

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ

KATEDRA ČESKÉHO JAZYKA A LITERATURY

NESPISOVNÉ VÝRAZY V MLUVENÝCH KOMUNIKÁTECH

ROZHLASOVÉ PUBLICISTIKY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Dana Šmatová

Učitelství pro základní školy, oborová kombinace: český jazyk - dějepis

Vedoucí práce: PhDr. Zdeněk Suda, CSc.

Plzeň, 2017

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Plzni, 1. března 2017

.....

vlastnoruční podpis

Poděkování

Děkuji PhDr. Zdeňku Sudovi, CSc., vedoucímu práce, za cenné rady, podnětné připomínky, trpělivost a ochotu.

Obsah

Úvod	6
Charakteristika diplomové práce	10
Metodika práce	10
Hypotézy.....	12
1 TEORETICKÁ ČÁST.....	14
1. 1 Úvod	14
1. 2 Čeština, komunikace, jazyk, řeč, média, masa, mediální komunikace	16
1. 3 Rozhlas.....	18
1. 3. 1 Historie rozhlasu u nás	19
1. 3. 2 Typy sdělovacích prostředků v rozhlasovém vysílání	20
1. 3. 3 Duální systém	21
1. 4 Specifika rozhlasového vysílání	22
1. 5 Jazyk rozhlasového vysílání z perspektivy pojmů úzus, norma, kodifikace.....	25
1. 6 Charakteristika publicistiky a rozhlasových žánrů	28
1. 6. 1 Publicistický (žurnalistický) styl a terminologické odlišnosti	28
1. 6. 1. 1 Mluvená publicistika	29
1. 6. 2 Rozhlasové žánry	29
1. 6. 3 Metody působení na recipienty a vývojové tendence rozhlasového jazyka	31
1. 7 Stratifikace českého národního jazyka.....	34
1. 7. 1 Útvary a poloútvary národního jazyka	34
1. 7. 1. 1 Spisovná čeština	35
1. 7. 1. 2 Nespisovná čeština	36
1. 7. 1. 3 Diglosie	36
2 PRAKTICKÁ ČÁST.....	38
2. 1 Výsledky dotazníku.....	38
2. 2 Charakteristika vybraných rozhlasových stanic.....	43
2. 3 Analýza komunikátů	44
2. 3. 1 Popis metodiky výzkumu	44
2. 3. 2 Zpravodajské publicistické žánry	46
2. 3. 2. 1 Zpráva specifická – předpověď počasí, dopravní zpravodajství	47
2. 3. 2. 2 Rozšířená zpráva, report.....	48
2. 3. 2. 3 Zpravodajský rozhovor	49

2. 3. 2. 4 Fíčrová zpráva	50
2. 3. 3 Publicistika racionálního typu.....	51
2. 3. 3. 1 Komentující, rozborový a portrétní rozhovor	51
2. 3. 4 Publicistika emocionálního typu.....	53
2. 3. 4. 1 Glosa	53
2. 3. 4. 2 Enterfilet	54
2. 4 Vyhodnocení zjištěných skutečností.....	54
2. 4. 1 Kvantitativní výsledky	54
2. 4. 2 Kvalitativní vyhodnocení	55
3 APLIKAČNÍ ČÁST.....	59
3. 1 RVP ZV a kritérium spisovného jazyka.....	59
3. 2 Publicistický styl v učebnicích českého jazyka pro základní vzdělávání	60
3. 3 Porovnání učebnic v jednotlivých ročnících	61
3. 4 Aktivita, úkoly a cvičení k vyučování češtině na 2. stupni ZŠ využívající specifika rozhlasového vysílání	64
4 VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ.....	68
ZÁVĚR	72
RESUMÉ.....	74
Literatura a další zdroje.....	76
Příloha 1: Dotazník (verze pro dospělé)	I
Příloha 2: Dotazník (verze pro žáky)	II
Příloha 3: Kodex Českého rozhlasu.....	III
Příloha 4: Úryvek z manuálu zpravodajství Rádía Impuls.....	IV

Úvod

„Vodpoledne bude fakt skvělý počasí, vobloha bez mráčku, na půlku řína překvapivejch a sakra příjemnejch vosumnáct stupňů. A zejtra to bude, vážení, nemlich to samý.“

(Hitrádio Dragon 16. 10. 2016 – předpověď počasí)

„Odpoledne bude jasno, teploměry naměří příjemných patnáct až osumnáct stupňů. Ani na zítra nehlásí meteorologové žádnou změnu.“

(ČRo Radiožurnál 16. 10. 2016 – předpověď počasí)

Rozhlasové vysílání je nedílnou součástí každodenního života. Rádio zapínáme při jízdě autem, v zaměstnání, po příchodu domů, při běžných činnostech, při odpočinku atd. Provozovatelé restaurací a kaváren využívají rozhlas jako příjemnou kulisu. Rozhlasové stanice lze naladit mobilním telefonem, cestovním přehrávačem hudby, poslouchat prostřednictvím internetu. Na rozdíl od televize toto médium vyžaduje sice aktivitu jen jednoho receptivního orgánu – sluchu, o to více je ale důležitý obsah a způsob podání mediálního sdělení. Naše pozornost není rozptylována obrazem, ale koncentruje se jen na zvukový kanál. Zákonitě potom dochází k tomu, že více či méně vědomě napodobujeme řeč, kterou z tohoto veřejného sdělovacího prostředku slyšíme; jeho mluvčí jsou pro nás řečovým vzorem, ať už v pozitivním, či negativním smyslu.

Jeden názorový proud tvrdí, že rozhlasové vysílání má v současné době v mediálním systému v podstatě marginální funkci. U mladé generace konzumentů mediálních sdělení můžeme (dle těchto tezí) dokonce hovořit o určitém přehlížení tohoto média¹.

Orientační dotazník, který je součástí této práce, ovšem prokázal, že rozhlasové vysílání cíleně upřednostňuje při jízdě autem 85 % respondentů, doma rádio denně zapíná 24 % respondentů, několikrát týdně 18 % a občas 39 % dotázaných z řad dětí i dospělých (podrobná charakteristika a analýza dotazníku na str. 32 - 37). Z těchto výsledků vyplývá, že poslech rozhlasu se nenachází na periférii nabídky mediálních sdělení.

¹ Dostupné z: <http://medialnigramotnost.fsv.cuni.cz/zobraz/clanek/rozhlasove-vysilani-v-cr-vcera-a-dnes>

Karel Šebesta ve své publikaci *Od jazyka ke komunikaci* uvádí, že v průměru máme zapnuté rádio 3 hodiny 20 minut denně. Ovšem soustředěně posluchač rozhlasové vysílání vnímá maximálně tři minuty, poté jeho pozornost ochabuje. Současné vnímání rozhlasu se projevuje tzv. **kulisovým poslechem**, což znamená, že publikum se cíleně nesoustředí na celistvost vysílání, ale vnímá pouze jeho fragmenty. Rozhlas tedy slouží jako kulisa k jiné činnosti (Šebesta, 1999, str. 110).

Tomu se přizpůsobují i pořady v rozhlase, které kolísavost pozornosti berou v potaz. Jde o tzv. **proudové vysílání**, které představuje střídání hudby s kratšími zpravodajskými a publicistickými vstupy², jež nejsou tak náročné na koncentraci posluchače, zároveň by ale měly být srozumitelné a jazykově vhodné. A právě výběr, vhodnost a uspořádání jazykových prostředků v rozhlasových komunikátech v intencích vlivu na jazykovou vybavenost a úroveň vyjadřování (tedy tzv. jazykové kompetence) především mladé generace je jedním z obsahů této práce.

Přísně vzato, rozhlasové vysílání spadá dle dichotomie objektivních stylových faktorů do oblasti veřejné, tedy oficiální komunikace (Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, str. 272). Ta by měla používat zásadně prestižní jazykový útvar, spisovnou češtinu. Volbou spisovného jazyka autor projevuje zřetel k funkci komunikátu a přesné rozpoznání komunikační situace (Chloupek, 1995, str. 42). Mediální komunikace zastoupená rozhlasovým vysíláním s hlavním specifickým akusticko-auditivním principu je velmi významným projevem veřejného komunikování a současně tatáž mediální komunikace je oblastí, jež „oficiálnost“ veřejné komunikace (alespoň zdánlivě) nejvíce destabilizuje, a to především tím, že do prostoru veřejného projevu vnáší vedle sdělení ryze oficiálních i komunikáty polooficiální, kvazioficiální a zcela neoficiální, ba dokonce i sdělení neveřejná, intimní a zábavní. To vše se děje v prostoru, jemuž společnost přiznává postavení veřejného (Jiráček, 2006, str. 15).

Těžko si ovšem v praxi představit, že by jisté komerční rozhlasové stanice – s ohledem na cílovou skupinu posluchačů – používaly zásadně spisovnou češtinu. Na druhou stranu právě konkrétní cílová skupina – děti a mládež – je nejvíce ovlivnitelná a „náchylná“ k nápodobě slyšeného jazykového projevu. Dnes již reálně nehrozí, že by svérázně zpracovaný rozhlasový pořad, jako byla inscenace *Válka světů* vysílaná v USA 30. října 1938, vyhnal do ulic vyděšené obyvatelstvo. Naopak zcela reálně hrozí, že slyšeli adolescent během dne 3 – 4 x předpověď počasí v podobě uvedené v úvodu kapitoly

² Charakteristika zpravodajství a publicistiky v rozhlasovém vysílání je součástí této práce.

v podání Hitrádia Dragon, přebere tento způsob vyjadřování. A z dotazníkového šetření vyplývá, že právě komerční stanice ze skupiny nazvané Hitrádio³ patří k těm nejposlouchanějším. Navíc právě předpověď počasí bude tím krátkým zpravodajským vstupem v proudovém vysílání, které bude mladý posluchač soustředěně vnímat. Pro srovnání jsme v úvodu zaznamenali relaci s totožným obsahem zprostředkovanou moderátorem veřejnoprávní stanice ČRo Radiožurnál. Kultivovanou mluvenou češtinou se vyjadřují moderátoři kultivovaných médií, k nimž Český rozhlas jako zprostředkovatel veřejné služby bezesporu patří. Kolik mladých posluchačů ale zvolí tuto stanici? Vnímáme jako příjemci informací nespisovnost ve vyjadřování rozhlasových profesionálů? A jaká je skutečná profesní aspirační úroveň rozhlasových mluvčích? Jak se liší typy sdělovacích prostředků v oblasti rozhlasového vysílání a jak lze charakterizovat rozhlasové žurnalistické žánry?

Český jazyk je jedním ze základních znaků českého národa, je jeho jazykem národním⁴ a slouží jako komunikační prostředek ve všech sférách jeho fungování (Čechová, Styblík, 1998, s. 5). Při komunikaci češtinou máme k dispozici veškerý výrazový materiál českého národního jazyka. Představuje soubor různých podob jazyka, různých systémů jazykových prostředků, které jsou vymezeny teritoriálně (územně), sociálně i funkčně. Nejčastěji o nich hovoříme jako o jednotlivých útvarech národního jazyka a ty se obvykle vymezují jako útvar spisovný – spisovná čeština v podobě mluvené i psané a útvary nespisovné⁵. V čem spočívají specifické rysy nespisovné češtiny? Přispívá jazyková úroveň rozhlasových komunikátů k odklonu od spisovného vyjadřování? Lze v dnešní rozkolísané jazykové situaci přesně definovat a bez námitek užívat konsenzuálně uznávanou maximálně jednotnou spisovnou češtinu v její mluvené formě s akcentem ke specifikům rozhlasového vysílání? Jaká je frekvence výskytu nespisovných výrazů v rozhlasové publicistice v jednotlivých jazykových rovinách? Vadí recipientům rozhlasových sdělení nespisovné vyjadřování? Lze vůbec srovnávat na první poslech nesrovnatelné, tedy veřejnoprávní a komerční rozhlasové stanice?

Diplomová práce je napsána na pedagogické fakultě, a proto její obsah akcentuje didaktické zaměření a návrhy na praktické didaktické využití zjištěných skutečností. Jaký vliv má tok nespisovných výrazů linoucích se z určitých rozhlasových stanic na děti

³ Rozdělení a charakteristika rozhlasových stanic je součástí této práce.

⁴ Čechová a Styblík používají též termín *jazyk mateřský* s ohledem na fakt, že děti se mu učí jako jazyku mateřskému už od narození přirozenou metodou odezírání a imitace od matky a ostatních lidí (Čechová, Styblík, 1998, s. 5).

⁵ Podrobnější stratifikace českého národního jazyka je popsána v této práci.

ve věku 12 – 15 let (období školní docházky na 2. stupni základní školy)? Jaký důraz je kladen na kritérium spisovnosti jako komunikační kompetence v oficiálním školním vzdělávacím dokumentu - Rámcově vzdělávacím programu pro základní školy - a potažmo jaký prostor je věnován v učebnicích, pracovních sešitech a dalších vzdělávacích pomůckách publicistickému stylu, jenž reprezentuje a prezentuje stavbu, obsah a formu mediálních sdělení? A jakou úlohu hraje ve spojitosti s rozvojem schopnosti komunikace spisovným jazykem jako hlavním cílem vyučování češtině (Čechová, Styblík, 1998, s. 10) v současném základním vzdělávání zařazení průřezového tématu Mediální výchova? Lze funkčně propojit vyučování českému jazyku s tímto průřezovým tématem tak, aby byl žák vybaven základní úrovní mediální gramotnosti a byl potom schopen analyzovat nabízená sdělení nejen po stránce obsahové, ale i po stránce jazykové? Dostávají na základní škole při výuce češtiny dostatek prostoru praktická mluvní cvičení v rozmanitých formách? Uvědomují si učitelé sílu působení mluveného slova - *vita activa* (Kraus, 2008, s. 14) a s tím související sociální význam komunikačních aktů? Právě rozhlasová tvorba a prezentace sdělení nabízejí ideální symbiózu psaného a mluveného projevu v intencích naplňování klíčových kompetencí jako souhrnu vědomostí, dovedností, schopností, postojů a hodnot důležitých pro osobní rozvoj a uplatnění každého člena společnosti (Balada, *RVP ZV*, 2006, s. 3). Vždyť jedním z cílů základního vzdělávání je vést žáky k všestranné, účinné a otevřené komunikaci (Balada, *RVP ZV*, s. 2).

