovného jazyka zapříčinilo, že „hovorový“ styl nezařadili do své klasifikace stylů (funkčních jazyků) J. V. Bečka v *Úvodu do české stylistiky* (1948) ani Fr. Trávníček ve spisu *O jazykovém slohu* (1953).

**Charakteristika prostěsdělovacího stylu**

Texty této funkčněstylové oblasti mají primárně funkci (prostě)sdělnou, jejich cílem je sdělit příjemci/příjemcům nějakou skutečnost, nějaký obsah. Výslednou podobu těchto komunikátů ovlivňují faktory subjektivní (věk, pohlaví, momentální psychické naladění, povahové vlastnosti mluvčího/pisatele a jeho postoj k adresátovi/adresátům apod.), stejně tak i faktory objektivní (užitá forma, ráz, komunikátu, místo a čas a adresáti komunikace apod.). Klíčovými faktory utvářejícími výstavbu těchto textů jsou spontánnost, dialogičnost (projevy prostěsdělovací jsou většinou dialogické), soukromost, mluvenost (i psané projevy této funkčněstylové oblasti mají mluvenostní charakter), vázanost na konkrétní komunikační situaci (ta se v mluvených projevech projevuje využitím verbálních i neverbálních složek komunikace, mimiky, gestikulace, posturiky, proxemiky), přípustnost emocionality.

Protiklad mluvených a psaných projevů se v této funkčněstylové oblasti se projevuje jen velmi málo. I psané texty připomínají svou výstavbou mluvený jazyk. Mluvené projevy využívají bohatou škálu zvukových prostředků. Ty však nemusejí být užívány v souladu s logickou členění obsahu projevu, navíc mohou být doprovázeny (někdy i neočekávanou) emocionalitou. Spontánní mluvenou formu jazyka si osvojujeme od raného dětství přirozenou cestou v rodině a dále sociálními kontakty s příbuznými, vrstevníky, kamarády, ve škole apod. Při jejím uskutečňování je důležitá srozumitelnost sdělení, dodržování ortoepických norem přitom není důležité. Naproti tomu si psaný projev uživatel jazyka osvojuje většinou až institucionálně (tj. při výuce ve škole). Odchylky od ortografické normy jsou však tolerovány méně. V psaných textech může pisatel užívat různé prostředky grafiky – rozličnou velikost písma, jeho barvu, typ, zmnožení interpunkce (např. *??,!!!*), emotikony, širokou škálu různě modifikovaných podob smajlíků apod.). Mluvené i psané projevy mohou být realizovány při přímém kontaktu účastníků komunikace (např. i při vzájemném psaní SMS zpráv mohou komunikující sedět v jedné místnosti), ale naopak při mluveném projevu v přímém kontaktu být nemusejí (např. během telefonního hovoru, online komunikace).

Vnitřní diferenciace funkčněstylové oblasti prostěsdělovací se na úrovni funkčních stylů projevuje jen v soukromých dopisech a to průnikem se stylem epistolárním. Od stylu prostěsdělovacího je nutno odlišovat styl konverzační, jehož (mluvené) texty mají dominantní funkci fatickou, konktaktovou, nikoli prostěsdělnou. Konverzační styl není ale v českém prostředí tak vypěstován, jako je v některých jiných zemích (např. ve Velké Británii). Komunikáty konverzační funkčněstylové oblasti jsou promluvy osob, které se vzájemně (většinou) neznají, např. v tanečních, ve stísněných prostorech (např. ve vlakovém kupé, výtahu, v čekárně, u lékaře). Cílem těchto hovorů je udržovat kontakt mezi lidmi (účastníky takové kontaktové situace), nikoli primárně sdělovat nějaký obsah. Součástí projevů konverzačního stylu jsou mj. zdravení, vítání, komplimenty a lichotky, jakákoli formální a povrchní zdvořilostní vyjádření.

**Stylové normy prostěsdělovacích textů**

Stylové normy, resp. zvyklosti, které se v této funkčněstylové oblasti ustálily, si uživatelé jazyka osvojovali a osvojují přirozeně v každodenní bezprostřední, spontánní komunikaci. Tyto normy jsou relativně velmi volné, nejsou popsány ani jednoduše popsatelné. Mohou být totiž modifikovány v závislosti na užité formě komunikátu (mluvená x psaná forma), geografické a sociální příslušnosti účastníků komunikace, místu a času. Jazykové prostředky užívané v těchto textech mohou být značně proměnlivé, většinou se jedná o „mix“ prostředků spisovných a obecněčeských (převážně v Čechách), spisovných a nářečních, resp. nadnářečních (na Moravě a ve Slezsku). V Čechách se dominantním útvarem národního jazyka nacházejícím své uplatnění v textech této funkčněstylové oblasti stala obecná čeština, které lépe vyhovuje bezprostřednímu a živému vyjadřování než relativně archaizující kodifikovaná norma spisovné češtiny. Na Moravě a ve Slezsku (a ve větší míře spíše na venkově než ve velkých městech, v nichž naproti tomu dochází k neustálé migraci obyvatel) je to místní nářečí (dialekt), resp. nadnářečí (interdialekt).

**Kompozice a jazyk textů prostěsdělovacích**

Tyto texty se vyznačují volnou kompozicí. Řazení jednotlivých motivů bývá často značně asociativní (byť autor/mluvčí obvykle sleduje nějakou logickou nit, ta však bývá nárazová a modifikovaná výpověďmi dalších účastníků komunikace při její dialogické formě), takže může vykazovat v některých případech rysy neuspořádanosti, dokonce až nahodilosti. Výsledné texty tak mohou budit dojem chaotičnosti. Kompozice prostěsdělovacích textů tak plně odráží jejich konstitutivní vlastnosti – spontánnost, neoficiálnost, soukromost, neformálnost, důvěrnost a zpravidla i dialogičnost. Jednotlivé motivy promluv mohou být dále rozvíjeny motivy vedlejšími. Ze slohových postupů se uplatňují především informační, popisný (prostý popis), vyprávěcí (prosté vyprávění), do určité míry i úvahový (prostá úvaha), výsledné slohové útvary však nemají propracovanou strukturu. Horizontální a vertikální členění mluvených prostěsdělovacích textů se děje stejnými prostředky jako u textů řečnických a také i na rozdíl od nich dialogickou formou.

**Jazyk textů prostěsdělovacích**

Jazyková stránka prostěsdělovacích textů je charakterizována relativně velmi volnými normami v oblasti gramatické a lexikálními (rozumí se zde odchylkami od normy spisovné, neboť absolutní nerespektování jakýchkoli gramatických a lexikálních norem příslušného jazyka by způsobovalo značné komunikační bariéry při tvorbě jakéhokoli druhu textu).

Syntaktická stavba těchto textů bývá jednodušší, ovšem hranice jednotlivých výpovědních celků (a tudíž vět a souvětí) není možné vždy v průběhu (zvláště mluvené) komunikace jednoznačně stanovit. Při jejich stanovení v mluvené komunikaci pomáhá informace a dynamika řeči. Výpovědi a jejich řazení může být značně neuspořádané, překotná, zvuková realizace promluv může nést rysy emocionality mluvčího či mluvčích. Výpovědi mohou být krátké i dlouhé a do určité míry implicitní.

Implicitnost vyjadřování je umožněna užíváním deiktických výrazů (např. zájmen, zájmenných příslovcí) v příslušných kontextech promluv, kdy jejich interpretace je na základě znalosti kontextu účastníky komunikace snadná, podobně je tomu i s užíváním a interpretací gest a různých prostředků neverbálních, zvukových prostředků promluvy apod.

Syntaktická stránka těchto textů se vyznačuje výskytem elips, apoziopezí, volně vytčených nebo dodatečně připojených větných členů, subjektivních slovosledů, rovněž i kontaminací vazeb, zeugmat, atrakcí a anakolutů. Výstavba textů se pohybuje v rozmezí obou krajních pólů vyjadřování – od maximální redukce sdělení k jeho redundantnosti, nadbytečnosti. Častý je výskyt různých druhů modality (jistotní, postojové, voluntativní).

Morfologická stránka prostěsdělovacích textů je charakterizována zvýšení výskytem deiktických výrazů (viz výše) na úkor substantiv, adjektiv, sloves a plnovýznamových příslovcí, dále mnohem vyšší frekvencí partikulí, interjekcí než v textech ostatních funkčněstylových oblastí. Funkční rozpětí užitých tvarů ohebných slov je široké, v textech se uplatňují tvary spisovné neutrální, hovorové (naprosto ojediněle i knižní), nespisovné – obecněčeské, nářeční, nadnářeční. Užívání spisovných tvarů se nevyžaduje, naopak užívání nespisovných tvarů v textech prostěsdělovacích působí autenticky a zcela přirozeně (a do jisté míry i přirozeněji než užívání tvarů spisovných). Užívání některých nespisovných tvarů, např. zživotňujících tvarů maskulin – (srov. spojení *koupit si favorita* bývá obvykle spojováno s expresivitou vyjádření).

Lexikální stránka těchto textů je stejně jako jejich stránka mluvnická výrazně ovlivňována spontaneitou, nepřipraveností a bezprostředností promluv. Pro tyto texty je typický zvýšený výskyt expresivních výrazů, deminutiv, hypokoristik, augmentativ, slangismů, univerbizátů, zkratek, zkrácených slov, rovněž augmentativ, vulgarismů, výrazů nářečních, nadnářečních, taktéž výrazů parazitních, konktaktových, expresivních a emocionálních. V komunikaci mládeže se lze setkat se zvýšeným množstvím neologismů (včetně okazionalismů), anglicismů.

Spisovná slovní zásoba je zastoupena lexémy (počítaje v to i frazémy) slohově neutrálními i hovorovými (kolokviálními). Slova a frazémy hovorové vznikly původně jako prostředky nespisovného jazyka, postupně však do spisovného jazyka pronikly a od prostředků slohově neutrálních se odlišují právě stylovým příznakem hovorovosti.

**Slohové útvary prostěsdělovacího stylu**

Texty této funkčněstylové oblasti představují většinou útvary s velmi proměnlivou, ne zcela uspořádanou strukturou (zvláště projevy mluvené), o vyprofilovaných útvarech se dá uvažovat jen v oblasti některých psaných textů. V současné době procházejí psané prostěsdělovací texty zřetelnou proměnou. Tato dynamika prostědělovací funkčněstylové sféry má mimojazykové příčiny. Vývoj nových komunikačních technologií (včetně technologií digitálních) způsobil velký rozmach komunikace e-mailové (v rámci prostěsdělovacího stylu je předmětem zkoumání e-mailová korespondence soukromá), SMS zpráv, příspěvků a komentářů na sociálních sítích, blogů. Naopak zřetelně ubývá soukromých dopisů a s nimi související soukromou korespondencí (pohlednice s pozdravy z návštěvy, výletu apod.) zasílanou tzv. klasickou poštou. Tyto dopisy byly dříve psány rukou či na psacím stroji, současné způsoby komunikace upozaďují tento v minulosti „přirozený“ psaný projev lidské grafomotoriky (tj. psaní rukou) a nahrazují jej ťukáním do klávesnice nějakého moderního komunikačního nástroje. Jednotlivé útvary prostěsdělovacího stylu v minulosti i dnes jsou realizovány jazykovými prostředky spisovnými i nespisovnými (viz výše). Komunikace prostřednictvím mobilního telefonu i na sociálních sítích bývá ovlivňována maximálním možným počtem znaků v jednom sdělení (zprávě). Pisatelé SMS zpráv a jiných zpráv na sociálních sítích tak musí obsah svých textů nasytit maximálním množstvím informace v omezeném rozsahu sdělení, což může vést ze zkratkovitosti vyjádření, které se tak stává pro příjemce zprávy neorientující se v lexiku užívaném v těchto útvarech až nesrozumitelným. Frekventovaně se v SMS zprávách a vůbec v komunikaci na sociálních sítích uplatňují zkratky, jako např. *jj* – - jojo, *ttj* – tak to jo, *bf* (boyfriend) – chlapec (přítel), *gf* (girlfriend) – děvče, dívka (přítelkyně), *O5* – opět, *Z5* – zpět, *VY3* – vytři, *BL8* – blejt (spis. blít), *ZL8 se* – zlejt se („opít se“) apod. Z uvedených příkladů je patrné, že mnohé zkratky jsou výsledkem jazykové hry, uplatnění angličtiny, resp. anglických výrazů a také číslic. Číslicově-písmenné zkratky vytvářejí jakýsi hybrid písmenného a nepísmenného jazykové znaku.

**Poznámka:** O zkratkách uvedeného typu pojednává např. monografie J. Holasové *Dynamika zkracování v současné* češtině (Ústí nad Labem, 2018, zvláště na s. 43-53).

**Upozornění: Studenti si prostudují kapitolu o funkčním stylu prostěsdělovacím v *Současné stylistice* (M. Čechová a kol, 2008, s. 192**–**207). Zde najdou odkazy na další odbornou literaturu k tomuto tématu.**



**JAZYK A STYL PUBLICISTIKY**

**Patrik Mitter**

Český jazyk a literatura

(bakalářské studijní programy)

Ústí nad Labem 2020

# Předmluva

Studijní opora s názvem Jazyk a styl publicistiky slouží jako doplněk v seminární výuce předmětu *Stylistika* ve výše uvedených bakalářských studijních oborech a v oboru *Český jazyk a literatura* (jednooborové i dvouoborové studium) v prezenční i kombinované formě.,příp. jako jeden z materiálů pro distanční výuku. Navazuje na studijní opory *Stylistika českého jazyka a Stylistika českého jazyka 2,* určené pro studium předmětu *Stylistika* ve výše uvedených oborech bakalářských studijních programů.

Studijní opora přináší základní vhled do tematiky publicistického (žurnalistického) stylu. Předkládá studentům charakteristiku publicistického stylu jeho vnitřní diferenciaci a zaobírá se jeho postavením v soustavě ostatních funkčních stylů. Přibližuje výstavbu publicistických textů v rovině kompoziční (tematické) i výrazové (jazykové). Podrobně se věnuje zvláště jazykové stránce textů. Oproti tradičně pojatému obsahu kapitol o publicistickém stylu ve stylistických popisech češtiny zpracovává stručnou formou dějiny a formování českého publicistického stylu. Výklady v této opoře jsou v praktické seminární výuce stejnojmenného předmětu doplňovány prací s aktuálními publicistickými texty, k jejímž rozborům využijí studenti i kapitolu s názvem *Návrh postupu při slohovém rozboru*.

Důležitost textů publicistického stylu v současné společnosti neustále vzrůstá. Tyto texty ovlivňují každodenně nejen životy občanů, ale jsou i relevantním pramenem úzu a zjišťování jazykových norem. Ty se v dřívějších etapách vývoje češtiny odvozovaly spíše od textů uměleckých a odborných. Tyto texty však v současnosti nemají takový dosah na život běžných občanů, takže nemohou být relevantním vodítkem pro stanovování jazykových norem. Tuto funkci naopak mohou plnit texty publicistického stylu, neboť ty jsou svou výstavbou a srozumitelností přístupné masovému čtenáři.

Studijní oporu mohou využít i zájemci z řad studentů mediálně i nemediálně zaměřeného jedno- či dvouoborového studia bohemistiky, neboť výklady o publicistickém (novinářském) stylu se staly v stylistických popisech češtiny ve 20. století organickou součástí všech funkčněstylistických kapitol.

Přeji studentům mnoho tvůrčí i studijní inspirace při práci se studijní oporou.

 P. Mitter

**OBSAH**

1. Charakteristika publicistického stylu
2. Postavení publicistického stylu v soustavě funkčních stylů
3. Stručný přehled vývoje českého publicistického stylu
4. Kompozice publicistických textů
5. Jazyk publicistických textů

5.1.Morfologická a syntaktická stránka textů

5.2 Slovní zásoba textů

6. Vnitřní diferenciace publicistického stylu

6.1 Zpravodajský styl

6.2 Analytický styl

6.3 Beletristický tyl

7. Výběrová bibliografie

8. Návrh postupu při slohovém rozboru

# 1. Charakteristika publicistického stylu

Publicistický funkční styl představuje specifický věcný styl, jehož fungování je podmíněno společenským posláním jeho textů – rychle, výstižně a co nejefektivněji informovat adresáty ze všech společenských vrstev. V české lingvistické tradici se pro tento styl užívá pojmenování styl publicistický, styl žurnalistický, styl novinářský. Žurnalistiku (novinářství) lze definovat jako činnost v hromadných sdělovacích prostředcích (tisk, rozhlas, televize apod.). Publicistika bývá chápána také kromě uvedeného i jako spisovatelská činnost v masmédiích. Někdy se oba termíny užívají synonymně, jindy se jako zastřešující termín i pro publicistiku používá žurnalistika, nebo se jako zastřešující používá styl publicistický, který zahrnuje i dílčí styl zpravodajský, jež bývá ztotožňován se žurnalistikou. V posledních desetiletích se uplatňuje i termín styl mediální komunikace a to v souvislosti s proměnami médií.

**Poznámka:** Přehled odborné literatury k užívání výše uvedených termínů uvádí *Současná stylistika* (M. Čechová a kol., 2008) a *Nový encyklopedický slovník češtiny* (P. Karlík – M. Nekula – J. Pleskalová /eds./, 2016).

Texty tohoto funkčního stylu jsou velmi různorodé, jejich rozpětí vede od textů s funkcí sdělnou přes texty obsahující i funkci persvazivní, ovlivňovací, získávací, formativní k textům majícím i funkci estetickou. V souvislosti s rozpětím funkcí publicistických textů se tyto texty diferencují a s nimi i jejich styly na: a) styl zpravodajský, b) styl analytický, c) styl beletristický.

Z publicistického stylu se již vyčlenil styl reklamní, jehož texty se svou manipulativní funkcí od textů publicistických výrazně liší. (Reklamní styl zde proto neprobíráme.)

Lze konstatovat, že publicistický styl je stejně jako prostěsdělovací styl výrazně dynamický. V průběhu doby se jeho texty a jejich jazyková stránka velmi proměňují. Je to dáno skutečností, že publicistický styl odráží aktuální události, skutečnosti a jevy své doby. Tyto texty zprostředkovávají veřejnosti příslušnou formou i novinky a objevy ve vědě a technice, přebírají výrazivo odborného stylu a přizpůsobují ho potřebám komunikace s laickým, masovým adresátem.

