

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta

ŽURNALISTICKÉ TEXTY

jako výsledek působení

jazykových

a mimojazykových vlivů

Viktor Jílek

Olomouc
2009

Oponenti: doc. PhDr. Jaroslav Bartošek, CSc.
Mgr. Alexander Mencil

1. vydání

© Viktor Jílek, 2009

ISBN 978-80-244-2218-3

OBSAH

1	Úvod	5
2	Komunikační rámec	9
2.1	Komunikace	9
2.1.1	Typologie komunikace	9
2.1.2	Teorie komunikace a teorie informace	10
2.1.3	Teorie komunikace a lingvistika	11
2.2	Sémiotika	11
2.2.1	Základní sémiotické dimenze komunikace	12
2.2.2	Sémiotika a lingvistika	12
2.3	Složky komunikačního procesu	13
2.3.1	Systém znaků – kód	13
2.3.2	Kanál – médium – kontakt	13
2.3.3	Situace	14
2.3.4	Původce (produktor) a příjemce (recipient) – kódování a dekódování	15
2.3.5	Sdělení – text – diskurz – komunikát	17
2.3.6	Funkce	20
3	Jazykověda a jazykový systém	23
3.1	Vnitřní a vnější lingvistika	23
3.1.1	Vnitřní lingvistika	23
3.1.2	Vnější lingvistika	24
3.2	Funkčně-komunikační přístup k jazyku	25
3.2.1	Komunikační úloha a situace	26
3.2.2	Komunikační událost	26
3.3	Kompetence a verbální kompetence – kompetence textová, systémová, stylová	29
3.3.1	Kompetence – obsah pojmu	29
3.3.2	Verbální kompetence a norma	30
3.4	Vymezení stylistiky a její postavení v systému lingvistických disciplín	35
3.4.1	Systematika stylistiky a lingvistika	37
3.4.2	Stylistika v kontextu teorie verbální komunikace a textové lingvistiky	38
4	Publicistická (funkční) oblast	43
4.1	Vývoj lingvistického pojetí publicistické oblasti	43
4.2	Komunikační rámec publicistické oblasti	44
4.2.1	Podavatel, produktor, původce sdělení	44
4.2.2	Recipient, příjemce, publikum	44
4.2.3	Vztah podavatel – publikum a vliv na publicistická sdělení	45
4.2.4	Zpětná vazba	46
4.2.5	Funkce	47
4.2.6	Další aspekty komunikačního rámce publicistické oblasti	48
4.3	Publicistická oblast – uplatnění kritéria funkce	50
4.3.1	Terminologický exkurs	51
4.4	Pragmatické a nepragmatické aspekty publicistické oblasti	53
4.4.1	Aspekt pragmatický	53
4.4.2	Aspekty nepragmatické	53

4.5	Dílčí oblasti dle pragmatického faktoru – specifikace funkce	55
4.5.1	Dílčí oblast zpravodajská – informační.	55
4.5.1.1	Schematizace sdělení – modelovost, automatizace.	56
4.5.1.2	Informativní funkce	57
4.5.1.3	Informační kvalita – objektivita	58
4.5.1.4	Objektivizace sdělení	60
4.5.1.5	Textová rovina zpravodajských sdělení	62
4.5.1.6	Porušení zásad informační kvality – průnik publicistiky do zpravodajství	65
4.5.1.7	Kompozice zpravodajských sdělení a textových komplexů.	71
4.5.2	Dílčí oblast publicistická v užším slova smyslu – formativní, přesvědčovací, získávací, edukativní, zábavní.	79
4.5.2.1	Rozsah a chápání oblasti v pracích lingvistů.	79
4.5.2.2	Produkce sdělení, schematizace.	80
4.5.2.3	Aktualizace jazykových prostředků	82
4.5.2.4	Sekvenčnost, aktuálnost, tematický diskurz – způsob práce s tématem ...	83
4.5.2.5	Specifikace komunikačních funkcí jako kritérium segmentace dílčí oblasti publicistické	84
4.5.3	Dílčí oblast syžetová (beletrizující).	96
4.5.3.1	Obraznost a obraz	97
4.5.3.2	Syžetovost a fabule	98
4.5.3.3	Ohled na funkci a užitou formu sdělení.	98
4.5.3.4	Textová rovina – textové vzorce, žánry	99
5	Literatura	105
6	Zkratky a metodologická poznámka:	109
7	Schémat, tabulky	111
	Schéma č. 1: Systematika a vazby makrolingvistiky	111
	Schéma č. 2: Typy sociální komunikace	112
	Schéma č. 3: Obecné schéma komunikačního procesu	113
	Schéma č. 4: Dyadická interpersonální komunikace	114
	Schéma č. 5: Morrisovo dělení sémiotiky	116
	Schéma č. 6: Struktura znaku	117
	Schéma č. 7: Komunikativní situace (schéma).	118
	Schéma č. 8: Westerstahlova kritéria objektivity	118
	Schéma č. 9: Dílčí oblast publicistická formativní v širokém smyslu slova	119
	Tabulka č. 1: Hodnocení výrazových prostředků z pohledu zásad informační kvality	120

1 ÚVOD

Při úvahách o zaměření a obsahu tohoto textu jsme původně předpokládali zpracování současného stavu stylové normy a charakteristiku žánrů užívaných při produkci psaných publicistických sdělení. Zájem o oblast žánrů je motivována nutností zachytit a popsat jejich současnou podobu, která je výsledkem přetvárného vývoje v posledních dvou desetiletích. Existující literatura zabývající se tématem není jednak příliš rozsáhlá, jedná se hlavně o práce J. V. Bečky, V. Jisla, M. Marka, K. Štorkána aj., jednak zachycuje stav před rokem 1989. Novější práce pak reprezentuje zejména nelingvistická Encyklopedie praktické žurnalistiky autorského kolektivu v čele s B. Osvaldovou, zpracovaná formou slovníkových hesel, která v žánrové oblasti obsahuje některé problematické charakteristiky.

Vědomí skutečnosti, že jakákoliv komunikace v rámci sociální interakce, která má řadu podob od interpersonální až po masovou komunikaci a kam patří i žurnalistická sdělení, není nikdy realizována samostatně, nýbrž je vždy určována snahou po dosažení konkrétního komunikačního cíle, nás přivedlo k záměru rozšířit předmět zájmu o otázky komunikačních souvislostí produkce textů. Zařadili jsme proto úseky věnované obecnému komunikačnímu rámci a komunikačnímu rámci publicistické oblasti. Stanovení cíle komunikace představuje výchozí bod komplikovaného a strukturovaného komplexu mentálních a řečových operací, předpokládajících dostačující znalost situace komunikace a kompetenční základ (věcný, sociálně-komunikační, jazykový). Pochopení aspektů procesu realizace komunikačního cíle máme za významný prostředek posílení individuální kompetence původce, umožňující produktivní realizaci komunikačních intencí, tedy komunikační úspěšnost.

Nutnost širšího uchopení problematiky kompozice komunikátů si autor uvědomuje zejména při výuce stylistiky, vždyť disciplína sama vykazuje zřetelné přesahy do oblasti (verbální) komunikace, zejména v rovině tzv. slohotvorných činitelů, z nichž vychází i základní kritérium členění české stylistiky – funkce. Studenti však k plnému pochopení otázek spojených s produkcí textů postrádají kontext fungování jazyka, podmíněnost výsledné podoby komunikátu situačními a pragmatickými faktory komunikačního rámce.

Tento materiál proto vychází vstříc snaze posílit kompetenci studentů. Ve svém zaměření na publicistická sdělení ve druhé části je využitelný při výuce žurnalistů, kteří mnohdy v důsledku absence odborného jazykového vzdělání tvoří texty intuitivně, včetně dopadu na srozumitelnost textů, a ne vždy jsou schopni realizovat stanovený cíl komunikační aktivity.

Různými aspekty komunikačního procesu, logicky rovněž verbální komunikací, se tradičně zabývá celá řada disciplín z oblasti sociálních věd – sémiologie, psychologie, sociologie, lingvistika, teorie komunikace, teorie informace aj. Část učebnice věnovaná obecnému komunikačnímu rámci obsahuje vymezení oblasti teorie komunikace a teorie informace (v rámci obecné teorie komunikace), včetně sémiotického přesahu, sledovány jsou jednotlivé složky komunikačního rámce, včetně uplatnění v rovině verbální komunikace. Cílem je umožnit pochopení základních mechanismů působících při produkci sdělení, ovlivňujících výslednou podobu komunikátů, které jsou v dalších úsecích textu specifikovány pro podmínky publicistické oblasti – konstantní a proměnné faktory rámce psané publicistiky, identifikace primárních kritérií členění oblasti. Za nezbytné máme na tomto místě explicitně upozornit na skutečnost, že předmětem zájmu autora je proces produkce sdělení. Ze sémiotického hlediska je aplikován procesuální typ přístupu, který předpokládá určité typy efektů sdělení jako důsledek racionálních záměrů původců. Základem tedy není orientace na interpretaci, konstrukci významu na straně příjemce.

Zájem české lingvistiky o fungování jazyka ve společenské interakci vzrůstá zejména v posledním čtvrtstoletí, kdy se vedle tradiční pomezí disciplíny, kterou je stylistika, rozvíjí řada oborů sledujících jednotlivé aspekty zapojení jazyka v komunikačním procesu. Tyto obory mají zřetelný multidisciplinární charakter a využívají v rámci svých přístupů zjištění z oblasti ostatních sociálních věd. Existuje zde i řada různých teoretických konceptů a metodologických přístupů, jejichž jednou ze základních systémových distinkcí je rozdílné umístění na ose langue–parole, příkladem může být teorie textu.

S existencí různých teoretických konceptů vnější lingvistiky se vyrovnává část materiálu nazvaná Jazykověda a jazykový systém. Jejím cílem je přiblížit v obecné rovině základní aspekty a principy fungování jazyka, zejména pak stanovit určitý typ přístupu, metodologickou bázi, umožňující v kontextu komunikačního rámce nahlížet na oblast publicistických sdělení, nabízející produktivní způsob uchopení jevů, a to v souladu se současným stavem poznání lingvistiky a souvisejících společenských věd. Zdůraznit chceme na tomto místě fakt, že se nejedná o pouhé mechanické převzetí a zpracování existujících přístupů, nýbrž o jejich aplikaci. Stejně tak je nezbytné upozornit na skutečnost, že jsme se nesnažili, což by vzhledem k velkému rozsahu ani nebylo reálné, o vyčerpávající, komplexní rozbor jednotlivých směrů současné vnější lingvistiky. Jsme si vědomi toho, že námi zvolený model není jediný možný. Alternativy jsou naznačeny, příkladem je pasáž věnovaná potenciální možnosti uchopení problematiky textu prostřednictvím jeho ilokační struktury.

Úsek věnovaný komunikačně-pragmatickému obratu v lingvistice pak v reakci na současný stav vnější lingvistiky obsahuje základní informace o vývoji oblasti a o jednotlivých existujících konceptech. Obsáhlá pozornost je věnována tzv. funkčně-komunikačnímu přístupu k jazyku, který představuje základní metodologickou bázi pro práci s komunikáty publicistické oblasti. Zvlášť je dále zpracována problematika verbální kompetence, přičemž jsme přistoupili k její segmentaci do tří rovin, dílčích kompetencí a odpovídajících norem, systémové, textové a stylové. Použitý náhled na obsah verbální kompetence vychází z tradice strukturní lingvistiky; zvláštní pozornost věnujeme problematice teorie textu, kterou vymezujeme a pokoušíme se zařadit do kontextu systémové lingvistiky (jakožto vrcholu jazykového systému). V rámci komplementárního hlediska upozorňujeme na komunikačně podmíněné aspekty textové roviny. Význam pro náš přístup k produkci publicistických sdělení, ovšem s platností i v rovině obecné, má konstatování existence univerzálních vzorců a modelů s konkrétním (informativním, persvazivním, získávacím, zábavním) komunikačním potenciálem na úrovni textu, případně jejich příznakových modifikací na úrovni stylu. Do kategorie textových vzorců zahrnujeme jednotlivé žánry a jejich modifikace, do kategorie textových modelů pak slohové postupy.

Zařazen je rovněž úsek věnovaný stylistické problematice. V kontextu konstruovaných kompetencí, textové a stylové, se ukázalo jako vhodné uvažovat o specifickém postavení stylistiky, redukování předmětu zájmu na příznakové prostředky všech jazykových rovin a příznakové kompoziční postupy.

Druhá část materiálu je věnována problematice psaných publicistických sdělení. Autor do značné míry navazuje na tradici české funkční stylistiky, která, jak bylo výše naznačeno, vykazuje zřetelné přesahy do komunikační oblasti. Počítáme s existencí jednotlivých rovin jazykových jevů, dominantně a důsledně sledujeme rovinu textovou, prostředky ostatních rovin jsou zmíněny s odkazem na existující kvalitní rozsáhlou odbornou literaturu. Jako východisko k charakteristice oblasti je v úvodu použit komunikační rámec, logicky je respektována a zachována priorita funkčního přístupu. Otázky produkce textu jsou primárně vnímány z pohledu realizace komunikačního cíle, funkce je pak abstrakcí, zobecněním konkrétního cíle v kontextu teorie komunikace. Nepragmatický aspekt psanosti byl použit pro vymezení předmětu zájmu.

Pro vnitřní členění publicistické oblasti je využito konkretizace, specifikace funkce textů, které do jednotlivých dílčích oblastí náleží, v případě redefinice beletrizující dílčí oblasti je uplatněno nepragmatické hledisko formy. Zmíněny jsou standardy, základní normy platné v jednotlivých oblastech, včetně odvození jejich podoby z komunikačního rámce. Sledovány jsou jevy porušující normy, řazeno je hodnocení příčin, týká se to zejména zpravodajské dílčí oblasti, v jejímž případě jde o záměrný průnik persvazivních či zábavních prvků do komunikátů. Institucionální charakter porušení norem je dokumentován na materiálu, který vydala pro své potřeby Mladá fronta Dnes.

S ohledem na způsob naplnění komunikačních cílů jsou sledovány a do dílčích oblastí řazeny jednotlivé žánry, ovšem také žánrově nezačlenitelné texty a textové komplexy. Charakteristice žánrů je věnována obsáhlejší pozornost. Autor vychází z elementárních žánrových definicí v odborné literatuře (práce J. Mistriky, J. V. Bečky, J. Chloupka a M. Čechové, J. Bartoška, K. Štorkána), přičemž je konfrontuje se současným stavem. Sledovány jsou alternativní způsoby realizace sdělného cíle za využití různých textových vzorců či

jejich segmentů. V rovině zpracování tématu je pozornost věnována otázkám sekvenčnosti a tzv. tematickému diskurzu. Zdrojem textů je zejména Mladá fronta Dnes. V případě, že určitý typ textu nebyl v periodiku zachycen, příkladem mohou být nepoužívané tradiční žánry, jsou voleny jiné primární zdroje.

Jednotlivé jevy jsou doloženy na textech, které jsou zařazené v přílohách, či na ukázkách přímo v materiálu. Při analýzách sdělení jsme vycházeli ze zásad funkčně-komunikačního přístupu k jazyku. V textech jsme neprováděli komplexní analýzy v rozsahu všech struktur procesu verbální komunikace, jak jsou uvedeny v metodologickém materiálu „Komplexní analýzy komunikačního procesu a textu“ autorského kolektivu v čele s J. Kořenským. Pozornost jsme věnovali zejména funkci, komunikačním cílům, způsobu zpracování tématu a kompozici, žánrovému zařazení, užitým slohovým postupům, tematicko-obsahové struktuře. Kde to bylo vhodné, jsou zmíněny grafické aspekty, ovšem také případné zásadní nedostatky a chyby.

Jsme si vědomi, že zpracováním tématu psaných sdělení publicistické oblasti a jejího zasazení do rámce verbální komunikace byl učiněn pouze první krok, na který by mělo navázat zpracování sdělení mluvených v rovině textových vzorců a modelů, způsobu uchopení tématu atd., a to při zachování identického metodologického základu. Nicméně problematiku mluvených sdělení zcela neopomíjíme, v obecných komunikačních či jazykových souvislostech, včetně stylových, kde nám šlo o komplexní náhled, obě oblasti stavíme vedle sebe, popřípadě srovnáváme.

V lingvistické terminologii se setkáváme s řadou lexikálních jednotek, jejichž užívání je v rozporu s elementárními terminologickými zásadami, normami. Do této kategorie lze zařadit pojmenování homonymní, například publicistika, či pojmenování s nejednoznačným sémantickým obsahem, například diskurz, persvaže aj., dále nevhodné synonymie, například styl publicistický a žurnalistický; sdělení – text – diskurz – komunikát aj. V případě termínů, které mají vztah k našemu tématu, přistupujeme k přesnému vymezení, definování. U jednotek, jejichž sémantika se liší dle typu přístupu k problematice, příkladem mohou být spojení pragmatická lingvistika, textová lingvistika – teorie textu, jednotlivé přístupy uvádíme a zdůvodněně se k některému z nich přikláníme.

2 KOMUNIKAČNÍ RÁMEC

Dříve než se budeme zabývat problematikou publicistické stylové oblasti, máme za vhodné alespoň stručně věnovat pozornost obecnému komunikačnímu rámci. Výklad bude směřován od obecné komunikační roviny k jazykové komunikaci jako jednomu z jejích dílčích typů. Jde ovšem o typ nejkomplexnější a nejsložitější, který je dominantním¹ prostředkem realizace společenského, sociálního jednání člověka. Součástí kapitoly je vzhledem ke znakové povaze komunikačního procesu úsek věnovaný problematice sémiotiky.

2.1 KOMUNIKACE

Komunikaci v nejširším smyslu slova jsou míněny veškeré procesy, jejichž smyslem je přenos informací. Jde o velice rozsáhlou oblast, která zahrnuje technické, biologické či psychické a sociální systémy zprostředkování informací. Pod komunikací v užším smyslu slova lze rozumět naproti tomu proces dorozumívání a zprostředkování významů mezi živými bytostmi (živočichy). Mezilidská komunikace je pak forma sociálního jednání, které je spojeno se subjektivním vědomím člověka a je vztaženo k myšlení, citění a jednání jiných lidí.² Zahrnuje velice široký seznam lidských činností, jež mají společné to, že jejich smyslem je přenos informací³ mezi dvěma a více účastníky komunikace. Komunikovat lze například prostřednictvím toho, jak se oblékáme, chováme atd., nejkomplexnější podobu má komunikace realizovaná řečí.

Akt komunikace bývá dnes vnímán poněkud zjednodušeně jako směna informací, jako více méně technický proces, ve kterém se přesouvají sdělení od vysílatele k příjemci. Základ pojmu ovšem musíme hledat v latinském slově *communicare*, které odkazuje na společnou činnost či sdílení zkušenosti. Pod pojem komunikace tak můžeme zahrnout nejen sdělování, směnu a distribuci informací, ale i jejich sdílení v sociálním prostoru – v rodině, na pracovišti, ve škole, v národě atd.⁴

Pro komunikační teorii a výzkum je charakteristická multidisciplinarita. To znamená, že se zde uplatňují různé vědecké disciplíny, sémiotika, sociologie, psychologie, lingvistika, stejně tak řada rozličných přístupů. Termín komunikační teorie zahrnuje komplex speciálního vědění, které se pokouší o porozumění komunikačnímu procesu. Neexistuje ovšem jednoznačná shoda o tom, co konstituuje komunikační teorii, respektive, kde končí předmět komunikace a začínají další příbuzná témata.

2.1.1 *Typologie komunikace*

Proces směny a přenosu informací, který má povahu sociální interakce, bývá označován jako komunikace sociální. V rámci sociální komunikace identifikujeme její typy, a to podle prostředků, které jsou pro

¹ Jedinec i sociální skupiny uskutečňují svůj společenský život řadou nejrůznějších činností, v nichž hraje řeč významnou roli. Kořenský 1992, s. 5.

² Pürer 1993, s. 17–18.

³ Informací je zde míněno jakékoliv sdělení skutečnosti.

⁴ V této oblasti existují dva rámcové přístupy. V rámci prvního z nich, procesuálního, jenž je základem našeho přístupu k publicistickému sdělení, je komunikace vnímána jako realizace racionálního záměru tvůrce(ů) sdělení. Druhý je sémiotický (viz dále Saussure), označovaný v oblasti teorie mediální komunikace také jako diskurzivní, kulturní. V jeho rámci je otázka vytváření (konstruování) významu vnímána jako proces interakce mezi textem a příjemcem. V textu vložený význam není sledován od původce jako jeho záměr, nýbrž je vyvozován analýzou textu.

realizaci komunikace nezbytné (např. verbální a neverbální), a podle účelu komunikace (např. komunikace persvazivní). Třetí typ členění zohledňuje povahu vztahu mezi jejími účastníky, rozlišujeme:

- Komunikaci intrapersonální realizuje jedinec v rámci tzv. vnitřní řeči, jež může mít jak monologickou, tak dialogickou povahu. Jedinec v rámci tohoto procesu zpracovává data „zvenku“ i „zevnitř“ a řeší konkrétní problémy. Vyvíjí přitom převážně neurofyzilogickou aktivitu.
- Komunikace interpersonální se realizuje v přímém vztahu s účastníky komunikační situace. Klíčovým definičním znakem je existence dyadického vztahu.
- Komunikace v malých skupinách zahrnuje jak aspekty interpersonální komunikace, tak i skupinové komunikace, resp. komunikace v malých sociálních skupinách, ve kterých je splněna základní podmínka nezbytná pro realizaci interpersonální komunikace – přímý a individuální vztah mezi komunikujícími. Komunikace v malých skupinách může být jak neformální (např. komunikace při oslavě), tak i formální (např. při oficiálním zasedání Vědecké rady UP v Olomouci).
- Při komunikaci veřejné jsou oslovovány velké skupiny obyvatel, cílové skupiny čtenářů, voličů, diváků apod. U účastníků takového typu komunikace není předpokládáno, byť vyloučit to nelze, že by se navzájem znali. Je zde jeden podavatel informace (např. politik na předvolebním mítinku) a publikum (např. shromážděné na náměstí). Veřejná komunikace tak podléhá jednotě místa a času, ale není individualizovaná.
- Komunikaci masovou nelze na rozdíl od veřejné pevně lokalizovat v čase a prostoru. Jde o proces, při kterém profesionální komunikátoři užívají různé typy hromadných sdělovacích prostředků s cílem sdělovat informace rychle, na velkou vzdálenost a permanentně, a to co nejširšímu publiku.⁵ Masová komunikace zahrnuje i zbývající typy komunikace – mediální, veřejnou, skupinovou, interpersonální a intrapersonální.⁶ (Viz schéma č. 2.)

2.1.2 *Teorie komunikace a teorie informace*

Za nezbytné máme v kontextu širěji chápané komunikační teorie upozornit na možné dílčí členění problematiky do dvou svébytných oborů, a to teorie komunikace, která se zabývá výhradně formální stránkou přenosu informací, její technickou stránkou; a teorie informace, která si všímá obsahu a významu přenášených informací obecně (v biologii, počítačích aj.), struktury, způsobu kódování. (Viz schéma č. 3.)⁷

Pro vysvětlení procesu komunikace jsou užívány univerzální modely popisu, které zachycují přenos informace od vysílacího k přijímacímu zařízení. Komunikace se uskutečňuje vždy v rámci, který je dán několika složkami – kódem, médiem a kanálem, situací, subjekty komunikace, kontaktem, funkcí, sdělením (viz schéma č. 4). Celý průběh komunikace je označován jako komunikační událost či akt, v případě jazykové komunikace pak jako řečová událost či akt, přičemž jednotlivé složky komunikačního rámce ovlivňují výslednou podobu komunikátu. O komplexní pohled na komunikační proces realizovaný jazykovými prostředky usiluje v rámci lingvistiky teorie mluvních aktů, jejímž omezením je ovšem převažující ohrazenost na problematiku výpovědi, ne celého sdělení (viz dále Textová kompetence a norma, s. 31).

⁵ Německou vědou o publicistice bývá konstruována i tzv. komunikace publicistická, která je dělena na: a) tzv. originální publicistickou komunikaci, zde jsou míněny veřejné řeči, přednášky, kázání, politické projevy atd., jde tedy o komunikaci veřejnou; b) publicistickou komunikaci zprostředkovanou médii, která spadá do oblasti masové komunikace (Pürer 1993, s. 19).

⁶ Volek 2004a, s. 8–9. Srov. Schreiber 1990, s. 249–252; Kunczik 1995, s. 11–19.

⁷ Základní myšlenky obou oborů formulovali C. E. Shannon a W. Weaver (The Mathematical Theory of Communication, Urbana 1949).

2.1.3 Teorie komunikace a lingvistika

Strukturní a funkční model komunikační situace ve snaze překonat neúplnost lineárního⁸ pojetí na jedné straně a sémantického pojetí⁹ na straně druhé za využití poznatků K. Bühlera (viz Jazykověda a jazykový systém, s. 23) vytvořil R. Jakobson.¹⁰ Tento model obsahoval šest složek: mluvčího (podavatele), posluchače (adresáta, příjemce), zprávu, kontext, kontakt a kód.¹¹ V pozdější podobě nahrazuje slovo zpráva označení sdělení a přibývá médium (kanál)¹² (viz schéma č. 7). Nutnými součástmi komunikační situace, které z ní bývají vyčleňovány (jako stojící mimo přímou komunikační aktivitu), jsou zpětná vazba (interaktivní dimenze komunikace) a zaměření, komunikativní funkce (viz dále Funkčně-komunikační přístup k jazyku, s. 25). Přitom ovšem platí, že v souvislosti s komunikativní funkcí jsou jednotlivé složky situace různě zapojovány a zdůrazňovány.

2.2 SÉMIOTIKA

Sémiotika (respektive sémiologie)¹³ je disciplína, která se v rámci obecné komunikační teorie zabývá studiem znaků (viz dále) a generováním významu. U jejího vzniku stáli na počátku minulého století nezávisle na sobě Američan Charles Saunders Pierce a Švýcar Ferdinand de Saussure.¹⁴

V rámci komunikačních studií vytváří sémiotika specifickou výzkumnou oblast, primárně orientovanou na sociální produkci významu, a to v rámci znakového systému. Sémiotický přístup se vždy snaží vztahovat produkci významu k širším sociálním vztahům, což je dáno primárně sociální povahou lidské komunikace.¹⁵ Používány jsou modely konstrukce významu, zahrnující tři základní elementy – znak; objekt, který znak zastupuje; samotného uživatele znaku.

Sémiotická analýza se snaží o porozumění podstatě sociálního užívání znaků, respektive tvorbě významu v rámci strukturálních vztahů znakového systému. Sémiotika se tak soustřeďuje na abstraktní struktury,

⁸ Lineární model vychází z původního Shannon-Weaverova modelu matematické teorie komunikace, který řešil problémy využití kanálů komunikace (telefon, rádiové vlny), přičemž definoval tři roviny problémů při studiu komunikace – technické problémy přenosu symbolů, sémantické problémy (míra korespondence přenášených symbolů se zamýšlenými významy), problémy účinnosti (nakolik ovlivnil recipientem přijatý význam jeho jednání). Jiráček 1992, s. 40–41.

⁹ Autorem pokusu o nelineární model byl v roce 1953 T. Newcomb, který použil trojúhelníku, na jehož vrcholech jsou příjemce, podavatel, výsledek sociálního prostředí. Model funguje jako vzájemně provázaný systém, přičemž platí, že změni-li se jeden komponent, změni se i ostatní. Jiráček 1992, s. 41–42.

¹⁰ Srov. Jakobson, R., *Linguistics and Poetics (A Closin Statement)*. In: *Styl in Language*. London 1960.

¹¹ Jiráček 1992, s. 42.

¹² Čermák 1994, s. 16.

¹³ Termín užívá Saussurem.

¹⁴ Saussure hovoří o vědě, „která studuje život znaků v životě společnosti“, a zařazuje ji do „sociální psychologie, respektive obecné psychologie“. Jako cíl této nové vědní disciplíny vidí vymezení „z čeho sestávají znaky a jakými zákony se řídí“. Lingvistiku vidí Saussure jako „část této obecné vědy a zákony objevené sémiologií bude možné uplatnit i na lingvistiku“ (Saussure 1996, s. 52). Pierce se domnívá, že logika je v obecném smyslu jen jiným jménem pro sémiotiku, formální učení o znacích. Srov. Černý 1996, s. 414 an.

¹⁵ Sémiotika pracuje de facto s lingvistickou terminologií, ale její největší přínos se netýká analýz řeči jako verbalizované podoby jazyka, ale spíše jazyka literatury, fotografie, filmu či televize. Sémiotická analýza je tak dnes spojována především se studiem různých forem populární kultury. I když je sémiotika primárně „textově orientovaná“, byla postupně stále větší pozornost věnována roli čtenáře při produkci významů z recipovaného „textu“. V rámci mediálních studií ovlivnil sémiotický přístup především představitel Birminghamské školy pro současná kulturní studia, respektive komunikační model „zakódování a dekodování“, vytvořený dlouholetým ředitelem školy Stuartem Hallem. Sémiotický přístup zde umožnil ilustrovat, jak jsou texty kontinuálně přepracovávány v rámci čtenářské praxe, respektive jak slouží textové struktury pro konstrukci mytických struktur nebo jak funguje mechanismus tzv. preferovaného čtení a naplňování ideologické funkce mediálních textů. Postupně se orientace na roli čtenáře při produkci významů stala součástí různých teorií reflektujících roli textů ve společnosti. Sémiotika ovlivnila jak některé školy v rámci psychoanalytické teorie, tak i různé sociologické přístupy či feministickou teorii. Její aplikace je ovšem mnohem širší a sahá od zoosémiotiky, studující dorozumívání zvířat, až k problematice nonverbální komunikace. Volek 2004c, s. 2; McQuail 1999, s. 124–126.

které nemůžeme pozorovat přímo jako vnější realitu, tu chápe jako lidský konstrukt. Prává podstata věcí neleží v nich samých, ale ve vztazích, které okolo nich konstruujeme a následně promítáme mezi sebe a tyto jevy.

Sémiotické komunikační modely mají strukturální charakter a jejich primárním cílem je popsat vztahy mezi jednotlivými elementy působícími v rámci procesu konstrukce významu. Tyto modely se tedy nesoustřeďují na jednotlivé fáze komunikace, ale koncentrují pozornost na strukturu vztahů, které umožňují sdělení něco označit. Jinými slovy – zabývají se tím, jak se z vizuálního, audiálního, taktilního, čichového či chuťového znaku stane sdělení. Význam tak není ničím jiným než interpretací, která vychází z užití znaků.

Sémiotika se zabývá třemi klíčovými tématy:

- 1) Znaky jako základními stavebními kameny komunikace. Soustřeďuje se přitom na analýzu různých typů znaků a způsobů, jak sdělují význam svým uživatelům. Znaky jsou pro sémiotiku lidskými konstrukty.
- 2) Kódy jako systémy, do kterých jsou znaky organizovány.
- 3) Samotnou kulturu, ve které dané znaky a kódy existují.¹⁶

2.2.1 Základní sémiotické dimenze komunikace

V rámci každé komunikace je nezbytné rozlišovat tři sémiotické dimenze, a to syntaktickou, která se zabývá vztahy existujícími mezi znaky navzájem, jejich spojováním, strukturováním pořadí symbolů, sémantickou, která zkoumá vztahy mezi znaky a označovanými předměty, jevy, událostmi (zahrnuje problematiku významu, který různí komunikátoři připisují různým projevům lidského jednání a komunikují je svému okolí), a pragmatickou, zkoumající vztahy mezi znaky a jejich uživateli. Komunikační pragmatika se zabývá samotným vztahem mezi vysílatelem a příjemcem, například otázkou efektivitu přesvědčovacího aktu. Komunikace a chování zde splývají a můžeme hovořit o komunikačním chování – například projev moderátora ve studiu je typickou ukázkou komplexu verbálních i neverbálních projevů, které komunikují jeho názor na dané téma, postoj k diskutérům apod.¹⁷ (Viz schéma č. 5.)

Ve vzájemném poměru jednotlivých částí sémiotiky jde o inkluzi, kdy sémantika zahrnuje syntax a pragmatika zahrnuje sémantiku. Syntax se tak zabývá jen vztahy mezi znaky, sémantika studuje také vztahy znaků k označovaným předmětům a pragmatika navíc vztahy k uživatelům znakového systému.

2.2.2 Sémiotika a lingvistika

Výše uvedená charakteristika sémiotiky je chápána v širším, obecném pojetí, které se týká společenských věd, tedy nejen lingvistiky, jazykového znaku. V dalším výkladu komunikačního rámce však bude kladen důraz zejména na použití jazykového kódu, čili na sémiotiku v užším smyslu slova, která se zabývá problematikou jazykových znaků. Za nezbytné máme upozornit na skutečnost, že součástí této obecné vědy je logicky i lingvistika, a na Saussurovo konstatování, že zákony objevené sémiotikou (sémiologií) je proto možné uplatnit i v lingvistice. V kontextu sémiotiky je lingvistika společně s filozofií jazyka, obecnou a sociální psychologií, sociologií považována za zdroj teorie komunikace (viz schéma č. 1).¹⁸

Mimo sémiotický rámec zůstává oblast tzv. aplikované lingvistiky, o níž je opodstatněné hovořit zejména v metodologické souvislosti, tedy tam, kde jsou využívány při výzkumu či výuce metody didaktiky, statistiky a kybernetiky.

¹⁶ Volek 2004c, s. 2–3.

¹⁷ Černý 1996, s. 414–415; Hoffmannová 1997, s. 130.

¹⁸ Srov. Nekvapil 1986, s. 129–159.

2.3 SLOŽKY KOMUNIKAČNÍHO PROCESU

2.3.1 Systém znaků – kód

Komunikace se uskutečňuje prostřednictvím určitého systému znaků, signálů,¹⁹ který vždy tvoří systém, tzn. je jich určité množství a každý z nich zastupuje jistý význam, k němuž je přiřazován dle pravidel daného kódu. Přičemž strukturovaný sémiotický systém znaků, signálů, tedy jejich souhrn a vzájemné vztahy, jejichž prostřednictvím se přenášejí informace, je označován jako kód. Fungování, užití (případně kontextové zapojení) znaku, sémiotický proces, je nazýván sémioze. Komunikační dovednosti tvoří jednu z nejvýznamnějších a nejkomplexnějších charakteristik lidského chování.

Existují různé sémiotické (znakové) systémy, přičemž vedle tzv. signálních systémů,²⁰ kam patří kromě doprovodného systému mluvy kinesiky (= gestika a mimika) a proxemiky také dopravní značení, nejazykové symboly (kříž, symbol křesťanství) a ikony²¹ (stažení uší, ocasu psa, případně vycenění zubů, zavrčení před útokem), je základním a nejkomplexnějším prostředkem mezilidské komunikace přírozený jazyk²² (viz schéma č. 6). Jde o kód umožňující komunikaci mezi alespoň dvěma komunikanty, který je založený na systému, je komplexní, dynamický a umožňuje své znaky dle daných pravidel kombinovat; slouží k přenosu sdělení mezi mluvčím a posluchačem či pisatelem a čtenářem.²³

2.3.2 Kanál – médium – kontakt

Kanálem je míněna cesta, kterou prochází signál na lince mezi původcem (produktorem) a příjemcem (recipientem). V psané komunikaci je kanálem např. list papíru, v mluvené komunikaci např. prostor mezi původcem a příjemcem, telefonní vedení aj. Pro současnou dobu je charakteristické kombinování způsobů přenosu sdělení, užití, vzájemné spolupůsobení více kanálů, např. internet, televizní vysílání; obdobně u přímé mluvené interpersonální komunikace.

Médiem je míněna materie, jejímž prostřednictvím se sdělení realizuje, jde především o zvukové a grafické prostředky (ovšem třeba také chemickou substanci).

Na typu použitého kanálu a média je závislý typ kontaktu. Kontakt může být v čase projevu přímý či nepřímý, významnou roli při komunikaci hraje i proxemika, tedy vzdálenost mezi komunikanty. Platí úměra, že čím je proxemika menší, tím je kontakt intimnější, a naopak. Význam má i skutečnost, zda komunikace probíhá jednosměrně či je interaktivní.

Typ média, kanálu a kontaktu přímo ovlivňuje, mnohdy i diktuje, výběr jednotlivých prostředků znakového systému, které umožní produktivní realizaci komunikačního záměru(ů) komunikanta(ů), a to přes

¹⁹ Čermák 1994, s. 11.

²⁰ Signální systémy tvoří méně strukturované či nestrukturované, prosté soubory znaků.

²¹ Symbol je znak založený na konvenčním, ovšem jeho věcnou podstatou neovlivněném vztahu mezi formou a denotátem; ikon je znak založený na vztahu podobnosti formy a denotátu. Rozlišován bývá rovněž index, což je znak fungující na základě vlastní faktické nebo příčinné souvislosti s objektem (zahoukání klaksonu je indexem přítomnosti automobilu, korouhvička indexem směru větru, kouř indexem ohně atd.). Jde v oblasti sémiotiky o obecně užívanou triadickou klasifikaci znaků podle jejich vztahu k označovanému předmětu, jejímž autorem je Charles Saunders Pierce. Černý 1996, s. 419–421.

²² Struktura znaku se obvykle znázorňuje sémiotickým Ogden-Richardsovim trojúhelníkem, analogicky u Ch. S. Pierce. Spojením jednotlivých vrcholů trojúhelníku je spojen svět jazyka, psychiky a vnější reality.

²³ Vlastnosti jazykového znaku dle Čermáka 1994, s. 21–22: a) arbitrárnost, konvenčnost (mezi znakiem a věcí, s výjimkou onomatopoi, není žádná souvislost), b) diskretnost a lineárnost (pevný tvar a rozsah), c) duálnost (výsledkem je dvojí členění jazyka: v prvním členění jde o znaky, ve druhém, sekundárně vytvořeném, o neznaky vytvořené kombinací znaků, figury), d) sémantičnost, funkčnost (znak má vždy vztah k významu a funkci), e) přenosnost v čase a prostoru (sdělení lze adresovat do budoucnosti či vzdálenému příjemci), f) kulturní přenosnost (znaky jsou naučitelné, převádí se generacně), g) neproměnlivost, stabilita (jsou základem pro synchronní komunikaci, tudíž musí být pro uživatele stejné), h) negativnost, diferencnost (znak není izolovaný, stojí v systémových vztazích, protikladech k jiným, není s nimi shodný, liší se), i) prevarikace (možnost dvojznačnosti, dvojsmyslu).

působení případných šumů (např. rušivých zvuků, poruch obrazu atp.). Výše zmíněné složky ovlivňují rychlost a případný rozsah tzv. zpětné vazby, která autorovi umožňuje zjistit komunikační efekt a případné následné či průběžné navázání, korekce, změny módu atd. Nejmenší možnost a míra zpětné vazby je u tradičních psaných komunikátů.

2.3.3 *Situace*

Situaci komunikace konstituují všechny ostatní prvky komunikačního modelu, včetně technických, jakými jsou médium (grafické, zvukové prostředky), kanál (papír, éter, telefonní linka atd.) a kontakt (přímý, nepřímý, monologický, dialogický), místo – prostor (vč. velikosti, zohlednění různých předmětů v prostoru a jejich využití pro komunikaci) a čas (denní doba, délka atd.), typ použitého kódu (pouze jazyk, anebo i gestika atd.), účastníci komunikace (sociokulturní charakteristika, vzdělání, role, počet, vzájemné vztahy atd.).²⁴

„Jazyka užíváme v různých situacích; jako uživatelé jsme součástí situace a zároveň jsme ji ovlivňováni; pro náš úspěch v dorozumívání je rozhodující, zda jsme zvolili vhodný, situačně adekvátní způsob vyjádření; na základě situačních faktorů ani nemusíme některé významy explicitně vyjadřovat...“²⁵ Komunikační situace tak představuje rozsáhlý strukturovaný soubor faktorů, které se v závislosti na charakteru komunikace projevují v různém zastoupení v jednotlivých komunikačních aktech. Jde o elementární mimojazykový rámec, který ovlivňuje průběh, podobu, charakter, dopad komunikační události. Zapojení situace umožňuje pochopení principů vzniku a percepce promluv, přičemž jak produkce, tak percepce jsou vždy ovlivněné konkrétní, vzájemně se lišící situací.

Základní osou komunikační situace je v rovině textu vztah původce komunikátu a jeho příjemce,²⁶ její charakter je tak konstituován kromě objektivních také subjektivními faktory.

Faktory vytvářející situaci lze rozdělovat na bezprostřední, které se váží ke konkrétní komunikaci, a faktory široce kulturní. Situace je považována za zdroj tzv. pragmatických významů a jako taková za elementární pojem pragmatické lingvistiky.

Kontext

V jazykové oblasti se užívá termínů kontext, ale také situace, objevuje se ovšem různé vnímání rozsahu pojmů. Máme proto za vhodné na tomto místě provést terminologické vymezení. Situaci budeme chápat v jejím širším vymezení, které vyplývá z proměnných, jež vstupují do komunikace z úrovně komunikačního modelu, čili do situace nebudeme zahrnovat pouze vztahy mezi původcem a příjemcem. Popis situace lze vnímat jako statické vystižení charakteristiky.

Situace – konsituace – ko-text – (intertext) – kontext

Jeden z možných přístupů chápe kontext jako významy plynoucí při interpretaci textu ze souboru souvislostí uvnitř vytvářeného textu, z diskurzivních vazeb na jiné, již dříve produkové texty, ale řadí sem také z textu neplynoucí vazby široce chápané situace, včetně sociálních, kulturních, geografických, čili kontext jazykový i nejazykový. Pro zdůraznění jednotné povahy obojího bývá vhodněji užíváno termínu konsituace. Souvislosti uvnitř konkrétního textu, tedy návaznosti na již realizovaný úsek, i projekce částí dosud neexistujících reflektuje označení ko-text.²⁷ Termínu kontext je pak užíváno k označení konkrétního prostředí a situace komunikace, jde tady (oproti situaci) o dynamický pojem, popis vztahený ke konkrétní komunikační události.

²⁴ Srov. tzv. slohotvorné činitele v české funkční stylistice.

²⁵ Hoffmannová 1997, s. 96.

²⁶ Bezprostřední situace. Srov. dále kontext.

²⁷ Označení ko-text bude použito i v případě žurnalistických sdělení, která jsou zpracována v rámci tematického komplexu. Tato sdělení chápeme jako kompaktní hypertext v rámci jednoho hypertématu, kde existuje určitá sekvence tematických posloupností zaručujících textovou koherenci.

K označení vazeb na jiné texty, které mají k produkovánému textu jakékoliv z obsahu logicky vyvoditelné vazby, bývá užito označení intertext. Termín souvisí s problematikou diskurzu (více viz Diskurz, s. 18).

2.3.4 *Původce (produktor) a příjemce (recipient) – kódování a dekódování*

Účastníci komunikace jsou vymezení svými osobními vlastnostmi, znalostmi a zkušenostmi, momentálním psychofyzickým stavem, vzájemnými vztahy a sociálními rolmi. Podle jejich zapojení do procesu komunikační události lze v závislosti na kanálu a médiu rozlišovat monologickou či dialogickou událost.²⁸ Jednotliví účastníci komunikace v průběhu života získávají komunikační znalosti a zkušenosti. Výsledkem je u jednotlivců se lišící suma znalostí a zkušeností, osvojených prostředků a zvyklostí, pravidel a norem jejich užívání, která je nazývána komunikační kompetencí. Komunikační kompetence je předpokladem na jedné straně pro produkci, na druhé straně percepce a porozumění komunikátu (viz dále Funkčně-komunikační přístup k jazyku, s. 26).

2.3.4.1 **Produkce promluvy**

Produkce promluvy (v rovině jazyka, jinde nemusí jít o uvědomělý proces) je na straně původce, který zná příslušnou informaci a chce ji přenést na příjemce (posluchače, čtenáře), výsledek procesu, syntézy řady dílčích psychických a jazykových operací opírajících se o analýzy tématu, možností, způsobů a forem, jež má k dispozici, a následného kódování.²⁹ Kódování je v případě jazyka složitý proces přechodu od myšlenkového obsahu ke zvukové (či grafické) podobě za využití zvukových (grafických) jednotek z jazykového kódu (viz výše) a zahrnuje tři složky – uspořádání částí pomocí syntaxe, dosažení lineární formy (výrazu) a vnesení významu do sdělení.

Výsledná podoba promluvy, která je výrazem záměru mluvčího a je lineární, je možná při splnění několika předpokladů: a) musí odrážet znalost podmínek, za nichž informaci lze jazykem vyjádřit; b) musí počítat s předchozí znalostí a informovaností obou partnerů (kontextem a situací); c) musí být realizovaná (vnímatelná) prostřednictvím některého ze smyslů (sluch, zrak).

Mechanismus produkce komunikátu:

- Původce je motivován ke sdělení.
- Původce vytváří strategický záměr (stanovuje, čeho chce sdělením dosáhnout).
- Původce myšlenkově zpracovává určitý obsah a přiřazuje mu významy (prvky kognitivní, sémantické).
- Původce přiřazuje zvoleným významům prostředky výrazové.
- Původce vysílá akustický nebo vizuální signál (případně kombinaci) směrem k příjemci – dochází k přenosu nositele sdělení v prostoru, případně k činnostem zaměřeným na uchování fixované podoby sdělení v čase.³⁰

2.3.4.2 **Recepce a percepce promluvy**

Recepce promluvy (formy promluvy, ale i např. situace) na straně příjemce má smyslovou podobu, zapojení smyslů musí odpovídat kvalitě produkováné promluvy (akustická, grafická,...). Podstatou percepce je postupná identifikace povrchových struktur promluvy srovnáváním se známými jednotkami a pravidly

²⁸ Takováto diferenciací umožňuje rozlišení aktivních či pasivních rolí subjektů komunikace, v případě mluvené komunikace tak rozlišujeme mluvčího – posluchače a v případě psané komunikace autora – čtenáře. Hoffmannová 1997, s. 40–41.

²⁹ Proces kódování je pro přenos jakékoliv informace nezbytný, může mít různé podoby, např. fyziologicky podmíněné emitování určitého feromonu, popřípadě rozsvícení konkrétního světla na semaforu atd.

³⁰ Vybíral 1997, s. 36; Hoffmannová 1997, s. 44. Srov. Čermák 1994, s. 18–19, 37–38.

v rovině langue (a to „zřejmě už od jednotky nejnižší roviny“).³¹ Proces vnímání má komplexní charakter, zahrnuje např. rozlišení invariantního od méně relevantního, variabilního. Fázi percepce doplňuje fáze porozumění obsahu výpovědi. Logicky porozumění předpokládá úspěšnou percepci, stejně tak znalost užívaného kódu jazyka a situačních faktorů komunikace. Jde tedy o pochopení dvou složek promluvy – jednak vnímané situace komunikace, její závislosti na ní a místa v ní, jednak smyslu výpovědi, tedy aktuálního významu za aktuální formou promluvy, jeho motivace, popřípadě intence (převedení znaků, ikon, indexů, symbolů a jejich spojení všech úrovní do pojmové roviny). Významnou roli sehrává v rovině jak percepce, tak následného porozumění působení subjektivních činitelů, a to na straně jak původce, tak příjemce. Jejich uvědomění si na straně původce vede ke korekci vlastních, z pohledu komunikace nežádoucích charakteristik, což odstraňuje ztížení vnímatelnosti pro příjemce. Akceptování charakteristik příjemce pak umožňuje pragmatické modifikace výsledné podoby promluvy ve vztahu ke komunikačnímu cíli.

Mechanismus recepce a percepce:

- Příjemce přijímá akustický nebo vizuální signál.
- Příjemce (na základě konvencionalizovaných prostředků, které jsou součástí jeho komunikační kompetence) segmentuje přijatý signál a přiřazuje jednotlivým segmentům významy.
- Příjemce provádí interpretaci smyslu přijatého sdělení.
- Příjemce si vytváří představu o tom, čeho chtěl původce dosáhnout.
- Vliv, účinek, efekt sdělení na příjemce.³²

2.3.4.3 Adresát – příjemce

Podle charakteru příjemce, jemuž je sdělení určeno, bývají rozlišovány termíny adresát či příjemce. Označení adresát je v takovém případě vyhrazeno pro konkrétního recipienta a příjemce při zaměření na neurčitý recipienta.³³

2.3.4.4 Publikum

Výše bylo uvedeno, že ohled na množství příjemců patří mezi důležitý situační faktor produkce promluvy. Směřování sdělení se bude lišit podle toho, zda předpokládáme jednoho recipienta – adresáta (viz výše), anebo máme na mysli množinu recipientů, kolektivního příjemce, publikum. Zřetelná je potřeba charakteristiky publika, jednou z používaných elementárních typizací je rozlišování homogenního a heterogenního publika. Pro vymezení publika jsou uplatňována různá hlediska, například zájmy, vědomosti, předpoklady, motivace, očekávání aj., přičemž o homogenním publiku lze hovořit pouze v intencích zvoleného konkrétního společného jmenovatele. Je však nezbytné uvědomit si, že jde o konstrukt ve své podstatě formální a problematický, neboť přes společného jmenovatele členové takto definovaného publika vykazují odlišné sociokulturní, psychologické, biologické charakteristiky.

Jednou ze základních potřeb masové komunikace je komplexní charakteristika publika. Setkat se zde lze s různými přístupy. Např. D. McQuail rozlišuje čtyři základní typy publika: 1) Sociální skupina, jejíž členové sdílejí sociální charakteristiky místa bydliště, sociální třídy, politických názorů, kultury atd. Odpovídá jí označení veřejnost ve smyslu aktivní, interaktivní a relativně autonomní sociální skupiny zformované na základě určitého společenského zájmu, cíle či zkušenosti. Takové publikum je v čase stálější. Mezi publikem tohoto typu a mediálním zdrojem i mezi členy publika vzájemně obvykle existují nějaká normativní pojítka. 2) Soubor založený na uspokojení se formuje na základě určitých individuálních záměrů nebo potřeb existujících nezávisle na médiích a týkajících se například politických nebo společenských otázek, popřípadě se jedná o obecnou potřebu informací či určitého emocionálního uspokojení. Nejde však o sociální skupinu, ale množinu jednotlivců sdílejících v zásadě stejné chování. 3) Skupina fanoušků neboli kultura

³¹ Čermák 1994, s. 19.

³² Vybíral 1997, s. 36; Hoffmannová 1997, s. 44. Srov. Čermák 1994, s. 19–20, 38–39.

³³ Pro potřeby našeho materiálu bude užíváno označení příjemce, což vychází z charakteru masové komunikace, která je zaměřená na tzv. heterogenní publikum (viz dále). Označení recipient pak je problematické, neboť je zřetelný rozdíl mezi recepcí (vnímání) a percepcí (porozumění).

vkusu se vytváří na základě zájmu o určitého autora nebo typ obsahu (či žánr), pouta k určité osobnosti nebo na základě určitého kulturního či intelektuálního vkusu. 4) Publikum kanálu či média je založeno na zvyku nebo loajalitě k určitému mediálnímu zdroji – novinám, časopisu atd. Taková publika jsou početná a heterogenní.³⁴ (Viz dále Komunikační rámec publicistické oblasti, s. 44.)

2.3.5 *Sdělení – text – diskurz – komunikát*

2.3.5.1 **Sdělení**

Sdělení je v nejširším slova smyslu samotná informace převedená do znakového systému, kódu, která je dále přenášena za spoluúčasti média a kanálu k příjemci. V oblasti jazykové komunikace bývá k termínu sdělení často synonymně užíváno i označení text, diskurz a komunikát. Obsah jednotek lze však také rozlišovat.

2.3.5.2 **Text**

Definici textu je v důsledku různých přístupů k jeho problematice v rámci textové lingvistiky poměrně velké množství. Většina z nich je založena na zjištění, že text je koherentní sled vět.³⁵ Helbig konstatuje dva základní aspekty textu: 1) je závislý na písemné nebo ústní realizaci; 2) přináležejí mu alespoň dva rysy – skládá se z vět³⁶ jakožto jednotek a tyto věty jsou koherentní.³⁷ Na základě průniku jednotlivých definicí vyvozuje v souladu s D. Wiehwegerem³⁸ konstitutivní rysy textu:

- a) Text je komplex vět (kritérium komplexnosti).
- b) Text je koherentní sled vět (kritérium koherence).
- c) Text je tematická jednotka (kritérium tematické).
- d) Text je relativně uzavřená jednotka (kritérium uzavřenosti).
- e) Text je jednotka s identifikovatelnou komunikační funkcí (kritérium komunikační).³⁹

Helbig ovšem upozorňuje, že jednotlivé výše popsané rysy textu nevystihují textovost sledu výpovědí. Další potíž vidí v náležitosti rysů k různým rovinám, přičemž nejsou z hlediska metodiky výzkumu ve stejné míře podloženy (zejména komplexnost a uzavřenost). Za nejdůležitější kritérium považuje koherenci, pokud ovšem získá v souvislosti s komunikačním pojetím textu pragmatický rozměr. Vzhledem k obtížné definovatelnosti textu na základě konfigurace jednotlivých rysů považuje za velice obtížné zachytit text v jednotné soustavě teorie textu. Jisté řešení vidí v zapojení rámce jazykového jednání, což vede ke spojení s teorií mluvních aktů (viz dále Teorie mluvních aktů, s. 33) a k textovým modelům orientovaným k jednání.⁴⁰

V souvislosti se zaměřením materiálu na problematiku naplnění komunikačních cílů, s čímž souvisí i otázka uchopení tématu (ve vztahu ke komunikační funkci publicistických textů), máme za vhodné uvést jednak komunikačně, jednak tematicky podmíněnou definici textu. Z hlediska komunikačního rámce lze konstatovat, že text je jazykově manifestovaná část projevu v komunikační události, přičemž jako výsledek komunikační činnosti tvoří komplexní jazykový znak, odráží vzájemné přiřazení obsahů vědomí a zvuků,

³⁴ McQuail 1999, s. 321–323.

³⁵ Brinkner 1973, s. 12 an.

³⁶ Helbig pro větu rezervuje označení textém. W. U. Dressler však rezervuje termín textém jako jednotku jazykového systému (obdobu abstraktního větného vzorce), čili textový vzorec. V. Dressler 1972.

³⁷ V ilustračním výčtu uvádí Helbig celkem dvanáct různých definicí, které se liší právě v souvislosti s vnímáním koherence. Jím uvedené definice se zaměřují buď k lineární povrchové struktuře, či na syntaktické rysy, popřípadě na sémantické a pragmatické vztahy, také na vztahy tematické. Helbig 1991, s. 140.

³⁸ Srov. Viehweger, D., Sequenzierung von Sprachhandlungen und Prinzipien der Einheitenbildung im Text. In: Untersuchungen zur Semantik. Ed. R. Růžička, W. Motsch, Studia grammatica 22, Berlin 1983, s. 371 an.

³⁹ Helbig 1991, s. 141.

⁴⁰ Helbig 1991, s. 141.

grafémů, které je realizováno na základě plánu jednání a pravidel jazykového systému.⁴¹ Z hlediska zapojení tematické stránky lze hovořit o textu jako o (lineárním) sledu vět, který je původcem zamýšlen jako tematická jednotka a je charakterizován kontinuální produkcí. Tento sled textům (v Helbigově chápání vět) je propojen gramaticky a/nebo pomocí sítě explicitních sémantických ekvivalencí a implicitních logických konektorů a je uspořádán na základě mimojazykových pravidel rozvíjení tématu.⁴² (Viz dále Textová lingvistika – teorie textu, s. 31.)

Označení text nebývá užíváno v souvislostech, kdy je zapotřebí zdůraznit některý z jeho aspektů. Například zapojení do širší konsituace (viz výše) vede k užití označení diskurz, vazbou na komunikační rámec a realizaci komunikačního cíle je motivováno užití označení komunikát.

2.3.5.3 Diskurz

Užívání termínu diskurz není v lingvistice, obecně v humanitních disciplínách a sociálních vědách, jednotné, je podmíněné teoretickým směrem, jeho metodologickým přístupem k jazykovému materiálu. Slova diskurz se užívá např. jako synonyma k termínu text; označení text však může být rezervováno pro psané komunikáty, diskurz pak pro projevy mluvené. Vzhledem k homonymitě slova máme za vhodné termín vymezit.

V lingvistické terminologii původně diskurz označoval synonymní výraz pro rovinu parole. V současné době lingvisty obecně přijímaným základem je vztahení termínu k užívání jazyka v interakci,⁴³ rozdílný je ovšem poměr k pojmu text. Existuje řada různých pomezích lingvistických oborů zabývajících se sociální podmíněností komunikace člověka, které užívají pojem diskurz. Společným rysem jejich chápání diskurzu je:

- schopnost přenášet jisté informace, jejichž význam se vytváří v průběhu stylizační a interpretační činnosti autora a příjemce;
- smyslová i formálními jazykovými prostředky vyjádřená soudržnost, koherence jednotlivých složek textu (slov a výpovědí);
- situačnost, tedy zasazení do konkrétního prostředí a vymezení vztahu k určitému sociálně, názorově, generačně či jinak charakterizovanému auditoriu;
- intertextovost, tedy návaznost na jiné texty;⁴⁴
- institucionálnost, tedy vázanost na daný způsob organizace vztahů mezi jednotlivci nebo skupinami osob v rámci určité organizace (či společnosti);
- vlastní slovník.⁴⁵

Přes různá pojetí lze diskurz⁴⁶ od textu (koherentního sledu vět) odlišit jako obsahově, tematicky a jazykově vymezenou, sociálně institucionalizovanou a situačně zasazenou formu textu.

V souvislosti s chápáním diskurzu je nutné zmínit tezi M. Foucaulta, že skutečný svět je našemu přímému poznání nedostupný. Z tohoto faktu vyplývá, že poznání světa nelze zprostředkovat neutrálním, vrozeným systémem kognitivních symbolů, nýbrž pouze systémem symbolů sociálně podmíněných, tzv. symbolickým řádem, který se uskutečňuje v diskurzech jako produktech určité organizace společnosti. Na jazyk je tak pohlíženo jako na znakový systém, který jevy reálného světa nevyjadřuje bezprostředně, ale je schopen produkování významů, které s tímto světem lidé spojují. Významy jsou v diskurzu obsaženy jako strukturované, sociálně podmíněné a sociálně relevantní výraz lidského poznání, tedy ne jako izolované

⁴¹ Viehweger a Gross (v Hlebig, s. 140).

