

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

**IDENTIFIKACE JAZYKOVÝCH PROSTŘEDKŮ
S POTENCIÁLEM PERSVAZIVNÍM A ZÍSKÁVACÍM
V PSANÝCH TEXTECH ČSSD**

Identification of linguistic means with persuasive and gaining potencial in
written texts of ČSSD

Jiřina JELÍNKOVÁ

Bakalářská diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Viktor Jílek, Ph. D.

Olomouc 2013

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně s využitím zdrojů uvedených v bibliografii. Tato práce obsahuje 76 123 znaků.

V Brumově-Bylnici dne 26. června 2013

.....
Jiřina Jelínková

Poděkování:

Děkuji panu Mgr. Viktoru Jílkovi, Ph. D. za pomoc, odborné rady a připomínky, které mi poskytnul jako vedoucí mé bakalářské práce.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou persvazivních a získávacích prostředků užívaných členy České strany sociálně demokratické v jejich psaných projevech. Teoretická část na základě rešerše odborné literatury shrnuje a popisuje typy verbálních prostředků morfologické, lexikální a syntaktické jazykové roviny s potenciálem persvazivním a získávacím. Praktická část práce je zaměřena na identifikaci prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem ve vzorku 82 textů, jejichž autory jsou členové České strany sociálně demokratické. Cílem je zjistit, jaké prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem se v uvedeném vzorku používají a jaká je jejich četnost. Ke zmapování těchto prostředků slouží morfologická, lexikální a syntaktická analýza.

Klíčová slova: persvaze, získávání, potenciál persvazivní, potenciál získávací, ČSSD, Česká strana sociálně demokratická, analýza morfologická, analýza lexikální, analýza syntaktická

ABSTRACT

The Bachelor's thesis is dedicated to analysis of persuasive and gaining means used by members of Czech Social Democratic Party in their written texts. In the theoretic part of this thesis there are, on the basis of research of specialized literature, summarized and described types of verbal means with persuasive and gaining potential, which belong to the morphological, lexical and syntactical plane of language. The practical part of this thesis is focused on identification of means with persuasive and gaining potential in the sample of 82 texts. Authors of these texts are members of Czech Social Democratic Party. The goal is to find out how means with persuasive and gaining potential are used in the sample of texts and how is their frequency. For mapping of these means is used the morphological, lexice and syntactical analysis.

Key words: persuasion, gaining, persuasive potential, gaining potential, ČSSD, Czech Social Democratic Party, morphological analysis, lexical analysis, syntactic analysis

Obsah

1. Úvod.....	9
2. Persvaze a získávání.....	11
3. Jazykové prostředky s funkcí persvazivní a získávací	13
4. Morfologické prostředky persvaze a získávání	14
1. Podstatná jména.....	14
1. Koncovka -ové v 1. pádu množného čísla vzorů pán a muž (<i>pánové, mužové</i>).....	14
2. Koncovka -i v 1. pádu množného čísla jmen zakončených na -ita, -ista, -asta	15
3. Neshoda v rodě řídícího substantiva a postponovaného atributu.....	15
4. Užití životných tvarů u neživotných jmen	15
5. Zvolací genitiv	16
6. Dativ sdílnosti	16
7. Dativ prospěchový	16
8. Vokativ.....	17
2. Přídavná jména	17
1. Superlativ	18
3. Zájmena	18
1. Užití osobního zájmena jako podmětu.....	18
4. Číslovky.....	19
1. Určité číslovky jako zástupci číslovek neurčitých.....	19
5. Slovesa.....	19
1. Zesílený imperativ	19
2. Nedokonavý vid	20
3. Dokonavý vid.....	20
6. Příslovce	20
7. Částice	21

1. Částice apelové	21
2. Částice žadací.....	22
3. Částice emocionální	22
4. Částice strukturující text	23
8. Citoslovce	23
1. Citoslovce emocionální.....	24
2. Citoslovce kontaktní.....	24
3. Citoslovce zvukomalebná	25
9. Dílčí shrnutí morfologické roviny	25
5. Lexikální prostředky persvaze a získávání.....	26
1. Rozdělení podle rozsahu užívání jazykových prostředků na území národního jazyka	26
1. Slova obecné češtiny	26
2. Regionalismy	27
3. Dialektismy	27
2. Rozdělení podle užívání jazykových prostředků v určitém sociálním prostředí.....	28
1. Slang	28
2. Argot	29
3. Rozdělení podle příslušnosti jazykových prostředků ke stylovým vrstvám.....	30
1. Slova hovorová	30
2. Slova knižní	30
3. Poetismy.....	31
4. Publicismy.....	31
4. Rozdělení podle časového zařazení pojmenovací jednotky	33
1. Archaismy	33
2. Historismy.....	33
3. Neologismy	34

5. Rozdělení podle citového zabarvení jazykového prostředku	35
1. Expresiva.....	35
1. Expresivita inherentní	35
2. Expresivita adherentní	36
3. Expresivita kontextová	37
2. Slova hodnotící	38
3. Invektiva	38
6. Semaziologicko-onomaziologické derivace	39
1. Metafora	39
2. Personifikace	40
3. Metonymie	41
4. Synekdocha	41
5. Přirovnání	42
6. Frazeologismy	42
7. Dílčí shrnutí lexikální roviny	43
6. Rovina syntaktická	45
1. Řečnická otázka	45
2. Řečnická odpověď	46
3. Imperativ, věta zvolací a práci	47
4. Opakovací řečnické figury	48
5. Apoziopse	49
6. Samostatný větný člen	49
7. Osamostatněný větný člen	50
8. Subjektivní větné členění	51
9. Dílčí shrnutí syntaktické roviny	51
7. Závěr	52

8. Seznam použité literatury	54
9. Seznam online zdrojů	57

1. Úvod

Jazyk politiky je prostředkem pro vyslovování záměrů, hodnocení či konstatování politickými činiteli a je nástrojem k dosažení politických cílů.¹ Politik, jako původce komunikátů, by měl znát pravidla pro vytváření úspěšných sdělení a pokud příjemce užívá stejného nebo podobného kódu s původcem, je schopný obsahu na základní úrovni porozumět.² Tak může být příjemce informován, ale také ovlivňován, protože samo sdělení obsahuje i autorův záměr.³ Tímto záměrem je v případě persvazivní politické komunikace ovlivnění příjemce sdělení.⁴

K naplnění persvazivní a získávací funkce se užívají prostředky s persvazivním a získávacím potenciálem. Právě tyto prostředky jazykové roviny morfologické, lexikální a syntaktické jsou tématem naší práce.

Cílem práce je vytvoření typologie morfologických, lexikálních a syntaktických prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem a ověření jejich výskytu ve vzorku textů, jejichž autory jsou členové České strany sociálně demokratické (dále jen ČSSD).

Na základě rešerše odborné literatury vytvoříme taxonomii prostředků, které mají persvazivní a získávací potenciál a popíšeme jejich jednotlivé typy. Typologie bude tvořit podstatnou část naší práce. Protože dalším cílem této práce je ověření výskytu prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem, zformujeme na základě vytvořené typologie analytický rámec, který využijeme v praktické části práce.

Persvazivnost je „základním slohotvorným činitelem jazyka i kompozice politických textů.“⁵ Podle Bartoška se dnes persvazivnost politických textů, co by jejich základní funkce, vyjadřuje průkazněji a intenzivněji a má i rafinovanější, skrytější podobu.⁶ V politických textech tedy předpokládáme výskyt jazykových prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem. Tyto prostředky identifikujeme a kvantifikujeme. Tak bude možné zjistit, které z nich a v jakém počtu se v našem vzorku vyskytují.

¹ Bartošek 2003, s. 5.

² Bartošek 2003, s. 5.

³ Bartošek 2003, s. 5.

⁴ Srpová 2007, s. 200-201.

⁵ Bartošek 1993, s. 8.

⁶ Bartošek 1993, s. 8.

K tomu, abychom ve vzorku textů identifikovali persvazivní a získávací prostředky, je nutné provést morfologickou, lexikální a syntaktickou analýzu. Budeme se zabývat pouze zmíněnými prostředky vnitřní lingvistiky, vynecháme prostředky slovtvorné roviny, jejichž frekvence je velice nízká.⁷

Vzorek 82 textů pro naši práci jsme získali z webových stránek ČSSD⁸, a to ze sekce Aktuálně, podsekce Blogy. Pro naše potřeby jsme ze zmíněného místa zkopírovali texty z období od 1. 11. do 31. 12. 2011. Ze vzorku jsme vyřadili 2 texty označené jako tisková sdělení kvůli nemožnosti zjistit konkrétního autora. V naší práci se nebudeme zabývat ani citacemi, které odkazují k projevům jiných autorů. Jak uvádí Jílek, předpokládá se, že skutečnosti obsažené v citaci mluví samy za sebe, odstup autora od daného tématu je naznačen použitím závorek.⁹ Kompletní vzorek 82 textů přikládáme k bakalářské práci na CD.

Odborná literatura poskytuje množství rozborů politických komunikátů tištěných i mluvených (často těch, které byly získány z televizních pořadů zpravodajského a publicistického charakteru, kde bylo díky přítomnosti zvuku i obrazu možno analyzovat jak slovní vyjadřování, tak i nonverbální prvky projevů), ale zřídka se autoři věnují jazykovým prostředkům s persvazivním a získávacím potenciálem, uveřejněným na internetu. Proto jsme se rozhodli zaměřit na toto médium a pracovat s články získanými z webových stránek ČSSD.

Ke každému prostředku s persvazivním a získávacím potenciálem uvedeme několik příkladů, které nalezneme v našem vzorku. Pokud nebude možné příklad ze vzorku zajistit, použijeme příklad z odborné literatury a na tuto skutečnost upozorníme.

Za morfologickou, lexikální i syntaktickou rovinu zařadíme dílčí shrnutí, která budou obsahovat údaje o výskytu jednotlivých jazykových prostředků, které získáme syntézou poznatků z analýzy.

⁷ Jaklová 2002, [online].

⁸ www.cssd.cz

⁹ Jílek 2009, s. 61-62.

2. Persvaze a získávání

Původem latinský termín persvaze (též persuade), před svým rozšířením do dalších společenských věd užívaný v oblasti psychologie, je označením pro přemlouvání či přesvědčování a jak uvádí Grác, je jednou z forem působení na člověka, jednou z nejvýznamnějších metod mezilidského ovlivňování.¹⁰

Přesvědčování je podle Gráce „také ovplyvňovanie, pri ktorom sa recipient pod vplyvom presvedčovateľa dobrovoľne, zainteresovane a zúčastnene uisťuje o zdôvodnenosti nejakého stanoviska.“¹¹ Mimo to, že definuje akt přesvědčování, zabývá se Grác také výsledkem tohoto procesu, kdy se přesvědčovaný přikloní k názoru původce sdělení. Tímto výsledkem je přesvědčení, které vykládá jako „špecifické ovplyvnenie, vyznačujúce sa dobrovoľným, zainteresovaným a zúčastneným uistením recipienta o zdôvodnenosti svojho stanoviska.“¹² Přesvědčování je nenásilné, založené na dobrovolnosti, na relativní svobodě rozhodnutí.¹³ „Ide teda o medziosobnú interakciu, pri ktorej prežíva jej účastník maximum dobrovoľnosti pri akceptovaní názoru druhého.“¹⁴

Persvazivní funkce se vyskytuje ve všech komunikátech¹⁵ a „na jejím uskutečnění se podílí jak obsah textu včetně argumentace, které ovlivňují myšlení příjemců, tak i výběr prostředků jazykových, a dokonce i nejazykových (např. vzhled produktora), působící především na posluchačovu vůli a cit.“¹⁶

Získávací funkci definuje Jílek jako „výraz autorovy vůle v oslabené formě přání, uplatňované s cílem získat příjemce, motivovat jej k určitému žádoucímu typu jednání“¹⁷ při naplněné funkci získávací např. předchozí persvazí.¹⁸ Vedle toho definuje také funkci persvazivní, a to jako „výraz autorovy vůle, jejímž smyslem je rozumově či psychologicky

¹⁰ Grác 1985, s. 9.