Tato práce si nejen klade výše zmíněné otázky, ale snaží se nalézt adekvátní odpovědi a nabídnout konkrétní didaktické aplikace.

Charakteristika diplomové práce

Práce se zabývá nespisovnými výrazy v mluvených komunikátech rozhlasové publicistiky. Téma diplomové práce jsem si vybrala ze dvou důvodů. Jednak se dlouhodobě zajímám o fenomén rozhlasu jako svébytného masmédia, jednak působím již delší dobu jako učitelka českého jazyka a mediální výchovy na 2. stupni základní školy a sleduji vývojové tendence ve vyjadřovacích schopnostech žáků a opomíjení publicistického stylu ve výuce. Přitom právě publicistika v nejširším slova smyslu je oblast s velmi dynamickým vývojem a s obrovským vlivem na komunikační dovednosti žáků.

Práci tvoří tři části. První, teoretická část popisuje žurnalistické žánry a typy sdělovacích prostředků v oblasti rozhlasového vysílání. Dále se zabývá stratifikací českého národního jazyka s orientací na specifické rysy nespisovné češtiny.

Základem druhé, praktické části je provedený výzkum zaměřený na frekvenci výskytu nespisovných výrazů v rozhlasové publicistice a následná analýza získaného jazykového materiálu. Rozbor je rozčleněn do jednotlivých jazykových rovin – hláskoslovné, morfologické, syntaktické, lexikální – a v některých typických ukázkových případech zařazujeme též posouzení z hlediska stylové hodnoty výrazových prostředků (Cvrček, 2015, s. 372), kdy zcela odhlížíme od posouzení z hlediska spisovnosti/nespisovnosti. V práci tedy není analyzována stylistická rovina v celé šíři, ale sledujeme tři aspekty (viz kap. 2. 4. 2 Kvalitativní vyhodnocení).

Vyhodnocené výsledky výzkumu tvoří výchozí materiál k e třetí, aplikační části, která si stanovuje za cíl využít tyto závěry v praxi ve výuce českého jazyka na 2. stupni základní školy. Z této části vyplývá charakter práce, již lze zařadit do kategorie rozvojové (podpůrné), protože jejím smyslem je podpora určité veřejně prospěšné činnosti (Maňák, Švec, 2004, s. 70), v tomto případě rozvoj vzdělávání v oblasti českého jazyka na 2. stupni základní školy.

Metodika práce

V teoretické části byla použita **studijní metoda**. Seznámení s odbornými publikacemi, články v odborném i populárním tisku a prostudování internetových odkazů, to vše po důkladné rešerši bylo základem ke zpracování výchozího, obecně pojatého oddílu. Z tohoto důvodu je seznam literatury a dalších zdrojů tak rozsáhlý.

Důležitá byla selekce rozhlasových stanic, jejichž vysílání se stalo předmětem zkoumání výběru jazykových prostředků. Zde byla využita **metoda dotazníku**, který neaspiroval na podrobný sociologický průzkum poslechovosti, ale jeho funkce byla ryze orientační. Vzhledem k zaměření práce byli osloveni především žáci druhého stupně základní školy jako věková kategorie 12 – 15 let a dospělí bez ohledu na věk, pohlaví a profesní zaměření. Jednalo se tedy o tzv. záměrný výběr (Maňák, Švec, 2004, s. 15). Dotazník zjišťoval, zda respondenti poslouchají rozhlasové vysílání, v jakých situacích, jak často a dále zda dotázaní vnímají používání nespisovných výrazů a zda jim takové vyjadřování vadí. Výsledky dotazníku byly využity především při výběru analyzovaných rozhlasových stanic, jako bonus poskytly ale také autentické názory respondentů na problematiku nespisovnosti v rozhlasovém vysílání. Vyhodnocení dotazníku probíhalo **kvantitativní metodou** (výběrové otázky), přičemž přehled stanic záměrně nenabízel komerčně velmi úspěšnou stanicí Evropa 2 (kontrolní bod pozornosti respondentů) a **kvalitativní metodou** – hodnocení volných odpovědí na konci dotazníku.

Stěžejní metodou bylo **pozorování** auditivního charakteru. Vysílání jednotlivých stanic bylo nahráváno na zařízení v mobilním telefonu a dále byly využity internetové archivy stanic. K rozboru byly použity nahrávky z celkem 6 stanic (ČRo Radiožurnál jako veřejnoprávní médium, Rádio Impuls, Frekvence 1, Hitrádio Dragon, Evropa 2 jako komerční stanice a Rádio Egrensis jako komerční regionální stanice). Ty byly vytipovány podle oficiálně prezentovaných žebříčků poslechovosti⁶ a na základě výsledků orientačního dotazníku. Výběr konkrétních nahrávek (vymezení základního souboru textů) vycházel ze současného trendu proudového vysílání a klipové kultury (Kraus, 2008, s. 32), jež potlačují v médiích rozsáhlejší příspěvky, a z hlavního zaměření práce na raně adolescentní mládež a její prožívání jazyka. Z nahrávek byly **metodou excerptce** pořízeny textové záznamy, které byly předmětem vlastní analýzy. Posuzovány byly komunikáty v podání rozhlasových profesionálů. Jazykový materiál byl **kvantitativně i kvalitativně** zkoumán po jednotlivých jazykových rovinách, a to v rovině hláskoslovné, morfologické, syntaktické a lexikologické. Předmětem zájmu byla i stylová hodnota jazykových prostředků bez ohledu na spisovnost/nespisovnost, pokud tato sdělení odrážela specifiku rozhlasové komunikace. Jazykové roviny tedy představovaly

⁶ Dostupné z: <http://www.radiotv.cz/tag/radioprojekt-2015/>

analytické kategorie. Hlavním kritériem výzkumu byla spisovnost projevu. Významová jednotka byla vymezena na nespisovné slovo, příp. na stylovou hodnotu.

Po vyhodnocení jazykového materiálu byly zjištěné poznatky použity při práci na závěrečné části výzkumu, již představovala praktická aplikace výsledků ve školní praxi, tj. příprava výukových materiálů.

Hypotézy

Hypotézy vycházejí z poznatků a informací získaných při studiu pramenů, opírají se tedy o teze jazykovědců a zároveň reflektují vlastní předpoklady autorky práce.

1. Podle klasické teorie spisovného jazyka je spisovný jazyk funkčně úplný a spisovná čeština je s to plnit všechny komunikační funkce vzdělaného mluvčího. Zakotvení spisovné normy v povědomí českých mluvčích se postupně upevňuje. Z úzu zejména vzdělaných mluvčích postupně ustupují prostředky nespisovné a v jejich každodenní komunikaci se prosazuje čeština spisovná, resp. její hovorová varianta (Nebeská, 2003, s. 91).

2. Spisovnou mluvenou češtinou se vyjadřují moderátoři a redaktoři veřejnoprávního rozhlasu jako představitelé kultivovaného média s funkcí veřejné služby (Bartošek, 1995, s. 9).

3. Ve většině českých médií platí redakční kodexy, které mj. předepisují i jazyk vysílání. Většinou to má být jazyk spisovný (Kodex Českého rozhlasu, Manuál Rádia Impuls). Některé komerční rozhlasové stanice však vyžadují, aby jejich moderátoři mluvili jazykem jejich cílových skupin – např. sociálním či věkovým slangem (Bartošek, 1995, s. 10).

4. Jazykovou kvalitu vysílání komerčních stanic negativně ovlivňuje nízký věkový průměr a nízká profesní úroveň zaměstnanců. Výsledkem je sklon k emocionálně militantnímu vyjadřování vypjatých jednostranných postojů, pokleslému jazyku s řadou nespisovných výrazů (Jiráček, 2006, s. 16).

5. Komerční rozhlasové stanice nerozlišují jazyk zpravodajství a publicistiky od jazyka anoncí, reklamy a nezávazného tlachání z oblasti neveřejné fatické konverzace (anglicky *small talk*). Často také dochází k interferenci – míšení a přepínání kódů. (Hoffmannová, 1997, s. 55 a s. 79; Kraus, 2008, s. 60).

6. Recipienti většinou vnímají negativně nespisovné vyjadřování rozhlasových profesionálů. Sdělovací prostředky a žurnalistické žánry v oblasti rozhlasového vysílání mají specifickou charakteristiku a hierarchii (Minářová, 2001, s. 162 – 3; Lehoczká, Chudinská, 2005, s. 25 - 6).

7. Trendem rozhlasového vysílání je infotainment (Kraus, 2008, s. 90), jazyková konverzacionalizace a kolokvializace, homogenizace příjemce informace a komodifikace mediálního textu (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 279 – 343).

8. V jazykových projevech rozhlasových profesionálů se objevují v největší míře nedostatky v rovině hláskoslovné – ortoepické, dále v rovině morfologické, následně v rovině lexikální a nejméně v rovině syntaktické. Výrazně saturovaná je stylová hodnota jazykových prostředků dle os reprezentujících různé pohledy na jazyk (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 173 – 209).

9. RVP ZV popisuje dostatečně kritérium spisovného jazyka v pojetí i cílech základního vzdělávání, v naplňování klíčových kompetencí, v učivu i očekávaných výstupech vzdělávacího oboru Český jazyk a literatura i v charakteristice průřezového tématu Mediální výchova a jeho přínos k rozvoji osobnosti žáka. Téma spisovného jazyka dostatečně řeší i Standardy pro základní vzdělávání (Balada, 2006, s. 21 – 26 a s. 93 – 95; Standardy, 2013, s. 31 – 33 a 41, 42, 45).

10. Publicistickému stylu jako stylu výrazně dynamickému, který se neustále vyvíjí a s novými společenskými proměnami získává novou podobu, je v učebnicích pro základní vzdělávání věnován malý prostor. Zejména se to týká nabídky mluvních cvičení v rozmanitých formách. Přitom žurnalistika je pole jazykového vývoje a žurnalisté jsou označováni jako jeden ze směrodatných zdrojů české jazykové normy a kodifikace (Bartošek, 1995, s. 8).

11. Masmédia současnou jazykovou situaci nejen reflektují, ale do velké míry i vytvářejí a prezentují (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 279). Český rozhlas jako médium veřejné služby je jednou z institucí, které dbají na šíření a vývoj spisovného českého jazyka (Kodex Českého rozhlasu, Čl. 16). Komerční stanice vstupují do jazykové politiky ve fázi tzv. předstandardizace, kdy dochází k vernakularizaci⁷ standardu. Jistý

⁷ Latinský pojem *vernaculus* znamená „tuzemský“, „domácí“. Lingvisticky lze pojem charakterizovat jako volbu jisté variety národního jazyka jako variety standardní (kulturní) používané v celospolečenské veřejné komunikaci. Zjednodušeně řečeno, jde o šíření jisté jazykové variety, o urychlení cesty jistého jazykového prostředku do povědomí uživatelů jazyka.

jazykový prostředek s dosud omezeným funkčním potenciálem se stává polyfunkčním (Svobodová, 2011, s. 56).

1 TEORETICKÁ ČÁST

1.1 Úvod

„ Má-li rozhlas odrážet život kolem nás, být s ním v kontaktu a nebýt pouhým polooficiálním sdělovacím prostředkem – a to by asi žádný z posluchačů nechtěl -, pak musíme počítat s tím, že se bude v rozhlase ozývat jazyk pestrý, rozmanitý.“

(Daneš, 1996, s. 177)

„Rozhlas jako významný prostředek hromadného sdělování představuje pro posluchače oficiální instituci. Projevy mluvčích (hlasatelů, redaktorů), kteří ve vysílání vystupují jako zástupci této instituce, mají proto **vždy charakter projevů veřejných** a je nutno na ně z tohoto hlediska klást odpovídající požadavky co do úrovně jazyka a stylu. Je omylem domnívat se, že zařazení nespisovných prvků přiblíží mluvčího posluchači, nebo že dokonce projev oživuje. Nejčastěji působí jako nedostatečná připravenost nebo neschopnost mluvčího, ale někdy také jako podceňování publika nebo znevažování sdělení, což je zajisté zcela nežádoucí. Rozhlasový posluchač považuje za samozřejmé, že se redaktor vyjadřuje spisovně a ovládá techniku řeči (vždyť je to součástí jeho profese). Naopak snaha přizpůsobit se je falešným rysem „lidovosti“, pociťuje se jako podceňování partnera i publika a nepůsobí příznivě.“ (Palková, 1982, s. 186-7) S názorem naší přední lingvistky jistě nelze nesouhlasit. Propast času, přes níž k nám tyto myšlenky promlouvají, je ale neúprosná. Za 35 let se radikálně změnil jak jazyk, tak společnost.