⁴² Goretzki 1971, s. 165.

⁴³ Ve významu „koherentní posloupnost vět“ termínu v padesátých letech v distribuční analýze jazykového korpusu používal Zellig S. Harris. Od šedesátých let byl termín ve významu „konkrétní akt mluvení“ užíván lingvisty orientovanými na vnímání jazyka v komunikační interakci (autoři ilokučních aktů Austin a Searle).

⁴⁴ Zřetelná je zejména v diskurzech orientovaných diskusně a polemicky.

⁴⁵ Kraus, J., Vyjadřování polemčnosti a významových opozic v politickém diskurzu. In: Čmejrková, Hoffmannová 2003, s. 17. Kraus ovšem neuvádí ve výčtu vlastní slovník.

⁴⁶ Komplexní lingvistický model výstavby a analýzy diskurzu předložili představitelé ženevské školy Ch. Bally a E. Benveniste.

znaky či jejich komplex. Foucault upozornil, že je třeba v souvislosti se sociálním kontextem analyzovat celý uspořádaný soubor typů diskurzu, jejich vzájemných relací v instituci, skupině či společenství.⁴⁷

Na takto chápaný diskurz navazuje oblast analýzy diskurzu (označovaná také jako radikální stylistika). T. A. van Dijk⁴⁸ a jeho pokračovatelé diskurz chápou jako místo, ve kterém se jednotlivé významy nesoucí podobu obecných ustálených schémat aktualizují tím, jak jsou v určitém situačně zakotveném komunikačním aktu produkovány a interpretovány. M. A. K. Halliday charakterizuje diskurz jako sociosémiotický proces a zaměřuje se na vztah jazykových struktur a struktur sociálních.

Jednotlivé typy diskurzu lze klasifikovat na základě situačních, jazykových, stylistických, žánrových hledisek, která se mezi sebou kříží, mnohdy bez přesně stanovitelných hranic. Rozlišován je tak např. diskurz monologický – dialogický, soukromý – veřejný, připravený – improvizovaný. Dalšími možnými kritérii klasifikace jsou dominantní funkce, pak lze identifikovat zpravodajské, odborné, umělecké aj. diskurzy, nebo slohové postupy.

U diskurzů lze sledovat specifické, individuální vlastnosti, anebo obecné vzorce, normy, které se v různých diskurzích opakují.⁴⁹ Důsledkem ustálenosti podob diskurzů je automatizace při výběru a uspořádání jazykových prostředků, která usnadňuje komunikaci, současně i pravidla restrikce (příkladem může být oblast publicistická). Ve vztahu k příjemci jsou mj. uplatňovány vzorce a schémata (nejen textová, ale i v nižších rovinách jazyka); negativním efektem však je potlačení individuality. Na straně recipienta užití jazykových schémat a modelů usnadňuje dekodování, přiřazování významů, a to na základě anticipovaného očekávání (text vzbuzuje očekávání).

Tematický diskurz

Ve vztahu k jazykově zpracovávanému tématu máme za vhodné zmínit jedno z možných chápání diskurzu, které je zaměřeno na problematiku tématu a pohybuje se v rovině parole, tzv. tematický diskurz.⁵⁰ Jde o chápání problematiky diskurzu, které je oproštěno o institucionální rys a je vztaženo ke konkrétnímu tématu společenské reality.

Takovýmto diskurzem je míněna určitá suma textů, které mají kompatibilní či identické téma a jsou v různých vzájemných vztazích, včetně širších vazeb společensky podmíněných. Jeden text ovšem může představovat jeden elementární diskurz, který se společně s diskurzy jinými na základě kontextu stává součástí (vstupuje do) širšího diskurzu. Texty (nutně obsahující nociónální a pragmatickou složku výpovědi) produkují jednotlivé významy, které se podílejí na konstituci významu širšího diskurzu. Každá vyšší úroveň diskurzu představuje z obsahového hlediska obecnější rovinu problematiky zařazené do určité společenské a výpovědní konsituace, přičemž obsahuje v každé úrovni jak nociónální, tak pragmatickou složku. Např. diskurz terorismu může obsahovat diskurzy individuálního a organizovaného terorismu, případně politického, ekologického terorismu; ty se pak mohou dále dělit přes dílčí diskurzy až po texty zabývající se mj. jednotlivými teroristickými akty. Základní odlišnost mezi textem a diskurzem tak spočívá ve skutečnosti, že diskurz zde představuje integrovaný celek textu a konsituace, spojení jazykové realizace interakce a jejího nejazykového, společensky podmíněného přesahu (zahrnuje mluvčího, adresáta, situační kontext).

V rámci komplexního sledování problematiky konkrétního diskurzu (rovina parole) lze identifikovat v celé struktuře textů produkováných v rámci konkrétního tematického diskurzu užití slovníku, stylizaci, textové vzorce, ale i např. prvky manipulace (ať již vědomé přímé, či nepřímé, dané širším společenským, mocenským diskurzem, např. rasismus, xenofobie, politická orientace).

⁴⁷ Čmejrková, Hoffmannová 2003, s. 17–25.

⁴⁸ Podle Dijka je předpokladem pro popis diskurzu tzv. textová gramatika, která sleduje souvislosti mezi gramatickými jevy nejen ve větě, nýbrž i v textu. Opíral se o generativní sémantiku a začal rozlišovat tzv. makrostruktury, odpovídající hloubkové struktuře, tedy globální sémantické reprezentaci definující význam textu, a tzv. mikrostruktury, které odpovídají struktuře povrchové, sledům konkrétních vět. Černý 1996, s. 375.

⁴⁹ Příkladem mohou být přesně stanovená pravidla odborného diskurzu, jejich nedodržení může mít za následek vlastní vyčlenění, vyřazení z komunity odborníků.

⁵⁰ Srov. Čermák 1994, s. 142.

Interdiskurzivita – intertextovost

Inspirující jsou závěry M. Bachtina, které vyvodil z uvědomění si řetězce souvislostí, které otvírají diskurz v prostoru a čase jiným diskurzům. Každý komunikační akt považoval v podstatě za dialog, neboť vstupuje do světa zaplněného poznatky, představami, teoriemi, ideologiemi, jejichž ztvárněním jsou minulé diskurzy a i případné diskurzy budoucí.⁵¹ Na základě tohoto přístupu je možné terminologicky rozlišit interdiskurzivitu jako příslušnost diskurzu k určitému typu (např. žánru), která může být zdůrazněna úmyslným narušením zákonitostí např. výstavby, grafické struktury, umístění textu (v periodiku) aj.,⁵² a intertextualitu, která se vymezuje jako soubor vztahů (explicitních i implicitních), jimiž diskurz vstupuje do diskurzu jiného (citace, odkazy, aluze aj.).⁵³ Rozlišován může být i intertext jako konkrétní textový fragment a intertextualita jako princip záměrného či nezáměrného míšení textů.⁵⁴

2.3.5.4 Komunikát

Označení komunikát je vázáno na přístupy spojené se zapojením teorie komunikace, zejména v případě funkčně-komunikačního přístupu k jazyku, užíváno je stylistiky (Mistrík, Chloupek aj.). V prostředí české lingvistiky termín zavádí K. Hausenblas,⁵⁵ za komunikáty označuje ucelené obsahové i formálně uzavřené textové jednotky (tradiční je starší označení promluvy),⁵⁶ jež mají tři parametry – jazykový, tematický, tektonický. Mistrík synonymně užívá pojmenování slohové útvary, přičemž ve vztahu k jejich výstavbě, kompozici mj. zdůrazňuje význam slohových postupů (viz dále), uvádí: „...každý slohový útvar, komunikát možno kvalifikovat z hlediska funkce, kterou má v komunikaci – a to raz jako vecný, inokedy jako umelecký prehovor alebo text.“⁵⁷ Hubáček komunikátem označuje základní jednotku sdělení, ve významu výsledku řečové činnosti psané i mluvené.⁵⁸

2.3.6 Funkce

Podmínkou realizace jakékoliv komunikační aktivity (ve spojení se vztahy mezi složkami základní komunikační situace) je konkrétní účel, komunikace plní určitou funkci. V samotné základní charakteristice komunikace je obsažena obecná funkce, kterou je přenos informace. Jinými slovy: jakékoliv produkované sdělení (bez ohledu na volbu kódu) je určené příjemci a má na něj určitým způsobem působit, nejčastěji na jeho vědomí⁵⁹, má vyvolat žádoucí změny vědomí či reakce. Na základě analýz komunikačních aktivit lze abstrahovat základní typy komunikačních funkcí. V obecnější rovině je možné rozlišit dvě nižší funkce, jazykové i nejazykové, a to expresivní a signalizační (jsou společné lidem a zvířatům). Dvě vyšší funkce, jazykové, pak jsou deskriptivní a argumentační, týkají se výhradně lidského světa.⁶⁰

Ze strukturního a funkčního modelu komunikační situace vychází rozlišování funkcí, které se často v jednom projevu různě kombinují:

- emotivní (expresivní) – zaměřená na původce, jde o jeho sebevyjádření, zvláště emocí (tuto funkci lze vymezit především k referenční funkci – viz zde);

⁵¹ Rozlišoval vedle skutečných dialogů interakčních, které jsou založeny na reálném kontaktu komunikantů, také dialogy intertextové, jejichž hloubková struktura je v podstatě střídáním (většinou implicitních) otázek a odpovědí formulovaných jediným mluvčím.

⁵² Jde o strukturní odkazování.

⁵³ Jde o věcné odkazování.

⁵⁴ Srov. Čechová 2003, s. 17–37; Hoffmannová 1997, s. 8–12, 56–58.

⁵⁵ Hausenblas 1968, s. 348–354.

⁵⁶ Skalička 1937, s. 163–166.

⁵⁷ Mistrík 1985, s. 371.

⁵⁸ Hubáček 1987, s. 16.

⁵⁹ Působení může být i např. receptivní (chemické sloučeniny, barvy atd.).

⁶⁰ Dle K. Poppera.

- konativní (apelativní, direktivní) – zaměřená na příjemce, smyslem je ovlivnit jej, přimět k něčemu apod.; za součást této funkce považujeme i záměr vyrovnat informační obsahy vědomí mezi původcem a příjemcem;
- referenční (deskriptivní) – přiřazena obsahu sdělení, resp. kontextu, jde o poukaz na časoprostor promluvy relativní nebo vnější (reálný) a zakotvení v něm; někdy je její pojetí zúženo, a zvlášť se vyděluje funkce kontextová, která se týká aspektů mimojazykového kontextu;
- poetická (estetická) – zaměřená na znak, důraz je kladen na obsah a podobu sdělení, poměr jeho částí obsahových i formálních (ne pouze estetizujících prvků);⁶¹
- fatická (kontaktní) – zaměřená na kontakt, na vztahy mezi účastníky komunikace, jde o snahu udržet či modifikovat styk, pozornost či naladěnost druhého;
- metajazyková – zaměřená na kód, jde o přenesení pozornosti na vlastní formu jazyka (rozbor, oprava).^{62, 63}

Mimo základních funkcí vycházejících z komunikačního rámce interakce jedinců lze s ohledem na jazykový znakový systém (kód) rozlišovat i průvodní specifické funkce, které vycházejí z elementární funkce konativní (viz zde výše):

- informativní – jejím cílem je pouhé předání informace, vyrovnání informačních obsahů vědomí mezi původcem a příjemcem;
- získávací – jako výraz autorovy vůle v oslabené formě přání, uplatňované s cílem získat příjemce, motivovat jej k určitému žádoucímu typu jednání,⁶⁴ např. ke koupi produktu či jeho využití;
- persvazivní⁶⁵ – jako výraz autorovy vůle, jejímž smyslem je rozumově či psychologicky působit na postoje početných skupin příjemců, ovšem i jednotlivce, s cílem ovlivňovat, formovat názory a postoje;
- direktivní – jejím cílem je řídit jednání příjemce;
- jako zvláštní druh funkce uvádí J. V. Bečka funkci dokumentární, jejím cílem je dát ústním(u) sdělení(m) trvalou hodnotu, například dokumentu;⁶⁶
- za vhodné máme rovněž uvažovat o specifické funkci edukativní, která sice ve své podstatě usiluje o vyrovnání informačních obsahů mezi původcem a příjemcem, je však specifická svou cílevědomou snahou rozšířit obecný vědomostní základ příjemce sdělení.

Ze zájmu o jazykové funkce vznikla v rámci pražské školy i klasifikace tzv. funkčních stylů, vypracovaná B. Havránkem, která se stala základem pražské funkční stylistiky (viz dále).

Pozn.:

Teorie masové komunikace provádí specifickou typologii komunikačních funkcí (viz dále – Komunikační rámec publicistické oblasti, s. 47).

⁶¹ O přítomnosti poetické funkce lze stěží uvažovat tam, kde autor prvoplánově pracuje s formou, aniž by náležitě vyváženě věnoval pozornost obsahové složce. Příkladem mohou být současné syžetové žurnalistické texty (viz dále Fejeton).

⁶² Funkce K. Bühlera jsou: expresivní, konativní (apelativní), referenční (deskriptivní); estetickou funkci doplnil J. Mukařovský. R. Jakobson uvádí funkci emotivní, konativní, poetickou. Fatickou funkci zavádí antropolog B. Malinowski. Čermák 1994, s. 17; Hoffmannová 1997, s. 44–45.

⁶³ M. A. K. Halliday ve své klasifikaci uvádí: funkci interpersonální (= konativní a expresivní), ideační (= referenční) a textovou (= estetická a metajazyková).

⁶⁴ Je však nutné upozornit na podmíněné naplnění funkce získávací předchozí například persvazí, na podporu získávání může být zapojena funkce poetická, fatická, expresivní.

⁶⁵ Termín zavedl A. Stich 1992, s. 91–102.

⁶⁶ Bečka 1992, s. 40.

3 JAZYKOVĚDA A JAZYKOVÝ SYSTÉM

Za základní oblast teoretické lingvistiky je považována obecná jazykověda, která konstruuje obecný model přirozeného jazyka,⁶⁷ studuje jeho podstatu (filozofie jazyka), metody zkoumání, klasifikaci aj.

Novodobá česká lingvistika navazuje ve svém přístupu na teoretická východiska pražské jazykové školy a rozvíjí je. Ve vztahu k národnímu jazyku vykazuje dvě základní sféry zájmu, diachronní (historickosrovnávací), která nahlíží jazyk v jeho vývoji, a synchronní (popisnou), která zkoumá jazyk současný. V rovině synchronní sehrává důležitou roli vazba jazyka a řeči na širší společenský, geografický a kulturní kontext. Základem pro popis a výklad jazyka se stal strukturně-funkční⁶⁸ přístup, který umožnil na jazyk nahlížet jako na systematicky organizovanou množinu jazykových prostředků. „Tyto prostředky jsou chápány jako znaky..., které přímo nebo zprostředkovaně rozlišují určité významy, které jimi uživatelé (mluvčí, podavatelé, autoři – adresáti, příjemci, recipienti) ve vzájemné shodě, dohodě, konvenci v komunikaci vyjadřují.“⁶⁹

V jazykovědě je často frekventovaný pojem funkce, a to ve dvou základních významech. Ve vztahu k jazykovému systému je funkcí míněna úloha, která je v rámci systému plněna jazykovými jednotkami. Lingvisté se však zajímají také o funkci jazykového systému jako celku nebo jeho různých podsystémů, čili jakou funkci má jazyk vůbec. V návaznosti na K. Bühlera⁷⁰ byly na základě vztahu jazykového znaku k mluvčímu, posluchači a k zobrazované skutečnosti formulovány tři základní komunikační funkce jazyka – sdělovací (předávání informací o světě), expresivní (vypovídání o mluvčím samém) a apelativní (působení na posluchače).

3.1 VNITŘNÍ A VNĚJŠÍ A LINGVISTIKA

3.1.1 Vnitřní lingvistika

Lingvistika se tradičně zabývá jednotlivými jazykovými plány, jejich strukturou a způsobem využití v textech, vnitřně se člení dle jazykových subsystémů na fonologii (morfonologii, která sleduje fonémické složení morfonů, a fonotaktiku, která se zabývá kombinatorikou fonémů, slabičnými vzorci); fonetiku, morfologii, lexikologii,⁷¹ sémantiku. Sémantická morfologie (gramatika v užším smyslu slova), syntax (slov ve větných celcích) pak bývají považovány za gramatiku v širším slova smyslu. Vedle sémantické morfologie a syntaxe za gramatiku v širším smyslu Erhart označuje i stylistiku.⁷² Podobné zařazení, dobově podmíněné, se nám ovšem v kontextu komunikačně pragmatického obratu lingvistiky nejeví jako opodstatněné. Stylistiku považujeme za součást vnější lingvistiky – viz dále. Disciplíny, které se věnují některému z dílčích jazykových systémů, jsou zařazovány do oblasti tzv. vnitřní lingvistiky.

⁶⁷ Přirozený jazyk je přímým protějškem řeči jako všelidské schopnosti dorozumívání pomocí jazyka. Erhart 1984, s. 8.

⁶⁸ Černý 1996, s. 349–350.

⁶⁹ Kořenský 1992, s. 15.

⁷⁰ Srov. Bühler, K., Sprachtheorie, Jena 1934.

⁷¹ Postavení lexikologie je do značné míry specifické – lexikologie se v oblasti slovtvorby prolíná s morfologií; v rovině viceslovných pojmenování souvisí se syntaxí; znaková povaha lexikálních jednotek vyžaduje uplatnění sémantiky.

⁷² Erhart 1984, s. 64–65.

3.1.2 Vnější lingvistika

Od šedesátých až sedmdesátých let 20. století neustále roste v souvislosti s tzv. komunikačně-pragmatickým obratem význam vnější lingvistiky, makrolingvistiky.⁷³ Již dříve však při výkladu jevů spadajících do oblasti vnitřní lingvistiky byly uplatňovány přístupy, výsledky výzkumů, které překračovaly základní jazykový systém. Řada disciplín tzv. vnitřní lingvistiky tradičně využívá v rámci popisu jednotek, jejich následného užití zjištění, metodologie a terminologie z mimojazykových oblastí.⁷⁴ Příkladem mohou být charakteristiky příznakových prostředků všech rovin jazyka – stylová charakteristika, expresivita, sémantická rovina (odkazování na věcnou realitu), popřípadě frekvenční kvantitativní charakteristiky jevů, jednotek aj.

Rozvoj vnější lingvistiky souvisí jednak s poznáním, že jazyk funguje v kontextu komunikace a nelze jej vysvětlovat pouze na základě propozičních (gramatických) pravidel, jednak s poznáním, že jazyková komunikace se realizuje prostřednictvím sdělení, ne pouze izolovanými výpověďmi, a to v kontextu široce chápáné (komunikační i společenské) situace, vždy za přítomnosti určité intence. Tomu odpovídá zaměření makrolingvistiky, jejímž cílem je komplexní přístup k problematice jazyka a řeči, identifikace a popis širších vazeb produkce a percepce textů a jejich komplexů. Ty jsou dvojí povahy: externí, kam náleží společenské vazby, a interní, které souvisí s procesem myšlení či například psychosomatickými charakteristikami (neurolingvistika, biolingvistika).

Zavedení hlediska komunikačního rámce vedlo k závěru, že doposud vyčleňované tradiční jednotky foném, morfém, slovo a věta se samy o sobě nevyskytují a ani samy o sobě nemají (v souvislosti s promluvou) smysl, naopak závisejí na nadřazených záměrech a účelech, na fundujících jednotkách, které jim dávají smysl a umožňují jim fungovat. Lingvisté se proto začali orientovat na problematiku textu, a to s vědomím, že text více odpovídá jazykové skutečnosti, neboť jazyk se vyskytuje a funguje ve formě textů.⁷⁵ Někteří, např. P. Hartmann,⁷⁶ začali uvažovat o textu jako původním jazykovém znaku a z toho vyvodili požadavek, aby lingvistika vycházela z textové povahy původního jazykového znaku.

Výsledkem širšího chápání jazykového systému v kontextu komunikace je překročení tradiční syntaktické roviny a vznik řady disciplín, zejména textové syntaxe a teorie textu (byť bývá jednotlivými lingvisty chápána různě – více viz Textová lingvistika – teorie textu, s. 31), které se snaží identifikovat pragmaticky podmíněné systémové prostředky realizace řeči na úrovni textu. Podobně vznikají disciplíny, které se zabývají produkcí řeči, zkoumají faktory, které ji ovlivňují (pragmatika), sledují způsoby realizace intencí na úrovni výpovědi (více viz Teorie mluvních aktů, s. 33), zabývají se problematikou realizace sdělných cílů v rámci komplexu sdělení (analýza diskurzu), sledují podmínky a prostředky produkce sdělení v rámci komunikačních aktivit (teorie verbální komunikace). Rozvíjí se i řada dílčích mezioborových, pomezních disciplín – etnolingvistika, psycholingvistika, sociolingvistika, teorie verbální komunikace, které sledují dílčí faktory produkce a percepce sdělení (kognitivní, sociální, expresivní aj.).

3.1.2.1 Pragmatická lingvistika – pragmatika

Veškeré obory, které ustoupily od dosavadního popisu jazyka a místo koncentrace na jazykový systém (langue) se orientovaly na užívání jazyka (parole), překročily hranice věty směrem k textu, byly z počátku souhrnně nazývány pragmatickou lingvistikou. V současnosti převládá užší vnímání pragmatické lingvistiky, která je považována za dílčí disciplínu vnější lingvistiky. Máme za vhodné předmět jejího zájmu krátce zmínit, stejně tak zmínit související sémiotický obsah pragmatiky.

Pragmatika

Pragmatika je termín, který spadá primárně do oblasti zájmu sémiotiky. Zde je vymezena oblast působení znaků z hlediska uživatelů, má interpersonální povahu. Pragmatické faktory komunikačního procesu

⁷³ Existuje i rozlišení lingvistiky systémové (fonologie, gramatika, lexikologie) a lingvistiky textové. Michel 1980, s. 9.

⁷⁴ Ke změnám v přístupu lingvistů, kteří doposud zkoumali zejména systémové jevy (langue), došlo již na přelomu šedesátých a sedmdesátých let dvacátého století, kdy se objevuje názor, že by hlubší pozornost měla být věnována otázkám produkce textů (parole).

⁷⁵ Srov. Helbig 1991, s. 136.

⁷⁶ Hartmann 1971, s. 10–15.

jsou do značné míry mimojazykové, obsahují sociální podmínky účastníků, jejich vztah rovnoprávnosti či podřízenosti, místo, čas a prostředí promluvy, počet účastníků, stupeň jejich společných znalostí o tématu, komunikační záměr mluvčího, komunikační strategie, v širším pojetí i způsob komunikace (ústní, písemná, telefonická) atd.⁷⁷ Jde tedy o komponenty široce chápané komunikační situace. Platí, že pragmatické faktory ovlivňují výslednou podobu jakékoliv komunikační události, stejně tak platí, že v rámci jedné komunikační události působí, a mnohdy se i vzájemně ovlivňují komplexy těchto faktorů.

Pragmatická lingvistika

V oblasti lingvistiky si pragmatika z komunikačního rámce vybírá pouze některé složky, které se týkají užívání jazyka, a studuje schopnost uživatelů spojovat výpovědi s kontextem. Existují i snahy začlenit sémantickou a pragmatickou dimenzi do systémového popisu jazyka, v takovém případě sémantika a pragmatika představují zvláštní roviny jazyka (či dva komponenty gramatiky).

Z pohledu sémantiky je vnímána jako oblast vztahů jazykových prostředků k uživatelům a jazykovým funkcím, studuje jazyk z hlediska jeho úzu (tedy způsobů a hranic jeho užívání) a rozhodování, která při jeho užití musí původce udělat (otázka žádoucího účinku), sleduje pragmatické aspekty významu. Zajímá se o produkci a percepci sdělení, textu a o všechny okolnosti, které se podílejí na komunikačním aktu. Za významnou součást pragmatiky, již jde o komplexní pohled na komunikační proces, bývá považována teorie komunikačních (úžejí i mluvních či řečových) aktů. Pragmatická složka a její odraz v rovině řečového procesu (promluvové faktory) jsou zakotveny v rovině řeči (parole), orientují se na využití systémových prostředků v rámci řeči. Předmětem zájmu disciplíny je dále například oblast konverzačních implikatur, zabývající se aspekty víry a domněnek, které se promítají v důsledku kulturních zvyklostí do našich promluv a které lze z formy těchto promluv a dalších znalostí odvodit.⁷⁸ Předmět zájmu disciplíny lze doložit výčtovou Levinsonovou definicí pragmatické lingvistiky: „Pragmatika se zabývá studiem deixe, implikatury, presupozic, mluvních aktů a aspektů struktury diskurzu.“⁷⁹

3.2 FUNKČNĚ-KOMUNIKAČNÍ PŘÍSTUP K JAZYKU

Jako svébytnou oblast výzkumu jazyka vztaženého k jednání rozpracovali v sedmdesátých a osmdesátých letech 20. století němečtí lingvisté⁸⁰ funkčně-komunikační popis jazyka. Cílem disciplíny byl „funkční popis jazyka ve vztahu ke komunikaci, který postihuje součinnost jazykových prostředků a různých rovin jazykového systému, jejich vzájemnou podmíněnost a závislost, a to z hlediska zamýšleného komunikačního účinku“.⁸¹ V koncepci měl významné místo i operativní atribut, tedy pedagogické zaměření, který reflektuje i tento materiál ve všech svých částech, zejména pak v úseku věnovaném oblasti publicistických sdělení.

V českém prostředí je tradicí pražského strukturalismu daný funkční (viz výše dvojí chápání pojmu funkce) přístup k jazykovým jevům (K. Bühler, V. Mathesius, B. Havránek). Aplikace funkčního přístupu v nejrůznějších oblastech jazykovědy vyžadovala zohledňování mimojazykových faktorů, a to ještě dříve, než se tyto faktory dostaly do centra pozornosti lingvistů v rámci komunikačně-pragmatického obratu. Komplexní terminologický, metodologický a analytický aparát pak vzniká v našem prostředí díky působení J. Kořenského a jeho spolupracovníků v osmdesátých letech 20. století.

⁷⁷ Černý 1994, s. 362.

⁷⁸ Například běžná věta „Zavřel bys okno?“ vyjadřuje nejen dotaz, ale i žádost předpokládající, že je okno otevřené. (Srov. Čermák 1994, s. 72–73.)

⁷⁹ Srov. Hoffmannová 1997, s. 96–102.

⁸⁰ Cílem je sledovat vzájemné působení jazyka, společnosti a vývoje osobnosti. Smyslem popisu by mělo „být vypracování efektivnější nauky o jazykovém formování“. Funkčně-komunikační popis jazyka má „být základem integrační nauky o jazyce, která by měla být zároveň funkční a operativní“. Funkční znamená, že se nevychází z jednotlivých jazykových prostředků, ale zamýšleného komunikačního účinku. Operativní poukazuje na pedagogické zaměření, na možnost jazykového vyučování založeného na komunikačním aspektu. Helbig 1991, s. 200.

⁸¹ Schmidt 1981, s. 11.

3.2.1 *Komunikační úloha a situace*

Základem funkčně-komunikačního přístupu je skutečnost, že řeč a v komplementární jednotě její systém (jazyk) se za konkrétních komunikačních situací projevuje vždy určitým způsobem. Ze společenských poměrů a odpovídajících sociálních činností⁸² je konstruována konkrétní komunikační potřeba, motivace a cílové zaměření každého komunikačního procesu a vyplývá z nich příslušná komunikační úloha při dorozumívání, tedy požadavek komunikačního jednání jako produktu společenských či individuálních potřeb s cílem dosažení určitého komunikačního efektu.

Komunikační úloha vzniká v rámci konkrétní kombinace objektivních a subjektivních faktorů upravujících podobu výsledného komunikátu a tvořících rámec komunikace, tzv. komunikační situace (viz výše Situace, s. 14). Její základní osou je, jak již bylo konstatováno, vztah původce a příjemce, kteří se v rámci jazykové komunikace dorozumívají o denotátu, o jedné ze tří skutečností – společenské, přírodní, jazykové.

3.2.2 *Komunikační událost*

Komunikační úloha je (či není) naplněna komunikační událostí, synonymně jsou užívány jednotky řečová událost či komunikační akt. V rámci jedné komunikační úlohy ovšem může jít o navazování, řetězení více komunikačních událostí v komunikačním kontextu. Lze pak v souvislosti s diskurzivitou sledovat realizaci dílčích komunikačních úloh v rámci úlohy komplexnější (viz výše Diskurz, s. 18).

Komunikační událost lze dle Kořenského⁸³ segmentovat (a jakoukoliv komunikační úlohu analyzovat) na jednotlivé složky:

3.2.2.1 **Struktura sociálně psychologická**

Sociálně psychologická struktura představuje soustavu osobnostních struktur komunikantů, jejich znalostí, zkušeností, psychofyzických dispozic, vzájemných vztahů a sociálních rolí.

3.2.2.2 **Struktura komunikační kompetence**

Struktura komunikační kompetence se vztahuje k původci i příjemci sdělení. Jde o potenciál prostředků korespondujících se situací komunikace, jež původce považuje za vhodné a úměrné (ve vztahu k příjemci/ům/) k naplnění komunikačního cíle. Výsledkem výběru je organizace sdělení, kterou lze nazývat i jako styl sdělení. Výběr může být intuitivní, ovšem bývá zejména výsledkem automatizace, která má kořeny v předchozí zkušenosti či jazykově-komunikační výchově. Komunikační kompetence umožňuje komunikantům dosáhnout vzájemného porozumění, lze ji dále strukturovat na:⁸⁴

- sociální normy⁸⁵ jako konvencionalizované, všeobecně uznávané zásady vzájemného styku členů společenství, které se uplatňují při společné činnosti;
- komunikační normy (jsou součástí sociální normy) jako podklad komunikační činnosti; zásady, pravidla, myšlenková ustanovení, která slouží původci či příjemci vstupujícím do vzájemné komunikace jako základ, jak mohou/musí v rámci komunikační činnosti postupovat;
- společný zkušenostní komplex jako soubor dalších znalostí a zkušeností, které usnadňují komunikaci;
- schopnost užívání znakového(ých) systému(ů), kódu(ů) (viz výše Systém znaků – kód, s. 13), systému, komunikačních prostředků a pravidel jejich užívání.

⁸² Více Kořenský 1992, s. 5 an.

⁸³ Kořenský 1999, s. 21 an.

⁸⁴ Kořenský 1999, s. 27–29.

⁸⁵ Sociální normy jsou do značné míry společné jednotlivým komunikantům.

Helbig v souvislosti s komunikační úlohou zmiňuje tzv. komunikační plány (modely),⁸⁶ které představují objektivně existující, do roviny kompetence náležející koncepce optimální realizace komunikačního cíle. Ve vazbě na téma a s ohledem k objektivním, subjektivním faktorům a podmínkám komunikační události zahrnují proces výběru látky a použití různých komunikačních postupů, tedy strukturních prvků komunikačního plánu, které určují její konkrétní kompoziční, architektonické a jazykové ztvárnění.⁸⁷ Komunikační modely vytvářejí základ pro volbu textotvorných prostředků a stanovují obsahovou a formální strukturu (kompozici a architekturu) textu. Představují tedy využití norem strukturních (spisovný nebo jiný ráz jazykového prostředku), stylových (viz dále) a komunikačních, které v určité komunikační situaci vedou podle zkušeností komunikujících ke spolehlivému, úspěšnému dosažení komunikačního cíle.

3.2.2.3 Struktura pragmatická

Pragmatická struktura souvisí s tím, k čemu má komunikace sloužit, a to v rámci celkové společenské situace a komunikačního kontextu, čili jaký je cíl komunikace. Kořenský v této souvislosti rozlišuje komunikační cíl a komunikační záměr.

Komunikační cíl představuje globální zaměření celé komunikační události (čemu má sloužit, kterou složku skutečnosti má změnit či zasáhnout). V průběhu komunikační události má původce záměry (intence) působit na příjemce, na jeho vědomí, s cílem ovlivnit, vytvářet jeho postoje, city, psychický stav, vzájemné vztahy, způsobit změnu informovanosti (vlastní i příjemce). Původce postupuje prostřednictvím dílčích komunikačních záměrů k naplnění komunikačního cíle. Záměry jsou realizovány a řazeny podle procesuálního plánování uskutečnění komunikačního cíle, tzv. komunikační strategie. Vzhledem k tomu, že komunikace je cílená aktivita, je předpokladem úspěšnosti komunikační události její dostatečná percepce a porozumění, což vyvolá komunikační efekt, projevující se změnami v realitě. Prostředkem zjištění efektu je zpětná vazba. Absence komunikačního efektu, popřípadě efekt, který je v rozporu s komunikačním cílem, může být důvodem úpravy probíhající komunikace, popř. realizace navazující nové komunikační události.

Pragmatickou strukturu představuje soubor pragmatických a komunikačních funkcí. Pragmatická funkce představuje realizaci určitého komunikačního záměru v určitém úseku komunikační události, přičemž platí, že jeden úsek může sloužit k realizaci více pragmatických funkcí. Zejména v případě menších úseků se pragmatické funkce obvykle nepřekrývají, sledován je často pouze jeden základní komunikační záměr (označitelný jako sdělení, hodnocení, kritizování, popř. rada, prosba, slib aj. v dialogické komunikaci). Tyto základní komunikační záměry původce představují komunikační funkce. Úsek s určitou komunikační funkcí bývá nazýván obsahově pragmatickou jednotkou a dochází v ní k propojení pragmatické a tematicko-obsahové struktury komunikační události. Téma souvisí s intencí původce a očekáváním příjemce, čímž pragmatická struktura ovlivňuje tematicko-obsahovou strukturu konkrétní události.⁸⁸

Záměr a cíl naopak nerozlišuje a jako synonymní používá Helbig.⁸⁹ Cíl považuje za intenci, která je v rámci společenských činností zaměřena na ovlivňování vědomí komunikačních partnerů a na řízení jejich chování, což výše odpovídá záměru. Rozlišuje tři základní druhy komunikačních záměrů, zčásti dále členěných dle speciálních jevových forem: informování (věcné a prožitkové), aktivování (přesvědčování, mobilizování, normování, zainteresování, emotivní působení) a vyjasňování.

3.2.2.4 Struktura tematicko-obsahová

Struktura tematicko-obsahová představuje uspořádaný soubor informací o osobních i předmětných objektech, včetně skutečností mentálních, myšlenkových, ale i skutečností komunikačních.

Předmětem komunikace v rámci komunikační události jsou věcné obsahy, které tvoří osoby, předmětné objekty a mentální produkty,⁹⁰ o nichž se hovoří. Součástí komunikace mohou být rovněž metajazykové

⁸⁶ Jako vhodnější se jeví označení komunikační plán, neboť spojení komunikační model má v terminologii teorie komunikace, která je užívána i v lingvistice, přesně stanovený, a odlišný obsah.

⁸⁷ Komunikační postupy jsou chápány jako myšlenkově-jazykové operace a jsou začleněny do komunikačních jednání k dosažení cíle.

⁸⁸ Kořenský 1999, s. 30–33, 129, 133–134.

⁸⁹ Helbig 1991, s. 201.

⁹⁰ Výsledky mentálních postupů komunikantů (názory, představy aj.), rovněž pocity.

komponenty, které se týkají samotné komunikace, případně jejích složek, jazyka a řeči (metajazykové, metařečové, matatextové komponenty). Věcné obsahy tvoří tematicko-obsahovou strukturu komunikační události. Ve výsledné podobě komunikační události jsou věcné obsahy v důsledku komunikátorem přijaté strategie organizace obsahu, jejíž součástí jsou rovněž pragmatické faktory, určitým způsobem uspořádány. Obsahové východisko, z něhož vychází strategie uspořádání informací, je označováno jako téma komunikace. Téma souvisí se záměry autora a očekáváním příjemce, jednotlivé komunikáty se navzájem v rozsahu tematické struktury liší, většinou lze v průběhu komunikační události nalézt více témat, tematický komplex. Interpretaci sdělení u komunikantů, danou sociálně psychologickými, pragmatickými a tematicko-obsahovými faktory, lze označit za smysl komunikační události.⁹¹

3.2.2.5 Struktura objektová

Objektovou strukturu tvoří soustava osobních a věcných objektů zasahovaných danou komunikací, z nichž některé mají vzhledem ke komunikaci, respektive ke společné činnosti, zprostředkující funkci. Patří sem účastníci komunikace, předmětná a osobní část věcných obsahů, ale také předměty, jejichž prostřednictvím se realizuje komunikace, komunikační kanály (viz výše Kanál – médium – kontakt, s. 13), ale také kontext známý účastníkům komunikace.⁹²

3.2.2.6 Struktura verbální složky komunikace

Strukturu verbální složky komunikace lze hodnotit z hlediska různých kritérií. Pozornost lze zaměřit na strukturu komunikátu (viz výše Komunikát, s. 20), struktury segmentace komunikátu a struktury výrazové formačních prostředků.

Struktura komunikátu

Strukturu komunikátu ovlivňuje:

- Objektivní existence textových vzorců. Textové vzorce jsou vyvozeny jako produkt analýz komunikátů, jde o schematizace, zobecnění shodných rysů uspořádání jazykových (případně mimojazykových) i obsahových složek, které vykazují zejména opakované komunikáty. Shodné rysy jsou produktem jednak působení faktorů vstupujících do komunikačního procesu, jednak zapojení komunikačních norem. Jednotlivé textové vzorce lze shromažďovat na základě shodných vlastností do skupin, provádět jejich typologii.
- Členění textu na textové jednotky,⁹³ tedy úseky komunikátu do určité míry samostatné, se specifickou vnitřní soudržností danou faktory tematickými, pragmatickými nebo situačními.⁹⁴
- Sémantické členění textu jako obsahově pragmatických jednotek na základní významové vztahy.

Struktura segmentace komunikátu:

- Komunikační událost lze členit dle jejího časového průběhu na jednotlivé fáze, přičemž nejvýraznější je členění na začátek, různě rozsáhlý a strukturovaný úsek statě a závěr.
- S tematickým uspořádáním komunikátu souvisí členění na tematické bloky, které zpracovávají bez podstatného posunu nebo změny jedno dílčí téma či dílčí aspekt tématu hlavního.
- V jednotlivých tematických blocích lze členit na obsahově pragmatické segmenty, které mají relativní obsahovou jednotu a obsahují složku pragmatickou, čili základní komunikační záměr a komunikační funkci.

⁹¹ Kořenský 1999, s. 34–37, 143.

⁹² Kořenský a kol. hovoří o tzv. „informačních konzervách“, čili o výsledcích jiných komunikačních událostí, které jsou známy účastníkům komunikace, zahrnutí jsou i komunikanti a společenská situace určující danou komunikaci. Kořenský 1999, s. 38.

⁹³ Jejich charakter závisí zejména na situačních, záměrových a tematických faktorech, vycházejí z celkové společenské situace a také ze sociálně psychologické, pragmatické a tematicko-obsahové struktury komunikační události a ze struktury komunikační kompetence. Časové, tematické a obsahově pragmatické uspořádání textu, které je produktem působení faktorů společenské a komunikační situace komunikační události a zároveň jejího konkrétního průběhu, představují funkční, ontologickou strukturu komunikátu.

⁹⁴ Synonymně k značení textové jednotky budeme užívat spojení textové komponenty.

- Text lze členit z hlediska syntaktické výstavby na jednotlivé syntaktické jednotky, segmenty (nejčastěji věty).
- U mluvených komunikátů lze identifikovat ohraničené úseky podle jejich zvukového průběhu (melodický průběh a pauzy) a komunikát takto zvukově segmentovat.
- U psaného textu je zřetelná grafická segmentace textu na odstavce, kapitoly; používání titulků, podtitulků, mezititulků, leadu, perexu atd.
- V dialogické komunikaci se zřetelně střídají repliky účastníků komunikace.

Struktura výrazově formačních prostředků komunikátu:

Výrazově formační prostředky umožňují dekodování a porozumění komunikátu na straně příjemce. Do této struktury náleží prostředky zajišťující spojitost textu, návaznost textových jednotek, vztahení komunikátu k adresátovi, ke komunikační situaci, prostoru a času promluvy (koherence a koheze⁹⁵ textu a prostředky jejich realizace – konektory; problematika slovesných osob, časů, deiktické prostředky, syntaktické konstrukce). Pravidla syntaktické struktury textu jsou v různých textech podmíněna řadou faktorů, jakými jsou typy textů, textové vzorce, podmínky produkce textů aj.⁹⁶

3.3 KOMPETENCE A VERBÁLNÍ KOMPETENCE – KOMPETENCE TEXTOVÁ, SYSTÉMOVÁ, STYLOVÁ

Výše byla v rámci komunikační kompetence jako jedna její složka zmíněna schopnost užívání znakového(ých) systému(ů), kódu(ů) (v souladu s komunikačním cílem a v rámci určité komunikační situace), přičemž její projev byl dále obsažen v analytickém aparátu sledujícím strukturu verbální složky komunikace. Vzhledem ke skutečnosti, že se jedná o hlavní součást komunikační kompetence, máme za vhodné věnovat jí hlubší pozornost. Vymezíme obecné chápání pojmu kompetence, již je komunikační kompetence součástí. Dále budeme věnovat pozornost (a to i vzhledem k zaměření práce) problematice struktury verbální kompetence, provedeme její vnitřní členění a vymezíme obsah jednotlivých složek. Zmíněna bude i vazba na jednotlivé lingvistické disciplíny, které se problematikou zabývají a jejichž odborné výstupy mohou ve vztahu k uživateli jazyka sloužit k vybudování/prohloubení individuální kompetence (operativní složka výše zmíněného německého funkčně-komunikačního popisu jazyka).

3.3.1 *Kompetence – obsah pojmu*

Primární sociální výbavu členů lidské společnosti tvoří široce chápáná kompetence. Jde o strukturovaný, komplexní soubor znalostí, vědomostí, které jedinec získává na základě zkušenosti či edukace.⁹⁷ Kompetenci konstituují jednak nesociální vědomosti o stavu světa, které bývají nazývány věcnými znalostmi, dále

⁹⁵ V souvislosti s různým užíváním termínů koherence, koheze, kontext máme za vhodné pro potřeby materiálu jejich přesné vymezení. Text je nutné považovat za uzavřenou jednotku, základem jejího vyčlenění však je (vedle grafiky, zvukového rozčlenění) jednota komunikačního cíle a záměru a z něho plynoucího komunikačního plánu a jednota obsahu, tedy i tematická návaznost jednotlivých složek, tedy koherence. V případě koheze hovoříme o výrazové spojitosti, přičemž se jedná vedle jednoty stylové především o navazování jednotlivých vět nebo odstavců a větších celků.

⁹⁶ Kořenský 1999, s. 39–59.

⁹⁷ Jsme si vědomi různých interpretací problematiky, např. z pohledu biologického, popř. opozitního kulturního determinismu. (Srov. Kubátová 2002, s. 38–40.) Pro potřeby této práce je podstatné konstatovat rámcové složky obecného (nejazykového) pojmu kompetence.

znalosti o společnosti a způsobu jejího fungování (součástí je složka komunikační) a vědomosti z oblasti jazyka a jeho užívání.

Psycholingvistika v této souvislosti hovoří o předpokladové bázi či mentální reprezentaci. Rozlišovány bývají zejména znalosti jazykové (jednotky a pravidla jejich spojování, organizace v rovině gramatické a lexikální), znalosti věcné (encyklopedické), znalosti interakční (ilokuční, komunikační normy, metakomunikační = schopnost pomocí explicitních vyjádření projev organizovat a členit, znalosti globálních textových struktur = druhy nebo typy textů, textové vzorce, žánry), znalosti strategické (umožňují z předchozích znalostí vybírat prostředky s ohledem na situaci, adresáta), znalosti využívané při recepci a interpretaci.⁹⁸

3.3.2 *Verbální kompetence a norma*

Obsah sousloví verbální kompetence je nezbytné nazírat širěji než spojení kompetence jazyková, která vykazuje zřetelný propoziční potenciál (viz dále Textová lingvistika – teorie textu, s. 31).⁹⁹ Verbální kompetenci lze chápat jako komplexní pojem, který v každé své složce, systémové, textové a stylové, zahrnuje výrazové prostředky a systémová pravidla.

Druhou složku tvoří normy, které se projevují ve vztahu k jazykovému systému jako struktura obligatorních realizací (co je konkrétně realizováno a společností užíváno). Jazykový systém nabízí k využití možnosti, strukturní potence. Z užití jazyka v rámci sociální interakce ke splnění komunikačních cílů vyplývá, že nedílnou součástí jazykové normy je nutně i norma komunikační.¹⁰⁰ Tradičně chápáné jazykové normy tak zahrnují jednak aspekty dané zákonitostmi jazykového systému, jednak jsou doplněny o aspekty dané komunikačním rámcem, společenským užíváním jazyka. Zřetelný komunikační potenciál pak mají stylové normy (viz dále).

Havránek normu vykládá jako jazykový systém charakterizovatelný svou závazností; z hlediska fungování pak jako skutečnost, která je společností považována za správnou, závaznou. Předstupněm normy je úzus – zvykové užívání, které ovšem není považováno za závazné, není vyžadované. Norma sama má systémový charakter.

Dostatečná systémová, textová a stylová kompetence, včetně znalosti komunikační normy, je nezbytná k úspěšné realizaci situačně podmíněné komunikační události.

3.3.2.1 *Systémová kompetence a norma*

Systémová kompetence je tvořena paradigmatickou a syntagmatickou znaků, kterými se zabývá oblast vnitřních lingvistických disciplín, případně textové lingvistiky chápáné propozičně, gramaticky, bez vazby na realizaci promluvy (více zde dále). Norma dotýkající se této oblasti je strukturní, považujeme ji za součást systémových pravidel. Skládá se z dílčích norem – ortografické, ortoepické, mluvnické, slovtvorné,

⁹⁸ Hoffmannová 1997, s. 104.

⁹⁹ S pojmem jazykové kompetence se setkáme v Hymesově (1972) rozšířeném pojetí Chomského kompetence. Teorie kompetence a performance je obsažena v generativní mluvnici Noama Chomského, jakožto základního metodologického prostředku jazykovědného výzkumu. Dle Chomského má každý vrozenou schopnost k ovládnutí gramatiky jakéhokoliv jazyka. Tato možnost vyplývá ze schopnosti vytvářet v mozku určitá spojení a vztahy. Dítě slyší opakující se věty jazyka a zvolí si takový gramatický systém (nesouhlasil s behavioristy, kteří užívají tezi gramatických návyků, schopností reprodukovat věty, na základě odposlechu týchž vět /s. 228/), který je nejvhodnější pro daný jazyk. Zvládne-li jazyk, může vytvářet neomezené množství vět v jazyce, což je kompetence. Performance je v protikladu ke kompetenci, jde o souhrn skutečných projevů mluvčího. Je závislá na kompetenci, ovšem značně ovlivněná různými mimojazykovými faktory (omezená kapacita paměti, nedbalost či roztržitost mluvčího atd.). Tyto faktory znemožňují, aby performance byla kopií kompetence. Oproti Saussurovi (langue/parole) je kompetence vždy záležitostí jedince, obsahu pojmu langue se blíží až tzv. ideální odindividualizovaná kompetence. Černý 1996, s. 227–229. V rámci generativní mluvnice Chomsky nejprve uvažoval syntaktickou a fonetickou složku, ve druhé fázi pak přidal sémantickou, která je základem hloubkové struktury věty. Rozlišoval tak na jedné straně hloubkovou (bázovou) strukturu, která obsahuje vše, co souvisí s významem, zobrazuje abstraktní strukturu věty (obsah). Na straně druhé pak vlastní transformace, čili způsoby vytváření základních derivací věty, a frázový ukazatel, který má formu stromu, ukazuje, v jakém pořadí a v jakých vztazích jsou složky věty. Černý 1996, s. 218–227.

¹⁰⁰ Helbig v této souvislosti uvádí Hartungovu typologii norem výstavby komunikátu. Rozlišuje normy gramaticko-sémantické, situační (normy užívání) a normy regulující rámcové podmínky komunikace. Helbig 1991, s. 224–227.

lexikální, slovosledné (srov. *Vnitřní lingvistika*, s. 23). Strukturní norma má ovšem i svůj aspekt komunikativní. Podstatou její existence je zajistit stav, který umožní jazyku působit jako prostředek komunikace, garantovat spolehlivé dorozumívání uvnitř společnosti.¹⁰¹

3.3.2.2 Textová kompetence a norma

Textovou kompetenci tvoří znalosti ilokuční, schopnost organizovat a členit text, znalost textových jednotek (komponentů), modelů a vzorců (slohové postupy a žánry). Komunikační norma ovlivňuje v souladu s charakterem situačních komunikačních sfér podobu a distribuci textových vzorců a schémat;¹⁰² v případě ilokucí ovlivňuje způsob jejich realizace. Textová kompetence odpovídá psycholingvistické oblasti interakčních znalostí, ovšem bez složky stylové.

Problematicky textové kompetence se dotýkají zejména textová lingvistika – teorie textu, teorie mluvních aktů a pragmatická lingvistika. Textovou lingvistikou, u níž existují různé přístupy k předmětu, považujeme za vhodné se stručně zabývat, a to i s ohledem na předpokládané užití materiálu k výukovým účelům. Uvedeme základní koncepty, zmíníme obsah disciplíny teorie mluvních aktů, její význam pro textovou kompetenci.

3.3.2.2.1 Textová lingvistika – teorie textu

Vnímání a pojetí (podobně metodologie a terminologie textové lingvistiky) nejsou jednotné, obor bývá někdy též označován jako *teorie textu*,¹⁰³ ovšem i *lingvistika diskurzu*.¹⁰⁴ V průběhu vývoje textové lingvistiky se konstitovala dvě krajní pojetí, která současně korespondují s dvojitým vnímáním textu, propozičním (v podstatě gramatickým) a dynamickým, komunikačním (orientovaným k jednání). Různým pojetím disciplíny odpovídá i vývoj názorů na samotný text – od vnímání textu jako koherentního sledu vět přes náhled na text jako tematicky prokomponované jednotky až po chápání textu coby jednotky s danou komunikační funkcí (viz výše *Text*, s. 17).

Propoziční pojetí

V propozičním pojetí se s textem pracuje analogicky jako s větou. Text se jeví jako jednotka se syntaktickými, sémantickými a pragmatickými prostředky vysvětlovanými analogicky jako syntaktické, sémantické a pragmatické vlastnosti vět.

Textová lingvistika bývá někdy ztotožňována s textovou syntaxí.¹⁰⁵ Z hlediska vývoje disciplíny se v počátcích vskutku jednalo o rozšíření (překročení hranic, extenzi) textové syntaxe. Textová lingvistika začala výzkumem prostředků a podmínek spojitelnosti vět v textu, pracovala s kohezí a koherencí textu a s textovými konektory, spojovacími výrazy, odkazováním, opakováním, předjímáním, rekapitulací aj. V rámci vysvětlení koheze a koherence textu se uplatnila teorie aktuálního členění výpovědi a tematických posloupností, pozornost byla věnována struktuře textu, segmentaci na odstavce, kapitoly.

Dynamické pojetí

V komunikačním pojetí se text nevztahuje k větné jednotce, ale je nazírán primárně z komunikačně-pragmatického hlediska a vysvětlován z širších kontextů jednání.¹⁰⁶ Jedním z možných důsledků dominance hlediska zaměřeného k jednání, komunikaci je překročení a odklon od tradičního přístupu orientovaného

¹⁰¹ Kromě sociální funkce jako prostředku dorozumívání je jazyk současně jedním ze základních integračních faktorů národa.

¹⁰² Jedlička hovoří o normě útvarové. Jedlička 1982, s. 270–281.

¹⁰³ Hoffmannová 1997, s. 155.

¹⁰⁴ Čermák 1994, s. 142. Problematika diskurzu.

¹⁰⁵ Např. Chloupek při výkladu obsahu zájmu textové syntaxe překračuje její hranice směrem ke komunikačnímu aktu, účastníkům komunikace, vlastnostem komunikačního kanálu, věcným obsahům sdělení. Chloupek 1991, s. 80.

¹⁰⁶ Praktický význam užití pojetí orientovaného k jednání umožňuje: a) texty jako výsledky jazykově-komunikační činnosti mohou být zkoumány jen v závislosti na parametrech této činnosti; b) z vazby jazykových jednání s jednáním mimojazykovým vyplývá, že jazykové jednání můžeme plně pochopit teprve, když pochopíme jeho vztahy k předchozím, současným, následujícím mimojazykovým jednáním; c) pouze na základě komunikačního pojetí lze doložit, že existují jevy, které se mohou nacházet jen v textech, nikoli v rámci vět (v propozičním pojetí nelze zásadně rozlišit větu a text, neboť syntaktickosémantické vztahy nadvětného charakteru nenalezneme jen mezi větami textu, nýbrž také v rámci /komplexní/ věty – výsledkem je, že nelze rozlišit větu a text dostatečně zřetelně); d) v propozičním pojetí je text časově nečleněným jevem, jen v komunikačním rámci lze text chápat jako časově členěnou jednotku, jako sled jazykových jednání. Helbig 1991, s. 148.

na jazykový systém (vytváření univerzálních modelů, typologie textů), zdůrazňování dynamických, ale také pragmatických aspektů výstavby. Jednostranné chápání textu jako procesu než výsledku přibližuje pojem text spíše k promluvě, performanci, rovině parole,¹⁰⁷ opouští systémovost jazykových prostředků. Vymezení orientované na komunikaci vychází z předpokladu, že se jazyková komunikace uskutečňuje prostřednictvím textů, že však „jazyk není primárně znakovým systémem, nýbrž nástrojem společenské komunikace, že jazyková komunikace je nerozlučně spojena s neязыkovými složkami komunikace (např. s jednáním, mimikou, gestikulací) a že komunikace je celkově determinována sociální interakcí“.¹⁰⁸

Důsledkem krajních přístupů k vnímání textu – promluvy je možné rozlišení předmětu na:

- textovou lingvistiku rozvíjející na vyšší úrovni jazykově systémový přístup, konstituující rovinu textu jako nejvyšší jazykový plán;
- teorii textu rozvíjející komunikační přístup.

Stejně, jak je v důsledku různosti uplatňovaných metod, kategorií, terminologie, šířeji pak přístupů a náhledů na problematiku textové lingvistiky předmět disciplíny a její rozsah vnímán různě, projevují se různé názory na vztah textové lingvistiky k ostatním předmětům vnější lingvistiky vůbec, včetně dynamicky chápané teorie textu. Jednotlivým aspektem je v konečném důsledku zejména společný postulát, že je třeba přesáhnout hranici věty a rámec gramatiky tuto hranici respektující.

Reakcí a jedním ze současných trendů je vývoj procedurálních¹⁰⁹ modelů textu, které pojímají proces produkce a porozumění textu jako instrumentalizaci různých, vzájemně na sebe působících našich systémů znalostí (encyklopedické znalosti, ilokační znalosti o cílech a podmínkách jednání, metakomunikační znalosti, znalost komunikačních principů a maxim, znalost schémat a vzorců a především jazykové znalosti). Důraz je kladen na neodlučitelné spojení textu s procesy jeho produkce a recepce (spojení lingvistiky s psycholingvistikou).¹¹⁰

Komplementární pojetí

Na propoziční (gramatický) a dynamický přístup však není nutné nahlížet jako na navzájem se vylučující, lze použít komplementární, doplňující se náhled. V takovém pojetí není nezbytné teorii textu vnímat v protikladu k lingvistice jazykového systému.

Výše bylo naznačeno, že textová lingvistika byla původně považována za extenzi textové syntaxe. Ke změně chápání disciplíny dochází ve chvíli, kdy je pozornost odpoutána striktně od významů, které si věty do textu přinášejí, a je orientována rovněž na smysl, který v textu nabývají, a to ve vazbě na sdělný záměr autora. Zohledněním důvodů psycholingvistických, psychologických a filozofických, čili zaměření vedle jazykových na faktory kognitivní, sociální, expresivní, vedlo k závěru, že jazyková činnost je zapojena a integrována do rozsáhlého systému činností, takže „jazykověkomunikační akty nejsou pouze produkcí jazykových znaků za účelem sdělování, nýbrž součástí komplexních komunikačních aktů, ze kterých musí být teprve vypojeny. Z toho plyne požadavek vysvětlovat mluvní akty jako texty související s jednáním, nikoli jako pouhé sledy znaků“.¹¹¹ Konstrukční hledisko zůstává nadále textové syntaxi a textová lingvistika začíná zdůrazňovat hledisko funkční.

Komplementární přístup činí z textové lingvistiky poměrně širokou disciplínu, stojící na pomezí systému a jeho realizace, která studuje (a následně zobecňuje) na základě textových analýz užívání jazyka, principy, pravidla, zákonitosti a mechanismy utváření a fungování textů (jazykových projevů) konstituované v procesech produkce a percepce, a to v různých situacích a komunikačních kontextech. Zabývá se tím, co je text, jak ho definovat, jaká kritéria textovosti stanovit.

Většinou se soustřeďuje na projevy verbální, ale její nejvlastnější doménou jsou texty psané. Během doby se však zřetelně prosazují spíše přístupy, které nehodlají od sebe ostře oddělovat projevy psané a mluvené.¹¹²

¹⁰⁷ Černý 1996, s. 376–377.

¹⁰⁸ Helbig 1991, s. 147–148.

¹⁰⁹ Více např. Heinemann, W., Viehweger, D., Textlinguistik. Eine Einführung. Niemayer, Tübingen 1991.

¹¹⁰ Helbig 1991, s. 138; Hoffmannová 1997, s. 154.

¹¹¹ Helbig 1991, s. 137.

¹¹² Hlavně mluvenými dialogy se dnes zabývá hned několik speciálních disciplín: analýza diskurzu, konverzační analýza a jejich různé modifikace.