# 2. Postavení publicistického stylu v soustavě funkčních stylů

Stylová oblast publicistická se postupně konstituovala v průběhu vývoje jednotlivých národních společností a postupně se vyprofilovala ve svébytný styl (viz dále v kap. 3). Soustředěná lingvistická pozornost začala být v českém prostředí věnována publicistickým textům až ve 20. století. O novinářském jazyku se zmiňoval Bohuslav Havránek ve sborníku *Spisovná čeština a jazyková kultura* (1932). V témže sborníku nastínil také svou teorii funkčních stylů. Publicistický (novinářský), resp. žurnalistický styl explicitně neuvádí. Tato stylová oblast je v pojetí uvedeného badatele zařazena do stylu pracovního (věcného), který Havránek vymezil vedle styl hovorového, vědeckého a básnického (Havránek užíval místo termínu **styl** označení **jazyk**, resp. **funkční jazyk**, v pozdějších pracích i **funkční dialekt**). Toto pojetí do značné míry převzal i J. V. Bečka (*Úvod do české stylistiky,* 1948), který jazyk novinářský vedle jazyka úředního a hospodářského a obchodního řadí do nadřazeného jazyka pracovního.

F. Trávníček (*O jazykovém slohu*, 1953) užíval už termín **sloh** (resp. **spisovný sloh**), a novinářský sloh vyčlenil vedle dalších čtyř spisovných slohů. V následujícím roce se konala v Liblicích významná konference o otázkách stylu a stylistiky, po níž byl do soustavy základních funkčních stylů (vedle stylu odborného, uměleckého a prostěsdělovacího – z pohledu současné terminologie) začleněn i styl publicistický. Ze stylu odborného se postupně vyčlenil styl administrativní a do soustavy byl nakonec zařazen styl řečnický, takže soustava primárních funkčních stylů zahrnuje v současnosti 6 stylů. Z publicistického stylu se v posledních desetiletích vyčlenil styl reklamní a spolu se stylem učebním, esejistickým, konverzačním a případně dalšími styly tvoří skupinu stylů sekundárních.

#

# 3. Stručný přehled vývoje českého publicistického stylu

Počátky novinářství spadají do 15. století, v němž tištěné letáky a letákové noviny přinášely zprávy o událostech. První periodika začala vycházet počátkem 17. století ve Wolfenbüttelu s názvem *Aviso*, ve Štrasburku (dnes Francie) jako *Relationen,* v Lipsku s názvem *Einkommende Zeitungen*. Následoval vznik a jejich rozšíření v dalších evropských zemích a v Severní Americe (*Boston Gazette*, 1690). V průběhu téhož století začaly být vydávány i časopisy, nejprve učené – *Journal des Savants* (Paříž, 1665), *Philosophical Transactions* *of the Royal Society of London* (Londýn, 1665). Jejich náplň tvořily rozsáhlejší vědecké rozpravy, knižní recenze a kratší zprávy.

Zrod formování publicistického stylu nejen v českém prostředí výrazně ovlivnil vynález knihtisku v polovině 15. století. První tiskárna na českém území vznikla v Plzni, první noviny *Noviny leta božieho* (nazývané podle místa svého nálezu *Jindřichohradeckými novinami*) pocházejí z roku 1495. Svým obsahem a formou připomínají leták. V následujících stoletích se tiskařství stalo koncesovanou živností (ovšem cenzurovanou). V roce 1627 začal Jan Arnolt z Dobroslavína tisknout německé noviny. České noviny začal vydávat v roce 1719 Karel František Rosenmüller. *Sobotní (outerní) pražské poštovské noviny* (*Český postilion*) vycházely – jak jejich název napovídá – dvakrát týdně. Koncem 18. století začal vydávat první české vlastenecké noviny Václav Matěj Kramerius. Začaly být vydávány nejdříve pod názvem *Císařské královské pražské poštovské noviny* (od 1789), později *Krameriusovy c. k. pražské poštovské noviny* a od roku 1791 vycházely pod názvem *Krameriovy c. k. vlastenecké noviny.*

**Poznámka:** *Český postilion* vycházel do r. 1772, od r. 1785 jsou vydávány *Schönfeldské císařsko-královské pražské noviny*. Právě v těchto novinách se projevuje úsilí o stylově vyšší úroveň užitého výraziva. V textech se objevují i domácí neologismy J. V. Rosy, J. V. Pohla, slova ze staročeské slovní zásoby znovu uváděná do komunikace, naopak v mnohem menší míře se vyskytují slova přejatá a speciálně germanismy, které se hojně vyskytovaly právě v *Českém postilionu*.

Rozkvět českého novinářství nastává v období národního obrození. Už ve 20. letech 19. století začínají vycházet odborné časopisy – vědecká revue *Krok* a *Časopis Českého Museum* (za redakce Fr. Palackého), krátce potom i časopisy společenské – *Květy české* Josefa Kajetána Tyla*, Česká včela, Světozor*.

**Poznámka:** Časopis *Světozor* založil v r. 1834 Pavel Josef Šafařík jako týdeník s podtitulem *nejlacinější spis obrázkový k rozšíření užitečných známostí pro Čechy, Moravany a Slováky*. Vycházel s přestávkami až do roku 1943.

V roce 1848 byly založeny *Národní noviny* Karla Havlíčka Borovského, *Občanské noviny, Moravské noviny,* o několik let později *Hospodářské noviny,* literární týdeník *Lumír*, přírodovědný časopis *Živa* Jana Evangelisty Purkyně, *Humoristické listy* Josefa Richarda Vilímka. Od roku 1861 vycházely *Národní listy* bratří Julia a Eduarda Grégra. V roce 1872 vznikl populárně vědecký časopis *Vesmír* (založený Antonínem Fričem), který je vydáván dodnes.

**Poznámka:** Právě Karel Havlíček Borovský se zasloužil o rozšíření výrazových a stylistických možností jazyka publicistiky užíváním přejatých lexémů, zvláště evropských internacionalismů, např. *absolutismus, balast, demokracie, kompromis, propaganda* apod. Neváhal však používat ani germanismy, srov. *špicl, šlendrián*, přestože to nebylo v souladu s dobovým vnímáním češtiny.

V roce 1884 se k českým periodikům zařadil první sportovní měsíčník *Cyklista*, od roku 1886 dětský časopis *Malý čtenář* (vycházel do r. 1941). Velký význam pro formování českého vědeckého kritického myšlení měl časopis *Athenaeum*, založený r. 1884 T. G. Masarykem s podtitulem *Listy pro literaturu a kritiku vědeckou*. Vycházel do r. 1889 a poté byl nahrazen časopisem *Naše doba*. Na stránkách *Athenaea* probíhala mj. kritika pravosti rukopisů Královédvorského a Zelenohorského.

V 80. a 90. letech 19. století nastává rozvoj politického a stranického tisku (*Národní politika, Lidové noviny, Právo lidu*), regionálního (brněnská *Rovnost*). K tomuto rozvoji přispěly i nově zaváděné komunikační technologie – telegraf, telefon, výrobní tiskařské technologie a další vynálezy (např. psací stroj, počátky fotografie). Rozmach novinářství by však sám o sobě nebyl možný, pokud by neexistovala poptávka po tisku. Zlepšovala se úroveň gramotnosti obyvatel, kteří se v důsledku velkého rozvoje průmyslu a dopravy začali více (a nejen pracovně) přesouvat z vesnic do měst. Významnou událostí ve vývoji českého novinářství a vydávání knih bylo založení nakladatelství a vydavatelství Melantrich (r. 1910) – tiskového koncernu Národně sociální strany.

**Poznámka:** Melantrich existoval už od r. 1898, ovšem tehdy pod názvem Tiskárna národně sociálního dělnictva. Koncern vydával knižní publikace, časopisy a např. deník *České slovo* (zanikl později v r. 1949). Od r. 1950 existoval jako nakladatelství a vydavatelství Československé strany socialistické a vydával mj. deník *Svobodné slovo*, beletristickou, historickou literaturu a literaturu faktu.

Ve druhé polovině 19. stol. můžeme sledovat kvantitativní i kvalitativní posuny ve vývoji českého novinářství, který následně vrcholí v první polovině 20. století. Novináři bývají často i osobnostmi kulturního a politického života. Noviny vydávají nejen vydavatelské domy a tiskové koncerny (viz právě Melantrich, Novina, Tempo), ale i politické strany, společenské organizace. Mění se i struktura obsahu novin a časopisů, vznikají v nich pravidelné rubriky s profesionálními redaktory, začínají vycházet vydání večerní, objevují se regionální mutace celostátních deníků a i bulvární tisk.

V den vzniku Československa vzniká tisková agentura *Československá tisková kancelář* (ČTK). V r. 1919 zakládají novináři *Syndikát denního tisku* *československého*. Postupně začínají pravidelně vycházet *Lidové listy* (1922), *Národní osvobození* (1924), *Rudé právo* (1921), *Přítomnost* (1924), *Šaldův zápisník* (1928). Začíná se prosazovat zájmový tisk, např. *List paní a dívek* (1924). Klíčový význam pro vývoj české (a slovenské) žurnalistiky mělo zahájení rozhlasového vysílání *Radiojournalu* (1923).

Po vzniku tzv. druhé republiky (Česko-Slovenská republika, 1. října 1938 – 14. března 1939) a po vzniku tzv. Protektorátu Čechy a Morava (v době od 15.–16. března 1939 do 8.–9. května 1945) bylo zastaveno vydávání některých levicových a legionářských novin a časopisů. Ostatní tisk, který jeho vlastníci chtěli vydávat, musel přijmout označení *List národního souručenství* a byl řízen a cenzurován protektorátními úřady. V letech 1939–1945 se některé odbojové skupiny i jednotlivci zasloužili o vydávání a distribuování ilegálního tisku. V Londýně vycházel v letech 1940–45 týdeník československé exilové vlády *Čechoslovák*.

Po osvobození Československa (resp. po zániku tzv. Protektorátu Čechy a Morava a tzv. Slovenského štátu) v r. 1945 bylo obnoveno vydávání tisku, který vycházel před r. 1938. Začínají vycházet i nové deníky a časopisy, např. *Práce* (deník odborů), *Mladá Fronta* (deník Svazu mládeže), *Lidová demokracie* (deník Československé strany lidové), *Svobodné slovo* (deník Československé strany socialistické), *Obrana lidu* (jako branný deník), *Zemědělské noviny* (deník Jednotného svazu československých zemědělců, poté v 90. letech přetransformovaný v *Zemské noviny*).

**Poznámka:** s výjimkou deníku *Mladá fronta* všechny ostatní výše uvedené deníky neodolaly nástupu tržní ekonomiky po r. 1989 a během uplynulých 30 let postupně zanikly.

Po r. 1945 vycházejí rovněž další periodika – *Obzory*, *Svět v obrazech*, satirický a humoristický *Dikobraz* aj. Z exilových periodik je významná kulturně politická revue *Svědectví* (založena r. 1956 v Paříži Pavlem Tigridem), která byla vydávána až do r. 1992. Velkým vývojovým skokem ve vývoji českého a slovenského novinářství bylo zahájení vysílání *Československé televize* (1953). V 50. a 60. letech začínají postupně vycházet časopisy *Lidé a země, Film a doba, Plamen, Tvář, Host do domu,* koncem 60. let *Student, Orientace, Dějiny a současnost, Reportér, Politika, Skaut-Junák*, jež se staly důležitými společenskými hybateli v tzv. obrodném procesu v této době.

V roce 1969 bylo vydávání většiny z nich zastaveno, mnoho novinářů přišlo o svá zaměstnání. Část z nich přešla do redakcí jiných novin a časopisů (případně si našla jiné zaměstnání a žila „konformně“), část odešla do disentu, někteří emigrovali do západní Evropy, USA či jinam. V období tzv. normalizace má nad vydáváním novin, časopisů a knih dohled cenzura, mediální trh se konzervuje.

**Poznámka:** Po r. 1948 se v českých publicistických textech začaly frekventovaně uplatňovat výrazy odrážející nové společenské poměry, budování socialismu některá pojmenování jsou zřetelným dokladem toho, že jejich předlohou byly výrazy v ruštině, srov. *domovní důvěrník, dům (park) oddechu, hrdina (socialistické) práce*, *město-hrdina, letec-kosmonaut, marxismus-leninismus, robot-výzkumník, generál-major, plukovník, družba* (nově ve významu „družnost, přátelství“), *úderník* (nově ve významu „dělník v socialistické výrobě vysoko překračující stanovené pracovní normy, dělník s příkladnou pracovní morálkou“), či přímo rusismy – *chozrasčot, perestrojka* (č. *přestavba*), *samizdat* apod. Užívaly se výrazy, které později po r. 1989 rychle ustoupily z užívání, srov. *pracující inteligence, nomenklaturní kádry, kádrová rezerva, soudružská pomoc, socialistická uvědomělost, pětiletka, skryté rezervy, socialistický závazek, socialistická soutěž* apod.

Po listopadu 1989 nastává velmi rychlá proměna mediálního trhu. Obnovuje se vydávání periodik navazujících na období společenského a politického uvolnění koncem 60. let a rovněž i vznikají četná nová periodika reagující na potřebu medializace témat pronikajících do života společnosti v této době. Mění se i vlastnická struktura médií, na mediální trh vstupují kromě domácích i subjekty zahraniční. Trh se výrazně dynamizuje, média vznikají a zanikají, během jejich existence se mění jejich vlastníci. V posledních dvou desetiletích nastal rozmach zpravodajských a publicistických serverů, z nichž některé se profilují jako tzv. seriózní, jiné jako bulvární, šířící mj. i fake news a hoaxy.

**Poznámka:** Jazyku a stylu nových médií je věnován v připravovaném bakalářském studijním programu Čeština pro veřejnou komunikaci samostatný stejnojmenný kurz zařazený ve studijním plánu do 3. ročníku. Tento program má být akreditován od akademického roku 2021/2022**.**

V současné době má čtenář na českém mediálním trhu k dispozici více než stovku tištěných (a)nebo elektronických deníků (celostátních, lokálních, regionálních), několik tisíc časopisů, z nichž má početnější čtenářskou základnu jen jejich malý zlomek. U celostátních deníků došlo v průběhu uplynulých 30 let k proměně obsahu jejich struktury. Téměř u všech přibyly nové rubriky, v některých bylo posíleno lokální zpravodajství – v rámci celostátního čísla vycházejí jejich regionální mutace (přílohy). Kromě toho vznikaly i nové regionální (dříve i okresní) deníky, obecní, městské a krajské úřady vydávají svá pravidelná či občasná periodika určená občanům příslušného administrativního celku. Z hlediska tematického členění vycházejí časopisy společenské, kulturní, odborné, vědecké, populárně odborné, zájmové apod.

Obsah některých deníků a časopisů se v současné době výrazně komercionalizuje. Patří k nim i tzv. bulvární tisk. Ten je v současné době distribuován ve standardních distributorských sítích a nebývá už jako v minulosti prodáván kameloty (ti lákali kolemjdoucí ke koupi bulvárního tisku vyvoláváním senzacechtivých a skandaloidních titulků či útržků zpráv v něm obsažených). Bulvární zpravodajství se objevovala už v kramářské (jarmareční) písni v 17. století, bulvární tisk se poté rozvíjel od 19. století. Jde většinou o neseriózní zpravodajství, které zprostředkovává neověřené, senzacechtivé, někdy i částečně vyfabulované informace. V tištěných a nejnověji i v elektronických bulvárních médiích se velmi funkčně a účinně pracuje s propojením verbální a vizuální složky sdělení tak, aby toto propojení efektivně působilo na příjemce sdělení.

V českém prostředí se bulvární tisk etabloval ve 20. letech 20. století, a to zvláště v tiskovém koncernu Tempo, jehož vlastníkem byl politik Jiří Stříbrný. Vydával noviny *Polední list* a *Expres*, v nichž mj. napadal Edvarda Beneše, s nímž se politicky rozešel ve 20. letech a které využíval i jako formu společenského a politického nátlaku. Bulvární tisk začal v Československu znovu vycházet po r. 1989. Postupně vznikly a později zanikly bulvární deníky *Expres, Super, Špígl*, V současnosti plní funkci bulvárních deníků *Blesk, Ahoj* se svými přílohami a mutacemi. Bulvární ladění mají též některé společenské časopisy a magazíny.

**Poznámka:** Výraz pochází z francouzského slova *boulevard* („široká třída, promenáda“). Bulvární tisk reprezentuje ve světě např. McCormikův *New York Daily News* (USA), Murdochův *The Sun* (Velká Británie), Springelův *Bild-Zeitung* (Německo).

Nejvýznamnějšími deníky tzv. seriózní publicistiky v současnosti jsou v ČR *Mladá fronta Dnes, Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny*. Všechny vycházejí v Praze. Podobně i v sousedních zemích na Slovensku, v Polsku a Rakousku je místem jejich vydání hlavní město, srov. *Sme, Pravda* (Bratislava), *Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Zycie* (Varšava), *Der Standard, Die Presse, Neue Kronen Zeitung* (Vídeň). Naproti tomu v Německu jsou vydatelské domy deníků rozprostřeny po celé zemi, srov. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Frankfurt nad Mohanem), *Süddeutsche Zeitung* (Mnichov), *Die Welt* (Hamburk), *Handelsblatt* (Düsseldorf). Obdobná situace jako v Česku je i ve Francii a Velké Británii. V Paříži vycházejí *L´Equipe, Le Figaro, Le Mond,* v Londýně např. *The Daily Telegraph, The Times, The Guardien, The Financial Times.*

V USA je situace podobná té v Německu, nejdůležitější deníky jsou vydávány na západě, východě i ve středu země, srov. *Los Angeles Times, The New York Times, Washington Post, Chicago Tribune*, stejně tak i v Itálii – *La Republica* (Řím), *Corriere della Sera* (Milán), *La Stampa* (Turín).