České hromadné sdělovací prostředky prošly od roku 1990 bouřlivým rozvojem. Po pádu komunistického režimu se vymanily ze státní kontroly, získaly svobodu a nezávislost na politických institucích a výrazně se po všech stránkách modernizovaly. Vzniklo nové vysílací prostředí, tzv. **duální systém**⁸. V praxi to znamená, že vedle sebe působí subjekty, jejichž postavení upravuje příslušný zákon (Český rozhlas jako tzv.

⁸ Systematicky charakterizován na str. 21

médium veřejné služby) a vysílatelé komerční s licencí nebo registrací. Prioritou komerčních médií není sloužit veřejnosti, ale vytvářet zisk. Ani pozice veřejnoprávního rozhlasu není stabilní. Základním kritériem úspěšnosti současných masových médií je sledovanost (v případě rozhlasu se používá termín *poslechovost*) jejich programů, protože ta souvisí s publicitou placené reklamy – zdrojem nejvyšších zisků pro provozovatele komerčních stanic. Do jisté míry to bohužel platí i pro Český rozhlas, který je financován z koncesionářských poplatků a jehož hlavní funkcí by mělo být poskytování relevantních informací široké veřejnosti, a to (dle Kodexu Českého rozhlasu, Čl. 16) zásadně spisovnými jazykovými prostředky. Ovšem ani tomuto médiu se nevyhnula v rámci zvýšení poslechovosti jistá (dosud charakteristická pro komerční stanice) komercializace, kolokvializace, konverzacionalizace, deformalizace stylové polohy, zvnitřnění, zdůvěrnění veřejného diskurzu a příklon k ležérnosti (Čmejrková, 2011, s. 285 - 6). To se projevuje nejen převažujícím používáním hovorové češtiny jako akceptovatelnou mluvenou formou spisovné češtiny, ale také stále častějším pronikáním nespisovných výrazů do rozhlasových komunikátů.

Někdy vzniká dojem, že hlavním účelem vysílání (především komerčních stanic) je pobavení posluchače, často až v devótně podbízivé formě. V intencích tzv. infotainmentu (informace: information + zábava: entertainment - viz dále) lze slyšet výpovědi střídající spisovnost s nespisovností, různé rádoby vtipné hry s jazykem, familiární oslovování posluchače, zcela nespisovná vyjádření, někdy až blábolení a všechny jazykové tendence vyjmenované v předchozím odstavci dle S. Čmejrkové. Tyto snahy o neformálnost, důvěrnou blízkost až intimnost neslouží primárně k pobavení, ale jsou prostředkem zisku, protože jsou hlavním nástrojem ke zvýšení poslechovosti, díky níž stanice inkasuje větší obnos z reklam. Reklama je pro komerční rádio hlavním zdrojem příjmu, což se pochopitelně odráží v podobě vysílání.

Výrazně zastoupeným kódem se v rozhlasovém vysílání stává obecná čeština jako nespisovný útvar interdialektové povahy. Autoři komunikátů se snaží co nejvíce přizpůsobit vyjadřovacímu stylu a oblíbeným jazykovým prostředkům cílové posluchačské skupiny. Jsou-li tou posluchačskou skupinou děti a raně adolescentní mládež, dostáváme se k další dimenzi, a to k vlivu hromadných sdělovacích prostředků na rozvoj jazykových kompetencí. Infotainment přechází k tzv. edutainmentu (výchova a vzdělávání: education + zábava: entertainment), ovšem v negativním smyslu. Jednoduše

řeceno, jak slyšíme, tak mluvíme. Dochází k cirkularitě komunikačních vzorců a komunikační vztah nabývá povahy kruhu (Kraus, 2008, s. 19).

Rozhlasoví moderátoři a redaktoři by si měli být vědomi odpovědnosti za správný jazykový projev. Jak uvádí F. Daneš: „Působení rozhlasového vysílání po stránce jazykové má značný dosah a veřejnost ho pozorně a kriticky sleduje. To je skutečnost, která jazykovědce těší a rozhlasové pracovníky by měla povzbuzovat a zavazovat.“ (Daneš, 1996, s. 179)

1. 2 Čeština, komunikace, jazyk, řeč, média, masa, mediální komunikace

Čeština jako živý jazyk je prostředek verbální komunikace (jazykového dorozumívání) příslušníků českého národního společenství, popř. dalších lidí, kteří ji ovládají, zvláště těch, kteří žijí na českém jazykovém území, dále pak nositelů češtiny (jako mateřského jazyka) žijících v českých enklávách v zahraničí.

Komunikace je přenos informací (sdělování obsahu lidského vědomí jiným lidem). Komunikace předpokládá **komunikanty** (autora čili produktora a příjemce čili recipienta), spojení mezi nimi, **komunikační kanál**, který může být přímý nebo zprostředkovaný, **dorozumívací kód**, jímž je při verbální komunikaci jazyk. Produktem komunikační činnosti jsou komunikáty (jazykové projevy, promluvy, diskursy).

Jazyk je systém dorozumívacích prostředků (znakové povahy) a pravidel, jak se těchto prostředků užívá, aby se realizovaly záměry sledované dorozumívací činností a vznikaly smysluplné jazykové projevy (komunikáty).

Komunikační jazyková činnost jednotlivce je **řeč**. Řeč je individuální způsob realizace jazyka, jazykového systému. Jako odborný jazykovědný pojem je řeč nejen mluvení, ale i psaní, tedy jakákoli jazyková dorozumívací činnost, a také výsledky této činnosti, jazykové projevy (komunikáty). Vztah jazyka a řeči je vztah prostředku jazykové činnosti a této činnosti (včetně jejich produktů, jazykových projevů). Řeč je konkretizace jazyka; znalost jazyka se realizuje řečí (Čechová, 2011, s. 15).

Médium (v singulárním tvaru) se definuje jednak obecněji, pro oblast komunikace jako vše, co slouží uchování a přenosu sdělení v prostoru a čase, jednak specifitěji, pro oblast žurnalistiky, zábavy a reklamy, jako označení technických

prostředků a sociálních systémů sloužících masové komunikaci (s příklady tisk, rozhlas, televize, kniha, film, video, zvukové a vizuální záznamy apod.). Plurálový tvar **média** je zařazen do oboru masové komunikace a vymezuje se jako souhrn prostředků, které multiplikují sdělení veřejného charakteru a rozšiřují je směrem k rozptýlenému, rozmanitému, individuálně neurčenému anonymnímu publiku. V češtině se v posledních letech vžilo slovo médium (častěji ovšem v plurálové podobě média) jako shrnující pojmenování pro hromadné sdělovací prostředky (tisk, rozhlas, televizi, film, CD-ROM, e-mail, internet apod.). Rozlišujeme média primární (přirozený jazyk a s ním spojené prostředky neverbální komunikace), média sekundární (technické prostředky umožňující překonávat časové a prostorové vzdálenosti – telegraf, telefon), **média terciární (masová média obracející se z určitého centra na velké skupiny příjemců)** a média kvartární (síťová a digitální, která se vyznačují interaktivitou účastníků, to je možností příjemce vstupovat do interpersonálních vztahů s vysílajícím centrem nebo partnerem, aktivně se podílet na rozvíjení sdělované události nebo příběhu, např. *chat, skype, blog*, interaktivní počítačové hry). Toto uspořádání médií v sobě zároveň obsahuje důležitou hierarchii, v níž přirozený jazyk, nástroj porozumění a spolu s ním kolektivně uznávaná hodnota jako primární médium tvoří základ a východisko, na kterém se budují všechna média ostatní, nadstavbová (Kraus, 2008, s. 9). Z toho vyplývá, že ústředním pojmem komunikace je jazyk v ústní i písemné podobě a je nutné věnovat jazykovým prostředkům náležitou pozornost.

Média formují nejen způsoby komunikace, ale také publikum, které sdělení aktivně přijímá a interpretuje si jej. S rozšířením tisku, především periodického, v 19. století se vytvořilo publikum nazývané **masa**. Poprvé tento termín použil Herbert Blumer v roce 1939. Podle něj je masa novou formou kolektivity v moderní společnosti. Odlišil ji od skupiny, davu a veřejnosti. Masa je rozsáhlé a široce rozptýlené publikum, jehož členové se navzájem neznají. Složení publika je proměnlivé. Taková skupina lidí nemá společnou identitu, jedinci jsou izolovaní, komunikace je jednosměrná – směřuje od komunikačního centra k periférii. Zpětná vazba (např. možnost interakce, ověřování si vzájemného porozumění, přizpůsobování se autora příjemci pod vlivem reakcí vnímatele) je oslabena. Právě taková komunikace je typická pro rozhlas a televizi, ty

svou povahou masovost podporují⁹. Kraus v této souvislosti definuje ústup reálného auditoria, tedy shromáždění fyzických osob, **auditoriu virtuálnímu**, donekonečna se rozšiřujícímu (Kraus, 2008, s. 15).

Přesně vymezeného významu nabývá i sousloví **mediální komunikace**. Vyzdvihuje některé z příznakových vlastností jednotlivých uzavřených systémů „neprimárních médií“, např. jejich technologický, institucionální nebo hromadný charakter, který obsah a rozsah působnosti přirozeného jazyka jako primárního média rozšiřuje, transformuje a zintenzivňuje (Kraus, 2008, s. 10). Mediální komunikace má výraznou komunikační strategii a persvazivní cíle. Z hlediska dichotomie veřejné komunikační situace formální (např. veřejné projevy, obřadní řeči, přednášky) a neformální (např. pracovní porady, zahájení vernisáže, veřejná zábava) se mediální komunikace jeví jako odstupňovaná (Čmejrková, 2011, s. 73).

1. 3 Rozhlas

„Slovo rozhlas je velmi mladé. Vzniklo až v roce 1924, kdy Radiojournal vypsal soutěž na české pojmenování rádia. Slovo rozhlas bylo poté poprvé použito v Národních listech. Do té doby se používal termín radiožurnál.“¹⁰

Podle Slovníku spisovné češtiny má slovo rozhlas dva významy: 1. *hromadný sdělovací prostředek založený na rádiovém vysílání*; 2. *instituce, která toto vysílání obstarává* (Červená, Mejstřík, 2003, s. 359). Cizím slovem, které už v češtině zdomácnělo, se rozhlas označuje slovem rádio.

Fyzikální podstatou rozhlasu je elektromagnetické vlnění, které se převádí (moduluje) na vysoké a nízké frekvence a následně šíří po území prostřednictvím sítě vysílačů. Modulace může být buď frekvenční (FM) nebo amplitudová (AM). Rozhlasové vysílání obsahuje pouze zvukovou složku. Aby se jednotlivé rozhlasové stanice nepřekrývaly, je nutné jim přidělit kmitočty, na nichž budou vysílat a na kterých si je

⁹ Dostupné z: <http://medialnigramotnost.fsv.cuni.cz/zobraz/clanek/rozhlasove-vysilani-v-cr-vcera-a-dnes>

¹⁰ Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Rozhlas>

mohou posluchači naladit. Kmitočty jsou určitým národním bohatstvím a stát s nimi musí hospodařit. Úřadem, který tuto službu vykonává a kmitočty stanicím přiděluje, je Český telekomunikační úřad, pod který spadají všechny stanice na českém území. Vysílání modulovaného elektromagnetického vlnění prostřednictvím vysílačů se nazývá pozemní nebo také terestrické. Současný světový trend spěje k digitalizaci rozhlasového vysílání. Tento proces probíhá také v České republice a změna se týká převodu elektromagnetického signálu na počítačový tok dat, který posluchač zaregistruje při vyšší kvalitě zvuku a ve zvětšeném výběru stanic.

Rozhlasové vysílání probíhá na akusticko-auditivním principu. Představuje systém zvukově modulovaných informací. Prostřednictvím mluveného slova přináší širokému auditoriu reprodukováný, akustický obraz sociální reality současného světa. Hlavním atributem rozhlasového vysílání je pomíjivost mluveného slova. Zatímco k tištěnému sdělení se můžeme kdykoli vrátit a znovu jej přijímat a interpretovat, posluchač rozhlasu je odkázán na jedinečné vnímání sdělení (pokud pomineme možnost záznamu). Je proto zcela závislý na tom, jak jasně, jednoznačně a srozumitelně produktor sděluje informace. To předurčuje pracovní postupy a specifika v rozhlasovém vysílání. Pracovním nástrojem je v rozhlase jednoznačně jazyk a mluvená řeč.

1. 3. 1 Historie rozhlasu u nás

Na začátku 20. století bylo rozšíření rozhlasu jedním z nejvýznamnějších technologických pokroků. Rozhlas se u nás stal prostředníkem a svědkem mnoha událostí, které výrazně ovlivnily československou historii.