¹¹ Grác 1985, s. 16.

¹² Grác 1985, s. 17.

¹³ Grác 1985, s. 18.

¹⁴ Grác 1985, s. 19.

¹⁵ Čechová 1997, s. 201.

¹⁶ Čechová 1997, s. 201.

¹⁷ Jílek 2009, s. 21.

¹⁸ Jílek 2009, s. 21.

působit na postoje početných skupin příjemců, ovšem i jednotlivce s cílem ovlivňovat, formovat názory a postoje.“¹⁹

¹⁹ Jílek 2009, s. 21.

3. Jazykové prostředky s funkcí persvazivní a získávací

K tomu, aby verbální prostředky mediálního textu stimulovaly persvazivní funkci, musí podle Jaklové splňovat dva požadavky, a to srozumitelnost a kredibilitu.²⁰

Aby byl text srozumitelný, musí jeho interpretace „proběhnout bez nesnází na všech relevantních rovinách (přesná identifikace hlásek, správná interpretace lexikálních jednotek, jednoznačný výklad syntaktických konstrukcí, pohotová orientace v kompozici textu).“²¹ Pojem kredibilita označuje předpoklad důvěryhodnosti.²² „Kredibility se dosahuje volbou významově adekvátních výrazových prostředků, výběrem náležité stylové vrstvy, vnější prezentací textu včetně užití neverbálních prostředků ap.“²³

Prostředky verbální, které jsou pro naši práci podstatné, jsou podle Jaklové nejúčinnějšími prostředky persvaze.²⁴

V následující části práce se budeme zabývat morfologickými, lexikálními a syntaktickými prostředky s potenciálem persvazivním a získávacím. Každou z rovin zvlášť popíšeme a uvedeme jednotlivé typy prostředků v jejím rámci, které mohou nést persvazivní a získávací funkci, tedy mají persvazivní a získávací potenciál.

Popsané jazykové prostředky budeme hledat ve vzorku textů, a pokud budou identifikovány, doložíme jejich přítomnost minimálně jedním příkladem. Za každou z rovin bude následovat přehled s údajem o četnosti výskytu jednotlivých prostředků. Takto provedená kvantifikace bude vypovídat o existenci jazykových prostředků s potenciálem persvazivním a získávacím.

²⁰ Jaklová 2002, [online].

²¹ Jaklová 2002, [online].

²² Jaklová 2002, [online].

²³ Jaklová 2002, [online].

²⁴ Jaklová 2002, [online].

4. Morfologické prostředky persvaze a získávání

Morfologické (tvaroslovné) prostředky nejsou tak výrazné jako prostředky lexikální.²⁵ Podle Bartoška je možné považovat morfologii v podstatě za spisovnou,²⁶ tudíž v této rovině nenacházíme mnoho prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem.

Morfologické prostředky rozdělíme podle slovních druhů. Nebudeme rozlišovat kategorie vyššího²⁷ a nižšího²⁸ řádu.

1. Podstatná jména

1. Koncovka -ové v 1. pádu množného čísla vzorů pán a muž (*pánové, mužové*)

Tato koncovka má podle Krobotové knižní ráz a její užití může být náznakem jazykové komiky,²⁹ což může zapříčinit persvazivní a získávací funkci.

Příklady z textů:

Jen tak dál, pánové! (David Rath, Virtuální rozpočet)

Právě jejich novostachanovští předáci, pánové Stanjura a Gazdík, opakovaně noční až nepřetržité jednání sněmovny navrhuji a pak proti našim hlasům prosadí! (Jiří Koskuba, Z poslaneckého deníku XV. – Seniore, zaplať, zaplať, zaplať!)

Demokracie je symbolický boj, ve kterém se konfrontují zájmy různých skupin obyvatel, ale je to boj, ze kterého nemají odejít na jednu stranu triumfální vítězové a na druhou stranu na hlavu a smrtelně poražení. (Bohuslav Sobotka, Obstrukce a demokracie)

²⁵ Krobotová 2001, s. 24.

²⁶ Bartošek 2002, s. 60.

²⁷ Slovní druhy

²⁸ Gramatické příznaky slovních druhů vyjádřené formálními prostředky – Čechová 1997, s. 102.

²⁹ Krobotová 2001, s. 46.

2. Koncovka –i v 1. pádu množného čísla jmen zakončených na –ita, –ista, –asta

Tato koncovka „má v některých pádech i příznak jisté hanlivosti“³⁰ a je označována jako nespisovná.³¹ „Pokud jde o hanlivost tvarů, zdá se, že je dána více sémantikou slova než koncovkou (viz kariéristi).“³² Z tohoto důvodu bychom výrazy zakončené na –ita, –ista, –asta v případě jejich výskytu započítávali také mezi slovotvorná expresiva.

Příklad z odborné literatury:

*Na turnaji nás výborně reprezentovali naši hokejisti.*³³

3. Neshoda v rodě řídícího substantiva a postponovaného atributu

Krobotová tento prostředek považuje za nespisovný.³⁴ Je to prostředek expresivní,³⁵ může mít persvazivní a získávací potenciál.

Příklady z odborné literatury:

*Kluku nezdárná. Chlape falešná.*³⁶

4. Užití životných tvarů u neživotných jmen

Tento prostředek může sloužit k vyjádření expresivity.³⁷ Užití životného tvaru místo neživotného může mít persvazivní a získávací potenciál.

³⁰ Hubáček 1987, s. 126.

³¹ Krobotová 2001, s. 46.

³² Čechová a kol. 2003, s. 104.

³³ Krobotová 2001, s. 46.

³⁴ Krobotová 2001, s. 48.

³⁵ Hubáček 1987, s. 129.

³⁶ Krobotová 2001, s. 48.

³⁷ Krobotová 2001, s. 48.

Příklady z odborné literatury:

*Člověk, který neslyší hroma dřív, než až do něho udeří, nemůže být konduktérem u elektriky.*³⁸

*Dát góla.*³⁹

5. Zvolací genitiv

Zvolací genitiv má expresivně příznakový ráz,⁴⁰ může být nositelem persvazivního a získávacího potenciálu.

Příklady z odborné literatury:

*Té radosti! Toho hluku!*⁴¹

6. Dativ sdílnosti

Dativ sdílnosti neboli dativ etický má citové zabarvení a hovorový ráz.⁴² Expresivní ráz tohoto dativu může způsobovat persvazi a získávání.

Příklad z odborné literatury:

*A oni **vám**, když ti kluci jdou, tak pořád přitom nechávají jednu nohu pozadu, ...*⁴³

7. Dativ prospěchový

Je stejně jako dativ sdílnosti citově zabarvený a má příznak hovorovosti,⁴⁴ ale pouze pokud je vyjádřen se zájmenem si.⁴⁵

³⁸ Krobotová 2001, s. 48.

³⁹ Krobotová 2001, s. 48.

⁴⁰ Čechová a kol. 2003, s. 108.

⁴¹ Krobotová 2001, s. 49.

⁴² Hubáček 1987, s. 131.

⁴³ Hubáček 1987, s. 131.

⁴⁴ Hubáček 1987, s. 131.

⁴⁵ Hubáček 1987, s. 131.

Příklad z textů:

*Král s královnou dlabou na vládu, **jezdí si** po světě a královští rádcové zatím kradou jako straky.* (Jiří Havel, Pryč s vánoční levicovou propagandou!)

8. Vokativ

Vokativ je pád, „kterým se vyjadřuje emocionálnost projevu. Plní zejména funkci kontaktovou a výzvovou, někdy hodnotící,⁴⁶ a může tak plnit persvazivní a získávací funkci.

Příklady z textů:

***Pane ministře,** je třeba si přiznat smutnou pravdu – nejen odborná, ale i široká veřejnost včetně většiny učitelů a studentů s vašimi nezodpovědnými experimenty nesouhlasí a o oblast školství má pod vaším vedením vážnou obavu.* (Marcel Chládek, Klauniáda Josefa Dobeše na ministerstvu školství)

***Vážený pane premiére, milá vládo,** ono je to úplně jedno, kdo to způsobil, odpovědnost nesete všichni.* (Michal Hašek, Ztráta 12 miliard je výsměch veřejnosti a vážný důvod k hlasování o nedůvěře vládě)

*Potřebuješ vyprat, vymalovat či uklidit byt, protože ti již, **vážený seniore,** síly nestačí?* (Jiří Koskuba, Z poslaneckého deníku XV. – Seniore, zaplať, zaplať, zaplať!)

2. Přídavná jména

„Každé přídavné jméno vyjadřuje již ve své základní podobě míru vlastnosti, která může být expresivní (obrovský, grandiózní, ...) nebo modifikována afixací (velikánský, malilinký, ...) Zcela expresivní má lidové označení velké míry vlastnosti (prachmiliónský).“⁴⁷

Ve vzorku textů si budeme expresivních přídavných jmen všímat a budeme je započítávat mezi slovotvorná expresiva.

⁴⁶ Krobotová 2001, s. 49.

⁴⁷ Krobotová 2001, s. 50.

1. Superlativ

Superlativ neboli třetí stupeň přídavných jmen, který se tvoří z komparativu prefixem nej-⁴⁸ „cítíme jako zdůrazňující expresivní prostředek, někdy k němu přidáváme výrazy ten, co, jimiž vyjadřujeme vyšší míru vlastnosti.“⁴⁹

„Popřením superlativu se expresivně vyjadřuje protikladná vlastnost, jde o tzv. litotes.“⁵⁰

Příklady z textů:

*Samotná česká ekonomika zatím působí celkem důvěryhodně, jak ukazuje krátký konec výnosové křivky - ale jak vidíme, je to opravdu jen ten **nejkratší** koneček.* (Bohuslav Sobotka, Drahá lekce)

*Proto vím, že základem kvalitní rozpočtové práce jsou především co **nejvíce** přesná vstupní data.* (Petr Hulinský, Kdyby Praha sestavovala rozpočet podle odhadů ministerstva financí, přišla by o miliardy)

*A jestliže tyto technologie jsou již dnes známy, nebylo by lépe výstavbu odložit a zahájit za pět, sedm let nové bloky tou **nejmodernější** a **nejbezpečnější** technologií, která nemá problém s jaderným odpadem a nejde zneužít k výrobě jaderných zbraní?* (Alena Gajdušková, Temelín není jednoznačnou záležitostí)

3. Zájmena

1. Užití osobního zájmena jako podmětu

Zájmena v psaném projevu jsou zpravidla spisovná, nepříznamová. Emocionálně zabarveno a zdůrazňující je ale užití osobního zájmena jako podmětu,⁵¹ což může do sdělení vnést persvazivní a získávací funkci.

⁴⁸ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 469.

⁴⁹ Krobotová 2001, s. 51.

⁵⁰ Krobotová 2001, s. 51.

⁵¹ Krobotová 2001, s. 52

Příklad z textů:

*V důvodové zprávě k tomuto návrhu se mimo jiné píše (omlouvám se za tu úředničinu, **já to nepsal...**). (Ladislav Velebný, Jakou cenu má pět minut?)*

4. Číslovky

1. Určité číslovky jako zástupci číslovek neurčitých

Užití určité číslovky místo číslovky neurčité má často povahu hyperbolického vyjádření,⁵² a tak číslovka může mít persvazivní a získávací potenciál. „Podobnou funkci má i číslovka *pár*.“⁵³

Příklady z textů:

*Já se bojím, opravdu a upřímně, že podobných šílených věcí bychom našli při pečlivém hledání **stovky a tisíce**, že bychom jenom takto, poctivým zrušením zbytečných výdajů, ušetřili **miliardy** korun. (Ladislav Velebný, Sofiin rozpočet)*

*Obstrukce sociální demokracie při projednávání asociálních reforem, které byly předtím odmítnuty Senátem, zkoušejí zastavit zbrklou jízdu po zledovatělé vozovce, **pár** lopat písku má zabránit tomu nejhoršímu. (Bohuslav Sobotka, Obstrukce a demokracie)*

*Někteří manažeři spravovali své podniky řádně. Pokud neumřeli, žijí dodnes v chudobě a zapomenutí. **Druzí** je bezostyšně tunelovali. (Jiří Havel, Mostecká - Rozkradeno jest. Halelujá!)*

5. Slovesa

1. Zesílený imperativ

Minulý čas může v expresivních výpovědích fungovat jako zesílený imperativ.⁵⁴ Takto může být do textu vnesena persvazivní a získávací funkce.