Kromě deníků a večerníků vycházejí i nedělní noviny, srov. u nás bulvární *Nedělní Blesk*. V Německu a ve Velké Británii má tradici vydávání nedělního tisku seriózního a velmi respektovaného formátu, srov. v Hamburku *Die Zeit a Welt am Sonntag*, v Londýně *The Observer, News of the World.*

Politické a ekonomické publicistice se v ČR věnují všechny výše uvedené celostátní deníky (kromě bulvárních), dále mj. týdeníky *Respekt, Týden*, kulturní publicistice i *Literární noviny,* sportovní publicistice *Český sport* apod. Po rozpadu společného státu se někdejší federální masmediální instituce transformovaly (v ČR *Československý rozhlas → Český rozhlas, Československá televize → Česká televize*). Publicistice politické a ekonomické se v nich věnuje zvláště rozhlasová stanice *Radiojournal*, televizní stanice *ČT 1, ČT 24*, kulturní publicistice rozhlasová stanice *Vltava* a televizní *ČT Art,* sportovní publicistice pak především televizní stanice *ČT sport*. Nejnověji se seriózní publicistice u nás začínají věnovat vedle veřejnoprávní České televize, která má tento úkol plnit ze zákona, i některé soukromé stanice, srov. *CNN Prima News*.

**Poznámka:** Po nástupu tržní ekonomiky se od 90. let i v českém prostředí rozšířily časopisy pro zákazníky. Ty vydávají jednotlivé firmy či firemní sdružení vyrábějící zboží, jež příslušné časopisy propagují. Tyto časopisy mají funkci reklamní, proto nepatří do sféry zájmu publicistiky.

**Zdroje ke kap. 3:**

*Česko A-Z. Universum*. Praha: Knižní klub 2005.

*Diderot. Velká všeobecná encyklopedie*. Praha: Diderot 2000–2001.

Karlík, P. – Nekula, M. – Pleskalová, J. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: NLN 2002.

Karlík, P. – Nekula, M. – Pleskalová, J. *Nový encyklopedický slovník češtiny* (2 svazky, *a-m, n-ž*). Praha: NLN 2016.

*Universum. Všeobecná encyklopedie.* Praha: Odeon 2000–2001.

# 4. Kompozice publicistických textů

Kompozice spolu s užitými jazykovým prostředky tvoří tzv. výstavbu textu (jazykového projevu). Základní procesuální linií výstavby textu je slohový postup. V publicistických textech nacházejí své uplatnění všechny slohové postupy (jen s postupem vyprávěcím se setkáváme v menší míře) v závislosti na vnitřní diferenciaci textů (viz tradiční trichotomie zpravodajské – analytické – beletristické texty). V textech zpravodajských se dominantně uplatňuje postup informační, v textech analytických kromě něj i postup úvahový (a event. i výkladový), v textech beletristických kromě informačního a úvahového i popisný a ojediněle i vyprávěcí. Užitím slohového postupu (či postupů) vznikají slohové útvary. Ačkoli mívají slohové útvary nějakou dominantní procesuální linii své výstavby (slohový postup), častěji se při jejich výstavbě uplatňuje slohových postupů více. Tato skutečnost se týká i publicistických textů. Na čistě jednom slohovém postupu (informačním) se zakládají některé útvary zpravodajského stylu – krátká zpráva, oznámení, výzva. Slohové útvary publicistického stylu probíráme v kap. 6 současně s dílčími styly podle výše uvedené trichotomie.

**Poznámka:** V textu dále užíváme termín *slohový útvar*, neboť máme na mysli konkrétní realizaci textových celků, nikoli jejich obecnější, modelovou představu (žánr). S termínem slohový útvar se své stylistice pracuje častěji než s termínem *žánr*, který preferuje literární věda.

Jednotlivé části horizontálního členění textu se v publicistickém stylu většinou nevyprofilovaly tak zřetelně jako v jiných funkčněstylových oblastech. Jejich naznačení pomáhají tak i prostředky vertikálního členění. Titulek, podtitulek (příp. mezititulek) a úvodní odstavec bývají tučně vyznačeny. Tučně zvýrazněný první odstavec může být redakční (perex), nebo autorský (lead). Obecně může tento odstavec představovat úvod k dalšímu sdělení, nebo být jeho resumé, shrnovat, zobecňovat, odkazovat apod. Mezi odstavci mohou existovat přechody měkké (plynulé) a tvrdé (ostré).

Mluvené publicistické projevy jsou doprovázeny prostředky neverbálními, mimikou, gestikulací a prostředky paralingválními (intonací, frázováním, pauzou, tempem řeči, sílou hlasu pod.). Jejich horizontálnímu členění slouží kadence, antikadence a polokadence – ty rozčleňují text na výpovědní úseky, výpovědní celky, pauzou se oddělují odstavce a vyšší celky. Vertikální členění mluveného textu zabezpečuje zřetelné oddělení jádra sdělení prostřednictvím změn síly a výšky hlasu a zpomalováním tempa řeči při sdělování důležitých informací.

Velmi důležitou roli při členění publicistických textů mají titulky (a i podtitulky a mezititulky). Slouží k upoutání pozornosti čtenáře a jejích rychlé orientaci v příslušném čísle periodika. Titulky informují čtenáře o obsahu textu.

Zpravodajské titulky bývají delší než publicistické. Mívají často charakter věty, např. *Evropa zaspala a nyní čelí vážné krizi; V poliklinice je nové odběrové místo*; nebo souvětí – *Kalich se zavírá, tesaři mění trámy v krovu; Referendum je sice platné, ale ne závazné*. Naproti titulky publicistické (tj. analytických slohových útvarů), srov. *Příliš velký průšvih; Není čas zemřít; Věřit vládě*, bývají kratší, sdělení v nich je kondenzované. Ve srovnání s titulky zpravodajských útvarů jsou výrazově kreativnější, implicitnější, mívají obrazový charakter. Zpravodajské titulky se vyznačují naopak explicitností, obsahovou úplností, informační nasyceností.

Na základě dosavadního bádání o oblasti titulků v publicistickém stylu lze podle různých kritérií rozlišit následující typu titulků:

1) podle přítomnosti / nepřítomnosti slovesa v určitém tvaru – titulky dynamické a statické;

2) podle syntaktického charakteru – titulky nevětné, větné, souvětné povahy;

3) podle charakteru obsažnosti sdělení – titulky konkrétní a neurčité;

4) podle míry obsažnosti sdělení – titulky informačně úplné nasycené a informačně částečně nasycené;

5) podle zastoupení složek aktuálního větného členění – titulky tematické, rematické, tematicko-rematické.

# 5. Jazyk publicistických textů

Výběr jazykových prostředků v textech této funkčněstylové oblasti plně odpovídá jejich charakteru a funkci. Většina textů vzniká pro jejich časnou následnou recepci. Texty musí vyjít v nejbližším čísle příslušného periodika, proto se utvářejí pod časovým tlakem. Navíc mluvené publicistické projevy jsou často realizovány s minimální předchozí přípravou, přesto si i ty podržují určitou standardní jazykovou úroveň. Nutno připomenout, že norma mluvených textů je ve srovnání s texty psanými uvolněnější, jejich stylová norma připouští i občasné užití prostředků hovorových, příp. nespisovných.

Pro výstavbu publicistických textů je klíčovým pojmem modelovost. Ta se promítá do výběru jazykových prostředků při jejich komponování užíváním prostředků stereotypních, které se tak svým častým výskytem v uvedených textech automatizují a vznikají tak prostředky automatizované. Současně však výskyt stereotypních podněcuje nutnost vyjadřování oživovat, osvěžovat, aktualizovat. Takové prostředky publicistické texty aktualizují, jsou to prostředky stylově aktivní, aktualizující. Ty se následně mohou začít užívat frekventovaně, po čase se tak z nich stávají prostředky stereotypní, automatizované. Tento neustálý proces automatizace a aktualizace vyjadřování v publicistice zajištuje dynamiku jazykové stránky těchto textů.

## 5.1 Morfologická a syntaktická stránka textů

Morfologická a syntaktická stránka publicistických textů se vyznačuje některými rysy, které má s texty odbornými administrativními. Je to především snaha o kondenzované vyjadřování, určitá míra abstraktizace vyjadřování a spisovný charakter užitých tvarů ohebných slov (s výjimkou mluvené publicistiky, v níž je možné tolerovat i jistou únosnou míru užitých hovorových či nespisovných tvarů). K těmto výrazům společnými pro texty výše uvedených stylů patří zvláště: a) hromadění genitivních konstrukcí, b) tvorba syntagmat s implicitním shodným atributem, c) užívání sekundárních předložek.

a) Snaha o kondenzované vyjadřování se projevuje poměrně frekventovaně tak, že lineární řazením dějových i nedějových substantiv, volných syntagmat a terminologizovaných sousloví v genitivním tvaru vznikají někdy dlouhé, až hypertrofované genitivní konstrukce, srov. (…) *někteří zastupitelé se zúčastní jednání komise odboru kontroly a odboru výstavby a územního plánování městské úřadu, na němž* (…).Takovéto konstrukce působí dojmem „papírové“ češtiny a jejich příjemci mohou při recepci takovýchto, příp. delších genitivních konstrukcí pociťovat určitou míru recepčního diskomfortu.

b) Kondenzaci sdělení zabezpečují také některé prostředky sevřené větné stavby. Novináři a publicisté využívají často sekundární předložky, aby tím dali najevo určitou míru abstrakce svého vyjádření, srov. např. (…) *v rámci rozpočtových pravidel*, (…) *u příležitosti státního svátu 28. října* (…), (…) *v řádu několika dní* (…), (…) *horizontu dvou tří měsíců* (…). Tyto konstrukce nabývají povahy stereotypních jazykových prostředků a je jím dávána předost před jednodušším „civilnějším“ konstrukcím s předložkou primární (srov. *v řádu několika dní…x do/během několika dní….*).

c) Významným prostředkem kondenzace a ekonomie vyjadřování je užívání implicitního shodného atributu. Ten ztvárňuje obsah (resp. význam), jejž mohou recipienti dešifrovat jen na základě svých znalostí o světě (někdy i aktuálního společenského, politického, kulturního aj. kontextu), např. *Hradní oslavy* (tj. na Pražském hradě), *páteřní nemocnice, oranžová tsunami, zelený návrh, rudý nesouhlas, oskarový favorit, seriálová potvora, roušková doporučení* apod. Obsahově ekvivalentním vyjádřením k syntagmatu se shodným implicitním atributem by byla vedlejší věta přívlastková, srov. např. …*herečka, která hraje v seriálu potvory* nebo konstrukce polopredikativní s dějovým adjektivem … *herečka hrající v seriálu potvoru.* Takové vyjádření by však bylo vždy delší a z hlediska ekonomie vyjadřování nevýhodné.

Typickým a relativně frekventovaným syntaktickým jevem v mluvených i psaných publicistických textech jsou tzv. nepravé vědy vedlejší – přívlastkové, příslovečné, časové, účelové, srov. *…. Do Bruselu přijel i britský premiér, kde se sešel s německou kancléřkou a francouzským prezidentem….….Premiér ve svém dnešním vystoupení připustil lockdown, když jej ještě včera odmítal…..,… Slávisté ještě v 70. minutě vyhrávali, aby nakonec prohráli o tři branky…..*

Dalším specifickým jevem v publicistických textech je osobitý typ parentezí (vsuvek). Tyto parenteze (lze je označit jako specificky publicistické) vyjadřují postoje, mínění jiných, např. *jak je (obecně) známo, jak se říká, jak uvádí, jak sdělil, jak oznámil, jak prohlásil, jak zveřejnil* atd., srov. … *Protože vyhrát Zlatý míč je, jak říká Lewandovski, snem každého fotbalisty….* Parenteze bývají často užívány tam, kde se v textu uplatňují výroky jiných osob a kde vyplňují části mezi úseky přímé řeči nějaké osoby, tím jí jakoby rozpojují, srov. *„Nějaké varianty jsou, ale nic není potvrzeno“,* uvedl Ondřej Vlk, tiskový mluvčí extraligové Vervy Litvínov, *„Naši hokejisté jsou zatím doma, trénují individuálně.“*

Persvazivní a ovlivňovací funkci slouží také plurálové imperativy (v 1. nebo ve 2. osobě). Objevují se především v komentářích, glosách, diskusích, srov. *….nosme roušky, …. Nenaslouchejme „antirouškařům.., … nesrocujme se, zabraňme šíření nákazy….*Ve sportovními zpravodajství i v komentářích se frekventovaně vyskytují vytýkací opisy s volně vytčeným členem*…Byl to právě tento hráč, který zápas rozhodl….*

## 5.2 Slovní zásoba textů

Lexikální stránka publicistických textů se vyznačuje jednak bipolárností frekvence výskytu lexikálních jednotek (na jedné straně se uplatňují jednotky automatizované, na druhé straně se jednotky aktualizující), jednak jejich širokým rozpětím. Objevují se jednotky hovorové, ojediněle i nespisovné (např. v mluvené publicistice), slohově neutrální, knižní, publicismy a do určité míry i termíny (laická veřejnost se s termíny některých oborů setkává poprvé prostřednictvím publicistických textů). Typické rysy lexikální stránky současné publicistiky předkládá následující výklad.

Od 90. let se v české publicistice začaly postupně ve větší míře užívat, místy až nadužívat výrazy *artikulovat* (požadavky), *zmapovat* (situaci), *zprůhlednit* (něco, v abstraktním smyslu), *ošetřit* (něco zákonem), *smysluplný* (návrh), *celebrita, image* (imidž), *comeback boom*, ve společenských magazínech a bulvárním tisku se hojně uplatňují např. výrazy *párty, story, šokink*. Některé z uvedených výrazů jsou zároveň i přejatými. Jejich velký nárůst v publicistických textech v novém století pokračuje. Mnohé z nich se staly již běžnou součástí české slovní zásoby, srov. *email, dealer, summit, marketing, lobbing, ombudsman, byznys, brífink, management, klip, billboard, lídr,* a vyskytují se už v podobě pravopisně adaptované (viz právě *byznys, manažer, lídr, šoking* aj.). Nárůst počtu cizích slov v češtině přejatých ze západních jazyků (ponejvíce z angličtiny) se odráží i v přebírání kompozit sestávajících jen z komponentů cizího původu nebo tvorbě kompozit hybridních, v nichž je komponent cizího původu (zpravidla velmi produktivní, srov. *euro-, bio-, eko-* aj.) spojuje s komponentem domácím, např. e*uroregion, eurobyrokracie, euroúředník, eurotrh, europoslanec; bionafta, biopotravina, bionápoj; ekohavárie, ekozemědělství; narkobyznys, narkotrh; kybersvět, kyberútok* apod.

Kromě vyjádření věcné povahy se lze frekventovaně setkat i s obraznými vyjádřeními. Obraznost zasahuje jak jednoslovné lexémy, tak i frazémy. Mnohá z těchto obrazných vyjádření jsou typická pro texty publicistické, uplatňuje se v nich dominantně a lze je charakterizovat jako publicismy, srov. *válečný konflikt v Karabachu se znovu rozhořel; prolomit ledy mlčení, Kreml nadále mlží; vztah mezi koaličními partnery ochladl a postupně zahrzl; režiséři i šíbři naší politiky; voliči politických loutek v zákulisí; Brusel kritiku odmítá* apod. (viz i níže podobné příklady u frazémů). Některé publicismy vznikají z původních termínů, pocházejí tedy z odborného vyjadřování a v publicistice se užívají v determinologizovaném významu. Nabývají tak nového, zpravidla obrazného významu, např. *spektrum* (původně termín z oblasti fyziky, nyní i spektrum politických stran), podobně výrazy *filozofie* (podnikání, hráče basketbalu), *mantinely* (zákonné mantinely, mantinely debaty), *artikulovat* (termín z oblasti fonetiky, nyní i „formulovat něco“, srov. artikulovat požadavky), *mechanismus* (nyní i mechanismy boje proti korupci), *zmapovat* (nyní i zmapovat situaci).

Velmi časté – a to z různých důvodů – je neuvádění konkrétních činitelů událostí a jejich nahrazování obecnějším apelativním pojmenováním. Výsledkem je zneurčitění vyjádření, srov. výrazy *veřejnost, obec, kruhy, svět, scéna, proces* v multiverbizovaných spojeních *divácká, filmařská, podnikatelská obec,* resp. *obec fanoušků, designérů; uživatelská, lékařská, veřejnost; spotřebitelské novinářské, odborné kruhy; mediální, sportovní, politická scéna; divadelní svět; transformační, privatizační proces,* resp. v obráceném slovosledu *proces transformace, privatizace*. Tato spojení se užívají i v textech administrativních a odborných.

Expresivní, emocionální příznak nesou neobvyklá pojmenování, utvořená často jen pro dobový společenský kontext, srov. *„chvilkař“, agrofertistán“, „antirouškař“* (viz výše), *„válka dronů“, vládní „show“, „ojebat“ opatření* apod.

Pro publicistické texty je rovněž typické široké stylové rozpětí užitých frazémů. Četný výskyt v nich lze pozorovat u frazémů hovorových (kolokviálních) srov. *nechat si otevřená zadní vrátka, udělat pár názorových kotrmelců, držet se na uzdě, chytnout nějakou velkou rybu* (např. politickou), slangových (ve sportovní publicistice např. z*ahodit penaltu, prohospodařit vedení v zápase*, *zakopat se u velkého vápna* – ve fotbale, *sladit hru jednotlivých pětek* – v ledním hokeji apod.). Objevují se i frazémy knižní, např. *stát se obětním beránkem, mít lví podíl* (na něčem), *vniknout někam v pozici trojského koně, nad tímto politikem visí Damoklův meč* aj.

Frazeologie publicistických textů zažívá taktéž znatelnou dynamiku. V současnosti se již neobjevují rčení z doby socialismu týkající se hospodářských a politických reálií tehdejší doby, srov. *žňová bitva, boj o vyšší úrodu/o zrno boj za nové myšlení, přátelské ovzduší, ovzduší vzájemného porozumění*. Od 90. let se postupně začaly uplatňovat obraty typu *vykročit do Evropy, zaostávat / pokulhávat za Evropou, sametová / něžná revoluce, politické / staré struktury, železná opona, pád železné opony, politické spektrum, být něčí šálek čaje, být třešničkou/šlehačkou na dortu, zaujmout pozici mrtvého brouka, vyprat špinavé peníze* (srov. *tahle firma je pračkou špinavých peněz*), *být o tom*. V textech bulvárních periodik lze pozorovat frekventovaný výskyt frazémů přejatých i domácích (u některých z nich je patrná expresivita), srov. *být cool, být in, být out, být free, být sjetý, ulítávat na něčem, zaláskovat se* (s někým nebo do někoho), *dát někomu kopačky* apod.