Textová lingvistika se nezabývá „texty“ realizovanými prostřednictvím jiných, mimojazykových znakových systémů (viz výše Sémiotika, s. 11). V souvislosti s mluvenými projevy však tento rámec překračuje, neboť nemůže vyloučit zájem o neverbální prostředky, jakými jsou intonace, pauzy, gesta aj. Oblast zájmu textové lingvistiky se prolíná s předmětem teorie verbální komunikace (viz dále), orientující se na uplatnění komunikačního modelu v oblasti jazykové komunikace. Se zapojením jazykového systému do komunikační činnosti a komunikační činnosti do sociální interakce jako sumy všech druhů společenské činnosti souvisí zájem o stylistiku, teorii řečových (mluvních) aktů, sledující komunikační smysl vět, a o pragmatickou lingvistiku, orientující se na záměr mluvčího a účinky řečového jednání,¹¹³ šířeji o pragmatické faktory produkce textů, o ovlivnění výsledné podoby textu široce chápanou situací. Komunikační a pragmatické složky, které spadají převážně do roviny parole, ovšem vnímá textová lingvistika zprostředkovaně, vždy z perspektivy textu, jako aspekty výstavby. Využívá je pro potřeby zobecnění fungování jazyka (produkce textů) v nadvětné oblasti.

Mezi témata, kterými se textová lingvistika zabývá, patří členění textu, jeho skladba z textových jednotek (výpovědí, dialogických replik, odstavců, sekvencí, tematických bloků, kapitol, oddílů), typologie textů na útvary a žánry. Základním cílem textové lingvistiky je identifikace a popis obecných zákonitostí, pravidel, principů, mechanismů, modelů a souvislostí výstavby textů konstituované v procesech produkce a percepce.¹¹⁴ Řeší tedy otázku, do jaké míry je možné mluvit o opakování textů, přičemž o spontánních mluvených projevech uvažuje jako o produktu tvůrčího procesu, naopak u sdělení institucionalizovaných (články, průpovědky, divadelní hry, literární díla, novinové články, politické projevy) jde o texty vyskytující se opakovaně. Žádoucím výsledkem je identifikace systémových aspektů souboru komponentů, modelů, kohezních mechanismů a prostředků, textových typů, vzorců, norem a pravidel výstavby textu. Typy textů (též označované jako druhy, třídy) by měly být vymezeny jako funkční jednotky odpovídající určitým komunikačním situacím. Někteří autoři, např. F. Daneš, uvažují o existenci textové roviny v jazykovém systému, která prostupuje roviny ostatní.¹¹⁵

Takto chápaná textová lingvistika stojí na vrcholu jazykového systému, představuje organizační princip všech nižších jazykových rovin, při čemž zohledňuje komunikačně zakotvené aspekty.

3.3.2.2 *Teorie mluvních aktů*

Naplnění komunikačních cílů je komplexní proces, který je realizován již v jednotlivých výpovědích. Z pohledu verbální kompetence máme za vhodné, byť v souvislosti s publicistickou oblastí problematiku dále sledovat nebudeme, zmínit situačně podmíněné indikátory, které realizaci komunikačních cílů usnadňují, problematiku ilokuci.¹¹⁶

Užívání jazyka na úrovni výpovědi sleduje v jeho zaměření na jednání směřující k určitému cíli, produkci a percepci řeči, včetně okolností, které se prostřednictvím dílčích procesů¹¹⁷ podílejí na složitém komunikačním aktu, teorie mluvních aktů.¹¹⁸ Z hlediska předpokládaných účinků je v centru pozornosti autor, jenž výpověď určuje jednomu či více příjemcům, a jeho záměr. Teorie mluvních aktů člení řečovou činnost na jednotlivé akty, z nichž každý v průběhu komunikace plní nějaký cíl a které jsou chápány jako proces skládající se z dílčích operací.

Fáze produkce mluvních aktů

Přípravná nejazyková fáze se skládá z dílčích operací – formování záměru (volby cíle řečového aktu) a předběžného výběru uspořádání výpovědi. Fáze realizace má rovněž dvě části – složku tektogramatickou, což je výběr „významů“, neuspořádaných základních sémantických informací (odpovídá hloubkové struk-

¹¹³ Pragmatický aspekt se uplatňuje při performanci, výběru jazykových prostředků při vzniku komunikátu.

¹¹⁴ Hoffmannová 1997, s. 154–161.

¹¹⁵ Daneš 1977, s. 153–158.

¹¹⁶ Zdůraznění významu záměru, intence komunikátora zařazuje problematiku ilokuci do roviny parole.

¹¹⁷ Neurofyzilogické, fyziologické, artikulační, akustické, gramatické, lexikální, stylistické, ale i psychologické, pragmatické, sociální, sémiotické.

¹¹⁸ Bývá užíváno i další označení – řečová činnost, verbální chování. Za synonymní bývá považováno i označení komunikační akt, ten je ovšem svým obsahem širší, vztažený k problematice (verbální) komunikace (viz výše).

tuře budoucí věty), a složku fenogramatickou, což je výběr syntaktické struktury budoucí věty. Cílem fáze kontrolní je zjistit, zda je budoucí výpověď vhodně syntakticky uspořádána a zda jsou použité prostředky stylisticky odpovídající. Není-li tomu tak, proces se opakuje. Závěrečnou fázi představuje vlastní řečový akt.¹¹⁹

Lokuční, ilokuční, perlokuční akty

Ohledem na užívání jazyka jako na aktivitu směřující ke konkrétnímu cíli a vyvolání předpokládaného efektu je motivováno členění řečových aktů (J. L. Austin,¹²⁰ J. R. Searle) na lokuční (obsahový aspekt), ilokuční (intence) a perlokuční (účinek) akt.

Lokuční (fyzický) akt je pronesení výpovědi, která má určitou sémantiku a je zformována v souladu s gramatickými pravidly. Ilokuční akt je jednání, které vyslovením výpovědi realizujeme – varujeme, přikazujeme, žádáme, informujeme atd.¹²¹ Perlokuční akt představuje výsledek lokučního a ilokučního aktu, jeho účinky – splnění např. příkazu.¹²²

Přímé a nepřímé akty

Podle vazby mezi formou a ilokuční funkcí jsou pak rozlišovány mluvní akty na přímé a nepřímé. Přímé mluvní akty vykazují přímý vztah, vazbu mezi výpovědní formou a ilokuční funkcí. U nepřímých aktů není jazykově vyjádřený ilokuční typ totožný s vlastním cílem jednání mluvčího.

Ilokuční struktura textu

Vhodným a předpokládaným pokračováním teorie mluvních aktů jsou pokusy rozšířit pozornost disciplíny z výpovědi na texty. Cílem je popsat funkce textů jako ilokuční akty, tedy proniknout tak do problematiky textu přes jeho ilokuční strukturu. Uplatnění teorie mluvních aktů v rámci textové lingvistiky považují lingvisté za důležité, upozorňují ovšem na skutečnost, že vnímání mluvní akt – věta – výpověď je dominantní a rozšíření na problematiku textu je perspektivou pro další směřování.¹²³ Koncept ilokuční struktury textů reprezentuje snahu spojit aspekty gramatické a aspekty jednání, najít mezi nimi zprostředkující články.

Hoffmannová v této souvislosti zmiňuje jednak van Dijkův návrh charakterizovat texty v základních pojmech, jakými jsou vědění, chtění, víra, závazek, záměr aj., jednak Bachtinovy úvahy o univerzální typologii textů krátkých i rozsáhlých, psaných i mluvených, literárních i neliterárních. Bachtin hovoří o mluvních žánrech, přičemž předpokládá, že si je v podobě více či méně ustálených schémat osvojujeme společně s jazykem a stávají se součástí naší komunikační kompetence.¹²⁴

3.3.2.3 Stylová kompetence a norma

Stylovou kompetenci tvoří znalost stylových hodnot jazykových prostředků všech rovin jazyka, ovšem i prostředků nejazykových; dále pak schopnost jejich uvědomělého výběru a optimálního použití, organizace. Kritériem výběru a užití je dosažení, naplnění komunikačního cíle. Pravidla výběru a organizace těchto prostředků, respektující komunikační normy, tvoří obsah norem stylových (viz dále Systematika stylistiky a lingvistika, s. 37), přičemž míra její závaznosti je různá na ose mezi přidržením se vyjadřovacího modelu a kreativní prací bez modelového rámce.¹²⁵

¹¹⁹ Černý 1994, s. 361–367.

¹²⁰ Srov. Austin 2000, s. 101–122.

¹²¹ Čermák uvádí pět typů mluvních aktů: 1. direktivní – ovlivňování posluchače (prosba, rozkaz aj.); 2. komisivní – zavázání se mluvčího k něčemu (slib, záruka aj.); 3. expresivní – výraz vlastního já (omluva, přivítání, výraz sympatie aj.); 4. deklarativní – navození, vyhlášení nové situace (demise, křest aj.); 5. reprezentativní – výraz vlastního přesvědčení o výroku (tvrzení, podmiňování aj.). Čermák 1994, s. 145–146. Wunderlich rozlišuje osm ilokučních typů, tedy druhů mluvních aktů: 1. direktivní (výzva, prosba, povel, pokyn,...); 2. komisivní (slib, oznámení, hrozba); 3. erotické (dotaz); 4. reprezentativní (tvrzení, zjištění, zpráva,...); 5. satisfaktivní (omluva, poděkování, zdůvodnění, odpověď,...); 6. retraktivní (zrušení slibu, korekce tvrzení, povolení); 7. deklarativní (udělení jména, definice, jmenování,...); 8. vokativní (zvolání, provolání, oslovení). Helbig 1991, s. 179.

¹²² Čermák 1994, s. 145–146. Srov. Hoffmannová 1997, s. 82; Černý 1996, 423–424.

¹²³ Srov. Černý 1996, s. 424; Helbig 1991, s. 185; Hoffmannová 1997, s. 86, Schmidt 1973, s. 50 an.

¹²⁴ Hoffmannová 1997, s. 165. Srov. Čechová 2003, s. 35–36.

¹²⁵ Srov. Chloupek 1991, s. 32–33.

3.4 VYMEZENÍ STYLISTIKY A JEJÍ POSTAVENÍ V SYSTÉMU LINGVISTICKÝCH DISCIPLÍN

Postavení stylistiky v systému lingvistických disciplín je specifické. Specifika spočívají ve dvou oblastech – jednak ve vnímání problematiky stylu v rámci dichotomie jazyka chápaného jako systém (langue) a realizace tohoto systému v textu (parole), jednak v začlenění stylistiky do oblasti vnitřních či vnějších (viz výše) lingvistických disciplín.

Počátky oboru jsou spojeny ve třicátých letech 20. století s Pražským lingvistickým kroužkem, základem je Havránekova teorie funkční a stylové diferenciací spisovného jazyka, obsažená v článku „Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura“ z roku 1932¹²⁶ a ve stati „Spisovná čeština nové doby“ v Československé vlastivědě z roku 1936.¹²⁷ Zpočátku byla chápána jako disciplína oblasti řeči (parole), pochybovalo se o možnosti postihnout obecné zákonitosti stylu na úrovni jazyka, teprve později sám Havránek uvažuje o systémové povaze funkčních stylů. Teoretické otázky stylu, jeho podstaty a pojetí z pohledu funkčního a strukturálního začaly být řešeny ve čtyřicátých letech 20. století.¹²⁸

Stále zřetelnější bylo, že stylové hodnoty, projevující se v textech, mají nadindividuální, objektivně daný charakter, pozornost byla orientována na popis objektivních zákonitostí výstavby textů určitého typu, které se projevují volbou jazykových prostředků (také textových postupů). Předmětem zájmu se na úrovni jazyka stal inventář prostředků nesoucích stylový potenciál (viz zde stylém). Pro tradiční pojetí stylistiky byly v zájmu o výstavbu textu limitující hranice minimálních textů, výpovědi, oblast větné syntaxe, sledována nebyla tematická složka textu a mimo pozornost zůstalo fungování textů v rámci komunikačního kontextu. Přesahem v dominantní orientaci na stylové vlastnosti jazykových prostředků nižších rovin jazyka byly pouze prakticistní výklady o slohových postupech a žánrech v didaktické, výukové oblasti. Absenci hlubšího výzkumu kompozičních vzorců (postupů, struktur textů, žánrů) nahrazovalo užití poznatků teorie literatury, poetiky, která pro potřeby objektivního výkladu na základě analýz literárních děl dospěla¹²⁹ k tematicko-funkčnímu popisu struktury uměleckých textů a následné syntéze principů a zákonitostí jejich kompozice;^{130, 131} popřípadě šlo o pouhé získávání návyků vytvářet texty, často podle vzoru. Takto pojatá stylistika zastřešovala jednak jednotlivé obory vnitřní lingvistiky, jednak byla uplatňována v oblasti výuky jazyka(ů).

K zásadní změně v přístupu dochází v šedesátých letech, ale zejména pak od sedmdesátých let 20. století,¹³² kdy začíná být věnována systematická pozornost nadvětným souvislostem, textovým strukturám,

¹²⁶ Funkční styl je chápán jako modifikace funkčního jazyka, která je dána konkrétním cílem a projevuje se při realizaci v jednotlivých jazykových projevech. Havránek hovoří o čtyřech funkcích spisovného jazyka (komunikativní, prakticky odborné, teoreticky odborné a estetické) a uvádí jim odpovídající čtyři jazyky jakožto soubory jazykových prostředků: hovorový (konverzační), pracovní (věcný), vědecký a básnický. Havránek 1932, s. 32–84.

¹²⁷ Havránek 1936, s. 79–144.

¹²⁸ Havránek 1940, heslo „Stylistika“; Kořínek 1941, s. 28. an.; Trnka 1941, s. 61 an.; Skalička 1941, s. 191 an.

¹²⁹ Literárněvědné studium podnítila tzv. nová (pomladogramatická) lingvistika, zejména ženevská škola (Ferdinand de Saussure, Charles Bally), která vyložila jazyk jako systém znaků a odkryla jeho rozličné funkce. První významné literárněvědné analýzy vznikaly však již na počátku 20. století v Německu, kde W. Dibelius a jeho pokračovatelé analyzovali zejména epiku (srov. Dibelius, W., *Englische Romankunst*, 1909; Petsch, R., *Wesen und Formen der Erzählkunst*, 1934). V anglosaském světě vytvořil školu I. A. Richards, *Principles of Literary Criticism*, 1924), významné podněty dal tzv. ruský formalismus (Tomaševský a Šklovský) a dále studium vycházející z fenomenologie (Ingarden, R., *Das literarische Kunstwerk*, 1931). U nás byla od dvacátých let problému věnována mimořádná pozornost strukturalistickou školou, vedenou Janem Mukařovským, která vedle jazykového směru představovala druhý směr stylistických bádání v rámci Pražského lingvistického kroužku. Hrabák, Štěpánek 1987, s. 222; Jedlička 1970, s. 192–193.

¹³⁰ Srov. Hrabák, Štěpánek 1987, s. 216–224.

¹³¹ O literární vědě lze říci, že jde do značné míry o sémiotiku (viz výše Sémiotika) literatury, a to zejména proto, že její materiální stránkou či nástrojem je právě jazyk. I v případě nejazykových děl či částí děl se užívá také označení „jazyk“, např. architektury. Černý (1996, s. 435–436) uvádí příklad analýzy „jazyka“ filmu, který rozlišuje filmovou gramatiku, slovní zásobu i sémantiku. Mechanismus posloupnosti záberů považuje za gramatiku filmu, funkci lexikálních jednotek plní obrazy lidí a předmětů. Rozlišuje i bezpříznakové a příznakové elementy, např. neutrální plán proti detailu atd.

¹³² Jedlička 1970, s. 152; Chloupek 1991, s. 81.

žánrům, jejich útvarům, které lze vnímat jako standardizované, objektivně existující, uzuální vzorce, umožňující autorovi (při vlastní více či méně kreativní angažovanosti, uplatnění individuálního stylu)¹³³ účelně jazykově ztvárnit skutečnost, názor, přesvědčovat, manipulovat aj. Těžiště zájmu stylistiky se přesouvá směrem k otázkám výstavby textů a jejich struktury, nazývané též jako hypersyntax textu. Texty začínají být vnímány jako výslednice formativního působení celé řady vlivů, aspektů a procesů, které mají jazykovou, ale i nejazykovou povahu. Zohledňovány jsou některé aspekty komunikačního modelu, zejména široce chápáná situace. Základem je přístup vycházející z funkce textů, významným formativním prvkem jsou slohotvorní činitelé, subjektivní i objektivní. Stylistika směřuje k popisu stylových typů a v rámci nich stylových norem. V rovině kompoziční sílí orientace na problematiku stylové hodnoty textových vzorců.

V rámci stylových oblastí je postupně dopracována systematika funkčních stylů, která vychází z prvotní Havránkovy úvahy o funkcích spisovného jazyka a odpovídajících funkčních jazycích, na něž bezprostředně navázalo Bečkovo rozlišení uměleckého a vědeckého jazyka, v oblasti praktického jazyka pak úředního, hospodářského a novinářského jazyka.^{134, 135} Za elementární funkci byla považována sdělná funkce.

Současná klasifikace funkčních stylů vychází ze závěrů liblické konference (Ústavu pro jazyk český ČSAV) v roce 1954,¹³⁶ kdy byly vyčleněny styly hovorový, později označovaný jako prostě sdělovací (jeho začlenění kvůli průniku nespisovných prvků bylo diskutováno), odborný, umělecký. Díky A. Jelínkovi se začalo uvažovat o stylu publicistickém.

Vycházíme-li z funkcí jazyka, komunikačních situací, cílů a působících situačních aspektů (slohotvorných činitelů), lze styly klasifikovat na různé úrovni abstrakce. Základem segmentace je dominantní slohotvorný činitel, kterým je sdělná funkce textů. Dle tohoto kritéria jsou vydělovány styly sdělovací a esteticky sdělný.

Základním rysem stylu sdělovacího je věcné sdělení, přičemž modifikace této sdělné funkce umožňuje odlišit styly prostě sdělovací, odborný (který bývá dále členěn vnitřně na styl teoretický, praktický odborný a popularizační;¹³⁷ vyčleňován bývá i styl učební),¹³⁸ administrativní¹³⁹ (který bývá někdy přidružen k odbornému) a publicistický. Zmiňován dále bývá styl řečnický (přirazován bývá někdy ke stylu odbornému či publicistickému); samostatně bývá uváděn i styl epistolární, tedy styl osobní korespondence.

Esteticky sdělný styl lze dále dělit na prózu, poezii a drama.

Specifické postavení má zvlášť vydělovaný styl esejistický jako průnik prvků stylu odborného a uměleckého (ale také publicistického).

Od devadesátých let 20. století trend z předchozího období zesiluje, rozšiřuje se a prohlubuje zájem o působení mimojazykových hledisek, dochází k dynamizaci výzkumu širších souvislostí komunikačních, sociologických, psychologických aj., které se podílejí na výstavbě a výsledné podobě komunikátů. Stylistika zde (dle chápání rozsahu textové lingvistiky) buď uplatňuje pro svou potřebu zjištění výše zmíněných oborů vnější lingvistiky a vstupuje společně například s textovou syntaxí do kontextu široce chápáné textové lingvistiky (teorie textu), případně se stává vlastní systémovou disciplínou (ne úzce lingvisticky chápanou), která naplňuje obsah tzv. verbální kompetence (viz dále Systematika stylistiky a lingvistika, s. 37).

¹³³ Problematika individuálního stylu nebude předmětem této práce. Zmiňujeme pouze jeho existenci. Autor v mezích dominant stylového typu, žánru (daných existencí interindividuálního, objektivního stylu) uplatňuje kompoziční postupy, volí, používá jazykové prostředky, zejména z roviny lexikální a syntaktické, specifickým, pro něho typickým způsobem (a opakovaně). Individuální styl lze identifikovat na základě analýz textů konkrétního autora, a to při důkladné znalosti objektivního stylu, jehož součástí analyzovaný text je.

¹³⁴ „Bečka 1948. Později dospěl k diferenciaci dle vrcholných složek komunikační společenské činnosti na funkci estetickou a odborně sdělnou, čemuž odpovídají dva základní funkční styly – umělecký a odborný. Vedle nich rozlišuje tzv. funkční styly pragmatické, které na základní funkční styly navazují a jsou zaměřeny na organizaci, potřeby života ve společnosti a jejich jazykové komunikace, určují chování občanů ve společenské sféře. Do této kategorie stylů řadí styl publicistický, normativní, jednací a hospodářský. Bečka 1992, s. 31–35.“

¹³⁵ Trávníček v rámci svých druhů spisovných slohů rozlišil sloh teoretický, praktický, také slohové druhy novinářský, řečnický, úřední, společenský (konverzační) a umělecký. Trávníček 1953.

¹³⁶ Referáty Hausenblase, Trosta, Paulinyho, Jelínka, Filipce aj. v SaS 16, 1955.

¹³⁷ Jedlička 1970, s. 30–31.

¹³⁸ Např. Chloupek 1991, s. 187.

¹³⁹ Čechová 1989, s. 1–10.

Předmětem zájmu v rovině vnitřní lingvistiky byla a nadále zůstává klasifikace jazykových prostředků nižších rovin jazyka.¹⁴⁰ Tradičně je zmiňován (a představuje jeden ze základních aspektů stylistických analýz) na úrovni systému inventář základních systémových jazykových prostředků, jejichž podoba signalizuje zaměření, charakter komunikátu. Ty mají v sémantické rovině kromě nociónální složky významu také stylovou konotaci a jako takové jsou inherentně stylově aktivní, jde o stylémy.¹⁴¹ Sledována je vedle příznakovosti účast těchto prostředků na výstavbě jazykových projevů, principy, zákonitosti výběru a organizace. Ve vztahu k předmětům vnitřní lingvistiky představuje stylistika disciplínu, která je v rovině příznakovost – nepříznakovost schopna nahlížet veškeré jazykové prostředky.

Styl je však komplexní jev, který se realizuje (projevuje) v rovině parole spojením výrazových prostředků¹⁴² všech úrovní (ne pouze základního jazykového systému) v rámci konkrétního textu. V rovině sdělení, komunikátu, rovněž existují jazykové prostředky, např. textové vzorce, modely, či modifikace jejich základních, neutrálních podob, které jsou výsledkem působení situačních faktorů a jsou stylově aktivní, analogicky mají rovněž charakter stylémů. Veškeré stylové vlastnosti těchto jazykových prostředků představují paradigmatickou stylistiku. Syntagmatiku pak tvoří pravidla, zákonitosti (normy) spojení těchto výrazových prostředků. Potřeba komplexního stylistického přístupu k textům si tak velice záhy vynutila pragmatické rozšíření zájmu disciplíny do oblasti vnější lingvistiky, kam nakonec stylistika svým charakterem sama spadá. V mimolingvistické rovině při svém pohledu na zásady, pravidla výstavby textu a případné volby textových vzorců tak začíná stylistika věnovat komplexní pozornost faktorům, které ovlivňují jeho výslednou podobu: účastníkům komunikace, kódu, komunikačnímu kanálu, situaci, kontextu, věcnému obsahu sdělení a komunikačnímu záměru.

Moderní stylistika se tak profiluje jako disciplína, která v jednotlivých projevech (rovina parole) na základě komplexních analýz komunikátů identifikuje a popisuje jazykový styl, způsob, příčiny a podmínky výběru a následné organizace, užití (kompozice) systémových jazykových prostředků všech rovin jazyka, tedy i roviny nadvětné, textové, případně nadtextové, ale také prostředků nejazykových. Žádoucím výsledkem syntézy zjištěných skutečností je vytvoření systému znakových prostředků, jejich stylová a strukturně-funkční charakteristika; pojmenování obecně platných pravidel, zákonitostí a vzorců výstavby komunikátů.

3.4.1 *Systematika stylistiky a lingvistika*

Výše konstatované specifické postavení stylistiky ve vztahu k ostatním lingvistickým disciplínám a jazykovému systému je dáno jednak historickým vývojem, jednak podstatou předmětu zájmu. Již bylo zmíněno její parolové vnímání v počátcích. Výsledkem hlubšího teoretického výzkumu však bylo vytváření stylistické systematiky. Zdůrazňovány byly systémové aspekty stylu, kam náleží i ostatními stylistiky užívané pojetí stylového typu, stylové oblasti a vrstvy¹⁴³ jazykových prostředků.

Na základě analýz širokých množin komunikátů¹⁴⁴ byly identifikovány skupiny textů s určitými shodnými rysy, charakteristikami, které v obdobných kontextech vykazují z hlediska dominantních znaků shodnou podobu, strukturu, stylistika zde operuje s označením stylová sféra.¹⁴⁵

Shodné znaky, charakteristiky textů se staly základem pro identifikaci stylových norem, ustálených stylových zvyklostí výstavby textů, které jsou pociťované jako závazné a obecně užívané (vzhledem k tomu,

¹⁴⁰ Z hlediska systémové povahy je sledují fonologie, morfologie a syntax /gramatika/, lexikologie a sémantika.

¹⁴¹ Pro označení stylově aktivních jednotek užívá stylistická teorie termín stylém. Mistrik 1985, s. 31: „Štýléma je prvok, ktorý robí štýl, pomocou ktorého sa štýlizuje... Štýléma môže byť každé slovo, veta alebo časť textu, ktorá má takú výraznú podobu, že nám při stylistickej typológii textu signalizuje zameranie, charakter textu. Alebo ešte aj ináč: je to prvok, ktorý je nezvyčajný, nápadný, pútajúci adresáta prejavu.“ Analogicky Chloupek 1990, s. 18; Čechová 2003, s. 20.

¹⁴² Zcela úmyslně není užito terminologického sousloví jazykových prostředků, neboť by takto byly vyloučeny i prostředky nejazykové (viz dále).

¹⁴³ Tři vrstvy stylových jevů dle A. Jedličky. Jedlička 1970, s. 15–18.

¹⁴⁴ Uvedenou množinou komunikátů je míněna suma projevů realizovaných na určitém území v určitém čase, a to bez jakéhokoli omezení jejich charakteru.

¹⁴⁵ Jejich podoba a charakteristika je závislá na zvoleném kritériu segmentace množiny.

že umožňují optimální realizaci sdělného záměru). Stylová norma je uspořádána hierarchicky, od doporučení volby žánrů a postupů (např. úvodníku, vyhlášky, povídky) až po ovlivnění funkčního jazyka jako celku. Pro soubory stylových norem v rámci konkrétní stylové oblasti je užíváno označení stylový typ.¹⁴⁶ Stylové normy vykazují ve srovnání s jazykovými normami v důsledku uplatnění neverbálních prostředků, situačních a pragmatických faktorů v rámci komunikačního procesu řadu specifických rysů. Na rozdíl od tradičních jazykových norem¹⁴⁷ jsou označovány jako volnější, obecnější. Za součást stylových typů je považována například i řada doporučení. Míra závaznosti stylové normy je různá – v případě přídržení se vyjadřovacího modelu je vysoká, naopak menší v případě tvůrčí práce s textem modelu neurčeného (zde může vznikat i nový vyjadřovací model); v rámci tzv. aktualizace bývá stylová norma i úmyslně porušována. Důsledkem porušování stylových norem, vědomého či způsobeného nedostatečnou mírou kompetence, ale může být ztížení či úplné znemožnění percepce, nesrozumitelnost sdělení, nedosažení komunikačního cíle, ale také manipulace.¹⁴⁸

Specifické postavení ve srovnání s jinými lingvistickými disciplínami mají stylově aktivní jazykové prostředky, které jsou vybírány z inventářů všech jazykových rovin. Stylistice není příslušná vlastní rovina, jak je tomu u předmětů vnitřní lingvistiky. Nutné je upozornit i na skutečnost, že stylově aktivní nemusí být pouze prostředky jazykové, byť tyto dominují, ale rovněž prostředky z mimojazykových oblastí (zvukové, vizuální,...).¹⁴⁹ V této souvislosti proto máme za vhodné hovořit o výrazových či znakových prostředcích.

Systematika stylistiky je tak ve srovnání s ostatními lingvistickými disciplínami specifická, odlišná od ostatních jazykových plánů. O stylistice lze proto uvažovat jako o speciálním systému, který se s jazykovým systémem zčásti překrývá.¹⁵⁰ Takové chápání naznačují i výše konstatované složky verbální komunikace.

3.4.2 *Stylistika v kontextu teorie verbální komunikace a textové lingvistiky*

3.4.2.1 Komunikační rozměr tradiční stylistiky

Důležitou složkou tradičně vnímané stylistiky je oblast kompozice komunikátů, kterou se stylistikové ve svých pracích zabývají v rovině tematické i jazykového ztvárnění komplexně. Zájem není motivován pouze stylovou hodnotou výrazových prostředků, ale sledovány jsou i aspekty výstavby textů, které představují projevy obecného komunikačního rámce a komunikačních norem v oblasti verbální komunikace. Tomu odpovídá i výše uvedené chápání stylové normy a stylového typu. Základním kritériem je naplnění komunikačního cíle za užití jazykových prostředků. Stylistika přímo vychází ve funkčním pojetí při členění stylů do stylových oblastí (na základě dominantního slohotvorného činitele, ale i ostatních spolupůsobících situačních činitelů) ze základní komunikační funkce (sdělování) i jejich specifických vymezení (informovat, přesvědčovat, získávat, manipulovat), které ovšem ve své podstatě mají univerzální, ne pouze stylovou platnost. V české funkční stylistice je tak od počátků uplatňován ohled na široce komunikační a pragmatické aspekty produkce textů. Např. J. V. Bečka (viz výše), stojící mimo hlavní proud stylistiky, ztotožňuje se slovem funkce sdělný úkol, který má projev ve společenském dění. Funkčním stylem pak rozumí jazykovou komunikaci podle sdělného cíle projevu v rámci společenského dění.¹⁵¹

¹⁴⁶ Stylový typ označil K. Hausenblas za systémový jev (langue). Hausenblas 1971, s. 25–37.

¹⁴⁷ Například Jedlička vyčleňuje vedle jazykových norem normy stylové a komunikační. Přičemž stylové normy nepovažuje za součást norem jazykových. Jedlička 1982, s. 272–281.

¹⁴⁸ Nemáme na mysli modifikace, které dodržují elementární zásady jak oblastí, tak její dílčí části a které mohou vést k (pozitivní) funkční změně stávajících či vzniku nových textových vzorců.

¹⁴⁹ Toto je mj. i jeden z důvodů, proč Mistřík hovoří o zvláštní jazykové disciplíně a odmítá hovořit o stylové jazykové rovině. Mistřík 1985, s. 31.

¹⁵⁰ Srov. Hoffmannová 1997, s. 152–153.

¹⁵¹ Bečka 1992, s. 31–35.

Otázkou je v tomto případě rozsah vnímání pojmu styl. Lingvisté, kteří se problematikou stylistiky zabývají, chápou styl široce jako záležitost celé komunikace, v níž jazyk představuje jen jednu z jejích složek, vztahují jej k obecnému využití kódů při dosahování komunikačního záměru.¹⁵² Jazykový styl takto považují za způsob cílevědomého výběru a uspořádání jazykových prostředků, který se uplatňuje při genezi textu. V hotovém komunikátu se projevuje jako princip organizace všech jazykových jednotek tvořící z částí a jednotlivostí jednotu vyhovující komunikačnímu záměru autora.

V takto širokém pojetí jsou zahrnuty veškeré jazykové jevy, tedy i jevy textové úrovně, které je stylistika, analogicky k jazykovým prostředkům oblasti vnitřní lingvistiky (viz výše), schopna hodnotit na ose příznakovost – nepříznakovost. Disciplína tak sleduje i prostředky, např. obecné otázky uspořádání tematických složek, motivů, syžetu; textových modelů a vzorců, ale také slohových postupů; horizontálního a vertikálního členění, koherence, koheze, pořádku slov ve větách atd., které nelze hodnotit jako stylově aktivní, aktivizující text.

Zájem o veškeré souvislosti (komunikačně podmíněné) produkce sdělení je dán tradicí disciplíny, jejíž základy byly položeny v době, kdy představovala jediný jazykový obor, který se zabýval jednotkami vyššími než věta či souvětí a který se s ohledem na své tradiční funkční zaměření nutně musel orientovat na užití jazyka ve společenské interakci (mj. i v tom spočívá zmíněné specifické postavení disciplíny z pohledu langue – parole). Druhou příčinou je operativní aspekt (didaktický), jímž je sledováno také obohacení kompetence na straně jak původců, tak i příjemců.

V důsledku komunikačně pragmatického obratu se však na řadu otázek z oblasti textu a jeho produkce, které stylistika původně sledovala, zaměřily disciplíny vnější lingvistiky, jejichž zjištění v rovině textu zobecňuje textová lingvistika (v komplementárním pojetí), a to včetně zobecnění zjištění stylistických.¹⁵³

3.4.2.2 Stylový typ a dílčí stylový typ

V kontextu vymezené roviny verbální kompetence a odpovídajících norem je například zřetelný již zmíněný přesah stylového typu do oblasti norem komunikačních a textových.¹⁵⁴ Za limit tradičního chápání stylového typu je v této souvislosti možné považovat jeho sledování pouze na úrovni stylové oblasti, není zvažován pro oblasti dílčí. O existenci standardů, norem na úrovni dílčích oblastí však nelze pochybovat, tvoří je průnik pravidel, norem platných pro textové vzorce, žánry. Stylistika žánry popisuje a zmiňuje jejich základní charakteristiky ve formě doporučení. Podoba jednotlivých textů však není libovolná, i zde je uplatňován soubor komunikačních, systémových jazykových, textových a stylových pravidel, které konstituují žánrovou normu.

3.4.2.3 Textové modely, slohové postupy

Už bylo zmíněno, že za jeden z důležitých kompozičních činitelů textu stylistika považuje slohové postupy. Jde o způsoby tematické a jazykové výstavby, které ovlivňují uchopení tématu, způsob práce s informacemi a jejich rozsah. J. Mistřík je společně s žánry (útvary – viz dále) považuje za základní prostředky makrokompozice, architektiky textu.¹⁵⁵ Uváděny jsou čtyři základní typy – informační, popisný, vyprávěcí a výkladový. Z rámce výkladového postupu bývá ve vazbě na způsob přístupu ke zpracování tématu vydělován postup úvahový. Základní postupy jsou pak dále členěny na dílčí modifikace – informační: nekohezní, přechodný, kohezní; popisný: věcný popis, subjektivizovaný popis (případně prostý popis, popis v krásné literatuře, popis vědecký; líčení, charakteristika; popis statický, dynamický); vyprávěcí: vyprávění prosté, umělecké; výkladový: induktivní, deduktivní (případně vědecký, odborný, popularizační); úvahový: uplatněna jsou kritéria podobná jako u výkladového postupu; popřípadě rozlišení textu vyplývající ze způ-

¹⁵² Srov. Čechová 2003, s. 17–18.

¹⁵³ Srov. Hoffmannová 1997, s. 154–161.

¹⁵⁴ Platí současně, že komunikační norma tvoří nedílnou součást jak normy textové, tak normy stylové, nelze je oddělovat.

¹⁵⁵ J. Mistřík slohový postup vymezuje oproti útvaru. Slohový postup považuje za proces, charakterizuje jej jako způsob, postup skládání textu (informační, vyprávěcí, popisný, výkladový, vyčleňuje i dialogický), zatímco žánr (útvary) považuje za výsledek, hotovou, ucelenou, obsahově i formálně uzavřenou textovou jednotku (informace, vyprávění, popis, výklad). (Mistřík 1985, s. 341–342.)

sobu užité argumentace – věcný, nevěcný (dle užitých jazykových prostředků je také vydělován odborný, umělecký).¹⁵⁶

Z výše uvedené charakteristiky slohových postupů je zřejmé, že textové modely samy o sobě výsledný text stylově neaktivizují. Teprve zapojení specifických pragmatických faktorů a komplexu faktorů nepragmatických (v rámci konkrétní komunikační situace) ovlivňuje výskyt jazykových prostředků oblasti vnitřní lingvistiky (např. lexikálních a syntaktických), také způsob ztvárnění na úrovni textu. V rámci nosného(ých) slohového(ých) postupu(ů) jsou zapojovány např. v oblasti publicistické typické textové komponenty (viz dále Dílčí oblast zpravodajská – Objektivizace sdělení, s. 62), uzpůsobena je struktura informací v textu, titulkových komplexů, grafického členění atd., což teprve výsledný komunikát stylově aktivizuje. Konkrétní stylovou konotaci obsahují některé modifikace základních postupů, a to v důsledku ustálení podoby v konkrétní stylové sféře, která je dána výše zmíněnými faktory.

3.4.2.4 Textové vzorce, žánry

Druhým prostředkem makrokompozice textu jsou žánry. Vzhledem k tomu, že lingvistika pro textové vzorce užívá různým způsobem označení slohový útvar a žánr, máme za vhodné pojmy krátce vymezit. J. Mistrík oba termíny rozlišuje. Slohové útvary považuje za ucelené, obsahově i formálně uzavřené jednotky. Analogicky pro ně je užíváno označení promluva,¹⁵⁷ komunikát¹⁵⁸ či všeobecné označení jazykový projev, popřípadě označení sdělení. Útvar tedy považuje za konkrétní formálně i obsahově uzavřený kontextový celek. Žánry pak považuje za v průběhu času ustálené podoby komunikátů, čili abstraktní formálně i obsahově uzavřené kontextové celky.¹⁵⁹ Upozorňuje na terminologický původ označení žánry v oblasti literární teorie.¹⁶⁰ Konstatuje objektivní existenci žánrů umělecké literatury a věcných žánrů, dále členitelných na naučné, řečnické, publicistické, administrativní. J. V. Bečka¹⁶¹ naopak má žánr za termín literárněvědný a pro stylistiku uplatňuje ve stejném rozsahu termín útvar. J. Chloupek užívá označení útvar, přičemž zdůrazňuje jeho synonymní podobu s Mistríkovým žánrem,¹⁶² pro modifikace základních žánrů volí označení žánrové formy.¹⁶³ M. Čechová a kol. označení útvar považuje za synonymní k označení žánr, hlásí se k tradici Bečkova pojetí,¹⁶⁴ ovšem užívá označení obojí, a to v Mistríkově rozpětí.¹⁶⁵

Na problematiku textových vzorců lze pohlížet analogicky jako na textové modely. V rámci textových vzorců lze identifikovat strukturu základních forem, kam náleží zpráva, úvaha, výklad, popis, vyprávění, rozhovor (řadit lze i typy kombinující základní formy, např. referát, analýzu aj.), jejichž užití není vázáno na konkrétní stylovou oblast.¹⁶⁶ Stylově aktivními se pak stávají až jejich modifikace, žánrové formy. Příkladem může být rozhovor, interview (zpravodajské, publicistické; motivační, personalistické; případně i policejní výslech, který bývá rovněž označován jako interview). Komunikační cíl(e) výše zmíněných rozhovorů je(jsou) dosahován(y) za užití identického žánru. Stylová aktivizace textového vzorce spočívá ve spolupůsobení komplexu komunikačních situačních a pragmatických faktorů, jakými jsou mj. cíl,¹⁶⁷ situace, téma, míra formalizace, typologie otázek, poměr jejich použití atd.

¹⁵⁶ Chloupek 1991, s. 81–93. Srov. Mistrík 1985, s. 342–370; Bečka 1992, s. 291 an.

¹⁵⁷ Skalička 1937, s. 163–166.

¹⁵⁸ Hausenblas 1968, s. 348–354 (viz výše Sdělení, text, diskurz, komunikát).

¹⁵⁹ Mistrík 1975, s. 18–19, Mistrík 1985, s. 370–372.

¹⁶⁰ Srov. Hrabák, Štěpánek 1987, s. 249–250.

¹⁶¹ Bečka 1992, 432–433, 445–446. Srov. Bečka 1985, s. 86.

¹⁶² „Útvary, v Mistríkově terminologii žánry.“ Chloupek 1991, s. 189.

¹⁶³ Cit. dílo, s. 189, 218–220 aj.

¹⁶⁴ Čechová 2003, s. 316.

¹⁶⁵ Cit. dílo, s. 84.

¹⁶⁶ Analogicky postupuje při vymezení textových vzorců.

¹⁶⁷ Odlišnosti spojené s charakterem komunikačních cílů (např. zjistit informaci, předat informaci atd.) nejsou ve své podstatě stylově relevantní.

3.4.2.5 Užší vymezení předmětu stylistiky

Existence textové lingvistiky neznamena zánik předmětu stylistiky, nýbrž umožňuje stylistice věnovat se výhradně otázkám stylové aktivizace komunikátů – příznakovým kompozičním postupům, textovým vzorcům, modelům atd. Výrazové prostředky, jež nesouvisí s problematikou funkčních stylů a mají při produkci textů univerzální charakter, v takovémto pojetí přestávají být předmětem zájmu stylistiky, nýbrž komplementárně chápané textové lingvistiky (naplňující textovou kompetenci), jejíž odlišnost od stylistiky je dána odlišností cílů – odhalení obecných pravidel, zákonitostí, modelů výstavby textů.

Stylistika v užším chápání by se zabývala procesy autorského rozhodování, situačně a funkčně podmíněného výběru variantních (z alternativní báze) prostředků, čili přesně vymezenou množinou prostředků realizace textů, ale také účinky výsledného textu. Předmětem jejího zájmu by bylo sledování problematiky motivovaných textů, které mají shodné rysy a jsou schopny určitým, situačně přesně vymezeným způsobem realizovat specifikované komunikační cíle. Distinkce mezi jednotlivými typy textů jsou dány právě v rovině situační a pragmatické, zde je konstituována podoba stylové normy (v níž se odráží i norma komunikační). Jinými slovy – text musí být stylizován nejen takovým způsobem, aby naplnil komunikační záměr, ale i takovou formou, aby to odpovídalo konkrétní (metajazykově) vymezené situaci komunikace, na abstraktní úrovni charakterizované jako konkrétní stylová sféra (prostě sdělovací, odborná, publicistická, umělecká). Identicky se o vymezení stylistiky zmiňuje i F. Miko: „Štýl je totožný s diferencujícím aspektem vo výstavbě textov. Naproti tomu, čo majú všetky texty spoločné v jazyku a réme, resp. o čom sa uvažuje bez spomenutého direnenciačného aspektu, nepatrí do štýlu a do štylistiky, ale je záležitosťou teorie jazyka a teorie textu.“¹⁶⁸ Prítom platí, že identické stylistické charakteristiky textů jsou důsledkem uzuálního či normativního (účel, případně další pragmatické aspekty naplňujícího) užívání výrazových prostředků.

¹⁶⁸ Miko 1973, s. 6.

4 PUBLICISTICKÁ (FUNKČNÍ) OBLAST

4.1 VÝVOJ LINGVISTICKÉHO POJETÍ PUBLICISTICKÉ OBLASTI

Novinářský jazyk je zmiňován ihned v začátcích české strukturní stylistiky (viz výše). Poprvé tak učinil B. Havránek¹⁶⁹ ve stati „Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura“. V Československé vlastivědě z roku 1936 pak v části věnované funkcím spisovného jazyka Havránek pojmenoval i základní funkce novinářského slohu – informovat a přesvědčovat.¹⁷⁰ J. V. Bečka v Úvodu do české stylistiky z roku 1948 v pojednání o funkčních podobách spisovného jazyka zmínil v kontextu praktického jazyka jazyk novinářský. Později Bečka styl novinářský řadil mezi tzv. pragmatické (funkční) styly,¹⁷¹ problematice publicistického stylu, zejména analýzám jazykových prostředků, žánrů a titulků, věnoval v sedmdesátých a osmdesátých letech obsáhlou pozornost v příručkách a skriptech Jazyk a styl novin (1973), Jak psát dobře a správně (1974), Stylistika zpravodajství (1980), Sloh žurnalistiky (1986). O rozlišení psané a mluvené oblasti publicistiky se poprvé v roce 1953 zmínil Fr. Trávníček, zařadil i dílčí oblast popularizační. Mezi základní funkční styly byla oblast publicistická zařazená na základě závěrů liblické konference v roce 1954 (viz výše). O důsledné používání terminologického spojení publicistický styl a jeho vymezení, včetně vymezení základních znaků, mezi něž patří srozumitelnost, přehlednost, rozmanitost, výrazová úspornost, přesnost, přesvědčivost, se zasloužil M. Jelínek.¹⁷² J. Chloupek věnoval pozornost příznakovým jazykovým prostředkům, pojmenoval elementární funkce stylu (uvědomovací, získávací, propagační), ale identifikoval i dílčí funkce, např. specifické informování v oblastech politiky, ekonomiky, výroby, sportu a kultury či informační službu čtenáři v inzerátech, umožňující zejména výměnu zboží, peněz aj.¹⁷³ Významnou funkci působení na adresáta, jeho postoje vymezil a za základní označil A. Stich, zavedl moderní termín funkce persvazivní.¹⁷⁴

Výzkumům v oblasti publicistického stylu (aktualizace, automatizace, obrazné vyjadřování, argumentace aj.) se věnovala řada dalších českých a také slovenských lingvistů. Problematikou žánrů se kromě J. V. Bečky zabýval V. Jisl,¹⁷⁵ slovenští autoři M. Marko, M. Mihal, J. Vereš,¹⁷⁶ kteří zohledňovali komunikační aspekty produkce textů, a K. Štorkán.¹⁷⁷ Novinové titulky analyzovali V. Křístek,¹⁷⁸ E. Macháčková,¹⁷⁹ nejnověji J. Bartošek, který se rovněž zabýval příznakovými jazykovými prostředky, kompozicí komunikátů, jejich úlohou v komunikačním procesu.¹⁸⁰ Titulky a jazyk ve sportovní žurnalistice zpracoval M. Mlčoch.¹⁸¹ Oblastí mluvené publicistiky se zabývali slovenští autoři R. Lesňák, P. Karvašová, M. Marko a J. Mistrík,¹⁸² O. Müllerová,¹⁸³ obsáhle nověji pak J. Bartošek¹⁸⁴ aj.

¹⁶⁹ Havránek 1932, s. 63–84.

¹⁷⁰ Havránek 1936, s. 132.

¹⁷¹ Bečka 1992, s. 33–35.

¹⁷² Jelínek 1953.

¹⁷³ Chloupek 1993, s. 67.

¹⁷⁴ Stich 1992, s. 91–102.

¹⁷⁵ Jisl 1966.

¹⁷⁶ Žurnalistika v tlači, rozhlase a televizi 1968.

¹⁷⁷ Štorkán 1980.

¹⁷⁸ Současné novinové titulky. NŘ, 56, 1973, s. 229–237.

¹⁷⁹ K sémanticko-syntaktické výstavbě novinových titulků. SaS, 46, 1985, s. 215–223.

¹⁸⁰ Bartošek 2001, 2004.

¹⁸¹ Titulek ve sportovní žurnalistice. In: AUPO Facultas Paedagogica, Philologica XIX, Studia Philologica 9, UP, Olomouc 1999, s. 7–22; Funkce a typy titulků ve sportovní žurnalistice. In: Varia VIII, Bratislava 1999, s. 51–58; Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky, FF UP, Olomouc 2002.

¹⁸² Žurnalistika v tlači, rozhlase a televizi 1970.

¹⁸³ Dialog a konflikt. SaS, 52, 1991, s. 247–255; Problémy vedení dialogu v televizi. NŘ, 77, 1994, s. 73–84; Nespisovnost v rozhlasovém vysílání. In: Spisovnost a nespisovnost dnes. Sborník prací PF MU, 133, Brno 1996, s. 204–207.

¹⁸⁴ Bartošek 2001, 2004, dále Ke srozumitelnosti rozhlasových sportovních zpráv. In: Všeobecné a specifické otázky jazykové komunikace, PdF, Banská Bystrica 1991; Syntax přímé rozhlasové sportovní reportáže, Acta Univerzity Palackého, FF, Olomouc 1992,

4.2 KOMUNIKAČNÍ RÁMEC PUBLICISTICKÉ OBLASTI

Průběh komunikace v rámci masových médií má oproti ostatním typům komunikace, interpersonální, skupinové, veřejné (viz výše *Typologie komunikace*, s. 9), specifické postavení, které vyplývá ze základních charakteristik oblasti, ovlivňujících podobu sdělovaných obsahů. Jedná se zejména o původce, podavatele sdělení, recipienty, příjemce – publikum, funkce, prostor, čas, ale také účinky¹⁸⁵ sdělení, typ užitého kanálu. Oblastí se podrobně zabývá teorie masové komunikace.¹⁸⁶ Sdělení sama lze považovat za výsledek pracovního procesu, mají charakter zboží, vykazují proto ve vztahu k mediálnímu trhu směnnou hodnotu, pro příjemce hodnotu užitnou. Jejich výrazným rysem je standardizovaný obsah a forma, omezený vliv individuálních původců (autorů).

4.2.1 *Podavatel, produktor, původce sdělení*

V publicistické oblasti tvoří podavatelé relativně omezenou skupinu jedinců a institucí. Jde buď o profesionální komunikátory zaměstnané zprostředkovateli sdělení,¹⁸⁷ novináře a publicisty, popřípadě o subjekty, kterým mediální organizace umožnila přístup do média, např. politické strany a politiky, zástupce různých institucí, zejména jejich (tiskové) mluvčí, tvůrce reklamy, soukromé osoby prezentující své názory, soukromé inzerenty.¹⁸⁸ Individualita a kreativita původců sdělení zaměstnaných mediální organizací je limitována a usměrňována přímo, např. formou metodických doporučení, nařízení, či nepřímo, např. formou autoregulace v intencích mediální instituce (institucionálního podavatele), přesto může mít jak pozitivní (diverzita obsahové a formální stránky),¹⁸⁹ tak negativní (nekoherence, nesrozumitelnost)¹⁹⁰ vliv na sdělení.

Charakter, typ původce má význam pro rozlišení publicistické a žurnalistické oblasti (viz dále *Terminologické vymezení publicistické oblasti*, s. 52).

4.2.2 *Recipient, příjemce, publikum*

Při vymezení obecného komunikačního rámce jsme nastínili přístupy k charakteristice publika, zmínili jsme čtyři typy, mj. i *publikum kanálu či média*. Takové publikum je založené na zvyku nebo loajalitě k určitému mediálnímu zdroji, je početné a ve své sociokulturní podstatě heterogenní, rozptýlené v čase a prostoru. Pürer¹⁹¹ používá označení publikum disperzní, přičemž zdůrazňuje příslušnost jedinců k různým společenským vrstvám, demografickým skupinám, různou úroveň zkušenostních a vědomostních charakteristik, kompetencí. Jisté prvky homogenity lze u publika identifikovat například ve výběru stejného předmětu zájmu, kterým může být určitý typ komunikovaného obsahu.

s. 77–89; Jazyk psaného a mluveného zpravodajství v českých HSP. In: *Stylistyczne konfrontacje*, Opole 1993, s. 105–112; Mluvní tempo v rozhlasu a televizi. In: *K diferenciaci současného mluveného jazyka*. FF OU, Ostrava 1994, s. 145–153; Tematická a lexikální výstavba přímé rozhlasové reportáže. In: *Acta UP, FF, 66*, Olomouc 1996, s. 105–112.

¹⁸⁵ Pro potřeby našeho materiálu problematiku účinků dále nesledujeme.

¹⁸⁶ Více viz např. Kunczik 1995, McQuail 1999.

¹⁸⁷ Mediální instituci lze vnímat rovněž jako institucionalizovaného původce sdělení.

¹⁸⁸ Mezi profesionální podavatele patří dále v případě elektronických médií např. producenti, baviči, mezi subjekty, kterým byl umožněn přístup do médií, pak mohou patřit dále například umělci.

¹⁸⁹ V kompoziční oblasti užívání náročnějších textových modelů, práce s jazykovými prostředky, aktualizace, nápaditost atd.

¹⁹⁰ Viz příloha č. 20.

¹⁹¹ Pürer 1993, s. 57.

4.2.3 *Vztah podavatel – publikum a vliv na publicistická sdělení*

Vztah mezi podavatelem a příjemcem je dán způsobem zpracování a zprostředkování sdělení, současně povahou média jako společenské organizace a ekonomikou jeho fungování. Většina sdělení publicistické provenience není adresována konkrétnímu příjemci a mezi původcem a příjemcem existuje fyzická vzdálenost, jde navíc ze sociálního hlediska o asymetrický vztah, neboť podavatel má větší společenskou prestiž, moc, zdroje, zkušenost, znalosti a autoritu.¹⁹²

4.2.3.1 **Ohled na charakter publika**

Za prvek homogenity lze považovat to, jakým způsobem na publikum nahlíží a přistupuje k němu mediální instituce. Jednotlivá média totiž na základě výstupů sociologických a marketingových analýz mediálního publika, která jsou případně doplněna o vlastní zpětnou vazbu (př. zdůvodnění zavedení suplementu MFD *Kavárna* – viz zde dále) či pouhé vlastní předpoklady (př. metodiky volby a podání jednotlivých témat v interním materiálu MFD),¹⁹³ modelují charakteristiku vlastního publika¹⁹⁴ a této charakteristice následně přizpůsobují podobu média.

Snaha odhadnout zájmy, vkus, předpoklady, očekávání příjemců a její aplikace v rovině struktury média, obsahu a jeho prezentace má opodstatnění v ekonomické rovině (v oblasti prodeje periodika či reklamního prostoru, času). Existenci a výčet základních kritérií pro segmentaci konzumentů žurnalistických produktů, ze kterých vycházejí pro své potřeby žurnalisté a zadavatelé reklamy, zmiňuje J. Bartošek. Uvádí kritéria věku (dětí, mládež, dospělí, senioři); pohlaví (ženy, muži, vč. minorit v oblasti sexuální orientace); vzdělání (jednotlivé úrovně vzdělání, negramotní); profese; majetku, příjmů, životního standardu a stylu; bydliště (města – venkov, územně); zájmů; etnokulturní a náboženské charakteristiky; politické orientace.¹⁹⁵

Podle zaměření na publikum jsou tak rozlišována média všeobecná; zájmová, např. literární, sportovní, zábavní, inzertní aj.; odborná, v jejich rámci pak vědecká, popularizační či výchovná; stavovská, např. lékařská, finanční aj.; okrajové postavení v současné době mají politická média.

Postavení všeobecných periodik je specifické, spočívá v širokém tematickém záběru života společnosti,¹⁹⁶ proto je v jejich případě charakter publika velice obtížně specifikovatelný.¹⁹⁷ Na základě rozlišení vyšší či nižší sociokulturní úrovně¹⁹⁸ a očekávání vyšší či nízké kulturní hodnoty sdělení se všeobecná periodika dělí na seriózní a bulvární.

Ohled na náročného příjemce u všeobecného periodika, který se projevuje mj. i řazením textů, které jsou náročné na percepci (např. analýz, odborných recenzí aj.) lze doložit na příkladu upoutávky z doby vzniku suplementu MFD s názvem *Kavárna* dne 10. 6. 2004, s. A/2, dále pak na editoriale J. Chuchmy v jeho prvním vydání 12. 6. 2004, E/3:

¹⁹² Oslabení asymetrie je možné dosáhnout rozmanitostí médií a lepším přístupem k nim.

¹⁹³ „Čtenář nemá čas ani znalosti, aby přemýšlel, co události znamenají a jak se podle nich zařídít...“, instruktážní materiál MFD 2001.

¹⁹⁴ Současně publikum v rámci svého působení přizpůsobují svým představám, tzv. jej homogenizují.

¹⁹⁵ Uvedeno je původně deset znaků. Bartošek 1997, s. 87.

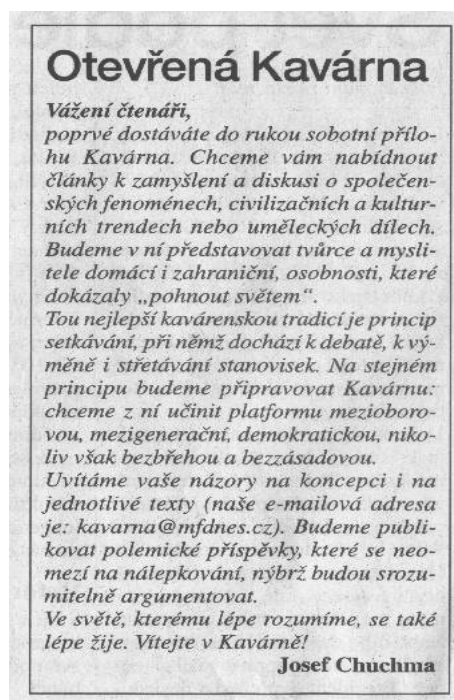
¹⁹⁶ J. Bartošek vyjmenovává při své charakteristice zpravodajství celou řadu témat: „Zpravodajství má přinášet... informace ze všech sfér sociálního, politického, výrobního, obchodního, finančního, kulturního a sportovního dění, z vědy, výchovy a vzdělávání, z veřejné správy, ze zdravotnictví, ze společnosti i z přírody. Mají to být informace z domova i ze zahraničí, z center i z okrajových nebo menších měst a z venkova. Choulostivá jsou témata ze soukromí občanů, o nešlech a nemocech, které je potkávají, o obětech katastrof a haváriích..., o zločincích a extrémistech...“ Bartošek 2004, s. 5.

¹⁹⁷ Pomineme-li např. obtížně doložitelné úvahy o preferování určitých segmentů politického spektra.

¹⁹⁸ Orientace na publikum s nižším vzděláním a nižším příjmem. Srov. McQuail 1999, s. 36.



Upoutávka na nově vznikající suplement MFD s názvem Kavárna dne 10. 6. 2004, s. A/2



Editorial J. Chuchmy v prvním vydání Kavárny 12. 6. 2004, s. E/3

4.2.3.2 Komeracionalizace

Dnešní média, která nejsou primárně považována za bulvární, rysy bulvarizace vykazují. Jde o důsledek komeracionalizace mediální oblasti. McQuail hovoří zejména o tištěných médiích,¹⁹⁹ platí to však i pro oblast médií elektronických a multimédií. Označení komerční je dáno zájmem o tvorbu zisku na straně vlastníků, jejich závislosti na zadavateli reklamy. Pro tato média je důležitá přízeň příjemců sdělení, publika, kterému se snaží maximálně vycházet vstříc. Výsledkem je průnik odlehčených témat či témat zřetelně bulvárních, působících na city a pudy (zločin, násilí, skandály, sex atd.), růst podílu zábavní složky, grafická podoba. Zpracování je méně náročné na percepci, příkladem je zpracování informace v podobě příběhu jedince, tzv. human interest story (viz dále Porušení zpravodajské normy – průnik publicistiky do zpravodajství, s. 65). Se snahou vyjít vstříc co nejširšímu spektru konzumentů a jejich zájmů souvisí i bohatá strukturace obsahu periodik na řadu suplementů.²⁰⁰

4.2.4 Zpětná vazba

Mediální organizace má, jak bylo konstatováno, z ekonomických důvodů značný zájem na poznání efektů mediálních obsahů. Prostředkem k jejich zjištění je zpětná vazba, kterou lze nahlížet dvojím způsoby.