⁵² Krobotová 2001, s. 53.

⁵³ Krobotová 2001, s. 53.

⁵⁴ Krobotová 2001, s. 55.

Příklad z odborné literatury:

*Čert to vzal!*⁵⁵

2. Nedokonavý vid

Nedokonavá slovesa se užívají v citově zabarvených textech místo sloves dokonavých, čímž se vyjadřuje naléhavější upozornění.⁵⁶

Příklady z textů:

Posílejte svým vládám děkovné dopisy. (Jiří Havel, Tajemství evropského rozpočtu)

Nečekejte však sladák - je to příběh bez „happy endu“, neboť jeho hrdina na konci umírá. (Vlasta Bohdalová, Silní bez násilí)

3. Dokonavý vid

Dokonavým slovesem lze zdramatizovat text,⁵⁷ což může být prostředkem persvaze a získávání. Slovesem v dokonavém vidu se vyjadřuje i důrazný a naléhavý záporný rozkaz či zákaz.^{58 59}

Příklady z textů:

Zalezte pod peřinu, **vypněte** topení. (David Rath, Virtuální rozpočet)

Podívejte se, jak dnes vypadá stavebnictví. (David Rath, Virtuální rozpočet)

6. Příslovce

Podle Krobotové je někdy užití příslovcí projevem jazykové módy, zvláště v běžně dorozumívacích a publicistických projevech se objevují nově tvořená příslovce, „vzniklá

⁵⁵ Krobotová 2001, s. 55.

⁵⁶ Krobotová 2001, s. 56.

⁵⁷ Krobotová 2001, s. 56.

⁵⁸ Krobotová 2001, s. 56.

⁵⁹ Hubáček 1987, s. 134.

např. kontaminací předložkového spojení a příslovce.⁶⁰ Tato příslovce mohou mít persvazivní a získávací potenciál.

Příklad z odborné literatury:

*Chodit s někým **navážno**.*⁶¹

7. Částice

Částice jsou v češtině nesourodým slovním druhem, do kterého spadají nesklonná synsémantika kromě citoslovcí, předložek a spojek.⁶² Podle Krobotové jsou to většinou slova expresivní,⁶³ „jejichž expresivita se pohybuje mezi emocionalitou a intelektuálností.“⁶⁴ Důsledkem jejich expresivnosti je aktualizace textu a zvýraznění jazykových prostředků v textu.⁶⁵ Krobotová dělí částice podle distinktivních rysů, kterými jsou apelovost, hodnocení, emocionalita a strukturace textu.⁶⁶

1. Částice apelové

Tyto částice, nazývané též výzvodové nebo kontaktové, jsou specifické tím, že „vyjadřují vztah mluvčího k adresátovi i ke sdělované skutečnosti.“⁶⁷ Nejčastěji se vyskytují jako otázka, žádost, přání, přesvědčení, ujištění, odporování, výhrůžka či výtky.⁶⁸

Příklady z textů:

*Ale kdyby se proti mně Václav Havel postavil a řekl, **at'** mu políbím botu, asi bych to udělal.* (Jiří Havel, Poslední opona pro Václava Havla)

⁶⁰ Krobotová 2001, s. 56.

⁶¹ Krobotová 2001, s. 56.

⁶² Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 62.

⁶³ Expresiva viz s. 32.

⁶⁴ Krobotová 2001, s. 57.

⁶⁵ Krobotová 2001, s. 57.

⁶⁶ Krobotová 2001, s. 57.

⁶⁷ Krobotová 2001, s. 58.

⁶⁸ Krobotová 2001, s. 58.

*Je pravdou, že, a to **necht'** je Esterházyemu přičteno k dobru, jako jediný poslanec slovenského sněmu nehlasoval pro ústavní zákon o deportaci Židů.* (Stanislav Křeček, Skandální urážka českých odbojářů!)

*Na to těch 140 kaček měsíčně **vsutku** stačit nebude, že?* (Jiří Koskuba, Z poslaneckého deníku XV. – Seniore, zaplať, zaplať, zaplať!)

2. Částice žadací

Mohou vyjadřovat vztah mluvčího k textu, přijímání nebo odmítání některých jevů. Řadí se mezi ně částice modální, srovnávací, předpokladově hodnotící, měrově hodnotící a zdůrazňovací.⁶⁹

Příklady z textů:

*ČSSD demokratickou stranou **bezesporu** je. Není to strana jednoho vůdce.* (Jiří Koskuba, Z poslaneckého deníku XIV. - Šašci nebo pešáci?)

*A řekněme, že v podmínkách ekonomické krize je šetrnost a dobré hospodaření **určitě** oprávněný požadavek.* (Lubomír Zaorálek, Kdo zatemňuje veřejné zakázky, není dobrý hospodář)

***Zajisté** existují rozdíly mezi životními standardy Čechů, Moravanů a Slezanů, nicméně blahobyt naší společnosti je nejlépe vidět v obchodních domech a v supermarketech.* (Antonín Sed'a, Co vlastně očekávat v novém roce 2012?)

3. Částice emocionální

Vyjadřují vztah mluvčího k obsahu textu, např. uspokojení, zklamání nebo obavu.⁷⁰

Příklad z textů:

*Pozastavil se nad příchodem bývalého předsedy do národně (nacionálně) sociální strany, jejíž jméno však v Čechách má **naštěstí** jiný význam než nacismus.* (Jiří Havel, Evropská kritika od Luboše Zaorálka)

⁶⁹ Krobotová 2001, s. 58.

⁷⁰ Krobotová 2001, s. 58.

***Bohužel,** katastrofální situace nadále přetrvává v programu, který spravuje ministerstvo školství a nedobrá je rovněž situace v programech Životní prostředí a Doprava.* (Petr Hulinský, Stav čerpání evropských fondů ČR se rapidně zhoršuje)

*Možná je to zoufalé. To ano. **Snad** nikoliv zbytečné.* (Jiří Koskuba, Z poslaneckého deníku XIV. – Šašci nebo pešáci?)

4. Částice strukturující text

Jsou spíše intelektuální povahy, vyjadřují vztah mluvčího k členění textu. Podle Krobotové se funkcí podobají spojкам a „často se s nimi kombinují ve spojovací výrazy.“⁷¹ Mohou signalizovat začátek textu nebo jeho části, mohou hierarchizovat text nebo vysvětlovat, shrnovat ve významu *to jest, to znamená* apod.⁷² Hodnocení spojené se zdůrazněním vyjadřují částice vytýkavě zdůrazňující, které patří mezi částice strukturující text.

Příklady z textů:

*Je to nebezpečný rozsudek, který vážným způsobem poškozuje hned dvě oblasti podstatné pro občanskou společnost. **Za prvé** relativizuje osobní vlastnictví. **Za druhé** pak torpéduje důvěryhodnost soudních institucí...* (Ladislav Velebný, Nepochopitelná zvůle)

*Místo neustálého snižování daní je třeba zavést rozumné daňové zatížení korporací. **To znamená** vyšší, než je dnes, ale samozřejmě o něco nižší než u našich sousedů.* (David Rath, Virtuální rozpočet)

***Vedle** řešení dluhové krize se Dánsko zaměří na zachování jednotné Evropské unie, co největšího počtu rozhodování mezi 27 členskými státy a posílení komunitární metody na úkor té mezivládní.* (Kateřina Bocianová, Evropská unie už nikdy nebude, co byla...)

8. Citoslovce

Citoslovce jsou příznaková emocionální slova, v publicistickém stylu mají funkci stimulovat posluchače a oživit projev.⁷³ Typické jsou pro ně neobvyklé kombinace fonémů,

⁷¹ Krobotová 2001, s. 58.

⁷² Krobotová 2001, s. 58.

⁷³ Krobotová 2001, s. 58.

výskyt málo frekventovaných fonémů a opakování slabik, což způsobuje jejich expresivitu,⁷⁴ jíž jsou podle Bečky typickými představiteli.⁷⁵

Citoslovce jsou specifickým slovním druhem, který tvoří větné ekvivalenty.⁷⁶

1. Citoslovce emocionální

Vyjadřují řadu kladných i záporných emocí, a to jak inherentně, tak kontextově. Případy, kdy je význam citoslovce určen kontextem, jsou častější.

Emocionální citoslovce vyjadřují kladné emoce (libost, radost, pocit triumfu, uspokojení, nadšení, dojetí, něžnost a jiné) a záporné emoce (nelibost, odpor, opovržení, nechut', nespokojenost, zlost, vzdor, bolest, posměch a žal).⁷⁷

Příklady z textů:

*Jsou doslova přecpány ideologií toho židovského levicového extrémisty Ježíše. **Fuj.***
(Jiří Havel, Pryč s vánoční levicovou propagandou!)

*Miliony na propagaci kraje? **Ano!*** (Jana Vaňhová, Miliony na propagaci kraje? Ano!)

2. Citoslovce kontaktní

Slouží k navázání kontaktu mluvčího a adresáta. Zahrnují citoslovce povzbuzovací, žádací, upozorňovací a kontaktní v užším slova smyslu, povelová, pozdravová a také specifická citoslovce zaměřená na kontakt s dětmi či se zvířaty.⁷⁸

Příklad z odborné literatury:

Sbohem, a zas přijďte.⁷⁹

⁷⁴ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 56.

⁷⁵ Bečka 1968, s. 58.

⁷⁶ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 56.

⁷⁷ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 56.

⁷⁸ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 56.

⁷⁹ Mluvnice češtiny 2 1986, s. 247.

3. Citoslovce zvukomalebná

Napodobují zvuky vydávané živými původci, např. smích, zvuky při jídle, ale i zvuky vydávané původci neživými jako např. zvuky při nárazu či zvuky přírodních úkazů.⁸⁰

Podle Krobotové právě zvukomalebná, onomatopoická citoslovce dodávají větě expresivní příznak.⁸¹

Příklad z textů:

Ťuk hřebík na hlavičku! (Lubomír Zaorálek, Kalouskovo hospodářské věštění)

Jak jsme popsali výše, citoslovce lze řadit do poměrně velkého množství kategorií. V praktické části práce tyto kategorie opomeneme a budeme citoslovce posuzovat pouze v rámci základního dělení na emocionální, kontaktní a zvukomalebná.

9. Dílčí shrnutí morfologické roviny

V našem vzorku jsme celkově identifikovali 122 morfologických prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem.

V rámci podstatných jmen jsme zaznamenali nejvyšší výskyt koncovky –ové v 1. pádu množného čísla vzoru pán a muž, a to 14, vokativ se vyskytl ve 13 případech a v jednom případě také dativ prospěchový. Ostatní morfologické prostředky podstatných jmen se v našem vzorku nevyskytovaly.

⁸⁰ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 56.

⁸¹ Krobotová 2001, s. 58.