Užívání mnohých výše uvedených frazémů nabývá povahy pravidelnosti. Dochází tak k jejich ustalování (automatizaci) a k jistému oslabování jejich původní obraznosti a původního slohového příznaku, např. *olympijské zlato, horká jehla, zimní spánek, tvrdý oříšek, černá díra.*

Celkově lze konstatovat, že výběr jazykových prostředků v publicistických textech musí plně odpovídat svým základním funkcím a požadavkům. Texty jsou určené masovému čtenáři / posluchači a je tedy nutné, aby byly v maximální míře srozumitelné, aby jim – jak se říká – rozuměla i ta „babička z Beskyd“. Tato nutnost se zvlášť naléhavě pociťuje v textech zpravodajských. Adresát je tedy při tvorbě těchto textů velmi důležitým stylotvorným faktorem, který do značné míry zásadním způsobem ovlivňuje (a svým způsobem i limituje) výběr jazykových prostředků.

# 6. Vnitřní diferenciace publicistického stylu

Publicistický (resp. žurnalistický) styl je vnitřně diferencován na: a) zpravodajský styl, b) publicistický v užším smyslu neboli analytický, c) beletristický styl. Mezi těmito dílčími styly však nejsou ostré hranice, některé slohové útvary jednoho z uvedených stylů se mohou pohybovat pomezí s jiným dílčím či funkčním stylem. Z hlediska kódu a formy komunikace se rozlišuje styl psané a mluvené publicistiky. Kromě masmediálních textů psaných existují i média vizuální, audiální i audiovizuální neboli multimediální. K multimediální patří rovněž komunikace na internetu a prostřednictvím sociálních sítí, komunikace emailová, teletext a videotext. Plynulé jsou přechody některých beletristických útvarů publicistického stylu do stylu uměleckého nebo publicistické články mohou směřovat do sféry populárně naučného stylu.

## 6.1 Zpravodajský styl

Cílem zpravodajských textů je věcné a faktografické informování o aktuálních jevech a událostech politického, společenského, ekonomického a kulturního života (včetně sportu) a do určité míry také o novinkách ve vývoji vědy a techniky. Tyto texty mají funkci zpravovací, sdělnou. Slohovým postupem, který se v těchto textech dominantně uplatňuje, je informační postup. Autoři textů zpravodajských usilují o objektivitu sdělení, rychlost podání informací. Ve vyjadřování se tak logicky snaží o stručnost, konkrétnost, myšlenkovou hutnost sdělení, hlubší analýzou událostí se pak zaobírají slohové útvary analytické (viz dále).

Kompozice zpravodajských textů zohledňuje nutnost sdělit co, kde, kdy a jak se stalo, resp. kdo se události zúčastnil. Příznačné je zde lineární řazení faktografických údajů, chronologické zachycení jednotlivých dějů nějaké události. Klasické složky horizontálního členění nebývají obvykle ostře odlišné, vyhraněné. Úvodní část často odpadá a hned na začátku (zvláště psaných) textů jsou předkládány důležité nové informace, jež jsou v další části dále dokládány a zpřesňovány (schéma tzv. obrácené pyramidy). Důležitým prvkem zpravodajství je odkaz na zdroj informací. Významnou funkci v psaném zpravodajství má titulek.

Funkci zpravodajských textů odpovídá i výběr jazykových prostředků. Naprosto převažují jazykové prostředky věcné, slohově neutrální. Typická pro tyto texty je stereotypnost, modelovost vyjádření, uplatňují se ustálená syntaktická schémata, stabilizuje se slovní zásoba, užívají se mj. publicismy, domácí i přejatá slova. Morfologické prostředky jsou většinou slohově bezpříznakové, zpravodajství se objevují prostředky ve stylovém rozpětí od hovorovosti (mluvené zpravodajství) až (ojediněle) ke knižnosti (psaná publicistika).

Pro syntaktickou stránku těchto textů jsou charakteristické jednoduché věty a kratší souvětí skládající se převážně ze dvou vět. Vyskytují se v nich kondenzovaná vyjádření, např. polopredikativní konstrukce (např. přívlastkové) a obecně převažuje jmenný charakter vyjadřování. Tuto vlastnost mají zpravodajské texty společnou s texty odbornými.

K základním zpravodajským útvarům náležejí **zpráva, kratší zpráva (noticka), rozšířená zpráva, oznámení, výzva, komuniké,** na pomezí mezi zpravodajskými a analytickými útvary se nachází **publicistický referát** a **reportáž**, rysy beletristického stylu vykazuje beletrizovaná **reportáž**.

Klasickým zpravodajským útvarem je mluvená nebo psaná **zpráva**. Zprávy přinášejí média tradiční (tisk, rozhlas, televize) i tzv. nová (internetové zpravodajské servery). Zpráva informuje krátce, rychle a aktuálně, je stručná a výstižná. Jejími variantami z hlediska rozsahu jsou kratší zpráva (noticka) a rozšířená zpráva. **Noticka** je krátká zpráva, poznámka k zamyšlení, která nemá ambici řešit pozadí sdělované skutečnosti. **Rozšířená zpráva** obsahuje kromě základních informací už i některá doplňující sdělení, která podrobněji přibližují sdělovanou popisovanou událost. Právě uplatňování prvků slohového postupu popisného posouvá rozšířenou zprávu mezi útvary analytického stylu (blíží se komentáři). Delší zpráva tohoto charakteru vykazuje některé společné znaky s reportáží.

Na rozdíl od zprávy informuje **oznámení** o budoucí události. Součástí oznámení jsou nezbytné údaje o čase, místu (a případně názvu) konání předpokládané akce. Jako výzva se označuje oznámení vybízející k účasti na oznamované akci.

Na pomezí s funkčními stylem administrativním se nacházejí některá **komuniké**. Ta mají charakter výlučně oficiálního sdělení, které informuje o uskutečnění a průběhu významné akce, o jejích výsledcích. Bývá delší než oznámení a ve srovnání s ním se vyznačuje promyšlenější a propracovanou stylizací.

**Publicistický referát** se odlišuje svou funkcí a cílem od odborného referátu. Usiluje o úplné informování a popis celé události a její důležitosti. V publicistických referátech se mohou prolínat prvky informačního, popisného, výkladového postupu, tím se tyto útvary dostávají na hranici se stylem analytickým. Na ni se nachází také mluvená nebo psaná **reportáž** (resp. reportáž audiální nebo audiovizuální). Ta může mít i charakter investigativního novinářského stylu. Výrazně subjektivní charakter mívá **beletrizovaná reportáž**. Ta ve zvýšené míře prezentuje postoje autora k události, o níž přináší bezprostřední svědectví.

Specifické postavení má mezi zpravodajskými útvary **inzerát**. Jde o krátký útvar mající své místo v periodických (i neperiodických) médiích, a to v tradičních i v tzv. nových. Inzerát má funkci sdělnou a výzvovou, která je v různé míře doprovázena funkcí získávací a ovlivňovací. Mívá ustálené kompoziční schéma proměnlivé dle média svého uveřejnění (srov. rozdíl mezi inzerátem v denním tisku a na reklamních tabulích). Vyjadřování inzerátu se vyznačuje heslovitostí, úsporností, jazykovou strohostí, kondenzovaností a zkratkovitostí. Od 90. let se začaly ve větší míře objevovat inzeráty ve formě dopisu čtenáře/čtenářky. Tyto inzeráty mají již charakter komerčního sdělení, neboť obvykle propagují nějaký výrobek, léčebný postup apod. Z tohoto důvodu patří takového inzeráty z větší části již do stylu reklamního.

## 6.2 Analytický styl

Texty analytického stylu mají nejen funkci sdělnou, ale i persvazivní (přesvědčovací), získávací, ovlivňovací, formativní. Právě tyto funkce je odlišují od textů zpravodajských. Autoři textů neusilují primárně o sdělování nových skutečností, nýbrž o analýzu příčin a průběhu událostí. Využívají přitom logickou a promyšlenou argumentaci, odvolávání se na společně sdílené a uznávané hodnoty, projektují do textů své osobní postoje, texty tím získávají subjektivní ráz. Analytický styl se se označuje jako publicistický v užším smyslu, resp. jako publicistika. Tu lze dále podle různých kritérií členit na analytickou, beletrizující, úvahovou, blábolivou, manipulátorskou, v posledních desetiletích se rozvíjí publicistika investigativní (pátrací).

Vyjadřování v těchto textech směřuje k aktualizaci, ozvláštnění sdělení. Využívají se přitom i lexikální prostředky nové, obrazná vyjádření (metafory, metonymie, tropy), různé syntaktické, stylistické a řečnické figury a jiné styly aktivizující prostředky. Při kompozici textů se vedle postupu informačního uplatňují i postu úvahový, příp. výkladový. Výstavba analytických textů je vedena tak, aby účinně naplňovala výše uvedené funkce.

**Analytickými slohovými útvary** jsou úvodník, komentář, glosa, další útvary se vyznačují v různé míře přesahy k jiným stylům v rámci stylu publicistického (reportáž- k beletristickému stylu) i k jiným funkčním stylům (novinářská recenze, kritika – ke stylu uměleckému i odbornému, polemika, debata, diskuse – ke stylu odbornému). Naproti tomu projev a proslov vykazují už zřetelné rysy řečnického stylu a podle jejich obsahového zaměření je možné je řadit do některé z tematických skupin slohovým útvarů tohoto stylu. Interview se může vyznačovat i rysy jiných stylů.

**Úvodník** a **komentář** analyzují události, uvažují o nich, přinášejí obecnější závěry. Úvodník už v současnosti nemusí nutně vyjadřovat stanovisko redakce nebo vlastníka média. Jejich autoři se vyjadřují sami za sebe. Úvodníky jsou uveřejňovány na čelním místě na první straně příslušného čísla periodika. Úvodníky jsou za své podstaty útvary psané publicisticky, naproti tomu komentáře hojně se uplatňují i v publicistice mluvené. Ani komentáře nemusejí už vyjadřovat stanovisko redakce (či vlastníka média), naopak autor může jejich prostřednictvím vyjadřovat vlastní stanoviska a výsledné útvary mohou vykazovat typické rysy jeho stylu.

**Glosa** (poznámka na okraj) je stručná, komentující zpráva k nějaké události, o níž příslušné číslo periodika pojednává na jiném místě, nebo už pojednalo dříve. Může mít kritický i ironický charakter, příp. směřovat k beletrizaci.

O **reportáži** pojednáváme ve zpravodajském stylu (viz výše). **Novinářské recenze a kritiky** jsou uveřejňovány v denících, týdenících apod., a proto je jejich výstavba orientována na masového čtenáře, laika, nikoli na odborníka, ačkoli se do velké míry jedná o útvary odborného stylu. Tyto útvary se tak nutně musí přizpůsobovat zvyklostem publicistického vyjadřování.

Společné rysy s odbornými texty mohou mít **polemika, debata, diskuse**. Jde o útvary mluvené i psané publicistiky. Jejich účastníci předkládají různá stanoviska, názory (často i protichůdné) a dochází k jejich konfrontaci. Zastánci názorů usilují o to, aby získali své adresáty (čtenáře / posluchače) na svou stranu. Snaží se je ovlivnit přesvědčivostí svých argumentů.

**Interview** může mít charakter sdělného komunikátu, mnohdy však interviewované osoby (zpravidla významné osobnosti politiky, vědy, kultury, umění, sportu) prezentují své názory, příp. analyzují ze subjektivního pohledu proběhlé události, skutečnosti a jevy.

Persvazivní a ovlivňovací funkci má rovněž reklama, která navíc vykazuje rysy manipulativnosti. Jde o krátký slohový útvar představující jádro funkčněstylové oblasti reklamní a analogicky i (již) vyprofilovaného funkčního stylu reklamního.

## 6.3 Beletristický styl

Beletristické texty příslušející k publicistickému stylu v širším smyslu se vyznačují osobitým subjektivizovaným beletrizovaným vyjadřováním. V těchto textech se kromě funkce sdělné a ovlivňovací uplatňuje i funkce estetická. Autoři těchto textů využívají při jejich kompozici kromě informačního slohového postupu i postup vyprávěcí, popisný, úvahový v různé míře v závislosti od konkrétního (typu) slohového útvaru. Tyto útvary jsou kratšího rozsahu a i z tohoto důvodu se v nich zřetelně nevyprofilovala klasická trichotomie horizontálního členění úvod – stať – závěr. Jazyková stránka těchto textů se vyznačuje záměrnou snahou o aktualizaci vyjádření obraznými pojmenováními (metaforou, metonymií, personifikací, epitety), doprovázenou humorem, alegorií, emocionálním příznakem užitého výraziva.

K již tradičním útvarům beletristické publicistiky náleží **novinářský fejeton, sloupek, črta, beletrizovaná reportáž, medailon** (jeho variantou je **nekrolog**). Novějšími útvary nacházejícími se na pomezí zpravodajského, analytického a beletristického stylu jsou **story, crazy story, fíčr**.

**ÚKOL PRO DOMÁCÍ SAMOSTUDIUM:**

**S pomocí *Slovníku literární teorie* (Vlašín, Š. a kol., 1984) a případně jiných slovníkových i literárněvědných příruček si definujte všechny výše uvedené slohové útvary beletristického publicistického stylu.**

# **7. Výběrová bibliografie**

V následujícím soupisu lze nalézt základní literaturu předmětu omezenou z praktických důvodů na knižní tituly.

Bartošek, J. *Jazyk současné české politiky*, 1993.

Bartošek, J. *Žurnalistika. Úvod do studia*, 1997.

Bečka, J. V. *Úvod do české stylistiky*, 1948.

Bečka, J. V. *Jazyk a styl novin*, 1973.

Bečka, J. V. *Sloh žurnalistiky*, 1986.

Bečka, J. V. *Česká stylistika*, 1992.

Čechová, M. a kol. *Současná stylistika*, 2008.

Čmejrková, S. *Reklama v češtině,* 2000.

Čmejrková, S. – Hoffmannová, J. (eds.) *Jazyk, média, politika*, 2003.

Čmejrková, S. – Hoffmannová, J. (eds.) *Styl mediálních dialogů*, 2013.

Fidelius, P. *Jazyk a moc*, 1989.

Fidelius, P. *Řeč komunistické moci*, 2002.

Fištejn, J. *Média a moc*, 2000.

Havránek, B. – Weingart, M. (eds.) *Spisovná čeština a jazyková kultura*, 1932.

Chloupek, J. *Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti*, 1986.

Jedlička, A. *Základy české stylistiky*, 1970.

Jedlička, A. *Spisovný jazyk v současné komunikaci,* 1974 (1. vyd.), 1978 (2. vyd.).

Junková, B. *Jazyková dynamika současné publicistiky*, 2010.

Karlík, P. – Nekula, M. – Pleskalová, J. *Nový encyklopedický slovník češtiny*, 2 sv. (*a-m, n-ž*) 2016.

Minářová, E. *Stylistika pro žurnalisty*, 2011.

Mistrík, J. *Štylistika*, 1997.

Osvaldová, B. – Halada, J. (eds.) *Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingové komunikace*, 2007.

Osvaldová, B. – Tejkalová, A. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a intermedializace žurnalistiky*, 2009.

Reifová, J. a kol. *Slovník mediální komunikace*, 2004.

Srpová, H. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*, 1998.

Srpová, H. – Bartošek, J – Čmejrková, S. (eds.) *Od informace k reklamě*, 2007.

Trávníček, F. *O jazykovém slohu*, 1953.

# 8. Návrh postupu při slohovém rozboru

**Kompozice textu**

A) 1. Posuďte stylizaci titulku.

2. Zdůvodněte členění textu na odstavce, uveďte hlavní téma textu.

3. Uveďte dílčí témata textu

4. Uveďte, jakou formu má text:

a) monologu,

b) dialogu.

5. Uveďte, které prostředky vertikálního členění se v textu uplatňují.

B) 1. Zařaďte text k příslušnému funkčnímu stylu.

2. Uveďte slohový postup textu, resp. uveďte, zda projev obsahuje i více slohových postupů a kterých?

3. Uveďte slohový útvar textu; určete jeho specifické znaky.

**Výrazová stránka textu:**

**Mluvnická stavba textu**

**A) Pozorujte stylové hodnoty morfologických prostředků:**

1. Určete stylovou hodnotu tvarových variant ohebných slov.

2. Zhodnoťte stylové posuny tvarů ohebných slov (pokud se vyskytují):

a) v kategoriích jmenných a v životnosti,

b) v kategoriích slovesných.

3. Zhodnoťte stylovou příznakovost způsobů utváření slov.

**B) Pozorujte stylovou příznakovost větné stavby a zdůvodněte ji:**

1. Zjistěte frekvenci jednotlivých druhů vět a souvětí v textu.

2. Uveďte, jakou stylovou hodnotu mají jednotlivé druhy věty jednočlenné a věty dvojčlenné.

3. Vyhledejte v textu zvláštnosti větné stavby (pokud se vyskytují) a stanovte jejich stylovou hodnotu.

4. Pozorujte aktuální členění větné v textu a zjistěte, zda má též stylový příznak.

**Slovní zásoba projevu**

**Pozorujte lexikální jednotky celého projevu z hlediska slohového. Pro hodnocení jejich stylové příznakovosti používejte SSČ nebo SSJČ.**

1. Klasifikujte příznakové lexikální jednotky podle spisovnosti a nespisovnosti:

a) na slova spisovná,

b) na slova nespisovná.

2. Nespisovné lexikální jednotky rozdělte na slova obecněčeská, nářeční (příp. regionalismy), sociolektismy (profesionalismy, slangismy, argotismy).