¹⁹⁹ McQuail 1999, s. 36.

²⁰⁰ Mladá fronta Dnes v současnosti kromě denní periodicity celostátního kmene novin (sešitu A), ekonomické (sešit B, s výjimkou soboty), regionální zpravodajsko-publicistické (sešit C) a sportovní (sešit D, v pondělí sešit C) přílohy obsahuje řadu příloh s delší, nejdelší týdenní periodicitou: úterý – Peníze, Zaměstnání; středa – Auto moto, Dům a byt, Reality; čtvrtek – Zaměstnání; pátek – Zdraví, Test; sobota – Kultura, Víkend, Kavárna (od 12. 6. 2004). Počet, název a rozsah příloh se může situačně měnit, fakultativně jsou řazeny mimořádné přílohy (Léto, SuperStar, v době konání fotbalového mistrovství Evropy Euro 2004 v červnu byla denně řazena příloha s obměňujícím se názvem Fotbal, Sport, Euro 2004). Zařazovány jsou i pravidelné strany Společnost, Zajímavosti, servisní strany, kde jsou televizní programy, filmové tipy, předpovědi počasí aj. Zdroj: MFD za měsíc červen 2004.

sobem. Jednak podle oblasti mediální reality, kterou postihuje, jednak podle toho, zda ze strany příjemce jde o zpětnou vazbu (i vyžádanou) aktivní, přímou,²⁰¹ nebo pasivní, zprostředkovanou institucionálními výzkumy.

Podle oblasti mediální reality, které se reakce týká, rozlišujeme:

- a) Reakce na dříve publikovaná sdělení v rámci tzv. tematického diskurzu, popřípadě vyžádanou odezvu publika.²⁰² Tato struktura zpětné vazby je aktivní, bývá realizována bez větší časové prodlevy a je zveřejňována v médiu, stává se mediálním sdělením.
- b) Druhý typ má pasivní charakter a vykazuje delší časovou prodlevu. Týká se vnímání periodika jako celku, jeho úrovně, obsahu atp., je realizován prostřednictvím institucionálních sociologických masmediálních výzkumů (zjišťovaná bývá např. sledovanost či čtenost, názor na kvalitu obsahu, obliba média ve srovnání, obliba jednotlivých typů sdělení, penetrace aj.), určen je majitelům médií, zadavatelům reklamy. Marginální význam pro svou nereprezentativnost mají v rámci tohoto přímá vyjádření příjemců sdělení, přičemž, stejně jako v případě předchozího aktivního typu, bývají v médiu zveřejňována.²⁰³

Mezi typ zpětné vazby lze zařadit i pokles či zvýšení zájmu publika o médium.

4.2.5 *Funkce*

Každý realizovaný akt mediální komunikace je vždy produkován s konkrétním (metajazykově pojmenovatelným) cílem, který formuje za spolupůsobení dalších faktorů mediálního rámce jeho výslednou podobu. Při pojmenování funkcí na všech úrovních (tedy i v rovině jazykového zpracování sdělení) jde vždy o abstrakci cílů množin sdělení, komunikátů, které vykazují shodné charakteristiky zamýšleného dopadu na příjemce.

Pojmoslovným a terminologickým zdrojem teorie masové komunikace, umožňujícím popsat fungování médií ve společenském kontextu, je funkcionalistická teorie.^{204, 205} McQuail uvádí v intencích strukturně-funcionalistického přístupu pět základních funkcí médií ve společnosti:²⁰⁶

- Informování, jehož úlohou je poskytování informací o událostech a podmínkách ve společnosti a ve světě; naznačování mocenských vztahů; podpora inovací a pokroku, usnadňování adaptace.
- Korelace, jejíž úlohou je vysvětlování, vykládání a komentování významů událostí a informací, poskytování podpory společenským autoritám a normám; socializace; koordinace izolovaných činností; vytváření konsenzu; nastolování posloupnosti priorit a reprodukce mocenské struktury.²⁰⁷
- Kontinuita, jejíž úlohou je přenášení dominující kultury a objevování subkultur a nových trendů v kulturním vývoji; prosazování a udržování všeobecné přijatelnosti hodnot.
- Zábava, která představuje zdroj pobavení, obveselení a rozptýlení, prostředek uvolnění, její úlohou je oslabování sociálního napětí.
- Získávání, jejíž úlohou je agitování pro společenské cíle ve sféře politiky, války, ekonomického vývoje, práce či i náboženství.²⁰⁸

²⁰¹ Realizovanou formou dopisu, e-mailu, sms, telefonátu.

²⁰² Do této kategorie lze řadit různé ankety, ale rovněž soutěže, kvízy (vice – viz technické typy médií).

²⁰³ Média těchto sdělení využívají k sebe prezentaci, případně zdůvodňování probíhajících změn ve struktuře a jiných oblastech.

²⁰⁴ Funkcionalistická teorie v mnoha ohledech jiným teoretickým konceptům nevyhovuje, například pro své konzervativní vnímání médií jako prostředků udržujících společnost ve stávajícím stavu, ne jako zdroje zásadních společenských změn.

²⁰⁵ Srov. Pürer 1993, s. 145–149.

²⁰⁶ McQuail 1999, s. 101–102.

²⁰⁷ Média interpretují podobu stávající mocenské struktury; mocenské vztahy a vztahy nadřazenosti či podřazenosti v rámci sociální struktury.

²⁰⁸ McQuail 1999, s. 103.

Základním funkcím konstruovaným obecně v oblasti médií pak odpovídá struktura funkcí jednotlivých dílčích publicistických oblastí, jež jsou zjišťovány v množinách komunikátů vymezených na základě identického sdělného cíle. V případě našeho pojetí publicistické oblasti a sdělení do jejího rámce náležejících představuje funkce základní kritérium náhledu. Upozornit je nutné v souvislosti s mediálními funkcemi na skutečnost, že jednotlivé funkce se mohou ve všech rovinách masové komunikace navzájem překrývat či doplňovat, platí, že totéž sdělení může sloužit více než jedné funkci. Určitý problém představuje z pohledu teorie masové komunikace zúžené vymezení informativní funkce publicistiky jako neformativní (viz dále *Dílčí oblast zpravodajská – informační*, s. 57).

4.2.6 *Další aspekty komunikačního rámce publicistické oblasti*

4.2.6.1 Typ kanálu – forma a typ zvoleného kódu, čas a prostor

Důležitým aspektem ovlivňujícím výslednou podobu, charakter médií a produkovaných sdělení je technická charakteristika kanálu, limitující je typ zvoleného kódu (dominantní jazykový, případně kombinovaný s nonverbálními prvky, symboly, ikonami) a jeho forma (psanost – mluvenost). Značný význam pro charakter média a jím zprostředkovaných sdělení mají kromě ostatních dříve zmíněných složek mediálního rámce také časové a prostorové faktory, které souvisí s typem kanálu.

Rozlišovány jsou tři základní typologické skupiny médií – tištěná média, audiovizuální (někdy nepřilíš přesně označovaná jako elektronická) média a multimédia.

4.2.6.2 Tištěná média

Tištěná média působí na definované ploše, v rámci daného počtu stran textu, používají psanou formu jazykového kódu,²⁰⁹ doplněnou o fotografie, kresby, tabulky, grafy, schémata. Psanost vyžaduje specifickou práci s grafickými prostředky²¹⁰ na úrovni celého periodika, ovšem rovněž na úrovni jednotlivých textů, snahou je dosáhnout přehlednosti, zaujmout, upoutat pozornost (sloupce, sazba, barva, řazení stran a rubrik, fotografií, kreseb atd.). Po jazykové stránce mají sdělení charakter připravených textů, dominantně bez zásadních improvizací, což je dáno technologií produkce (sdělení – korekce – tisk).

Z hlediska časového je přítomna prodleva mezi produkcí (autor však může být limitován technologií výroby periodika) a percepcí. Na straně příjemce nevyplývají z charakteru komunikačního rámce zásadní faktory omezující časovou plochu percepcie (výjimkou mohou být faktory situační), čemuž odpovídá podoba sdělení, jejich délka, prostorová (plošná) segmentace.

V mediální praxi psaných periodik bývá zohledněno místo pobytu příjemce. Příkladem je MFD, která produkuje regionální mutace (sešit C). Užitá technologie zpracování a tisku však umožňuje i regionální modifikaci celostátního kmene novin, sešitu A. Ve vydání ze dne 10. 7. 2004, kdy text na s. A/1 celostátního kmene novin věnovaný demografickým problémům obcí v České republice byl doplněn o tabulku (nekohezní sdělení) zachycující stav na střední Moravě. V sešitu C (Střední Morava), s. 3 pak je hypertéma zpracováno pro příjemce ze středomoravského regionu ve třech publicistických článcích.²¹¹ Analogicky článek „Směnárny jsou levnější než banky“, který informuje o výsledcích srovnání jednotlivých směnárén na území České republiky ze dne 13. 7. 2004, s. A/1 (téma je dále obsáhle, komplexně zpracováno v příloze Peníze ze dne 13. 7. 2004, příloha č. 17), je doplněn o tabulku informující o množství peněz nutných k výměně 100 Eur ve čtyřech směnárnách na střední Moravě, přičemž odkazuje na text v sešitě C (s. 3).

²⁰⁹ Více viz – *Dílčí oblast zpravodajská – informační*, platí však obecně.

²¹⁰ Grafickým řešením masmédií, grafickou úpravou, sazbou, tiskem, se zabývá speciální obor typografie.

²¹¹ Zastřešující titulek: „V obcích na periferii ubývá lidí“, podtitulek (perex) rozsáhlého základního úvahového textu: „V pěti obcích kraje už nežije ani desetina mladých do čtrnácti let. Loni se děti narodilo více“; rubrika Jak to vidí s vyjádřením hejtmána kraje: „Rozšíření populace má podpořit stát“; referát: „Mutkov drží nad vodou důchodci a chalupáři“; doplněno o nekohezním způsobem zpracované statistické informace ve dvou tabulkách.

Desítkám vesnic hrozí vymření, nemají děti

Těchobuz (lep, rl) - Pokud se něco nezmění, desítky vesnic postupně vymřou a zbudou v nich prázdné domy. V řadě obcí totiž žije buď jen jedno dítě, nebo dokonce žádné a nové mladé rodiny se tam nestěhují. Nejhorší je to na jižní Moravě, na Vysočině či na Plzeňsku.

V těchto krajích je nejvíc obcí, které mají méně než desetinu dětí. Což je podle demografů kritická hranice. Hrozí jim, že do padesátí let zaniknou. Nebo se z nich v lepším případě stanou „víkendové dědiny“, kam lidé jezdí jen na chalupu nebo na prázdniny. Tento osud už potkal

Vymírající obce na střední Moravě		
Číslo znamená procento dětí do 14 let v obci		
Radkova Lhota	8,04	(Přerovsko)
Viceměřice	8,08	(Prostějovsko)
Mutkov	8,89	(Šternbersko)
Slégtov	9,09	(Šumpersko)
Mostkovice	9,60	(Prostějovsko)

Zdroj: Český statistický úřad

třeba Boňkov na Hranicku nebo Těchobuz na Pelhřimovsku.

„Tady je dvaapadesát čísel a z toho sedmadvacet patří chalupářům,“ říká jeden z těchobuzských obyvatel, Věslav Kotál.

Vymírání obcí má jeden hlavní důvod, od kterého se všechno odvíjí: všude je příliš daleko. Za prací, do školy, za zábavou i na nákupy. Autobus do zapadlých míst jezdí často jen dvakrát denně.

Starostové proto vymýšlejí způsoby, jak obcím zajistit víc dětí. V Těchobuzi tak právě schválili desetiitisícový příspěvek každé rodině, které se narodí dítě. A sám starosta jde příkladem. „Letos čekám narození potomka, takže situace bude zase o něco lepší,“ říká Pavel Hájek.

Naopak na Karlovarsku, v Praze a v Moravskoslezském kraji podobné potíže nemají. I v obci, která tu má nejméně dětí, jich totiž žije téměř třetina z celkového počtu obyvatel.

(Viz **Malé obce...** str. A4)

O vymírajících vsích ve vašem kraji čtěte v sešitu C

Zmínit lze i specifický způsob spolupráce s publikem při naplnění obsahu periodika (1. typ zpětné vazby - viz výše), příkladem mohou být vyžádané ankety. Jde o způsob práce, který je z hlediska časové realizace poměrně náročný, a proto není častý. Dokladem využití je ukázka žádosti o odpovědi na anketu MFD z 18. 4. 2004 (příloha č. 20, text č. 5), jejichž redakční zpracování se stalo základem tematického komplexu dne 26. 4. 2004, strany C/1 a C/2:

Budoucnost střední Moravy

Velká čtenářská anketa MF DNES:

Co by se mělo v našem kraji zlepšit?

A) Jaké jsou podle Vašeho názoru největší problémy kraje?
Zaškrtněte tři nejzávažnější potíže, případně doplňte další, který Vás trápí

☐ malá bezpečnost lidí v ulicích měst
 ☐ vysoké ceny v obchodech

☐ vykrádání domů a bytů
 ☐ špatné silnice a nedostatečné dopravní spojení

☐ krádeže a vykrádání aut
 ☐ nemožnost sehnat dobré a levné bydlení

☐ málo pracovních příležitostí
 ☐ špatní úředníci na radnicích a korupce

☐ špína v ulicích měst
 ☐ jiné:

B) Představte si, že jste se stal(a) hejtnanem. Co byste změnil(a)?

C) Co se Vám na životě v kraji líbí?

D) Jaké místo v kraji máte nejraději?

Chcete-li soutěžit o CD přehrávač, cestovní tašku, batoh a další ceny, vyplňte jméno a adresu (nebo telefon). Anketní listek pošlete nebo přineste do patky 26. 3. na adresu MF DNES, 8. května 16, 771 11 Olomouc, tel.: 583 808 413, fax: 583 808 444, e-mail: obchodni@mf.dnes.cz.

Jméno _____

Adresa (telefon) _____

Vyhraďte s MF DNES

CD přehrávač

či batoh

Žádost o odpovědi na anketu MFD dne 18. 4. 2004, s. C/4 .

4.2.6.3 Audiovizuální média

Média této oblasti lze rozdělit na audiální, která používají zvukové formy kódu, a audiovizuální, která užívají kombinace zvukové, obrazové a textové formy; oba typy uplatňují vědomě nonverbální prostředky.²¹²

Důležitým aspektem je průběh sdělení v reálném čase, což klade nároky na podavatele, jeho kompetence a osobní vlastnosti.²¹³ Na straně příjemce pak existují, pomineme-li možnost záznamu či uložení v přístupném archivu původce, specifické podmínky percepce, které spočívají v jednorázovém charakteru těchto sdělení, nemožnosti vracet se k obsahu.

²¹² Srov. Sprache in Zeitung, Radio und Fernsehen, Pürer 1993, 127–131. Dále srov. Früh 1980.

²¹³ Zde lze rozlišovat mezi autorem a podavatelem, neboť nemusí být shodní.

Oproti tištěným médiím v případě audiálních médií působí výrazně faktory, jakými jsou denní doba, nebezpečí šumů a poruch při přenosu sdělení, různá motivovanost příjemců k percepci atd. Jde o soubor faktorů, který klade značné požadavky na promyšlenou strukturu sdělení (programové schéma), výstavbu, kompozici sdělení (např. užívání tzv. zprávy s měkkým začátkem), délku.

U audiovizuálních médií dále přistupuje nutnost promyšleného zapojení a využití psaných a vizuálních segmentů sdělení, jiné vzorce chování příjemců spojené s technickou charakteristikou média, situací, časem, motivovaností při percepci.

Na rozdíl od tištěných médií audiovizuální média vykazují aktivnější a pravidelnou práci s publikem, příkladem mohou být rozhlasové stanice, v jejichž případě kontakt s příjemci je základem či podstatnou součástí některých pořadů (hlasování v oblasti populární hudby, soutěže po telefonu, přání, vzkazy, kvízy aj.).

4.2.6.4 Multimédia

Multimédia představují specifický typ médií, kam náleží zejména internet a teletext.²¹⁴ Poskytují publicistické obsahy prostřednictvím digitalizovaných textů, grafiky, kreseb, zvukem, nepohyblivým, pohyblivým obrazem, zejména pak kombinací všech těchto způsobů.

Příjemce není závislý oproti rozhlasovému a televiznímu vysílání na jejich jednorázovém průběhu. Jde o média, která umožňují kromě kombinace forem užitého kódu také ve své podstatě nepřetržitou tvorbu, okamžitou distribuci na straně původce a příjem na straně příjemce.

Vzhledem k interaktivitě (netýká se teletextu) zde existuje bezprostřední zpětná vazba, a to jak aktivní, tj. reakce na obsahy sdělení v rámci tematického diskurzu, tak pasivní v podobě sledování čtenosti textů, návštěvnosti stránek, prohlédnutých reklamních sdělení atd.

Tento typ médií má však jak na straně původce, tak i příjemce limity technického charakteru, kam náleží nároky na vybavení (hardwarové a softwarové), požadavky na kompetence, uživatelskou gramotnost. Vážným limitem v případě publika je velké množství informací, které tato média zprostředkovávají.

Multimédia představují silně konkurenční prostředí, což je dáno velkým množstvím existujících internetových periodik (a jiných multimediálních produktů), jejich snadným vyhledáváním.

Oblast multimédií v současnosti zažívá rozvoj, za specifický typ médií tohoto okruhu, tzv. nových médií,²¹⁵ lze považovat digitální vysílání, umožňující přístup k širokému spektru televizních a rozhlasových stanic, případně umožňující i aktivní přístup k obrazovému sdělení, programové nabídce atd.²¹⁶

4.3 PUBLICISTICKÁ OBLAST – UPLATNĚNÍ KRITÉRIA FUNKCE

Kritériem identifikace a základem popisu jednotlivých stylových oblastí, tedy i oblasti publicistické, se v hlavním proudu české a slovenské stylistiky stal pragmatický aspekt elementárních komunikačních funkcí, které oblast naplňuje. Konkretizace funkce a zohlednění proměnných nepragmatických charakteristik komunikačního rámce ovlivňujících výslednou podobu komunikátů – strukturu výstavby, volbu prostředků jednotlivých jazykových rovin a prostředků nejazykových – jsou využívány pro členění publicistické oblasti

²¹⁴ J. Bartošek hovoří i o videotextu, interaktivním komunikačním systému, „jenž umožňuje uživatelům posílat a přijímat data z počítačů nebo od ostatních uživatelů videotextu prostřednictvím terminálu zobrazovat text a obrazy“, přičemž uvádí nejčastější použití ve finančním, burzovním, sportovním a klimatickém zpravodajství. Bartošek 1997, s. 27.

²¹⁵ Pürer do kategorie tzv. nových médií řadí kabelové a satelitní televizní a rozhlasové stanice, teletext, užití výpočetní techniky. Pürer 1993, s. 48.

²¹⁶ Příkladem může být vlastní volba z několika nabízených záběrů stejné situace sportovního zápasu, volba času sledování konkrétního pořadu, případně výběr a interaktivní objednání programu, který je mediální organizací následně dodán prostřednictvím internetového či satelitního spojení.

na oblasti dílčí. Lingvistika veškeré objektivní aspekty komunikačního rámce sleduje a popisuje v oblasti tzv. slohotvorných činitelů.²¹⁷

J. V. Bečka publicistický styl řadí přímo mezi specifické styly pragmatické a charakterizuje jej jako „styl masových sdělovacích prostředků s funkcí dokumentárně informativní a s funkcí občanský a politický výchovnou, formativní (publicistickou v užším smyslu)“.²¹⁸ Dle M. Čechové a kol. publicistický styl „představuje zobecněné a nadřazené označení pro všechny žurnalistické texty (verbální komunikáty), které vedle své funkce informativní (zpravovací, sdělné, komunikační) plní ještě funkci persvazivní, působící, ovlivňovací“.²¹⁹ J. Chloupek publicistický styl charakterizuje jako zobecnělé a nadřazené označení pro „všechny typy jazykových projevů (verbálních komunikátů), které vedle své funkce sdělné, informativní, komunikativní plní ještě funkci ovlivňovací, přesvědčovací a získávací“. Upozorňuje na široké spektrum komunikátů, které do něj lze začlenit. Jde o informující novinové zprávy s prostou funkcí sdělnou, útvary informačně analytické s funkcí komunikativní a současně získávací a ovlivňovací, objektivní výkladové pasáže komentující a objektivizované úvahy.²²⁰

4.3.1 Terminologický exkurs

4.3.1.1 Terminologická nejednotnost, nevhodné synonymie základních pojmů

V lingvistických i nelingvistických teoretických pracích se projevuje různé a nejednotné užívání lexikálních jednotek publicistika, žurnalistika a spojení styl publicistický, žurnalistický, novinářský.

S označením publicistický styl se lze setkat tradičně od počátků výzkumů v oblasti (Havránek, Jedlička aj.), spojení terminologizovalo v padesátých letech 20. století (viz výše závěry liblické konference). Řada autorů však používá v této souvislosti synonymně sousloví žurnalistický styl, příkladem je J. Mistřík, byt upozorňuje na potřebu budoucí diferenciaci a chápání publicistiky oproti žurnalistice jako termínu se širším významem.²²¹ J. V. Bečka vztahuje pojmenování žurnalistika, žurnalistický pouze na komunikáty psané, publicistický styl považuje za nadřazený pojem, který zahrnuje žurnalistiku (denní tisk), publicistický tisk periodický (žurnalistiku v širším smyslu) a publicistiku mluvenou ve speciálních pořadech rozhlasu a televize (televizní, rozhlasové zpravodajství, dokumentaristika, publicistika).²²² J. Chloupek a kol. ztotožňuje styl textů psané publicistiky se stylem novinářským nebo žurnalistickým, tedy se stylem textů periodického tisku.²²³ H. Srpová rezervuje označení publicistický styl pro psané i mluvené komunikáty v prostředcích masové komunikace s funkcí persvazivní nebo informativní.²²⁴ M. Čechová a kol. upozorňuje na problém terminologické nejednotnosti, neřeší jej však, pouze nadřazuje žurnalistiku zpravodajství a publicistice. Všechny tři pojmy pak „představují především veřejnou činnost spojenou s mezilidskou mediální komunikací, při níž dochází k informování o aktuálních společenských a politických událostech a k jejich komentování“, dále upozorňuje na různá chápání pojmů.²²⁵

Pro doplnění lze zmínit i přístupy vědců mimo lingvistickou obec, kteří se problematikou novinářské oblasti, žurnalistiky zabývají. Terminologický slovník žurnalistiky jednotku žurnalistika považuje za synonymní k novinářství; nepoužívá lingvistické označení publicistický styl, publicistiku chápe jako analyzující

²¹⁷ Ráz, situace (v užším smyslu vztahujícím se k textu), charakter adresáta, míra připravenosti, forma užitého kódu, téma se formativně uplatňují při produkci textu.

²¹⁸ Bečka 1992, s. 33.

²¹⁹ Čechová 2003, s. 207.

²²⁰ Chloupek 1991, s. 201–202; Chloupek 1993, s. 61–71.

²²¹ Jako příklady nesprávného ztotožnění uvádí nežurnalistické texty v tisku, např. inzeráty či programy kin, divadel, rozhlasu a televize (administrativní styl), romány na pokračování (styl umělecký), naučné a odborné komunikáty (odborný styl) aj. Mistřík 1985, s. 459.

²²² Uvádí, že se v zásadě neliší od psané publicistiky, ale upozorňuje na formy, v nichž se více užívá možností mluvené řeči a obrazu. Bečka 1992, s. 33.

²²³ Chloupek 1991, s. 201.

²²⁴ Srpová 1998, s. 14.

²²⁵ Čechová 2003, s. 206.

a hodnotící součást žurnalistiky (čili v rozsahu dílčí stylové oblasti publicistické – viz dále).²²⁶ Encyklopedie praktické žurnalistiky upozorňuje na dva možné výklady pojmu publicistika. V širším pojetí jím rozumí označení žurnalistické tvorby i části žurnalistické produkce, činnost zaměřenou k veřejnosti, určenou ke zveřejnění; v užším pojetí je vymezení publicistiky identické s lingvisticky vyčleňovanou dílčí stylovou oblastí publicistickou.²²⁷

4.3.1.2 Vymezení základních pojmů

Nejednotné užívání výše uvedených lexikálních jednotek, jejich různou sémantiku, máme za nevyhovující. Vzhledem ke skutečnosti, že jde o předmět zájmu této práce, za nezbytné považujeme přesné a jednoznačné, terminologické vymezení. Rozhodující pro nás je funkce textů, její konkretizace v komunikačním kontextu; v oblasti komunikačního rámce ohled na původce sdělení a kanál.²²⁸

4.3.1.2.1 Publicistický styl

Publicistický styl zahrnuje veškerá sdělení produkovaná širokou množinou původců – novináři, státními orgány, politiky, stranami, sdruženími, výrobními podniky, občany aj., která jsou určena veřejnosti, širokému (heterogennímu, disperznímu), popřípadě určitým způsobem na základě zájmů, názorů atd. vymezenému publiku. Jejich cílem je informovat o společenském dění (funkce informativní), dále pak přesvědčovat, ovlivňovat (v intencích persvazivního působení na názory a postoje),²²⁹ motivovat, získávat (v širším chápání funkce získávací, navazující na persvazivní působení), edukovat, bavit, případně esteticky naplňovat.

Nejčastěji jsou tato sdělení zprostředkována prostředky masového sdělování (médií), ovšem také formou např. nezprostředkovaného kontaktu s publikem v rámci veřejných vystoupení. Do rámce takto pojatého publicistického stylu náleží zřetelně komunikáty, které nejsou primárně žurnalistické, byť mohou být žurnalisty dále zpracovány, či v médiích pouze zveřejněny, např. komuniké, oznámení, řádková inzerce, diskuse v základním chápání žánru,²³⁰ projevy, proslovy, řeči aj. V rámci široce chápané publicistiky sem lze zahrnout i reklamní sdělení, která ovšem v užším vymezení oblasti bývají vyčleňována a tvoří specifickou oblast reklamy.

4.3.1.2.2 Žurnalistický styl

Pojem žurnalistický styl představuje podmnožinu sdělení náležejících do publicistické oblasti, jedná se o hyponymum k pojmu styl publicistický. Náležitost k žurnalistickému stylu je dána původcem a užitým kanálem. Jde o texty produkované žurnalisty či publicisty, zveřejněné prostřednictvím masových sdělovacích prostředků a určené širokému publiku, jejich cíle vycházejí z cílů publicistického stylu.

4.3.1.2.3 Publicistika

Jednoslovné označení publicistika je pak vhodné rezervovat jako neterminologické označení dílčí stylové oblasti publicistické, která je vymežitelná na základě konkretizace komunikační funkce (viz zde dále).

²²⁶ Terminologický slovník žurnalistiky 1989, s. 164, 258.

²²⁷ Encyklopedie praktické žurnalistiky 1999, s. 146.

²²⁸ Médium zde nehraje roli.

²²⁹ A. Stich 1992, s. 91–102.

²³⁰ Diskusí se v materiálu jakožto mluveným komunikátem zabývat nebudeme. Rozumíme jí dialogickou interakci dvou a více jedinců, jejímž zřetelným cílem není pouhá konfrontace názorů, nýbrž dosažení (na základě fundované argumentace) shody o diskutovaných problémech, výstupem může být i konstatování nemožnosti shody. Rozlišovány bývají základní typy: veřejná řízená, řetězová, skupinová, komentářová, pódiová, panelová diskuse. V publicistické oblasti užívané typy, zejména komentářové, pódiové, panelové diskuse, mají současně charakter veřejné řízené diskuse.

4.4 PRAGMATICKÉ A NEPRAGMATICKÉ ASPEKTY PUBLICISTICKÉ OBLASTI

4.4.1 *Aspekt pragmatický*

Při použití komunikačního pragmatického hlediska lze v rámci možných komunikátů publicistické oblasti diferencovat na základě identifikace základních sdělných cílů a jejich kombinací jednotlivé dílčí oblasti. Za elementární rozdělení, jež užívá lingvistika, považujeme segmentaci na dílčí oblast:

- zpravodajskou, která představuje zpředmětnění informativní funkce;
- publicistickou (v užším smyslu slova), která představuje zpředmětnění široké persvazivní a získávací funkce, ovšem za spolupůsobení funkce informativní;
- beletrizující, u níž je uváděno propojení funkce persvazivní a estetické.²³¹

Beletrizující oblast neuvádějí všichni autoři, například J. V. Bečka provádí typizaci pouze na skupiny útvarů informačních a úvahových,²³² odpovídající oblastem zpravodajské a publicistické (v užším smyslu slova). Stávající chápání beletrizující oblasti máme za rozporuplné, proto budeme užívat označení oblast syžetová, přičemž přistoupíme k redefinici (viz dále).

Jako nezbytná se nám jeví podrobnější segmentace dílčí oblasti publicistické (v užším smyslu slova), a to na základě identifikace dalších funkcí (zábavní, edukační, motivační), které jsou pro oblast charakteristické a korelují s funkcemi uváděnými teorií masové komunikace.

4.4.2 *Aspekty nepragmatické*

Ve formě proměnných, které ovlivňují zejména výslednou jazykovou podobu komunikátu, je nezbytné zohlednit kritéria nepragmatická, která vycházejí z parametrů konkrétního komunikačního rámce (typ publika, médium, kanál atd. – viz výše Komunikační rámec publicistické oblasti, s. 44). V oblasti lingvistiky jsou nepragmatické aspekty²³³ doplněny o zásady plynoucí z fungování použitého (jazykového) kódu a jeho formy, v intencích funkcí sdělení ovlivňují a modifikují jazykové ztvárnění. Jako základní nepragmatické kritérium segmentace publicistické oblasti je využíváno kritérium psanosti či mluvenosti. Pro potřeby následné diferenciací a charakteristiky dílčích oblastí lze použít kritéria připravenosti – nepřípravenosti komunikátů, monologičnosti – dialogičnosti, přímého kontaktu – nepřímého kontaktu, veřejnosti – neveřejnosti atd.²³⁴

4.4.2.1 **Komunikáty mluvené**

Mluvené komunikáty publicistické oblasti,²³⁵ nejde-li o přímé, situační zprostředkování nepřípravených promluv či dialogů, mají charakter sdělení dominantně přípravených, primárně psaných, v nichž je přítomna i záměrná, pragmatická stylizace, projevující se přepínáním kódu,²³⁶ např. užívání obecné češtiny, slangismů aj. Na výslednou podobu sdělení má vliv, jaký výslovnostní styl je volen (a vyžadován), a to v rozpětí vyšší – střední – nižší,²³⁷ čemuž odpovídá míra dodržení ortoepické a ortofonické normy.

²³¹ Srov. Chloupek 1991, s. 218 an.; Čechová 2003, s. 224 an.

²³² Bečka 1986, s. 86 an. Srov. Bečka 1980; Weiser 1968.

²³³ Tzv. slohotvorní činitelé.

²³⁴ K tématu: Chloupek 1991, s. 69–70; Bečka 1992, s. 23–30; Čechová 2003, s. 234–237; Bartošek 1997, s. 51–61; 2001, s. 12, 20–22.

²³⁵ Rozhlasové či televizní zpravodajství a publicistika, moderátorské a tematicky zaměřené publicistické formáty.

²³⁶ Příkladem může být snaha komerčních rozhlasových stanic přiblížit se cílové skupině.

²³⁷ Vyšší u hlasatelů, moderátorů hlavních televizních zpravodajských relací, střední u televizních zpravodajů, nižší např. u moderátorů soukromých rozhlasových stanic.

Míra připravenosti ovšem může být různá,²³⁸ a to v rozpětí od plně připravené promluvy např. moderátora zpravodajství po méně připravené, mnohdy i situační, nepřipravené, improvizované aktuální vstupy redaktorů či odlehčující repliky dvojic moderátorů v televizním studiu. Nepříliš častý je výskyt textů monotónně čtených, jde o profesní nedostatečnost. S připraveností sdělení souvisí přítomnost řady stylových nedostatečností či chyb, jakými jsou přerážení, opakování, výplňková slova, zvuky; neodpovídající syntaktická struktura, pořádek vět, vyšnutí z větné vazby, zeugma; v dialogických pořadech užívání parazitních částic, významově oslabených spojek a příslovčí, rovněž spojek, jež mohou odrazit zaváhání v další komunikační strategii, aj.

Z jazykového hlediska jsou v mluvených komunikátech kromě něpisových lexikálních prostředků (např. publicismy, profesionalismy, slangismy aj.), což je společné s psanou oblastí, používány typické zvukové, morfologické prvky obecné češtiny a syntaktické prostředky hovorové, např. nepravé věty vedlejší (přívlastkové, příslovečné časové aj.).²³⁹ Typická je jednodušší větná stavba – kratší větné celky, převaha jednoduchých vět, dominance souvětí s větami o počtu 5–8 slov.²⁴⁰ Základním kritériem pro jazykovou podobu je tzv. mluvnost, tedy organizace jazykových prostředků zaručujících snadnou recepci a percepci na straně příjemce.

Existuje řada žánrů, které reflektují charakter a funkce textů produkovaných v této oblasti, např. beseda, debata, diskuse; při širším vnímání FS publicistického lze zmínit i projev, proslov a řeč.²⁴¹ Nezbytností jsou specifické modifikace základních publicistických žánrů, textových vzorců, např. tzv. zpráva s měkkým začátkem pro mluvené zpravodajství. Typickým mluveným žánrem je interview, byť existuje jeho primárně psaná varianta.²⁴²

Mluvená sdělení jsou doplněna a ovlivněna prostředky paralingválními (tempo řeči, síla, výška hlasu, dynamičnost, intonace) či extralingválními (mimika, gestika),²⁴³ rovněž tak prostředky obecně zvukovými (hudba, ruchy) a obrazovými. Uvědomělá práce s nimi je motivována jednak skutečností, že ze znakové podstaty těchto prostředků vyplývá schopnost konstruovat vlastní význam či doplňovat význam jazykového sdělení, jednak umožňují optimální percepci na straně příjemce sdělení (srozumitelnost atp.).

4.4.2.2 Psané komunikáty

Psané komunikáty bezpodmínečně předpokládají důkladnou promyšlenost, připravenost ze strany autora i redakce, ta se projevuje ve volbě výrazových prostředků, včetně prostředků roviny textu, ovšem i v promyšlené tematicko-obsahové struktuře, grafickém zpracování. Vzhledem k tomu, že jednou ze základních metod práce novinářů tištěných médií je rozhovor, existuje řada specifických etických, jazykových norem a pravidel převodu sdělení do psané formy. Úpravy obsahu sdělení (stříh) se týkají i médií mluvených.

Grafika nahrazuje nepřítomnost zvukových prostředků, užívány jsou různé typy, velikosti a barvy písma, podtrhávání, úprava řádků, členění sdělení na odstavce, sloupce, titulkové komplexy, řazena jsou obrazová sdělení, důležitá je promyšlená struktura tiskových stran atd.

²³⁸ J. V. Bečka, který se problematikou zabýval, rozlišil šest stupňů připravenosti: 1. příprava jen v hlavních bodech, mluvčí hovoří spatra; 2. podrobnější příprava, mluvčí do přípravy občas nahlíží; 3. kombinovaný postup – mluvčí pracuje s pečlivě napsanými tezemi, připojuje výklad spatra, osobní připomínky aj.; 4. příprava úplného znění – mluvčí při přednesu nahlíží; 5. připravený text mluvčí čte, připojí však připomínku, pracuje s tempem řeči, silou hlasu atd.; 6. monotónně čtený připravený text. Bečka 1992, s. 27.

²³⁹ Konstrukce najdeme v různých typech zpravodajství. Např. XY přijel (zavítal, přibyl, přicestoval) někam, kde se sešel (setkal) s někým atp. – V diskusi vystoupil XY, který zdůraznil (připomněl, hovořil) něco atp. – Zápas skončil nerozhodně, když ještě v poločase vedli domácí. Čechová 2003, s. 222.

²⁴⁰ Bartošek 1997, s. 56.

²⁴¹ Jde o nežurnalistické žánry, ovšem působící na publikum. Komunikační cíle např. řeči lze srovnávat s úvodníkem, analogicky u projevu může jít o nežurnalistický mluvený komunikát se shodným cílem, jaký má např. úvahový článek.

²⁴² Jde o případy, kdy interview je realizováno formou zaslaných otázek a odpovědí. Libovolný text však lze do podoby rozhovoru sekundárně přepsat.

²⁴³ Výskyt paralingválních a extralingválních prostředků může být dán záměrem, ovšem může být také spontánním projevem původce sdělení (ovlivnění subjektivními činiteli).

Typické pro psané texty je dodržování ortografické normy, neumožňuje-li to či přímo nenařizuje stylová norma, např. v publicistické, syžetové oblasti, vyznačují se neutrálními prostředky v rovině lexikální i gramatické, v syntaktické rovině pak ve srovnání s komunikáty mluvenými vyšší syntaktickou nasyceností.²⁴⁴

4.4.2.3 Faktická poznámka k prolínání komunikačních oblastí, funkčních stylů

Publicistický styl je sférou, kde dochází k prolínání s ostatními funkčními styly, což se projevuje při výběru výrazových prostředků všech rovin jazyka. Důvody prolínání funkčních stylů jsou dva. Řada textů (textových vzorců) nemá primárně původ v oblasti publicistické, ale jsou buď přímo převzaty (rozhovor, diskuse, odborná recenze a kritika aj.), popřípadě upraveny (publicistický referát, popularizační a komerční recenze, analýza, novinová povídka aj.). Druhým důvodem je pragmatické užití postupů, prostředků se záměrem optimalizovat naplnění sdělného cíle. Ohledem na recipienta může být určován i výběr prostředků se záměrem oslovit určitý segment publika. Identifikovat tak lze v rámci publicistické stylové oblasti prvky stylu hovorového (mj. užívání a přizpůsobování frazeologie, mnohdy automatizované do podoby klišé, užívání multiverbismů; tvarových a zvukových prostředků obecně českých aj.), odborného (užití převlastkových,²⁴⁵ infinitivních konstrukcí,²⁴⁶ termínů a terminologických spojení domácích i cizojazyčných, včetně apozičních konstrukcí vysvětlujících termíny aj.; obecně jde o prvky intelektualizace), popřípadě uměleckého (aktuálních obrazných pojmenování, obrazů aj.).

Problematikou publicistických jazykových prostředků jednotlivých vrstev jazyka se v této práci soustavně zabývat nebudeme. Jednak nejde o záměr materiálu, jednak k tématu existuje rozsáhlá odborná literatura. Kromě autorů specializujících se na publicistickou oblast (viz výše), se výrazovými prostředky obsáhle v obecné rovině zabývají stylistiky.²⁴⁷

4.5 DÍLČÍ OBLASTI DLE PRAGMATICKEHO FAKTORU – SPECIFIKACE FUNKCE

4.5.1 Dílčí oblast zpravodajská – informační

Cílem dílčí oblasti zpravodajské je podat věcné informace o nových či aktuálních jevech a událostech, o nichž si příjemci přejí být či by měli být informováni, popřípadě o tom, co by je mohlo zajímat. Tematický rozsah informací a jejich struktura²⁴⁸ vychází z toho, co je pro společnost považováno za relevantní (relevance viz dále), popřípadě co je považováno za zajímavé. Zpracovávána tak jsou témata z oblasti politiky, ekonomiky, výroby, kultury, společenského života, sportu, vzdělání, přírody; dle místního kritéria pak jsou rozlišovány informace domácí, zahraniční či regionální. Specifické postavení mají témata společnosti vnímaná jako zajímavá a senzační, zvláštní kategorii tvoří inzertní (nereklamní) informace.

Témata jsou, pokud se vyvíjejí v čase, sledována kontinuálně, sekvenčně, žurnalisté přinášejí informace o dalších dějích, ale také postupně zjišťovaných souvislostech. Takto chápanou sekvenčnost lze označit

²⁴⁴ Vzhledem ke skutečnosti, že se k jednotlivým částem, úsekům psaného textu je možné vracet, čist je opakovaně, není v psané oblasti takový tlak užívat nekomplikované syntaktické struktury.

²⁴⁵ Např. Výzkumy, objasňující problematiku stravitelnosti krmiv... Výzkumy musí vycházet ze zkoumání procesu... Vyšel slovník... obsahující základní životopisné poznámky a bibliografii nejvýznamnějších spisovatelů od antiky po současnost. Aj. Jedlička 1970, s. 124–125.

²⁴⁶ Např. Dosáhnout ještě lepších výsledků... Vyjádřit životní zážitky a tužby jedince... a zároveň je umělecky ztvárnit a zprostředkovat... Aj. Jedlička 1970, s. 128–129.

²⁴⁷ V oblasti obecné stylistiky např. Jedlička 1970, s. 54–151; Mistrík 1985, s. 41–233; Hubáček 1987, s. 83–175; Chloupek 1991, s. 100–152; Bečka 1992, s. 55–280; Čechová 2003, s. 97–147.

²⁴⁸ Odpovídající je i tematická segmentace periodik – z domova, ze světa, ekonomika, kultura, věda, sport atd.

za typickou zpravodajskou kategorií. Příkladem sekvenčního zpracování tématu mohou být zpravodajské texty týkající se úmrtí zpěváka Karla Zicha (viz příloha č. 1).²⁴⁹ Na základní zpravodajská sdělení navazuje analytická a úvahová publicistika.

Lingvistický zájem o oblast se týká zachycení jazykových zákonitostí ve výstavbě zpravodajských sdělení, zjišťována jsou pravidla využití jazykových prostředků všech rovin jazyka při kompozici textu, sledovány jsou zpravodajské žánry. Zjišťovány jsou jazykové normy, které v dané oblasti platí, čili výše naznačený dílčí stylový typ zpravodajský. Ve srovnání s ostatními dílčími oblastmi vykazuje zpravodajství vysokou míru normovanosti.

Někteří lingvisté pro oblast pojmenovávají specifické styly. V případě J. V. Bečky jde o širěji chápaný sloh informativní, jehož základním funkčním znakem je úkol informovat adresáta. Charakteristickým rysem sdělení zpracovaných informativním slohem je koncipování a sdělování látky v povšechném a souhrnném obryse. Hlavní oblastí sociálního uplatnění tohoto stylu je dle Bečky publicistická zpravodajská služba.²⁵⁰ M. Čechová a kol. hovoří o specifickém zpravodajském stylu.²⁵¹ J. Chloupek zvláštní styl nevyčleňuje, ve shodě s Mistříkovým²⁵² přístupem rozlišuje skupinu zpravodajských útvarů (vedle analytických a beletristických), čili počítá s existencí dílčí oblasti zpravodajské.²⁵³

4.5.1.1 Schematizace sdělení – modelovost, automatizace

Jazykovou podobu zpravodajských sdělení, jejichž základním žánrem je zpráva, formují jednak objektivně existující systémové jazykové normy, jednak široké spektrum mimojazykových vlivů, které mají původ v oblasti obecně komunikační, ale zejména v rovině masové komunikace. Jde o vlivy vyplývající z charakteru komunikačního rámce a funkce dané oblasti, přičemž nepůsobí izolovaně, nýbrž v celém svém komplexu, mnohdy protichůdně.²⁵⁴

4.5.1.1.1 Produkční limity sdělení

Významným nepragmatickým prvkem, který v oblasti produkce zpráv působí, je faktor času, a to jednak spojený se samotnou informací, jednak se způsobem zpracování a zveřejnění. Úkolem zpravodajské oblasti je informovat o aktuálních událostech. Dodržení požadavku aktuálnosti, která je v definicích oblasti zmínována jako jedno ze základních nepragmatických²⁵⁵ kritérií, ovlivňuje zásadním způsobem zpravodajský produkční proces. Doba mezi zaznamenáním události na straně původce, jejich výběrem a následným zveřejněním sdělení v nejbližším vydání (v případě tištěných deníků v následujícím dni),²⁵⁶ tedy čas vyhrazený zpracování sdělení, je limitována produkčními lhůtami, vytvářejícími tlak na jazykové ztvárnění textu. Původci sdělení proto využívají ve všech rovinách práce s informací²⁵⁷ ustálené mechanismy, schémata. Jejich charakter, podobu formují další produkční aspekty, například funkčně podmíněný ohled na příjemce (sdělení musí být podáno srozumitelnou, nenáročnou formou), ale také plocha, která je pro konkrétní sdělení určena. Schematizaci, označovanou rovněž jako modelovost, standardizovanost, automatizace vyjádření, podporuje a umožňuje opakování situací, jevů a událostí.

B. Havránek automatizaci charakterizuje jako „takové užívání jazykových prostředků, a to buď izolovaných, nebo vzájemně spojovaných, jaké je obvyklé pro určitý úkol vyjádření, totiž takové, že výraz sám nebudí pozornost, vyjádření po stránce formy jazykové... je přijímáno jako konvenční“.²⁵⁸

²⁴⁹ V textech je zachycen vývoj od tragické události až po pohřeb, podávány jsou nové souvislosti (například opoždění záchranářů).

²⁵⁰ Bečka 1992, s. 293–300. Srov. Bečka 1986, s. 87 an.

²⁵¹ Čechová 2003, s. 224. Srov. Chloupek 1991, s. 216 an.

²⁵² Mistřík 1985, s. 468 an.

²⁵³ Chloupek 1991, s. 218 an.

²⁵⁴ Jde o jev, který je typický i pro dílčí oblast publicistickou (v užším smyslu slova).

²⁵⁵ Vedle kritérií vázaných na funkci – objektivita, dokumentárnost.

²⁵⁶ V případě elektronických médií v následujícím vstupu.

²⁵⁷ Vedle jazykové roviny zde máme na mysli i mechanismy zjišťování, selekce, ověřování atd.

²⁵⁸ Havránek 1932, s. 52–53.

Základní limit pro mechanismus schematizace představuje princip zajištění informační kvality, objektivitu sdělení (viz dále). Modelovost však ne vždy respektuje normativní zásady oblasti a stává se zdrojem nevědomého (z důvodu nedostatečné kompetence), častěji však vědomého (z důvodu ohledu na příjemce či extenze funkčního rozsahu) porušení zpravodajských norem, průniku jiných než informačních hodnot do sdělení.

4.5.1.1.2 Modelovost prostředků nižších rovin jazyka

Modelovost, automatizace se projevuje ekonomizací, zužováním slovní zásoby, užíváním publicismů,²⁵⁹ ustálených spojení,²⁶⁰ nezbytného okruhu internacionalismů z oblasti politiky, ekonomie, ekologie, dle tématu i ostatních oblastí. V případě větné stavby jsou užívané kratší větné celky, preferované jsou jednoduché dvoučlenné věty, ale také věty rozsáhleji rozvítené větnými členy; uplatňována je výčtová linie informací. Ve větách je užíváno málo plnovýznamových sloves v určitém tvaru, celkově převládá jmenný charakter vyjadřování. Užívány jsou polovětné, zejména přívlastkové konstrukce. Souvětí jsou jednoduchá, převážně se skládají ze dvou vět, ovšem frekvence jejich užití je obecně nižší.²⁶¹ J. Bartošek v této souvislosti uvádí, že psané zpravodajské texty tvoří věty o průměrném počtu 16 slov a poměr jednoduchých vět a souvětí je vyrovnaný, přičemž souvětí je nejčastěji složeno ze dvou vět, z více než tří pouze výjimečně. Uvedená průměrná délka jedné věty v souvětí je 8,37 slova.²⁶²

4.5.1.1.3 Modelovost v rovině textu

Významným komplementárním aspektem, který se při vytváření schémat uplatňuje, zejména v rovině celých textů (textových vzorců), je prostorové hledisko. Plocha tištěných médií je omezená, přičemž snahou je sdělit co nejvíce informací. Nároky na plochu jsou dány dvěma základními ohledy:

1. Význam, relevance sdělení určuje velikost plochy, kterou bude text zabírat, ale také umístění v rámci zpravodajských stran. Tomu odpovídá různý rozsah základních textových vzorců, případně jejich dílčích modifikací (viz např. typy zpráv).

2. Variabilita výsledné podoby sdělení umožňuje případné úpravy (krácení) dle požadavků editora. Příkladem je zpráva v kónickém tvaru, tzv. obrácená pyramida, jejíž základní vlastnost, pokud byla správně vytvořena, spočívá ve vzestupné krátitelnosti (viz dále).

Příčinou vzniku (více viz Kompozice zpravodajských sdělení a textových komplexů, s. 71) a užívání standardizovaných textových vzorců, ale také textů tvořených kombinací textových modelů a/nebo segmentů textových vzorců je časový aspekt. Společně se snahou zamezit nařčení z neobjektivity časový aspekt motivuje původce sdělení k vytváření objektivizačních postupů.²⁶³

4.5.1.2 Informativní funkce

Primárním kritériem identifikace zpravodajské oblasti a její charakteristiky, rovněž zdrojem pravidel a standardů, jak je uplatňuje například lingvistika, je informativní funkce sdělení. Pro zpravodajské texty z ní vyplývají požadavky na tzv. maximální objektivitu, dokumentárnost, vyloučení jakýchkoliv formativních prvků, subjektivity.

²⁵⁹ Užívání publicismů je jedním z příkladů ekonomizace vyjádření. Jednoslovně či souslovně se tak lze vyhnout rozsáhlému popisu (tunelovat – cílevědomě a i dlouhodobě poškozovat skryté vlastníky majetku, obohacovat se při této činnosti). Příkladem souslovných publicismů může být „patová situace“, „spotřební koš“, „zprůhlednění trhu“ aj.

²⁶⁰ Objevují se mj. pro zpravodajství příznaková metaforická spojení, mezi nimi i novinářská klišé, metařečové metonymie aj.

²⁶¹ Čechová 2003, s. 225. Srov. J. Bartošek (1997, s. 51–55), který uvádí požadované jazykové vlastnosti zpravodajských textů a upozorňuje na chyby plynoucí z automatizace vyjádření.

²⁶² Bartošek 1997, s. 55–56; 2004, s. 9–10. Pro mluvené zprávy v citovaných pracích konstatuje vyšší počet jednoduchých vět oproti souvětí, jako příklad uvádí poměr 8 : 1 pro krátké pořady. Souvětí pak v mluveném zpravodajství většinou obsahují dvě dílčí věty o počtu 5–8 slov.

²⁶³ Příkladem může být vkládání opozitního názoru v rámci standardizovaného textového vzorce kónické zprávy či nestandardizovaných vzorců objektivizovaných sdělení. Pro užití se původce rozhodne v intencích komunikační strategie. Zajistí si k základní informaci opozitní názor(y) relevantní(ch) osob(y). Proces je na rozdíl od složitějšího vyhledávání faktů v informačních databázích různého druhu rychlejší.

Náhled na informativní funkci v rámci jednotlivých oblastí sociálních věd ovšem může být různý. Striktní oddělování informativní a formativní funkce lze relativizovat z pohledu širšího komunikačního rámce. Teorie masové komunikace tak v informativní funkci spatřuje jednoznačný prostředek ovlivňování, formování lidského vědomí, které se nezbytně odráží v chování, jednání příjemců.

Oddělení obou funkcí máme za opodstatněné pro potřeby sledování mechanismů a zákonitostí jazykové stránky produkce mediálních sdělení. Informativní funkci v tomto kontextu chápeme jako snahu původce sdělení o pouhé vyrovnání tzv. informačních obsahů, která je důsledně oddělena od záměru přímo ovlivnit názory či chování a jednání příjemců.

Nezbytné je ale upozornit na skutečnost, že informativní funkce v čisté podobě, bez náznaku persvaze, je omezena ve své podstatě pouze na zpravodajská sdělení v rozsahu zprávy v základní podobě, označované též jako zpráva ryzí, a kratší.²⁶⁴ V ostatních typech textů, příkladem může být jakákoliv rozšířená zpráva či další rozsáhlejší texty, je v odpovědích na otázky „jak“ a „proč“ implicitně přítomno porušení čisté informativní funkce (otázka výběru zdroje, řazení informací atp.).

Dostáváme se tak k otázce, jak chápat pojem informativní funkce a jakým způsobem lze dosáhnout objektivního informování, jež vyplývá z výše formulovaného požadavku „maximální objektivit“ zpravodajských sdělení. Vymezení je nezbytné, neboť naplnění informativní funkce je základem pro stanovení komplexu norem platných pro danou oblast, včetně norem jazykových. Oblast masové komunikace zde pracuje s terminologickým souslovím informační kvalita.

4.5.1.3 Informační kvalita – objektivita

Po původcích zpravodajských komunikátů může být důsledně požadována a ze strany recipienta předpokládána objektivita sdělení. Objektivita představuje ústřední pojem ve vztahu ke kvalitě poskytovaných informací, jedná se o jeden ze základních standardů působení médií a jejich případného hodnocení. Nároky na informace jsou motivovány širšími společenskými požadavky, jde o potřebu informované společnosti, odrážející se např. v kvalitě pracovní síly, ale vyplývají také z demokratického charakteru společnosti, kdy se jedinci prostřednictvím delegování svého hlasu (ve volbách) podílejí na jejím chodu.

Objektivita se týká způsobu výběru, získávání a práce s informacemi jak v rovině tematicko-obsahové, tak při jejich jazykovém zpracování. V rámci normativních interakcí médií a prostředí má dodržování objektivit dominantní postavení, neboť umožňuje přímé informování o událostech, ale také kontakt např. státních úřadů, zastánců nejrůznějších zájmů aj. s příjemci, a to bez zásahů třetích osob. Pro média, žurnalisty z toho vyplývají různé požadavky, které nachází odraz v zásadách práce novináře. Hlavní (ideální) rysy objektivit pojmenovává D. McQuail:

- vylučování subjektivního pohledu či osobního zaujetí,
- absence stranění (zdržení se jakékoliv předpojatosti),
- respektování přesnosti a dalších kritérií pravdivosti – relevance a úplnosti,
- nepřipustnost skrytých motivů a služby třetí straně (např. skrytá reklama aj.).²⁶⁵

4.5.1.3.1 Konstitutivní prvky objektivit

Definovat a komplexně stanovit objektivitu je obtížné, z rámce masové komunikace, která se problematikou zabývá a kde existuje řada různých charakteristik, D. McQuail²⁶⁶ uvádí Westerstahlova kritéria objektivit (viz Schéma č. 8). V jejich rámci jsou zmiňovány dvě složky konstituující objektivitu – faktičnost a nestrannost.

4.5.1.3.1.1 Aspekty faktičnosti

- Pravdivost se vztahuje k podobě informování o událostech, které mohou být porovnávány se zdroji a jsou prezentovány bez komentářů, popřípadě jsou od nich zřetelně odděleny. Pravdivost zahrnuje

²⁶⁴ Ovšem i zde z hlediska práce s informačními zdroji, řazením textu aj. může být v širší komunikativní rovině přítomna persvaze.

²⁶⁵ McQuail 1999, s. 172–173.

²⁶⁶ McQuail 1999, s. 173–174.

i další měřítko faktičnosti: úplnost zprávy, přesnost a úsilí nemást a nezatajovat důležitá fakta (tzv. dobrý úmysl).

- Relevance se vztahuje k výběru informace, kritériem je důležitost pro příjemce a společnost. S relevancí souvisí i časový faktor, aktuálnost.²⁶⁷
- Informativnost jako pragmatická stránka informace, která má základní význam pro pochopení dobrého informačního jednání, odkazuje ke kvalitám informačního obsahu, jež by měly zvýšit pravděpodobnost, že se informace dostane k publiku, bude zaznamenána, pochopena a zapamatována.

4.5.1.3.1.2 *Aspekty nestrannosti*

Nestrannost dle uvedeného přístupu předpokládá neutralitu postoje, přičemž jí je dosahováno kombinací vyváženosti (stejný nebo poměrný čas/prostor/důraz) protichůdných výkladů, pohledů či verzí a neutrality při jejich prezentaci.

McQuail upozorňuje, že neutralita není oproti faktičnosti nezbytná, neboť existují média, která podávají událost z jiného úhlu. Jako příklad absence neutrality lze uvést nepříliš rozsáhlý segment stranického tisku.

4.5.1.3.2 *Vliv na jazykové ztvárnění*

Všechny výše uvedené požadavky na objektivitu konstituují základ komunikační normy zpravodajské oblasti. Některé složky pak přímo ovlivňují jazykovou podobu výsledných publicistických sdělení, a proto se stávají součástí jazykové normy textové a stylové, logicky také odpovídajících kompetencí.

4.5.1.3.2.1 *Oblast faktičnosti*

V aspektu pravdivosti požadavku absence komentářů ve zpravodajské oblasti odpovídá potenciál textových vzorců a vyžadovaných kompozičních textových modelů, slohových postupů informačního a objektivizovaného věcného popisného (prostý popis, přímá věcná charakteristika), vylučujících vkládání vlastních názorů, čili prvků úvahových, výkladových.

Požadavek úplnosti zprávy lze realizovat při volbě vhodného textového vzorce a jeho dodržení (např. zpráva v základní podobě, která odpovídá na základní otázky kdo, co, kde, kdy). Požadavek nezavádět (sémanticky) příjemce a být přesný je důvodem, proč např. v oblasti lexika není vhodné užívání pojmenování s širokou, popřípadě neurčitou, nepřesnou sémantikou²⁶⁸ atd.; ve větné rovině pak např. neurčitého vyjádření syntaktické závislosti²⁶⁹ aj. (souvisí současně s požadavkem informativnosti).