Československý rozhlas začal vysílat 18. května 1923 ve 20.15 hod. z provizorních prostor ve vojenském stanu v Praze Kbelích. V tomto ohledu patří Československu prvenství na pevninské Evropě. Jediný rádiem, které v té době vysílalo, byla britská stanice BBC, která vznikla pouze o rok dříve než Československý rozhlas. Rozhlas byl pod názvem Radiojournal provozován soukromou firmou, již od počátku pronásledovaly technické i finanční problémy. V roce 1925 vstupuje do společnosti Radijournal stát, navýšil základní jmění a umožnil rozšíření programové nabídky (zpravodajství, hudba, umělecký program, divadelní hry, vysílání pro děti). Ve 30. letech se již jednalo o vlivnou, dobře zavedenou instituci sídlící již tehdy na dodnes populární

adrese *Vinohradská 12*. U veřejnosti měla instituce zaslouženou autoritu, do rozhlasu přicházeli noví lidé s odbornou kvalifikací a inovativními nápady. Z pedagogického hlediska je jistě zajímavé, že **součástí vysílání byla i kvalitní vzdělávací pásma a vysílání pro školy**. V roce 1939 po vzniku Protektorátu Čechy a Morava je Československý rozhlas obsazen nacisty, kteří do vysílání poprvé zavádějí cenzuru. Rozhlas hrál významnou úlohu na konci 2. světové války při osvobození Prahy. O budovu na Vinohradské ulici byly svedeny těžké boje při Pražském povstání v květnu 1945. Po roce 1948, kdy se moci ve státě ujala Komunistická strana Československa, byl rozhlas zestátněn a stal se nástrojem státní moci. Byla opět zavedena cenzura a propuštěna řada zaměstnanců. Stát mohl prostřednictvím rozhlasu jako nejsilnějšího a nejdostupnějšího masového média té doby manipulovat občany. Uvolnění v 60. letech ukončila okupace vojsk Varšavské smlouvy v r. 1968, kdy rozhlas opět sehrál významnou dějinnou úlohu. Český rozhlas byl zřízen po událostech na podzim 1989 zákonem České národní rady 484/1991 z 29. 11. 1991 nejprve v rámci Československého rozhlasu, jako samostatný subjekt funguje od rozpadu Československé federativní republiky 31. prosince 1992, a to jako médium veřejné služby.

1. 3. 2 Typy sdělovacích prostředků v rozhlasovém vysílání

V rozhlasové typologii rozlišujeme stanice:

- a) celoplošné – signál stanice pokrývá více než 70% území státu (Český rozhlas 1 – Radiožurnál, ČRo 2 – Praha, ČRo 3 – Vltava, Frekvence 1, Rádio Implus),
- b) regionální – zastupují drtivé procento všech rozhlasových stanic (Hitrádia: celkem 58 médií – Dragon, FM Plus, Magic, Faktor, Vysočina apod.; Rádio Egrensis a další),
- c) mezinárodní – jejich signál přesahuje státní hranice, vysílají cíleně pro více států (např. BBC).

Dalším častým aspektem dělení rozhlasových stanic je jejich formát:

- a) all news – čistě zpravodajské stanice s absencí hudby, jejichž formát téměř výhradně zaplňuje zpravodajství a publicistika (Český rozhlas Plus, BBC Radio 4),
- b) all talk – stanice s převahou mluveného slova – rozhovory (formát oblíbený především v USA, u nás se není příliš zastoupený),

c) talk news – kombinace zpravodajství, publicistiky, mluveného slova a hudby v různém poměru (většina stanic u nás).

1. 3. 3 Duální systém

Tento systém rozhlasového vysílání se v demokratické části Evropy ustanovil v osmdesátých letech minulého století. Vedle státních (nebo později veřejnoprávních) vysílatelů současně působí soukromí vysílatelé, kteří svou činnost provozují na tržních, komerčních principech především za účelem dosahování zisku.

V tuzemsku bylo do společenských změn, které započaly v listopadu 1989, vysílání plně státní. Po krátkém přechodném období a po rozdělení federace byla ustanovena cesta duálního vysílání. Dualitu představují vedle sebe působící **médium zřízené zákonem** (Český rozhlas se všemi svými stanicemi) a **komerční média**, jež ke svému fungování musejí získat licenci, a to na 8 let – poté lze zažádat o prodloužení. Orgánem, který licenci přiděluje, je Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Ta kontroluje fungování médií, řeší stížnosti a může udělovat pokuty.

S výše uvedeným rozdělením stanic úzce souvisí jejich financování, jež nejvíce ovlivňuje programovou skladbu a potažmo i jazykovou úroveň vysílání. **Soukromá média** získávají finanční prostředky zásadně z komerčních aktivit, především z prodeje reklamního prostoru inzerentům. Zde platí jednoduchá přímá úměra: vyšší poslechovost rovná se větší zájem inzerentů o prezentaci reklam, z toho vyplývá tvrdý konkurenční boj o posluchače. V éteru najdeme řadu typově podobných stanic, jejichž hlavními znaky jsou současná moderní hudba, krátké zprávy a dynamické zvukové předěly. „Nejčastějšími typy komerčních rozhlasových stanic podle formátu jsou: typ všeobecný, zpravodajský, zpravodajsko-hudební, vyprávěcí (povídavý, tlachavý), popřípadě telefonický (call, call-in), křesťanský, pohodový, rodinný, pro starší, střední či mladší publikum a hudební. Poslouchané jsou zejména stanice hudební, protože hudba se snadno a lacině kombinuje s reklamou.“ (Bartošek, 2006, s. 8) Oproti tomu je **veřejnoprávní rozhlas** financován z tzv. koncesionářských poplatků a jeho smyslem není generovat zisk, ale poskytovat svým vysíláním službu veřejnosti. Vzhledem ke koncesím je v zákoně také zakotvené maximální množství reklamního času. Zisky z reklam tvoří marginální část příjmů Českého rozhlasu. Reklama nesmí na celoplošném

okruhu přesáhnout dobu maximálně 3 minut denně. Ovšem v rámci zvyšování poslechovosti i zde dochází v oblasti jazyka k deformalizaci stylové polohy (používání neformální konverzační řeči) a k dalším vývojovým tendencím, jež budou dále popsány.

1. 4 Specifika rozhlasového vysílání

Rozhlasová komunikace (angl. radio communication)

Tato komunikace jako dálkové informační působení rozhlasového média na posluchačskou veřejnost, v níž se periodicky (nepřetržitě) realizuje zvukový způsob přenosu, resp. zprostředkování a distribuce informací k posluchači, respektuje princip modelového komunikačního řetězce. Rozhlasový komunikátor je reprezentovaný rozhlasovou institucí a zastoupený redaktorem, moderátorem, spíčkem; mediálně-komunikační produkt je v podobě rozhlasového programu, relace; komunikační médium představuje vysílací centrum, resp. rozhlasová stanice; přenosový kanál i síť rozhlasových přijímačů s recipientem stojí na konci řetězce. Adresátem rozhlasové komunikace je tedy vždy posluchač.

Rozhlasová komunikace představuje zastřešující pojem ve vztahu k rozhlasové žurnalistice, jíž bude věnována pozornost v další části práce. Specifikem této komunikace je šíření všech zvukových forem rozhlasového programu, žurnalistických, uměleckých, dramatických, hudebních i zábavních součástí. Obsahuje všechny podstatné a charakteristické vlastnosti vyjadřující proces masmediální komunikace, stejně jako její tvořivé žurnalistické složky:

- masovost (informace je určena masovému posluchači, představuje zásah do veřejného mínění, má persvazivní funkci),
- periodicitu (pravidelně se opakující produkce toku aktuálních informací),
- aktuálnost,
- autentičnost (autorsky realizovaná informace se záměrem překonání distance mezi producentem a příjemcem a navozením dojmu *involvementu* – osobního vkladu autora ve vztahu k tématu a příjemci, včetně apelů na něj a emfáze),
- publicita (zveřejňování podstatných a společensky významných událostí a jejich souvislostí),

- dokumentárnost (reprodukce společenských událostí, informací, faktů, poznatků a názorů),
- operativnost (pohotové reakce na aktuální události).

Rozhlasová řeč (angl. radiodiction)

Je to styl rozhlasového projevu, zvuková interpretace řečové realizace ve vysílání. Může mít různou podobu a různou úroveň, a to v závislosti na žánrové realizaci, autorském záměru a profesionální úrovni mluvčího. Umocněná hudbou má rozhlasová řeč velký vliv na recipienta, jeho myšlení, názory, zájmy a postoje.

Rozhlasový jazykový styl respektuje hranice zvukové podoby jazyka. Kvalitativní úroveň v žurnalistické, textově-interpretaci činnosti redaktorů a moderátorů vyžaduje respektování primární zásady zvukové realizace rozhlasové tvorby, založené na akusticko-auditivním principu. Typickými znaky rozhlasové řeči je autentičnost, variabilnost, srozumitelnost, přiměřená spontánnost a expresivnost, adresnost, schopnost improvizace.

Stylistické vlastnosti rozhlasového projevu profesionálních mluvčích jsou přímo úměrné výběru jazykově-intonačních a zvukových výrazových prostředků a jejich kompozičnímu uspořádání v textovém materiálu v intencích publicistického stylu. Stylistika rozhlasové řeči představuje bohatou kombinaci fonetické, morfologické, syntaktické, lexikální i kompoziční roviny. V konkrétní realizaci to znamená především výběr adekvátních prvků se zřetelem k příjemci: jednoduché syntaktické konstrukce, správný slovosled, stručné, výstižné lexikální jednotky (krátké, konkrétní výrazy), morfologicky správné tvary, přehledná kompozice projevu, přiměřená intonace, adekvátní tempo řeči. To vše má jediný cíl – umožnit adresátovi srozumitelné vnímání obsahu. Vyrovnaná a důsledná řečová interpretace projevu rozhlasového komunikátora (redaktora, moderátora, spíkra) zvyšuje informační efekt ve vědomí adresáta. Kritérium spisovnosti tvoří samostatnou kapitolu této práce.

Rozhlasový posluchač (angl. radio listener, hearer)

Reprezentuje ucelenou heterogenní společenskou skupinu, část veřejnosti, která je vzájemně propojená prostřednictvím produktů pocházejících z vybraného, resp. oblíbeného rozhlasového komunikačního zdroje. Rozhlasové publikum má charakter otevřeného systému, představuje kolektiv uživatelů, resp. příjemců určitého

rozhlasového média, který je možno rozčlenit na několik sociálních podskupin, kategorií. Jedinec se součástí publika stává relativně svobodně a rozhoduje se, kterému médiu bude věnovat svůj čas, důvěru a pozornost.

Charakteristika rozhlasového publika je ukotvená na třech základních principech podle společenských faktorů ekonomického, sociálního a technologického charakteru:

- geografický, teritoriální princip se váže na určité území, region, stát,
- sociodemografický princip sumarizuje adresáty rozhlasového vysílání podle věku, pohlaví, příjmů, vzdělání, etnického původu,
- psychografický princip diferencuje posluchače podle specifik příslušnosti a orientace (společenské kategorie, životní styl, zájmy, návyky apod.).

Rozhlasový hlasatel (angl. radio speaker)

Má funkci reproduktora informací. Sdělení si nepřipravuje sám, ale předčítá texty, především v rámci zpravodajských relací.

Rozhlasový redaktor (angl. radio journalist)

Tvořivý rozhlasový autor zastupuje původní, primární povolání žurnalisty v rozhlasových podmínkách. Podílí se individuálně i kolektivně na přípravě a realizaci rozhlasového programu. Redaktor může autorsky připravenou relaci zároveň sám interpretačně doprovázet, moderovat. V současné rozhlasové praxi, pod vlivem vývojových tendencí duálního systému a moderních vysílacích trendů, se v rozhlasové tvorbě vedle pozice redaktora a hlasatele vyhranila profese moderátora.

Rozhlasový moderátor (angl. to moderate – zprostředkovat, moderovat)

Jedná se o dominující osobnost, která reprezentuje rozhlasovou stanici. Je to tvořivý redakční interpret a autor v jedné osobě, který se soustředuje na interpretaci textů a průvodního slova. Částečně, případně v plném rozsahu se podílí na přípravě a realizaci jím moderované relace. Moderátor vystupuje v přímém – tzv. živém vysílání, což vyžaduje tvořivé, autorsko-interpretační působení na adresáta. Jeho základním kvalitativním principem je profesionální zodpovědnost v celém rozsahu jeho komunikace s posluchačem. Povolání moderátora je velmi zajímavé, atraktivní a lákavé zejména vlivem komerčních médií. A právě dualita přispěla k vytvoření dvou typů moderátorů a způsobů moderování. **S veřejnoprávním médiem** je spojen typ

seriózního moderátora, který respektuje profesionální zásady rozhlasového vysílání, splňuje náročné odborné znalosti, dokonale ovládá řečový projev a jazykové nároky. Naprostou samozřejmostí je pro něj ovládání a používání spisovného jazyka, široká slovní zásoba a respektování zásad kultury jazykového projevu.

Oproti tomu požadavkem **komerčních stanic** je neoficiální, nekonvenční podoba komunikace moderátora s posluchačem, která umožňuje prezentovat osobní styl moderování. Ruku v ruce s tím jde bohužel také často nízký věkový průměr, nízká profesní úroveň a nedostatek zkušeností. To vše má za následek sklon k emocionálně vypjatému vyjadřování jednostranných postojů a pokleslému jazyku s řadou nespisovných výrazů.

1. 5 Jazyk rozhlasového vysílání z perspektivy pojmů úzus, norma, kodifikace

*„Český rozhlas je zavázán dbát o kultivovanost jazykového projevu. Vyjadřování hlasatelů, moderátorů a redaktorů ve vysílání musí působit jako vzor správného užívání jazyka již s ohledem na skutečnost, že posluchači mohou takovému vyjadřování přikládat **normotvorný význam**.“* (Kodex Českého rozhlasu, Článek 16)

*„Jazykem našich stanic je **jazyk naší cílové skupiny**. Kritérium spisovnost-nespisovnost není důležité.“* (Michal Zelenka, prezident Asociace provozovatelů soukromého vysílání)

Dva pohledy na jednu problematiku. Zdánlivě jsou protichůdné, ale při bližším zkoumání mají mnoho společného. Jak lingvistika definuje pojmy úzus, norma, kodifikace?