3. Podle stylového zařazení:

a) na slova knižní,

b) na termíny,

c) na publicismy,

d) na poetismy,

e) na kolokvialismy.

4. Podle časového zařazení:

a) na archaismy, historismy,

b) na neologismy.

5. Podle emocionality a expresivity:

a) na slova nocionální,

b) na slova emocionální (meliorativa, pejorativa),

c) na slova expresívní (adherentní, inherentní, kontextová expresivita);

uveďte zároveň, čím je expresivita vyjádřena.

6. Podle původu jazykové jednotky:

a) na slova domácí,

b) na slova přejatá a cizí (určete jejich stylovou hodnotu).

7. Podle frekvence užití jazykové jednotky:

a) na slova frekvenčně neomezená,

b) frekvenčně omezená,

c) ojedinělá.

8. Podle struktury jazykové jednotky:

a) na pojmenování jednoslovná,

b) na pojmenování multiverbizační (určete zároveň jejich druhy); zvláště odlište frazeologické jednotky.

**Řečnický styl**

**Obecná charakteristika řečnického stylu**

Počátky řečnického stylu souvisejí s rozvojem rétoriky - v antice, v Řecku i starověké Itálii. V řeckých osadách na Sicílii (5. stol. př. n. l.) se svobodní občané povinně vyjadřovali k veřejným záležitostem týkajícím se obce. V těchto projevech se uplatňovala nejen funkce sdělná, ale i persvazivní. Cílem projevů bylo ovlivnit názor posluchačů na zmíněné veřejné záležitosti. Kromě politických a soudních řečí se pěstovaly řeči slavnostní a příležitostné (epideixe). Rétorika byla pěstována jako nauka o veřejném projevu, jeho koncipování, formálním propracování i přednesu a také jako umění argumentace. Ve středověku se stala jednou z disciplín tzv. sedmi svobodných umění (artes liberales) a pro své uplatnění zvláště v teologii a juristice si své postavení ve školské výuce udržela. Od 19. století je postupně vytlačována jazykovědou a literární vědou a jiným zaměřením školské výuky.

Řečnický styl vymezuje J. Jungmann ve své *Slovesnosti* (1820, 2 .vyd. 1845) jako jeden ze tří slohů (tj. u Jungmanna výmluvností). Rozlišuje přitom ještě nemluvnost výmluvnost prozaickou (do níž spadá i dnešní odborný styl) a výmluvnost básnickou (v současnosti umělecký styl). Pro texty řečnického stylu je charakteristickou vlastností přesvědčivost sdělení (tj. u Jungmanna mocnost), pro texty (prosaické i odborné) jasnost sdělení (tj. světlost) a pro texty básnické estetičnost (tj. líbeznost) sdělení.

Do soustavy funkčních stylů je řečnický styl ve stylistických popisech češtiny zařazován až v posledních desetiletích. V počátcích formování funkční stylistiky byl součástí praktického odborného stylu (v Havránkově klasifikaci funkčních jazyků, resp. stylů), později ke stylu publicistickému. Fr. Trávníček je ve svém spise *O* *jazykovém slohu* (1953) vyčleňuje jako jeden ze šesti svébytných spisovných slohů (viz přednáškový soubor *Teorie funkčních stylů*).

Ze své podstaty je řečnický styl stylem veřejné komunikace a stylem komplexním. Komplexní povaha řečnického stylu se projevuje i v tom, že vykazuje některé společné rysy s ostatními funkčními styly, např. se stylem publicistickým (snaha o srozumitelnost a přesvědčivost sdělení), uměleckým (snaha o zdobnost vyjádření v některých druzích projevů), do jisté míry i se stylem odborným (důraz na racionální argumentaci) a stylem prostěsdělovacím (snaha o simulaci přátelského, důvěrného vztahu mezi řečníkem a publikem v některých druzích projevů).

Společným znakem řečnických projevů je jejich výrazná persvazivní funkce působící při mluveném projevu bezprostředně (je tak mnohem účinnější než při projevu psaném). Persvazivní funkce se projevuje ve třech typech persvaze – ve vlastním přesvědčování, propagaci a agitaci. Vlastní přesvědčování předpokládá myšlenkově aktivního posluchače, kterého se řečník snaží o něčem přesvědčit, propagace naproti tomu i pasivní publikum, jehož myšlení a jednání chce řečník ovlivnit, agitace směřuje k recipientovi, který už je o správnosti svého konání do značné míry přesvědčen a který už jen očekává další motivaci a utvrzení ve svém názoru (resp. konání).

Řečnický projev je adresován kolektivnímu posluchačstvu, jehož myšlení, názory, postoje a případné jednání má v úmyslu ovlivnit. Adresát je poslechu projevu buď přítomen kontaktně, nebo distančně (před televizní obrazovkou, obrazovkou počítače, u rozhlasového přijímače apod.). Je to eo ipso projev připravený, neboť je obsahově závažný. Vyžaduje řečníkovu předchozí přípravu buď ve formě písemného zaznamenání celého textu, nebo jen jeho osnovy (a to někdy pouze jen v mysli řečníka).

**Řečnický projev má mít v souladu s tradicí následující fáze:**

1) fázi invenční a dispoziční (tj. fázi nápadu, myšlenky a jejího tematického uchopení) – inventio a dispositio,

2) fázi stylizační (fázi vlastní formulace textu) – elocutio,

3) fázi zapamatování nastylizovaného textu či jeho osnovy – memoria,

4) fázi přednesu – pronuntiatio.

Kvalita realizace jednotlivých fází přípravy projevu závisí na řečníkově talentu, na jeho schopnostech myšlenkových, argumentačních, stylizačních i rétorických. I přestože existují různé obecné návody, co má kvalitní a úspěšný řečnický projev obsahovat, jeho konkrétní podoba a realizace závisí výlučně na výše uvedených schopnostech řečníka.

Obecné nároky na kvalitní řečnický projev mají dlouhou tradici. Řečníkův projev má být jasný, srozumitelný, působivý a účinný, přitom adekvátní situaci. Řečník se musí snažit tyto nároky naplnit. Při přípravě a přednesu projevu musí vzít v úvahu všechny relevantní subjektivní i objektivní stylotvorné faktory, dále neverbální a paralingvální prostředky komunikace, svůj vzhled a rovněž i dobové společenské a kulturní normy společnosti, k jejímuž publiku mluví. Dominantní roli mezi uvedenými faktory má však kolektivní adresát. Řečník musí předjímat myšlenkové operace, názory a postoje, jazykové kompetenci adresáta, aktuální (společenskou) situaci, v níž se adresát nachází, a jeho případné emocionální projevy (jakožto reakci na projev). Všechny uvedené faktory se následně podílejí na kompozici a výběru jazykových prostředků řečnického projevu.

**Kompozice publicistických textů**

Řečnické projevy mívají klasickou trichotomii horizontálního členění textu – úvod, stať, závěr. Úvodní i závěrečné části projevů bývají ovšem formalizované. Obsahují na jedné straně obvyklá oslovení a úvodní věty, na straně druhé poděkování posluchačům za pozornost. Tyto texty nemívají primárně název (v pravém smyslu). Ten pak získávají až při svém následném vydávání a zveřejňování v psané podobě.

Stavba řečnických projevů musí usnadňovat posluchačům vnímání podstatných, důležitých částí sdělení a jejich odlišení od informací, argumentů a údajů podružných. Důležité části sdělení řečník dokládá uváděním dalších příkladů a jejich rozvedením, jejich zdůrazňováním (opakováním), zvukovými prostředky (důležitá sdělení jsou pronášena pomalejším tempem řeči a silnějším hlasem), volbou jazykových prostředků. Užití příznakových jazykových prostředků může aktivizovat posluchače, např. hovorové nebo expresivní prostředky v politických agitačních projevech (viz dále), tropy a figury mohou sloužit k ozvláštnění a estetizaci textu (viz dále). Výrazným prostředkem vertikálního členění textu je neverbální komunikace – mimika, gestikulace, posturika, proxemika (viz dále).

**Jazyk řečnických textů**

Jazyková stránka řečnických textů je silně ovlivněna skutečností, že jde o projev k mlčícímu kolektivnímu adresátovi. Přednášený projev proto musí obsahovat jazykové prostředky oživování kontaktu s adresátem – oslovení, příp. oslovování kolektivu posluchačů v průběhu projevu, řečnickou otázku a odpověď, pozitivní ocenění posluchačstva, poděkování posluchačům za pozornost.

Důležité je ovšem i uplatnění prostředků neverbálních. Řečník má udržovat během svého projevu oční kontakt s publikem, musí mluvit s obličejem obráceným směrem k publiku.

Mluvený charakter řečnických textů klade na řečníka nároky ohledně techniky řeči. Řečník musí během projevu zvládnout správné dýchání, práci s hlasem a činnost artikulačních orgánů, být vzdělán v ortoepii. Při stylizaci projevu musí dbát na to, aby délka výpovědních úseků odpovídala jak obsahovému členění, tak artikulačním možnostem řečníka. Řečník si musí předem promyslet, kam umístí intonační jádra výpovědí a jak bude pracovat při přednesu s výškou a sílou hlasu, aby zdůraznil hierarchii sdělovaných skutečností. Při stylizaci textu (resp. při jeho přednesu) je nanejvýš důležité, aby se řečník vyhnul dlouhým syntaktickým konstrukcím, dlouhým slovům či souslovím, artikulačně obtížným souhláskovým skupinám. Právě uvolnění větné stavby a zjednodušení vyjádření je předpokladem pro to, aby adresát mohl projev dobře vnímat. Ten při sluchové recepci právě pronášeného projevu nemá v dané situaci možnost se k jednotlivým přeneseným úsekům vrátit. Poslech textů obsahujícího složité syntaktické konstrukce a bohaté faktografické údaje je pro adresáta velmi náročný.

Jazyková stránka řečnických projevů odpovídá charakteru příslušného textu. Výběr jazykových prostředků se orientuje především na prostředky slohově neutrální, knižní (zvláště v projevech slavnostních), ojediněle i hovorové nebo expresivní (v některých příležitostných projevech, příp. v politických agitačních projevech. Prostředky hovorové či expresivní slouží k aktivizaci adresáta a jejich začlenění do textů musí být záměrné, nelze je v těchto textech užívat v jiné funkci.

V současné době upřednostňují řečníci neutrálnější a civilnější způsob vyjadřování, přesto např. ve slavnostních projevech posluchači ocení různá zdobná vyjádření (v souladu s tím, jak je doporučovaly různé dobové estetické názory v předchozích etapách vývoje). Objevují se tak metafory, různé figury, tropy, epiteta, frazémy, jsou uváděna přísloví, citují se výroky slavných osobností – vědců, umělců, politiků apod. Z figur se uplatňují především paralelismy, synonymní opakování na kratším úseku textu, různé enumerace, akumulace vyjádření apod.

Verbální sdělení je doprovázeno mimikou a gestikulací. Výrazná gestikulace je vhodná zvláště v agitačních projevech, v závažnějších projevech je vyžadována naopak mnohem střízlivější podoba gest. Kromě gestikulace a mimiky se při projevu uplatňuje také pohybová složka řečníka (posturika) a vzdálenost mezi řečníkem a adresátem, tj. tedy publikem (proxemika), pokud se ovšem řečník i adresát nacházejí společně v témže prostoru (např. v místnosti, sále apod.).

**Slohové útvary řečnického stylu**

Soustava slohových útvarů tohoto stylu se utvářela postupným vývojem a v současnosti je možné rozlišovat následující druhy veřejných mluvených projevů: řeči politické (dříve označované jako deliberativní), řeči forenzní (soudní), řeči duchovní (církevní), řeči příležitostné, do odborného stylu je nutno řadit řeči odborné (přednášky), neboť persvazivní funkce je v těchto textech značně potlačena.

**Politické řeči** představují různorodou skupinu projevů. Patří k nim projevy předvolební, dále projevy při výkonu politické funkce (u nás např. v městském obecním, krajském zastupitelstvu, parlamentní projevy, příp. projev v Evropském parlamentu), státnické projevy u příležitosti státních svátků a významných výročí, mimořádných situací a stavů, novoroční projevy apod. Mluvčí se v nich snaží přesvědčit své publikum (příp. elektorát) o důležitosti a platnosti svých myšlenek, vizí, argumentů. Může se mu přibližovat po stránce ideové i jazykové, mluvčí užívá mnohdy schématických a zjednodušených představ o skutečnosti a ztvárňuje je jazykovými prostředky, o nichž předpokládá, že publiku usnadní recepci sdělení, příp. že budou mít u publika ohlas. Některé politické projevy mohou vykazovat i zřetelný manipulativní charakter.

K **forenzním (soudním) řečem** patří obvykle **obhajoba** (řeč obhájce), **obžaloba** (řeč žalobce). Obhájce se snaží přesvědčit soudní porotu o případných polehčujících okolnostech svědčících ve prospěch jeho klienta, příp. o jeho nevině, úkol žalobce je naproti tomu opačný. Výsledný rozsudek není naproti tomu útvarem řečnického, ale administrativního stylu.

**Duchovní řeči** jsou součástí náboženského obřadu. Smyslem těchto promluv je snaha vést posluchače k mravnému a etickému chování a utvrzovat je ve víře. Duchovní řečí je **kázání** a **homilie**. **Kázání** nastiňuje obecné morální hodnoty ve vztahu k nějakému aktuálnímu problému společnosti či příslušného duchovního společenství (církve). **Homilie** je výklad a rozbor biblického textu (či jeho úryvku) čteného při mši. Duchovní řeči zažily v průběhu století značnou proměnu. Zatímco v minulosti nesly tyto projevy znaky vysokého stylu, současné duchovní řečnictví se naopak snaží přiblížit po stránce jazykové civilnějšímu vyjadřování.

**Příležitostné řeči** mají poměrně široké rozpětí svého uplatnění. Patří mezi ně **řeči slavnostní** (epideiktické), např. řeči svatební, jubilejní, laudatia, promoční a další různé řeči obřadní. Další výraznou skupinu projevů tvoří **řeči spojené s pracovní, resp. profesní či zájmovou činností** (projevy při zahajování a ukončování různých pracovních, společenských, kulturních, sportovních akcí). Často mívají charakter spíše formální, persvazivní funkce v nich ustupuje do pozadí. Jde většinou o projevy kratší i velmi krátké, jejichž výstavba je do značné míry konvencionalizována. Objevují se v nich ustálené obraty – textové vzorce, do nichž řečník dosazuje jen své proměnné.

**Upozornění: Studenti si prostudují kapitolu o funkčním stylu rétorickém v *Současné stylistice* (M. Čechová a kol, 2008, s. 284**–**295). O historii rétoriky se mohou poučit např. v knize J. Krause *Rétorika v evropské kultuře*** **(Academia, 1998). Další odborná literatura z oblasti rétoriky je již náplní samostatného předmětu *Rétorika*, resp. *Rétorika občanských obřadů* (v oboru ČMVS).**

**JAZYK A STYL ODBORNÝCH TEXTŮ**

**Patrik Mitter**

Český jazyk a literatura (jednooborové i dvouoborové studium)

(bakalářské studijní programy)

**Předmluva**

Studijní opora s názvem Jazyk a styl odborných textů slouží jako doplněk v seminární výuce stejnojmenného předmětu *Stylistika* ve výše uvedeném oboru i v jedno- a dvouoborovém prezenčním i kombinovaném studiu „klasické“ bohemistiky bakalářského stupně. Navazuje na studijní opory *Stylistika českého jazyka* a *Stylistika českého jazyka 2*, určené pro výuku téže disciplíny.

Odborný styl je jedním ze základních prvků soustavy funkčních stylů a jeho role ve společenské komunikaci i v životě společnosti a každého jedince zvlášť je klíčová. Bez existence vědy, techniky a jejich jazykového ztvárnění odborným názvoslovím a šířeji i vyjadřováním by nebyla možná existence většiny profesí, a tak i zajištění fungování moderní lidské společnosti. Ovládnutí základů a schopnost tvorby odborného textu patří v současné době k nezbytným kompetencím alespoň průměrně vzdělaného jedince.

Studijní opora přináší základní vhled do oblasti odborného stylu. Předkládá studentům charakteristiku odborného stylu, jeho vnitřní diferenciaci a zaobírá se jeho postavením v soustavě ostatních funkčních stylů. Přibližuje výstavbu odborných textů v rovině kompoziční (tematické) i výrazové (jazykové). Věnuje se jednotlivým dílčím stylům včetně těch, které se již ze stylu odborného vyčlenily a vyprofilovaly jako samostatné (styl učební, styl esejistický). Speciální kapitola je věnována stručným dějinám formování českého odborného vyjadřování, přičemž tato kapitola obvykle nebývá součástí synchronních stylistických popisů češtiny v oblasti odborného stylu.

Výběrová stručná bibliografie zaznamenává jen základní knižní tituly. Studenti v nich však najdou odkazy na dílčí studie.

Přeji studentům mnoho tvůrčí i studijní inspirace při práci s textem studijní opory.

 autor

V Ústí nad Labem dne 25. listopadu 2020

**OBSAH**

Předmluva

Obsah

1. Charakteristika odborného stylu

2. Postavení odborného stylu v soustavě ostatních funkčních stylů

3. Stručné dějiny formování českého odborného vyjadřování

4. Kompozice odborných textů

5. Jazyk odborných textů

5.1 Morfologická a syntaktická stránka odborných textů

5.2 Slovní zásoba odborných textů

6. Vnitřní diferenciace odborného stylu

7. Slohové útvary odborného stylu

8. Výběrová stručná bibliografie

**1. Charakteristika odborného stylu**

Odborný styl je jedním ze stylů věcné komunikace, který zahrnuje několik funkcí tvořících komplexně pojatou funkci odborně sdělnou. Jedná se o typický styl komplexní. Jeho funkcí a podstatou je formulování jasného, pojmově přesného a relativně úplného, neemociálního sdělení. Odborné texty zprostředkovávají adresátům informace a poznatky z nejrůznějších oborů lidské činnosti, vědy a techniky. Formulace vyjádření směřuje v rámci určitého tématu k úplnosti, celistvosti a vnitřní uspořádanosti sdělovaných informací a poznatků. Způsob, jakým jsou tyto informace a poznatky uspořádány, by v adresátovi měl vytvořit poměrně přesnou představu o obsahu sdělení a podnítit jej, aby tato nová sdělení zařadil do svého obsahu vědomí, resp. do soustavy dosavadních informací a poznatků, které o pojednávané tematice má, a dále je rozvíjel nebo aplikoval.