5. Lexikální prostředky persvaze a získávání

Lexikální vrstva je, co se týká diferenciací výrazových prostředků daleko bohatší než ostatní jazykové roviny,⁸² je neobyčejně výrazná.⁸³

Lexikální prostředky jsou k vyjádření persvazivní funkce textu používány nejčastěji.⁸⁴ V našem případě tuto vrstvu tvoří specifické jednotky politické slovní zásoby.⁸⁵

Persvazi a získávání díky své příznakovosti textu dodávají slova obecné češtiny, regionalismy, dialektismy, slang, argot, slova hovorová, slova knižní, poetismy, publicismy, archaismy, historismy, neologismy, okazionalismy, expresiva, slova hodnotící, obrazná pojmenování a frazeologismy.

Při ověřování příslušnosti jazykových prostředků jsme používali online Slovník spisovné češtiny a Příruční slovník jazyka českého.

1. Rozdělení podle rozsahu užívání jazykových prostředků na území národního jazyka

1. Slova obecné češtiny

Slovy obecné češtiny nazýváme nespisovné výrazy, které nejsou regionálně omezené⁸⁶, ale vycházejí ze středočeského dialektu. Působením civilizačních vlivů, jako je např. stěhování populace či působení médií, se rozšiřují na celé jazykové území. Tím dochází k přibližování spisovného jazyka k jeho mluvené podobě. „Některé obecně české lexikální jednotky pronikly do obecného, územně neomezeného užívání ... Lze zaznamenat i průniky mluvené podoby spisovného jazyka (hovorové češtiny), tzv. zespisovnění.“⁸⁷ Některé jednotky si udržují své omezené užití, a to územně, generačně nebo podle sociálních skupin.⁸⁸

⁸² Čechová 1997, s. 122.

⁸³ Bartošek 1993, s. 9.

⁸⁴ Jaklová 2002, [online].

⁸⁵ Bartošek 1993, s. 9.

⁸⁶ Čechová 2003, s. 140.

⁸⁷ Jílek 2005, s. 9.

⁸⁸ Jílek 2005, s. 9-10.

„Nespisovné výrazy zabarvují text familiárně, a tak zpravidla posilují kontakt se čtenářem“⁸⁹ a mohou být prostředkem jazykové komiky.

Příklady z textů:

*K čemu ve skutečnosti nabádají vánoční koledy? K tomu, aby pracovití lidé rozdávali **flákačům** svůj poctivě nabytý majetek.* (Jiří Havel, Pryč s levicovou vánoční propagandou!)

*Podle kursu současné vlády bychom tak byli ochotni v případě rozdělení družstva na několik týmů předstírat úsilí někde v „**běčkově**“ rezervě.* (Lubomír Zaorálek, Roli pasivního diváka, odevzdaně čekajícího na výsledek vývoje evropské integrace, si nemůže ČR dovolit!)

2. Regionalismy

Jako regionalismy označujeme slova nářeční, která se vyskytují na územích více nářečních oblastí. Jejich „užívání přesahuje hranice jednoho nářečí a rozšiřuje se na větší oblast, na ostatním území se pak užívají jejich spisovné varianty.“⁹⁰

Zvláště typické jsou podle Krobotové rozdíly mezi českou a moravskou oblastí.⁹¹ Rozlišujeme tedy regionalismy české (čechismy) a moravské (moravismy).

Příklady z odborné literatury:

Kamilky, suk.⁹²

3. Dialektismy

Dialekty jsou teritoriálními obměnami národního jazyka, jsou prostředkem intimní komunikace a výrazem rodinné a přátelské soudržnosti.⁹³ Dialektismy jsou potom slova úzce

⁸⁹ Jaklová 2002, [online].

⁹⁰ Jílek 2005, s. 10.

⁹¹ Krobotová 2001, s. 31.

⁹² Čechová a kol. 2003, s. 141.

⁹³ Davidová 1992, s. 46.

nářeční, užívají se pouze v oblasti jediného nářečí.⁹⁴ Jak uvádí Jílek, příslušníkům jiných nářečních oblastí jsou často neznámá.⁹⁵

Příklady z odborné literatury:

*Šeblefa, junec, gule.*⁹⁶

2. Rozdělení podle užívání jazykových prostředků v určitém sociálním prostředí

1. Slang

Slangem je nazývána „nepsisovná část slovní zásoby vázaná na sociální prostředí“⁹⁷ Jinými slovy je to „soubor nepsisovných pojmenování, která se vyskytují v pracovních nebo zájmových skupinách lidí.“⁹⁸ Slangy je možné rozdělit podle lexikální zásoby na slang profesní (profesionalismy) a slang v užším slova smyslu.⁹⁹

Typickými znaky slangu jsou „silná emocionalita, častá expresivní metaforičnost, deformace slova.“¹⁰⁰

Profesní slang užívají příslušníci stejného povolání jako náhradu za odborná pojmenování.¹⁰¹ Jsou to tedy výrazy paralelní k termínům užívané tehdy, kdy není nutné používat striktně odbornou terminologii.¹⁰² „Profesionalismy jsou motivovány věcnou pojmenovací potřebou, vychází vstříc ekonomizaci vyjadřování, často obsahují velké množství tradičních (historických) pojmenování.“¹⁰³

⁹⁴ Hubáček 1987. s. 84.

⁹⁵ Jílek 2005, s. 10.

⁹⁶ Čechová 1997, s. 125.

⁹⁷ Hubáček 1987. s. 86.

⁹⁸ Krobotová 2001, s. 31.

⁹⁹ Jílek 2005, s. 11.

¹⁰⁰ Krobotová 2001, s. 31.

¹⁰¹ Hubáček 1987. s. 86.

¹⁰² Jílek 2005, s. 11.

¹⁰³ Jílek 2005, s. 11.

Slang v užším slova smyslu „tvoří nespisovnou část slovní zásoby příslušníků zájmových skupin.“¹⁰⁴ Hubáček říká, že se uživatelé tohoto zájmového slangu snaží odlišit od ostatních mluvčích, což do projevu vnáší jistou expresivitu.¹⁰⁵

Podle Jaklové mohou být slangismy prostředkem jazykové komiky.¹⁰⁶

Příklady z textů:

Trafika pro Johna. (David Rath, Čiperní dinosauři z Věcí veřejných)

2. Argot

„Argotická slova a slovní obraty jsou výrazy užívané osobami společensky vyřazenými.“¹⁰⁷ Závadoví členové společnosti používají tyto specifické jazykové prostředky za účelem „znesnadnit dekódování sdělovaného obsahu,“¹⁰⁸ mají být ostatním lidem málo nebo vůbec srozumitelné.¹⁰⁹ Argot vzniká tehdy, když má určitá společenská skupina stejné nebo podobné záměry a zájmy, a ty mají zůstat utajeny ostatní veřejnosti.¹¹⁰ Davidová jako příklad lokálního argotu uvádí argot pražské galérky a jako ukázkou výrazy *šplíchačka*, *stříkačka*, *hrochna* nebo *chlupatej*.¹¹¹

Příklady z odborné literatury:

Zatloukat, zašít, bachař.¹¹²

¹⁰⁴ Hubáček 1987. s. 87.

¹⁰⁵ Hubáček 1987. s. 87.

¹⁰⁶ Jaklová 2002, [online].

¹⁰⁷ Hubáček 1987. s. 87.

¹⁰⁸ Jílek 2005, s. 12.

¹⁰⁹ Hubáček 1987. s. 87.

¹¹⁰ Davidová 1992, s. 59.

¹¹¹ Davidová 1992, s. 59.

¹¹² Hubáček 1987. s. 87.

3. Rozdělení podle příslušnosti jazykových prostředků ke stylovým vrstvám

1. Slova hovorová

Hovorovou češtinu popisuje Dana Davidová ve shodě s Jaromírem Běličem jako „mluvenou formu češtiny spisovné, zbavenou na jedné straně výlučných znaků knižního jazyka, zachovávaných v oficiálních promluvách veřejných, na druhé straně však neobsahující ani jevy úzce nářeční, které jsou i v této volnější, neoficiální podobě spisovné češtiny pocíťovány jako prvky nenoremní.“¹¹³

Hovorové výrazy jsou užívány především v mluvených projevech prostě sdělovací stylové oblasti. Jestliže se hovorová slova vyskytují v jiné stylové oblasti, je to záměrem autora nebo stylistickou chybou. Obě možnosti považujeme za příznakové.¹¹⁴

I přes to, že je hovorová vrstva lexikálních prostředků typická pro řeč mluvenou, mohou se její prvky vyskytovat v psaných textech, takže jim budeme při analýze věnovat pozornost pro jejich persvazivní a získávací potenciál.

Příklady z textů:

*Tři sta milionů korun za testy s **hrubkami** v textech pro žáky základních škol?* (Marcel Chládek, *Tři sta milionů korun za testy s hrubkami v testech pro žáky základních škol?*)

*Tak jsem **koukal** a **koukal**. No spíš zíral.* (Jiří Havel, *Pryč s vánoční levicovou propagandou!*)

2. Slova knižní

I když se knižní výrazy vyskytují převážně v projevech psaných spisovnou češtinou, mohou se objevovat ve všech stylových oblastech včetně hovorových.¹¹⁵ Jak vysvětluje Jílek, knižní slova lze identifikovat srovnáním daného slova se synonymním neutrálním výrazem.¹¹⁶ Z toho plyne, že knižní slova jsou příznaková a mohou aktualizovat text.

¹¹³ Davidová 1992, s. 42.

¹¹⁴ Jílek 2005, s. 14.

¹¹⁵ Hubáček 1987, s. 93.

¹¹⁶ Jílek 2005, s. 14.

„Někdy se využívá knižních výrazů k tomu, aby se jejich uplatněním dosáhlo určitého humorného účinku,“¹¹⁷ Mohou tedy být prostředkem slovní komiky.¹¹⁸

Příklad z textů:

*Mám prostě pocit, že mu **cosi** dlužím, přesně řečeno: hodně dlužím a nikdy mu to nemůžu zaplatit.* (Jiří Havel, Poslední opona pro Václava Havla)

*... že sotva bude nalezena zásadní podpora pro návrh, který jsme my, sociální demokraté, **zaštítili** a který byl vypracován společně s Nadačním fondem boje proti korupci ...* (Lubomír Zaorálek, Kdo zatemňuje veřejné zakázky, není dobrý hospodář)

3. Poetismy

Poetismy jsou básnická slova, která jsou bez příznaku užívána ve stylové vrstvě umělecké. Autor je užívá, aby ozvláštnil text.¹¹⁹

Jak udává Hubáček, některé historické poetismy přešly postupně z oblasti umělecké do hovorové nebo do publicistické. V takovém případě mají výrazný citový příznak.¹²⁰

Příklady z odborné literatury:

*Vesna, luna, oř, háv.*¹²¹

4. Publicismy

Za publicismy považujeme lexikální prostředky náležející do publicistické stylové vrstvy, pro kterou jsou nepříznačné.¹²² Tyto „ustálené a jakoby automatizované výrazy ... pomáhají zrychlit tempo, v jakém čtenář či posluchač získává příslušné informace, nebo mu cestu k informacím usnadňují.“¹²³

¹¹⁷ Hubáček 1987, s. 93.

¹¹⁸ Jaklová 2002, [online].

¹¹⁹ Hubáček 1987, s. 92.

¹²⁰ Hubáček 1987, s. 92.

¹²¹ Hubáček 1987, s. 92.

¹²² Jílek 2005, s. 18.

¹²³ Hubáček 1987, s. 91.

Podle Jílka publicismy vznikají posunem významu lexikálních jednotek, které původně patřily do jiných oblastí vyjadřování anebo jsou vytvářeny nově, např. sémantickým přenosem.¹²⁴

K publicismům mají blízko také módní slova a módní spojení, která autoři politických projevů užívají hlavně „ve snaze napodobit oficiální způsob vyjadřování, přizpůsobit se jazyku svých nadřízených, jazyku hromadných sdělovacích prostředků apod.“¹²⁵ Za módní výrazy se považují pojmenování, která do užívání přinesla silná osobnost nebo autoritativní politická doktrína a kterými žurnalisté na krátkou dobu zaplaví politické komunikáty.¹²⁶

K této skupině prostředků řadíme také klišé, které je důsledkem nadužívání publicistických výrazů a působí ořehe.¹²⁷

Publicismy jsou prostředkem aktualizace a automatizace, mohou tedy mít persvazivní a získávací potenciál.