S požadavkem informativnosti je spojen apel na srozumitelnost zpravodajských sdělení. V lexikální oblasti tak dochází ke zužování spektra užívaných jednotek, vynechání méně frekventovaných či aktualizovaných prostředků, nevhodné jsou tak např. aktuální metafory, frazeologismy, termíny a terminologická spojení (bez vysvětlení), zkratky, internacionalismy, neologismy, archaismy a historismy, slangismy, (inter-)dialektismy a argotismy. V rovině větné stavby je preferována lineární struktura, užívání kratších větných celků, nikoli složitých struktur rozvíjejících větných členů, rozsáhlých a složitých souvětí. J. V. Bečka zdůrazňuje u vět a souvětí vyváženost, čili nutnost stavět složitější věty a souvětí na tzv. těžiště, které u věty tvoří přísudkové sloveso a u souvětí hlavní věta.²⁷⁰ Velký význam zde má užití standardizovaných informačních textových vzorců, které ze své podstaty vyhovují požadavku informativnosti (ustálily se v průběhu užívání). Identifikace textových vzorců na straně příjemce navíc představuje základní interpretační klíč ve vztahu k funkci sdělení. Ohledem na přehlednost a srozumitelnost sdělení je motivováno užívání titulků a titulkových komplexů.

²⁶⁷ Aktuálnost jak z pohledu času (aktuální sdělení ve vztahu k dnešku), tak také ve vztahu k osobám a místům. Za aktuální lze považovat i výročí narození osobností, výročí významné události atd.

²⁶⁸ Příkladem neurčitých vyjádření mohou být jednotky: zdroje síly, živly, masy, kruhy, směry, veřejnost, fórum, odpovědná místa, odpovědní činitelé, struktury, subjekty aj.

²⁶⁹ Jde o prostředky zneurčitění propozice.

²⁷⁰ Bečka 1986, s. 65–66.

Problematika relevance pak tkví dominantně v rovině komunikační, podobně tomu je v rámci pravdivosti s požadavkem nezatajovat důležitá fakta.

Rozlišovat lze vnější relevanci, jež ovlivňuje řazení informací v periodiku, a vnitřní relevanci, která ovlivňuje tematickou strukturu sdělení, řazení informací uvnitř textu a délku jednotlivých úseků. Vnitřní relevance nachází také odraz v příznakovém užívání prostředků umožňujících zdůrazňování, vytýkání, zejména zvukových, grafických a syntaktických.

4.5.1.3.2 *Oblast nestrannosti*

Ve zpravodajských textech se požadavek vyváženosti²⁷¹ v rozsáhlejších komunikátech projevuje zakomponováním opozitních názorů, včetně umístění v textu, obecně pak strukturováním informací (zřetelné např. u normy rozšířené zprávy ve tvaru obrácené pyramidy).

Neutralita prezentace informací (souvisí s pravdivostí – viz zde výše) vyžaduje v jazykové oblasti vyloučení implicitní subjektivity, nocionalitu,²⁷² užívání spisovných, neutrálních (zejména neexpresivních, neobrazných) prostředků všech rovin jazyka.

Pozn.:

Veškeré příznakové výrazové prostředky (nejen jazykové) použité ve zpravodajském textu mohou být podrobeny analýze z pohledu výše uvedených faktorů faktičnosti a nestrannosti. Na základě identifikace jednotlivých porušení normy lze vyvodit i intencionální potenciál daného textu. Více viz Tabulka č. 1 v závěru textu.

4.5.1.4 **Objektivizace sdělení**

4.5.1.4.1 *Limity zásad informační kvality*

Požadavky, které vyplývají pro média a žurnalisty ze zásad informační kvality sdělení, mají obecný normativní charakter. Jde ovšem o teoretický konstrukt, který ve vztahu k mediální praxi vykazuje zřetelné limity. Na jedné straně není ve všech aspektech jednoznačně vymezený, příkladem je problematika relevance, kritéria samotného výběru informací. Na straně druhé je v rámci praktického fungování jednotlivých masmédií ve společenském kontextu obtížné dodržet veškeré zásady informační kvality, zde máme na mysli otázky časového tlaku a tlaku osob, skupin či organizací. V neposlední řadě nemusí mít sama mediální organizace zájem o jejich (plné) dodržení.

4.5.1.4.2 *Relevance informací*

Hledisko relevance informací je problematika, která spadá do oblasti zájmu sociálních studií. Univerzální pravidla relevance, tedy jakousi obecnou hierarchii jednotlivých typů informací a jejich skupin, nelze stanovit, neboť v případě každého jedince lidské společnosti se to, co považuje za relevantní, liší. Jednotlivé mediální instituce si proto stanovují vlastní standardy, vycházející z jejich předpokladů vztahených k publiku (viz výše Komunikační rámec publicistické oblasti, s. 45), které poté užívají při výběru informací a jejich řazení. Význam při rozhodování o relevanci má i subjekt přímého původce, autora. Příkladem existence odlišných institucionálních standardů je rozdíl v informacích, které zprostředkovávají seriózní a bulvární média.

4.5.1.4.3 *Proces objektivizace sdělení*

Pro potřeby zpracování informací si novináři vytvářejí specifickou metodu práce, soubor postupů, které v mnoha ohledech určuje či modifikuje mediální organizace.²⁷³ Postupy umožňují původci vyhnout se limitům, které jsou dány faktickou nemožností zjistit veškeré informace o předmětu zájmu a nutností

²⁷¹ Za nezbytné máme upozornit, že vyváženost není požadována pouze u zpravodajských textů, nýbrž také u některých komunikátů dílčí oblasti publicistické (diskuse, debata, analýza, analytická úvaha aj.).

²⁷² Zpravodajské texty upoutávají ne pojetím tématu, nýbrž novostí, významem, překvapivostí, zajímavostí atd. tématu samotného.

²⁷³ Nemusi jít vždy o modifikace v souladu s informační kvalitou – viz dále interní materiál MFD.

třídít, zveřejnit pouze část z nich (subjektivní výběr faktů). Vyhovují tlaku profese, ale také ve vztahu ke společnosti omezují možnost, že sdělení budou označena jako neobjektivní.

M. Marko v této souvislosti hovoří o kompenzacích, které spočívají v kvantitě uveřejněných informací, názorů, pohledů, interpretací o daném jevu, tedy zpravodajském faktu, od co největšího počtu informátorů. Přičemž nemá jít o názory shodné, nýbrž opozitní, které konfrontují jev z více stran náhledu. Za vhodné považuje informování o širších souvislostech, okolnostech, příčinách, případně následcích.²⁷⁴ Analogicky rozpracovává postupy objektivizace sdělení M. Kunczik, řadí mezi ně uvádění protikladných názorů, prezentace dodatečných důkazů, použití citací, rozčlenění informací do správného pořadí.²⁷⁵

Následující vymezení jednotlivých postupů se nedrží striktně Kunczikovy podoby (odlišnosti uvádíme vždy na patřičném místě v poznámce), nýbrž je podmíněno způsobem odrazu objektivizace v textové rovině, což dále sledujeme jak z pohledu dodržení zásad informační kvality, tak z pohledu jejího porušení. Formulace postupů totiž sama o sobě nezaručuje naplnění a dodržení informativní funkce zpravodajských textů, je nezbytné chápat je v širších souvislostech jak komunikačně pragmatických, tak jazykových.

4.5.1.4.3.1 *Uvádění protikladných názorů*

Tam, kde není možné (či je obtížné) z různých důvodů objektivních či časových pravdivost události a výpovědi ověřit, dává žurnalista slovo také druhé straně. Podání protikladného názoru neznamena automaticky, že zpráva je pravdivá, příjemci je pouze dána možnost, aby si sdělení sám interpretoval. Zachována musí být samozřejmě absence komentářů, hodnocení. Takové informování schematizuje a bývá současně označováno za vyvážené, nebere však v úvahu, že k tématu může existovat více úhlů náhledu.

4.5.1.4.3.2 *Prezentace dodatečných důkazů*

K základní informaci žurnalista získává rešeršemi podpůrná fakta a zařazuje je do sdělení. Dodatečná fakta však již nejsou dále dokládána, jsou považována za platná.²⁷⁶

Pozn.:

Vzhledem k tomu, že otázkami prezentace dodatečných důkazů se dále nebudeme zabývat, uvádíme příklad na tomto místě.

Stát najal rozvodového právníka, MFD, 11. 6. 2004, s. A/1:

Text informující o právníkovi, který zastupoval Ministerstvo zdravotnictví ČR ve sporu s firmou Diag Human:

»Advokátní komora začala zkoumat neobvykle vysoký desetimilionový honorář, který dostal za....«

Odešel Karel Zich, MFD, 15. 7. 2004, s. A/1, příloha č. 1, text č. 1:

»Karel Zich se narodil 10. června 1949. Vystudoval sociologii a estetiku, potom se však vydal na dráhu rock'n'rollu.«

Logo kraje se opět nepodařilo vybrat, MFD, 23. 10. 2002, s. D/1, příloha č. 5, text č. 1:

»...ve výběrovém řízení nikdo nezvítězil a kraj ušetřil za slíbenou odměnu padesát tisíc,...«

4.5.1.4.3.3 *Použití citací a parafrází*

Na podporu faktů a k získání informací může být použita citace jiných osob či zřetelných institucionálních zdrojů,²⁷⁷ přičemž se předpokládá, že v citaci obsažené skutečnosti hovoří samy za sebe a žurnalista

²⁷⁴ Marko 1968, s. 95–96.

²⁷⁵ Kunczik 1995, s. 140–141.

²⁷⁶ V případě dodatečných důkazů Kunczik (cit. dílo, s. 140–141) uvažuje pouze o těch z nich, které jsou společností obecně přijímané a pokládány za dané, v žurnalistické praxi však jsou bez dalšího doložení jako podpůrné důkazy užívaná fakta, která nelze zařadit do kategorie obecně přijímaných pravd.

²⁷⁷ Za zřetelný institucionální zdroj lze považovat metonymická odvolání se např. na ministerstvo financí, agenturu STEM, Městský úřad v XY (předpokládá se, že údaje poskytli čelní představitelé či tiskoví mluvčí). V ostatních případech, zejména tam, kde je instituce nezřetelně označena, je citace (či parafráze) prostředkem porušení zásad informační kvality (viz dále).

svůj odstup od daného tématu zdůrazňuje použitím uvozovek. Podobný charakter mají parafráze výroků jiných osob či institucionálních zdrojů.²⁷⁸

4.5.1.4.3.4 Rozčlenění informace do správného pořadí

Nejdůležitější informace jsou uváděny na začátku sdělení, další odstavce přinášejí informace se snižující se důležitostí.

4.5.1.5 Textová rovina zpravodajských sdělení

Postupy objektivizace představují obecné zásady práce s informacemi v žurnalistických sděleních, z lingvistického pohledu pak lze v souvislosti s nimi hovořit o univerzálních textových komponentech, které jsou uplatňovány při produkci komunikátů. Do kategorie textových prostředků výstavby sdělení patří textové vzorce (žánry) a textové modely (slohové postupy). Při jejich použití je vzhledem k informační funkci oblasti nezbytné respektovat komunikačně textové a stylové normy, obdobně jako v případě jazykových prostředků nižších rovin.

4.5.1.5.1 Textové komponenty

Pod označením textové komponenty rozumíme prvky výstavby textu, které nejsou vázány na standardizovaný textový vzorec. Jde o prostředky typické pro publicistickou oblast. Textovým komponentem se může stát i textový vzorec či jeho část (např. zpráva v základní podobě v leadu, životopis²⁷⁹ aj.). Pro dodržení zásad objektivit je podmínkou, aby tyto prostředky sloužily ke zprostředkování či dokumentaci, doložení informace.

4.5.1.5.1.1 Uvedení základních informací

V úvodu textu²⁸⁰ bývají řazeny informace v rozsahu zprávy v základní podobě²⁸¹ (či zprávy v základní podobě s rozšiřující informací), žurnalistická teorie tento typ úvodu označuje jako lead či čelo. Lead je užíván jak v rozšířených zprávách, tak v žánrově nezačlenitelných textech.

Tornádo poničilo třetinu Litovle, MFD, 11. 6. 2004, s. A/1, příloha č. 2, text č. 1:

»Ničivé tornádo, které ve středu řádilo na Litovelsku, způsobilo podle prvních odhadů škody, které přesahují více než sto milionů korun.«

Chlapec spadl z okna třídy a zabil se, MFD, 21. 4. 2004, s. A/1, příloha č. 3, text č. 1:

»Základní škola v Bedřichovské ulici v Praze drží od včerejšího dne smutek. Jeden z jejích žáků, dvanáctiletý chlapec, vypadl několik minut po poledni z okna ve třetím patře. Lékaři byli na místě do několika minut. Školákově už nedokázali pomoci.«

4.5.1.5.1.2 Užívání rozšiřujících informací a pozadí

Řazení rozšiřujících informací a pozadí není navzájem vázáno, v textu může být použit jeden z prostředků, popřípadě oba současně. Řazení rozšiřujících informací a pozadí se stalo součástí zprávy ve tvaru obrácené pyramidy.

Příklad použití

Tornádo poničilo třetinu Litovle, MFD, 11. 6. 2004, s. A/1, příloha č. 2, text č. 1, kde v posledních dvou odstavcích je pozadí netypicky řazeno před rozšiřující informací (souvisí se střídáním informací různých úseků – viz zde dále).

²⁷⁸ Kunczik (cit. dílo, s. 140–141) hovoří pouze o používání citací jiných osob.

²⁷⁹ Viz text o Zichovi, kde je použita biografie (příloha č. 1, text č. 2).

²⁸⁰ Odborná literatura, např. Osvaldová 1999, s. 97, uvádí, že jde o první odstavec textu. Lead ovšem může být rozdělen do více než jednoho odstavce.

²⁸¹ Z tohoto pohledu lze zprávu v základní podobě považovat i za textový objektivizační komponent.

Školáci: Nejprve jsme mysleli, že je to legrace, MFD, 21. 4. 2004, s. A/2, příloha č. 3, text č. 2, kde v závěrečných třech odstavcích jsou rozšiřující informace.

4.5.1.5.1.3 Citace, parafráze

Užívání citací, parafrází představuje jeden z nejužívanějších prostředků výstavby zpravodajských textů.²⁸²
Příklady citací a parafrází:

Příklady citace konkrétního původce nesoucí informaci

V historické radnici začne jezdit výtah, MFD, 29. 5. 2004, s. C/1²⁸³, příloha č. 4, texty č. 2:

„Ve výtahové šachtě z kovu a skla bude jezdit prosklená kabina. „Věřím, že vybudování výtahu ocení především handicapovaní spoluobčané. Pohyb po radnici však usnadní i starším osobám a dalším návštěvníkům,“ uvedl primátor Martin Tesařík.“

Příklad parafrází a citace konkrétního původce nesoucích informací

Tornádo poničilo třetinu Litovle, MFD, 11. 6. 2004, s. A/1, příloha č. 2, text č. 1:

„Podle meteorologů²⁸⁴ mělo sílu odpovídající třetí příčce z pětistupňové škály. Poničilo na šedesát domů. „Pět z nich se podle staticů bude muset zbořit, nad dalšími šesti ještě visí otazník,“ řekl krajský hejtman Jan Březina.

...Hejtman Březina odhadl, že pokud práce na likvidaci škod půjdou dobře, mohl by být vyhlášený stav nebezpečí odvolán zhruba do dvou týdnů.“

Příklady parafráze obecného institucionálního původce nesoucí informaci

Černobyl: Řekni, kde ti chlapi jsou?, MFD, 24. 4. 2004, C/7 (Věda), příloha č. 13:

„Mírný nárůst dětské leukémie hlásilo Švédsko,...“

Vědci našli nejstarší šperk světa, MFD, 17. 4. 2004, s. A/11 (Ze světa), příloha č. 12, text č. 1:

„Nový nález je podle americké vědecké nadace NSF asi o 30 000 let starší než dosud identifikované osobní zdobné předměty.“

Příklad citace konkrétního původce sloužící k doložení informace

Špidla pod křížovou palbou, MFD, 15. 6. 2004, s. A/1:²⁸⁵

„Všichni předsedové vládních stran však Topolánkovu výzvu okamžitě odmítli. „Výsledky evropských voleb nezměnily rozložení sil ve sněmovně,“ prohlásil Špidla.“

Vláda chystá úlevy pro rodiny s dětmi, MFD, 21. 5. 2004, s. A/1:²⁸⁶

„Tříčlenná rodina s jedním příjmem nad 26 tisíc korun měsíčně si pohorší. „Větší dopad budou mít úlevy na rodiny s nižším příjmem,“ potvrzuje Sobotka.“

Logo kraje se opět nepodařilo vybrat, MFD, 23. 10. 2002, s. D/1, příloha č. 5, text č. 1:

„...názory na podobu budoucího loga se mezi zástupci kraje postupně sjednocují. „Prosazuje se funkcionalistická myšlenka, že základem budoucího loga bude určité grafické ztvárnění písmene Z,“ prozradil zástupce hejtmána Libor Lukáš.“

²⁸² Citace a parafráze představují prostředek legitimizace, zajišťují autenticitu sdělení, žurnalisté se jejich užitím chrání před nařčením z neobjektivit. Ze stejného důvodu jsou využívány i v textech dílčí oblasti publicistické.

²⁸³ Užití citace ve zprávě v základní podobě není typické ani stylizačně optimální, ovšem neporušuje v daném případě informační kvalitu.

²⁸⁴ Odvolání se na obecného (profesního) původce – viz dále.

²⁸⁵ K doložení užita pouze jedna citace.

²⁸⁶ Současně přináší informaci.

4.5.1.5.1.4 Opozitní názory

Při vkládání opozitních názorů bývá užito citací, parafrází s odkazem na konkrétního, obecného či nejmenovaného původce, popřípadě jejich kombinace.

Příklad opozitního názoru při využití dvou citací konkrétních původců

Senát: Ať studenti platí školné, MFD, 11. 6. 2004, s. A/2:

»Proti je i ministerstvo školství. „Ten návrh je v rozporu s programovým prohlášením vlády. Osobně si navíc myslím, že ten poplatek je tak nízký, že by si stejně díky němu školy moc nepomohly,“ řekl náměstek ministryně školství Petr Kolář. Poslanec Walter Bartoš (ODS) s ním nesouhlasí. „I poměrně nízké školné... umožní, aby se rozšířila nabídka míst na vysokých školách. A hlavně se zlepší kvalita výuky, protože si to studenti, když za školu něco zaplatí, lépe ohlírají,“ vysvětluje Bartoš.«

Příklad užití opozitního názoru v kombinaci parafráze a citace konkrétního původce, parafráze součástí titulku

Gross: ČSSD je na dně

Zeman: Gross to nespraví, MFD, 15. 6. 2004, s. A/1:

»Sociální demokracie se ocitla na dně, říká Stanislav Gross. Za této situace podle něj nepomůže straně personální výměna. „ČSSD musí obnovit svou sílu. Je druhořadé, jestli se Špidlou či s Grossem,“ říká. Opačný názor zastává bývalý premiér Miloš Zeman. „Pokusí se napravit debakl tím, že nahradí člověka, který selhal v nejvyšší funkci, tím, který selhal v druhé nejvyšší funkci,“ říká Zeman.«

4.5.1.5.1.5 Střídání informací různých tematických úseků sdělení

Jde ve své podstatě o prokládání informací jednoho tematického bloku informacemi bloku(ů) jiného(jiných). Tento běžně užívaný postup se zdá být jednak důsledkem mechanické aplikace metody sestupného řazení informací, tedy postupného řazení rozšiřujících informací se snižující se důležitostí, jednak také, neboť dochází k přerušení kontinuity jedné výpovědi, může jít o prostředek aktivizace (ve smyslu porušení monotónnosti) sdělení. Střídání informací, jak ukazují analyzované texty, lze považovat za kompozičně problematický prostředek tvorby textu. Možným důsledkem je porušení tematicko-obsahové návaznosti výpovědi.

Příklady střídání úseků

Kamion zabil čtyři lidi ve škodovce, MFD, 20. 7. 2004, s. A/1-4, příloha č. 5, text č. 4:

»Řidiče kamionu... převezení do ústecké nemocnice. Z červené Škody 100 zbyl jen totálně zničený vrak. Na místě v noci zasahovalo asi třicet hasičů, policistů a záchranářů. Oba vozy skončily po nehodě v poli. Podle policistů je místo... nebezpečné...«

Nebezpečný pacient utekl z léčebny v Praze, MFD, 5. 5. 2004, s. A/4:

»Před necelými čtyřmi roky ubil svou matku... Místo do vězení jej... poslali... do péče lékařů. V pondělí se Římanovi podařilo utéct... Říman se léčil už v listopadu 2000, kdy zaútočil na svou matku... V... léčebně strávil dva roky, poslední dva měsíce měl povolené vycházky v areálu... „Z poslední vycházky se nevrátil,“ řekla Kosinová...«

Karel Zich tragicky zemřel na dovolené, MFD, 15. 7. 2004, s. C/7, příloha č. 1.

Prvky střídání rozšiřujících výpovědí porušují ucelenou výpověď v textu č. 2 (analýza součástí přílohy) – ve druhém odstavci je výpověď konzulky přerušena řazením rozšiřující výpovědi sestry K. Zicha, ve třetím odstavci pak rozšiřující informací o okolnostech pobytu.

V textu **Žena, která dopadla sexuálního násilníka, MFD, 1. 7. 2004, s. A/4, příloha č. 11, text č. 2**, jsou mechanicky prokládány tematické a časové roviny, přítomné jsou nekoherentní výpovědi.

4.5.1.5.2 Textové modely – slohové postupy

Objektivita monologických sdělení²⁸⁷ standardizovaných textových vzorců (viz zde dále), ale také žánrově nezačlenitelných textů je přímo závislá na typu užitého textového modelu (slohového postupu), proto je jejich užití normováno. Odchýlení je hodnoceno jako příznakové, neboť text přestává plnit pouze informační funkci. Požadavku nepříznakové, nesubjektivní kompozice v oblasti monologických sdělení vyhovuje použití informačního a věcného popisného slohového postupu (prostý popis, věcná přímá charakteristika), které jsou mj. i stylově neutrální. V případě užití postupu informačního jsou využívány jak jeho kohezní formy, tak nekohezní. Výrazný podíl na kompozici textů mají nekohezní texty ve formě výtčů, grafů, tabulek, situační grafiky.

Lingvisté konstatují ve zpravodajských textech náznaky vyprávěcího, úvahového, výkladového a nevěcných modifikací popisného postupu, jejich přítomnost neodmítají.²⁸⁸ Tyto postupy se vskutku objevují, za nepříznakové však lze považovat pouze užití odborného popisu, výkladového postupu v rozšířených zprávách z odborné oblasti k vysvětlení termínů, složitých jevů, tedy k naplnění požadavku informativnosti. Užití ostatních postupů a modifikací je však vždy příznakové.²⁸⁹

Užití výkladového postupu v textu zprávy

Vědci novou metodou objevili dalekou planetu, MFD, 17. 4. 2004, s. A/10, příloha č. 12, text č. 3.

Užití výkladového postupu (v kombinaci s informačním) v rámci rozšiřujícího segmentu a pozadí zprávy

Vědci našli alexandrijskou knihovnu, MFD, 15. 5. 2004, s. A/11, příloha č. 12, text č. 4.

Aby byly zachovány zásady informační kvality, nesmí být příznakové textové modely užity jako základ přímých autorských výpovědí, jejich přítomnost v textech je omezena na citace či parafráze, v informačně výkladové linii mohou být vysvětleny jevy, podány rozšiřující informace či může být použita v rámci pozadí zprávy.

4.5.1.6 Porušení zásad informační kvality – průnik publicistiky do zpravodajství

Institucionální rámec

Jiná než čistě informativní funkce sdělení je tradiční a (příjemcem) očekávaná v bulvárních médiích. V současné době jde ovšem o trend formující i podobu seriálních periodik. Příkladem může být MF DNES, která ve svém interním instruktážním materiálu z prosince 2001 uvádí: „Čtenář nemá čas ani znalosti, aby přemýšlel, co události znamenají a jak se podle nich zařídit. Vysvětlení bude očekávat od nás. Pokud mu je dodáme, dáme mu to, co prozatím nenajde jinde... Proto musíme zpravodajství rozšířit o novou dimenzi: interpretativní a analytické zpravodajství.“ Dále doporučuje ukázat dlouhodobý význam událostí, jejich kontext a dopad na občana, zdůrazňuje potřebu zábavnosti zprávy. Ve vztahu k publiku je požadována dynamizace sdělení a atraktivita. Za žádoucí je považováno jednak řazení témat důležitých pro každodenní život jedince, jednak uchopení, zpracování zásadních politických, ekonomických, ekologických aj. témat způsobem, který by ukázal, jak ovlivňují život jedinců. „Na jednotlivci nejlépe ukážeme obecné, učiníme abstraktní problém životním. Promítněme suché vládní usnesení do lidských osudů, ukažme, jak změní život občanů, obsah jejich peněženky nebo náladu. Stejně to udělejme s ekonomikou, lokální politikou, orkánem, objížděkou či zločinem. Teprve pak čtenář může pochopit, o čem vlastně jde. Takové věci lze popsat částečně či úplně storoidním stylem. (Není míněn výlučně standardizovaný textový vzorec založený na vypravování, ale jakýkoliv způsob při-

²⁸⁷ Specifické postavení pak mají dialogické komunikáty, z nichž v psané publicistické oblasti v podobě textového vzorce je využíván rozhovor, interview (viz dále).

²⁸⁸ Srov. Bečka 1980, 1986, 1992; Chloupek 1991; Bartošek 1997, 2004 aj.

²⁸⁹ Ve všech případech máme samozřejmě na mysli jejich přímé, ne citované či parafrázované použití. Příkladem korektního užití úvahového postupu induktivního v parafrázi výpovědi vědce ke zdůvodnění vědeckého názoru je text **Vědci našli nejstarší šperk světa, MFD, 17. 4. 2004, s. A/11, příloha č. 12, text č. 1.**

blížení ‚příběhu člověka‘ – pozn. autora.) *Rovněž zkoušejme tam, kde to jde, dostat prvky story i do běžných zpráv. Je hříchem věřit, že některé prvky jsou vhodné jen pro zprávu a jiné pro story.*“²⁹⁰

Tento přístup vychází vstříc médiem zjištěným (a konstruovaným) základním, neintelektuálním očekáváním publika. Motivován je komerčními důvody – cílem je udržení a zvýšení zájmu o periodikum, což se odráží v zájmu inzerentů o zadávání reklamy a v ceně reklamních produktů. J. Kovařík v souvislosti s výrokem manažera vydavatelství MFD v této souvislosti uvedl: „Šéf vydavatelství Clemens Bauer v březnu 2001 řekl, že *nebojuje proti Blesku, ale bojuje o čtenáře, což je vlastně totéž, protože i čtenářů Mladé fronty Dnes s nižším vzděláním je téměř padesát procent. Právě čtenáři se základním a středním vzděláním bez maturity jsou vodami, v nichž Blesk operuje. Deník tedy, ať chce nebo nechce, bojuje s Bleskem o jejich přízeň.*“²⁹¹

Vliv na kritérium informační kvality

Veškeré výše uvedené nároky vydavatelství na výběr a následné interpretativní či analytické uchopení témat, preference volby netradičních, zajímavých, dynamických forem zpracování látky, případně důraz na emotivní působení, představují v jednotlivostech návod k porušení normativních principů objektivit, průnik zpravodajství cizích intencí, zejména persvaze a zábavnosti. Vedle institucionálně podmíněných dopadů však umožňují, podobně jako v dílčí oblasti publicistické, průnik osobních názorů přímého původce sdělení, autora.

Připustíme-li navíc, že jednou ze sémiotických charakteristik standardizovaných textových vzorců, které se vztahují i na jejich komplex, tedy celý zpravodajský segment, je přítomnost základního interpretačního klíče obsahu sdělení (ve smyslu: od zprávy očekáváme informaci), lze průnik persvaze hodnotit jako velice problematický. Ve vztahu k příjemci je nutné zmínit také skutečnost, že hodnocení nejsou explicitně podaná v rozpracované úvahové linii, ale vesměs jde o jednorázové interpretace a tvrzení či hodnocení implicitní, které je podloženo v rámci objektivizačního procesu.

Zpravodajská sdělení přestávají vyhovovat požadavku objektivit a dochází k jejich faktickému přechodu do dílčí oblasti publicistické (v užším smyslu slova).

4.5.1.6.1 Jazykové prostředky porušení informační kvality

Na příkladu MFD je zřejmé, že porušení informační kvality je komplexní jev, který se projevuje ve všech etapách produkce sdělení – ve výběru informací, způsobu jejich selekce, logickém zpracování a následném převedení do znakového systému, jazyka. V jazykové oblasti lze dopady sledovat ve všech rovinách, tedy jak v použití jazykových prostředků nižší roviny, tak také v rovině textové. Upozornit je nezbytné, že ne všechny projevy porušování norem zpravodajství mají původ institucionální. Nelze ani opomíjet skutečnost, že porušování informační kvality je projevem společensky podmíněného vývoje mediální oblasti a jazykové prostředky jejich realizace jsou užívány uzuálně, navíc jsou původci sdělení (přímými i institucionálními) považováni za závazné a správné, takže mají ve své podstatě normativní potenciál.

Pozn.:

Námi dokumentované jevy v Mladé frontě Dnes neplatí pouze pro tento deník, ale identicky se vyskytují i v ostatních médiích. Při tomto tvrzení vycházíme z jazykových výzkumů J. Bartoška 1993a 1993b, 1997, 2001, 2004 či prací v oblasti mediálních studií M. Kunczika 1995, D. McQuaila 1999, H. Pürera 1993 aj.

4.5.1.6.1.1 Rovina prostředků vnitřní lingvistiky

Automatizace, modelovost vyjádření

Automatizace vyjádření je ve své podstatě k zásadám informační kvality konformní. Nesmí však automatizovat prostředky různých rovin jazyka, které zásady informační kvality porušují. Týká se to například příznakových textových modelů či komponentů v rovině textu (viz dále), nespisovných, expresivních či

²⁹⁰ Interní materiál MFD 2001.

²⁹¹ Kovařík, J., Komplexní prožitek doby aneb Co se vytratilo z nejčtenějšího deníku. Strategie 2002, s. 37.

obtížně srozumitelných prostředků v oblasti vnitřní lingvistiky. Příkladem mohou být publicismy, které mají charakter nespisovných neologismů, např. artikulovat (ve smyslu cokoliv vyjádřit, sdělit), kauza (ne ve smyslu právního případu) aj. Některé publicismy jsou navíc expresivní, např. slovo tunelář obsahuje negativně expresivní konotaci. Příznaková jsou metaforická novinářská klíšé, např. boj o hlasy poslanců, metařečové metonymie, např. tečka za zprávami. V syntaktické oblasti jde např. neurčitá vyjádření syntaktické závislosti, bohatě rozvité větné členy, polovětné konstrukce, nevyvážené vystavěné věty a souvětí. Chybami v užívání jazykových prostředků nižších rovin jazyka se zabýval např. J. Bartošek.²⁹²

Záměrná aktualizace, dynamizace sdělení, průnik názorů, hodnocení

V rovině jazykových prostředků vnitřní lingvistiky jsou užívány veškeré prostředky lexikálně-syntaktické, které jsou typické pro oblast publicistiky v užším smyslu slova. Vysokou frekvenci mají jednotky, které umožňují aktualizovat, dynamizovat text, také prostředky umožňující vyjádřit hodnocení. Jde zejména o jednotky expresivní, metafory, netypické metonymie, frazeologismy (často aktualizované), hodnotící lexikum aj.

V textu **ČSSD oslabuje boj ve vlastních řadách, MFD, 9. 6. 2004, s. A/1**, příloha č. 2, text č. 2.²⁹³

Kubinyi ji podezírá, že překročila pravomoci; roztržka stranických funkcionářů ještě zvyšuje napětí ve vládní ČSSD; ať se nesnaží vystřelovat každý den z Aurory; nebude se ke kauze vyjadřovat; aby... na sebe neútočili v médiích; v minulých dnech pohrozil, že poměry v levicové straně; roztržku se včera snažil zachraňovat; pro ČSSD je výbušný i vývoj kauzy; nové informace naznačují liknavý přístup státu.

V textu **Boj o Špidlu vrcholí, zapojí se i Zeman, MFD 26. 6. 2004, s. A/1** jsou přítomny jednotky: část širšího vedení ČSSD se pokusí svrhnout svého předsedu; novým prvním mužem; neřekl, jestli do toho boje půjde a co udělá po případné výhře; je schopen rozhádanou stranu sjednotit; nespokojených regionů, které žádají Špidlovu hlavu; v případě Špidlova sesazení, do boje zasáhne i expředseda; je připraven vystoupit na jednání s receptem.

4.5.1.6.1.2 *Textové objektivizační komponenty*

Citace a parafráze obecných a nejmenovaných původců

V rámci zásad objektivitativy slouží citace a parafráze, jak bylo uvedeno výše, jako zdroj informací, jejich prostřednictvím jsou podány informace či dokládána fakta, či jsou využívány při prezentaci opozitních vyjádření. Specifické postavení a značný potenciál porušit zásady informační kvality má citace či parafráze nejmenovaného původce,²⁹⁴ popřípadě odvolávání se na obecného (institucionálního²⁹⁵ či profesního) původce informací, údaje těchto původců mívají interpretovanou podobu.

Odvolání se na obecného (institucionálního či profesního) původce

Na důchody chybí šest miliard, MFD, 2. 7. 2004, s. B/1:

»Podle ekonomů jde tak jen o důkaz neudržitelného stavu financí bez důchodové reformy.«

²⁹² Bartošek 1977, s. 54–61; 1999, s. 5–11; 2001, s. 10–23; 2004, s. 9–14.

²⁹³ Zachyceny jsou veškeré příznakové lexikální jednotky. Oba texty byly děleny do tří sloupců s devatenácti řádky, u textu ze dne 9. 6. je střední sloupec zkrácen na 10 řádků.

²⁹⁴ Netvrdíme, že takový postup je zcela vyloučen. Použití citací obecných a nejmenovaných zdrojů je záležitostí etiky novinářské práce (týká se zpravodajství i publicistiky), neboť vykazují potenciál umělého konstruování zdrojů a jejich užití pro podporu tvrzení, argumentačního řetězce. Existují však situace, kdy zdroj není možné uvést (například pokud by přímé jmenování zdroj mohlo ohrozit), takže žurnalista by informaci nemohl použít. Je si však nutné uvědomit, že ve zpravodajství, které má vyhovovat zásadám informační kvality, by měl být tento způsob užíván jen v závažných a zdůvodněných situacích. Současná žurnalistická praxe je opačná, podobné citace a parafráze, porušující zásady informační kvality, jsou užívány běžně. Mezi krajní příklady daného jevu jednoznačně náleží formulace typu „dle našich informací“, aniž by byl zdroj vůbec uveden.

²⁹⁵ S výjimkou zřetelného institucionálního původce – viz poznámka 277.

České nemocnice lákají čím dál víc investorů, MFD, 19. 7. 2004, s. B/1:

»Podle statistik vydělává zhruba 44 procent z dvou set českých nemocnic, nebo alespoň na konci roku v zisku dosáhnou nulu.«

Vláda si definitivně vybrala gripeny, MFD, 10. 6. 2004, s. A/1:

»Za zapůjčení letadel zaplatí Česko 19,6 miliardy korun... Podobně příznivé hodnocení však nezastávají všichni. Kritici se odvolávají na to, že půjčení jednoho gripeny vyjde na 52 milionů dolarů, zatímco zakoupení zbrusu nové a mnohem výkonnější americké stíhačky F-16D by stálo pouhých 35 milionů.«

Citace či parafráze neznámého původce

Policie sbírá údaje o majetku šlechty, MFD, 12. 6. 2004, s. A/1:

»Podle informací MF Dnes žádá policie podobné informace po celé republice. ... Vysoce postavený policejní zdroj... prozradil, že policie prověřuje, zda restituce šlechtického majetku neprovázela korupce mezi státními úředníky.«

Gross už má blízko k sestavování vlády, MFD, 2. 7. 2004, s. A/1:

»„Máme už 102 hlasů. Ale koho jsme získali a z které strany, to vám neřeknu. To víte, ne každý řadový poslanec má naději, že mu jeho strana, dostane-li se k moci, dá ministerské křeslo,“ řekl včera MF Dnes člen vedení sociální demokracie.«

Citace a parafráze podporující tvrzení

K zásadnímu porušení informační kvality dochází tehdy, když jsou citace, parafráze využívány k legitimizaci vlastního názoru, interpretace či myšlenkového (úvahového) řetězce. Jde o postup, který je nepříznakový v rámci dílčí oblasti publicistické (v užším smyslu slova), ve zpravodajské dílčí oblasti se jedná o jeden ze základních mechanismů průniku persvaze do sdělení. Používání citací a parafrází jako prostředku legitimizace představuje výrazný kompoziční prvek produkce novinářských sdělení.

Špidla riskuje, chce hlasování o vládě, MFD, 21. 6. 2004, s. A/1:

»Naopak všechny zaskočil zcela neočekávaným tahem: oznámil, že zřejmě požádá poslance, aby ve čtvrtek ve sněmovně hlasovali o důvěře jeho vlády. „Uvažuji o tom, ale ještě nejsem definitivně rozhodnut. Budu to ještě konzultovat jak s koaličními partnery, tak s poslanci sociální demokracie,“ řekl MF Dnes.«

Špidla riskuje, chce hlasování o vládě, MFD, 21. 6. 2004, s. A/1:

»Mnozí se však mohou zaleknout toho, co by v případě Špidlova sesazení následovalo. Ten totiž včera... zopakoval: buď budu předsedou ČSSD i premiérem, nebo nebudu ani jedním.«

Špidla hraje o vše, hrozí demisí vlády, MFD, 22. 6. 2004, s. A/1:

»„Nemohu vést vládu, pokud bych neměl podporu své strany,“ prohlásil Špidla po včerejším jednání špiček koalice. Snaží se tím přitlačit na ČSSD, která bude v sobotu na jednání ústředního výkonného výboru hlasovat, zda mu ještě věří jako předsedovi strany.«

Čečenští ozbrojenci zabili desítky lidí, MFD, 23. 6. 2004, s. A/1:

»Útočníci se patrně snažili ukázat, že jsou po období poměrného klidu schopni podniknout rozsáhlou operaci. „Dříve jsme se soustřeďovali na sabotáže, nyní chceme začít s vojenskými akcemi,“ prohlásil před několika dny jeden z vůdců čečenského odboje Aslan Maschadov.«

Boj o Špidlu vrcholí, zapojí se i Zeman,²⁹⁶ MFD, 26. 6. 2004, s. A/1, příloha č. 2, text č. 3:

»Do boje zasáhne i expředseda Miloš Zeman. Z Vysočiny vzkázal, že je připraven vystoupit na sobotním jednání s receptem, co by ČSSD měla dělat...«

»Zatím není jasné, zda by se Zeman ucházel o nějaké funkce ve vedení strany, ale jeden z jeho pražských příznivců Václav Dašek včera uvedl: „Zeman mi řekl, že pokud bude stranou vyzván, rád pomůže.“«

4.5.1.6.1.3 Textové modely

Charakteristické pro porušení zásad informační kvality je využívání, vkládání vyprávěcího, úvahového, nevěcných modifikací popisného, ale také výkladového slohového postupu (neslouží-li k vysvětlení například termínu – viz výše), jejich kombinování s informačním a věcným popisným postupem v rámci základní (autorské) informační linie sdělení. Jejich užití je v souladu s výše uvedeným požadavky (interpretování, vysvětlování, poutavého podání atd.) vydavatele MFD.

Pozn.:

Příklady užití textových modelů jsou vybírány z úvodních textů MFD na s. A/1 a C/1. V případě specifických jevů zařazujeme stručný analytický úsek.

Užití úvahového postupu

Výše uvedená tvrzení a interpretace legitimizované citací jsou také dokladem užití úvahového slohového postupu, zde však věnujeme pozornost užití rozsáhlejších úvahových úseků.

Policisté zkoumají tunel ve státní firmě Čepro, MFD, 7. 6. 2004, s. A/1:

Citovaný úsek je pátým, závěrečným odstavcem zpravodajského článku, který informuje o vyšetřování firmy Čepro, přičemž v předchozích odstavcích je užit informační slohový postup.

»Pro Czech Energospace to byl první významný obchod, což nahrává podezření, že šlo o předem promyšlený plán. O zdražení se totiž vědělo předem, neboť se zvyšovala spotřební daň. Policie zkoumá, zda se operace neuskutečnila jen na papíře.«

Politici se chlubí novou nemocnicí před volbami, MFD, 8. 6. 2004, s. C/1:

Citovaný úsek je šestým, závěrečným odstavcem zpravodajsko-publicistického článku, má rozšiřující charakter. Text obsahuje dvě tematické linie – zpravodajskou, která informuje o otevření nové nemocnice, zřetelně je však kontaminován publicistickým záměrem dát otevření nemocnice do souvislosti s volbami (viz i volba titulku), přičemž řazeny jsou citace starosty Prostějova a olomouckého hejtmana Březiny (3. a 4. odstavec), vyvracející souvislost. Text uvádíme jako příklad hrubého směšování zpravodajství a publicistiky.

»Před každými volbami je typické, že se politici snaží co nejvíce zviditelnit a získat tak body pro své partaje. Před dvěma týdny byl premiér Vladimír Špidla (ČSSD) u toho, když se ve Strážnici nad Ludinou slavnostně otevíral nový vodovodní přívaděč Fulnek–Hranice–Přerov. Lidé z Přerovska tak přestali být závislí na zdrojích z řeky Bečvy...«

Pád vlády oddálen, Gross brzdí útok, MFD, 23. 6. 2004, s. A/1:

»Ačkoliv vývoj posledních dní naznačoval, že jsou dny současného koaličního kabinetu téměř sečteny, po včerejšku se akcie premiéra Vladimíra Špidly a jeho vládní sestavy přece jen o něco zvedly.«

Pád vlády oddálen, Gross brzdí útok, MFD, 23. 6. 2004, s. A/1:²⁹⁷

O budoucnosti premiéra Špidly a jeho vlády rozhodne až sobotní jednání ústředního výkonného výboru ČSSD, už včerejšek však přinesl několik důležitých informací. Ta hlavní přitom zní: v ČSSD sílí obava z před-

²⁹⁶ Konstatování v titulku z textu vůbec nevyplyvá.

²⁹⁷ Na podporu části tvrzení použita i citace.

časných voleb... To se projevilo i na včerejším jednání poslaneckého klubu ČSSD. Při něm se totiž ukázalo, že řada Špidlových kritiků nechce situaci vyhrotit tak, aby to muselo znamenat přímo pád vlády. „Koaliční vláda by měla pokračovat,“ řekl poslanec Stanislav Křeček, jeden z nejrazantnějších Špidlových kritiků.«

»Obávám sociálních demokratů nahrává i nekompromisní postoj ODS, na níž část sociálních demokratů sázela při úvahách o podpoře jejich menšinové vlády anebo přímo o velké koalici.«

Užití nevěcného, subjektivního popisu

Opilý řidič zranil policistu a ohrožoval zdravotníky, MFD, 26. 6. 2004, s. C/1, příloha č. 2, text č. 4:

»Čtvrtek, jedna hodina po půlnoci, šumperské náměstí Svobody. Hlídka městských strážníků při rutinní kontrole zastavuje přijíždějící seat. Jeho řidič však na pokyn k zastavení nereaguje a v plné rychlosti najíždí přímo do policejního auta. Zůstává v něm jeden zraněný strážník. Namol opilý řidič později ohrožuje další policisty i zdravotníky v sanitce.«

Pozn.:

Při podání základní informace článku je použita dramatizace. Výpověď je stylizována v krátkých větách, přítomném čase ličení. Následuje referát, užit je nepříznakový slohový postup popisný kombinovaný s citovanými výpověďmi zúčastněných. Závěrečné tři odstavce jsou věnovány a) jeden odstavec rozšiřující informaci: »Policie případ zatím neuzavřela, ale mladíkovi hrozí...«, b) dva odstavce pozadí: »Policisté už delší dobu poukazují na to, že na vysokých počtech nehod se ve velké míře podepisují opilí řidiči ...« a »Nejtragičtější nehoda policejního vozu, kterou způsobil opilý ...«

Školáci: Nejprve jsme mysleli, že je to legrace, MFD, 21. 4. 2004, s. A/2, příloha č. 3, text č. 2:

»Chlapec v modrém za sebou ještě zavřel okno, ze kterého vylezl na dvacet centimetrů široký parapet. Zřejmě si uvědomil, že má pod sebou několikametrovou hloubku a posadil se.«

Užití vyprávěcího postupu

Měli masky a čekali na oběti. Policii však nikdo nezavolal, MFD, 16. 1. 2004, s. A/2, příloha č. 9, text č. 2:

»Nedaleko budovy olomouckého depa lokomotiv postávají tři muži v maskovacích kuklách. Minuty plynou a zpozzdáli trojici postupně zahlédne několik lidí. Na podezřelé muže však neupozorní nikdo. Skoro po půl hodině přijíždí do areálu Českých drah automobil. Přiváží téměř tři miliony na výplaty. Peníze však v zápětí skončí v ruce lupičů se zakrytými obličejemi.«

Školáci: Nejprve jsme mysleli, že je to legrace, MFD, 21. 4. 2004, s. A/2, příloha č. 3, text č. 2:

»Všichni ve třídě se rázem nahrnuli k oknu. Měli dokonalý přehled, jejich třída totiž leží v druhé části školní budovy, která má tvar písmene U.«

Užití výkladového postupu

Specifické úseky textů představují výklady. Užitím postupu výkladového, který ze své podstaty vyžaduje logickou práci s fakty a jehož cílem je odrazit objektivně existující vazby, dochází oproti výše uvedeným příznakovým postupům k nejmenšímu porušení zásad informační kvality.²⁹⁸ Takové využití lze označit jako informačně analytické s potlačenou úvahovou složkou. Výkladové pasáže však bývají v textech dále ve výkladově-úvahové linii interpretovány, popřípadě s úvahami přímo kombinovány.

²⁹⁸ Z charakteru výkladového postupu a jeho kombinování s postupem informačním mj. také vyplývá specifické postavení textového vzorce analýzy v dílčí oblasti publicistické (viz dále).

Vláda chystá úlevy pro rodiny s dětmi, MFD, 21. 5. 2004, s. A/1:

»Ministr financí... včera oznámil, že návrh daňových úlev brzy předloží do vlády... Ne všichni však na tom budou lépe. Tříčlenná rodina s jedním příjmem nad 26 tisíc korun měsíčně si pohorší... Čím méně člověk vydělá a čím více má dětí, tím více od státu získá. Pokud platí tak malé daně, že není z čeho odečítat, finanční úřad mu dokonce doplatí – až 24 tisíc korun. Kromě daňových úlev chystá Sobotkův úřad také společné zdanění manželů. To se nejvíc vyplatí párům, kde jsou velké rozdíly v příjmech. Více vydělávající může přepsat část příjmu na partnera a díky tomu zaplatí na dani méně. Úlevami se politici snaží vynahradit rodinám letošní zvyšování daní, které letos v průměru zatížilo rodinný rozpočet o sedm tisíc korun ročně.«

4.5.1.7 Kompozice zpravodajských sdělení a textových komplexů

4.5.1.7.1 Zpravodajské články

Při produkci zpravodajských článků jsou uplatňovány standardizované textové vzorce (viz výše Textové vzorce, žánry, s. 40). Užívána je rovněž kombinace žánrových segmentů, textových komponentů a textových modelů.

Univerzálně užívaný je kónický způsob zpracování textu, a to ať již ve standardizované podobě textového vzorce, popřípadě jsou užívány některé komponenty kónického uspořádání (základní informace na začátku, sekvence řazení informací s klesající důležitostí, střídání informací, pozadí).²⁹⁹ Příkladem jsou mezi jinými texty **Tornádo poničilo třetinu Litovle, MFD, 11. 6. 2004, s. A/1, příloha č. 2, text č. 1; Chlapec spadl z okna třídy a zabil se, MFD, 21. 4. 2004, s. A/1, příloha č. 3, text č. 1.**

Kombinaci textových vzorců lze dokumentovat na článku **Karel Zich tragicky zemřel na dovolené, MFD, 15. 7. 2004, s. C/7, příloha č. 1, text č. 2**, kde je souhrnný typ zprávy doplněn o biografii. Zapojení části odlišného textového vzorce v rámci standardizovaného vzorce dokládá text **Zábřežský kovář „obouvá“ i vítězku Velké pardubické, MFD, 28. 2. 2004, s. C/1–2, příloha č. 11, text č. 1**, kde je mimo základní tematickou linii řazen úsek profesního životopisu, který je zpracován kombinací autorské linie a citované výpovědi.

Specifika textů dodržujících a porušujících zásady informační kvality

V případě textů, které jsou v souladu se zásadami informační kvality, přímé autorské informační a/nebo popisné úseky doprovází citace a parafráze, jejichž cílem je podat informaci či již přítomnou informaci dokumentovat, doložit, např. v textu **V celé republice začaly opět rozsáhlé kontroly řidičů, České noviny, www.ceskenoviny.cz, 4. 11. 2003, příloha č. 6, text č. 4.**

V případě textů, které porušují zásady informační kvality, jsou linie všech příznakových i nepříznakových textových modelů kombinovány, přičemž platí, že nepříznakové postupy, informační a věcný popisný, společně s objektivizačními komponenty (citace, parafráze a dodatečné důkazy) slouží k legitimizaci, podložení tvrzení, názoru. Texty ve své podstatě představují komplex lineárně řazených úvahově-informačních segmentů.

Specifické postavení mají texty vytvořené v rámci tzv. human interest story, zpracování informace v podobě příběhu jedince. Forma zpracování těchto textů je různá. Od nepříznakových publicistických referátů, např. **Zábřežský kovář „obouvá“ i vítězku Velké pardubické, MFD, 28. 2. 2004, s. C/1–2, příloha č. 11, text č. 1**, přes subjektivizované texty, jejichž úkolem je zachytit napětí, pocity, ale také informovat, např. **Žena, která dopadla sexuálního násilníka, MFD, 1. 7. 2004, s. A/4, příloha č. 11, text č. 2 (riport)**, až po skutečné story. V podobě textového komponentu mohou být úseky zaměřené na jednotlivce součástí běžného zpravodajského textu. Příkladem je text **Litovel zápasí s následky tornáda, MFD, 11. 6. 2004, s. C/1**, kde je ve třech odstavcích podána informace o situaci ve městě, ve dvou odstavcích jsou pak rozšiřující formou přiblíženy v objektivizované linii zážitky a pocity jednotlivců (manželské dvojice a jednotlivce).

Užívání textových struktur a jejich sekvence v textu postupně stabilizují, ve své podstatě, bez ohledu na míru dodržení zásad informační kvality, postupně získávají charakter nových textových vzorců. Podobně je tomu i u textových komplexů, zejména těch, které jsou tvořeny ze dvou základních textů (viz zde dále).

²⁹⁹ Nemáme zde na mysli kompletní zprávu ve tvaru obrácené pyramidy, nýbrž využití některých postupů její výstavby.

4.5.1.7.2 *Textové vzorce – žánry*

Z lingvistů se problematikou zpravodajských žánrů zabýval J. Mistřík,³⁰⁰ který za základní žánry považuje zprávu a rozšířenou zprávu, report a referát, interview, oznámení (jeho modifikace komuniké, inzerát), plakát. J. Chloupek a kol.³⁰¹ nezmiňuje plakát, místo referátu a reportu uvádí publicistický referát, zprávu členěnou na zprávu v základní podobě a rozsáhlejší zprávu, navíc řadí výzvu. M. Čechová a kol.³⁰² analogicky uvádí zprávu, rozšířenou zprávu, oznámení, komuniké, publicistický referát a za pomezí útvar mezi zpravodajstvím a publicistikou považuje reportáž. J. V. Bečka³⁰³ kombinuje při vymezení základních žánrů (útvárů) kompoziční, obsahové a tematické hledisko, rozlišuje zprávy v základní podobě (mezi nimi zprávy o probíhajících akcích, zprávy aktualizované, zprávy z ciziny), zprávy rozšířené, zprávy z diplomatických návštěv, zprávy s prvky úvahovými, zkrácené zprávy, zpravodajské články (mozaikové a souhrnné), reportážní zprávy, interview, zprávy vyžádané. Za zvláštní skupinu považuje informační sdělení naučná, v jejichž rámci vyčleňuje zprávy a články vědecké, encyklopedické a praktické.

Náš náhled na zpravodajské textové vzorce vychází ze zásad informační kvality. Podoba zpravodajských textových vzorců je, mají-li její požadavky naplnit, limitována užitím nepříznakových textových modelů – informačního a věcného popisného, čemuž odpovídají dva elementární (stylově nepříznačkové) textové vzorce zpráva a referát. Pokud je použit pouze informační postup, popřípadě dominuje-li, jde o zprávu a její dílčí typy. Pokud je základem sdělení věcný postup popisný ve spojení s postupem informačním, jde o publicistický referát.

Zpráva a její modifikace

Dílčí kompoziční modifikace zprávy jsou závislé:

- a) na typu tématu, které umožňuje určité kompoziční uchopení – plošný, prostorový průběh události – mozaiková zpráva; delší časový průběh události – souhrnná zpráva;
- b) na rozsahu podávaných informací – podle relevance tématu jsou v různé míře zodpovídaný otázky kdo, co, kde, kdy, proč a jak – noticka, zpráva v základní podobě, rozšířená zpráva.

Za funkčně a kompozičně nerrelevantní máme rozlišování typů zpráv na deníčku a lokálku. Texty takto označované jsou informativní a z kompozičního pohledu se pohybují v rozpětí noticky a zprávy rozšířené.

Naopak za účelné máme odlišení typu zprávy, u níž je informativní funkce oslabena či potlačena na úkor funkce jiné. Příkladem jsou zprávy, které mají zřetelnou zábavní intenci, označovány jsou také jako zprávy fičrové (viz dále publicistická dílčí stylová oblast, segment zábavní, s. 88).

4.5.1.7.2.1 *Zpráva v základní podobě*

Zpráva v základní podobě bývá také označovaná jako ryzí, představuje typ zprávy, která zcela vyhovuje zásadám informační kvality, neobsahuje jiné než informativní intence. Jedná se o nerozsáhlé sdělení, jehož úkolem je odpovědět na základní zpravodajské otázky kdo, co, kde, kdy. Informuje o jednom hlavním faktu a vykazuje kompoziční a grafickou stabilitu – je podána zpravidla v jednom odstavci a s jedním titulkem (tj. bez nadtitulků a podtitulků). Před vlastní zprávou bývá řazen tzv. domicil, který uvádí místo původu. Za domicilem, anebo na konci zprávy je umístěna šifra autora. Pokud redakce přebírá zprávu z agenturních zdrojů, je uvedena zkratka agentury. V případě, že je agenturní text dále upraven (doplněn, zkrácen), ke zkratce agentury je připojena šifra autora.

³⁰⁰ Mistřík 1985, s. 468–472.

³⁰¹ Chloupek 1991, s. 218.

³⁰² Čechová 2003, s. 226–227.

³⁰³ Bečka 1986, s. 89–167.

Příklad zprávy převzaté z agenturního servisu:

Arafat oznámil složení nové vlády, příliš ji však nezměnil, MFD, 30. 10. 2002, s. A/10:

Ramalláh (ČTK) - Palestinský vůdce Jásir Arafat včera představil složení nové vlády, kterou sestavil pod palestinským i zahraničním tlakem na reformu palestinského vedení. Zároveň nabídl smír Izraeli a opět odsoudil útoky proti civilistům. Nový kabinet byl početně zredukován, ale jen z 21 na 19 členů a jsou v něm pouze čtyři nové tváře - na postech ministrů zdravotnictví, vnitra, spravedlnosti a pro záležitosti vězňů. Své vládní posty si také udržel dosavadní ministr informací Jásir Rabbú, ministr plánování a mezinárodní spolupráce Nabíl Šás i místní správy Saíb Irikát.

Příkladem zprávy redakční je text **Muž zkoušel motocykl a zahynul, MFD, 29. 5. 2004, s. C/1, příloha č. 4, texty č. 2.**

Užívána je také zpráva v základní podobě s rozšiřující informací, která přináší stručnou dodatečnou informaci mimo rámec odpovědi na základní otázky, např. příloha č. 4, texty č. 1: **Policisté zkoumají, kdo otrávil psy, Přes hranici si zašel vykrást hospodu** a text č. 2: **V historické radnici začne jezdit výtah** (analýzy připojeny).

4.5.1.7.2.2 Zpráva zkrácená

Zkrácená zpráva neboli noticka neodpovídá na všechny otázky jako zprávy v základní podobě, vynechána bývá odpověď na otázku kdy či kde, popřípadě obě, nicméně odpovědi na scházející otázky musí být zřejmé z kontextu. Například sdělení **Plošinář Brhel postoupil do finále kvalifikace o účast v Grand Prix 2005** v příloze č. 4, texty č. 4 neobsahuje odpovědi na otázky kdy a kde. Formou zkrácené zprávy jsou podány informace, které redakce nemínila příliš zdůrazňovat, ale přesto je považuje za dostatečně důležité nebo zajímavé, aby byly otištěny. Noticky bývají umístěny v rámci rubrik (např. Krátce, Telegraficky - viz příloha č. 4) a grafická podoba je v zásadě dvojí:

- a) texty obsahují domicil, titulky a redakční šifru, např. příloha č. 4, texty č. 3;
- b) uvnitř rubriky je titulek nahrazen tučným písmem na počátku zprávy či grafickou značkou (bodem, čtverečkem, hvězdičkou apod.), redakční značka není uvedena, popřípadě je uvedena na závěr rubriky, např. příloha č. 4, texty č. 4.

4.5.1.7.2.3 Fleš

Specifickým typem zkráceného agenturního zpravodajského textu je fleš. Označit ji lze jako první (před)zprávu, oznamuje událost, o níž zatím není ještě dostatek podrobnějších informací. ČTK redakce prostřednictvím fleší upozorňuje na zprávy, které teprve vydá. Typický je příklad sportovního zpravodajství, kde v podobě fleše nejprve přichází do redakcí výsledek určité sportovní události, teprve po nějaké době následují podrobnosti.