V rámci teorie spisovného jazyka byly stanoveny principy takové regulace jazyka, která by spisovný jazyk neochuzovala o jazykové prostředky „vžité“, tj. aktuálně užívané, protože by se tím omezily jeho výrazové možnosti. Za tímto účelem byly definovány lingvistické pojmy **úzus, norma a kodifikace**. Poprvé tyto termíny použil a vymezil jazykovědec B. Havránek v roce 1932 a zároveň upřesnil, že lidový jazyk sice existuje bez vědomého teoretického pěstění, ale i on má svou normu, tj. soubor pravidelně užívaných gramatických a lexikálních jazykových prostředků. O normě lidového jazyka

rozhoduje **úzus**, tedy to, co je v jazykové jednotě mluvčích všeobecně přijímáno jako náležité. **Úzus** je tedy soubor jazykových prostředků, které jsou ve vžité podobě užívány jazykovým společenstvím. Normu spisovného jazyka pak určuje úzus spisovný, který je zároveň zdrojem jeho poznání. Obecně je **norma** definována jako soubor jazykových prostředků, které jsou jazykovým společenstvím pravidelně užívány a považovány za správné. Svou normu má tedy spisovná a i nespisovná čeština. Spisovná norma je **kodifikována** v mluvnících, slovnících a dalších příručkách (Svobodová, 2001, s. 38-9). Charakteristickým znakem pojmu norma je určitá míra nevyhraněnosti, neostrosti. Různost norem vede k rozkolísanosti v jejich hodnocení. Vede také k utváření konkurenčního útvaru, tzv. antinormy, a k posilování jeho pozice. Příčiny tohoto stavu spatřuje příslušná literatura v poklesu povědomí o závaznosti společenských norem nabytých jak v rodině, **tak hlavně ve škole**, a v obecné nechuti lidí k (celospolečenským) normám jako takovým. Dále se jako důvod uvádí, že se spisovný jazyk příliš vzdaluje od reálného běžného kódu širokých vrstev, že se vzájemně vzdalují „jazyky“ jednotlivých domén komunikace, že dochází k decentralizaci a komercializaci kodifikace. V ústní komunikaci se prosazuje oficiálně nezávazný **substandard** (viz další část práce), **jehož společenské hodnocení je vyšší než v případě spisovného jazyka** a jenž je lépe implementován než platný spisovný jazyk (Svobodová, 2011, s. 74-5). A to se týká právě oblasti rozhlasového vysílání.

Vraťme se zpět k citátům na počátku této kapitoly. Kodex Českého rozhlasu hovoří o tom, že posluchači mohou přikládat vyjadřování v rozhlase normotvorný význam. Ovšem o spisovnosti jako o atributu této normy se hovoří až v následujícím Článku 16.2: *Český rozhlas má za povinnost vždy s ohledem na téma a žánr uvážlivě volit a pečlivě užívat jazykových prostředků. Hlasatelé, moderátoři a redaktoři zpravodajských a publicistických pořadů jsou povinni vyjadřovat se v pořadech zásadně spisovným jazykem, ledaže by citovali či interpretovali výrok či chování jiné osoby nebo by použití nespisovného jazyka odpovídalo situaci.*

Jazyková norma jako taková neznamena automaticky spisovný jazyk. A argumentuje-li M. Zelenka tím, že jazyk jejich stanic je jazykem jejich cílové skupiny, nenaplnují se tím také zásady noremnosti? Interiorizace normy probíhá **napodobováním** nebo učením (Svobodová, 2001, s. 72). V případě normy spisovného jazyka je nasnadě, že zvnitřnění normy je realizováno především prostřednictvím učení, působením vzdělávacího procesu, což nemusí být vždy přijímáno s nadšením. Oproti

tomu začlenění normy nespisovného jazyka napodobováním projevu pro jistou věkovou skupinu atraktivního stylu linoucího se z éteru v podání profesionálních mluvčích komerčních stanic je jistě mnohem příjemnější, snazší a zábavnější.

Masmédia současnou jazykovou situaci nejen reflektují, ale do velké míry i vytvářejí a prezentují. Redakce (komerčních stanic) mají vlastní jazykové kodexy, které autorům určují normy pro syntax, slovní zásobu, tvarosloví i výslovnost, tykání či vykání, přechylování či nepřechylování a zvukovou výstavbu. Někdy se tyto normy deklarují jako tzv. *hlas stanice*. Ke kodifikované současné normě spisovného jazyka mají tyto kodexy někdy daleko a blíží se stavu, který Paul Garvin označuje jako *kodifikaci svobodným podnikáním*. Majitel stanice Frekvence 1 (a Evropy 2) Michel Fleischmann chce, aby jeho moderátoři mluvili *jazykem Frekvence 1*. Tento jazyk nezískávají studiem, ale tím, že sami z tohoto prostředí pocházejí nebo v něm žijí. Proto některá média dokonce pokládají pro své pracovníky jazykové a novinářské vzdělání za nežádoucí (Bartošek, 2002, s. 73). Jiří Kraus zaznamenal, že u některých médií se dokonce projevuje snaha nově vytvářet vlastní stylovou normu (někdy jsou redaktoři a hlasatelé ve svém projevu přímo vázáni interními pokyny, tedy tím, co bychom mohli nazvat jakousi „**sekundární kodifikací**“). V některých případech je patrná i důsledná snaha vytvořit jistý **interní úzus**, v některých rysech vědomě odlišný od spisovné normy, nejčastěji napodobující vyjadřování mládeže. Tento úzus zahrnuje obvykle jevy tvaroslovné, s různým stupněm výskytu prvků obecné češtiny, ale také jevy výslovnostní včetně méně obvyklých a angličtinou ovlivněných intonačních vzorců (Kraus, 1996, s. 3 a 5).

Rozdíl je také v textech zpravodajských a publicistických. Zpravodajství celostátních médií většinou uplatňuje nepříznakové spisovné vyjadřování, zatímco prvky různé příznakovosti jsou četnější v malých médiích, které se svým jazykem chtějí chovat tržně – podle převažujícího publika. Někteří komentátoři se vyjadřují nepříznakovými jazykovými prostředky, jiní využívají prostředků specifických – zejména obrazných pojmenování a alegorií, rétorických prvků, vulgarismů, okazionalismů i neologismů a vůbec emotivních prostředků persvazivního určení (Bartošek, 2002, s. 13).

Michel Fleischmann jako majitel dvou velmi úspěšných komerčních stanic Frekvence 1 a Evropa 2 dbá na to, aby jeho redaktoři a moderátoři znali češtinu a spisovnou výslovnost a ovládali práci s mikrofonem a zásady rozhlasové komunikace.

Zaměstnanci jsou posíláni na kurzy slovosledu, rytmu jazyka, učí se vhodně „položít hlas“ a dále s ním pracovat. Mají také za úkol poslouchat mluvu svých blízkých. Podle Fleischmanna je problém v tom, že neexistuje mezistupeň mezi jazykem spisovným a nespisovným, který by byl definován jako **jazyk mediální**. Každé slovo není podle něj jen slovem, ale vyjádřením reality. Rádio má ve svém výrazu svou vnitřní poezii. Schopností rozhlasového jazyka a moderátora je vytvořit obraz¹¹.

1. 6 Charakteristika publicistiky a rozhlasových žánrů

1. 6. 1 Publicistický (žurnalistický) styl a terminologické odlišnosti

Publicistika je známa jako mezilidská komunikace informující o aktuálních společenských a politických událostech a komentující je. Pro tuto svéráznou veřejnou sféru a jí odpovídající (resp. jí sloužící) oficiální komunikaci se vyvinul specifický objektivní styl – **styl publicistický**. Jako jeden z funkčních stylů současné češtiny představuje zobecněné a nadřazené označení pro všechny typy jazykových projevů (verbálních komunikátů), které vedle své funkce sdělné, informativní, komunikační plní ještě funkci ovlivňovací, přesvědčovací a získávací. Rozlišujeme tři druhy žánrů: 1. zpravodajské, 2. analytické, a 3. beletristické (Čechová, 1997, s. 176 a 195).

V české stylistické terminologii se pro činnost hromadných sdělovacích prostředků a rovněž pro sféru příslušných textů užívá také pojmenování žurnalistika. Někdy docházelo v teorii i praxi k zaměňování termínů publicistika a žurnalistika, neboť byly s určitými výhradami přijímány jako synonymní, jindy žurnalistika pojmenovává nadřazený pojem představující souborný název pro zpravodajství, které slouží k informování, a rovněž pro publicistiku, jež hodnotí, posuzuje, přesvědčuje. Pro stylové projevy komunikátů žurnalistické sféry lze užít termínu **styl žurnalistický**. Termín je přijímán jako abstrahující a nadřazené označení stylu masmediální komunikace. Podřazenými termíny jsou pak styl zpravodajský, publicistický styl analytický a publicistický styl beletristický (Minářová, 2011, s. 162-3). Příruční mluvnice češtiny pojmenovává tento styl jako **publicistický (novinářský)** s dalším dělením na styl

¹¹ Dostupné z: <http://www.strategie.e15.cz/zpravy/jazyk-a-mluva-v-rozhlase-462399>

zpravodajský, úvahový, interviewový a přesvědčovací (Karlík, Nekula, Rusínová, 1995, s. 725).

Tato práce vychází z terminologie školské praxe. V učebnicích českého jazyka pro základní školy a víceletá gymnázia se používá převážně termín **publicistický styl**, a proto bude toto označení respektováno. Terminologická rozkolísanost se ovšem objevuje i v oblasti základního vzdělávání. Této problematice se budeme věnovat ve třetí, aplikační části práce.

1. 6. 1. 1 Mluvená publicistika

Představuje souhrn komunikačních činností, které vyvíjejí pracovníci hromadných sdělovacích prostředků. Patří k nim rozhlasové a televizní zpravodajství, komentáře, besedy, reportáže, rozhovory a různé tematicky zaměřené pořady. V mluvené rozhlasové a televizní publicistice se stává základem jazykové komunikace hovorová vrstva spisovné češtiny, ale v některých typech pořadů vstupují do vyjadřování fonologické a morfológické prvky nespisovné, především obecněčeské. V syntaxi se setkáváme se dvěma extrémy: buď převládají až nepřirozeně krátké věty, nebo syntax mluveného komunikátu je téměř autentická s obvyklou syntaxí psaných textů a při mluvě působí hyperkorektně. Aktualizace lexikálními prostředky nespisovnými, tj. interdialektovými, zvl. obecněčeskými, profesními a slangovými je častější než v psané publicistice, patrně pod vlivem stylizované předstírané spontánnosti mluvených projevů (Čechová, 1997, s. 192-3). Nespisovnost je převážně odrazem bezprostřednosti, nestrojenosti a někdy záměrně manifestované familiárnosti (nikoli tedy neznalosti), ale ne všichni adresáti (posluchači) jsou ochotni nespisovné vyjadřování ve veřejné komunikaci akceptovat (Minářová, 2011, s. 179).

1. 6. 2 Rozhlasové žánry

Jedná se o skupinu rozhlasových relací, které se liší svým významem a způsobem zpracování, přičemž aktivně využívají všechny výrazové prostředky rozhlasové komunikace. Lze je dělit podle výše popsaného zavedeného trichotomního systému na žánry stylu zpravodajského, publicistického analytického a beletristického.

V současnosti se v rozhlasové praxi setkáváme s obsahově konkrétnějším dělením na:

1. zpravodajské rozhlasové žánry

Mají velmi jednoduchou stavbu textu, jsou jasné, úderné, aktuální, jednoznačné.

- Rozhlasová zpráva: přináší základní informace podle klasického žurnalistického vzorce: kdo, co, kde, kdy, jak a proč.
- Rozšířená zpráva: kromě základních informací obsahuje také informace průvodní, doplňující popis události.
- Riport (též report, publicistický referát): úplné přiblížení skutečnosti, o níž informujeme – po základních údajích o předmětu komunikace přistupuje komunikant k vystižení celé události, včetně jejího významu a přínosu.
- Zpravodajský rozhovor (interview): bývá zařazován na pomezí mezi zpravodajské a publicistické analytické žánry, v dialogické komunikaci je v rozhovoru buď představena osoba a zveřejněny její názory, nebo prostřednictvím otázek a odpovědí mezi komunikujícími dochází k zveřejnění předávaných informací.
- Feature (též fíčr, fíčrová zpráva): vtipná informace, která má za úkol přinést nějakou zajímavost, odlehčit vysílání, často tzv. „měkce“ bulvárního charakteru.

2. publicistiku racionálního typu

Výrazové prostředky mají především věcný, pojmově logický charakter, který vyplývá z dominantního zaměření na racionální vliv na posluchače.

- Komentář (vnitropolitický, zahraničněpolitický, k aktuálním událostem apod.): kromě nových faktů a informací zveřejňuje postoj (autora, redakce) k obsahu informace.
- Recenze, kritika: shrnující posouzení, ohodnocení nějakého díla, většinou uměleckého charakteru – knihy, filmu, divadelní inscenace apod.
- Komentující, rozborový nebo portrétní rozhovor: kromě atributů zpravodajského nezaujatého rozhovoru přináší osobní vklad autora, zaujatost; v rozhlasovém vysílání velmi častý – formát zvaný *host ve vysílání*.
- Reportáž publicistická: při převládající funkci informativní lze vnímat reportáž i jako útvar zpravodajský, ovšem styl reportáže bývá spíše analytický.

3. publicistiku emocionálního typu

V této skupině se odráží snaha produktora působit silněji na city recipienta, která je podmíněná užíváním emočních a uměleckých prvků, a to v jazyce, kompoziční, režijní i interpretační rovině.