Příkaldy z textů:

*... a pokud tento občan zjistí, že za takové jednání nenásleduje trestní postih, nutně **koroduje** jeho **důvěra** v celý demokratický systém jako takové uspořádání společnosti, kde je občanům měřeno stejně.* (Ladislav Velebný, Nepochopitelná zvůle)

*Za druhé pak **torpéduje** důvěryhodnost soudních institucí jako místa, kde se lze domoci především práva a vedle toho také spravedlnosti.* (Ladislav Velebný, Nepochopitelná zvůle)

*A co to znamená? Že tato novela, která je podle mě z hlediska **parazitování na veřejných penězích** naprosto zásadní, projde v podobě, která v této zemi v boji s korupcí nezmění nic.* (Lubomír Zaorálek, Kdo zatemňuje veřejné zakázky, není dobrý hospodář)

¹²⁴ Jílek 2005, s. 18.

¹²⁵ Lotko 2009, s. 124.

¹²⁶ Bartošek 1993, s. 14.

¹²⁷ Krobotová 2004, s. 33.

4. Rozdělení podle časového zařazení pojmenovací jednotky

1. Archaismy

Do skupiny archaismů řadíme slova zastarávající a slova zastaralá. Jsou to pojmenování, která ustupují jinému pojmenování novějšímu, běžnějšímu.¹²⁸

Slova zastarávající jsou taková, kterých se postupně přestává používat, ale ještě se vyskytují v rámci slovní zásoby starší generace,¹²⁹ kdežto slova zastaralá se ve slovní zásobě dnešních uživatelů jazyka nevyskytují.¹³⁰

Příklad z textů:

Současné přeskupení v radě zastupitelstva hlavního města Prahy je cenné hlavně v tom, že se o pražské „peleši kmotrovské“ začalo mluvit veřejně a trochu i do detailů. (Petr Uhl, Větrání peleše kmotrovské)

2. Historismy

Za historismy považujeme „výrazy, které se v současném spisovném jazyku vyskytují již velmi málo, a to ojediněle v textech odborných nebo uměleckých“¹³¹ a označují věci, jevy a skutečnosti, které už zanikly.¹³² Podle Jaklové mohou i historismy být prvky jazykové komiky.¹³³

Příklady z odborné literatury:

*Adjunkt, pavéza, ungelt.*¹³⁴

¹²⁸ Jílek 2005, s. 20.

¹²⁹ Hubáček 1987, s. 96.

¹³⁰ Jílek 2005, s. 20.

¹³¹ Hubáček 1987, s. 96.

¹³² Jílek 2005, s. 21.

¹³³ Jaklová 2002, [online].

¹³⁴ Hubáček 1987, s. 96.

3. Neologismy

Neologismy jsou „slova, která jsou formálně podobná, ale jiného významu než slova základní.“¹³⁵ Např. *Kolo dějin v Kolodějích*.¹³⁶

Neologismy vznikají z potřeby nazvat či pojmenovat nově vzniklou skutečnost¹³⁷ a jsou opakem slov zastaralých. Jílek je definuje jako „relativně nová pojmenování, která dosud pevně nezakotvila v povědomí všech uživatelů jazyka..., popřípadě jsou jako nová pocíťována.“¹³⁸ I neologismy mohou být podle Jaklové prostředky jazykové komiky.¹³⁹

Příklady z textů:

*Tedy nějaký **updatovaný** model rýnského kapitalismu s fungujícím sociálním státem.*

(Jan Mládek, Jak má Německo zachránit euro a neskončit při tom jako Irsko?)

Europopulismus: *Nečas, Klaus a skutečnost* (Jiří Havel, Europopulismus: Nečas, Klaus a skutečnost)

K neologismům řadíme také **okazionalismy**. Jsou to výrazy příležitostné, pro jedno použití.¹⁴⁰ „Slouží k označování příslušníků politických stran, příznivců politických osobností apod. Většinou jsou krátkodobé, vznikají a zanikají s osobností nebo s politikou, ke které se vztahují.“¹⁴¹

Příklad z textů:

*Cesta do **Chudákova**.* (David Rath, Virtuální rozpočet)

¹³⁵ Bartošek 1993, s. 15.

¹³⁶ Bartošek 1993, s. 15.

¹³⁷ Hubáček 1987, s. 96.

¹³⁸ Jílek 2005, s. 21.

¹³⁹ Jaklová 2002, [online].

¹⁴⁰ Bartošek 1993, s. 15.

¹⁴¹ Bartošek 1993, s. 15.

5. Rozdělení podle citového zabarvení jazykového prostředku

1. Expresiva

Expresivum je „lexikální výrazový prostředek vyjadřující citový, hodnotící a volní vztah mluvčího ke sdělované skutečnosti.“¹⁴² Mimo lexikálních jednotek s významem nociónálním¹⁴³ tedy existují i jednotky expresivní.

Typologie expresivity

1. Expresivita inherentní

Inherentně expresivními nazýváme takové výrazy, v jejichž základním významu je přímo obsažen příznak. Jsou tedy expresivní vždy a všech situacích.

a) Expresivita hlásková

- Výrazy obsahující tento druh expresivity se vyznačují nápadným, neobvyklým uspořádáním hlásek;
- je zřejmá v psané podobě, ale pociťována je zejména při percepci řeči;
- např. *ňouma, chrchlat*.¹⁴⁴

b) Expresivita slovotvorná

- Může vznikat použitím přípon (např. *-ák, -áč, -izna, -isko*), předpon (např. *vele-, arcí-,* záporná předpona *ne-*), reduplikací (např. *pouhopouhý, malilinký*);
- do této skupiny patří také expresiva rozlišená kvantitativně na deminutiva (slova zdrobnělá, např. *židlička*), augmentativa (slova zveličelá, např. *včelisko*), hypokoristika (slova domácká, např. *Anička*);
- z hlediska kvalitativního rozlišujeme depreciativa (slova hanlivá, např. *herka*), eufemismy (výrazy zjemňující, např. *zavřít oči* místo *zemřít*), dysfemismy (slova zhrubělá, např. *držka*), slova dětská (např. *máma, papat*) a vulgarismy (výrazy nezdvořilé, užívané v neformálních situacích, např. *hovno*).¹⁴⁵

¹⁴² Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 131.

¹⁴³ Nociónální význam mají podle Jíka jednotky sloužící pouze k základnímu pojmenování reality.

¹⁴⁴ Zima 1961, s. 42.

¹⁴⁵ Zima 1961, s. 42.

c) Expresivita lexikálně sémantická

- Je spjata přímo se základním významem lexikální jednotky,¹⁴⁶
- patří sem také citoslovce (např. *fuj*, *au*), slova onomatopoická (zvukomalebná, např. *píp*, *brum*) a slova od nich odvozená (např. *pípat*, *bručet*).^{147 148}

Při analýze nebudeme rozlišovat dílčí typy inherentní expresivity.

Příklady inherentní expresivity z textů:

Ale šuškal se, že tajní připouštějí, že vlastníci Mostecké ji tak trošičku tunelují. (Jiří Havel, Mostecká - Rozkradeno jest. Halelujá!)

Dokázat dětem, že dovedou strašně moc, ale musí ze sebe také něco vydat. Samozřejmě je musí vést tým nadšených kantorů, či jiných dospěláků. (Vlasta Bohdalová, Silní bez násilí)

K tomu, aby pracovití lidé rozdávali flákačům svůj poctivě nabytý majetek. (Jiří Havel, Pryč s vánoční levicovou propagandou!)

2. Expresivita adherentní

Expresivita adherentní vzniká tam, kde je neutrálnímu významu slova přiřazen příznak, takže „také slovo od původu neutrální může sémantickou změnou nabýt ustáleného významu expresivního.“¹⁴⁹ Potom má slovo více významů a je chápáno neutrálně nebo příznakově, a to podle kontextu, ve kterém je užito. Kontext je zde podstatný, adherentní expresivita je s ním těsně spjata.¹⁵⁰

- Např. *vůl*, *palice*¹⁵¹

¹⁴⁶ Jílek 2005, s. 24.

¹⁴⁷ Jílek 2005, s. 23-24.

¹⁴⁸ Zima 1961, s. 43.

¹⁴⁹ Zima 1961, s. 43.

¹⁵⁰ Zima 1961, s. 43.

¹⁵¹ Zima 1961, s. 43.

Příklady adherentní expresivity z textů:

Možná, že si řada voličů vzpomene na lživé plakáty, které varovaly před politickými dinosaury, aby umožnili těm novým a neověřeným politikům lhát a krást. (Antonín Sed'a, Co vlastně očekávat v novém roce 2012?)

Potěmkinovy vesnice evropského vzdělání a výzkumu nadchnou leda kvantitativní ukazatele statistiky. (Jiří Havel, Stíny evropského summitu)

3. Expresivita kontextová¹⁵²

„Expresivita kontextové je v rámci stylizace textu využíváno k dosažení zvláštního sémantického efektu, kterým může být ironie, slovní humor. Jde v zásadě o úmyslné nenáležité užití jazykové jednotky v širším smyslu slova.“¹⁵³

Expresivita však v tomto případě není spojena s významovou změnou slova, ale je působena interferencí dvou různých stylistických vrstev.¹⁵⁴

Příklady kontextové expresivity z textů:

*Hned ve svém prvním vystoupení na **parlamentní půdě** nazval ČSR obludou a tvrdil, že „proti naší vůli nás připojili ke Slovensku.“* (Stanislav Křeček, Skandální urážka českých odbojářů!)

*Zemřel ve vězení Mírov v r. 1957. A jen tento jeho poválečný osud by měl z tohoto politika **činit** hrdinu protikomunistického odboje, hodného pomníku v hlavním městě České republiky?* (Stanislav Křeček, Skandální urážka českých odbojářů!)

Expresivní výrazy jsou v jazyce politiky velmi četné, přičemž expresiva hanlivá jsou nápadnější než pochvalná.¹⁵⁵ Bartošek také říká, že vulgární výrazy jsou projevem politické nízkosti a nenávisti.¹⁵⁶ Expresivní a emotivní pojmenování jsou „tradičními prostředky stimulujícími persvazivní účinek publicistického textu. ... Nejenom tím, že svou

¹⁵² Expresivita kontextová nepatří mezi druhy expresivity lexikální, ale její výskyt v našem průzkumu není vyloučen.

¹⁵³ Jílek 2005, s. 25.

¹⁵⁴ Zima 1961, s. 44.

¹⁵⁵ Bartošek 1993, s. 11.

¹⁵⁶ Bartošek 1993, s. 11.

pragmatickou významovou složkou implikují pozitivní či negativní hodnocení autora textu, ale především tím, že působí na emoce recipienta, umocňují i komunikační efekt sdělení“¹⁵⁷

2. Slova hodnotící

Hodnotícími pojmenováními autor subjektivně hodnotí určitou skutečnost. Hodnotící adjektiva, případně hodnotící adverbia jsou podle Jaklové nejnápadnějšími lexikálními prostředky s persvazivní funkcí.¹⁵⁸

Příklady z textů:

*Zcela **absurdní** je však arogance železničního personálu vůči pasažérům, kteří byli štěnicemi ve vlaku napadeni a liknavost vedení ČD s omluvou. (Milan Chovanec, Štěnice v lůžkových vozech jako konkurenční výhoda?)*

*Leckterý člověk v produktivním věku, který má dnes do penze ještě daleko, považuje důchod také za dávku, což je **nebezpečný** omyl. (Libor Rouček, Zneužívání dávek – kouřová clona ODS)*

3. Invektiva

Invektiva jsou zkarikovaná, hanlivá vlastní jména politiků nebo hanlivé přezdívky, často tvořené politiky samými.¹⁵⁹ Jde především o vlastní jména a příjmení, názvy politických stran, které mohou mít persvazivní a získávací potenciál.¹⁶⁰

Příklad z odborné literatury:

Tupolánek.¹⁶¹

¹⁵⁷ Jaklová 2002, [online].