Odborné texty se na rozdíl od textů ostatních funkčněstylových oblastí vyznačují vysokou mírou intertextovosti. Autor odborného textu odkazuje na texty jiné, které o pojednávané tematice byly publikovány dříve, hodnotí dosavadní stav poznání v příslušné oblasti, cituje a odkazuje na vědecké autority, které se pojednávanou tematikou už zabývaly, tlumočí jejich názory a formuluje názory vlastní. Stejně tak i jeho text bude sloužit jako jeden z odborných zdrojů pro jiného autora, jenž bude o příslušné tematice psát v budoucnosti. Každý odborný text je tak vlastně součástí odborného diskurzu o pojednávané tematice a potenciálně pretextem pro jiný odborný text.

Výsledná podoba odborného komunikátu má i přes možné jazykové inovace (např. užití zcela nových, zpravidla přejatých výrazů terminologického charakteru) a případný výskyt výrazů příznakových za cíl být vnímána jako sdělení odborné, nikoli jako sdělení estetické nebo sdělení s funkcí persvazivní.

**Poznámka:** Funkci esteticky sdělnou mají i texty esejistické (kromě funkce odborně sdělné). Ty však představují již svébytnou funkčněstylovou oblast a profilují se jako samostatný, sekundární funkční styl (více o tom v kap. 6).

Odborný styl je typickým stylem veřejné jazykové komunikace, obsah odborných komunikátů je eo ipso určen veřejnosti odborné nebo i (v případě prakticky odborných či populárně naučných textů) laické.

**2. Postavení odborného stylu v soustavě funkčních stylů**

Při zrodu funkční stylistiky (viz stať B. Havránka *Úkoly spisovného jazyka* a jeho kultura ve sborníku *Spisovná čeština a jazyková kultura* z roku 1932, s. 32–84) se odborný styl stal jedním ze základních konstitutivních prvků soustavy funkčních stylů.

Havránek přitom rozlišuje funkční jazyk vědecký (s funkcí teoreticky odbornou) a pracovní, resp. věcný (s funkcí prakticky odbornou). Toto rozdělení je částečně ekvivalentní se současným vnitřním rozdělením oborného stylu na styl vědecký, prakticky odborný, populárně naučný apod. (blíže k tomu v kap. 6), avšak v jazyce pracovním (věcném) jsou u Havránka ještě „schovány“ styly publicistický a administrativní, které se později z něj vyčlenily a vyprofilovaly jako styly samostatné.

**Poznámka:** B. Havránek užíval místo termínu styl (resp. sloh) termín funkční jazyk, později i funkční dialekt. J. V. Bečka ve svém *Úvodu do české stylistiky* (1948) vyčleňuje jako samostatný funkční jazyk vědecký. F. Trávníček ve spise *O jazykovém slohu* (1953) již užívá termín sloh (resp. spisovný sloh). Sloh teoretický (vědecký) a praktický, tedy vlastně dva diferenciované styly tvořící jakýsi jeden „makrosloh“ (pozn. – výraz autora studijní opory), vymezuje jako jeden ze šesti spisovných slohů.

Odborný styl je v současnosti tak jedním ze šesti tzv. primárních stylů a výklady o něm jsou součástí všech funkčněstylistických popisů češtiny. Jeho důležitou roli nejen v této soustavě, ale i v životě moderní společnosti jsme naznačili již v předmluvě. Současnou vnitřní diferenciaci odborného stylu přinášíme v kap. 6.

Učební texty se od textů odborných liší nejen po stránce jazykové (ta musí být přizpůsobena jazykové úrovni adresátů), ale i kompoziční. Autoři učebních textů využívají široké rejstříky prostředků vertikálního členění textu. Patří k nim užívání různých velikostí a typů písma, tučného písma, barevné rozlišování určitých úseků textu, podtrhávání v textu apod. Bohatě jsou využívány i formy vizuální komunikace (ilustrace, obrázky apod. sloužící ke zpřístupňování a atraktivizaci výkladu učiva).

**3. Stručné dějiny formování českého odborného vyjadřování**

Počátky formování českého odborného vyjadřovánílze klást do období středověku, především do období 14. – 15. století. Terminologická slovní zásoba se však začala utvářet od 13. stol. a to ve formě českých glos v latinských textech. Z období staré rané češtiny je doložena terminologie náboženská. Ta je výsledkem vlivu řečtiny a latiny (srov. např. substantiva *anděl, apoštol, kostel, svědomie,* sloveso *biřmovati,* adjektivum *prvorodilý*), staroslověnštiny (substantiva *div, hospodin, hriech, chrám, pop, spasenie*, slovesa *blahoslaviti, káti sě, opustiti, modliti sě*). Formovala se rovněž terminologie právní (*zákon, právo, vina, křivda, krádež, jistina, poprava*) a botanická (srov. deriváty *divizna, jmelo, kopytník, netřesk, slunečnice,* kompozitum *psoser*, sousloví *volový jazyk, žabie črevce*).

**Poznámka:** V případě jednoslovných názvů rostlin se přísně vzato nejedná o termíny an sich, těmi se stávají v ustáleném spojení s postponovaným přívlastkem (většinou adjektivním), např. *netřesk horský*.

České výklady právních termínů jsou obsaženy v nejstarších deskách zemských, glosy a marginálie v latinských herbářích, z nichž postupně vznikaly rostlináře (např. latinsko-český Olomoucký rostlinář z počátku 14. stol.).

Velký význam pro budování českého odborného názvosloví měly slovníky pražského kněze a lékaře, později boleslavského arcijáhena Bartoloměje z Chlumce (Klareta). Jeho systematické slovníky byly uspořádány z hlediska věcného, jednalos e o tzv. momenklatory – Bohemář, Vokabulář gramatický (obsahuje mj. termíny z oblasti gramatiky) a Glosář. Poslední uvedený slovník plnil roli dobové encyklopedie (polovina 14. stol.). V 2688 hexametrických verších uvádí téměř 7000 latinsko-českých dvojic termínů tehdejší vědy, kultury a společnosti (v historickém kontextu to byla doba vlády Karla IV.). V některých oborech musel Klaret terminologii vytvářet, neboť dosud neexistovala. Jeho pokusy svědčí o tom, že si uvědomoval dobře morfematické a slovotvorné možnosti češtiny (podle „vzoru“ *pohlavek* vytvořil *potýlek, pošíjek, poušek* a i *pořitek* (!), některé tehdejší Klaretovy neologismy se užívají v současnosti (např. deriváty *jepice, děloha,* kompozitum *zlatohlav*), některé byly tvořeny ne zcela v souladu se slovotvornými a morfematickými zákonitostmi češtiny nebo vykazovaly nějaký příznak (slohový, expresivní, apod.) – srov. deriváty *čtena* (= litera), *tresktát* (= korektor), *bekně* (= jeptiška), *sladoň* (= melodie), kompozita *hudivarhan* (= varhaník), *bohomluven* (= teolog) aj.

V průběhu 15. století byly vydávány terminologické slovníky – mamotrekty (vykládaly méně obvyklá místa z biblických knih), rostlináře (většinou ve formě alfabetářů – abecedně uspořádaných slovníků). Byly to zpočátku slovníky dvojjazyčné – tj. latinsko-české, později i vícejazyčné – latinsko-německo-české, hebrejsko-německo-latinsko-české.

Pro vývoj českého odborného stylu znamenalo velký kvalitativní skok období humanismu. Rozvíjelo se lékařství (srov. výrazy *puls, pilule, mutovati* apod.), právnictví (*proces, reces, relací*). Budování rakousko-uherské armády v 16. století (r. 1526 vznik rakousko-uherské monarchie) si vyžádal o zavádění dalšího vojenského názvosloví. Přejímaly se výrazy ze španělštiny (srov. *armáda, major*), francouzštiny (většinou s původem latinským – *generál, oficír, kvartýr*), němčiny (*kapitán, lajtnant*). Němčina byla většinu přejímek přicházejících ze západní (příp. jihozápadní) části evropského kontinentu a prostředkujícím jazykem (srov. z italštiny přejatý název *soldát*). Řemeslnická terminologie byla silně ovlivněna němčinou, např. *verkpaňk, hoblík, hamerle* – některé z nich plní ještě v současnosti funkci slangových výrazů.

Morfologie a syntax odborných textů doby humanistického období vykazovala některé rysy známé i dnes, např. užívání opisného pasíva (*jest súzen*), jež mělo už význam prezentní a procesuální (nikoli minulý a dokonavý – jako ještě např. ve 14. století). Syntaktická stránka vět připomínala latinu – postavením verba finita na konci větného celku. Užívaly se též participiální a přechodníkové konstrukce.

K významným žánrům české odborné literatury této doby patřily slovníky různého druhu. Široký ohlas měl Lactifer latinsko-český (1511), Jana Vodňanského (zvaného Aquensis), uspořádaný do 12 oddílů podle věcných oborů. Metodologické novum představoval Česko-latinský slovník (1562), vydaný jako 2. díl k Latinsko-českému slovníku (1560) Tomáše Rešelia Hradeckého. První česko-latinský slovník zahájil tradici překladových slovníků, v nichž byla výchozím (tj. nikoli cílovým!) jazykem už čeština.

Nejvýznamnějším českým slovníkářem tohoto období byl Daniel Adam z Veleslavína, který vydal např. Nomenclator tribus linguis (1586), přepracovaný později v Nomenclator quuadrilinguis (1598).

V období pobělohorském došlo v souvislosti s celospolečenským vývojem v českých zemích k funkční a sociální redukci spisovné češtiny, přesto kontinuita vývoje jazyka nebyla přerušena. Radikálně se snížil počet českých odborných knih, z vědeckých oborů se česky pěstovala ve větším rozsahu jen hudba (muzikologie). Pokusy budovat českou terminologii některých oborů se dařily s různým výsledkem, mnohé neologismy této doby byly tvořeny neustrojeně. Jako příklad lze uvést termíny z oblasti vojenství ve slovníku připojeném ke Gramatice české oder die böhmische Sprachkunst (1756, 1. vyd.) Jana Václava Pohla, srov. *přelez* = Sturm (útok), *přelezník* =  Stürmer (útočník), *vyvojněnce/vyvojněník, vejměcín* = *Invalid, ředlo* = Regiment, *počástka* = Brigade aj.

Nejvýznamnější bohemistická lexikografická díla 17. století – Thesaurus českého jazyka J. a. Komenského a Thesaurus linguae bohemicae J. V. Rosy nemáme bohužel k dispozici. Komenskému shořel materiál slovníku při požáru v Lešně, z Rosova čtyřdílného slovníku se zachovalo pouze rukopisné torzo. J. V. Rosa je mj. autorem termínů *hláska, samohláska, příslovce, veselohra, smutnohra*. Nové termíny zaváděl ve své době (tj. v 17. století) i Jakub Jan Ryba. Mohl se přitom opírat o skutečnost, že kontinuita českých odborných textů z oblasti hudby a hudební nauky nebyla na rozdíl od většiny ostatních oborů v průběhu pobělohorského období přerušena. Ryba termíny jednak přejímal (srov. internacionální výraz *intonací,* z němčiny přejal *valdhornu,* z italštiny *fortepiano*), jednak vytvářel domácí ekvivalenty (*odrážka, zpěvohra*), jak to dokládá jeho spis vydaný ovšem až v 19. století Počáteční a všeobecné základy ke všemu umění hudebnímu (1817).

K zásadní kvantitativní i kvalitativní proměně českého odborného stylu došlo v 1. pol. 19. století. Doba národního obrození vytvořila dobré předpoklady pro opětovné uplatnění češtiny jakožto jazyka umělecké a odborné literatury. Předpokladem pro tato vzepětí byly společenské poměry nejen v českých zemích, ale i v Evropě. Nezbytnou podmínkou rozvoje české vědy bylo budování české odborné terminologie. Zásluhou příslušníků Jungmannovy generace jeho spolupracovníků – vědců, spisovatelů, básníků – byla dotvářena terminologie botanická, zoologická, mineralogická a chemická (Jan Svatopluk Presl, Karel Bořivoj Presl), lékařská (Antonín Jungmann), matematická (včetně geometrie), fyzikální (Josef Vojtěch Sedláček, Josef František Smetana), terminologie z oblasti logiky (Antonín Marek), psychologie a estetiky (František Palacký), literární věda (Josef Jungmann).

V počátcích obrozenského terminologického úsilí byly patrné puristické tendence zaměřené především proti slovům německým. Z tohoto důvodu čerpali obrozenci výrazy jednak ze staršího období češtiny, jednak ze slovanských jazyků, další pojmenování sami vytvářeli. Ze staročeských slov revitalizovali názvy *pupalka, sněženka* aj., ze slovanských jazyků přejímali výrazy především z polštiny (např. *mluvnice, podmět, předmět, časovat, báje, věda, kopretina, bulva, hlušec, jařina, čolek, mařinka*), z ruštiny (např. *průmysl, vzduch, příliv, odliv, bělokopytník, pestík, mochna, tařice, příroda, nápěv*), slovenštiny (*stoj*). Vliv neslovanských jazyků (latiny, řečtiny a do určité míry i němčiny) se uplatnil při kalkování cizích kompozit, srov. *zeměpis, dějezpyt, přírodověda, prvkosloví* (druhé komponenty jsou domácími ekvivalenty cizích komponentů *-grafia, -kunde, -logia, -beschreibung*). Při tvoření domácích termínů využívali obrozenci domácích derivačních sufixů, např. *-ka* (*vavřínka, kapustka*), *-ík* (*kyslík, dusík, vodík, uhlík*), *-ule* (*bledule, hákule, hroznule*), *-ok* (*prvok, velok, vidlok*), *-ín* (*bahnín, nosín, kostlín*), *-ucha* (*sviňucha, hvězducha*), *-ec* (*hadec, kolenec, svěřepec*), *-ník* (*štírovník, krápník*), *-stvo* (*svalstvo, horstvo, včelstvo*), tvořili i kompozita (*krajnoblatec, hrubokvět, kvasuplod, blahozvučnost, libozvučnost, dobrozvučnost, zeměkoule, prvohory*).

Z lexikografických bohemistických děl je nutné zmínit pětidílný Jungmannův Česko-německý slovník (1835-1839), který byl vyvrcholením obrozeneckých snah o rozšiřování české slovní zásoby (včetně odborné terminologie) a který byl navzdory svému názvu především slovníkem výkladovým a teprve až v další linii slovníkem překladovým. Tento slovník obsahoval téměř 120 tis. heslových slov a zahrnoval i slova nově utvořená, přejímky z jiných jazyků (viz výše) a byl ohromným vědeckým, kulturním a národněobrozeneckým počinem své doby, jehož velká část terminologických výrazů se užívá i v současnosti.

Výrazným terminologickým dílem byl i slovník obsahující slova z oblasti techniky a výroby, řemesel a obchodu Jana Franty-Šumavského Deutsch-Böhmisches Wörterbuch I (1844) a II (1846). Rozvoj vědeckého života by nebyl možný bez existence vědeckých časopisů, od r. 1820 vycházel časopis Krok, od r. 1827 Časopis českého museum.

**Poznámka:** Časopis českého museum založil Fr. Palacký při Společnosti Národního musea. Redaktory časopisu byli mj. P. J. Šafařík, V. Nebeský, Č. Zíbrt. Do r. 1855 vycházel jako časopis společnosti Vlasteneckého Museum v Čechách, od r. 1855 jako Časopis musea Království českého a od r. 1920 jako Časopis národního muzea. Vychází jako čtvrtletník dodnes, zabývá se historií, literaturou a jazykovědou.

V polovině 19. století vyšly další terminologické slovníky. Právnickou a politickou terminologii soustřeďoval slovník Juridisch-politische Terminologie für die slavischen Sprachen ‚Österreichs. Deutsch-böhmische Ausgabe (jeho spolutvůrci byli mj. P. J. Šafařík, K. J. Erben, J. Kollár, a. V. Šembera). Přinesl doplnění dosavadní právní terminologie (srov. *dražba, služné, četník, úrok, ústava,* závěť). Významným terminologickým dílem byl Německo-český slovník vědeckého názvosloví pro gymnasia a reálné školy (1853), přinášel kodifikaci sufixů užívaných při derivaci postponovaných přívlastků názvů chemických sloučenin podle stupně mocenství prvků (srov. *-ný, natý, -itý, -ičitý, -ečný/-ičný, -ový, -istý, -ičelý*).

V letech 1862–1872 se vytvářela novější terminologie tělocvičná, která se užívá dodnes. O její vytvoření a zavedení v tělocvičné organizaci Sokol (založené r. 1862) se zasloužil M. Tyrš (spolu s filologickou komisí). Využívalo se tvoření dějových substantiv (*leh, sed, klek, stoj, vis, toč, výdrž, výpon, skrčka, roznožka*), verbálních (*upažení, unožení, roznožení* jakožto paradigmaticky tvořených derivátů od svých základových sloves *upažiti, unožiti, roznožiti* apod.), adverbií derivačním sufixem *-mo* (*stojmo, snožmo, rozkročmo, ležmo, klečmo, skrčmo*) i kompozicí (srov. *jednoruč, jednonož*). Zásluha J. N. Škroupa byla dotvořena domácí terminologie hudební. Rozvíjela se terminologie jazykovědná (srov. dnes již neužívané termíny *položitel* – pozitiv, *srovnavatel* – komparativ, *svrchovatel* – superlativ, *přestupník* – přechodník apod.), finanční (*banka, záložna*). Technické termíny se utvářely i jako kalky z německých předloh, např. *provoz* (Betrieb), *cívka* (Spinne), *vypínač* (Ausschalter) apod.