Jako fleše bývají také označovány upoutávky, anonce na titulní straně periodik, které odkazují na text uvnitř listu, užito bývá spojení několika upoutávek v graficky nápadné úpravě, cílem sdělení je upozornit na nejzajímavější materiály v listě (viz příloha č. 4, text č. 5).

Rozšířená zpráva

4.5.1.7.2.4 Rozšířená zpráva kónické kompozice (ve tvaru obrácené pyramidy)

Rozšířené zprávy představují texty, které kromě základních informací odpovídají na otázky jak a proč, dále rozvádí hlavní fakt pomocí dalších skutečností. Na rozdíl od zprávy v základní podobě využívají vedle informační i linie popisné, jádrem ovšem zůstává sdělení faktů. Texty, které jsou delší než zpráva v základní podobě či zpráva v základní podobě s rozšiřující informací, užívají strukturovaných titulků, řazen je domicil, v závěru textu je uváděno plné jméno původce.

V části věnované informační kvalitě (viz výše *Informační kvalita – objektivita*, s. 58) jsme konstatovali, že řada objektivizačních postupů (umísťování základních informací v úvodu, vkládání opozitních názorů, užití rozšiřujících informací a pozadí) není v textech realizována pouze prostřednictvím textových komponentů, ale ustálila se v podobě specifického textového vzorce, zprávy ve tvaru obrácené pyramidy. Elementárním požadavkem pro tento kompoziční typ přístupu je, jak vyplývá ze samotného názvu, řazení informací se snižující se důležitostí, což v případě potřeby umožňuje text od konce krátit. Základní informace jsou zařazeny v čele zprávy, přičemž dále následují a střídají se objektivizované slovní reakce osob, které mají k tématu vztah, a rozšiřující informace s klesající důležitostí, a to až k nejširším souvislostem v pozadí, např. text **Logo kraje se opět nepodařilo vybrat**, MFD, 23. 10. 2002, s. D/1, příloha č. 5, text č. 1.³⁰⁴

Výstavba textu nemusí dodržovat přesnou sekvenci řazení jednotlivých úseků, struktura může být variabilní, ovšem při zachování kritéria krátkosti. Příkladem může být text **Vojačky se fotily do erotického časopisu**, MFD, 29. 5. 2004, s. A/4, příloha č. 5, text č. 2 (analýza v příloze).

Rozšiřující texty mohou mít i různý kompoziční charakter, příkladem může být rozsáhlý informační a popisný úsek v druhém odstavci textu **Kamion zabil čtyři lidi ve škodovce**, MFD, 20. 7. 2004, s. A/1–4, příloha č. 5, text č. 4.

Specifickým typem zprávy kónické kompozice je text **Zastupitel: chtěli mě uplatit kvůli Lidlu**, MFD, 30. 7. 2004, s. C/1–2, příloha č. 5, text č. 3 (analýza v příloze), který je vystaven na základě střídání opozitních výpovědí. Zde platí, že při krácení nelze odstranit opozitní repliku.³⁰⁵

Souhrnná a mozaiková zpráva

U rozsáhlých zpravodajských sdělení charakter tématu může rozhodovat o použití kompozičního postupu. Kromě standardizovaného textového vzorce v podobě obrácené pyramidy je využívána forma souhrnné či mozaikové zprávy.

4.5.1.7.2.5 Souhrnná zpráva

Souhrnný typ zprávy je používán u událostí, které se vyvíjely v určitém časovém úseku (průběh konferencí, jednání vlády, parlamentu, zasedání institucí, soudní jednání aj.), její kompozice bývá retrospektivní. Souhrnné zprávy kromě informací o předmětu sdělení také obsahují (dominantně v závěru) rozšiřující informace, pozadí, souvislosti³⁰⁶ (v případě porušení zpravodajské normy jsou rozšiřující informace podané příznakovým způsobem, např. za užití expresiv, hodnotících slov, náznaků úvah, subjektivizovaného výběrového popisu, citací a parafrází dokládajících tvrzení aj.). Příkladem souhrnné zprávy s rozšiřující informací v závěru je text **Voda, vstupenky, hotely a časopisy nezdraží**, MFD, 19. 2. 2004, s. B/1, příloha č. 6, text č. 1.

4.5.1.7.2.6 Mozaiková zpráva

Mozaiková zpráva je užívána v případech, kdy se ve stejném časovém úseku v rámci jednoho tématu, které má být zpracováno, odehrává více událostí. Příkladem mohou být rozsáhlé přírodní pohromy (povodně na Moravě v roce 1997 a v Čechách v roce 2002), volby, na několika místech probíhající konference politických stran, společenské, sportovní události atd. Dílčí tematické úseky mozaikové zprávy lze uchopit jako stručné zprávy (v rozsahu zprávy v základní podobě nebo zprávy v základní podobě s rozšiřující informací) či souhrnné informace o průběhu události na každém ze sledovaných míst. Jednotlivá dílčí sdělení se

³⁰⁴ Tematicko-kompoziční výstavbou textů ve tvaru obrácené pyramidy se zabýval J. Bartošek, který popsal i způsob řazení informací v jednotlivých odstavcích. Srov. Bartošek 1997, s. 53.

³⁰⁵ V ideálním případě by měl být poměr délky odpovědi přibližně stejný (samozřejmě v závislosti na skutečných reakcích citovaných osob). V žádném případě by neměl žurnalista v rámci jedné opozitní výměny kombinovat citaci a parafrázi.

³⁰⁶ V intencích kónického uspořádání za užití textových komponentů.

kladou buď mechanicky za sebou, nebo se vzájemně prostupují, např. **V celé republice začaly opět rozsáhlé kontroly řidičů**, *České noviny*, www.ceskenoviny.cz, 4. 11. 2003, příloha č. 6, text č. 4.³⁰⁷

Pozn.:

Mozaiková kompozice, někdy označovaná jako stavebnicová, je využívána i při výstavbě tematických komplexů³⁰⁸ (viz dále *Textové komplexy*, s. 78). Rozhodnutí původce sdělení, zda užije textového vzorce, či textového komplexu, je dáno relevancí tématu, prostorem, který má k dispozici, aj. Zachytit lze i texty, které jsou na přechodu mezi oběma kompozičními strukturami, např. text **AFP: Klausova ODS Havla vyplísnila**, *Právo*, 22. 1. 1998, s. 8, příloha č. 6, text č. 3.

Publicistický referát a report

4.5.1.7.2.7 Publicistický referát

Publicistický referát je vhodné vymezit v kontextu lingvisty různě definovaných žánrů report, referát a publicistický referát. J. Mistrík³⁰⁹ zmiňuje žánry report a referát, přičemž v obou případech zdůrazňuje užití informačního a popisného slohového postupu. Report charakterizuje jako svědeckou výpověď, zprávu očitého svědka o události. Vymezuje jej jako delší zprávu, která obsahuje živý popis lidí, situace, okolností a podmínek, za kterých událost proběhla. Obsah žánru referát pak naplňuje informování o průběhu libovolné akce (shromáždění, konference, zájezdu aj.), zdůrazněny jsou dvě rámcové složky – stručné informace o události a podrobné informace o průběhu události, jejich popis. J. Chloupek³¹⁰ zmiňuje pouze publicistický referát, žánr srovnává s referátem odborným, zdůrazňuje odlišné užití jazykových prostředků, zejména pak jejich různé funkční zaměření a cíl. U publicistického referátu zmiňuje ustálenost textového vzorce – po základních údajích o předmětu komunikace následuje (v intencích Mistríkova referátu) vystižení celé události, dále ovšem také významu a přínosu (v intencích Mistríkova reportu). Ze slohových postupů za základní považuje informační, další se prolínají – popisný, výkladový, připouští i prvky postupu vyprávěcího. Textům přisuzuje různou míru přesvědčování.

M. Čechová a kol.³¹¹ publicistický referát považuje za zpravodajský žánr s analytickými rysy, který se vedle podání základní informace snaží ve druhé rámcové složce textu vystihnout událost, přičemž užívá informační, popisný a výkladový postup. Zmiňována je různá míra persvazivní intence. Člení na dvě rámcové složky je společně s pojetím J. Chloupka a kol.

V případě našeho chápání publicistického referátu vycházíme ze zásad informační kvality. Z výše vymezených charakteristik zásadám informační kvality zcela vyhovuje Mistríkovo pojetí referátu. Report a Chloupekem či Čechovou definovaný publicistický referát již obsahují potenciál jejího porušení. Za základní podobu textového vzorce považujeme objektivní či objektivizovanou podobu, která využívá v autorské linii informačního a věcného popisného postupu. Příkladem jsou texty **Nákupní horečka vyvrcholila**, *MFD*, 22. 12. 2003, s. D/2, příloha č. 9, text č. 1 a **Z cesty! Ministr vnitra jede do práce**, *MFD*, 3. 6. 2004, s. A/3, příloha č. 9, text č. 3.

4.5.1.7.2.8. Report

Report v Mistríkově vymezení (výše) vyhovuje současným trendům žurnalistické praxe, a to zejména v požadavku na živé, bezprostřední informování o události, včetně užití odpovídajících prostředků aktualizace, dynamizace, interpretací a hodnocení události, okolností atd. Základem je referát, texty jsou proto založeny na slohovém postupu informačním a popisném, ovšem ne dominantně na jeho věcné, nepříznakové modifikaci. Užíváno je i úvahového postupu, alespoň v náznacích, případně vyprávění, např. **Opilý**

³⁰⁷ V případě uvedeného textu bylo navíc cílem podat souhrnnou informaci.

³⁰⁸ V jednotlivých textech i hypertextových souborech textů lze souhrnný a mozaikový kompoziční přístup kombinovat.

³⁰⁹ Mistrík 1985, s. 470–471, 472.

³¹⁰ Chloupek 1991, s. 219.

³¹¹ Čechová 2003, s. 227.

řidič zranil policistu a ohrožoval zdravotníky, MFD, 26. 6. 2004, s. C/1, příloha č. 2, text č. 4.³¹² Příkladem reportu, ovšem kompozičně velmi problematického (porušení koherence) může být text **Žena, která dopadla sexuálního násilníka, MFD, 1. 7. 2004, s. A/4, příloha č. 11, text č. 2.**

Charakteristickým rysem je menší faktografičnost oproti publicistickému referátu, o faktech se nehovoří vyváženě, rovnoměrně, zvýrazňovány jsou zajímavé aspekty.³¹³

Z charakteristiky reportu naprosto jednoznačně vyplývá, že text produkováný za využití tohoto textového vzorce porušuje řadu zásad informační kvality.

Rozhovor - interview

4.5.1.7.2.9 Zpravodajské interview (rozhovor)

Pod pojmem rozhovor lze rozumět stylově nepříznakový textový vzorec (viz výše Stylistika v kontextu teorie verbální komunikace, s. 40), ale také v nežánrovém smyslu slova je takto označována základní metoda (žurnalistické) práce.

Interview je dialogický žánr primárně mluvený.³¹⁴ Stylově aktivní modifikace v publicistické sféře jsou interview zpravodajské a publicistické (a jeho varianty – viz dále Publicistické interview, s. 95). Zpravodajské interview bývá dominantně realizováno mezi dvěma osobami, čistě informativní může být však i skupinová modifikace rozhovoru.³¹⁵

K. Štorkán³¹⁶ provádí v souvislosti s interview typizaci používaných otázek, které dělí na:

- otázky dichotomické, které vyžadují odpovědi ve smyslu ano – ne;
- otázky alternativní, které vyčerpávají možnost variant odpovědi;
- otázky kontrolní, jimiž je kontrolována některá z předchozích odpovědí;
- otázky otevřené, které umožňují projevení názoru bez omezení.

Zmínit je vhodné rovněž otázky doplňující, které jsou položeny ve chvíli, kdy interviewovaný nezodpoví plně či přesně položenou otázku. Pro zpravodajskou modifikaci rozhovoru jsou typické zejména dichotomické a alternativní, případně doplňující otázky, kontrolní a otevřené jsou vhodné pro modifikaci vzorce v dílčí oblasti publicistické.

Specifickou modifikací žánru je předem připravený tzv. standardizovaný rozhovor s předem stanovenými otázkami, a to případně včetně jejich pořadí.

Zpravodajský rozhovor je v psané podobě výhodný pro přehlednost danou grafickým zpracováním – otázky jsou od odpovědi oddělovány tučným písmem.³¹⁷ Zapsaná forma rozhovoru také v případě autorova cíle podat pouhé informace vyhovuje svou autenticitou a tím, že ve formě otázek a odpovědí lze přímo, nekomplikovaně cíl sdělení naplnit, vystihnout téma³¹⁸ (platí i pro publicistické interview).

Pozn.:

Kvůli své informativnosti (při dodržení žánrové normy) a autenticitě však žánr nevyhovuje současnému interpretativnímu pojetí zejména psaného zpravodajství. To je jeden z důvodů, proč je frekvence užití zpravodajského interview nízká.

Z kompozičního hlediska je pro zpravodajství typické řazení shrnujících úvodů, které obsahují základní informace obsažené v rozhovoru. Jednotlivé otázky a odpovědi tvoří relativně samostatné celky, výpovědi dotazovaného a odpovídajícího na sebe navzájem nenasazují, na rozdíl od rozhovoru publicistického

³¹² Na pomezí reportu a příznakového žánrově nezačlenitelného textu, který je komponentálně tvořen ne zcela kompozičně provázanými segmenty žánrů zpráva, story, publicistický referát, stojí komunikát **Měli masky a čekali na oběti. Policii však nikdo nezavolal, MFD, 16. 1. 2004, s. A/2, příloha č. 9, text č. 2.**

³¹³ Srov. Mistrík 1985, s. 470–471; Bartošek 2001, s. 13.

³¹⁴ Pro přepis rozhovoru platí řada etických pravidel.

³¹⁵ Nejedná se však o anketu, která je svébytným interaktivním dialogickým žánrem, v jejímž rámci jsou pevně stanovené otázky, identické pro všechny dotazované.

³¹⁶ Štorkán 1978, s. 114–115.

³¹⁷ Analogicky v mluvené podobě, kde jsou zřetelně oddělené repliky účastníků.

³¹⁸ Proto může být sdělení do podoby rozhovoru i stylizováno.

(v užším smyslu slova). Příkladem je zpravodajské interview **Slovenský ministr: První musí zeštíhlet finance, ostatní se přidají**, MFD, 20. 5. 2004, s. B/3, příloha č. 7.

Další zpravodajské textové vzorce

4.5.1.7.2.10 Oznámení

Oznámení je sdělení podobné zprávě, seznamuje ovšem příjemce s událostí, která teprve proběhne. Pro naplnění cíle sdělení jsou předpokládány základní údaje, kterými je název akce, místo a čas jejího konání.³¹⁹ Oznámení má primárně informativní funkci, součástí může být ale i implicitní či explicitní intence získávací. V redakční podobě jde o texty zpracované v délce zprávy v základní podobě či noticky, např. oznámení v rubrice **Dnes se děje**, MFD, 12. 3. 2004, s. D/1:

»Zlín

Setkání s východním myšlením

Přednáška o východních duchovních naukách se zřetelem k západnímu myšlení nazvaná Poznej svůj osud se uskuteční dnes v šest hodin večer v čajovně Oxalis na Sadové ulici ve Zlíně. Součástí akce bude společné meditační cvičení.«

Tematická a kompoziční struktura oznámení je v důsledku pravidelného opakování schematizována, rozsah sdělení bývá omezen na nezbytné minimum. Vypouštěno je vše, co je zřejmé z kontextu, výraz je zestručněn v hesla, souvislost je vystižena jen schematicky.³²⁰ Významnou roli nepochybně hraje úspora místa, v případě části oznámení v tisku se jedná o komerční sdělení, za jejichž zveřejnění je nezbytné platit, příkladem je text č. 1 v příloze č. 8. Jde současně o ukázkou sdělení s pouhou informativní funkcí, které je dokladem průniku administrativního stylu do publicistické sféry. Komerční oznámení jsou důsledně označována jako inzerce.

4.5.1.7.2.11 Inzerát (řádkový)

Inzerát je placené sdělení v masových médiích. Nemáme zde na mysli reklamní sdělení, jehož primárním cílem je získat konzumenta ke koupi výrobku, služby atd., ale tzv. řádkovou inzerci. Graficky je text zřetelně oddělen od ostatního obsahu periodik. Soukromá řádková inzerce je řazena v náležitých rubrikách. Řádkové inzeráty buď pouze nabízejí předmět inzerce, uvádějí, často ve zkrácené podobě, základní informace (případně popis), a plní tak dominantně informační funkci, anebo kromě informativní složky zdůrazňují vlastnosti, výhody koupě, získání předmětu inzerce, a plní tak současně přesvědčovací a získávací funkci (stojí proto mimo zpravodajství).

Příklad informativní řádkové inzerce – rubrika Seznámení, MFD, 12. 6. 2004, C/8:

»**38/168** štíhlá, pohledná blondýna s malým pejskem hledají zajištěného, spolehlivého a upřímného přítele, který by nás měl rád. Je nám samotným smutno. Praha. Jen vážné nabídky. Foto podmínkou. PDD5462670.«

4.5.1.7.2.12 Komuniké

Komuniké je nežurnalistické sdělení, které je poskytováno žurnalistům výrobními, politickými, společenskými organizacemi, institucemi. Jde o oficiální sdělení blízké oznámení, mívá však větší rozsah a zpracovanou kompozici. Jako produkt administrativní oblasti užívá odpovídající jazykové prostředky.

Blízké komuniké je **prohlášení**, které neobsahuje pouze informativní funkci, ale může plnit i funkci persvazivní (a jako takové ve své podstatě náleží do dílčí oblasti publicistické). Příkladem může být prohlášení Prezidia Federace strojířů České republiky, ve kterém bylo obsaženo zdůvodnění připravované stávky

³¹⁹ Sdělení, které jakkoliv vybízí k účasti na akci, je označováno jako **výzva**. Vzhledem k přítomnosti získávací intence (případně i persvaze) náleží výzva do dílčí oblasti publicistické.

³²⁰ Srov. Bečka 1966, s. 107–109.

na železnici, včetně přesvědčovací intence. Text se snaží na základě věcných argumentů dokázat, že stávka je oprávněná – viz příloha č. 8, text č. 2.

4.5.1.7.2.13 Zpravodajská fotografie s popiskou

Specifickým typem zpravodajského sdělení je zpravodajská fotografie s popiskou, kde je základní informační sdělení konstruováno spojením obrazu a textu (viz příloha č. 10).

4.5.1.7.2.14 Ostatní schematizovaná zpravodajská sdělení

Jde o ustálené kompoziční struktury (časem modifikované), obvykle nazývané jako servis, jejichž podoba je výsledkem kombinace textů a obrazu. Příkladem spojení textu, obrazového sdělení a grafických ikon může být předpověď počasí. Jako komplexní komunikát přináší kromě předpovědi počasí také řadu dalších informací.³²¹ Kombinované sdělení představují i programy rozhlasu a televize a typy televizních programů se stručnými anotacemi, případně doplněné o ilustrační fotografie scén z filmů či představitelů rolí, programy kulturních a sportovních zařízení aj.

4.5.1.7.3 Textové komplexy

Mozaiková a souhrnná kompozice

V případě komplexu sdělení jsou při zpracování hypertématu užívány ekvivalenty mozaikové a souhrnné zprávy (viz výše). Probíhá-li událost ve stejný čas na více místech, lze zvolit mozaikovou kompozici, pokud shrnuje událost za určité časové období, jde o souhrnnou kompozici, užívána je i kombinace. Z hlediska žánrového rozsahu jsou užívány všechny formy zprávy, publicistické referáty, zpravodajská interview, po případě žánrově nezačlenitelné zpravodajské texty (viz výše).

Příkladem kombinace obou kompozičních postupů může být tematický komplex z fotbalového šampionátu Euro 2004, MFD 19. 6. 2004, s. D/4, kdy v mozaikové struktuře jsou řazeny zpravodajské texty o utkáních ve skupinách: **Strhující bitva severu proti jihu** a **Bulhaři už nepostoupí. Vyřadilo je Dánsko**. Texty jsou dále součástí souhrnné struktury, jejímž cílem je informovat o průběhu mistrovství. Celá tematická strana je nazvána **Sedmý den Eura: ve skupině C vypadlo Bulharsko, Itálie ztrácí** a její součástí kromě zmíněných textů byla tabulka nazvaná **Rozpis základních skupin Eura**, krátký souhrnný výčet dosavadních výsledků zápasů, střelců gólů, červených karet a penalt pod názvem **Číslo z Eura**, informace o očekávaných zápasech **Program víkendu**, o pravidlech postupu **Postupový klíč** a čtyři krátké zprávy rubriky **Krátce z fotbalového Eura** (aktuální události).

Kompoziční pravidelnosti v textových komplexech

Předchází-li textu(ům) na vnitřních stranách úvodní text na titulní straně, lze vysledovat specifické tematicko-obsahové pravidelnosti vazeb mezi základním textem a texty navazujícími.³²² Identifikovat lze následující typy přístupu:

Texty na titulní straně

1. obsahují kombinaci obrazového a verbálního sdělení v rozsahu zprávy v základní podobě, např. **Loučení se Zichem**, MFD, 29. 7. 2004, s. A/1, příloha č. 1, text č. 10, včetně analýzy;
2. obsahují identické základní informace (užívány bývají i shodné formulace) jako text navazující na další straně a informace rozšiřující,³²³ které již v dalším(ch) textu(ech) nejsou uváděny, např. **Chlapec spadl z okna třídy a zabil se**, MFD, 21. 4. 2004, s. A/1, příloha č. 3, včetně analýzy;

³²¹ V celostátním vydání MFD je základní předpověď počasí umístěna na spodní liště titulní strany, v regionální příloze pak na servisní straně C/10 následuje komplexní sdělení. Kombinuje grafické prvky s textem, základem jsou mapy České republiky a Evropy, zarámované v obdélnících jsou pak výhledy na tři dny dopředu. Kromě předpovědi přináší dle ročního období informace o teplotě vody či stavu sněhu doma a v zahraničí. Řazeny jsou biometeorologické a astronomické informace.

³²² Nemáme zde na mysli tzv. přetažené texty, jejichž začátek je na titulní straně a dokončeny jsou na některé z vnitřních stranách periodika, např. **Kamion zabil čtyři lidi ve škodovce**, MFD, 20. 7. 2004, s. A/1–4, příloha č. 5, text č. 4.

³²³ Na titulní straně může být uvedena pouze informace v rozsahu zprávy v základní podobě.

3. jsou výtahem a kompilací výpovědí z jednoho (či více) textu(ů) navazujícího(ch) na vnitřních stranách, např. **Desítky fanynek omdlely kvůli finalistům SuperStar, MFD, 21. 5. 2004, s. A/1**, příloha č. 32, text č. 1, včetně analýzy.

Navazující text(y):

1. po uvedení základních informací podávají rozšiřující informace k některému aspektu tématu, např. průběhu události v textu **Chlapec spadl z okna třídy a zabil se, MFD, 21. 4. 2004, s. A/1**, příloha č. 3, text č. 2;
2. po uvedení základních informací zpracovávají téma z různých úhlů náhledu, v co nejširších souvislostech, jak je tomu např. v komplexu textů věnovaných úmrtí Karla Zicha, příloha č. 1, texty č. 1, 2, 3 či 10, 11, 12, včetně analýz.

4.5.2 Dílčí oblast publicistická v užším slova smyslu – formativní, přesvědčovací, získávací, edukativní, zábavní

4.5.2.1 Rozsah a chápání oblasti v pracích lingvistů

V úseku věnovaném zpravodajství jsme konstatovali, že část zpravodajské produkce, u níž je informativní složka rozšířena o interpretace, názory (persvazi, případně získávání) a zábavnost, není v souladu se zásadami informační kvality sdělení a přechází ve své podstatě do publicistické dílčí oblasti, pro kterou je přítomnost formativní a zábavní funkce vlastní.

Lingvistický přístup k oblasti vykazuje poměrně široké spektrum názorů, které jsou podmíněny různým vnímáním textů v komunikačním procesu či odlišným rozsahem funkcí, které jsou publicistice v užším smyslu slova přisuzovány.³²⁴ Analyzovány jsou jazykové prostředky typické pro oblast, jejíž normativnost není vzhledem k relativní volnosti platných stylových norem zdůrazňována. Zájem je soustředěn na charakteristické rysy kompozice komunikátů, sledovány jsou žánry (útvary).

J. Mistrík hovoří o analytických žánrech, kam řadí úvodník, komentář, glosu, posudek, recenzi, kritiku, karikaturu, entrefilet, pamflet.³²⁵ J. Chloupek, který se hlásí k Mistríkově koncepci, hovoří rovněž o analytických žánrech, oproti Mistríkovi nezmiňuje karikaturu, entrefilet a pamflet.³²⁶

O specifické dílčí oblasti neuvažuje J. V. Bečka, jenž vyčleňuje žurnalistické úvahové útvary v rámci širšího úvahového slohu, přičemž jeho odlišnost od ostatních slohů (informačního, výpravného, popisného a pojednávacího) charakterizuje: „Nevystihuje se, co je, bylo, bude, co se děje, dalo, bude dít, co vzniká, trvá, co vzniklo, trvalo, co vznikne, bude trvat, nýbrž to, co není, ale mělo by být, co sice je, ale nemělo by být, co se děje nebo dalo, ale nemělo se dít, co se nestalo nebo nestává, ale mělo by se stát. O skutečnosti se uvažuje, a to buď rozumově, tedy přemýšlením, nebo citově, při doznívání citového vzruchu. Při rozumovém uvažování se vychází z hodnocení, co je dobré, správné, žádoucí nebo naopak, co je špatné, nesprávné, nežádoucí, co je prospěšné anebo naopak škodlivé, co je hodno chvály nebo naopak odmítnutí, odsouzení. Při citové reakci jde o hodnocení, zda je libá nebo nelibá, příjemná nebo nepříjemná, milá nebo nemilá, radostná nebo smutná.“³²⁷ Mezi úvahové žánry řadí úvodník, úvahy (polemické, důkazové, osobní kritické), komentář, poznámku, recenzi, kritiku, rozbor. Rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou po-

³²⁴ Názory na beletrizující texty – viz dále – Dílčí oblast syžetová (beletrizující), s. 96.

³²⁵ Dále pak mluvené žánry diskusí, debatu. Mezi beletristické žánry dále řadí besedu, která však dle našeho názoru náleží do dílčí stylové oblasti publicistické. Mistrík 1985, s. 468, 472–474.

³²⁶ U mluvených žánrů zmiňuje projev, proslov, řeč, debatu. Chloupek 1991, s. 219–220.

³²⁷ Bečka 1986, s. 169.

važuje za neostrý, neboť dle jeho názoru neagituje pouze publicistika v užším smyslu, ale i zpravodajství, byť k tomu používá fakta.³²⁸

Dílčí oblast publicistickou od zpravodajské zřetelně na bázi funkce odděluje M. Čechová a kol. Za typické považuje nejen předávání informací, ale i jejich analýzy, komentování a hodnocení. Jako dominantní označuje funkci informativní, přičemž texty dále plní „celý komplex dalších funkcí, a to především funkci persvazivní neboli přesvědčovací, dále získávací, ovlivňovací, formativní“.³²⁹ Mezi žánry řadí úvodník a komentář, glosu, posudek, recenzi a kritiku, polemiku, interview, rovněž reklamu (mluvené projevy – proslov, debatu).³³⁰

M. Marko rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou sleduje od samého počátku procesu produkce sdělení. Upozorňuje, že zpravodajský výběr, třídění informací znamená ve své podstatě analytický proces, protože se zpravodajství a publicistika neodlišují v etapě zkoumání informací, jejich třídění, nýbrž až přímo v projevu, textu, kdy publicistika úvahy, analýzy sděluje přímo, zprostředkovává příjemci jejich průběh. Mezi publicistické žánry řadí referát, popularizační příspěvky, poznámku, glosu, komentář, polemiku, recenzi, kritiku, rozbor, žurnalistický esej.³³¹

J. Bartošek zdůrazňuje v charakteristice dílčí oblasti úkol informace komentovat a hodnotit, přesvědčovat, získávat a vybízet. Konstatuje společně s R. Jakobsonem: „Publicistické texty pak vyjadřují především postoj autora sdělení k lidem i světu a jsou emotivní (expresivní): směřují k dojmu jisté emoce (pravdivé nebo fingované) zaměřené na adresáta.“³³² a doplňuje, že součástí oblasti jsou mj. i politické projevy s propagandistickými intencemi. Pozornost věnuje jazykovým prostředkům specifickým pro oblast, neurčitým pojmenováním, exkluzivním výrazům, expresivitě, vč. vulgarismů, postojovým výrazům (nálepkám), apelům na city, instinkty. Sleduje rovněž kompoziční zvláštnosti komunikátů.³³³

Rozsah dílčí oblasti publicistické omezuje na texty, které naplňují širokou přesvědčovací funkci, z jejího rámce vyjímá texty vzdělávací a zábavní. Publicistiku pak člení podle způsobu argumentace na analytickou, která má blízko k jazyku vědy; beletrizující, která se vyznačuje obrazným líčením událostí, užitím metafor a metonymií; blábolivou, která je nedůsledná při zjišťování faktů, nerespektuje skutečnost a nevyniká jazykovou osobitostí; manipulativní, kde je uvádění nepravdivých, pozměněných údajů ze strany původce záměrné; úvahovou, která kombinuje věcné a nevěcné formy argumentace, nemanipuluje.³³⁴

4.5.2.2 Produkce sdělení, schematizace

Jazykovou podobu sdělení dílčí oblasti publicistické, mezi jejíž základní žánry patří úvaha a výklad, zvláštní postavení má dialogické interview, formuje analogicky zpravodajské oblasti kromě systémové jazykové normy komplex mimojazykových vlivů. Jde o masově komunikační produkční limity časové, které se týkají zejména způsobu zpracování a rešeršní činnosti, ohled na příjemce ve smyslu míry nenáročnosti a srozumitelnosti sdělení (lišící se v jednotlivých segmentech), rovněž prostor vyčleněný v periodiku. Odlišná kritéria, širší než ve zpravodajské oblasti, platí ve vztahu k aktuálnosti, specifická je problematika tzv. tematického diskurzu (viz dále). Výslednou podobu sdělení ovlivňují faktory týkající se mentální práce s informacemi, fakty, jejich uspořádáním (typy argumentace, logické postupy).

Působení produkčních limitů se projevuje schematizací, modelovostí jazykového zpracování.

³²⁸ Bečka 1986, s. 169–204; 1992, s. 342–352.

³²⁹ Čechová 2003, s. 227–230.

³³⁰ Srov. Štorkán 1978, 1980.

³³¹ Marko 1968, s. 97–116.

³³² Bartošek 1997, s. 63.

³³³ Cit. dílo, s. 63–73.

³³⁴ Bartošek 2001, s. 27–29.

4.5.2.2.1 Modelovost prostředků nižších rovin jazyka

V oblasti prostředků vnitřní lingvistiky byly projevy modelovosti³³⁵ konstatovány již v souvislosti se zpravodajstvím (viz výše Schematizace sdělení – modelovost, automatizace, s. 56). V rovině syntaktické pak jsou vzhledem k užití výkladového, úvahového postupu užívány věty³³⁶ a souvětí rozsáhlejší, vnitřně strukturované.

Např.

Kdysi se na chodnicích běžně plivalo, dnes je to neslušné, J. Bendová, MFD, 29. 5. 2004, s. A/7:

»Namátkou, když si takový Přemysl Otakar I. umanol, že si – ač léta ženatý – pořídí svěží krasavici, nelenil, choť zapudil a ze svých dětí včetně následníka udělal levobočky.«

Špidlův sociální stát, K. Steigerwald, MFD, 25. 6. 2004, s. A/6:

»Paradoxní také je, že to, co Špidla považuje za reformu a většina členů ČSSD za zemětřesení, považují ekonomové za improvizované záplatování děr.«

»Brzdí hospodářský rozvoj, obyčejné obyvatelstvo odsuzuje k šedivosti, průměru a z občanů dělá ošuntělé příjemce mizerných dávek, pod jejichž množstvím se hroučí státní rozpočet.«

Kdo potřebuje intelektuály, T. G. Ash, MFD, 13. 7. 2004, s. A/7, příloha č. 23, text č. 3:

»A také máme své opravdové zlo: lži bulvárního deníku *The Sun*, který denně zatemňuje náš veřejný prostor, jed islamofobie, antisemitismus, antiamerikanismus a antieuropeismus.«

4.5.2.2.2 Modelovost v rovině textu

Textové komponenty

Dílčí oblast publicistická používá při produkci sdělení jak textových vzorců (žánrů), tak rozsáhlých úvahových a výkladových textů. V jejich rámci jsou uplatněny objektivizační textové komponenty, které byly rovněž identifikovány a popsány v části věnované zpravodajské oblasti, např. legitimizační prostředky, střídání tematických rovin, základní informace v úvodu textu atd. V souvislosti s porušením zásad informační kvality, již jsou některé z těchto prostředků příčinou, jsme zmínili i faktický přesun části zpravodajských sdělení do dílčí oblasti publicistické (viz výše Porušení zásad informační kvality – průnik publicistiky do zpravodajství, s. 65).³³⁷

Uvozující texty a úvody

U rozsáhlých úvahových a výkladových textů a textových komplexů bývají na titulní straně řazeny shrnující uvozující texty. Příkladem je text **Jesenicko trpí nízkými mzdami, MFD, 18. 4. 2004, s. C/1, 4**, příloha č. 20, text č. 1. Namísto uvozujících textů na titulní straně jsou užívány i upoutávky s odkazem na vnitřní strany periodika.³³⁸

Není-li u rozsáhlejších textů použito uvozujícího článku, narůstá v rámci klasického horizontálního členění na úvod, stať a závěr význam titulkového komplexu a úvodu, například shrnující úvod v textu **Gladiátoři byli obézní vegetariáni, MFD, 17. 4. 2004, s. C/7**, příloha č. 15. Význam úvodu sdělení dílčí oblasti publicistické zdůrazňuje J. Bartošek, který provádí jejich typizaci:³³⁹

- shrnující úvod je analogií k jádru sdělení, čelu, vrcholu pyramidy, jak byl tento textový komponent nazván v rámci objektivizačních postupů v oblasti zpravodajství;
- úvod akcentující jeden aspekt sdělení;

³³⁵ V souvislosti se zásadami informační kvality byly následně některé jevy, např. publicismy aj., označeny jako nevhodné pro zpravodajství, nicméně jsou nepřiznankové v dílčí oblasti publicistické.

³³⁶ Např. polovětné konstrukce, rozvíte přívlastky, několikanásobné větné členy atd. Srov. Müllerová 1989, s. 58; Čechová 2003, s. 225.

³³⁷ Jednotlivé výše uvedené projevy automatizace lze sledovat v dále uváděných příkladech publicistických komunikátů.

³³⁸ Tematické komplexy mohou začínat i na titulní straně některého suplementu, v takovém případě je upoutávka řazena rovněž na titulní straně (nejčastěji) kmene novin.

³³⁹ Dále je ještě uváděn nepřímý úvod, který zdánlivě vůbec nesouvisí s tématem. Bartošek 2001, s. 35–36.

- dramatický úvod, který začíná příběhem, a to za využití vyprávěcího postupu, popřípadě informačního postupu s objektivizací (citací či parafrází);
- kulisový, čili scénický úvod, který uvádí široký, vzdálený kontext tématu;
- úvod za využití řečnické otázky, případně odpovědi;
- úvod citátový.

J. Bartošek náročnější a promyšlenější kompozici úvodů zdůvodňuje jednak délkou sdělení, jednak ji považuje za projev autorovy osobnosti a individuality. Významným faktorem však nepochybně je i snaha autora přiblížit obsah sdělení a/nebo upoutat pozornost příjemce.³⁴⁰

Textové komplexy

Textové komplexy jsou tvořeny:

1. Kombinací žánrově nezačlenitelných informačně analytických či úvahových textů, např. příloha č. 20, text č. 2; příloha č. 18, text č. 5.
2. Kombinací žánrově nezačlenitelných textů a zpravodajských či publicistických textových vzorců – analýz (*Darovat, či si uschovat pupečnickovou krev?*, MFD, 17. 4. 2004, s. C/8, příloha č. 14, text č. 2), rozhovorů (*Lidé přecenují své síly, říká český velvyslanec*, MFD, 16. 7. 2004, s. A/3, příloha č. 1, text č. 7 – zpravodajské interview), (*Dobeš měl v bytě sedm televizorů*, MFD, 21. 5. 2004, s. F/5–6, příloha č. 18, text č. 4 – publicistické interview), zpráv (*Hitler pozdržel vysílání*, MFD, 21. 5. 2004, s. F/5–6, příloha č. 18, text č. 3), publicistických referátů (*Se zpěvákem se přišly rozloučit stovky lidí*, MFD, 29. 7. 2004, s. A/3, příloha č. 1, text č. 12), anket (*Jesenicko trpí nízkými mzdami*, MFD, 18. 4. 2004, s. C/1, 4, příloha č. 20, text č. 6). Užíváno je i nekohezních kombinovaných sdělení obrazových a textových (fotografie a grafy, tabulky).
3. Za použití pouze standardizovaných textových vzorců.³⁴¹

4.5.2.3 Aktualizace jazykových prostředků

Proti schematizacím vyjádření v rovině prostředků vnitřní lingvistiky působí v souladu s normami platnými pro dílčí oblast publicistickou opozitní tendence aktualizační, kterou B. Havránek charakterizuje jako užití jazykových prostředků budících pozornost, přijímaných „jako neobvyklé, jako zbavené automatizace, disautomatizované, např. živá básnická metafora (na rozdíl od lexikalizované, která je automatizována)“.³⁴² Smyslem aktualizací, cílevědomého porušení modelovosti, výrazového ozvláštňení sdělení, je upoutat, aktivizovat³⁴³ pozornost příjemce, zatraktivnit text, vložit do projevu emocionalitu, odhalit postoj autora k tématu. Takováto práce s jazykem představuje produktivní prostředek realizace formativních intencí, persvaze, získávání, ale také zábavnosti.

Aktualizovány jsou jednak běžné jazykové prostředky, jednak prostředky ve sféře publicistické původně aktualizované, ale v procesu užívání následně znovu automatizované, fixované.³⁴⁴ Pro proces aktivizace je typická neologie, vznik nových výrazových prostředků (okazionalismy, obměny frazeologismů atd.),³⁴⁵ často s nepřímým pojmenováním skutečnosti, popřípadě jsou užívány prostředky v nezvyklém kontextu – kontextová expresivita. Běžná je obraznost, figury a tropy (viz dále Obraznost a obraz, s. 97), ale rovněž řečnické otázky, odpovědi, další typy expresivity (inherentní, adherentní).

³⁴⁰ Je nezbytné si uvědomit, že jde o rozsáhlé texty, jejichž pouhý rozsah může příjemce odradit od přečtení.

³⁴¹ Jde o možný alternativní způsob zpracování tématu, ovšem v rámci komplexů sdělení za měsíce červen a červenec 2004 nebyl zachycen v MFD žádný příklad čistého užití standardizovaných textových vzorců.

³⁴² Havránek 1932, s. 52–53.

³⁴³ J. Chloupek používá označení aktivizace jako synonymum aktualizace. Chloupek 1986, s. 21.

³⁴⁴ Aktualizované jednotky mohou v závislosti na frekvenci užívání opět automatizovat a stát se následně předmětem dalších aktualizací. V případě frekventovaného (nad)užívání automatizovaných výrazových prostředků hovoříme o publicistických klišé. Např. ovzduší přátelství a vzájemného porozumění, užívání výrazu boj, bitva, zápas.

³⁴⁵ Příklad aktualizace frazeologismu: „vylít vaničku i s politikem“ – P. Pithart, začátek 90. let 20. století. Produktem neologie jsou publicismy (viz výše Modelovost prostředků nižších rovin jazyka, s. 57), např. okazionalismus „odbenešit“ – J. Stříbrný, rok 1938; slovtvorňý neologismus dvojdoměk – P. Pithart, začátek 90. let 20. století, dále tunelovat; sémantické neologismy kauza, artikulovat, trafika.

Výjimku v rámci dílčí oblasti publicistické tvoří segment informativně-edukativních nezábavních textů, které stojí na pomezí publicistické a odborné sféry a vykazují s výjimkami zřetelnou nociónalitu výrazových prostředků (viz dále).

4.5.2.4 Sekvenčnost, aktuálnost, tematický diskurz – způsob práce s tématem

V části zabývající se dílčí oblastí zpravodajskou jsme konstatovali, že jejím základním cílem je podat věcné informace o nových a aktuálních jevech a událostech, které jsou mediální organizací považovány pro společnost a jedince za relevantní (viz výše Dílčí oblast zpravodajská – informační, s. 55). Charakteristickým rysem publicistiky je, že na zpravodajská fakta dále navazuje, pracuje s nimi, osvětluje, rozebírá a hodnotí je. Nové informace jsou zasazovány do kontextu širších společenských vztahů. V souvislosti se zpravodajskými tématy jsme rovněž zmínili jako jeden ze základních charakteristických rysů sekvenčnost, tedy informování o událostech, faktech v jejich vývoji. Dílčí oblast publicistická sekvenčnost v reakcích na aktuální události logicky respektuje. Vnímání aktuálnosti je zde ovšem širší, není vázána z pohledu periodicity jednotlivých vydání média pouze na bezprostřední události, děje, nýbrž se vztahuje k tématům, je dána jejich relevancí, o které rozhoduje řada dílčích situačních faktorů. Téma může být dlouhodobě společensky aktuální, jedná se zejména o oblast sociální, politickou, ekonomickou, ekologickou, zdravotní (**Jesenicko trpí nízkými mzdami**, MFD, 18. 4. 2004, s. C/1, 4, příloha č. 20), aktuální v souvislosti s roční dobou (**Peníze, Mladá fronta Dnes**, 13. 7. 2004, s. E/1–2, příloha č. 17), případně je aktuální vzhledem ke své užitečnosti (**Test**, MFD, 21. 5. 2004, s. F/5–6, spotřebitelské informace o televizních přijímačích, příloha č. 18) atd.

Na publicistických stránkách periodik je jako jeden ze základních prostředků naplnění obsahu konstituován tzv. tematický diskurz (viz výše Sdělení – text – diskurz – komunikát, s. 19), v jehož rámci jsou sledovány široké souvislosti dějů, jevů, ale i jejich příčiny a důsledky. O rozsahu tematického diskurzu rozhoduje kromě relevance, charakteru tématu (časového hlediska) také řada dalších aspektů, mezi jinými momentální existence dalších potenciálních témat, redakční záměry naplnění obsahu, formativního, získávacího působení, působení na city atd. Je-li míra relevance vysoká a charakter tématu to dovoluje, je téma sledováno a zpracováváno dlouhodobě ve vývoji.

Užívány jsou i sekvenční reakce v podobě polemik a polemických úvah na předchozí sdělení, a to jak redakční, tak i osobností vně periodik či čtenářů.³⁴⁶ Periodika reakce sama vyvolávají řazením kontroverzních příspěvků, na něž lze očekávat odezvu. Příkladem může být v rámci širokého tematického diskurzu postavení žen ve společnosti provokativní nadnesený článek R. Fraňka **Jak vůdčí samec prohrál boj se státem**, MFD, 15. 1. 2004, s. A/7, přirovnávající muže k vůdci smečky, který kvůli destrukci tradičních hodnot, úlohy rodiny, postavení muže a ženy, zásahů státu ztrácí své pozice, což má neblahé důsledky pro společnost (úbytek dětí, rozpady rodin atd.). Na článek ve velice militantním feministickém duchu reagovala E. Hauserová polemickým textem **Samci jsou sexuálním servisem samic**, MFD, 17. 1. 2004, s. A/6, kde nadnesené teze z předchozího textu vyvracela vážně míněnými argumenty z oblasti biologie, přičemž hlavním motivem textu bylo přesvědčit, že samci jsou zbyteční a škodí světu, neboť »*ženy nevymyslely války, atomovou bombu, plynové komory, terorismus ani drancování přírodních zdrojů*«. 24. ledna pak následovaly v rámci fóra čtenářů reakce na oba články, ale zejména na text E. Hauserové **Zbytečná konkurence a Nejsme zvířata**, MFD, 24. 1. 2004, s. A/7, příloha č. 23, text č. 7.

Zvláštní formu naplňování diskurzu volí MFD, která k určitému tématu na názorových stránkách staví vedle sebe (část graficky odděluje a texty nadepisuje „Pro“, „Proti“) úvahové texty přinášející na stejné téma opačné názory, ne však navzájem polemické,³⁴⁷ např. 16. 2. 2004 takto byly na s. A/7 zveřejněny texty P. Příhody **Lidi neklonovat. Nikdy!** a E. Hauserové **Zákaz je nesmysl**.

Příkladem diskurzivní práce s tématem může být komplex textů, které vznikly na základě úmrtí Karla Zicha (příloha č. 1), popřípadě diskurz věnovaný problematice kmenových buněk, kterému bylo v Mladé frontě Dnes za období 1. 11. 03–18. 4. 2004 věnováno celkem 35 článků zpravodajských a publicistických (dva z nich v příloze č. 14, texty 1 a 2). Základní diskurzy mohou vstoupit do diskurzů širších. V případě

³⁴⁶ Periodika mají speciální rubriky čtenářských ohlasů, byly již zmíněny v souvislosti se zpětnou vazbou.

³⁴⁷ Oba texty, anebo alespoň jeden z nich je vytvořen členem redakce periodika.

úmrtí Karla Zicha (diskurz není příliš rozsáhlý) se stala souvislost Zich – plavání – dovolená – smrt základem rozpracování témat konsituačních: rizikové sporty a volnočasové aktivity, včetně konkretizace potenciálních nebezpečí, široká oblast otázek spojených s pojištěním na cestách, práce záchranářů (naznačeno v textech), jiné případy podobných úmrtí (přítomno v tematickém komplexu) atd. Potenciál témat byl širší, řazena mohla být další témata, např. otázky spojené s přepravou zesnulých, potřeba znalostí první pomoci aj. Součástí tematických diskurzů jsou i zpravodajská sdělení.

4.5.2.5 Specifikace komunikačních funkcí³⁴⁸ jako kritérium segmentace dílčí oblasti publicistické

Do dílčí oblasti publicistické náleží sdělení, která vznikají kromě případné informativní (výše označené jako neformativní)³⁴⁹ intence, s intencí široce formativní a/nebo zábavní. Náleží sem tak veškerá sdělení, jejichž účelem je přesvědčovat, získávat, ale také edukovat a bavit, a to za užití přímého pojmenování skutečnosti (byť i obrazného).

Na základě identifikace intence(i) – informativní, edukativní (kontinuity), persvazivní (korelace), zábavní – či jejich kombinací, případně i podle způsobu implicitní a explicitní realizace lze rozlišit segmenty publicistické produkce. Specifické postavení má intence získávací, která je vázána na funkci jinou, dominantně na funkci persvazivní.

Je nezbytné upozornit také na skutečnost, že jsou-li jednotlivá sdělení součástí tematických komplexů, musí být komplex hodnocen jako celek, jeho funkce jsou pak výsledkem průniku intencí identifikovaných v jednotlivých komunikátech.

Příkladem může být komplex textů na tematické dvoustraně v příloze **Peníze, MFD, 13. 7. 2004, s. E/1–2**, příloha č. 17, kde jsou texty nepersvazivní, ale i persvazivní a získávací (implicitně i explicitně), celý komplex tak má persvazivní a získávací charakter.

Analogicky v tematickém komplexu, který byl věnován problematice kmenových buněk (příloha č. 14), je v textu č. 2 **Darovat, či uschovat pupečnickovou krev?, MFD, 17. 4. 2004, s. C/8**, obsažena implicitní persvaze, která se tak vztahuje na celý komplex.

Textové modely

S charakterem funkcí jednotlivých oblastí souvisí užití textových modelů, existuje vazba mezi některými funkcemi a dominantním slohovým postupem. Dílčí oblast publicistická využívá postupu informačního, čemuž odpovídá i identifikovaná informační funkce většiny textů, s výjimkou části sdělení se zábavní intencí. Míra významu informací ve sdělení je různá dle dílčích segmentů (viz dále), vysoká v oblasti informativně-edukativní, méně významná v oblasti persvazivní a získávací, kde informace mohou sloužit jako konsituační faktor, také jako podklad k argumentaci, potlačená v oblasti zábavní. Podobně je tomu u popisného postupu, nepříznakově jsou užívány jeho subjektivní modifikace, případně verze popularizační. Dle jednotlivých segmentů se základem sdělení stávají úvahový či výkladový slohový postup, a to v obou modifikacích (induktivní či deduktivní).

Textové vzorce

Textové vzorce používané k produkci sdělení náležejících do dílčí oblasti publicistické lze rozdělit ve vztahu k funkcím do dvou skupin.

V první skupině jsou ty z nich, kde je funkce budoucího sdělení integrována přímo v sémiotické struktuře vzorce, příkladem může být analýza (informativní), úvaha, komentář, poznámka (persvaze), úvodník (persvaze, získávání).

³⁴⁸ K rozlišení specifických funkcí budeme používat jednak vymezení, které je zmíněno v části věnované komunikačnímu rámci publicistické oblasti (viz výše – Funkce, s. 47), jednak i tradičního vymezení užívaného v oblasti lingvistiky (viz výše – Složky komunikačního procesu funkce, s. 20). Obě vymezení se navzájem nevylučují, ale doplňují. Za nutné máme také upozornit na skutečnost, že zvažujeme intence na straně původce, a nesledujeme veškeré potenciální interpretace na straně příjemce sdělení.

³⁴⁹ Ve smyslu pouhého vyrovnání obsahů vědomí mezi původcem a příjemcem (viz výše – Informativní funkce, s. 57).

Druhou skupinu tvoří vzorce variabilní, v jejichž sémiotické struktuře je obsažen potenciál funkcí, přičemž k naplnění funkce dochází až při konkrétním použití. Příkladem může být recenze odborná (informativně-edukativní), popularizační (základ informativně-edukativní, ovšem s možnou funkcí persvazivní, ale i získávací), komerční (základ persvazivní a získávací); rozhovor publicistický, který zjišťuje souvislosti, pozadí události (persvazivní), široký rozhovor s osobností, který je zaměřen na představení činů, názorů atd. (základ informativní s případnou složkou persvazivní).

4.5.2.5.1 *Segment informativně-edukativní*

Do tohoto segmentu náleží sdělení zprostředkující veřejnosti výsledky vědeckého poznání, texty stojí na pomezí odborného a publicistického stylu (viz Prolínání s jinými FS, s. 55). Další skupinu tvoří texty, které seznamují recipienty s praktickými zkušenostmi týkajícími se jejich přímých zájmů. Třetí skupinu představují komunikáty dokumentární, které reflektují, zachycují současnost či nedávnou minulost.

Z hlediska dominantních funkcí lze u komunikátů tohoto segmentu identifikovat dvě základní oblasti – nepersvazivní a persvazivní.³⁵⁰ Užívanými jazykovými prostředky se liší oproti ostatním sdělením dílčí oblasti publicistické, proto se jimi budeme zabývat podrobněji.

Jazykové prostředky nižších rovin jazyka

Používány jsou dominantně nociónální jazykové prostředky, vyskytují se termíny a terminologická spojení, vzhledem k přítomnosti výkladů je syntaktická struktura náročnější než v ostatních publicistických komunikátech (delší věty rozvitě, strukturovanější souvětí), neuplatňují se příliš typické prostředky modelovosti ani aktualizace. Zůstává ovšem požadavek na relativní stručnost, užití opisů či přirovnání k vysvětlení složitějších jevů. Obecně lze konstatovat, že jazyk inklinuje ve svých charakteristikách k jazyku odbornému, jeho praktické či popularizační variantě. V případě popularizační varianty je problematika zjednodušena, ovšem bez změny podstaty problému, pravdivosti.

Textová rovina

Z textových modelů je zejména pro oblast nepersvazivní typické užití informačního a výkladového postupu (v modifikacích induktivní a deduktivní), jehož cílem je vystihnout souvislosti, příčiny a dopady sledovaných skutečností. Užíván je i věcný popisný postup. Úvahový postup netvoří u nepersvazivních sdělení základ autorských výpovědí, ale objevuje se zejména v citovaných či parafrázovaných úsecích.

V textech persvazivních však je úvahový postup v induktivní i deduktivní modifikaci zapojován výrazněji, smyslem je aktivizace příjemce, jeho zdánlivé zapojení do řešení problému, otázky, což v důsledku umožňuje snazší akceptaci závěru. V souladu s intencí poradit je nutná srozumitelná a průkazná argumentace, vyjadřování je proto co nejkonkrétnější, abstraktní výklady jsou nahrazovány popisem znaků a vlastností, užívána jsou přirovnání, mnohdy rozvedená, ilustrativní příklady atd. Zásadní myšlenky jsou opakovány, termíny jsou užívány v nejmenší možné míře.

Z textových vzorců do této oblasti náleží analýza, ovšem také analytická recenze, kritika a analytická úvaha. Zvláštní postavení má v oblasti informativně-edukativní esejistika a esej (viz dále Dílčí oblast syžetová esej, s. 103). Výrazný podíl v persvazivní oblasti mají žánrově nezačlenitelné články informativně výkladové a úvahové.

4.5.2.5.1.1 *Texty informativně-edukativní nepersvazivní*

Cílem textů je poskytovat informace, poučit v oblasti výsledků vědeckého výzkumu, ale také např. ekonomiky. Vysvětlují, přibližují odbornou problematiku, nekladou si za přímý cíl přesvědčovat či motivovat k jednání.

Texty náležející do této kategorie mají v rámci dílčí oblasti publicistické specifické postavení, zvláště pro svou jazykovou i obsahovou nasycenost, fakticitu, výraznou informační hodnotu, absenci ostatních

³⁵⁰ J. V. Bečka část textů této skupiny řadí do kategorie informačních útvarů naučných – naučné zprávy, naučné články s vědeckou tematikou, naučné články a zprávy encyklopedické, praktické rady. Bečka 1986, s. 149–168.

formativních složek. Stojí proto na pomezí zpravodajství a publicistiky. Z rámce zpravodajství je ovšem vyčleňuje významný podíl užití výkladového (případně náznaku úvahového) postupu jako základního kompozičního modelu, a to v přímé, autorské linii, nikoliv v rovině rozšiřujícího segmentu či v podobě citací a parafrází, jak je tomu v případě blízkých zpravodajských textů (viz výše Zprávy z odborné oblasti, s. 65). Další distinkcí je zřetelná edukativní intence.

U informativně-edukativních nepersvazivních sdělení lze uvažovat o určenosti náročnějšímu publiku, jejich základním smyslem je rozšířit vědomostní základ recipientů. Příkladem sdělení této skupiny může být text **Kmenové buňky: u myši propadly, lidem svědčí** a jeho dokončení pod titulkem **Lidem svědčí, myším ne**, MFD, 17. 4. 2004, s. C/7-8, příloha č. 14, text č. 1a-b.

4.5.2.5.1.2 *Texty informativně-edukativní s persvazivní či získávací intencí*

Sdělení této oblasti se dotýkají přímých zájmů příjemců. Cílem je poskytnout informace, poučit a současně ovlivnit jejich názory, postoje, případně pohnout k určitému typu jednání.

Okruh témat je značně široký, typickým příkladem jsou texty lékařské, které k poučení o funkci tělesných orgánů připojují pravidelně i poučení, jak se chránit před onemocněním, co dělat, když orgány postihlo onemocnění, případně informují o zdravotních rizicích různých činností a seznamují příjemce se způsoby, jak se jim vyhnout, např. tematický komplex **Užijte si léto ve zdraví**, 25. 6. 2004, s. E/1-2, příloha č. 19, texty č. 1, 2 aj. Náleží sem dále témata zabývající se spotřebitelskou, ekonomickou, ekologickou problematikou, zájmovými činnostmi, např. **Peníze**, MFD, 13. 7. 2004, s. E/1-2, příloha č. 17. Zvláštní typ sdělení tvoří popisy pracovního postupu, např. zmíněná příloha č. 17, text č. 7, popřípadě **Užijte si léto ve zdraví**, 25. 6. 2004, s. E/1-2, příloha č. 19, texty č. 1, 2.

Intence mohou být realizovány implicitně či explicitně.

Sdělení s implicitní intencí

tvoří komunikáty, které se nesnaží přímo, explicitně přesvědčovat či ovlivňovat jednání, podávají pouze informace, srovnávají. Intenci působit na názory příjemců, jejich postoje, případně jednání však lze předpokládat s ohledem na charakter specifických rubrik či suplementů médií, kde jsou tato sdělení umístěna.³⁵¹ Příkladem mohou být texty se spotřebitelskou tematikou v příloze č. 18, **Test**, MFD, 21. 5. 2004, s. F/5-6 (spotřebitelské informace o televizních přijímačích). Přesvědčovací složka může být ovšem i součástí objektivizovaných výpovědí neautorských, např. názor lékaře v textu zaměřeném na problematiku kmenových buněk (příloha č. 14, text č. 2).

Sdělení s explicitní intencí

tvoří komunikáty, které v přímé autorské výpovědi přesvědčují, případně i vybízejí k určitému typu jednání. Přímé přesvědčování je typické zejména pro texty týkající se zdraví člověka či jeho ekonomických zájmů.

4.5.2.5.2 *Segment persvazivní a získávací*

Oblast bývá též někdy označována jako úvahová a analytická publicistika. Představuje základní úsek publicistické dílčí oblasti. Reaguje na již dříve medializovanou událost, skutečnost, problematiku v oblastech politické, ekonomické, sociální, kulturní, sportovní. Kromě zopakování či rozšíření informací je předmět zájmu analyzován, hodnocen, je vystihována jeho podstata. Texty obsahují postoj původce komunikátu k předmětu komunikace, případně vybízejí ke konání. Záměrem je, aby se příjemce se závěry ztotožnil, přijal je, popřípadě ve smyslu intence vložené do textu konal. Základní funkce sdělení tohoto segmentu jsou tedy persvazivní a získávací.