¹⁵⁸ Jaklová 2002, [online].

¹⁵⁹ Bartošek 2007, s. 91.

¹⁶⁰ Balowski 2005, s. 15.

¹⁶¹ Bartošek 2007, s. 91.

6. Semaziologicko-onomaziologické derivace

Název zastřešuje obrazná pojmenování jako je metafora, metonymie, synekdocha a další, která „v publicistickém textu aktualizují skladebné konstrukce a jejich lexikální významy, vytvářejí nové asociace a posunují význam formálních i významových složek jazyka.“¹⁶²

„Obrazy objevující se v publicistice jsou v podstatě založeny na využití konotovaných významů, na určitém typu přenášení podoby myšlenky, vlastnosti, jevu a děje, na metaforičnosti v celé své šíři.“¹⁶³ Dále podle Čechové obrazná pojmenování zajišťují zesilující působení publicistických projevů zvláště obrazná pojmenování nová, která můžeme v publicistickém textu považovat za prostředek stylové aktivizace.¹⁶⁴ „Právě prostřednictvím obrazů jsou odhaleny i projevy kladného nebo záporného vztahu autora k obsahu sdělení a projev by měl nabývat na působivosti.“¹⁶⁵ Obrazná pojmenování tedy mohou mít persvazivní a získávací potenciál.

1. Metafora

Obrazné pojmenování, které vzniká přenesením názvu na základě podobnosti. Podle Krobotové může metafora vyjadřovat podobnost v tvaru, v barvě, v umístění, v rozsahu, ve funkci apod.¹⁶⁶

V publicistických textech plní metafory svou sdělnou funkci, ale také poutají čtenářskou pozornost a dodávají jazykovému projevu živost a naléhavost.¹⁶⁷ „Metafory jsou typickým prostředkem lexikální výstavby politických textů.“¹⁶⁸

Jílek dělí metafory podle jejich ustálenosti na aktuální a uzuální.¹⁶⁹ Uzuální metafory jsou pevně ustálená přenesená pojmenování, která mohou fungovat i jako expresivní

¹⁶² Jaklová 2002, [online].

¹⁶³ Čechová 1997, s. 182.

¹⁶⁴ Čechová 1997, s. 182.

¹⁶⁵ Čechová 1997, s. 182.

¹⁶⁶ Krobotová 2001, s. 40.

¹⁶⁷ Čechová 1997, s. 182.

¹⁶⁸ Bartošek 1993, s. 11.

¹⁶⁹ Jílek 2005, s. 44-45.

synonyma, ustálená spojení nebo frazeologická spojení.¹⁷⁰ V naší práci budeme pracovat s metaforami aktuálními. „Jejich smyslem je zprostředkovat nové vidění skutečnosti, popř. vyjádřit se neotřele, zajímavě, vtipně (tzv. aktualizace, např. v novinářských textech).“¹⁷¹ Mohou tedy mít persvazivní a získávací potenciál.

Příklady z textů:

*Bohužel se ve vlastní straně už nemá skoro koho zeptat na ekonomickou problematiku, protože jeden z posledních národohospodářů (myslím Martina Doktora) mu nedávno **položil legitimaci k nohám**.* (Ladislav Velebný, Premiérovi pozdní partyzáni)

*První etapu této války ČEZ remizoval a **padla hlava jeho šéfa**.* (Jiří Havel, Mostecká - Rozkradeno jest. Halelujá!)

2. Personifikace

Personifikace, což je „přisuzování dějů a vlastností charakteristických pro člověka předmětům neživým, různým jevům a také zvířatům“,¹⁷² je často kvalifikována jako zvláštní druh metafory a jak zmiňuje Čechová, personifikace patří k nejčastějším postupům při vytváření obrazných vyjádření.¹⁷³ „Tím, že přisuzuje neživým věcem lidské vlastnosti a schopnosti, působí více na emoce recipientů než na jejich rozum. Zároveň je vždy sémanticky průhledná; to pozitivně ovlivňuje její persvazivní schopnost a dynamizuje text.“¹⁷⁴

Příklady z textů:

*Mluvilo se o snižování počtu výborů a **strany vládní koalice se tvářily, jak jsou zodpovědné**...* (David Rath, Černí dinosauři z Věcí veřejných)

*Jsmo zde svědky toho, kdy **se ODS vědoma si své klesající oblíby u voličů snaží rozehrávat** proti sobě skupiny obyvatel, kterým se dnes nevede zrovna nejlíp a od nového roku nejvíce pocítí zvyšování cen.* (Libor Rouček, Zneužívání dávek – kouřová clona ODS)

¹⁷⁰ Jílek 2005, s. 45.

¹⁷¹ Jílek 2005, s. 44-45.

¹⁷² Encyklopedický slovník češtiny, s. 312.

¹⁷³ Čechová 1997, s. 182.

¹⁷⁴ Jaklová 2002, [online].

Vládě se navíc nedaří zorientovat v tom, co je v Evropě onou „současnou situací“, tedy v tom, co se děje v našem vnějším prostředí. (Bohuslav Sobotka, Drahá lekce)

3. Metonymie

Metonymie vzniká přenesením významu slova nebo jeho kombinace z jednoho denotátu na druhý, a to na základě věcné souvislosti.¹⁷⁵ Existuje několik druhů metonymie: metonymie etymologická, kontextová, strukturní, k metonymii můžeme řadit také perifrázi, kdy jednoduchá pojmenování nahrazujeme opisem a litotes, což je „zjemnění, zmírnění určitého výrazu tím, že se popírá jeho protiklad“,¹⁷⁶ např. *Není to dobré.* místo *Je to špatné.*

Metonymie může být stejně jako metafora dělena na aktuální a uzuální.¹⁷⁷ Stejně jako v případě metafor se budeme v naší práci soustředit na metonymii aktuální, která může mít persvazivní a získávací potenciál.

Příklady z textů:

Dnes posílá česká vláda do světa spíše vlny neklidu a skepse. (Bohuslav Sobotka, Drahá lekce)

Zelení se totálně zdiskreditovali právě tím, že něco jiného říkali a něco úplně jiného dělali. (David Rath, Čiperní dinosauři z Věcí veřejných)

Španělsko se tedy celé zahalilo do modré barvy. (Kateřina Bocianová, (Ne)očekávaná realita voleb ve Španělsku)

4. Synekdocha

Synekdoha vzniká přenesením slova na základě rozsahových poměrů, tzn. přenesení pojmenování části za celek či celku za část.¹⁷⁸ Je blízká metonymii, bývá považována za její druh.¹⁷⁹

¹⁷⁵ Krobototvá 2001, s. 41.

¹⁷⁶ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 253.

¹⁷⁷ Jílek 2005, s. 47.

¹⁷⁸ Krobototvá 2001, s. 41.

¹⁷⁹ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 471.

Příklady z textů:

*Nikdy zatím nebyla taková šance nahlédnout **do střev** pražské ODS a soc. demokracie, ...* (Petr Uhl, Větrání peleše kmotrovské)

*Příběh **mosteckého uhlí** je jenom "standardním" příběhem české privatizace.* (Jiří Havel, Mostecká - Rozkradeno jest. Halelujá!)

5. Přirovnání

Přirovnání je, jak konstatuje Jílek, založeno podobně jako metafora na vztahu podobnosti a v úplné podobě má pět členů. To, co přirovnáváme, sponu, společnou vlastnost, formální ukazatel a to, k čemu přirovnáváme. Spona a společná vlastnost ale nemusí být vždy užity.¹⁸⁰

Je nutné rozlišovat ustálená přirovnání, která patří do frazeologie a idiomatiky, od přirovnání neustálených neboli autorských.¹⁸¹ Pro naši práci jsou podstatná přirovnání autorská.

Přirovnání „vyjadřuje nejčastěji hodnocení, ale i postoje nebo intenzifikaci.“¹⁸² Může tedy do textu vnést persvazivní a získávací funkci.

Příklady z textů:

*Spíše **jsem zase vypadal jako pitomec**.* (Jiří Havel, Kdo má hlídat politické strany?)

*Náš pokus zastavit nespravedlivé vládní zákony měl charakter maratonu a **dopadl podobně jako antická bitva u Thermopyl** ...* (Bohuslav Sobotka, Po bitvě (Zpráva od Thermopyl))

6. Frazeologismy

Za frazeologismy považujeme „víceslovná pojmenování ustálená s přeneseným významem.“¹⁸³ Ustálenost je jejich základní vlastností. Význam frazeologismu nelze vyvodit z významů jednotlivých složek.¹⁸⁴

¹⁸⁰ Jílek 2005, s. 47.

¹⁸¹ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 356.

¹⁸² Lotko 1997, s. 99.

¹⁸³ Jílek 2005, s. 73.

Frazeologismy můžeme rozlišovat podle míry frazeologizace na frazeologismy s jedním frazeologizovaným členem nebo na frazeologismy frazeologizované jako celek. Podle jiné typologie dělíme frazeologismy na frazémy nevětné a frazémy větné. Mezi těmito typy se nachází typ přechodový, kterým jsou rčení (úsloví).¹⁸⁵

Příklady z textů:

*Při bližším pohledu zjistíme, že pan ministr dvakrát lhal ... a zcela se vyhnul hlavní otázce ve stylu **já o voze, ty o koze**.* (Vlasta Bohdalová, Já. Jediný opravdový odborář)

*Z investovaných peněz něco bylo, teď utrácíme **jako o život**, abychom se měli hůř.* (Bohuslav Sobotka, Na ulici)

7. Dílčí shrnutí lexikální roviny

V analyzovaném vzorku jsme v rámci lexikální roviny identifikovali 450 jednotek s persvazivním a získávacím potenciálem. Při rozdělení podle rozsahu používání byla nejčastější slova obecné češtiny, která se vyskytla v 9 případech. Regionalismus, ani dialektismus jsme nezaznamenali.

Mezi prostředky užívanými v určitém sociálním prostředí jsme identifikovali pouze 4 slangismy. Argotismus se v našem vzorku nevyskytl.

Při rozdělení prostředků podle příslušnosti ke stylovým vrstvám jsme zjistili výsky 24 hovorových slov, 15 publicismů, 5 slov knižních a žádného poetismu.

Mezi jednotkami rozdělenými podle časového zařazení se v našem vzorku nejčastěji vyskytovaly neologismy, a to ve 13 případech včetně jednoho okazionalismu. Archaismů jsme zaznamenali 5. Historismů 0.

Jazykové prostředky rozdělené podle citového zabarvení jsme dále dělili na expresiva inherentní, u nich jsme identifikovali 31 případů výskytu, adherentní, 19 případů výskytu a kontextová, která jsme rozpoznali 21 krát. Slova hodnotících bylo v našem vzorku 43. Invektivum se nevyskytlo ani v jednom případě.

Mezi semaziologicko-onomaziologickými derivacemi se nejčastěji vyskytovala personifikace. Zjistili jsme ji 81 krát. Dále metonymie se 76 výskyty a metafora se 64 případy

¹⁸⁴ Jílek 2005, s. 73.

¹⁸⁵ Jílek 2005, s. 74.

výskytu. Méně často vzorek obsahoval synekdochu – ve 20 případech, přirovnání ve 14 případech a frazeologismy, které jsme identifikovali v 6 případech.

6. Rovina syntaktická

Nejběžnějšími syntaktickými prostředky persvaze jsou podle Jaklové řečnické figury, u kterých dochází k rozporu mezi gramatickým a aktuálním obsahem sdělení, čímž je výpověď aktualizována a nabývá tak expresivní charakter.¹⁸⁶ Mezi takové řečnické figury patří řečnická otázka a řečnická odpověď, také imperativ, věta přací a zvolací a opakovací řečnické figury.