Proměny zažíval i slovotvorný systém češtiny. Vysoce produktivním se stal sufix *-č* při tvoření názvů činitelských a prostředků děje, znovu se začal ve větší míře užívat starší sufix -ba pro tvoření dějových abstrakt (*sadba, orba*). Při tvoření vztahových adjektiv převážil sufix *-ní* nad *-ný*, začal se více uplatňovat i sufix *-ový* (*strojový*). Ve větší míře se tvořila účelová adjektiva se sufixem *-cí* (*celicí*), adjektiva pasivní (ne)možnosti se sufixem *-telný* (*vzdělavatelný, volitelný*).

Syntaktická stránka odborných textů se vyznačovala delšími souvětími s množstvím kratších vedlejších vět, dominovala tedy uvolněná, nikoli sevřená větná stavba.

Po vzniku Československé republiky (r. 1918) začala čeština plnit funkci úředního jazyka nového státu a komunikačního jazyka armády, železnice, pošt, řady technických oborů. K tomuto účelu bylo nutné v uvedených oblastech dotvořit českou odbornou terminologii a kultivovat stylovou stránku odborných textů. Mezinárodní sportovní názvy (*fotbal, volejbal, basketbal*) byly doplněny (nikoli však nahrazeny!) názvy domácími (srov. *kopaná, odbíjená, košíková*), pro výrazy *tenis, hokej, ragby* čeština ekvivalenty dodnes nenašla. Administrativní terminologie byla dotvořena zavedením termínů *plat, poměr, pořadník, podatelna, přidělenec, zřízenec, čekatelský, přesluhovati* atd. Vojenskou terminologii obohatily jednak rusismy (*nápor, týl, nálet, kulomet*), jednak nové výrazy domácí (*výsadek, padákový, plavidlový, tankový* apod.).

Velký význam pro rozvoj vnitrostátní dopravy a další infrastruktury mělo dotvoření terminologie letecké (*letadlo, větroň, vrtulník*), pošt a komunikací (*hovorné, nedodávka*), především však železniční (*hradlo, pražec, návěstidlo, odbočiště, drátovod*). Rozšiřovala se nadále terminologie technická (*soustruh, svíčka, cukrovina* aj.). Ustalovaly se termíny vzniklé ještě v době Rakousko-Uherska, srov. *vlak, železnice, koleje, nádraží, trať, jízdné, průvodčí, výpravčí*, stejně tak i kompozita *strojvůdce, vlakvedoucí*.

Odborný styl ve 2. pol. 20. století se vyznačuje dalším rozvojem a dotvářením odborné terminologie v mnoha odvětvích. Při jejím utváření se projevují tendence jednak internacionalizační, jednak nacionalizační. Internacionalizační tendence se naplňovaly prostřednictvím přejímání z cizích jazyků – do určité míry z ruštiny (srov. *dispečer, kombajn, elektrifikace, chozrasčot*), především však z angličtiny (*laser, marketing, windsurfing, software*).

V průběhu 20. století se v češtině velmi rozšířila hybridní kompozita. I zde se projevil vliv cizích jazyků, neboť mezi hybridními kompozity převažovaly výrazy s prvním komponentem cizího původu (srov. četná kompozita s prvním komponentem *auto-, elektro-, foto-, termo-, video-, audio-* apod. profesního, či již terminologického charakteru).

Internacionalizační tendence tak vyvolávají tendence nacionalizační, které se projevily tvořením domácích kompozit, srov. *malovýroba, dřevovýroba, plochooválný, vysokotavitelný, mrazuvzdorný, zemědělsko-lesnický*. Tvořily se i deriváty s příponou *-árna* (názvy míst – *panelárna, modelárna*), *-ka* (nové přechýlené názvy – *hradlařka, vojákyně*), *-ost* (názvy jevů označujících frekvenci nějakého jevu, nikoli vlastnost – *úrazovost, porodnost, úmrtnost*), názvy tvořené konverzí označující výsledek děje (*spad, úhyn, ohřev*).

Od 90. let 20. století po společenských politických ekonomických změnách a vzniku České republiky se české odborné vyjadřování ještě více otevřelo cizím vlivům. Rozvíjí se terminologie v oblasti výpočetní techniky a informačních technologií, finančnictví, ekonomie, sportu a dalších oborech. Nové terminologické výrazy se především přejímají z angličtiny, příp. jiných jazyků. Termíny se tvoří i neosémantizací (tvořením nových významů u stávajících slovních forem), tvořením sousloví i domácích jednoslovných pojmenování.

**4. Kompozice odborných textů**

Odborné texty se vyznačují velmi promyšlenou kompozicí. Ta se odvíjí od použité metodologie výkladu (induktivní postup směřuje od jednotlivých prvků k celku, deduktivní postup od celku k jednotlivým prvkům). Základními vlastnosti výstavby odborného textu (tj. nejen jeho kompozice, ale i výběru jazykových prostředků) jsou jasnost, zřetelnost, přehlednost, jednoznačnost, přesnost a věcnost sdělení, přičemž poslední dvě vlastnosti se spíše než kompozice týkají jazykové stránky textů. Autoři textů kladou důraz na předmět sdělení, sdělovaný obsah je vyjadřován přímo, věcně, bez konotací. Velmi důležitými objektivními slohotvornými faktory jsou funkce textu a adresát (viz kap. 6).

Tvorbě odborného textu předchází tak jako v případě řečnických projevů fáze přípravná. Její součástí však není na rozdíl od projevů řečnických fáze zapamatování a u psaných odborných textů také fáze přednesu (ta se uplatňuje jen v projevech mluvených). Další rozdílem oproti přípravě řečnických projevů je nezbytná fáze shromažďování poznatkových a odborných informací vztahujících se k pojednávané tematice, tvorba rešerší a různých odborných poznatků, které se ve fázi stylizace stávají základní osnovou prezentace tématu. Součástí přípravné fáze je i provedení výzkumu, experimentu, vyžaduje-li to povaha odborné práce.

**Odborné texty se vyznačují zřetelným horizontálním členěním. Úvod, stať i závěr jsou ostře ohraničené. Důležitou roli má titulek.** Je obvykle deskriptivní (popisný), adresát na jeho základě posoudí, zda se má se sdělovaným obsahem vzhledem ke své pracovní či vědecké činnosti, resp. ke svým zájmům seznámit. Vlastní stať je u delších útvarů členěna na oddíly, kapitoly a dále na odstavce. Součástí horizontálního členění jsou ve vědeckých textech abstrakt (zpravidla na začátku textu) a resumé (na konci textu), formulované obvykle v nějakém světovém jazyce (v současnosti nejčastěji v angličtině). Odborné texty vědecké obsahují i seznam použité odborné literatury. Základním slohovým postupem uplatňujícím se v textech odborných je výkladový, vedle něj se frekventovaně uplatňují i postupy popisný (odborný popis) a úvahový. S postupem vypravěčským se lze setkat především v odborných textech beletrizujících ((tj. populárně naučných). V mluvených odborných projevech se horizontální členění projevuje navázáním kontaktu přednášejících s adresátem, kadencí, polokadencí, antikadencí, pauzami mezi větami či odstavci, závěrečným shrnutím sděleného obsahu s využitím rovněž prostředků kontaktových).

**Rovněž vertikální členění těchto textů je výrazné**, specifické a velmi odlišné od textů jiných funkčněstylových oblastí. Hojně se využívají grafické prostředky vertikálního členění – různé velikosti a typy písma, tučné písmo, kurzíva, příp. podtržení slov apod. Vlastní vědecký text doprovází poznámkový aparát, odkazy na citovanou a další odbornou literaturu vztahující se k tématu textu. Uplatňuje se též desetinné třídění jednotlivých kapitol, které slouží horizontálnímu i vertikálnímu členění – stejně tak i abstrakt a resumé (viz výše). Důležitou součástí odborných textů jsou různé rejstříky (věcné, jmenné apod.), ve vědeckých textech významně přispívají i k orientaci adresáta v nich. Jednotlivá slova mohou být realizována písmeny velkými (verzálkami, kapitálkami) nebo malými (minuskami).

**Poznámka:** Způsob citování ze zdrojů odborné literatury je normován, přesto si vlastní úzus citování vytvářejí i jednotlivá odborná periodika sama.

Vhodným prostředkem hierarchizace sdělovaných skutečností jsou neverbální složky textu, různé obrázky, ilustrace, schémata, tabulky, grafy. Ty obvykle prohlubují míru sdělovaného obsahu a spolu s verbální složkou tvoří integrální součást textu. Možný je i doprovodný další výklad ztvárněný graficky jiným stylem a velkostí písma. V současné době jsou prostřednictvím moderních informačních technologií k dispozici různé způsoby doprovodných verbálních i neverbálních (čistě vizuálních) sdělení, např. multimediální (a interaktivní) prezentace.

Prostředkem vertikálního členění mluveného odborného textu je výška a síla hlasu. Zdůrazněna bývají jádra výpovědí, důležité části sdělení bývají pronášeny pomalejším tempem řeči, méně důležité části sníženou výškou hlasu. V současnosti se jen čistě mluvený odborný text (např. přednáška) objevuje méně často, frekventovaněji ze zastoupena forma kombinovaná, kdy mluvený projev buď doprovází prezentaci (adresáti tak mají k dispozici i vizuálně zaznamenanou formu jazykového projevu, byť značně redukovanou), nebo je naopak doprovázen handoutem. Mluvený projev přednášejících může být doplňován stejně jako projev psaný různými obrázky, ilustracemi, grafy, schématy promítanými adresátům souběžně s probíhajícím uvedeným projevem.

**Poznámka:** Ty se obvykle píší velkostí písma 12, poznámky (v textu i tzv. pod čarou) velikostí 10 s řádkováním, 1,2, 1,5, příp. 1,15. V závislosti na charakteru textu však může být užito i písmen jiných velikostí.

**5. Jazyk odborných textů**

Charakter a funkce odborných textů vyžaduje užívání jazykových prostředků spisovných. Odborné vyjadřování akcentuje pojmovou složku sdělení a neutrálnost (tj. nikoli emocionalitu). Výběr jazykových prostředků se v těchto vědách pohybuje na ose neutrálnost – knižnost, v mluvených prakticky odborných textech lze tolerovat rozšíření funkčního rozpětí směrem k hovorovosti, ovšem jen jako výsledek nezáměrné volby autora a v míře nenarušující jinak neutrální charakter vyjadřování.

**5.1 Morfologická a syntaktická stránka odborných textů**

Morfologická stránka odborných textů se vyznačuje užíváním spisovných tvarů. Z hlediska slovnědruhového převažuje výskyt substantiv a adjektiv, relativně frekventovaně jsou zastoupeny spojky, předložky (zvláště nevlastní) a zájmena. Naopak v menší míře než substantiva a adjektiva se v těchto textech objevují slovesa a zcela logicky ojedinělý výskyt zaznamenávají částice a citoslovce (ta např. jen v lingvistických textech).

**Poznámka:** Z nevlastních předložek se frekventovaně uplatňují např. *vzhledem k, z hlediska, na základě, v souvislosti s, v rámci, se zřetelem k, v důsledku* apod.

Z gramatických kategorií jmen je pro odborné vyjadřování a jeho styl nosná zvláště kategorie pádu. Vedle nominativních a akuzativních tvarů se frekventovaně vyskytují i tvary genitivní, naopak tvary vokativní se vcelku logicky téměř nevyskytují.

Z užívaných slovesných kategorií osoby, čísla, času, způsobu, slovesného rodu a vidu lze formulovat následující zjištění:

a) frekventovaně se uplatňují slovesné tvary 3. os. sg. ind. préz. akt., častá je i 1. os. pl. ind. préz. akt. (užívání autorského plurálu);

b) ze slovesných časů je základní formou odborného vyjadřování prézens;

c) ze soustavy slovesných způsobů se vyskytuje zpravidla indikativ;

d) z formy vyjadřování slovesného rodu se stejně jako v textech administrativních objevuje relativně často opisné pasivum.

Syntaktická stavba odborných textů plně odpovídá složitosti hierarchizace myšlenek a kauzálních vztahů mezi jevy, které tyto texty vyjadřují. Logiku výkladu zajišťují a současně orientaci ve větných celcích slouží např. interpunkce (čárka, středník, pomlčka, soustava závorek). Rozdíly lze nalézt i ve struktuře a délce jednoduchých vět i souvětí mezi odbornými texty psanými a mluvenými. V mluvených projevech bývá struktura souvětí jednodušší než v textech psaných, ale bývají delší. Naproti tomu bývá jednoduchá věta v mluvených projevech většinou kratší než v projevech psaných. Je však nutné vzít v úvahu i skutečnost, že délka a struktura vět se může měnit i v závislosti na vědním zaměření textů (rozdíly přirozeně existují v syntaktické stavbě psaných textů humanitního, přírodovědného a technického zaměření).

Výraznými znakem syntaktické stránky těchto textů je snaha o kondenzaci vyjadřování. Autoři textů využívají nominální konstrukce, infinitivní konstrukce v jednoduchých větách, dějová substantiva a adjektiva vyžadující další doplnění, objevují se v menší míře i konstrukce přechodníkové. Pro psané odborné texty je charakteristický objektivní slovosled, který se projevuje kladením tématu na začátek a rématu na konec výpovědi. Réma jedné výpovědi se přitom stává tématem výpovědi následující. V mluvených projevech lze pozorovat i občasný subjektivní slovosled, tj. kladení rématu na začátek výpovědi.

**5.2. Slovní zásoba odborných textů**

Pro odborné texty je nejpříznačnějším rysem jejich lexikální stránky užívání termínů (odborných názvů). Ty tvoří specifickou, příznakovou vrstvu jazykových prostředků charakteristickou pro texty funkčněstylové oblasti odborné. Termín představuje z hlediska lexikologického jednoznačné, ustálené, systémové, přesné, nosné a ústrojné pojmenování. Je ze své podstaty povahy nocionální (tj. neexpresivní) s funkcí pojmenovací a kognitivní. Lexikální význam termínu se v průběhu vývoje mění s tím, jak se proměňuje stav poznání příslušného oboru. V určitém časovém období má relativně stálou stylovou hodnotu, což znamená, že tento slohový příznak je u něho patrný i mimo kontext. K náležitému pochopení jejich lexikálního významu jsou nutné alespoň základní odborné znalosti v příslušném oboru Mezinárodní termíny se užívají v textech vědeckých, jejich domácí ekvivalenty v ostatních druzích odborného vyjadřování.

**ÚKOL: Najděte si domácí významové ekvivalenty k těmto mezinárodním termínům: *lingvistika, gramatika, computer, tuberkulóza, literatura, ortografie, prefix, radix, sufix, postfix*.**

Kromě termínů se užívají i profesionalismy a i slangismy. Mezi jednotlivými kategoriemi výrazů nejsou ostré hranice, některé profesionalismy se mohou stát postupně tzv. skorotermíny a následně se i terminologizovat. Rozlišují se termíny jednooborové (např. v jazykovědě *pluralia tantum* – pomnožná jména) a mezioborové, resp. multidisciplinární (např. slovo *spojka* může plnit roli termínu – ve strojírenství elektrotechnice, železářství, dopravě, radiotelegrafii, sportu, hudbě, jazykovědě – v každém z těchto oborů má však svůj ustálený a specifický význam).

Dalším charakteristickým rysem odborných textů je zvýšený výskyt přejatých slov, a to především v textech vědeckých. Uplatňují se rovněž multiverbizovaná spojení. Ta vznikají na bázi významově konkrétního slovesa, výsledná konstrukce sestává ze slovesa neplnovýznamového, resp. obecného významu a substantiva, srov. *realizovat → provést realizaci, disponovat něčím → mít něco k dispozici, vyzkoumat → realizovat/provést výzkum* apod.

Pojmovosti a kondenzovanosti vyjadřování slouží i užité číslice, značky, symboly. Jsou to konvenční znaky odborného jazyka, jejichž podoba je normována a jež představují terminologickou složku příslušného oboru. Jedná se o značky (původně zkratky) fyzikálních veličin a jednotek, srov. *V, kg, m3, hl,, GB, log*, matematických znaků (např. *˂ ˃ =*) apod.

Odborné texty se vyznačují i jistou stereotypností vyjadřování a vyšší mírou opakování slov. Užité termíny se obvykle nenahrazují synonymy ani se v jednom textu nestřídají termíny cizího původu s jejich domácími ekvivalenty.

Důležitou vlastností textů (nejen odborných) je jejich kohéznost (výrazová spojitost). Ta je zajišťována prostředky jazykovými. Patří k nim konektory gramatické (spojky, koncovky slovesného přísudku, příp. i mluvnické kategorie sloves) a lexikální (užitá synonyma, užití výrazů opakujících pojmenování za některé z předcházejících vět), hyponyma a kohyponyma.

K lexikálním konektorům se řadí i deiktické výrazy (zájmena, zájmenná příslovce), časové orientátory (např. výrazy *včera, zítra* pod.), místní (*tam, tudy*) apod. Odkazování v textu může být:

a) anaforické (odkazuje zpět k tomu, co už v textu bylo),

b) kataforické (odkazuje k tomu, co se dále v textu nachází),

c) exoforické (odkazuje ke skutečnostem nacházejícím se mimo text).

Slova významově nadřazená (hyperonyma) mohou slova významově podřazená (hyponyma) nahradit vždy, naopak je to možné jen při totožnosti pojmenovávaných skutečností.

Prostředky zajišťující kohezi textu vytvářejí nejen výrazově spojitý text, ale umožňují propojit jazykovou a tematickou složku díla.

**Poznámka:** Poznatky uvedené v posledním odstavci jsou již součástí předmětu *Textová lingvistika*, zde je zmiňujeme okrajově a pouze ve vztahu ke kompozici odborného textu.

Celkově lze konstatovat, že výběr jazykových prostředků a jejich uspořádání v textu jsou přirozeně podmíněny hlavními funkcemi odborných komunikátů. Důležitá je věcnost, přesnost, relativní úplnost sdělení. Jejich stylová norma je poměrná jednotná, spočívá v užívání jazykových prostředků spisovných. Současně i pojmenovací potřeby jednotlivých oborů vyžadují tvorbu dalších, nových lexikálních jednotek spisovného charakteru, neboť jen tak lze kvantitativně a kvalitativně rozvíjet odpovídající úroveň odborného vyjadřování.