- Glosa: komentující poznámka k události – ve vysílání komerčních stanic velmi častá, kritická, se sklonem k ironii.
- Entrefilet: krátká zpráva, poznámka k něčemu, často i vtipná a dodatečně uváděná a zároveň komentující – také velmi častý moderátorský projev v komerčních rádiích.
- Fejeton: kritický, vtipný, humorný, ironický nebo provokující subjektivní pohled na aktuální událost nebo jev.
- Umělecká reportáž: reportáž s prvky uměleckého stylu – tvořivá realizace s využitím emotivních, obrazných a sugestivních prvků.

1. 6. 3 Metody působení na recipienty a vývojové tendence rozhlasového jazyka

„Tajemství komunikace s publikem – jakkoliv početným – spočívá v tom, že píšeme a mluvíme jako bychom oslovovali jen jednoho člověka, a je lepší, když je to člověk, kterého známe a máme rádi, než když je to náš největší nepřítel nebo šéf.“ (Boyd, 1995, s. 37)

Expanze soukromých médií zapříčinila, že se v nebyvalé míře ve vysílání uplatňuje dříve ne tak významná **ludická – zábavní funkce médií**. Podle amerického sociologa Neila Postmana, autora příznačně nazvané práce *Ubavit se k smrti* (1999), se dominantní ideologií veškeré mediální komunikace stává zábava (Kraus, 2008, s. 90). Jak již bylo v této práci zmíněno, zábavní funkce má své odborné označení: **infotainment** (složenina z výrazů *information* a *entertainment*, zábava). Ve věcné informaci tak nejde jen o střízlivé líčení události, ale spolu s úsilím připoutat za každou cenu recipientovu pozornost vstupují do textu dramatické děje (**emotainment**), střety osob a názorů (**confrotainment**).

Alarmující jsou **vývojové tendence v rozhlasovém jazyce**. Vliv mediální komunikace na současný jazyk a komunikační praxi v tomto jazyce považují uživatelé

češtiny i lingvisté za nebyvale silný (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 279). Komunikáty jsou upraveny tak, aby našly odezvu u masového publika a zajistily médiím sledovanost. Aby ovšem mediálně vysílané komunikační události našly u masového publika příznivou odezvu, snaží se vyhovět vkusu široké divácké obce. Komentátor Českého rozhlasu Ivan Hoffman se před časem vyjádřil, že *program komerční stanice je obal na reklamní spot* (Bartošek, 1995, s. 7).

Domácí bohemistika po několik desetiletí **tradičně** uváděla mezi hlavními vývojovými tendencemi, jež lze v komunikaci identifikovat, jednak tendenci k **intelektualizaci**, resp. ke specializaci, spočívající v propracování prostředků umožňujících přesně se vyjadřovat o složitých jevech a souvislostech, jednak jí protichůdnou tendenci k **demokratizaci**, která vede k sblížení komunikace ve spisovném jazyce s běžným, každodenním vyjadřováním. Demokratizaci ovšem nelze zjednodušeně charakterizovat jako „zlidovění“ jazyka. To by muselo mimo jiné znamenat, že spisovný jazyk se v komunikační praxi rozšířil do všech vrstev společnosti. Zajímavý je termín K. J. Mattheiera, který uvádí v souvislosti s procesem oslabování závaznosti (kodifikačních) tradičních jazykových norem a s jejich opouštěním označení „**démotizace**“ (Demotisierung) a spojuje tento jev s destandardizací spisovného jazyka (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 281). Demokratizace veřejného diskurzu je realizována směrem k neoficiálnosti, neformálnosti, uvolněnosti, nenucenosti, familiarizaci. Stěžejním projevem je **kolokvializace**, průnik nespisovných výrazových prostředků do mediálních komunikátů.

Pro komerční stanice je alfou i omegou vytváření zisku. S tím souvisí další tendence, a to tzv. **komodifikace**, resp. **marketizace**. Rozumí se tím fakt, že i ty instituce, jejichž primárním účelem není produkce zboží v úzkém ekonomickém smyslu slova, se postupně proměňují a jsou organizovány a chápány tak, jako by produkovaly a distribuovaly zboží určené k prodeji a spotřebě. Prostřednictvím reklam totiž skutečně zboží nabízejí. Proto jsou i diskurzní praktiky strukturovány tak, aby obstály v tržním prostředí a zajistily zisk. Nedílnou součástí je proto **technologizace diskurzu**, další vývojová tendence mediální komunikace. Jejím úkolem je harmonizovat obrazy nabízených produktů s obrazy jejich potencionálních konzumentů. Profesionální mluvčí cíleně pracují na tom, aby co nejpřesvědčivěji a nejefektivněji komunikovali sdělení výrobců spotřebitelům. Velmi silnou tendenci představuje v mediálním diskurzu **konverzacionalizace**, jež byla dříve přirozeně vlastní privátní sféře. Do prostoru

veřejného vyjadřování, jenž byl původně doménou oficiálního a formálního způsobu sdělování, proniká uvolněnost, neformálnost, spontánnost, simulace osobního kontaktu, příklon k ležérnosti a celkové zdůvěrnění, v mnohých případech až vemlouvavost. To vše je průvodním jevem snahy oslabit dojem institucionální autoritativnosti a nahradit ji přívětivostí a vlídností, dožadující se zájmu a přízně recipientů.

1. 7 Stratifikace českého národního jazyka

„Lingvistův popis jazyka se má řídit podle mluvčích, a ne mluvčí podle lingvisty.“

(Čermák, Sgall, Vybíral, 2006, s. 277)

Český jazyk není uceleným a stabilizovaným systémem, kterého užíváme v nezměněné podobě v každé komunikační situaci a v každém teritoriálním a společenském, respektive sociálním prostředí. Jazyk je z hlediska uplatnění svých výrazových prostředků bohatě diferencován. Základní diference vyplývá **ze tří stěžejních aspektů**. Jedním z nich je **existence jednotlivých útvarů a poloutvarů** národního jazyka představující rozdělení národního jazyka **z aspektu teritoriálního a sociálního**. Diference z jiného aspektu nahlíží **na vzájemnou prestiž** strukturních útvarů při jazykové komunikaci v určité funkční, sociální a společenské sféře a vymezuje útvary prestižní a neprestižní. Ke komplexní diferenciaci je třeba pohled na stratifikaci doplnit **o funkční stylistickou diferenciaci**, tedy o cílené a funkční užití jazykových prostředků českého jazyka, jak je vymezují vžité stylové a komunikační normy a komunikační zvyklosti uživatelů jazyka (Minářová, 2011, s. 25). **Funkční přístup** k rozvrstvení jazyka vypracoval B. Havránek spolu s dalšími členy Pražského lingvistického kroužku, především V. Mathesiem a R. Jacobsonem již ve třicátých letech dvacátého století. Pražská škola tehdy patřila k prvním průkopnickým centrům strukturalismu a přicházela s novými myšlenkami v mnoha oborech lingvistiky, která se začala loučit se starším, převážně historickým zaměřením (Sgall, Hronek, 2014, s. 15).

1. 7. 1 Útvary a poloútvary národního jazyka

„Rozvrstvení češtiny by mohlo, budeme-li s ním rozumně zacházet, postupně přestávat být zdrojem nedorozumění a mohlo by se stávat stále víc bohatstvím stylů.“

(Sgall, Hronek, 2014, s. 73)

Jazykový materiál představuje soubor různých podob jazyka, různých systémů jazykových prostředků, které jsou vymezeny z výše uvedených aspektů. Tyto systémy nejčastěji označujeme jako **útvary (variety) národního jazyka**, jež jsou si strukturně blízké, navzájem se ovlivňují a prolínají a společně podléhají vývojovým tendencím (Svobodová, 2011, s. 7). Ke **strukturním útvarům**, tedy k formám jazyka majícím zastoupení a uplatnění ve všech jazykových rovinách, patří spisovný jazyk, obecná čeština, interdialekty a dialekty. **Poloútvary** tvoří takové soubory jazyka, které se netýkají jazyka v celém systému, ale pouze slovní zásoby neboli lexika, někdy zasahují do spojení syntagmatických. Z hlediska sociálního se jako poloútvary zřetelně vyčleňují slang (mluva zájmové skupiny) a argot (jazyk sloužící k utajení obsahu sdělení), dále je do poloútvárů lingvisty zařazována profesní, městská a běžná mluva – ta bývá označována též jako běžně mluvený jazyk.

Jazykovědci používají pro rozdělení strukturních útvarů také pojmy **standard** a **substandard**. Jako standardní (prestižní) je označen spisovný jazyk a k substandardu je řazena obecná čeština, interdialekty, dialekty. Význam pojmu standard se přitom poněkud uvolňuje i rozšiřuje nad rámec spisovnosti směrem k obecné češtině (Čechová, 2011, s. 23). To je některými lingvisty přijímáno pozitivně. Tyto názorové proudy upřednostňují rozvrstvení jazyků bez ohledu na prestiž jednotlivých útvarů. Pro češtinu platí, že je tu spisovný útvar nadřazený funkčně, ale útvar, který nazýváme obecnou češtinou, je nadřazený z hlediska struktury, především proto, že se v něm v nejčistší podobě projevují vývojové tendence (Sgall, Hronek, 2014, s. 76).

1. 7. 1. 1 Spisovná čeština

„Ztotožňování jazyka národního s jazykem spisovným je jednou z elementárních chyb, kterých bychom se měli vyvarovat, nechceme-li si znemožňovat věcný pohled na jazyk a na jeho různé podoby.“ (Sgall, Hronek, 2014, s. 15)

Spisovný jazyk je základním útvarem českého národního jazyka a jediným útvarem, který je zcela kodifikován v lingvistické literatuře, v mluvnicích a ve slovnících spisovné češtiny. Slouží oficiální komunikaci ve společnosti ve formě mluvené i psané, má reprezentativní funkci. Je jazykem, jemuž se vyučuje **ve škole** a jímž by se ve škole vyučovat mělo. Značné výrazové rozpětí spisovné češtiny lze vyjádřit vnitřní diferenciací na **tři základní vrstvy** jazykových prostředků (lexikálních, gramatických, zvukových, případně i grafických) užívaných ve spisovných projevech:

a) **Knižní prostředky** jsou typické pro psané jazykové projevy oficiální povahy, případně některé vybrané vysoce oficiální komunikáty mluvené. Liší se od prostředků zastaralých (archaických), ale často se v ně plynulým procesem mění.

b) **Neutrální** jsou základní spisovné výrazové prostředky v projevech písemných i ústních, které jsou stylově nepříznakové.

c) **Hovorové** prostředky se uplatňují hlavně v mluvených neveřejných a poloveřejných projevech, hodí se pro běžný dorozumívací styk. V. Mathesius chápal hovorovou češtinu jako volně vymezený soubor spisovných a zčásti i nespisovných prostředků užívaných v běžném hovoru těmi mluvčími, kteří jsou zvyklí aktivně používat jazyk spisovný. Je to vrstva relativně otevřená prostředkům nespisovným, které do ní pronikají za předpokladu, že našly širší (tj. neregionální, celonárodní) uplatnění. Z tohoto hlediska lze rozdělit prostředky na kodifikované – vlastní hovorové a nekodifikované – celonárodní výrazy, podoby a tvary nespisovné nebo ne plně spisovné (lexikální domácí – *přijímačky*, lexikální přejaté – *esemeska*, gramatické – *brnknul*, většina expresivních výrazů lexikálních i slovo tvorných apod.) (Svobodová, 2011, s. 10). **Právě hovorová vrstva spisovného jazyka bývá nejčastěji jazykovým kódem mluvené žurnalistiky.** Skutečnou komunikační praxi popisuje tato práce.

1. 7. 1. 2 Nespisovná čeština

„Je to čeština bez příkras zajišťovaných péčí lingvistů a učitelů, ale to znamená zároveň bez strojenosti a krunýře „jazykové správnosti“.“ (Sgall, Hronek, 2014, s. 16)

Nespisovná čeština je, jak již bylo zmíněno, diferenciována územně a sociálně. S ohledem na zaměření práce nebudeme popisovat interdialekty ani dialekty v intencích regionálního vymezení, ale pozornost bude věnována **obecné češtině** jako expandujícímu kódu. Z poloutvarů bude objektem zájmu **běžně mluvený jazyk**, který stále častěji proniká do rozhlasových komunikátů.

Obecná čeština je útvar vzniklý stíráním rozdílů mezi nářečím na území Čech. V současné době představuje celonárodně rozšířenou a plně akceptovanou nepříznačnou mluvenou varietu, která stojí v blízkosti spisovného jazyka, na jehož normu má prokazatelný vliv. Je to útvar sice nekodifikovaný, ale stále více a významněji nepříznačově plní komunikační funkce očekávané původně od mluvené podoby jazyka spisovného. V Čechách užívá obecnou češtinu největší část mluvčích v každodenním běžném hovoru. Faktory dané situací hovoru je možno vidět v různých dimenzích. V hovoru soukromém jsou prostředky obecné češtiny namísto, v hovoru veřejném, kam patří např. rozhlasové zpravodajství, by měla být použita spisovná čeština. Někdy má ovšem projev charakter veřejný, ale s menší mírou oficiality. Jedná se např. o různé, v předchozí části práce popsané komunikáty v médiích (rozhovory, glosa, entrefilet, fejeton apod.). V takových případech bývá obtížné zachovat zároveň dojem spontánnosti a spisovného vyjadřování bez užití prvků obecné češtiny. Mluvčí potom často použije kód **běžně mluveného jazyka** jako funkčně vymezenou podobu národního jazyka, jejíž strukturní náplň může být různá v závislosti na konkrétních okolnostech vzniku a percepce daného komunikátu. Zahrnuje jednotlivé prostředky různých útvarů, může představovat různorodou směsici založenou na míšení spisovného a nespisovného kódu.