K dalším syntaktickým prostředkům s persvazivním a získávacím potenciálem řadíme apoziopcezi, samostatný větný člen a osamostatněný větný člen.¹⁸⁷ Tuto skupinu syntaktických konstrukcí, které se „jeví jako zvláštní a slohově výrazně příznakové, expresivní,“¹⁸⁸ nazývá Hubáček zvláštnostmi větné stavby.¹⁸⁹

Persvazivní a získávací potenciál má také subjektivní větné členění, jehož stylová hodnota je emocionální.¹⁹⁰

1. Řečnická otázka

Řečnická otázka je typ tázací věty užívaný místo věty oznamovací, ale s netázací funkcí, její komunikativní funkce je, jak udává Mrázková, jiná. Je jí „tvrzení, tj. takové sdělení, které není prostým oznámením, ale vyjadřuje jisté zaujetí mluvčího pro to, co je sdělováno.“¹⁹¹ Sama tázací věta v tomto případě obsahuje i odpověď na otázku, čímž podle Hubáčka dostává otázka charakter důrazného sdělení.¹⁹²

Řečnické otázky „vyjadřují buď námitku, odmítnutí, negativní reakci na něčí tvrzení, návrh, nebo výtku, pokárání...“¹⁹³

„Uvedení otázky je nadbytečné, věc by se dala vyjádřit i bez ní, ale pak by sdělení působilo méně expresivně a zmenšilo by se i významové napětí, kterého chce produktor dosáhnout.“¹⁹⁴

¹⁸⁶ Jaklová 2002, [online].

¹⁸⁷ Hubáček 1987, s. 160.

¹⁸⁸ Hubáček 1987, s. 160-162.

¹⁸⁹ Hubáček 1987, s. 160.

¹⁹⁰ Krobotová 2001, s. 73.

¹⁹¹ Mrázková 2005, s. 136.

¹⁹² Hubáček 1987, s. 142.

¹⁹³ Encyklopedický slovník češtiny, s. 302.

Text, který obsahuje řečnickou otázku, může, ale nemusí obsahovat i odpověď. Protože je tato odpověď otázkou již implikována, a je tedy zřejmá, nemusí být odpověď na řečnickou otázku verbalizována.¹⁹⁵

Mrázková shledává persvazivnost řečnické otázky v tom, že „řečnická otázka jako tvrzením formě tázací věty je tvrzením se silnější jistotní modalitou, než by bylo odpovídající tvrzení ve formě oznamovací věty.“¹⁹⁶

Příklady z textů:

*... je na stejném pomníku uvedeno jméno letce Josefa Brykse. **K čemu spojování těchto dvou nesouměřitelných osudů na stejném místě?*** (Stanislav Křeček, Skandální urážka českých odbojářů!)

*Německo by tedy mělo konat a udělat něco zásadního pro udržení eurozóny a zabránění tomu, aby EU i svět upadly do recese. **Jenomže co má udělat?*** (Jan Mládek, Jak má Německo zachránit euro a neskončit při tom jako Irsko?)

*Dnes ještě více lidí než před lety, zejména mladých, nepovažuje „politiku“ za prosazování veřejných zájmů, nýbrž za mocensko-stranické přetahování se a za svinstvo. **Půjde ještě vůbec někdo k volbám?*** (Petr Uhl, Větrání peleše kmotrovské)

2. Řečnická odpověď

Řečnická odpověď slouží mluvčímu ke zdůraznění obsahového prvku, který má v jeho následujícím sdělení být centrem pozornosti.¹⁹⁷ Hubáček říká, že je to „tázací věta, na niž navazuje odpověď.“¹⁹⁸

Příklady z textů:

*Jaký je závěr? **Efekt školného pro kvalitu vysokého školství je mírně řečeno neprůkazný...*** (Libor Rouček, Za koho kope ministr Dobeš?)

Co chceme? Sociální stát bez deficitů. (Bohuslav Sobotka, Na ulici)

¹⁹⁴ Jaklová 2002, [online].

¹⁹⁵ Mrázková 2005, s. 137.

¹⁹⁶ Mrázková 2005, s. 137.

¹⁹⁷ Hubáček 1987, s. 182.

¹⁹⁸ Hubáček 1987, s. 142.

A policie? Ta svou neschopnost omlouvá, že prý ještě není dost nezávislá... (Jiří Havel, Kdo má hlídat politické strany?)

3. Imperativ, věta zvolací a přací

Imperativy a věty zvolací a přací jsou prostředky signalizujícími kontakt s adresátem.¹⁹⁹

Imperativ je podle Krobotové přímým prostředkem k tomu, jak přimět adresáta, aby vykonal či nevykonal nějakou činnost. Rozkazovací věty jsou v publicistické oblasti velmi častými nositeli výzvové a agitační funkce projevu,²⁰⁰ mohou tedy mít persvazivní a získávací potenciál.

Příklady z textů:

*Trápí tě obvyklé nemoci stáří a potřebuješ své léky? **Zaplat'!*** (Jiří Koskuba, Z poslaneckého deníku XV. – Seniore, zaplat', zaplat', zaplat'!)

***Doufejme**, že ne definitivně.* (Bohuslav Sobotka, Po bitvě (zpráva od Thermopyl))

Věty zvolací a přací²⁰¹ jsou podle Hubáčka příznačné pro stylovou oblast hovorovu a zvláště konverzační²⁰² a Krobotová dodává, že jsou nejfrekventovanější v projevech mluvených, mají své místo i v oblasti publicistické pro svůj apelový charakter²⁰³ a mohou se vyskytovat v psaném textu. Stejně jako věty rozkazovací, i věty přací jsou velmi častými nositeli agitační a výzvové funkce projevu,²⁰⁴ a mají tak persvazivní a získávací potenciál.

Příklady z textů:

Kéž se budete moci naší dnešní šarvátce smát. (Jiří Koskuba, Z poslaneckého deníku XIV. – Šašci nebo pěšáci?)

Snad to panu Stanjurovi někdo vysvětlí. (Bohuslav Sobotka, Obstrukce a demokracie)

¹⁹⁹ Čechová a kol. 1997, s. 190.

²⁰⁰ Hubáček 1987, s. 143.

²⁰¹ Větám zvolacím v naší práci nevěnujeme pozornost, protože jejich rozlišení je založeno primárně na způsobu intonačních přednesení, které jakožto prvek mluveného projevu není předmětem naší práce.

²⁰² Hubáček 1987, s. 143.

²⁰³ Krobotová 2001, s. 68.

²⁰⁴ Hubáček 1987, s. 143.

4. Opakovací řečnické figury

Velká část řečnických figur je založena na opakování slov i vyšších celků. Funkcí tohoto opakování je podle Lotka hlavně ozvláštnění textu.²⁰⁵ Ozvláštněním myslíme nečekaný návrat, opakování již realizovaného prvku v lineárně tvořeném souvislém textu.²⁰⁶ Kromě ozvláštnění textu může opakování zdůraznit myšlenku či zesílit expresi,²⁰⁷ což dává opakovacím figurám persvazivní a získávací potenciál.

Lotko mezi opakovací řečnické figury řadí:²⁰⁸

- **anadiplozi** (tj. opakování slova na začátku věty a na konci věty předcházející),
- **anaforu** (tj. opakování stejných slov na začátku sousedních vět),
- **epandiplozi** (tj. opakování stejných slov na začátku i na konci souvětí),
- **epanastrofu** (tj. opakování stejných slov na konci jednoho a na začátku druhého větného celku),
- **epiforu** (tj. opakování stejných slov na koncích vět),
- **epizeuxis** (tj. opakování stejného slova v jedné větě několikrát za sebou),
- **pleonasmus** (tj. seskupení souznačných či významově blízkých slov, opakování věcí z různých hledisek),
- **polypoton** (tj. opakování slova v jiné gramatické formě),
- **polysyndeton** (tj. opakování hlavně souřadících spojek ve větě),
- **tautologii** (tj. opakování slova ve stejné podobě nebo ve slovotvorné obměně),
- **syntaktický paralelismus** (tj. opakovací figura, která vzniká opakováním stejných nebo podobných syntaktických konstrukcí po sobě následujících).

Opakovací řečnické figury v naší analýze pojmem jako jeden syntaktický prostředek.

²⁰⁵ Lotko 1997, s. 89.

²⁰⁶ Lotko 1997, s. 89.

²⁰⁷ Lotko 1997, s. 89.

²⁰⁸ Lotko 1997, s. 92-95.

Příklady z textů:

Jak máme udržet chod nemocnic a nezadlužovat je, když nám vláda posílá stále méně a méně peněz? (David Rath, Virtuální rozpočet)

Pan John si teď do něj lehne a oni ho pěkně zahází. A on bude šťastný, že leží v hrobě za nějakých 23 tisíc měsíčně navíc. (David Rath, Čiperní dinosauři z Věcí veřejných)

Co však dělat v případě, že výchova mladého člověka selhává a škole se ne a ne daří napravit chyby rodičů? (Vlasta Bohdalová, Silní bez násilí)

5. Apoziopce

Apoziopce je neukončená výpověď, „redukce konce syntaktické konstrukce v textové jednotce.“²⁰⁹ Toto neukončení je záměrné, způsobené citovými důvody nebo vpadnutím do řeči, v psaném projevu je graficky naznačeno (třemi tečkami nebo pomlčkou). Apoziopce má emocionální charakter, ožívuje text a může tedy mít persvazivní a získávací potenciál. Je nutné ji odlišovat od přerušované výpovědi.^{210 211}

Příklady z textů:

Kdykoliv se politika dramaticky vzdálí od reality, nastoupí realita do ulic a politiku dříve či později smete... (Bohuslav Sobotka, Obstrukce a demokracie)

Píši tyto řádky v předvečer onoho památného dne, nevím kolik lidí se zastaví na Národní třídě, kolik lidí přijde vyjádřit nespokojenost na Václavské náměstí a jiná ohlášená místa, jedno je však jisté... (František Bublan, XXII. symbol svobody)

6. Samostatný větný člen

Samostatný větný člen je vyčleněn ze základní věty tehdy, když na něj autor klade důraz. Je postaven zpravidla před základní větu²¹² a v té je pak nahrazen odkazovacím zájmenem.²¹³ „Tento postup vede k silnému zvýraznění daného větného členu.“²¹⁴

²⁰⁹ Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 44.

²¹⁰ Krobotová 2001, s. 72.

²¹¹ Srov. příklad apoziopce Skoč, nebo... a příklad přerušované výpovědi Pane Pištore, já bych... ani nevíte jak... totiž abyste věděl... (K. Čapek) – Krobotová 2001, s. 72.

²¹² Hubáček 1987, s. 162.

²¹³ Krobotová 2001, s. 72.

Samostatný větný člen je prostředek pro citové, často expresivní vyjádření,²¹⁵ může mít persvazivní a získávací potenciál. Do publicistických sdělení bývá zařazován zvláště tehdy, mají-li funkci výzovou nebo agitační.²¹⁶

Příklad z textů:

Rozvrat bezpečnostních složek a jednotného záchranného systému. To je cesta do pekla. (David Rath, Virtuální rozpočet)

7. Osamostatněný větný člen

Osamostatněný větný člen má formu zcela samostatné věty. Je vydělen z věty, která stojí před ním a významově i formálně s ní souvisí.²¹⁷ Osamostatněný větný člen „může představovat buď jen větný člen základní věty, nebo větu vedlejší na základní větě závislou.“²¹⁸

Osamostatnit lze kterýkoliv větný člen. Toto osamostatnění, které projevu dává emocionální zabarvení²¹⁹ a umožňuje vyniknout osamostatněným obsahovým prvkům,²²⁰ může přenést projev do hovorové roviny.²²¹ Díky emocionálnímu zbarvení může mít osamostatněný větný člen persvazivní a získávací potenciál.