**6. Vnitřní diferenciace odborného stylu**

Jak již bylo v kap. 1 a 2 uvedeno, texty odborné jsou diferencované. Na jejich diferenciaci se podílejí především objektivní stylotvorné faktory, které ve vzájemném spolupůsobení zásadním způsobem ovlivňují výslednou podobu odborného komunikátu. Stěžejní roli zde mají faktory funkce a adresáta textu. V jejich působení spočívá diferenciace odborných textů na vědecky (teoreticky) odborné, prakticky odborné a populárně naučné (resp. učební a esejistické) – viz dále.

Podstatnou roli mezi objektivními faktory má užitá forma komunikátu. Většinu odborných komunikátů představují komunikáty psané. Zřetelně vyprofilovaná je však i skupina slohových útvarů primárně mluvených (přednáška, referát, koreferát, prezentace doprovázená mluveným výkladem k příslušnému tématu). Autorův mluvený projev je však i v těchto případech písemně připraven buď cele (autor text jen předčítá), nebo zčásti (autor mluví podle bodové osnovy). Jakkoli je pro odborné texty nezbytné užívání spisovného jazyka, stylová norma pro mluvené odborné projevy je ve srovnání s psanými přece jen mírnější (občasné užití nespisovného jazykového prostředku v mluvených projevech je možné tolerovat).

Užitým kódem textu se obvykle rozumí uplatnění příslušného strukturního nebo nestrukturního útvaru na základě geografické diferenciace či funkční nebo sociální stratifikace užitého jazyka. Při mluveném odborném projevu se navíc ještě kromě prostředků verbálních uplatňují i ty neverbální. Norma odborné komunikace vyžaduje, aby autor užíval výhradně prestižní, tj. spisovný útvar příslušného národního jazyka, takže v těchto textech zpravidla autor nemá na výběr kód národního jazyka. Odborná komunikace má ovšem na rozdíl od ostatních funkčněstylově vymezených oblastí komunikace silně mezinárodní charakter. Autor odborného textu (mluveného či psaného) tak jej musí v některých oborech, zvláště přírodovědných a technických, realizovat ve světovém jazyce, v euroatlantickém civilizačním prostoru v současnosti nejčastěji v angličtině. Ve světových jazycích jsou tak produkovány odborné studie, vědecké monografie, přednášky, referáty a diskusní vystoupení na mezinárodních vědeckých konferencích apod. a rovněž i metatexty (anotace, abstrakty, resumé – viz kap. 7). Nutnost ovládat v mluvené i psané podobě nějaký světový jazyk s sebou přináší i potřebu ovládat jeho stylové normy.

Odborné texty jsou typickými útvary veřejné, oficiální komunikace. Smyslem a podstatou realizace odborných textů je jejich zveřejnění širšímu okruhu odborně poučených či laických recipientů. Tyto texty – ačkoli vznikají vždy v nějakém konkrétním prostředí a času – jsou vlastně situačně (místně a časově) nezakotvené, směřují k obecné platnosti svého obsahu, která není situací vzniku odborného textu podmíněna. Ze své podstaty jsou tyto projevy buď připravené, nebo polopřipravené (v bodové osnově), spontánní projevy přitom nemají v odborné komunikaci místo. Ze subjektivních stylotvorných faktorů se do výsledné podoby textu nejvíce promítá osobnost autora (jeho vzdělání, znalosti v oboru, o němž jeho text pojednává, příp. i věk), jakkoli doposud dominovala v odborné tradici střední Evropy snaha o přesné, rigorózní, neosobní odborné vyjadřování se silně upozaděným autorským subjektem. Vedle tohoto druhu odborného vyjadřování – označovaného jako teutonský styl – se v současných odborných textech nejen humanitního zaměření uplatňuje i snaha o subjektivní vyjadřování, podpořená originálním způsobem vyjadřování, jazykovou hrou za účelem vytvoření vyšší míry interakce s recipientem, resp. zvýšení jeho recepčního komfortu. Tento způsob odborného vyjadřování proniká v posledních desetiletích z anglosaského prostředí (zvláště z USA a Velké Británie) do českých vědeckých prací a označuje se proto jako anglosaský styl. Některé texty tohoto stylu spadají už do sféry stylu esejistického.

 Základní formou odborných textů je forma monologická, v odborných diskusích, debatách a polemikách se uplatňuje i forma dialogická (např. v řízených diskusích po skončeném bloku referátů na vědeckých konferencích). Klíčovým faktorem pro vnitřní diferenciaci odborných textů je však zřetel k adresátovi a s ním související i míra odborně sdělné funkce a případné uplatnění i jiných funkcí – regulativní, operativní (v textech učebních) – estetické (v textech esejistických). Na základě těchto dvou faktorů se rozlišují texty: a) vědecky (teoreticky) odborné, b) prakticky odborné, c) populárně naučné. Uvádíme i texty učební a esejistické, ačkoli ty již vytvářejí samostatnou stylovou sféru učební, resp. esejistickou.

**Texty vědecky (teoreticky) odborné** jsou určené odborníkům v příslušné odborné oblasti. Tyto texty zprostředkovávají nové myšlenky, poznatky, teoretické koncepce, objevy. Mají velmi promyšlenou a propracovanou kompozici (viz kap. 4) a výběr jazykových prostředků. Charakteristickým znakem těchto textů je užití mezinárodních termínů. Stylové rozpětí užitých jazykových prostředků se pohybuje na ose neutrálnost – knižnost. Tyto texty bývají často realizovány ve světovém jazyce (viz i výše), včetně jejich kompozičních součástí (abstraktu, anotace, resumé).

**Texty prakticky odborné** jsou určené jak poučenému adresátovi, tak laikovi (např. pracovní návody). Odborné sdělení, které zprostředkovávají, nemusí být nutně nové, akcentována je však jeho (praktická) aplikace. Kompozice těchto textů je ve srovnání s texty vědeckými jednodušší, vyjadřování je tu méně exaktní. Přípustné je i užití profesionalismů a občas i slangismů, základem je však vždy užití prostředků spisovného jazyka. V závislosti na okruhu možných recipientů (mnohdy jde o příslušníky jediné profese, zaměstnance jedné firmy, podniku) se objevují i jazykové prvky typické pro dané prostředí (např. specifické zkratky, názvy různých předmětů ve formě číslicově-písmenné apod.) Lexikální stránka se vyznačuje užíváním domácích ekvivalentů mezinárodních termínů.

**Komunikáty populárně naučné** jsou určeny především adresátům-laikům, kteří se v daném oboru orientují jen zběžně, mají v něm jen nesystem(at)izované znalosti. Tomu odpovídá i jazyk a kompozice těchto textů, které bývají beletrizované s přesahem k publicistickému nebo uměleckému stylu. Uplatňuje se i slohový postup vyprávěcí, uvádí se méně faktografických údajů, termínů se užívá jen v nejnutnější míře, příp. se nahrazují opisnými vyjádřeními. Do těchto oblasti patří např. i dětské encyklopedie, přičemž výstavba těchto textů musí respektovat jazykovou a rozumovou úroveň předpokládaného dětského adresáta. S popularizací vědeckých poznatků se lze setkat v masmédiích, denním tisku, časopisech, rozhlase i televizi.

**Učební texty** představují již vyprofilovanou samostatnou funkčněstylovou oblast učební. Tyto texty mají nejen funkci odborně sdělnou, ale i regulativní, operativní (stejně jako texty administrativní). Aktivizují adresáta, kontrolují jeho postup osvojování informací a poznatků. Jejich odborný obsah musí být též náležitě zpracován, předpokládají přitom (ve většině případů) roli učitele jako prostředníka mezi textem a žákem/studentem, resp. učícím se. V současné době se využívají i různé e-learningové kurzy, studijní opory pro distanční studium (jako je i tato!), čímž se interakce učitel – žák/student/ učící poněkud rozvolňuje. O kompozici učebních textů viz kap. 4.

**Texty esejistické** tvoří již rovněž velmi svébytnou funkčněstylovou oblast. Kromě funkce odborně sdělné mají i v různé míře zastoupenou funkci estetickou se zřetelem k recipientovi textu. Některé eseje se svým charakterem nacházejí na hranici se stylem uměleckým, jiné na pomezí se stylem publicistickým (jeho beletristickými nebo analytickými slohovými útvary). V esejích výrazně vystupuje do popředí subjekt autora, jeho způsob vyjadřování. Vyskytují se v nich relativně často jazykové prostředky příznakové, knižní výrazy, obrazná vyjádření. Stavba větných celků je pestrá. Uplatňují se krátké i dlouhé věty jednoduché, souvětí. Kompozice je ve srovnání s výše uvedenými jinými druhy odborných textů rozvolněnější, v těchto textech je vertikální členění redukováno (poznámkový aparát ani bibliografické údaje zde zpravidla nebývají uváděny).

**7. Slohové útvary odborného stylu**

Slohové útvary odborného stylu mohou být založeny na logických postupech indukce (analytické postupy, např. ve vědeckých textech), nebo dedukce (např. v textech populárně naučných). Dominantně se v nich uplatňují slohové postupy výkladový, úvahový a popisný. Tradičně se rozlišují útvary monologické a dialogické.

K **monologickým psaným útvarům** patří texty rozsáhlejší – **vědecká monografie, disertační, habilitační, rigorózní práce**. Kratšími útvary jsou **studie, odborné články, odborné úvahy, eseje** (s převahou odborně sdělné funkce a menší mírou beletrizace). Hodnotícími útvary jsou **odborné posudky, recenze,** event. **kritika**, která je však útvarem vykazujícím rysy uměleckého textu (některé kritiky) nebo publicistického analytického stylu. Speciálně v prakticky odborném stylu se uplatňují pracovní návody. Všechny výše uvedené slohové útvary nejsou vázané na konkrétní situaci, nevznikají při kontaktu jejich tvůrce a recipientů.

Situačními útvary jsou naopak **přednáška, referát, koreferát** (ten reaguje na předchozí referát). Uvedené útvary jsou primárně mluvené a jejich výstavba i realizace musí odpovídat pravidlům a zvyklostem uplatňujícím se při přednesu veřejných projevů. Navíc obsahují odborné poznatky, které přednášející zprostředkovává adresátům srozumitelnou a přístupnou formou. Tyto mluvené útvary představují paralelu k výše uvedeným útvarům psaným.

**Dialogickými útvary** jsou ze své podstaty **odborná diskuse, debata a polemika**, resp. **odborné diskusní, debatní** a **polemické příspěvky**.

Dalšími psanými monologickými útvary odborné komunikace jsou lexikograficky zpracované poznatky oborů do podoby **encyklopedie, repetitoria** (soubory poznatků nějakého oboru určených k zapamatování žáky/studenty), **kompendia** (soubory základních poznatků nějakého oboru), **terminologické slovníky oborů, tematicky uspořádané názvy objektů, jevů** (apod.) **nějakého oboru v podobě knihy, slovníku, chrestomatie** (soubor vybraných textů nějakého oboru sloužících ke studijním účelům), příp. **odborné** (nikoli však umělecké) **antologie**.

Neustálý vývoj v oblasti informačních technologií umožňuje uplatňovat další formy odborné komunikace, z nichž se postupně profilují svébytné útvary psané – **multimediální text** (zde se verbální složka sdělení kombinuje se složkou vizuální), psané v kombinaci s projevem mluveným – **poster** nebo **prezentace** s využitím aplikace Microsoft Power Point, příp. s handoutem.

**ÚKOL: Zjistěte si, co přesně znamenají pojmenování *poster, handout, antologie*.**

Rozvoj odborné komunikace a nutnost mezinárodního zprostředkování poznatků si vyžádaly vznik nejen různých druhů odborných textů, ale i **metatextů** (tzn. textů vzniklých na základě jiných textů). Jedná se o psané texty velmi krátké, které zachovávají přesnost, jasnost a srozumitelnost vyjádření.

Rozlišují se metatexty doprovázející jiné texty nebo jsou jejich součástí – jde o **anotaci, abstrakt, resumé**. Všechny tyto útvary bývají zpravidla jazykově ztvárněny v nějakém světovém jazyce (např. v angličtině) a souběžně s nimi (zvláště s anotací nebo s abstraktem) se uvádějí klíčová slova odborného textu, k němuž se anotace či abstrakt vztahují. **Anotace** je krátká charakteristika obsahu textu, která může být publikována i mimo odborný text, k němuž se vztahuje. **Abstrakt** je krátká, přesná a výstižná charakteristika obsahu textu, která se zařazuje před příslušný odborný text; **resumé** je souhrn výsledků, které jsou v příslušném odborném textu předloženy, a v souladu s logikou lineární struktury textu bývá umísťováno za příslušný odborný text.

Uvedené slohové útvary mají veřejný ráz, naproti tomu **výpisky** (konspekt) a **rešerše** jsou samostatně se vyskytujícími útvary soukromého charakteru (nejsou součástí jiných textů). Výpisky bývají vytvářeny na základě jednoho zdroje, rešerše představují souhrn poznatků shromážděných z více zdrojů, které se do příslušného odborného textu zakomponovávají jako zpracování dosavadního stavu poznání o pojednávané tematice.

**8. Výběrová stručná bibliografie:**

V následujícím soupisu lze nalézt základní literaturu předmětu omezenou z praktických důvodů jen na knižní tituly.

Bartošek, J. *Jazyk současné české politiky*. Olomouc, 1993.

Bartošek, J. *Žurnalistika. Úvod do studia*. Olomouc, 1997.

Bečka, J. V. *Úvod do české stylistiky*. Praha, 1948.

Bečka, J. V. *Jazyk a styl novin*. Praha, 1973.

Bečka, J. V. *Lexikální složení českých odborných textů technického zaměření*. Praha, 1973.

Bečka, J. V. *Sloh žurnalistiky*. Praha, 1986.

Bečka, J. V. *Česká stylistika*. Praha, 1992.

Blatná, R. *Víceslovné předložky v současné češtině*. Praha, 2006.

Cuřín, Fr. *Vývoj spisovné češtiny.* Praha, 1985.

Čechová, M. a kol. *Současná stylistika*. Praha, 2008.

Čechová, M. a kol. *Čeština – řeč a jazyk*. 3., přeprac. vyd. Praha, 2011.

Čmejrková, S. – Daneš, F. – Světlá, S. *Jak napsat odborný text*. Praha, 1999.

Havránek, B. – Weingart, M. (eds.) *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha, 1932.

Chloupek, J. *Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti*. Praha, 1986.

Jedlička, A. *Základy české stylistiky*. Praha, 1970.

Jedlička, A. *Spisovný jazyk v současné komunikaci.* Praha,1974 (1. vyd.), 1978 (2. vyd.).

Karlík, P. – Nekula, M. – Pleskalová, J. *Nový encyklopedický slovník češtiny*, 2 sv. (*a-m, n-ž*) Praha, 2016.

Mistrík, J. *Štylistika*. Bratislava, 1997.

Poštolková, B. *Odborná a běžná slovní zásoba současné češtiny*. Praha, 1984.

Poštolková, B. – Roudný, M. – Tejnor, A. O *české terminologii*. Praha, 1984.

Šesták, Z. *Jak psát a přednášet o vědě*. Praha, 2000.

Těšitelová, M. *Psaná a mluvená odborná čeština z kvantitativního hlediska*. Praha, 1983.

Trávníček, F. *O jazykovém slohu*. Praha, 1953.

V uvedené literatuře lze nalézt odkazy na dílčí studie uveřejněné v odborných časopisech a sbornících.

**Poznámka k uměleckému stylu**

**Studenti si prostudují kapitolu o funkčním stylu uměleckém v *Současné stylistice* (M. Čechová a kol, 2008, s. 284**–**295) a v ní najdou další odkazy na odbornou literaturu vztahující se k jednotlivým tématům v rámci uměleckého stylu. Studenti mohou při studiu rovněž využít své dosavadní čtenářské zkušenosti získané četbou česky psané umělecké literatury (především původních děl domácích autorů).**

**Základní literatura k předmětu Stylistika:**

Přehled uvádí pouze základní odbornou literaturu k české stylistice, v jednotlivých titulech najdou studenti odkazy k další odborné literatuře dle svých zájmů.

Bečka, J. V. *Česká stylistika*. Praha: Academia 1992.

Čechová, M. a kol. *Současná stylistika*. Praha: NLN 2008.

Čechová, M. a kol. *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV 1997.

Čechová, M. a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV 2003.

Daneš, F. a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia 1997.

Hausenblas, K. *Výstavba jazykových projevů a styl*. Praha: UK 1971.

Chloupek, J. a kol. *Stylistika češtiny*. Praha: SPN 1991.

Jedlička, A. *Základy české stylistiky*. Praha: SPN 1970.

Jedlička, A. *Spisovný jazyk v současné komunikaci*. 1. vyd., Praha: UK 1974; 2. vyd., Praha: UK 1978.

Mistrík, J. *Štylistika*. 3., dopl. vyd., Bratislava: SPN 1997.

Hoffmannová, J. *Stylistika a …. Současná situace stylistiky*. Praha: Trizonia 1997.

**Témata pro esej z předmětu *Stylistika***

**pro dvouoborové studium ČJ ZS 2023/2024**

1. Současná čeština a její celková charakteristika
2. Čeština a její funkčněstylové oblasti v současné době
3. Čeština a soudobé reklamní texty
4. Čeština ve veřejném prostoru (úřady, instituce, politika)
5. Čeština v médiích (problematika spisovnosti)
6. Čeština a její současná slovní zásoba (neologismy)
7. Přejímání v současné češtině
8. Současná česká frazeologie
9. Tvoření slov v současné češtině
10. Čeština a její slovní zásoba z historické perspektivy
11. Dynamika současného českého tvarosloví
12. Dynamika syntaktických jevů v současné češtině
13. Současná čeština a aktuální pravopisné problémy
14. Vlastní jména v současné češtině (celková charakteristika)
15. Užívání toponym v současné komunikaci
16. Užívání antroponym v současné komunikaci (např. přechylování a nepřechylování příjmení)
17. Užívání chrématonym v současné komunikaci
18. Čeština z pohledu genderu
19. Čeština ve výuce na ZŠ (problematika užívání spisovného jazyka)
20. Čeština ve výuce na SŠ (problematika užívání spisovného jazyk)