1. 7. 1. 3 Diglosie

Komplikovanost aktuální české jazykové situace dokládá pojem česká diglosie. Jedná se o **míšení** nebo **střídání** jazykových prostředků různých útvarů, někdy je tento jev nazýván jak **interference** – přepínání kódů (Hoffmannová, 1997, s. 79). Probíhá-li

takové střídání relativně pravidelně, mluvíme o skutečné diglosii. F. Daneš na základě toho označuje takové mluvčí za převážně „dvoujazyčné“ (Daneš, 1997, s. 14). Užívání smíšeného kódu svědčí o jisté tendenci sblížení spisovného jazyka a obecné češtiny, a to v intencích přesně stanovených kritérií vymezujících funkce jednotlivých variet (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 43).

K uvedenému specificky české diglosii se vyjádřil britský bohemista Neil Bermel. Detailně probírá parametry diglosie a dochází k závěru, že v případě češtiny bude vhodnější používat termín **postdiglotická jazyková situace**, neboť podle jeho názoru jasné hranice mezi útvary mizí a místo nich se prosazuje nezřetelná „šedá zóna“ smíšených a nejistých komunikačních situací (Svobodová, 2011, s. 18). K nim patří také oblast rozhlasových komunikátů s akcentem ke specifickým duálního vysílání a úrovni produkce především komerčních stanic.

2 PRAKTICKÁ ČÁST

2.1 Výsledky dotazníku

Sledované rozhlasové stanice byly vytipovány následovně. Jako základní informační zdroj posloužily oficiální žebříčky poslechovosti¹². Bylo vybráno šest stanic; jedna veřejnoprávní (Český rozhlas Radiožurnál), tři celoplošné komerční (Rádio Impuls, Frekvence 1 a Evropa 2), jedna specifická komerční ze skupiny stanic zvaných Hitrádio (Rádio Dragon) a jedna komerční regionální (Rádio Egrensis).

Na základě tohoto výběru byl vytvořen dotazník, který byl určen (s ohledem na třetí aplikační část práce) především věkové kategorii 12 – 15 let. Jako kontrolní vzorek byla vybrána kategorie dospělých respondentů bez ohledu na pohlaví a věk. Cílem dotazníku nebyla hlubší sociologická sonda, ale zjištění základních informací týkajících se poslechu rozhlasových stanic a vnímání rozhlasových komunikátů. Proto byl dotazník vytvořen v komunikačně lehčím tónu. Varianta pro děti obsahovala nabídku stanic v jednodušší formě. Varianta pro dospělé nabízela podrobnější a konkrétnější názvy stanic, u přepisu záznamu vysílání byl uveden zdroj.

Dotazník tvořily tři výběrové otázky s možností doplnění dalších variant (otázka č. 1, 2 a 4); tři otázky výběrové s možností zakroužkovat jednu variantu (otázky č. 3, 5 a 6). Všechny tyto otázky byly vyhodnoceny kvantitativně a na základě výsledků byly následně vybrány stanice k analýze textů. V nabídce stanic záměrně nebyla uvedena stanice s vysokou poslechovostí: Evropa 2, což posloužilo jako referenční bod pozornosti respondentů. Tato stanice se skutečně umístila na prvním místě v doplněných odpovědích. Poslední pokyn v dotazníku umožňoval respondentům vyjádřit vlastní názor na užívání spisovného jazyka v rozhlasovém vysílání. Tyto odpovědi byly vyhodnoceny kvalitativně a poskytly cenný materiál jednak o postoji žáků a dospělých k této problematice, jednak přinesl pedagogicky zajímavý materiál o vyjadřovacích schopnostech žáků na 2. stupni ZŠ.

Dotazník vyplnilo 155 žáků 2. stupně základní školy a 53 dospělých.

¹² dostupné z <http://www.radiotv.cz/tag/radioprojekt-2015/>

Vyhodnocení dotazníku po jednotlivých otázkách

Děti: žáci 12 – 15 let/ dospělí bez ohledu na věk

1. Při jízdě v autě posloucháme:

- lze zakroužkovat více možností

	děti	dospělí
a) rádio	86 %	79 %
b) Cd přehrávač	40 %	30 %
c) nic	3 %	3 %
d) jiná možnost	mobil USB MP3	USB MP3 ženu

Z výsledků vyplývá, že poslech rádia upřednostňuje drtivá většina respondentů. Jízda v autě navíc přináší další zajímavý pohled na poslech rozhlasu. I při zohlednění tzv. *zappingu* (bezcílného přepínání stanic) je recipient „nucen“ v uzavřeném prostoru auta poslouchat soustředěněji a není vyrušován jinou činností. Řidič se sice věnuje řízení, ale také poslouchá s větší pozorností, spolucestující většinou jinou činnost než poslech rádia nevykonávají.

2. V autě posloucháme stanice (můžeš/můžete zakroužkovat více možností):

	děti	dospělí
a) Radiožurnál	7 %	6 %
b) Rádio Impuls	44 %	46 %
c) Frekvenci 1	26 %	17 %
d) Dragon / Hitrádio (např. Dragon, Orion, Faktor...)	55 %	40 %
e) Egrensis/ regionální, místní (např. Egrensis)	59 %	40 %
f) jinou (pokud znáš/znáte název – napiš/napište ho)	16 % Evropa 2 11 % další: Galaxy, Rádio Blaník, Rock Rádio	15 % Evropa 2 13 % další: Galaxy, Rádio Beat, Country Rádio

Nejposlouchanější jsou komerční stanice, a to Rádio Dragon ze skupiny Hitrádio a regionální stanice Egrensis. S volbou dětí celkem korespondují i odpovědi dospělých. Rádio Impuls patří i podle oficiálních průzkumů k nejposlouchanějším. Zajímavé je, že stanice Frekvence 1 uvedlo více dětí než dospělých, a to i u poslechu rozhlasu doma (viz otázka č. 4). Následný rozbor konkrétních komunikátů prokázal, že tato stanice změnila cílovou skupinu posluchačů, již byly dříve nejvíce ženy středního věku, a zaměřila pozornost na dospívající mládež. Veřejnoprávní médium bylo zařazeno pro zajímavé srovnání poslechovosti.

3. Doma máme puštěné rádio:

	děti	dospělí
a) každý den	16 %	25 %
b) několikrát v týdnu	15 %	24 %
c) jen občas	39 %	36 %
d) nikdy	30 %	15 %

Nepotvrdily se názory, že rozhlasové vysílání plní v současné době v mediálním systému jen okrajovou funkci. 70 % respondentů z řad dětí a dokonce 85 % dotázaných dospělých doma rádio pouští.

4. Doma posloucháme stanice (můžeš/můžete zakroužkovat více možností):

	děti	dospělí
a) Radiožurnál	3 %	6 %
b) Rádio Impuls	30 %	34 %
c) Frekvenci 1	15 %	13 %
d) Dragon/Hitrádio (např. Dragon, Orion, Faktor ...)	40 %	36 %
e) Egrensis/regionální, místní (např. Egrensis)	42 %	28 %
f) jinou (pokud znáš/znáte název – napiš/napište ho)	15 % Evropa 2 8 % další: ČRo Plzeň, Kiss Proton, Country Rádio	13 % Evropa 2 9 % další: Galaxy, Rádio City, Kiss Proton

Výsledky víceméně kopírují volbu stanice při jízdě autem.

5. Všiml(a) jsem si, že v rádiu mluví moderátoři a redaktoři nespisovně:

Např.: *Stejně jako neska bude zejtra skvělý počasí. Den bude jasnej a uhoděj až vosumadvacítky teploty.*“ Nebo: *„Nemáme hlášený žádný dopravní nehody, ale pozor na radary. Máme hlášenýho černýho opla, kterej chytá rychlý šoféry.“* / – záznam z Rádia City

Děti: a) ano 61 % b) ne 39 %

Je pozitivní, že děti ve věku 12 – 15 let většinou vnímají užití nespisovného jazykového kódu v rozhlasovém vysílání.

Dospělí: a) ano 88 % b) ne 12 %

Tento poměr svědčí o pozorném vnímání obsahu rozhlasových komunikátů.

6. Vadí mi, když se v rádiu mluví nespisovně:

děti: a) ano 15 % b) ne 85 %

Tento výsledek už tak pozitivní není. Odráží postoj pubescentů k užívání spisovného jazyka.

dospělí: a) ano 47 % b) ne 53 %

Dospělí vyjádřili zajímavý postoj. Přestože nespisovné vyjadřování ve vysílání v drtivé většině vnímají, více než polovině respondentů je lhostejné, mluví-li se v rozhlase nespisovně.

S odpověďmi na 6. otázku korespondují i **vyjádření názorů dětí** ohledně spisovného jazyka v rozhlasovém vysílání:

Pokud máš nějakou poznámku k užívání spisovného jazyka v rozhlasovém vysílání, napiš ji sem, případně na druhou stranu.

Celkem této možnosti využilo 23 žáků, tedy necelých 15 %.

Uvádíme v přesném znění nejzajímavější názory, které dokreslují vnímání obsahů rozhlasových komunikátů.

Je to trapný, že se snaží vnutit lidem.

Neříkám, že by se mělo mluvit úplně spisovně, ale občas se najde věta (slovo), které bouchne do uší i nejmenšímu dítěti.

Můžeme být rádi že tam něco říkají.

Je to pravda když to poslouchám tak mi to drásá uši je to zvláštní že si nedávají na to pozor.

Že v rádiích mluví nespisovně mi nevádí, protože když začnou mluvit, tak přepnu stanici.

Mělo by se více mluvit spisovně ...

Spisovně by se mělo jen ve zprávách.

Přijde my to víc přirozené.

Je to sranda :D :D

Nevadí mi to, protože rádio má bavit ☺

Někdy by mněly mluvit srozumitelně a spisovně a navíc média mají mluvit spisovně protože by nás tím jako by učí.

Mluví s náma jako s kámošema.

Mluví jako nejlepší kamarád.

Mluví se takhle v normální komunikaci.

Já si osobně myslím že by se v rádiu mělo mluvit tak jak se moderátorovi líbí.

Názory oscilují od negativního vnímání nespisovného jazykového kódu, přes akceptování výběru jazykových prostředků, až po pozitivní přijímání trendu nespisovnosti. Z didaktického hlediska se jedná o zajímavou sondu do vyjadřovacích schopností dětí ve starším školním věku s „bonusem“ v podobě pravopisných chyb. I tato drobná aktivita svědčí o nutnosti věnovat v hodinách českého jazyka více pozornosti nácviku vyjadřovacích schopností, výstižné formulaci postojů a názorů žáků jak v mluvené, tak v pravopisně správně psané podobě.

Mezi **dospělými** využilo možnosti vyjádřit slovně názor celkem 12 respondentů, tedy necelých 23 %.

Přitažlivost rozhlasové stanice pro mladé lidi podle mého názoru „dělá“ vtipnost a nápaditost, nikoli nespisovnost!

Záleží na situaci a tématu.

U Rock Rádía mi to nevádí, ale od Čro1 atd. očekávám jistou úroveň.

Záleží na tom, které rádio mám puštěné.

Záleží na povaze stanice – na Evropě 2 mi nespisovné výrazy nevádí.

Občas ta nespisovná čeština pobaví, ale někdy je to už moc.

Média mají kultivovat mluvený projev i u posluchačů.

Dospělí posluchači rozlišují typ stanice i obsah komunikátu.

2. 2 Charakteristika vybraných rozhlasových stanic

Stanice jsou seřazeny podle abecedy.

Český rozhlas Radiožurnál

Dříve Český rozhlas 1 – Radiožurnál je celoplošná veřejnoprávní stanice se zaměřením na aktuální zpravodajství a publicistiku. Z hlediska rozhlasových formátů tato stanice vysílá tzv. Full Service¹³ s cílovou skupinou posluchačů 30 – 60 let. Průměrná týdenní poslechovost činí 1 438 tisíc recipientů¹⁴ (4. místo v celkové poslechovosti).

Evropa 2

Je to celoplošná soukromá rozhlasová stanice, první komerční rádio v České republice po roce 1989. Společně s rádií Frekvence 1, Rádio Bonton, Dance radio a Zet patří do mediální skupiny Lagardere Active Radio International. Jedná se o formát CHR rádio: Contemporary¹⁵ Hits Radio (dynamický hudební formát, moderní stanice pro mladé lidi) pro cílovou skupinu 14 – 24 let. Týdně ladí tuto stanici 1 677 tisíc posluchačů (2. místo).

Frekvence 1

Celoplošná soukromá rozhlasová stanice patří do výše uvedené mediální skupiny. Formátem AC: Adult¹⁶ Contemporary se řadí k nenáročným nejmasověji poslouchaným stanicím se širokou cílovou skupinou 25 – 50 let. 3. místo v poslechovosti jí zajišťuje stabilních 1 604 tisíc posluchačů týdně.

Hitrádio Dragon

Regionální soukromá stanice z portfolia společnosti Media Bohemia pokrývá Karlovarský kraj a část Plzeňského kraje. Stejně jako Frekvence 1 vysílá ve formátu AC

¹³ Dostupné na: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_program/maly-lexikon-rozhlasovych-formatu/

¹⁴ Dostupné na: http://www.radiotv.cz/p_radio/radioprojekt-ii-q-iii-q-2016

¹⁵ contemporary: současný, moderní

¹⁶ adult: dospělý člověk

s cílovou skupinou 25 – 45 let. Jedná se o nejposlouchanější regionální stanici (63 000 týdenních recipientů).