Příklad z textů:

Nestačí se ani opravovat rozpadající se silnice a počet děr v silnicích prudce stoupá.
Proč? (David Rath, Virtuální rozpočet)

*Přesto zůstává divadelním myslitelem, který unesl svou větší historickou roli. Musel, neměl na vybranou. **Poklona.*** (Jiří Havel, Poslední opona pro Václava Havla)

²¹⁴ Hubáček 1987, s. 162.

²¹⁵ Krobotová 2001, s. 72.

²¹⁶ Hubáček 1987, s. 162.

²¹⁷ Hubáček 1987, s. 162.

²¹⁸ Hubáček 1987, s. 162.

²¹⁹ Krobotová 2001, s. 73.

²²⁰ Hubáček 1987, s. 162.

²²¹ Krobotová 2001, s. 73.

8. Subjektivní větné členění

Subjektivní větné členění neboli subjektivní pořádek slov je označení pro obrácený sled větných členů.²²² Bezpříznakové je větné členění tehdy, je-li pořadí členů věty východisko – přechodný člen – jádro.²²³ Takový pořádek slov, který postupuje od východiska věty²²⁴ k jejímu jádru²²⁵, od známého k neznámému, nazýváme objektivní.

Při subjektivním větném členění je sled členů věty obrácený, a to jádro – přechodný člen – východisko.²²⁶ Postupuje se tedy od jádra výpovědi k východisku. Tímto uspořádáním autor textu vyjadřuje svůj individuální až emotivní postoj ke sdělovanému obsahu a „dále, že sdělovaný obsah je jím nějak hodnocen, např. jako neočekávaný, překvapivý, nápadný nebo jako hodný pozornosti.“²²⁷ Subjektivní větné členění tedy může mít persvazivní a získávací potenciál.

Příklad z textů:

Přijímal jsem tak plnými doušky onu kulturu vpravdě lidovou, šířenou našim šťastným dětem, zejména pak v pohádkovém duchu. Léta jsem takovou příležitost neměl. (Jiří Havel, Pryč s vánoční levicovou propagandou!)

9. Dílčí shrnutí syntaktické roviny

V rámci syntaktické roviny jsme v našem vzorku identifikovali 140 jazykových prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem. Nejvíce bylo řečnických otázek. Vyskytly se 52 krát. Řečnických odpovědí ve vzorku bylo méně, konkrétně 36. Celkový počet 11 výskytů jsme identifikovali u apoziopce. V devíti případech jsme zaznamenali opakovací řečnické figury a také osamostatněný větný člen. S 8 případy výskytu následuje subjektivní větné členění, v 6 případech jsme zjistili věty zvolací a přací, v 5 případech samostatný větný člen a pouze ve 4 případech jsme odhalili imperativ.

²²² Hubáček 1987, s. 166.

²²³ Hubáček 1987, s. 166.

²²⁴ Východisko věty označujeme též jako téma.

²²⁵ Jádro věty označujeme též jako réma.

²²⁶ Hubáček 1987, s. 166.

²²⁷ Encyklopedický slovník spisovné češtiny 2002, s. 427.

7. Závěr

V naší bakalářské práci jsme se snažili o vytvoření typologie morfologických, lexikálních a syntaktických prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem, o následnou analýzu těchto prostředků a o syntézu získaných poznatků.

Výsledkem je zjištění, že nevíce jazykových prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem jsme identifikovali v rámci lexikální roviny. Bylo jich celkem 450. Nejčastěji se vyskytovala obrazná pojmenování. Personifikace se ve vzorku vyskytla 81 krát, další byla metonymie, a to 76 krát a po ní metafora s 64 případy. Dalším výrazným jazykovým prostředkem lexikální roviny jsou podle naší analýzy hodnotící slova či synekdochy. Výrazná byla také expresiva, zejména inherentní. Nižší frekvenci výskytu jsme zaznamenali u kontextové expresivity, adherentní expresivity, přirovnání, hovorových slov, publicismů, neologismů a slov obecné češtiny. Velmi málo se ve vzorku vyskytovaly slangismy, knižní slova, archaismy a frazeologismy. U některých prostředků jsme dokonce nezaznamenali ani jeden případ výskytu. Jsou to invektiva, regionalismy, dialektismy, argotismy, poetismy a historismy.

Jazykových prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem roviny syntaktické jsme identifikovali 140. Nejčastěji se vyskytovala řečnická otázka, konkrétně v 52 případech a řečnická odpověď, v 36 případech. Ostatní persvazivní a získávací prostředky syntaktické roviny se vyskytovaly poměrně málo. Patří mezi ně apoziopse, osamostatněný větný člen, opakovací řečnické figury, subjektivní větné členění, věty zvolací a přací nebo samostatný větný člen. Nejméně krát jsme při analýze zaznamenali výskyt imperativů, a to pouze 4 krát. Nejméně početnou skupinou jazykových prostředků s persvazivním a získávacím potenciálem jsou podle naší analýzy prostředky morfologické. Tuto skutečnost jsme také předpokládali. Nevyšší frekvenci výskytu ve vzorku měly apelové částice. Identifikovali jsme je ve 24 případech. 15 krát jsme zjistili přítomnost částic strukturujících text a také určitých číslovek užívaných jako zástupců číslovek neurčitých. Relativně často se ve vzorku vyskytovaly i koncovy –ové v 1. pádu množného čísla vzoru pán a muž. Bylo jich 14. Dále jsme 13 krát zjistili výskyt vokativu. Podobně tomu bylo u emocionálních a žádacích částic. Velmi málo byla ve vzorku zastoupena slovesa v nedokonavém a dokonavém vidu s persvazivním a získávacím potenciálem, zvukomalebná citoslovce, superlativy či prospěchový dativ. Pouze v jednom případě se vyskytlo osobní zájmeno v pozici podmětu, stejně tak tomu bylo s výskytem zvukomalebného citoslovce. Zbylé prostředky morfologické roviny, tedy koncovka –i v 1. pádu množného čísla jmen zakončených na –ita, –ista, –asta, neshoda v rodě

řídícího substantiva a postponovaného atributu, užití životných tvarů u neživotných jmen, dativ sdílnosti, zesílený imperativ, příslovce a kontextová citoslovce nebyly při analýze zjištěny ani v jednom případě.

Cílem naší práce bylo na základě teoretických poznatků vytvořit funkční analytický rámec a identifikovat tak dané jazykové prostředky. Této identifikace jsme dosáhli, a tak jsme ověřili výskyt persvazivního a získávacího potenciálu v politických komunikátech.

8. Seznam použité literatury

BALOWSKI, Mieczysław: Vlastní jména jako prostředek persvaze v polském tisku. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005.

BARTOŠEK, Jaroslav: *Jazyk současné české politiky*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého v Olomouci, 1993.

BARTOŠEK, Jaroslav: *Kultura manažerské komunikace*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2003.

BARTOŠEK, Jaroslav: *Kultura věcné jazykové komunikace*. Olomouc: Univerzita Palackého, 1996.

BARTOŠEK, Jaroslav: *Nosiče persvazivních sdělení v politickém diskurzu*. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005.

BARTOŠEK, Jaroslav: *Přesvědčování a manipulace v politické žurnalistice*. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Od informace k reklamě*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2007.

BARTOŠEK, Jaroslav: *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002.

BEČKA, Josef Václav: *Česká stylistika*. Praha [s.n.], 1968.

ČECHOVÁ, Marie a kol.: *Současná česká stylistika*. Praha: ISV, 2003.

ČECHOVÁ, Marie a kol.: *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008.

ČECHOVÁ, Marie a kol.: *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV, 1997.

ČMEJRKOVÁ, Světlá – HOFFMANNOVÁ, Jana: *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003.

DANEŠ, František a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997.

DANEŠOVÁ, Barbora a kol.: *Poznámky k argumentaci*. Ústí nad Orlicí: OFTIS, 2006.

DAVIDOVÁ, Dana: *Kapitoly z dialektologie*. Ostrava: Ostravská univerzita, 1992.

EARLS, Mark: *7 principů masového marketingu*. Brno: Computer Press, 2008.

ERHART, Adolf: *Úvod do jazykovědy*. Brno: Masarykova univerzita, 2001.

- GRÁC, Ján: *Persuázia: Ovpływňovanie človeka človekom*. Martin: Osveta, 1988.
- HUBÁČEK, Josef: *Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství 1.–4. ročníku základní školy*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987.
- CHRZ, Vladimír: *Metafory v politice*. Praha: Psychologický ústav Akademie věd České republiky v Praze, 1999.
- JELÍNEK, Milan a kol.: *Argumentace a umění komunikovat*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 1999.
- JENČA, Imrich: *Persuazívne postupy v žurnalistických komunikátoch a ich frekvencia v masových médiách*. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005.
- JÍLEK, Viktor: *Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005.
- JÍLEK, Viktor: *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009.
- JÍLKOVÁ, Hana: *Persvazivní metody v reklamním textu*. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005.
- JIRÁK, Jan – ŘÍCHOVÁ, Blanka: *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000.
- KARLÍK, Petr - NEKULA, Marek - PLESKALOVÁ, Jana (eds.): *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002.
- KARLÍK, Petr - NEKULA, Marek - ROUSÍNOVÁ, Zdenka (eds.): *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008.
- KROBOTOVÁ, Milena: *Úvod do české stylistiky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001.
- LEANNEOVÁ, Shelly: *Rétorika pro lídry: Řekněte to jako Obama*. Brno: Computer Press, 2011.
- LOTKO, Edvard: *Kapitoly ze současné rétoriky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 1997.
- MRÁZKOVÁ, Kamila: *Řečnické otázky v televizních diskusních pořadech*. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005.

MŽOURKOVÁ, Hana.: *Specifika komentáře se zaměřením na persvazi*. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005.

PETR, Jan – KROUZ, Jaroslav: *Mluvnice češtiny: vysokoškolská učebnice pro studenty filozofických a pedagogických fakult, aprobace český jazyk. Díl 2, tvarosloví*. Praha: Academia, 1986.

PETRÁČKOVÁ, Věra – KRAUS, Jiří a kol.: *Akademický slovník cizích slov, II. díl L-Ž*. Praha: Academia, 1995.

REIFOVÁ, Irena a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.

RÖHLICH, Alex: *Ideologie, jazyky, texty: analýza a interpretace textů Rudého práva z roku 1953 a 1975 a Práva z roku 1997*. Praha: Bor, 2008.

SOCHOVÁ, Zdeňka – POŠTOLKOVÁ, Běla: *Co v slovnících nenajdete: novinky v současné slovní zásobě*. Praha: Portál, 1994.

SRPOVÁ, Hana (red.): *Od informace k reklamě*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2007.

SRPOVÁ, Hana: *Manipulace a persvaze*. In SRPOVÁ, Hana (red.): *Od informace k reklamě*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2007.

SRPOVÁ, Hana (red.): *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005.

SVOZILOVÁ, Naďa: *Jak dnes píšeme / mluvíme a jak hřešíme proti dobré češtině*. Jinočany: HaH, 2000.

SZYMANEK, Krzysztof: *Umění argumentace: terminologický slovník*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003.

SZYMANEK, Krzysztof a kol.: *Umění argumentace: Úlohy na zkoumání argumentů*. Olomouc: UP, 2004.

ZIMA, Jaroslav: *Expresivita slova v současné češtině: studie lexikologická a stylistická*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1961.

9. Seznam online zdrojů

Česká strana sociálně demokratická: CVVM: V listopadu 2011 by ČSSD volilo 34,5% občanů. [online]. [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: <http://www.cssd.cz/aktualne/pruzkumy-verejneho-mineni/cvvm-v-listopadu-2011-by-cssd-volilo-34-5-volicu/>

JAKLOVÁ, Alena: *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*. In: *Naše řeč* [online]. [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>