Při kompozici textu je kromě informačního postupu (informace představují konsituační faktor a argumentační podklad – viz výše) k přesvědčování a ovlivňování příjemce užíváno zejména úvahového postupu

³⁵¹ V MFD např. **Zdraví**, **Peníze**, **Test**.

v kombinaci s postupy ostatními; u věcných textů vzrůstá význam výkladového či věcného popisného postupu. Kromě již výše zmíněných žánrově nezačlenitelných široce úvahových textů a textových komplexů mají v této oblasti významné postavení standardizované textové vzorce, případně jejich modifikace.

4.5.2.5.2.1 Členění segmentu dle intencí

Podle intencí ve sděleních lze rozlišovat dvě základní skupiny:

1. texty přesvědčovací, kam náleží úvaha (polemická, analytická, nevěcná), komentář, poznámka, polemika, publicistické interview, neziskávací editorial, neziskávací recenze;
2. texty přesvědčovací a získávací, kam náleží úvodník, získávací editorial, komerční recenze.

Pozn.:

Za součást segmentu persvazivního a získávacího by bylo možné považovat i syžetové žánry. My však máme za vhodné jejich vyčlenění (viz dále Dílčí oblast syžetová (beletrizující), s. 96).

4.5.2.5.2.2 Členění dle prostředků dosažení komunikačního cíle – argumentace a logické postupy

Texty persvazivního a získávacího segmentu je možné rozlišovat rovněž podle volby prostředků dosažení komunikačního cíle, tedy způsobu argumentace, přesvědčování. J. Bartošek argumenty³⁵² označuje jako racionální úsudky, které jsou získány indukci, dedukcí, statistickými údaji, konstatováním uznávané skutečnosti, analogií, uznávanou autoritou. Za základní způsoby přesvědčování (a manipulace) považuje:³⁵³

- racionální tvrzení podložená argumenty:
konstatování všeobecně uznávané skutečnosti, statistické údaje, indukce, dedukce, analogie – uvedení přesvědčivých podobných tvrzení, odvolání se na skutečnou autoritu;
- tvrzení s logickými chybami a s falešnými argumenty:
volné asociace místo racionálních argumentů, argumentace v kruhu, argumentace falešnou autoritou, argumentace falešnou analogií; místo o věci se vyjádříme o osobě (pozitivně či negativně); platnost tvrzení prokazujeme poukazem na to, že nebylo dosud vyvráceno; odvolání se na mínění lidu; argumentace násilím; falešná argumentace za užití sofismat (záměrného vyvození klamných myšlenkových závěrů);
- rétorické prvky: viz dále figury a tropy (s. 97);
- vyjadřování postojů: používání nálepek;
- působení na city (vyšší emoce):
společenské (lásky, nenávisť, úcta k vlasti aj.), etické (smysl pro dobro, povinnost, čest aj.), tvůrčí (pocit uspokojení, zklamání);
- působení na základní lidské motivy:
apel na pud sebezáchovy, vytváření obrazu nepřítele, propagace strachu;
- manipulace se skutečnostmi:
záměna slov nebo záměna jejich smyslu, zjednodušení skutečnosti, zamlžení podstaty nebo části skutečnosti, nahrazení pravdy nepravdou.

Na základě identifikace typu argumentace užitě při výstavbě lze vydělit dvě základní skupiny persvazivních (a získávacích) sdělení:

1. Věcná, racionální sdělení,

pro něž je typická práce s fakty z objektivních zdrojů, která jsou uváděna do souvislostí, při přesvědčování je využito tvrzení podložených věcnými, racionálními argumenty.

Příkladem může být text **Nová klimatizace za 12 milionů! MFD, 13. 7. 2004, s. C/1-2**, příloha č. 23, text č. 2.

³⁵² Argument, racionální úsudek, je pravdivé tvrzení zdůvodněné jiným pravdivým tvrzením. Zdůvodňované tvrzení se nazývá teze a tvrzení, kterým zdůvodňujeme, se nazývá premisa. Bartošek 1993b, s. 32.

³⁵³ Cit. dílo, s. 29–53.

2. Nevěcná, neracionální sdělení,

pro která je typická absence dostatečného množství objektivních, přesných, ověřených faktů, užívána jsou tvrzení s logickými chybami a falešnými argumenty, figury a tropy, zejména obrazná pojmenování, nálepky, apely na nižší pudy atd.

Příkladem může být text **Gross dosáhl cenného vítězství. Přijal ho Zeman, MFD, 12. 7. 2004, s. A/2, příloha č. 23, text č. 1.**

Pozn.:

Zvláštní skupinu nevěcných sdělení představují manipulativní komunikáty. Manipulace je specifický typ persvazivního působení, kdy jsou záměrně užívána tvrzení, vyvozovány závěry, o kterých původce ví, že jsou v rozporu se skutečným stavem. Při manipulativní argumentaci se zamlčují fakta, uvádí se nesprávné či neexistující souvislosti, příčiny a důsledky; autor dělá úmyslné logické chyby, užívá apelů na city a pudy aj. Příkladem manipulativního textu může být text č. 4 tematického komplexu **Lidé z Jesenicka musí vyjít i s nízkými platy, MFD, 18. 4. 2004, s. C/1, 4, příloha č. 20**, kde žurnalista řadí taková fakta, aby podložil, prokázal svou tezi, že obyvatelé Kobylé nemají zájem o práci, ale raději pobírají podporu v nezaměstnanosti.³⁵⁴ Příkladem manipulativního textu je rovněž komentář **Na obzoru může být jen špatná vláda, MFD, 8. 7. 2004, s. A/6, příloha č. 24, text č. 1.**³⁵⁵

4.5.2.5.3 *Segment zábavní*

Zábavní intenci sdělení (verbálních i obrazných) této kategorie chápeme ve smyslu masově komunikačního vymezení, tedy jako zdroj pobavení, obveselení a rozptýlení, prostředek uvolnění, úlohou je oslabování sociálního napětí (viz výše Komunikační rámec publicistické oblasti, funkce, s. 47).

Zábavnost je možné rozlišovat i z pohledu její kvality, a to ve spektru od zábavy, která nese pozitivní hodnotu po zábavu s negativní hodnotou.³⁵⁶

Pozitivní hodnotu lze přisoudit např. informativním a informativně-edukativním zábavním textům, umělecky hodnotným sdělením, čtenářským soutěžím, křížovkám, kvízům atd.

Neutrální, relaxační, odpočinkovou hodnotu mají sdělení ve společenských rubrikách periodik, která nevycházejí vstříc tzv. nízkému vkusu. Obsahují informace o nepodstatných (nerelevantních) událostech, skutečnostech či informace podávané zábavnou formou.

Negativní hodnotu zábavy reprezentují sdělení působící na pocity, pudy, instinkty a vášně, tzv. základní lidské motivy; náleží sem texty, které ve snaze po senzaci poškozují integritu, zájmy jedinců, společenské konvence a normy.³⁵⁷

Zábavnost může být jedinou funkcí komunikátu, týká se to zejména části textových modelů zábavních (fraška, karikatura, anekdota), ovšem intence může být v textu přítomna v kombinaci s dalšími funkcemi, přičemž představuje dominantní produkční složku ve vztahu k výběru tématu a ovlivňuje i jazyk (aktualizace, dynamizace sdělení).

Texty s více intencemi:

1. Zpravodajské texty

Zábavní charakter má část zpravodajské produkce, jejíž relevance není dána společenským významem událostí, o kterých informuje, ale neobvyklostí, zajímavostí, senzačností tématu. Zprávy obsahující zábavní intenci jsou někdy také označovány také jako fičrové³⁵⁸ a mohou mít dvojí podobu:

³⁵⁴ Vědomost této manipulace lze předpokládat, nelze ovšem ani vyloučit, že jde o důsledek nedostatečné kompetence původce sdělení.

³⁵⁵ V textu je zřetelná snaha uvést do souvislosti klíčové slovo korupce s osobou S. Grosse.

³⁵⁶ Kvalitativní typizaci zábavnosti provedl J. Bartošek, hovoří o zábavě ušlechtilé, neškodné a pokleslé. Více Bartošek 1997, s. 83–86.

³⁵⁷ Jsme si vědomi, že kvalitativní hranice nelze přesně teoreticky vymezit, záleží vždy na individuálním vnímání a interpretacích jednotlivých příjemců.

³⁵⁸ Označení fičr lze vztáhnout ke třem denotátům. V tradičním chápání jde o žánr s dominantní estetickou funkcí, kterou může doplňovat funkce informativní, korelace a zábavní. Využívá možností rozhlasového (televizního) zprostředkování sdělení, jde o komponované

- a) po formální stránce dodržují normy platné pro zpravodajskou oblast, jsou tedy nepříznakové, nocio-nální, zábavní intence je dána pouze tématem (např. **Jak Jackson rozzlobil Srby, MFD, 24. 1. 2004, s. A/11**, příloha č. 16, texty č. 2);
- b) jazyk je přizpůsoben zábavní intenci, je nenocionální, pro zpravodajství příznakový (např. **Mladíci chtěli odjet kradenými auty, MFD, 22. 6. 2004, s. C/1**, příloha č. 16, texty č. 2).

2. Texty informativně-edukativní

Cílem sdělení s intencí zábavní v rámci tohoto segmentu je zejména poskytnout rozptýlení, uvolnění, pobavení, současně i poučit. Zábavnost je dána buď charakterem tématu, např. text **Objev: tabletka na kocovinu, MFD, 6. 5. 2004, s. A/3**, příloha č. 16, text č. 1, popřípadě uchopením odborného tématu, výběrem některého jeho aspektu, např. text **Gladiátoři byli obézní vegetariáni, MFD, 17. 4. 2004, s. C/7**, příloha č. 15.

Jazyk sdělení je přizpůsobován cíli, modifikován, užívány jsou aktualizace, dynamizace textu, příznakové lexikum, např. ve výše uvedeném příkladu je užít konsituační příznakový mezititulek „Gladiátoři byli Schumachery antického světa...“; příznakové jednotky vegetariáni, žrouti ječmene, drahá investice aj.

Témata jsou oproti oblasti informativně-edukativní nezávažná, týkají se rovněž výsledků vědeckých výzkumů, ale náleží sem i témata dokumentární (z minulosti, geografická aj.).

3. Informativní a zábavní sdělení věnovaná společenským tématům

Jde o specifický segment sdělení ve formě portrétů, medailonů, referátů, reportáží a rozhovorů, která tematizují život významných jednotlivců, osobností. MFD tyto texty řadí zejména ve svém magazínu či v příloze Víkend.

4.5.2.5.4 *Textové vzorce – žánry*

4.5.2.5.4.1 *Analýza (rozbor)*

Rozbor je textový vzorec, který vzhledem ke své fakticitě stojí na pomezí mezi zpravodajstvím a publicistikou (v užším smyslu slova). Řazení analýz do zpravodajství brání skutečnost, že jejich cílem není pouze informovat, nýbrž obsahují i nepřímou složku persvazivní, která je dána způsobem výběru informací, jejich řazením, rozvíjením textu v logické linii (což představuje nesporně prvek subjektivní). Rozbory tak kromě informačního postupu využívají postup výkladový. Normativní zásadou pro kompozici je absence jakéhokoliv interpretativního závěru, obecně je vyloučena úvahová linie, neboť cílem není vyjádřit vlastní názory a ani analyzovaný problém uzavřít, nýbrž poskytnou intelektuálně vyspělému čtenáři dostatek podkladů k tomu, aby si sám utvořil závěry. Součástí normy je i požadavek na nocionalitu jazyka, nevhodné jsou jakéhokoliv příznakové prostředky.

Žánr má kořeny v odborné oblasti, autorsky je poměrně náročný, a to jak kvůli požadavkům na důkladnou řešeršní činnost, tak i pro obtížnost výsledného zpracování informací. Analýza ve svém úvodu podává nezbytné informace o předmětu zájmu, ve statu rozebírá problém, jev nebo událost ve vývoji, přistupuje k němu z mnoha různých pohledů, shromažďuje a předkládá v rámci daného tématu související fakta. Autor tak musí shromáždit široké, pokud možno vyčerpávající spektrum informací a názorů zainteresovaných osob.³⁵⁹ Za základ neslouží pouze nejnovější fakta, jak je tomu u zprávy, ale vycházejí z skutečností starších, které se k tématu sdělení váží. Ve své podstatě analýza plní funkci resumé stavu problému. Závěr schází, případně jej může nahradit naznačení alternativního možného dalšího vývoje v objektivizované linii, ovšem bez toho, aby se autor k některé z nich přiklonil.

Příkladem textu, který zásady analýzy dodržuje, je článek **Nejbohatšímu Rusovi hrozí deset let vězení, MFD, 13. 7. 2004, s. B/5**, příloha č. 21, včetně analýzy.

pásmo hudby (obrazu), zvukových efektů, různých jazykových sdělení – poezie, vyprávění, dialogů aj. (srov. Mistrík 1985, s. 477). Lze tak označit rovněž způsob zpracování tématu, řazení dílčích sdělení za sebou, jejich logického propojení. Zřetelné jsou takto zpracovány rozsáhlejší mluvené komunikáty, např. sportovní přenosy. Může jít rovněž o označení typu zprávy se zábavní intencí (srov. Bartošek 2001, s. 7–8).

³⁵⁹ Musí však jít o autority, které mají k danému tématu přímý vztah.

Pozn.:

V MFD bývá označení analýza užíváno i u textů jiných, např. u analytické úvahy (viz dále), ale také u komentářů či spekulativních úvah, např. **Gross dosáhl cenného vítězství. Přijal ho Zeman, MFD, 12. 7. 2004, s. A/2, příloha č. 23, text č. 1.**

4.5.2.5.4.2 Úvodník

Úvodník je typem úvahového textu, typickou sférou výskytu jeho politické či široce společenské varianty jsou angažovaná, zejména politická periodika. Ve výjimečných případech, kdy se ve společnosti odehrává z pohledu média významná událost (volby, referenda, politické a společenské otřesy, přírodní pohromy), se objevuje i v nestranickém denním tisku, příkladem může být úvodník **Proč ANO, MFD 13. 6. 2004, s. A/1**, jehož autorem byl šéfredaktor Pavel Šafr – viz příloha č. 22. Tematicky však není omezen pouze na politická či široce společenská témata, charakter úvodníků mohou mít i texty z oblasti ekonomické či kulturní. Zabývá se významnými událostmi a problémy, které zařazuje do kontextu ostatního dění, zaujímá k nim stanovisko.

Úvodník je typický tím, že obsahuje dvě intence, funkce. První je persvazivní (korelace), kdy je příjemci zřetelně prezentován názor s cílem, aby se s ním na základě uváděných argumentů ztotožnil. Na přesvědčování navazuje ziskávací intence, většinou přímo v textu vyjádřená, cílem je pohnout příjemce k určitému typu jednání ve smyslu prezentovaného názoru.

Argumentace se předpokládá věcná, předmět sdělení by měl být zařazen do širších souvislostí. Zejména politické úvodníky však mají aktualizovanou podobu, která užívá obrazného, patetického vyjadřování, nevěcné argumentace. Výsledné texty jsou čtivé, působivé a umožňují snazší naplnění funkce než texty nociónální, obsahově nasycené fakty se složitou argumentací. Úvodník je založen na úvahovém slohovém postupu, nevhodný je postup vyprávěcí.

Specifické postavení politických a široce společenských úvodníků dokládá osoba původce a umístění. Autory bývají šéfredaktori, významní publicisté, případně je za autora označena redakce. Zásadní úvodníky jsou umísťovány na titulní straně, a to v levém horním sloupci nebo zabírají celou horní polovinu strany (viz příklad). Uvnitř listu se pak lze také setkat se sděleními z oblasti ekonomiky, životního prostředí aj., které se zabývají důležitými událostmi, závažnými situacemi, problémy, texty vyhovují charakteristice textového vzorce, neboť se snaží přesvědčit příjemce o správnosti názoru autora a následně jej pohnout (dle názoru původce) k obecně prospěšnému typu chování, jednání.

V redakcích periodik bývá neterminologicky (na úrovni profesionalismu) užíváno označení úvodník, přičemž je míněn úvodní, základní text vydání, který je umístěn v horní polovině titulní strany a většinou pokračuje na vnitřních stranách, případně na něj navazuje textový komplex.³⁶⁰ Za úvodník rovněž bývají považovány editorialy (viz zde dále).

4.5.2.5.4.3 Úvaha (nevěcná, analytická, polemická)

Úvaha patří v obecném vymezení k základním textovým vzorcům, které jsou stylově nepříznakové. Původce sdělení v úvaze vychází z faktu, skutečnosti, myšlenky, rozebírá ji, hodnotí a zaujímá k ní argumentačním řetězcem podložený postoj. Máme za důležité zdůraznit, že v úvaze je předpokládáno hlubší konzistentní sledování, hodnocení jednoho základního tématu, fakta jsou jako prostředek argumentace zasazována do souvislostí, slouží na podporu postoje. Logická výstavba je strukturovaná a sevřená, nejde o pouhé asociativní, nahodilé, účelové atd. řazení konstatování a interpretací na podporu názoru. Tím se úvaha odlišuje od komentáře.

Kompozičním základem úvah je trichotomické členění na úvod, stať a závěr. Úvod podněcuje k úvaze, obsahuje obecnou zkušenost, čin, výtvar, vyjádření, chování jedince, příběh, událost, situaci, ale také citový stav, náladu. Ve statí je pak hodnocení a v závěru postoj.³⁶¹ V případě žurnalistických sdělení nebývá úvod pouhým podnětem k úvaze, ale významná je rovněž jeho informativní hodnota. Výstavba úvahy může

³⁶⁰ Žurnalisté užívají pro úvodní text vydání i nespisovné označení „vykopávák“.

³⁶¹ Dle J. V. Bečky 1992, s. 341 an.

vykazovat různé podoby, přičemž v jednotlivých modifikacích mají v závislosti na logické struktuře složky trichotomického členění různou funkci a míru důležitosti.

Žurnalisty užívané typy výstavby úvahy:

1. Úvaha může být vystavěna v postupné linii od faktu, informačního základu (případně s položením základní otázky pro úvahu) přes hodnocení k postoji, zakončují ji logické závěry a shrnutí. Tento typ (známe jej zejména ze školní praxe) je elementární, použit je například ve věcně argumentované (a náročnější) úvaze s prvky eseje **Kdo potřebuje intelektuály**, MFD, 13. 7. 2004, s. A/7, příloha č. 23, text č. 3.
2. Druhý typ úvah obsahuje v úvodu kromě informační báze i názor, konstatování, tezi, která je pak dále ve stati dokazována. Příkladem může být text **Ema má mísu, Petra zákon**, MFD, 2. 7. 2004, s. A/6, příloha č. 23, text č. 5, případně text **Vláda národního dluhu**, MFD, 8. 7. 2004, s. A/7, příloha č. 23, text č. 4. V tomto typu úvahy vzrůstá význam úvodu a statě, význam závěru může být oslabený, má charakter konstatování, shrnutí, zopakování verifikované teze.

Úvahy lze typizovat i dle použité argumentace při realizaci persvazivní intence (viz výše Členění dle prostředků dosažení komunikačního cíle, s. 87):

1. Úvahy věcné jsou založené na racionálních, logicky korektních tvrzeních podložených věcnými argumenty. Specifický typ úvahy v této kategorii představuje úvaha analytická, která je faktograficky velice nasycená, což se projevuje i v kompoziční a jazykové rovině. Užívá výkladového postupu, rozsáhlé jsou analytické úseky. Taková úvaha je pro příjemce náročná na percepci. Od analýzy se liší explicitní persvazivní intencí, užitím úvahového postupu s dodržением plného trichotomického členění.³⁶² Příkladem věcné, obsahové, ale i argumentačně náročné úvahy je text **Kdo potřebuje intelektuály**, MFD, 13. 7. 2004, s. A/7, příloha č. 23, text č. 3. Sdělení se v některých svých částech blíží eseji³⁶³ (viz analýza textu) a je typické, že jeho autorem není profesní žurnalista.
2. Úvahy nevěcné, které neužívají racionální tvrzení podložená bezchybnými logickými argumenty. Náleží sem texty s pouhou nevěcnou argumentací, ale také texty spekulativní a manipulativní **Gross dosáhl cenného vítězství. Přijal ho Zeman**, MFD, 12. 7. 2004, s. A/2, příloha č. 23, text č. 1.

Polemická úvaha – prostá polemika

Obsah pojmu polemika má širokou sémantiku. Odlišovat od sebe je nezbytné polemickou repliku v rámci mluveného dialogického komunikátu a polemiku v psané podobě, jejímž základem je autorova reakce na dřívější výrok(y). Chápání polemiky v psané podobě je v žurnalistické teorii i praxi různé. Někdy bývá zjednodušeně a nepřiliš správně označována jako ostrá diskuse v mluvené i psané podobě. Z hlediska kompozičního i obsahového může mít podobu polemické poznámky, pro kterou budeme rezervovat označení prostá polemika, či polemické úvahy. Osobní, ostrá polemika zaměřená proti původci textu, na který autor reaguje, se nazývá filipika. Prvky filipiky lze zachytit v textech, které uvádíme dále jako příklady.

4.5.2.5.4.4 Polemická úvaha

Polemická úvaha je typem textu sekvenčního, současně intertextuálního charakteru, který dodržuje logickou i kompoziční strukturu úvahy. Jde o reakci na dříve vyslovená (napsaná) tvrzení. Autor může reagovat na jednu základní tezi, s níž nesouhlasí. Tato teze se stává východiskem sdělení, za použití argumentů

³⁶² Publicisté produkují specifické informačně interpretativní texty, které sledují jednoznačnou persvazivní intenci, ovšem nenaplnují v autorské linii pravidla logické výstavby úvahy, mnohdy ani nedodržují trichotomickou strukturu textu. Autoři těchto sdělení používají interpretace, stručná hodnocení, která dál podkládají jednak fakty, jednak objektivizovanými citovanými výpověďmi druhých osob. Vzhledem k vysoké míře objektivizací, informační nasycenosti, komplexnímu sledování skutečnosti se sdělení blíží analýzám, mnohdy včetně absence závěrů. Ovšem na rozdíl od analýz cílem není pouhé uvedení faktů, jejich kontextualizace, nýbrž směřují k přesvědčování příjemce. Byť je to zejména v nepřímé linii (citací), zmiňujeme tento typ textů v souvislosti s úvahou. Příkladem může být text **Nová klimatizace za 12 milionů!**, MFD, 13. 7. 2004, s. C/1–2, příloha č. 23, text č. 2.

³⁶³ V širším chápání náročné úvahové sdělení.

je vyvracena, aniž by ovšem musel být sledován celý argumentační řetězec napadeného textu. Polemická úvaha může být také pojata jako detailní, systematické popření, vyvrácení jednotlivých tvrzení předchozího textu. V takovém případě autor postupuje po tematických úsecích či výpovědích, se kterými nesouhlasí, a konfrontuje je s fakty, svými argumenty, názory.³⁶⁴

Úspěšnost polemiky závisí na způsobu argumentace, která může být věcná, nevěcná, popřípadě jejich kombinace (viz příklad). Součástí polemických úvah (i prostých polemik) nemusí být jen vymezení se proti předcházejícímu tvrzení, názoru, autor se často vyjadřuje i k osobě původce.

Příkladem polemické úvahy kombinující věcné a nevěcné argumenty, směřující i k osobě autora napadeného textu, která reaguje na základní tezi, nevyvrací důsledně všechna tvrzení, tedy autorův argumentační řetězec (přímo je to v textu uvedeno), je text **Neúspěchy pražského redaktora, MFD, 30. 7. 2004, s. A/7**, příloha č. 23, text č. 6.

4.5.2.5.4.5 *Prostá polemika*

Prostá polemika se svým charakterem nejvíce blíží dialogické polemické replice. Jde o nepříliš rozsáhlé sdělení, v němž původce stručně reaguje na názor, se kterým nesouhlasí. Uplatněny bývají nevěcné způsoby argumentace, časté je ironické vymezení se proti autorovi textu, na který polemika reaguje (prvky filipiky). V tisku prosté polemiky užívají zejména čtenáři pro prezentaci nesouhlasu s obsahem některého dříve zveřejněného úvahového textu (mohou reagovat i na přímý výrok např. politika). Kompoziční struktura je velice jednoduchá – text nebývá příliš členěn do odstavců, často jde o odstavec jeden, přičemž po úvodní informaci, jakého sdělení (jeho části) se týká, následuje opozitní argumentace. Téma není rozebíráno, sledováno v souvislostech atd. Příkladem jsou dva texty z Fóra čtenářů **Zbytečná konkurence a Nejsme zvířata, MFD, 24. 1. 2004, s. A/7**, příloha č. 23, text č. 7.

4.5.2.5.4.6 *Komentář*

Komentář je považován za textový vzorec, který se vyvinul ze zprávy. Jde o sdělení bezprostředně reagující na zpravodajské informace. J. Mistrik komentář situuje na pomezí zprávy a úvodníku, přičemž se zprávou má společné to, že se drží faktů, odlišuje se jejich interpretací. S úvodníkem má společné, že uplatňuje postoj autora (či redakce), ovlivňuje svou konkrétností.³⁶⁵

Návaznosti na zpravodajské sdělení odpovídá krátké uvedení do problému, tedy nepříliš rozsáhlá informativní část v úvodu komentáře (kontext události). Důraz je však kladen zejména na stať. Stať v ideálním případě osvětluje, ozřejmuje, události zasazuje do širších souvislostí. Fakticky však žurnalisté v komentářích dominantně plytce prezentují vlastní názor(y) na předmět zájmu a přesvědčují příjemce, aby se s názorem ztotožnil (či příjemce dokonce získávají). Argumentace je dominantně nevěcná, užívána jsou hodnotící slova či expresiva s jasnou pozitivní či negativní výpovědní hodnotou, fakta jsou interpretována, mnohdy bez jakéhokoliv zdůvodnění, stručně, povrchně hodnocena. Závěr může interpretovat, shrnovat předchozí text. Častěji má však otevřenou podobu, problém neuzavírá, naznačuje další vývoj tématu, avizuje sekvenční sledování.³⁶⁶ Užíván je úvahový slohový postup, ovšem nejde o plnou úvahu. Charakteristickým rysem komentářů je aktualizované, neobvyklé, často vtipné vyjadřování. Uplatňována jsou obrazná pojmenování, prostředky nespisovných rovin jazyka – obecná čeština, slangismy, professionalism, expresiva, mezi nimi dokonce i vulgarismy, řečnické otázky, odpovědi atd. Práce s jazykem podporuje naplnění persvazivní intence.

Komentáře mívají vysoký spekulativní potenciál, objevuje se i manipulace či její náznaky. Příkladem manipulativního komentáře může být text **Na obzoru může být jen špatná vláda, MFD, 8. 7. 2004, s. A/6**, příloha č. 24, text č. 1 (motiv korupce – viz analýza textu).

³⁶⁴ V případě systematického popření tvrzení, zvláště pokud je analytické a podložené fakty, není nutné příjemce seznamovat obšírně s obsahem sdělení, na něž polemika reaguje. V opačném případě je to vhodné, neboť ne všichni musí být s inkriminovaným textem seznámeni.

³⁶⁵ Mistrik 1985, s. 473.

³⁶⁶ Takový typ závěru, tzv. komentářový, má oslabenou či nulovou sdělnou hodnotu. Bývá využíván i u dalších publicistických sdělení, což nelze považovat za správné v případech, kdy z charakteru textu vyplývá potřeba plnohodnotného závěru, jako je tomu např. v úvaze komponované v postupné linii.

4.5.2.5.4.7 Poznámka

Poznámka je krátkým postřehem, zamyšlením. Prostřednictvím stručné, promyšlené argumentace, dominantně nevěcné, je podán vyhraněný názor na předmět zájmu. Poznámky užívají aktivizačních jazykových prostředků, častá je obraznost. Autor však pracuje s přímým pojmenováním (nesyžetovým, viz dále Dílčí oblast syžetová, s. 97), čímž se poznámka odlišuje od glosy, která může se stejným sdělným záměrem zpracovávat identické téma, ovšem za použití pojmenování nepřímého (viz dále Glosa, s. 101). Příklady poznámek jsou v příloze č. 24, texty č. 2.

Recenze a kritika

4.5.2.5.4.8 Recenze (odborná, popularizační, komerční)

Cílem recenze, která tvoří základ kulturní publicistické (v užším smyslu slova) produkce, je přiblížení a vyvážené hodnocení hotového, publikovaného díla (knihy, filmu, divadelního představení, koncertu, výstavy výtvarného umění aj.). Recenze je založena na úvahovém, výkladovém, případně i popisném slohovém postupu. Textový vzorec má původ v odborné oblasti (viz výše Faktická poznámka k prolínání komunikačních oblastí, funkčních stylů, s. 55). Modifikace pro publicistickou sféru je ovlivněna produkčními aspekty, zejména prostorem, který je sdělením určen – místo určené pro recenze je limitované. Současně je uplatňován ohled na příjemce sdělení, což ve vazbě na různý rozsah funkcí vede k rozlišení tří základních typů recenzí v tisku (viz dále).

Kompoziční výstavba recenze je dána povahou díla, kterého se týká. Textový vzorec v základní podobě má nicméně ustálenou podobu, strukturu základních i rámcových částí. Úvod náleží vždy informacím o uměleckém díle, uvádí, o jaké dílo jde, kdo je jeho autorem. Obvyklé jsou i širší informace o autorovi a jeho ostatní tvorbě. Ve statu následuje v úvahové (dle typu recenze i výkladové) linii hodnocení díla, které může být komplexní, dílo je sledováno po jeho jednotlivých složkách (oddílech, kapitolách). Recenzent se ovšem může zaměřit pouze na některé složky, úseky, segmenty, jejich hodnocení pak vztahuje k celému dílu. Prostřednictvím hodnocení konkrétního uměleckého díla se může recenzent vyjádřit i k osobě autora, jeho celkovému dílu, filozofickým názorům atd. (příkladem je příloha č. 25, text č. 2, zde rovněž není hodnocen celý obsah, ale jeho dílčí složky). Závěr obvykle přináší souhrnné zhodnocení, mnohdy nepříliš rozsáhlé.

Mimo základní text recenze (příklady u kritik) či jako součást úvodu (příloha č. 25, texty č. 1) bývají uváděny elementární faktografické informace, například u knih jde o stručné bibliografické údaje: název, jméno autora (případně editora, původce předmluvy), vydavatele, místo a doba vydání, počet stran, náklad, cena.³⁶⁷

Jednotlivé kompoziční složky recenzí, stejně tak užití a poměr úvahového a výkladového slohového postupu, obsahová, jazyková nasycenost, anebo naopak jednoduchost, srozumitelnost a aktualizovanost ovlivňuje umělecká oblast, do které dílo náleží, umístění recenze v konkrétní části periodika, ohled na recipienta, také v neposlední řadě případná přítomnost získávací funkce (vedle informativní a persvazivní).

Mezi recenzemi lze rozlišit tři jejich základní typy:

- Varianta odpovídající odborné recenzi³⁶⁸ (autory bývají teoretici v dané oblasti) podává komplexní hodnocení obsahu, uvádí dílo do širších souvislostí. Kompozice je složitější, jazyk pojmově nasycený; varianta vychází vstříc náročnějším čtenářům, odborníkům, poučeným laikům. Příkladem je text **Barthes bojoval s ideologií pomocí jiné ideologie, MFD, 29. 5. 2004, s. E/9**, příloha č. 25, text č. 2.
- Varianta publicistická (popularizační), jejímž původcem bývá odborně zaměřený žurnalista, si klade za cíl seznámit potenciálního zájemce s autorem, jeho konkrétním dílem, případně mu chce umožnit rozhodnout se pro dané dílo. Jde o typ textu, který je řazen ve všeobecných rubrikách věnovaných kultuře, proto je důraz kladen na srozumitelnost. Užívány jsou výše zmíněné aktualizace, hodnocení díla je subjektivní, často výrazně expresivní (zejména u filmových recenzí), texty bývají implicitně

³⁶⁷ Jde o obdobu plného bibliografického zápisu, jak je znám v odborné oblasti.

³⁶⁸ Čistě odborné recenze bývají otištěny výjimečně.

získávací. Příkladem je text **Savallovo středověké mysterium**, MFD, 26. 6. 2004, s. B/2, příloha č. 25, text č. 3.³⁶⁹ Specifickým typem je informativní anotace, přiblížení obsahu díla s potlačenou či nepřítomnou složkou hodnotící (viz příloha č. 25, texty č. 1).

- Varianta komerční (autory bývají žurnalisté) stojí mezi dílem a potenciálním konzumentem. Argumentace bývá nevěcná, jazyk silně aktualizovaný, cíl je přesvědčovací a získávací. Příkladem tohoto typu recenzí jsou i tzv. minirecenze v denním tisku (MFD jich nepoužívá), zejména pak v časopisech věnovaných filmu (Cinema, Premiere), kde hodnocení má grafickou podobu (hvězdičky, barevné body aj.).

4.5.2.5.4.9 Kritika

Kritiku chápeme jako sdělení, jehož cílem je analyzovat a hodnotit umělecké dílo. Cíli odpovídá užití úvahového, popisného, případně výkladového slohového postupu. Na rozdíl od recenze nepředstavuje autora a obsah díla, ovšem identicky s recenzí jsou mimo vlastní text řazeny základní faktografické údaje.

Žurnalistické kritiky oproti odborným limituje prostor, který je pro sdělení vymezen. Nemohou proto podat komplexní, rozsáhlou analýzu všech složek uměleckého díla, například u divadelního představení režijního pojetí, výkonů herců, scény, kostýmů, scénické hudby. Důsledkem jsou tři obsahové modifikace novinových kritik:

- kritiky zaměřující se na některé aspekty díla,
- kritiky stručným způsobem komplexně hodnotící,
- kritiky kombinující oba předchozí přístupy, například v textu **Šumperské divadlo si trouflo na Čechova**, MFD, 24. 1. 1998, s. 3, příloha č. 25, text č. 4.

Z jazykového hlediska je u kritik požadována relativní srozumitelnost, z obsahového hlediska je žádoucí omezení hloubky analytického náhledu. Ovšem vzhledem k cílům kritik by nemělo být důsledkem vytváření interpretativních textů, hodnotících dominantně pocitově, bez věcné argumentace. Pak by nebylo zřetelného rozdílu mezi recenzí popularizační a kritikou. I při dodržení zásad jednoduššího podání jsou kritiky náročné pro příjemce, vycházejí vstříc intelektuálnímu publiku.

Nároky jsou kladeny i na autora kritik. Měl by mít schopnost uvědomělé percepce,³⁷⁰ což předpokládá jistý podíl odborných znalostí. Podstatná je schopnost hodnotit dílo s ohledem na běžného recipienta, měl by být tedy schopen strukturovaného pohledu.

4.5.2.5.4.10 Editorial

Textový vzorec bývá v žurnalistické teorii nesprávně ztotožňován s úvodníkem.³⁷¹ Místo označení editorial bylo dříve v českém prostředí užíváno označení úvodní slovo. Jde o tradiční žánr, jehož prostřednictvím redakce sdělovala své programové cíle, prohlášení či redakční sdělení. Termín editorial se objevuje a prosazuje od počátku 90. let 20. století v časopisech. Vnější forma editorialů je poměrně ustálená – je to první článek v časopise, který začíná úvodním oslovením čtenářů, má u textu fotografii autora a jeho podpis.

Základní podoba editorialu je ta, v níž se zástupci redakce obracejí ke svým čtenářům v redakčních záležitostech nebo v souvislosti s obsahem listu. Výjimečně se s tímto typem sdělení lze setkat i v denním tisku, příkladem je editorial, kterým redakce Mladé fronty Dnes informovala o nové intelektuální příloze Kavárna – viz **Otevřená Kavárna**, MFD, 12. 6. 2004, s. E/3, příloha č. 27.

Tematický rozsah editorialu se oproti základní podobě postupně rozšířil. Identifikovat vedle editorialu v základní podobě lze:

- editorial jako průvodce obsahem;
- editorial jako úvaha na aktuální téma, nahrazující dřívější angažované úvodníky;

³⁶⁹ V oblastech zajímavých pro široký okruh příjemců (filmové umění) jsou texty více aktualizované, živější, založené často dominantně na dojmech, pocitech, neanalyzují, neargumentují věcně, pouze stručně glosují, interpretují, hodnotí (příkladem může být část produkce M. Spáčilové).

³⁷⁰ Nesmí být pouhým konzumentem.

³⁷¹ Osvaldová 1999, s. 196–198.

- editorial jako úvodní slovo známé osobností veřejného života;
- editorial v podobě zkušeností nebo příběhů ze života.³⁷²

Pozn.:

Editorial lze v souladu s našim vymezením dílčí oblasti publicistické rozdělit na získávací či nezískávací k určitému konání (viz výše Členění segmentu dle intencí, s. 87).

4.5.2.5.4.11 Fraška

J. Bartošek pro frašku paralelně užívá označení mystifikační příběh, crazy story a charakterizuje ji jako vymyšlený příběh, dialog, někdy i text k novinářské fotografii.³⁷³ Fraška se týká skutečných osob, situací atd., ovšem zasazuje je do smyšlených kontextů či dějů, podání je humorné až ironické. Žurnalisté by měli dodržovat pravidlo, že z textu musí být zřejmá fabulace, nadsázka, nereálnost sdělení. Některé další skutečnosti a souvislosti ve fraškách (vedle osoby, situace) odpovídají realitě a mohou být zesměšňovány (citace 1), některé ovšem mohou mít až bulvární charakter (citace 2). Příkladem je text **Klaus vytáhl na Kábul, MFD, Magazín dnes, 22. 7. 2004, s. 11**, příloha č. 26, kde kromě zřejmých mystifikací lze nalézt úseky:

1. *»Bývalý prezidentův spolupracovník Zdenický vrtí hlavou: „Klaus je jako Che Guevara. Ten, unaven přepychem a mocí na Kubě, odjel šířit revoluci do Bolívie. Klaus využívá příležitosti a odjíždí se zbraní v ruce šířit do Afghánistánu kuponovou privatizaci.“«*
2. *»Sexuolog Pété říká: „Starší úspěšný muž, který se ocitá v neřešitelném vnitřním sporu mezi loajalitou k manželce a láskou k mladičké milence, často nechává řešení tak říkajíc na osudu – odchází do války.“«*

Mladá fronta Dnes, která frašky začala jako první otiskovat v polovině 90. let 20. století (autor Martin Komárek), je zařazuje v současnosti pravidelně v Magazínu Dnes v rubrice Objev Dnes. Mystifikační zprávy se objevují pravidelně také 1. či 30. dubna.

Společně s karikaturami,³⁷⁴ komiksy,³⁷⁵ fičrovými zprávami aj. náleží do zábavního segmentu publicistiky v užším smyslu slova. J. Bartošek frašku označuje jako příklad infozábavy (infotainmentu).³⁷⁶

4.5.2.5.4.12 Anketa

Jde o textový vzorec, který není primárně publicistický, původ má v odborné oblasti, kde představuje standardizovaný způsob zjišťování údajů pro další zpracování, zejména v oblasti sociálních věd.

V publicistické sféře patří k jedné z metod zjišťování názorů veřejnosti ke konkrétnímu aktuálnímu problému. Anketa může zpovídat osoby s úzkým vztahem k problému, jevu nebo události (politiky, zaměstnání atd.), ale i osoby bez přímého vztahu k předmětu zájmu. V žurnalistické praxi je obvyklá její podoba s jednou otázkou, přičemž reakce jsou pak zveřejněny a/nebo zpracovány do podoby grafu. V rámci ankety může být položeno i více otázek, příkladem je anketa v příloze č. 20, téma B, text č. 5, jejíž výsledky po zpracování tvořily obsah tematického komplexu dne 26. 4. 2004 na stranách C/1 a 2.

4.5.2.5.4.13 Publicistické interview

V části věnované zpravodajskému interview (viz výše Zpravodajské interview, rozhovor, s. 76) jsme uvedli, že tento univerzální textový vzorec má v publicistické sféře dvě stylově příznakové modifikace – zpravodajské a publicistické (v užším smyslu slova) interview. Pro publicistické interview jsou užívány všechny typy otázek, tedy nejen alternativní, dichotomické a doplňující, ale rovněž otázky otevřené a kontrolní. Kompozičním specifíkem, které tento typ rozhovoru odlišuje od zpravodajské modifikace, je skutečnost, že žurnalista ve svých otázkách navazuje na předchozí výpověď interviewovaného. Dalším specifíkem je

³⁷² Janečková 2003, s. 54–56.

³⁷³ Bartošek 2001, s. 35.

³⁷⁴ Kreslená karikatura je zkratkovitá kresba zesměšňující nebo satiricky odsuzující přehnaním nápadných znaků, která není spojena s textem. Kresbu, která je doplněna vtipným, pointujícím textem, obvykle v rozsahu jedné věty, označujeme za kreslenou anekdotu.

³⁷⁵ MFD v příloze ekonomika vydává komiks pod názvem Dilbert.

³⁷⁶ Bartošek 1997, s. 65.

náhrada otázky větou oznamovací v rámci dialogické repliky, případně užití nedokončené výpovědi, na které dotazovaný v intencích dialogu navazuje (viz analyzované texty).

Publicistické interview může mít čtyři modifikace:

- Rozhovor zjišťující názory představuje v dílčí oblasti publicistické dominantně využívaný typ interview, zjišťuje názory dotazovaného na aktuální události, případně jeho podíl na ní, pozadí, souvislosti. Příkladem je interview **Pacienti by měli platit víc, přiznal ministr Kubinyi, MFD, 15. 5. 2004, s. A/5**, příloha č. 28, text č. 2.
- Osobní rozhovor s důrazem na rysy osobnosti je modifikace, kterou lze považovat za dialogickou analogii portrétní. Jde o věcný typ rozhovoru, který má výraznou informativní hodnotu. Příkladem může být rozsáhlý, bohatě tematicky strukturovaný dvoustránkový rozhovor s Jiřinou Jiráskovou **Měla jsem točit v Americe, MFD, 31. 1. 2004, s. E/3-4**, ve kterém je sledována profesní i soukromá biografie, politické, životní názory.
- Biografický rozhovor, který je zaměřený na činy, výkony, vlastnosti, filozofii osobnosti. Jde o typ rozhovoru, který lze považovat za dialogickou analogii medailonu, je proto méně věcný než typy předchozí.
- Skupinový rozhovor je založený na konfrontaci názorů řady osob na věc zájmu, ne však mezi sebou. Díky tomuto typu rozhovoru jsou představeny osoby účastníci se rozhovoru a zveřejněny jejich názory.

Všechny typy rozhovorů lze využít v mluvené i psané podobě, ovšem zejména skupinový rozhovor není pro psanou podobu typický. Podobně vzhledem k nárokům na prostor není častý rozhovor osobní a biografický.

V části věnované zpravodajství jsme zmínili předem připravený tzv. standardizovaný rozhovor, kde jsou otázky určeny, stejně tak jejich pořadí. Tento typ může být uplatněn i v dílčí oblasti publicistické. Podle způsobu naplnění interakce lze dále rozlišovat rozhovor relativně volný, u něhož je stanoven cíl, ne přesné pořadí a obsah otázek, takže dotazující musí v dialogické interakci uplatnit i psychologický přístup k získání odpovědí. Nejnáročnější formou interview je rozhovor hloubkový, který vyžaduje důkladnou přípravu ze strany novináře. Je nutné proniknout do podstaty problému, odhalit motivaci činů, záměrů, hledat spojitosti i v podtextu; novinář musí být vědomě iniciativní a zkoumat nejširší souvislosti, pozadí.³⁷⁷

4.5.3 Dílčí oblast syžetová (beletrizující)

V lingvistické literatuře je při vyčlenění tzv. oblasti beletrizující zdůrazňováno kritérium estetické funkce, např. M. Čechová a kol. uvádí, že komunikáty náležející do této oblasti „vedle funkce informativní a ovlivňovací plní... funkci estetickou“.³⁷⁸ J. Bartošek, který sem řadí žánry novela, báseň, kresba, obraz a umělecká fotografie, fejeton, črta, fraška, příběh a esej, konstatuje, že texty „mají za úkol dát žurnalistice i estetickou hodnotu“.³⁷⁹ S existencí beletrizující oblasti počítá v podobných intencích J. Mistrík, rozlišuje žánry fejetonové, kterými jsou vedle fejetonu i беседа, causerie a sloupek, a reportážní, kam kromě reportáže náleží i črta.³⁸⁰

Širší pojetí lze zachytit u J. V. Bečky, jenž konstatuje, že pokud autor potřebuje texty „učinit poutavějšími, nadlehčuje jejich sloh, volí výraz konkrétnější a dynamičtější, využívá expresivity, zvolňuje spád konkrétními příklady a přirovnáními. Takové prostředky přejímá namnoze z uměleckého stylu beletrie“.

³⁷⁷ Srov. Štorkán 1978, s. 114–115.

³⁷⁸ Čechová 2003, s. 230.

³⁷⁹ Bartošek 1997, s. 46. Srov. Bartošek 2001, s. 28: „Beletrizující publicistika je charakteristická obrazným líčením události. Projevuje se užíváním metafor a alegorií. Často užívá i humoru a dává najevo, že stojí nad událostmi...“ Později J. Bartošek „beletrizující“ oblast zařazuje do rámce publicistiky. Bartošek 2004, s. 17–18.

³⁸⁰ Mistrík 1985, s. 459, 474–477.

Následně uvažuje o různé míře beletrizace od oživení slohu až po uchopení tématu.³⁸¹ Z žánrů zmiňuje soudničku, fejeton, kurzívu, sloupek, causerii, entrefilet.

4.5.3.1 Obraznost a obraz

Spektrum prostředků beletrizace textu, jak je vnímá J. V. Bečka, je značně široké, zařadit sem lze veškeré prostředky, které užívá oblast krásné literatury, tedy prostředky na úrovni lexikální, syntaktické, ale také prostředky z roviny textové, které umožňují specifické uchopení a zpracování tématu. Ve své podstatě však jde o dvě specifické skupiny jazykových prostředků, které se navzájem liší svou příslušností k pojmům obraznost a obraz.

4.5.3.1.1 Obraznost

Pojmem obraznost rozumíme vnitrotextové užívání metafor, metonymií, přirovnání,³⁸² frazeologismů, idiomů, neologismů, archaismů a historismů, figur aj. jako alternativy k nepříznačkovému pojmenování konkrétních skutečností, jevů, názorů.

Pozn.:

Figury syntaktické, mj. elipsa; opakování slov, výrazů – anafora (opakování slov na začátku sousedních nebo blízkých celků³⁸³), epifora (opak anafory, slova nebo sousloví se opakují na konci celků),³⁸⁴ epanastrofa (opakování slova nebo obratu na konci jednoho celku a na začátku celku druhého),³⁸⁵ paralelismus (opakují se stejné gramatické struktury, např. v řadě přirovnání),³⁸⁶ gradace (gradace je zesilování významu, tedy takové řazení výrazů, při kterém následující označuje vždy větší intenzitu)³⁸⁷ aj.,³⁸⁸

Figury řečnické, mj. řečnická otázka, odpověď, apostrofa (oslovení neživého objektu nebo nepřítomné osoby, tedy oslovení, na které nelze očekávat reakci), apoziopeze (úmyslné přerušení řeči, při kterém se zamlčí jádro sdělení, ale protože je implicitně obsaženo v kontextu, zamlčením se postaví vlastně do středu pozornosti).^{389, 390}

Lze identifikovat dva základní důvody použití obrazných prostředků. Cílem může být na jedné straně motivace a udržení příjemcovy pozornosti poutavým, zajímavým, vtipným vyjádřením. Na straně druhé snaha dosáhnout snazšího dorozumění mezi původcem a příjemcem sdělení zpřístupněním složitějších pojmů, jevů, souvislostí, myšlenek, na základě vyvolání asociace ve vědomí příjemce. Platí však, že užití těchto prostředků nenarušuje přímé publicistické pojmenování, nepracuje se syžetem (viz zde dále). Takto jsou běžně zpracovány některé publicistické žánry, které náleží do dílčí oblasti publicistické v užším smyslu, zejména komentáře či úvahy s menší mírou věcné argumentace, poznámky (viz výše žánry).

Příklad: **Na obzoru může být jen špatná vláda – manipulativní komentář, MFD, 8. 7. 2004, s. A/6, příloha č. 24, text č. 1.**

³⁸¹ Bečka 1992, s. 375–377.

³⁸² Metafory, metonymie, přirovnání náleží do oblasti tzv. **figur názorných**, kam dále náleží aluze, apozice, hyperbola, parenteze, synekdocha (jako typ metonymie), anekdota.

³⁸³ Slyšíme díla a činy tryskat z mozků a dlaní. Slyšíme potlesk, jenž provází ptačí hru aviatika... (Neumann)

³⁸⁴ Tenť bude, pravím, tak šťastný, a ještě jednou šťastný... (J. V. Rosa)

³⁸⁵ I po smrti, rybáři, vidíte na svoje moře, na svoje moře, kde žijete krásně a sami... (Biebl)

³⁸⁶ Mlha přede mnou, mlha za mnou; Hluboké nebe nade mnou a černá voda pode mnou.

³⁸⁷ Pochod, útok, vítězství slávy života. (Neumann). Gradace bývá řazena k figurám dramatickým (viz zde dále).

³⁸⁸ **Pleonasmus** (explicitní vyjádření pojmu nebo předmětu obsaženého implicitně v kontextu nebo jiném slově – „slyšet ušima“). **Tautologie** (dvojitý nebo několikeré vyjádření téže věci nebo pojmu – „v polotmě a polosvětle“). **Epizeuxis** (častý v hovorovém jazyce, spočívá v opakování slov nebo sousloví bezprostředně za sebou – „ano, ano, půdu tam“, „koulelo se koulelo červené jablíčko“).

³⁸⁹ Jak jsem jen mohl..., ale darmo mluvit.

³⁹⁰ Užívány mohou být **figury dramatické** (dubitace, gradace, litotes, řečnická pauza), **figury ozdobné** (digrese, epiteton, oxymorón, eufemismus aj.).

4.5.3.1.2 *Obraz*

Obraz představuje komplexní formu odrazu reality, odrazu všeobecného v jedinečném za využití syžetových fabulových či bezfabulových prostředků. O obrazu můžeme hovořit tam, kde není k dosažení komunikačního cíle užíváno přímého pojmenování, odrazu reality, ale je pracováno s nepřímým (ztvárněním) pojmenováním na úrovni celého textu.

4.5.3.2 *Syžetovost a fabule*

Označení syžet vnímáme v širším vymezení pojmu v oblasti literární teorie, kde je vztaženo k uměleckému zpracování tématu a představuje princip specifického a promyšleného uspořádání všech obsahových složek³⁹¹ textu. Pojem fabule je pak vztažen k příhodě, jejímu vypravování.

Fabulové a bezfabulové texty³⁹²

Užíváme-li označení fabulové texty, máme na mysli texty používající obrazného uchopení tématu, nepřímé práce s tématem, kde je základem ke ztvárnění reality vypravování, typickým příkladem v žurnalistické oblasti je fejton.

Užíváme-li označení bezfabulové texty, míníme texty užívající rovněž obrazné práce s tématem, které však nejsou primárně založeny na vypravování. V oblasti žurnalistických sdělení tuto oblast reprezentuje sloupek, jehož základem je úvahový slohový postup.

4.5.3.3 *Ohled na funkci a užitou formu sdělení*

Pokud důsledně uplatníme na veškeré žánry začleňované do rámce dílčí oblasti syžetové obecně komunikační či masově komunikační funkční kritérium, musíme dojít k jejich rozčlenění na dvě základní skupiny.³⁹³

Poetická komunikační funkce, označovaná také jako estetická

Z charakteristiky funkce poetické základního komunikačního rámce vyplývá hledisko poměru obsahu a podoby sdělení, zejména však důraz na přítomnost estetizujících prvků jako základu sdělení, ve smyslu estetické přidané hodnoty. Texty s identifikovanou estetickou složkou naplňují z pohledu typizace funkcí masové komunikace funkci zábavnou, ve smyslu prostředku relaxace, uvolnění napětí, popřípadě mohou naplňovat funkci kontinuity, jejíž úlohou je udržovat, přenášet široce kulturní hodnoty.

Naopak nerealizují primárně funkci konativní v intencích obecného komunikačního rámce; funkci korelace či funkci ziskávání v intencích masově komunikačního rámce, jimž odpovídají základní funkce persvazivní a ziskávací (či specifické funkce zábavní, edukativní).³⁹⁴

Za vhodné proto máme v rámci jednotlivých žánrů dílčí oblasti syžetové uvažovat o dvou skupinách textových a nejazykových či kombinovaných sdělení:

1. Sdělení, která estetickou funkci naplňují, nesou estetický význam:

- umělecká sdělení médii zprostředkovaná, například povídka na pokračování, zveřejňovaná rozsáhlejší prozaická díla³⁹⁵; báseň; obrazová sdělení, např. umělecká fotografie, reprodukce výtvarného umění aj.;
- pro potřebu médií upravená původní literární sdělení, např. novinová povídka;

³⁹¹ V užším chápání je spojeno s dynamickým uspořádáním fabule, např. v lineární časové následnosti, přítomnosti časových inverzí, prolínání časových rovin příběhu, o kterém se vypravuje. Srov. Hrabák, Štěpánek 1987, s. 62–64.

³⁹² Alternativním způsobem náhledu na jednotlivé žánry je rozdělení na skupinu tzv. informačně popisnou, kam náleží reportáž, črta, story, causerie, a skupinu tzv. výpravně hodnotící, kam náleží fejton, glosa, kurzíva, sloupek, entrefilet (mezičlánek), feature, fraška, soudnička. Zvláštní postavení má esej.

³⁹³ Odpovídající by bylo Chloupkovo členění beletrizujících žánrů črty, sloupku, publicistické reportáže a fejtonu (glosa je zmiňována v rámci dílčí oblasti publicistické v užším smyslu) „mezi útvary publicistické, i když užitý výrazový materiál, jeho stylizace v textu a charakter kompoziční výstavby se blíží stylu umělecké literatury“. Chloupek 1991, s. 218, 220–221.

³⁹⁴ Obecný komunikační rámec (viz Složky komunikačního procesu, s. 13), rámec masové komunikace (viz Komunikační rámec publicistické oblasti, s. 44).

³⁹⁵ Povídky a další rozsáhlejší epické útvary jsou umísťovány v tematických přílohách, magazínech a časopisech.

- žánry publicistické oblasti či jejich základní realizace bez dominantní persvazivní funkce, např. entrefilet, feature, fraška,³⁹⁶ komiks, anekdota (i kreslená).
- 2. Sdělení zařazená do dílčí oblasti syžetové na základě nepragmatického kritéria, kde nerozhoduje způsob uchopení tématu, ale specifická práce s jazykovými prostředky, čili využití obrazu. Tato sdělení naplňují funkce dílčí oblasti publicistické v užším smyslu slova, tedy persvazi, získávání, informování, zábavnost, náleží sem žánry fejeton, črta, reportáž, soudnička, story; sloupek, glosa, causerie, rovněž pomezí typ interview (široce představující osobnost, její názory, pocity), medailon a esej.³⁹⁷

4.5.3.4 Textová rovina – textové vzorce, žánry

Syžetové (beletristické) textové vzorce umožňují původcům sdělení uplatnit subjektivitu pohledu a výrazu, zprostředkování osobních dojmů, pocitů, specifické vyjádření vlastních názorů, které ve své podstatě neumožňuje zpravodajská oblast, v omezené míře pak oblast publicistická v užším smyslu slova. J. V. Bečka v této souvislosti hovoří o uvolnění „od přísné kázně novin“.³⁹⁸

Užívání plných syžetových vzorců, založených na obraze (fejeton, sloupek, glosa) či specifickém uchopení reality (v reportáži, příběhu), je však v žurnalistické praxi omezené. Důvodem je skutečnost, že jde o texty vyžadující dostatečné kompetence a intenci na straně autora, jsou na produkci časově náročnější, než je tomu u ostatních srovnatelně dlouhých sdělení zbývajících dílčích oblastí.

4.5.3.4.1 Fejeton

Spektrum charakteristik fejetonu v odborné literatuře je značně široké, mnohdy dochází k jejich překrývání s definicemi sloupku.

Dle J. Mistříka³⁹⁹ je pro fejeton typická lehčí, přístupnější forma projevu, autor vychází ze skutečných událostí a jevů, přičemž chce vyjádřit nenápadně a do značné míry nepřímě osobní stanovisko, sdělení může končit vtipnou, překvapující pointou. Mistřík fejeton srovnává s vyprávěním v beletristické oblasti, od kterého se odlišuje konkrétností, oporou ve faktech, zdůrazňuje, že nejde o samoučelné vyprávění na pobavení čtenáře, jakým je například povídka. J. V. Bečka⁴⁰⁰ fejeton charakterizuje jako útvar vycházející z konkrétního faktu či zajímavé myšlenky, téma rozvíjí úvahou plně osobní a osobitou, v níž se argumentace citová prostupuje s rozumovou. Navozený problém fejeton neřeší, nýbrž spíše rozvádí ve variacích, řešení jen naznačuje. Zdůrazňuje osobité, vtipné, živé, neotřelé podání.

Analogicky nepřiliš konkrétní je charakteristika M. Čechové a kol.,⁴⁰¹ která fejeton definuje jako útvar informující zajímavě, vtipně a často s lehkou ironií o pozoruhodné aktuální události, věci nebo jevu. Dále konstatuje, že fejetonista se nad skutečností zamýšlí nově, často přináší exkluzivní pohled a z textu je zřejmé stanovisko.

V oblasti literární vědy J. Hrabák⁴⁰² o fejetonu hovoří jako o útvaru, v jehož rámci se uplatňuje fabule, byť ji nemá za nezbytnou. Radí jej na pomezí střední a drobné prózy a charakterizuje jako vyprávění o zajímavé příhodě či otázce, a to za užití lehce konverzačního tónu, nejednou se satirickým, humoristickým postojem. Uvažuje o možných intencích sdělení, zábavní a persvazivní, upozorňuje na různou kvalitu textů, z níž vychází literárnost, či neliterárnost fejetonu (vztahuje se ovšem i k ostatním syžetovým žánrům). Fejeton v žurnalistických projevech směřuje dle Hrabáka ke stále větší stručnosti a plynule přechází ve sloupek, kurzívu či entrefilet.⁴⁰³

³⁹⁶ Může obsahovat oslabenou persvazivní intenci.

³⁹⁷ V případě žurnalistických sdělení náležejících do dané oblasti není estetická hodnota, která vyplývá ze specifické práce s jazykem, uchopení materiálu, vyloučena.

³⁹⁸ Bečka 1986, s. 217.

³⁹⁹ Mistřík 1985, s. 474–475.

⁴⁰⁰ Cit. dílo, s. 218.

⁴⁰¹ Čechová 2003, s. 230.

⁴⁰² Hrabák, Štěpánek 1987, s. 164, 175–176.

⁴⁰³ Srov. Štorkán 1980, s. 204–254.

Byť Mistřík ve své charakteristice neformuluje přímo použití slohového postupu vyprávěcího jako základu fejtonu, z jeho srovnání s vyprávěním, zejména povídkou, je zřejmé, že takto uvažuje. Podobně vyprávění zmiňuje Hrabák. V našem chápání představuje užití vyprávění jako základu fejtonu (přítomnost fabule) jeden ze základních distinktivních rysů textového vzorce (na rozdíl od sloupku, užívajícího úvahu). Autor ve fejtonu za použití vyprávění (krátkého, třeba i fiktivního) příběhu vyjadřuje svůj názor, postoj k události, jevu, zajímavé myšlence v oblasti společenské, politické, ekonomické, kulturní, ekologické aj. Postupuje sugestivně, zábavným tónem, využívá gradace do pointy, ironie, sarkasmu, nadsázky. Příkladem fejtonu, kterému lze přisoudit literární ambice a který obsahuje informativní a zřetelnou persvazivní intenci, je text **Pohlednice pro Sládka, LN, 20. 1. 1998, s. 11,**⁴⁰⁴ příloha č. 29, text č. 1. Fejton se zábavní a nepříliš výraznou persvazivní funkcí, který postrádá literární hodnotu, reprezentuje text **Čí je Kryštof, MFD, 17. 4. 2004, s. A/6,** příloha č. 29, text č. 2.

Pozn.:

J. Hrabák⁴⁰⁵ za zvláštní druh fejtonu považuje **causerii** (rozprávku, zábavný rozhovor). Jde o žánr, který přináší úvahu, pozorování nebo poučení, přičemž jeho charakteristickým znakem je lehká forma, autor se nevyhýbá subjektivnímu tónu, snaží se navodit dojem bezprostředního kontaktu s pomyslným čtenářem, proto text stylizuje do podoby mluvené. J. Mistřík⁴⁰⁶ jako místo uplatnění causerie uvádí odborné časopisy, kde představuje poučení vyjádřené přístupnou formou, obsahující expresivní, emocionální prvky, jsou pro ni typické personifikace, oslovení, exkurzy a další prostředky, které podporují pochopení sdělení.

4.5.3.4.2 *Sloupek*

Výše bylo zmíněno nejednoznačné vymezení fejtonu, totéž platí u sloupku, který bývá považován i za variantu fejtonu, bývá rovněž ztotožňován s kurzívou.

J. Mistřík⁴⁰⁷ za synonymní považuje označení kurzíva a sloupek vymezuje jako myšlenkově nenáročný, lehký, hovorovým stylem vyjádřený vztah k věci. Považuje jej za útvar blízký glose, oproti jejíž jednostrannosti se odlišuje svou komplexností. J. V. Bečka dává sloupek do souvislosti s kurzívou, byť oba žánry nepovažuje za identické. Z definic není zřejmý zásadní rozdíl: „Kurzíva je nedlouhý novinářský útvar, v němž autor vtipně, nejednou osobitě, ale vždy plně subjektivně rozvíjí svůj postřeh, nápad, myšlenku. Její sloh má být lehký, zkratkovitý a má být krátkým oddychem, osvěžením při četbě novin.“⁴⁰⁸ Sloupek definuje jako vtipně psanou novinářskou stať, která glosuje život, považuje jej za žánr kratší než fejton a delší než glosa, současně uvádí, že za sloupek v novinách bývá označováno „všechno možné, a jen výjimečně skutečný sloupek“.⁴⁰⁹ M. Čechová a kol.⁴¹⁰ sloupek charakterizuje jako krátký a stručný útvar, který z hlediska formálního v novinách představuje jeden novinový sloupec, v němž autor reaguje na úsek životní reality, přičemž si neklade za cíl řešit nejdůležitější problémy, ani nemusí podávat informace, které jsou z hlediska doby rozhodující. Zmiňuje jeho konkrétní, případně i vtipný, humorný či kritický charakter.

J. Hrabák⁴¹¹ zdůrazňuje formální aspekty, souvislost označení s umístěním v posledním sloupci stránky, sloupek považuje za krátkou stať, která je tištěna kurzívou.

V našem chápání je sloupek bezfabulový, promyšleně a nápaditě za užití úvahového slohového postupu vystavěný text. Svůj názor, postoj k předmětu sdělení, nějakému jevu každodenní reality, vážnějšímu společenskému problému, autor nevyjadřuje přímo, nýbrž využívá typických beletristických postupů, jakými jsou zejména pointování a gradace, užita může být rovněž ironie, sarkasmus, nadsázka. Téma bývá zevšeobecnováno. Podmínkou je užití syžetu na úrovni odstavců či jejich logických struktur. Při realizaci dílčích

⁴⁰⁴ Důvodem uvedení fejtonu z Lidových novin je skutečnost, že klasický fejton s literární hodnotou se nám v MFD nepodařilo zachytit.

⁴⁰⁵ Hrabák, Štěpánek 1987, 176.

⁴⁰⁶ Mistřík 1985, s. 476.

⁴⁰⁷ Mistřík 1985, s. 477–478.

⁴⁰⁸ Bečka 1986, s. 222.

⁴⁰⁹ Cit. dílo, s. 224.

⁴¹⁰ Čechová 2003, s. 231.

⁴¹¹ Hrabák, Štěpánek 1987, s. 176.

tematicko-obsahových složek (např. odstavců) není vyloučeno ani situační užití krátké fabule. Ta však není základním organizačním prvkem sloupku, základním textovým modelem kompozice.

Pozn.:

J. Mistřík a J. Hrabák ztotožňují sloupek s **kurzívou**, J. V. Bečka má oba žánry za velice blízké. Kurzívu však je možné považovat i za autonomní žánr⁴¹² ve smyslu nedlouhého útvaru (cca 30–40 řádků), jehož prostřednictvím autor vtipně, často i osobitě a plně subjektivně rozvíjí postřeh, nápad, myšlenku. Sloh kurzívy je lehký, zkratkovitý, záměrem je oddych, osvěžení a pobavení čtenáře. Distinkci oproti sloupku, který se zabývá vážnějšími problémy, upozorňuje na ně a neslouží primárně k pobavení, by tak bylo možné identifikovat v tematicko-funkční rovině.

V žurnalistické praxi má slovo kurzíva charakter profesionalismu, označují se jím glosy, poznámky, ale i fejetony, které jsou psány tímto typem písma. Za kurzívu podle výše uvedené definice je možné považovat text **Jak se to řekne po dánsku?**, MFD, 26. 6. 2004, s. A/4, příloha č. 30, text č. 2.

4.5.3.4.3 *Glosa*

Glosa je obdobně jako poznámka (viz výše Poznámka, s. 93) krátkým postřehem, zamyšlením. Může zpracovávat identické téma s identickým sdělným cílem jako poznámka, je rovněž založena na slohovém postupu úvahovém. Liší se od ní ovšem způsobem uchopení a zpracování tématu, nepřímým pojmenováním, užitím syžetu. Autor v glose užívá podobných postupů jako ve sloupku (jde o bezfabulový textový vzorec), tedy pointování, ironie, sarkasmu, nadsázky aj., aby osobitým způsobem (ne věcně) vyjádřil svůj vztah k danému tématu. Oproti sloupku, který se zabývá náročnými, zásadními tématy a předmět zájmu zpracovává komplexně, glosa představuje krátkou připomínku k problému, vysvětlivku, často osobní (viz text **Nedobří a dobří advokáti**, MFD, 24. 6. 2004, s. A/6, příloha č. 31) a kritickou (viz text **Katedrála**, MFD, 19. 6. 2004, s. A/6, příloha č. 31).

4.5.3.4.4 *Reportáž*

V současné žurnalistické praxi je označení reportáž užíváno v rozporu se základní charakteristikou textového vzorce. Ve většině případů je vztaženo ke sdělením, která jsou publicistickými referáty či riporty (viz výše), proto také reportáž bývá považována za součást dílčí oblasti zpravodajské, byť je připouštěna její subjektivita. Jde však o označení na úrovni profesionalismu.⁴¹³ Skutečností ovšem v dnešní situaci, kdy dochází k míšení textových vzorců, textových modelů, což se týká zejména zpravodajství, je, že dochází ke kombinaci segmentů reportáže a riportu, případně publicistického referátu. Příkladem může být text **Fanoušci omdlávali kvůli superstar**, MFD, 21. 5. 2004, s. A/5, příloha č. 32, text č. 2, který kombinuje reportáž, reportážní fotografie s informačními popisky a referát (analýza v příloze).

Naše vymezení žánru vychází z chápání v oblasti literární teorie. Reportáž je zde označována za publicistickou formu, která bývá vydávána i v knižní podobě. Základem je silně subjektivizovaný odraz reality, J. Hrabák hovoří o zprávě očitého svědka o události, zemi aj., v níž se výrazně projevuje autorův bystrý postřeh i osobní vztah k námětu, a to jak při výběru sdělovaných faktů, tak i v jazykovém ztvárnění.⁴¹⁴ Autor je součástí děje, je mu osobně přítomen a příjemci zprostředkovává své zážitky a dojmy. Reportáž má značný informační potenciál, mj. i proto bývá řazena do skupiny textů tzv. informačně popisných.⁴¹⁵ Z hlediska užitých slohových postupů jsou jejím základem subjektivizovaný statický i dějový popis a informační postup, vyloučeny nejsou náznaky vypravování. Reportáž používá i další příznakové jazykové prostředky a literární postupy, jakými jsou figury, tropy, ale také umělecké vybočení od faktu aj.

Na rozdíl od zpravodajských sdělení, která jsou ve vztahu k události, faktu komplexní, v případě reportáže nejsou zaznamenána všechna fakta, nýbrž pouze ta, která autora zaujala, která považuje za podstatná, zajímavá, což nemusí odpovídat jejich skutečné relevanci. Z hlediska intencí lze kromě informační

⁴¹² Srov. Štorkán 1978.

⁴¹³ Různé vymezení je pro psanou, rozhlasovou a televizní žurnalistiku.

⁴¹⁴ Hrabák, Štěpánek 1987, s. 176.

⁴¹⁵ Srov. Štorkán 1963, 1978.

identifikovat také zábavní, ve smyslu odreagování, rekreace, případně oslabenou persvazivní funkci (viz příklad).

Typologie reportáže dle popisované skutečnosti:

- statická, která popisuje prostředí,
- dynamická, která popisuje děj.

Příkladem dynamické reportáže je text **Na svátky ostravským bezdomovcem**, MFD, 27. 12. 2003, s. C/5, příloha č. 32, text č. 3.

Pozn.:

J. Mistrík⁴¹⁶ provádí typizaci podle příslušnosti textu k stylové oblasti a způsobu odrazu reality, rozlišuje:

- reportáž publicistickou, která pracuje s větším množstvím faktů, autor je zaměřený na vnější jevy, děje, smyslově je vnímá a konstatuje; má zřetelnou informační funkci;
- črtu, tedy reportáž uměleckou, která zobrazuje předmět zájmu s větší mírou zevšeobecnění, v níž autor věnuje pozornost svému nitru, obrací se do sebe, zužitkovává i to, co poznal už dříve při jiné příležitosti; má zřetelnou estetickou funkci.

Blízké je chápání textu B. Osvaldové a kol.,⁴¹⁷ která črtu považuje za typ textu, jehož cílem je literárními prostředky zachytit mezní situaci, do které se autor dostal a zároveň se stal hlavním hrdinou; obsahem jsou silné zážitky, setkání s výjimečnými lidmi, nezapomenutelné vzpomínky.

4.5.3.4.5 Příběh (story)

Chápání žánru je v žurnalistické praxi, ale i v teoretické literatuře značně široké, např. J. Bartošek označuje příběh za žánr stojící na pomezí zpravodajství a publicistiky.⁴¹⁸ Řada novinářů považuje story za čistě zpravodajský žánr. Nejednotnost je dle našeho názoru dána odlišným chápáním obsahu pojmu.

Za story je považována škála textů, které jsme v části věnované zpravodajství identifikovali jako tzv. „human interest story“. Na základě analýz jsme konstatovali, že jde o univerzální označení sdělení, která informace vztahují k jedinci a která se z hlediska kompozičního pohybují v rozmezí od objektivizovaných publicistických referátů, případně zpráv, jejíž rozšiřující složku tvoří informace o situaci jednotlivců, až po subjektivizované žánrově nezačlenitelné texty kombinující subjektivní úseky (například vyprávěcí) s úseky objektivizovanými citacemi (viz výše Specifika textů dodržujících a porušujících zásady informační kvality, s. 71).

V našem chápání jde v případě příběhu (story) o žánr, který má blízko k povídce, je založen na slohovém postupu vyprávěcím, není však rozsáhlý jako povídka. Oproti povídce je významným distinktivním rysem to, že story vychází ze skutečnosti a pojednává o skutečných osobách, o jejich činech, situacích, ve kterých se ocitly, událostech, které prožily, atd. Sdělným záměrem může být představit zajímavou osobu, doložit na příběhu jednotlivce společenský jev, problém, dopad určité události na konkrétního člověka.⁴¹⁹ Z charakteru tématu pak vychází možné funkce příběhů, které mohou být informativní a zábavní (např. příběhy známých či zajímavých osobností), případně i persvazivní, nebo dokonce získávací (např. příběh postiženého člověka). Ilustrační příklady textů dodržujících žánrovou normu jsou součástí přílohy č. 33, texty č. 1–3 (**Gólmán Svoboda má znovu čelit Finům, teď jako otec**, MFD, 20. 12. 2001, s. A/2, **Blesklo mi hlavou, že letadlo padá**, MFD, 7. 2. 2002, s. A/1, **Musí být bezdomovcem**, MFD, 15. 4. 2002, s. A/1, 3).

4.5.3.4.6 Medailon

Medailon je autorsky subjektivní pohled na člověka, osobnost, na jeho život, dílo, filozofické, životní názory atd. Nejde o nociónální, neutrální, nezaujaté představení, jak je tomu v případě portrétu, tedy žánru publicistického v užším smyslu slova. Fakta jsou sice zmiňována a medailony naplňují i informativní

⁴¹⁶ Mistrík 1985, s. 476–477.

⁴¹⁷ Osvaldová 1999, s. 41–42.

⁴¹⁸ Bartošek 1997, s. 65.

⁴¹⁹ Rozsah odpovídá i tematickému zaměření výše zmíněných textů, které za story nelze považovat.

funkci, ovšem nejsou základem textu. Primární je vyjádření autorova postoje, vztahu k osobě, o níž píše, sdělení může být až silně emocionální. Míra emocionality závisí na vzájemném vztahu autora a osoby, která je předmětem sdělení. V případě, že je autorem profesní novinář bez přímého vztahu k osobě, o níž píše, jak je tomu například v textu **Etický svár Radovana Lukavského, MFD, 11. 12. 2003, s. B/6**, příloha č. 34, text č. 1, může být ze sdělení patrný obdiv, úcta, případně je pojetí až patetické, ale míra expresivity je omezena, text není osobní. Jinak tomu může být v případě, kdy jsou autor a osoba, která je předmětem sdělení, v přátelském vztahu.

Pozn.:

Portrét je textový vzorec, který dle přítomných intencí náleží do dílčí oblasti publicistické.⁴²⁰ Jeho cílem je představení osobnosti, názorů (informační intence), současně obsahuje také hodnocení výsledků práce, etap života, názorů atd. (persvazivní intence). Čistě informativní sdělení životopisných údajů portrétem není, jedná se o biografii. Příkladem portréту je text **Bard s podmanivým hlasem, MFD, 10. 1. 2004, s. E/12**, příloha č. 34, text č. 2.

Příležitostný typ textu v novinách představuje nekrolog. Jeho podoba dle uchopení může odpovídat portréту, popřípadě medailonu.

4.5.3.4.7 Další tradiční sdělení:

4.5.3.4.7.1 Entrefilet

Entrefilet neboli mezičlánek dnes již není užíván, a to vzhledem k současným typografickým možnostem (fotografie, práce s grafikou aj.). Označován tak byl krátký text, který sloužil v médiích k vyplnění místa mezi dvěma většími články (sloupci) nebo rubrikami, později také drobná veselá poznámka zařazená před denní zprávy. Vztahoval se k počasí, životnímu prostředí, rekreaci atd., ale i zajímavým či kuriózním denním událostem. Od ostatního se odlišoval graficky, byl psán kurzívou.

4.5.3.4.7.2 Soudnička

Název soudnička se v současnosti používá na úrovni profesionalismu, jde o označení zpravodajských textů, které se týkají soudních procesů.

V původním vymezení šlo o literární zpracování soudně projednávaného případu. Přiblížen byl čin pachatele, jednání soudu, verdikt. Cílem ovšem nebylo přiblížit příjemci konkrétní soudní proces, nýbrž z daného případu vyvodit obecně platné ponaučení. Ilustrační příklady soudniček Karla Poláčka **Krása ženského těla a rusalka z Botiče** (příběh uzavřený soudním výrokem) a **Menší nedorozumění před soudem** jsou zařazeny v přílohách (příběh zaznamenaný přímo u soudu), příloha č. 35, texty č. 1, 2.

4.5.3.4.7.3 Esej

Esej představuje specifický typ sdělení, které je založeno na úvaze a podává duchaplným způsobem odbornou kulturní (literárněkritickou) nebo filozofickou problematiku (F. X. Šalda, O. Březina), popřípadě závažné aktuální společenské téma.⁴²¹ K tématu autor přistupuje ve věcné rovině z různých úhlů pohledu; dbá na účinnost argumentace, ovšem ke ztvárnění, přiblížení využívá estetického působení pečlivě vybíraných jazykových prostředků. Autorovi záleží na novosti a originalitě uchopení daného problému, nejde mu primárně o všestrannou analýzu a vyčerpávající objasnění. Ilustrační příklad eseje Pavla Eisnera **Kultura** je zařazen v příloze č. 35, text č. 3.

Pozn.:

Ve velmi širokém, dle našeho názoru nesprávném pojetí (importovaném z anglosaské oblasti) jde o libovolnou písemnou práci úvahového typu na zadané téma.

⁴²⁰ Lze uvažovat i o typu zpravodajském, který přináší čisté biografické informace, bez jakéhokoliv hodnocení.

⁴²¹ Prvky eseje v náročné úvaze na široce společenské téma – viz **Kdo potřebuje intelektuály, MFD, 13. 7. 2004, s. A/7**, příloha č. 23, text č. 3.

5 LITERATURA

- Austin, J. L., Jak udělat něco se slovy, Filosofia, Praha 2000.
- Brinkner, K., Zum Textbegriff in der heutigen Linguistik. In: Studien zur Texttheorie und zur deutschen Grammatik, Ed. H. Sitta, K. Brinder, Düsseldorf 1973.
- Bartošek, J., 1993a, Jazyk psaného a mluveného zpravodajství v českých HSP. In: Stylistyczne konfrontacje. Opole 1993, s. 105–112.
- Bartošek, J., 1993b, Jazyk současné české politiky, FF UP, Olomouc 1993.
- Bartošek, J., Žurnalistika, FF UP, Olomouc 1997.
- Bartošek, J., Studie o jazyku žurnalistiky I–III, SDV FF UP, Olomouc 1999.
- Bartošek, J., Zpravodajství a publicistika, FF UP, Olomouc 2001.
- Bartošek, J., Žurnalistika 2. Zpravodajství, publicistika, titulky, FF UP, Olomouc 2004.
- Bečka, J. V., Úvod do české stylistiky, R. Mikuta, Praha 1948.
- Bečka, J. V., Vybrané kapitoly z české stylistiky, SPN, Praha 1966.
- Bečka, J. V., Jazyk a styl novin, Knihovnička novináře, sv. 3, Novinář, Praha 1973.
- Bečka, J. V., Jak psát dobře a správně, Knihovnička novináře, sv. 6, Novinář, Praha 1974.
- Bečka, J. V., Stylistika zpravodajství, SPN, Praha 1980.
- Bečka, J. V., Sloh žurnalistiky, Knihovnička novináře, sv. 40, Novinář, Praha 1986.
- Bečka, J. V., Česká stylistika, Academia, Praha 1992.
- Čechová, M., Charakteristika administrativního stylu. NŘ, 72, 1989, s. 1–10.
- Čechová, M., Chloupek, J., Krčmová, M., Minářová, E., Současná česká stylistika, ISV, Praha 2003.
- Čermák, F., Jazyk a jazykověda, Pražská Imaginace, Praha 1994.
- Černý, J., Dějiny lingvistiky, Votobia, Olomouc 1996.
- Čmejrková, S., Hoffmannová, J., Jazyk, média, politika, Academia, Praha 2003.
- Daneš, F., Viehweger, D., Probleme der Textgrammatik II, Akademie Verlag, Berlin 1977.
- Daneš, F., Pokus o integrované multidisciplinární pojetí textové lingvistiky, SaS, 42, 1981, s. 306–314.
- Daneš, F., Věta a text, Academia, Praha 1985.
- Daneš, F., Odstavec jako centrální jednotka tematicko-kompoziční výstavby textu, SaS, 55, 1994, s. 1–17.
- Dolanská, N., Jak se stát Hemingwayem, Praha 1994.
- Dressler, W. U., Einführung in die Textlinguistik, Tübingen 1972.
- Eisner, P., Rady Čechům, jak se hravě přiučiti češtině, Odeon, Praha 1992.
- Erhart, A., Základy jazykovědy, SPN, Praha 1984.
- Früh, W., Lesen, Verstehen, Urteilen. Untersuchungen über den Zusammenhang von Textgestaltung und Textwirkung, Alber, Freiburg 1980.
- Goretzki, B., kol., Aspekte der linguistischen Behandlung von Texten, Dresden 1971.
- Grygar, M., Umění reportáže, Československý spisovatel, Praha 1961.
- Hartmann, P., Texte als linguistisches Objekt. In: Beiträge zur Textlinguistik. Ed. W.–D. Stemperl, München 1971, s. 9 an.
- Hausenblas, K., K pojetí současného jazyka, SaS, 29, 1968, s. 348–354.
- Hausenblas, K., Výstavba jazykových projevů a styl, AUC, Praha 1971, s. 25–37.
- Hausenblas, K., K základním pojmům v oblasti řečové (verbální) komunikace. In: Studia Slavica Pragensia, AUC, Praha 1973, s. 21–28.
- Hausenblas, K., Text, komunikáty a jejich komplexy, SaS, 45, 1984, s. 1–7.
- Hausenblas, K., Zu den Prinzipien des Textaufbaus oder: Text ohne Stil? In: Linguistica, 11, ÚJČ, Praha 1985, s. 25–27.
- Hausenblas, K., Situace stylistiky, její koncepce a aktuální úkoly, Slavica Pragensia, 26, 1987, s. 9–19.

- Havránek, B., Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura. In: Spisovná čeština a jazyková kultura, Praha 1932, s. 32–84.
- Havránek, B., Spisovná čeština nové doby. In: Československá vlastivěda, řada II, Spisovný jazyk český a slovenský, Sfinx, Praha 1936, s. 79–144.
- Havránek, B., heslo „Stylistika“, Ottův slovník naučný nové doby, VI, 1a, 1940, s. 471 an.
- Helbig, G., Vývoj jazykovědy po roce 1970, Academia, Praha 1991.
- Hlavsa, Z., K obraznému vyjadřování v našich novinách, NŘ, 47, 1964, s. 248–249.
- Hoffmannová, J., Stylistika a..., Trizonia, Praha 1997.
- Hoffmannová, J., Koherence, koheze, konexe..., SaS, 54, 1993, s. 58–64.
- Hoffmannová, J., Teorie kontextualizace: vzájemné působení jazyka a neverbálních prostředků, SaS, 55, 1994, s. 51–57.
- Hrabák, J., Poetika, SPN, Praha 1977.
- Hrabák, J., Štěpánek, V., Úvod do teorie literatury, SPN, Praha 1987.
- Hubáček, J., Učebnice stylistiky, SPN, Praha 1987.
- Hymes, D., On communicative competence. In: J. J. Pride – J. Holmes, Sociolinguistics. Penguin, Harmondsworth 1972, s. 269–293.
- Chloupek, J., Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti, Brno 1986.
- Chloupek, J., a kol., Stylistika češtiny, SPN, Praha 1991.
- Chloupek, J., Pochybnosti o funkčních stylech? In: Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity, 42, Brno 1993, s. 61–71.
- Chloupek, J., Funkční styly dnes, NŘ, 77, 1994, 2, s. 57–66.
- Jak píšeme v MF DNES a jak bychom mohli psát – interní dokument, MF DNES, prosinec 2001.
- [Janečková, B., Editorial, jeho charakteristika a užití v současných českých časopisech, závěrečná bakalářská práce, FF UP, katedra žurnalistiky, Olomouc 2003.]
- Jedlička, A., Formánková, V., Rejmánková, M., Základy české stylistiky, SPN, Praha 1970.
- Jelínek, M., O jazyce a stylu novin, Rudé právo, Praha 1957.
- Jelínek, M., Švandová, B., Argumentace a umění komunikace, PF MU, Brno 1999.
- Jiráček, J., Nekvapil, J., Šoltys, O., a kol., Jazyk ve společenském kontextu, UK, Praha 1992.
- Jisl, V., Novinové druhy, Sešity novináře, roč. I., č. 1, Praha 1966.
- Jisl, V., Novinové druhy, Svaz čs. novinářů, Praha 1966.
- Karlík, P., Nekula, P., Rusinová, Z., Příruční mluvnice češtiny, NLN, Praha 1996.
- Kořenský, J., Hoffmannová, A., Müllerová, O., Jaklová, J., Komplexní analýza komunikačního procesu a textu, PF, České Budějovice 1999.
- Kořenský, J., Obecná teorie interpretačních procesů a řečová komunikace, SaS, 49, 1988, s. 131–134.
- Kořenský, J., Komunikace a čeština, HH, Jinočany 1992.
- Kořínek, J., O jazykovém stylu, SaS, 7, 1941, s. 28.
- Kubátová, H., Základy sociologie, FF UP, Olomouc 2002.
- Kunczik, M., Základy masové komunikace, Karolinum, Praha 1995.
- La Roche, W. von, Einführung in den praktischen Journalismus, List Verlag München, Leipzig 1992.
- Marko, M., Žánre novinárskej tvorby. In: Žurnalistika v tlači, rozhlase a televízii, Matica slovenská, Martin 1968, s. 54–131.
- McQuail, D., Úvod do teorie masové komunikace, Portál 1999.
- Michel, G., Teoretické problémy stylistiky. In: Jazykověda a příprava učitelů 2, PF UK, Praha 1980, s. 9.
- Miko, F., Segmenty a kontext. In.: Literaria XV, Bratislava 1973.
- Minářová, E., Obrazné vyjadřování v publicistice. In: Sborník prací pedagogické fakulty UJEP, 80, Brno 1982, s. 37–47.
- Mistřík, J., Stylistika novinárskej tvorby. In: Žurnalistika v tlači, rozhlase a televízii, Matica slovenská, Martin 1968, s. 134–157.

- Mistřík, J., Žánre vecnej literatúry, SPN, Bratislava 1975.
- Mistřík, J., Štylistika, SPN, Bratislava 1985.
- Müllerová, E., Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci, SPN, Praha 1989.
- Nakonečný, M., Sociální psychologie, Svoboda, Praha 1970.
- Nekvapil, J., Některé mechanismy a možnosti interdisciplinarity jazykovědy. In: *Linguistica*, 16, ÚJČ, Praha 1986, s. 129–159.
- Osvaldová, B., Halada, J., kol., Encyklopedie praktické žurnalistiky, Libri, Praha 1999.
- Poláček, K., Soudničky, Nakladatelství Franze Kafky, Český Těšín 1999.
- Pürer, H., Einführung in die Publizistikwissenschaft, Verlag Ölschläger, München 1993.
- Saussure, F., Kurs obecné lingvistiky, Academia, Praha 1996.
- Schmidt, S. J., Texttheorie, München 1973.
- Schmidt, W., a kol., Funktional-kommunikative Sprachbeschreibung. Theoretisch-methodische Grundlegung, Berlin 1981.
- Schreiber, E., Repetitorium Kommunikationswissenschaft, Verlag Ölschläger, München 1990.
- Skalička, V., Promluva jako lingvistický pojem, SaS, 3, 1937, s. 163–166.
- Skalička, V., Problémy stylu, SaS, 7, 1941, s. 191.
- Srpová, H., K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice, Spisy Filozofické fakulty Ostravské univerzity, č. 110, Ostrava 1998.
- Stich, A., K textové výstavbě publicistických projevů. In: *Stylistické studie I*, ÚJČ ČSAV, Praha 1974, s. 55–94.
- Stich, A., Publicistický styl v soustavě funkčních stylů. In: *Stylistyka*, Opole 1992, s. 91–102.
- Štorkán, K., K některým otázkám současné české reportáže, SPN, Praha 1963.
- Štorkán, K., Úvod do teorie publicistických žánrů, 1. díl, SPN, Praha 1978.
- Štorkán, K., Publicistické žánry, Knihovnička novináře, sv. 22, Novinář, Praha 1980.
- Terminologický slovník žurnalistiky, SPN, Praha 1989.
- Těšitelová, M., a kol., Kvantitativní charakteristiky současné češtiny. Academia, Praha 1985.
- Trávníček, F., O jazykovém slohu, SPN, Praha 1953.
- Trnka, B., K otázce stylu, SaS, 7, 1941, s. 61.
- Vereš, J., O fejtóne, Slovenské pedagogické nakladateľstvo, Bratislava 1961.
- Weiser, J., Metóda novinárskej tvorby. In: *Žurnalistika v tlači, rozhlase a televízii*, Matica slovenská, Martin 1968, s. 10–52.
- Volek, J., 2004a, Komunikace – základní vymezení, <http://www.fss.muni.cz/struktura/katedry/medzur/kombinovane/volek>, 21. 4. 2004.
- Volek, J., 2004b, II. Komunikační modely a teorie, <http://www.fss.muni.cz/struktura/katedry/medzur/kombinovane/volek>, 21. 4. 2004.
- Volek, J., 2004c, III. Komunikace, znaky a významy, <http://www.fss.muni.cz/struktura/katedry/medzur/kombinovane/volek>, 21. 4. 2004.
- Vybíral, Z., Úvod do psychologie komunikace, nakl. Gaudeamus při Vysoké škole pedagogické, Hradec Králové 1997.

6 ZKRATKY A METODOLOGICKÁ POZNÁMKA:

Užité zkratky

SaS	Slovo a společnost
DSO	Dílčí stylová oblast
DST	Dílčí stylový typ
FS	Funkční styl
LN	Lidové noviny
MFD	Mladá fronta Dnes

Metodologická poznámka

1. V rámci poznámkového a odkazového aparátu jsou zmíněny s označením „Srov.“ některé tituly, které nejsou dále uváděny v seznamu použité literatury. V takovém případě je v poznámce plný bibliografický zápis. Jde o práce, se kterými autor v materiálu nepracoval, má však za vhodné je zmínit, aby případní zájemci o danou problematiku mohli srovnat či rozšířit přítomná tvrzení, skutečnosti.
2. Autor užívá tradiční formu odkazování, jež se do určité míry odlišuje od současného úzu. Důvodem zvoleného způsobu odkazování je snaha po co nejpřesnějším označení původu převzatých citovaných či parafrázovaných úseků, aniž by byl množstvím odkazů zatěžován základní text. Smyslem je rovněž případným zájemcům o danou problematiku v maximální možné míře usnadnit orientaci v odkazované literatuře.

7 SCHÉMATA, TABULKY

Schéma č. 1: Systematika a vazby makrolingvistiky

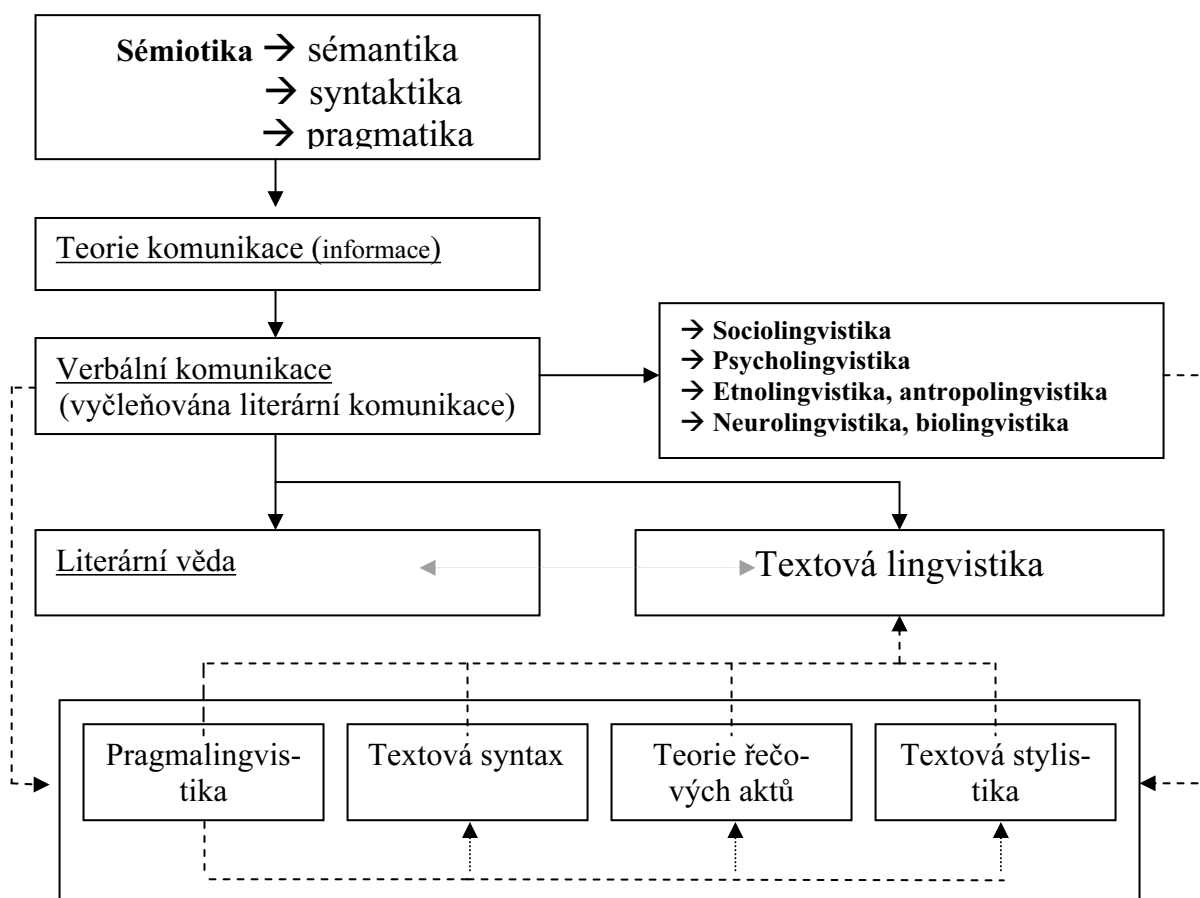
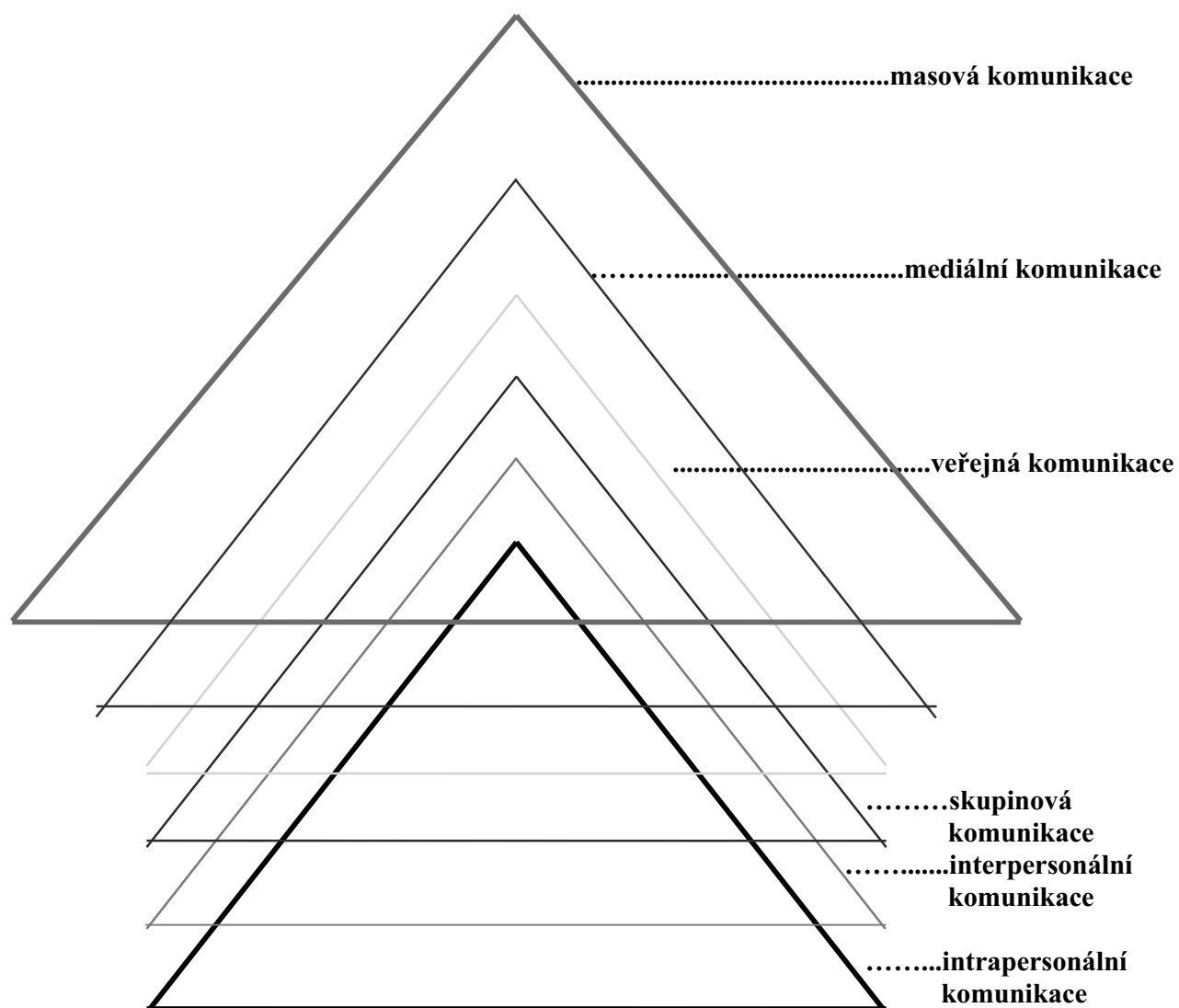


Schéma č. 2: Typy sociální komunikace



(Zdroj: Volek 2004a, s. 11. Srov. McQuail 1999, s. 27.)

Schéma č. 3: Obecné schéma komunikačního procesu

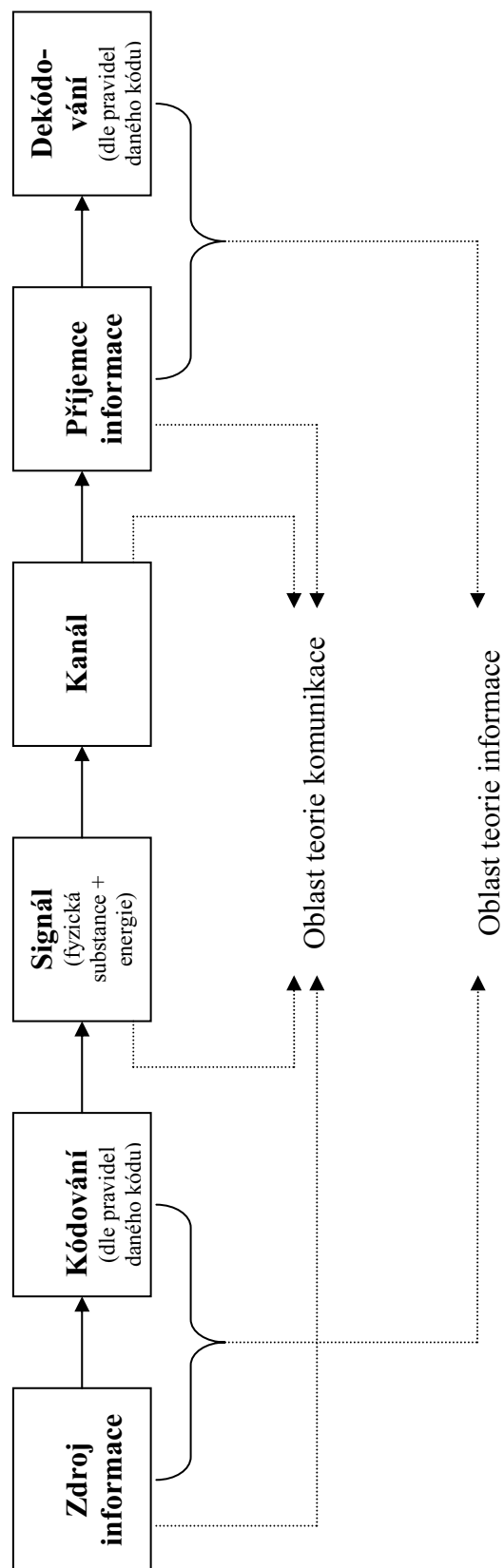
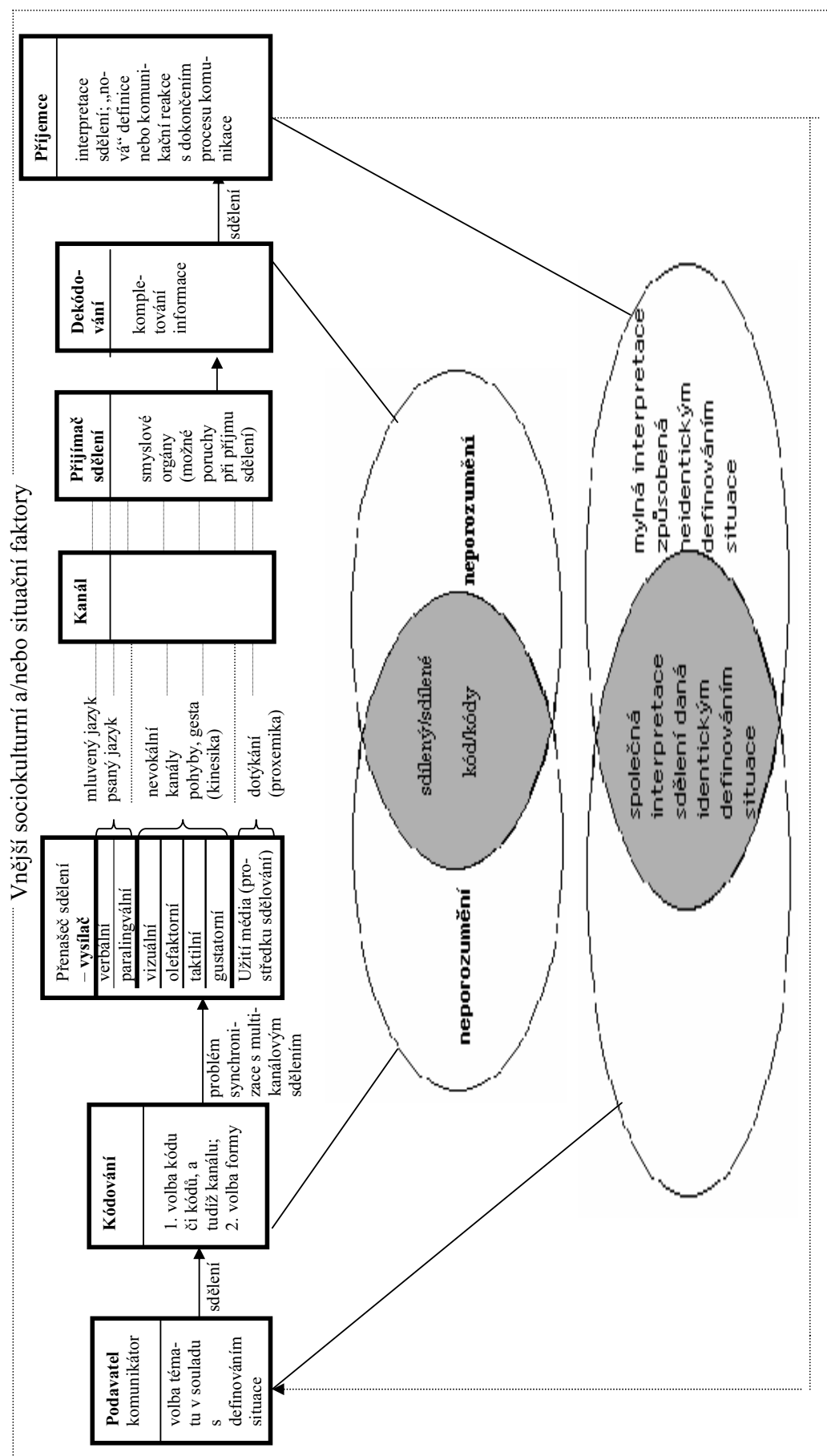


Schéma č. 4: Dyadická interpersonální komunikace



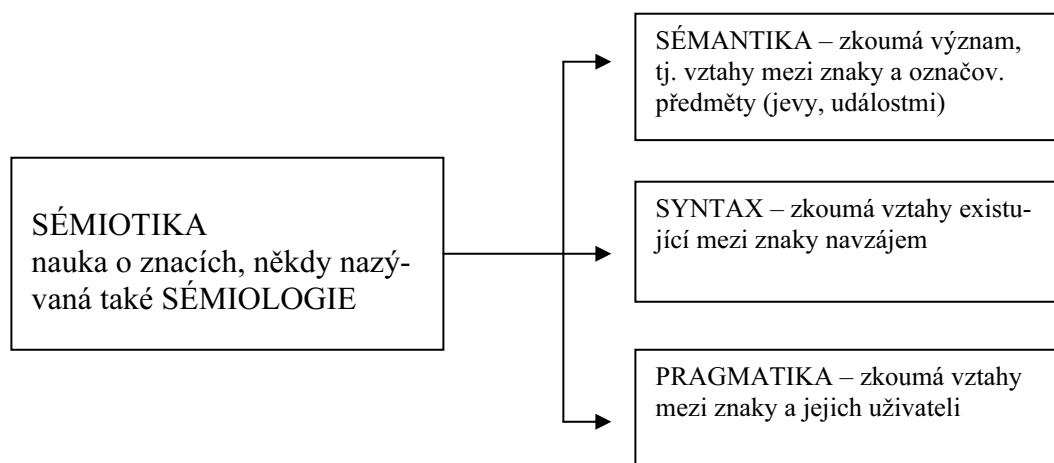
Vysvětlivky:

1. Vokální kanál = mluvená řeč, tj. verbální a paralingvální komunikace.
2. Vizuální kanál = výraz tváře, výměna pohledů, gesta a pohyby těla, celkový vzhled, interpersonální distance a/nebo využívání prostoru pro komunikování odstupem či blízkostí.
3. Taktilní (hmatový) kanál = například dotýkání se, strkání.
4. Olefaktorní (čichový) kanál = vnímání vůně těla.
5. Termální (teplotní) kanál = pociťování tělesného tepla jiné osoby.
6. Gustatorní (chuťový) kanál = vnímání chuti.

Pozn.: Vyobrazený model představuje situaci, která vzniká, když se jeden či více jedinců nacházejí v přítomnosti jednoho či více jiných jedinců a jeden takový účastník se stane objektem vizuální či kognitivní pozornosti jiného účastníka, a naopak.

(Zdroj: Kunczik 1995, s. 13–14.)

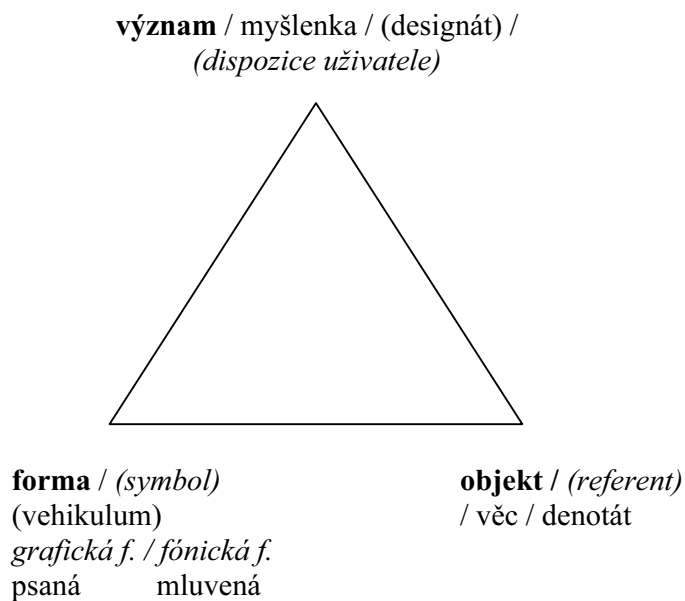
Schéma č. 5: Morrisovo dělení sémiotiky



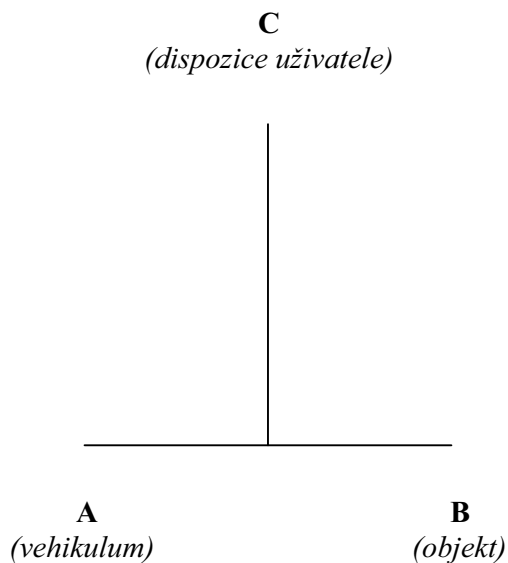
(Zdroj: Černý 1996, s. 415.)

Schéma č. 6: Struktura znaku

A) Ogden-Richards



B) Pierce



Interpretace:

Vztah *formy* - *významu*: znak (forma) označuje (symbolizuje) něco, tj. význam.

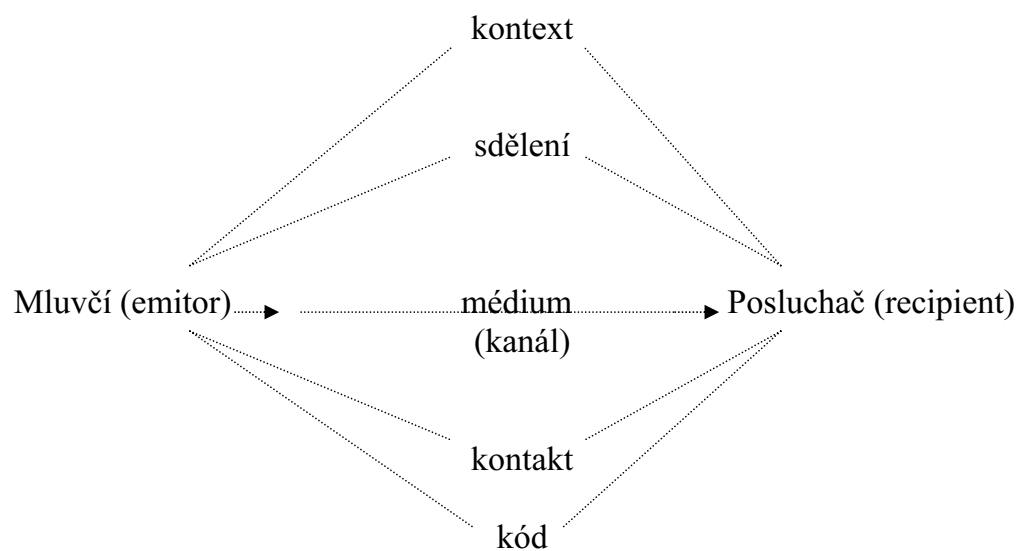
Vztah *formy* - *objektu*: znak (forma) zastupuje (reprezentuje) něco, tj. objekt (např. fotografie reprezentuje otce, znak stůl zastupuje známý kus nábytku).

Vztah *významu* - *objektu*: užitím znaku se míní něco, objekt.

Při každém užití znaku se zapojuje vědomí člověka a aktivuje se tedy složka významu. Pierce zde mluví o zapojení dispozice uživatele.

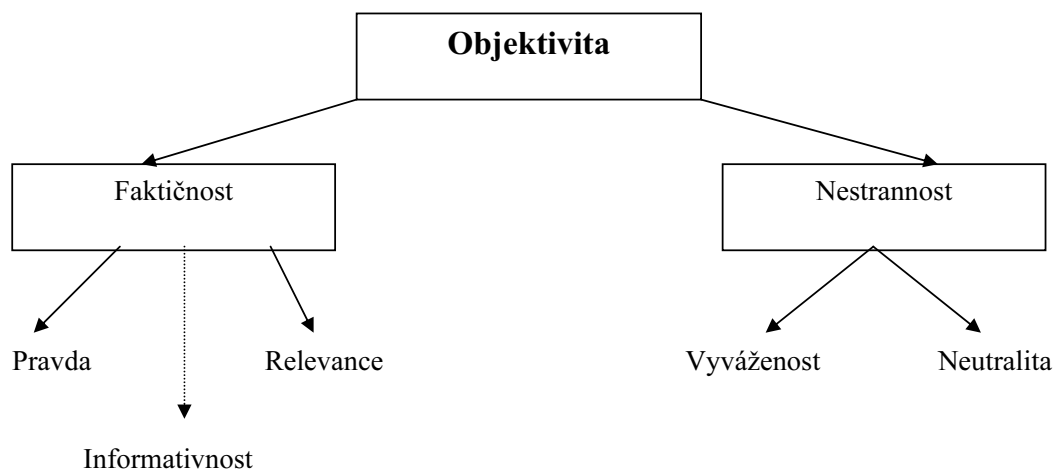
(Zdroj: Čermák 1994, s. 22-23.)

Schéma č. 7: Komunikativní situace (schéma)



(Zdroj: Čermák 1994, s. 16. Srov. Jiráček 1992, s. 42.)

Schéma č. 8: Westerstahlova kritéria objektivity



(Zdroj: McQuail 1999, s. 174.)

Schéma č. 9: Dílčí oblast publicistická formativní v širokém smyslu slova

INFORMATIVNĚ-EDUKATIVNÍ SEGMENT s dominantní složkou informační a výkladovou		PERSVAZIVNÍ SEGMENT s dominantní složkou úvahovou (+ informační, výkladovou)		ZÁBAVNÍ SEGMENT	
DOMINANCE INFORMATIVNÍ SLOŽKY	IMPLICITNÍ	PERSVAZE (případně získávání)		ZÍSKÁVÁNÍ +	ZÁBAVNÍ + informační persvazivní získávací edukativní poetická
	EXPLICITNÍ				
		RACIONÁLNÍ (VĚCNÁ) věcné, analytické typy textů	NERACIONÁLNÍ (NEVĚCNÁ) nevěcné, neanalytické typy textů	RACIONÁLNÍ (VĚCNÁ) věcné, analytické typy textů	NERACIONÁLNÍ (NEVĚCNÁ) nevěcné, neanalytické typy textů

Tabulka č. 1: Hodnocení výrazových prostředků z pohledu zásad informační kvality

Výrazový prostředek	Faktičnost	Relevance (týká se relevance vnitřní)	Informativnost	Nestrannost	Neutralita
	Pravdivost				
	Ú (úplnost)				
	P (přesnost)				
	N (nemást příjemce)				
	T (tajit-nezatajovat)				
	Intencionalní dopad	Intencionalní dopad	Intencionalní dopad	Intencionalní dopad	Intencionalní dopad
	Poznámka	Poznámka	Poznámka	Poznámka	Poznámka

Legenda:

Hodnocení se týká pouze prostředků příznakových v některé ze sledovaných kategorií, tedy ne těch, které jsou ve všech kategoriích neutrální.

Hodnocení prostředků je prováděno znaménky - (porušuje) a + (vyhovuje).

Ne u všech výrazových prostředků lze hodnotit všechny aspekty. V takovém případě se v daném řádku zapíše 0 .

V případě intencionalního dopadu je (jsou) uváděn(y) typ(y) intence(1) - funkční charakteristika, případně je zapsána 0 (= bez intencionalního dopadu).

V rámci poznámky lze uvést případné vymezení, upřesnění, zdůvodnění kladné či záporné hodnoty daného prostředku. Například je-li v textu užít termín, ale je vysvětlen, bude u informativnosti kladné znaménko a v poznámce doplnění, že termín je vysvětlen.

Mgr. Viktor Jílek, Ph.D.

**Žurnalistické texty jako výsledek působení
jazykových a mimojazykových vlivů**

Výkonný redaktor PhDr. Petr Orság
Odpovědná redaktorka Mgr. Lucie Loutocká
Technická redaktorka RNDr. Miroslava Kouřilová
Návrh obálky Jiří Jurečka

Vydala Univerzita Palackého v Olomouci
Křížkovského 8, 771 47 Olomouc
www.upol.cz/vup
e-mail: vup@upol.cz

Vytiskl Tiskservis
Gen. Sochora 1764/22
708 00 Ostrava-Poruba

Olomouc 2009

1. vydání

Ediční řada – Učebnice

ISBN 978-80-244-2218-3

Součástí publikace jsou přílohy na CD