Rádio Egrensis

Regionální soukromá stanice je stejně jako Hitrádio Dragon součástí holdingu Media Bohemia. Prezentuje se jako současné rádio pro dospělé, tedy ve formátu AC. V poslechovosti nijak nezaostává za Hitrádiem Dragon, týdně si tuto stanici naladí 61 000 obyvatel regionu.

Rádio Impuls

Celoplošná soukromá rozhlasová stanice vznikla roku 1999, kdy vystřídala celoplošnou stanici Rádio Alfa, která neobhájila licenci. Je to nejposlouchanější rozhlasová stanice v republice (1 907 tisíc posluchačů týdně). Ve formátu Soft AC se prezentuje nabídkou vyvážené kombinace české hudby, zpráv, dopravních informací a zábavy.

2. 3 Analýza komunikátů

2. 3. 1 Popis metodiky výzkumu

„Moderní studium funkčního a sociálního rozrůznění jazyka v rámci tzv. sociolingvistiky postupuje zpravidla na základě zachycených záznamů mluvené řeči a jejich rozboru. To umožňuje posoudit daný stav objektivně.“ (Sgall, Hronek, 2014, s. 20)

V diplomové práci byla použita metoda záznamů textů pomocí elektronického zařízení (záznamník v mobilním telefonu) a následného přepisu komunikátů.

Při transkripci jsme postupovali podle doporučení popsanych v práci *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí* (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 14 – 17), jež uvádí, že přepisy mluvené komunikace jsou vždy oproti zachycené komunikační události zjednodušeny, a to s ohledem na badatelský záměr. Konkrétními aspekty analýzy byly nespisovné výrazy v komunikátech pronášených profesionálními rozhlasovými mluvčími. V rámci rozhovorů tedy nejsou transkribovány odpovědi hostů, dále nejsou zachyceny pauzy, zdůraznění slabiky/slova a intonace.

Transkripční značky (Čmejrková, Hoffmannová, 2001, s. 16 a 17)

MOD	označení mluvčího (moderátora)
@	výrazné hezitační a responzní zvuky
mon-	nedokončení slova
(ale)	předpokládaný, ne dobře srozumitelný výraz
()	nesrozumitelný výraz
...	vypuštění části transkriptu
(h.)	prostředek hovorový spisovný

Komunikáty jsou přepsány ve tvaru:

MOD (3 mezery) promluva s koncovým interpunkčním znaménkem.

V textu je užito interpunkce jako v mluvených korpusech ČNK, tedy jako v psaném jazyce¹⁷. Nespisovné výrazy v rovině hláskoslovné, morfologické a lexikální jsou vyznačeny tučným písmem. Nemotivované odchylky v rovině syntaktické jsou podtrženy. Promluva podtržena není, pokud se syntaktická odchylka týká delší pasáže nebo pokud by došlo k překrytí podtrženého výrazu. Diglotické tendence jsou označeny tečkovaně.

Celkem bylo pořízeno 35 záznamů v období od 5. ledna do 18. ledna 2017. Z těchto záznamů bylo vybráno 13 komunikátů. Ve třech případech byl využit archiv stanic (Rádio Egrensis, Rádio Impuls a ČRo Radiožurnál). Analýze posloužilo tedy celkem **16 textů** (4 x Rádio Impuls, 3 x Evropa 2, Frekvence 1 a Hitrádio Dragon, 2 x Rádio Egrensis, 1 x Radiožurnál). Četnost zastoupení jednotlivých stanic odpovídá poslechovosti. Texty reprezentují všechny tři rozhlasové žánry popsané v teoretické části práce.

Při pořizování záznamů jsme zachytili několik zajímavých zjištění:

1. Rozhlasové **zprávy** byly pronášeny všemi hlasateli bez ohledu na typ stanice vždy spisovně. Hlasatelé zprávy přebírají z tiskových agentur a zcela minimálně je jazykově upravují. Analýza prostých zpráv by nebyla tedy pro tuto práci přínosná. Výjimku tvoří posluchačsky nejatraktivnější zprávy, a to předpověď počasí a dopravní zpravodajství. Do těchto sdělení hlasatelé jazykově zasahují, a proto jsme tyto specifické zprávy rozboru podrobili.

¹⁷ Dostupné na: <http://ucnk.ff.cuni.cz/ORAL2006pravidla.php>

2. Oproti tomu **rozšířené zprávy, reporty a fičry**, jež představují po předpovědi počasí a dopravním zpravodajství nejfrekventovanější a nejposlouchanější mluvené žánry, sice moderátoři též čerpají z agentur a dalších zdrojů, ale formulují jejich podání individuálně. Zatímco profesionální mluvčí veřejnoprávní stanice ČRo Radiožurnál i tato sdělení prezentují bez nespisovných výrazů, pro moderátory komerčních stanic tato oblast otevírá široké pole užití nespisovných výrazů ve všech jazykových rovinách.

3. Zcela zvláštní kategorii představují promluvy moderátorů komerčních stanic, které pronášejí mezi sebou ať již v rámci spojovacích předělů mezi hudebními vstupy, nebo v rámci vysílacího formátu realizovaného dvěma produktory (např. Ráno F1, Ranní show a Odpolední show Evropy 2, Haló, tady Impulsovi a Fanda a jeho česká banda - Rádio Impuls, Co ty na to, Horvi – Hitrádio Dragon). Mluvčí se oslovují zdomácnělými podobami křestních jmen, tykají si, popichují se a škádlí. Často se z rádia linou pouze neartikulované zvuky, hýkání, salvy smíchu. Všechny promluvy jsou realizovány **zásadně nespisovně** a nemají žádnou informační hodnotu. Tento způsob prezentace je motivován snahou o neformálnost, důvěrnou blízkost až intimnost ve vztahu s posluchačem, jež byla popsána v teoretické části práce.

Veřejnoprávní stanice ČRo Radiožurnál tento formát nepoužívá. Každá relace má jednoho moderátora, jenž je na této stanici často představován jako **průvodce vysíláním**. Toto označení začaly používat i další rozhlasové stanice. Lze tedy v tomto případě hovořit o vstupu do jazykové politiky ve fázi tzv. předstandardizace, kdy dochází k vernakularizaci standardu. Jistý jazykový prostředek s dosud omezeným funkčním potenciálem se stává polyfunkčním. Navíc se pracovníkům Radiožurnálu podařilo nalézt výstižné synonymum pro přejaté slovo *moderátor*.

2. 3. 2 Zpravodajské publicistické žánry

V rámci této oblasti jsme v rozhlasovém vysílání zaznamenali nejpočetnější a nejužívanější skupinu slohových útvarů. Všechny analyzované promluvy byly realizovány ve vysílání komerčních stanic. V záznamech zpravodajských žánrů veřejnoprávního rozhlasu nebyly zjištěny žádné nespisovné výrazy. Jako příklady specifických zpráv jsme zařadili 1 záznam předpovědi počasí (tyto relace jsou si velmi podobné) a 3 záznamy dopravního zpravodajství.

2. 3. 2. 1 Zpráva specifická – předpověď počasí, dopravní zpravodajství

Rádio Egrensis, 16. 1. 2017

MOD *Na západě Čech po zbytek dne oblačno nebo zataženo a **sem tam** sněžení. V noci budou teploty až kolem mínus **jedenáctky**. V úterý čekáme převážně oblačnou nebo zataženou oblohu, teploty kolem mínus **sedmičky** až mínus **pětky** a **sem tam chumelenici**.*

Rovina lexikální: sem tam 2x, jedenáctka, sedmička, pětka jako označení stupně Celsia; chumelenice – nevhodný výraz pro oblast veřejného projevu, výstižnější je meteorologický termín *husté sněžení*

Rovina syntaktická: v 1. větě celku elipsa části přísudku – bude oblačno ...

Evropa 2, 13. 1. 2017 (Kde to stojí)

MOD *Na pražském okruhu se v této chvíli tvoří dlouhé kolony. První je směrem k letišti před () tunelem. Druhá je v opačném směru k Modleticím, a to kvůli silnému provozu na **dé jedniče**. ...*

Hitrádio Dragon, 14. 1. 2017

MOD *Právě **ted'ka** se koukneme (h.) na dopravu. Pozor si dávejte, **pokud'** budete vyjíždět z Plzně směrem na Domažlice. Na silnici **šestadvacet** je **kousíček** za Plzní **havárka** dvou **osobáků**. ...*

Rádio Impuls, 14. 1. 2017 (Doprava 007)

MOD 1 *Ted' **doporučujem** otočit knoflíkem doprava. Hlásí se ... nejrychlejší dopravní agenti.*

MOD 2 *... V Olomouci před **kruháčem** u obchodního centra směrem od **dé petatřicítky** došlo k **havárce** kamiónu s **osobákem**. ...*

Rovina hláskoslovná: pokud'

Rovina morfologická: doporučujem

Rovina lexikální: dé jednička, silnice šestadvacet, dé pětatřicítka; ted'ka; kousíček (zdrobnělina); havárka osobáků 2x, kruháč - univerbizace

Stylová hodnota výrazových prostředků v předpovědi počasí a dopravním zpravodajství:
- jedenáctka, sedmička, pětka; dé jednička, silnice šestadvacet, dé pětatřicítka:
vernakularizace standardu

2. 3. 2. 2 Rozšířená zpráva, report

Evropa 2, 12. 1. 2017

MOD 1 *Katie Perry chce bojovat za ženská práva a to tak, že vyjde na pochod. ... Americké ženy mají momentálně totiž obavy, že Donald Trump nebude respektovat jejich práva.*

MOD 2 *Já si **myslim**, že by se bát jako vůbec neměly,@ protože včera vyšla zpráva, že Rusko má na Donalda Trumpa kompromitující materiály, kdy **tehďa** někdy v Rusku si užíval s několika **prostitutkama**, takže **von** je bude **natuty** respektovat.*

MOD 1 *@ Že by ho ty ženy vydíraly nakonec.*

MOD 2 *Ne,@ **von** je bude respektovat. Ted' **de vo** to, z jakého **úhledu pohledu, pohledu úhlu.***

Rovina hláskoslovná: myslim, von, vo, de, tehďa

Rovina morfologická: prostitutkama

Rovina lexikální: natuty – expresivní výraz; úhlu pohledu, pohledu úhlu – původní přechýlení opraveno v aktualizované flokuli

Rovina syntaktická: jako – parazitní výraz (vycpávkové slovo) bez větněčlenské platnosti¹⁸; 2. promluva MOD 1 – chaotický pořádek slov

Stylová hodnota výrazových prostředků – příznakovost z hlediska expresivity

Frekvence 1, 10. 1. 2017

MOD *Polední show přináší spoustu věcí, **kerý** vás **zajímaj**, a my je za vás řešíme. Například na konci loňského roku se řešilo, že metro D zřejmě nebude mít zastávky, protože **neni možný** vykoupit parcely, kde by **ty** zastávky byly. A pozor, přichází **dobry** zprávy, je tu průlom u **klíčovejch** parcel pro metro D. Praha uzavře dohodu s majiteli. **Zaplat'pánbu**, že se podařilo všechno vyřešit.*

Rovina hláskoslovná: kerý, neni

Rovina morfologická: kerý, zajímaj, možný, dobrý, klíčovejch

Rovina lexikální: zaplat'pánbu

¹⁸ V. Just pojmenoval takové výrazy jako *slovo-tik*: jako, jakoby, vlastně, prostě apod. (Just, 2003, s. 61).

Hitrádio Dragon, 11. 1. 2017

MOD *Scénu jako ze Slavnostech sněženek zažili obyvatelé Litoměřic. Po městě tady o víkendu honili postřeleného divočáka, **ktorej** se nakonec **rozhod**, že se před **myslivcema sková** do základní školy. Ale protože byla neděle a škola byla prázdná, tak si nakonec děti **žádný prasečinky** s divočákem neužily.*

Rovina hláskoslovná: sková

Rovina morfologická: ktorej, rozhod, myslivcema, žádný

Rovina lexikální: prasečinky

Rovina syntaktická: scéna ze Slavnostech – problematicky zařaditelný jev, z nemotivovaných odchylek se nejvíce přibližuje atrakci.

2. 3. 2. 3 Zpravodajský rozhovor

Frekvence 1, 11. 1. 2017

MOD *Máme za sebou extrémně mrazivé ráno a otázka je, jak se máme v takových mrazech postarat třeba o zvířátka. No (h.) a to nejen o pejsky, co s **náma** žijí doma, ale třeba i zvířata, co jsou celý rok venku na zahradě. No (h.) a teď je (samozřejmě) otázka, že **jo** taky (h.), @ co **třeba právě** pejsci, **co** žijí s **náma** v domech nebo v bytech, **maj** se v **takovym** počasí **třeba **ňák**** upravovat vycházky? Ublížíje **ta** sůl **těm** psím packám? Co hospodářská zvířata? Zvířata na venkově, to jsou slepice, králíci, potřebujou (h.) v mrazech taky (h.) **ňákou** **třeba** speciální péči anebo **zateplení**?*

Rovina hláskoslovná: ňák, ňákou

Rovina morfologická: náma 2x, maj, takovym

Rovina lexikální: jo

Rovina syntaktická: No a to nejen o pejsky, ..., ale třeba i **(o)** zvířata – anakolut¹⁹; co žijí..., co jsou – opakující se spojovací výraz co; no a to..., no a teď – přídatné výrazy preparativní s funkcí zdůraznění začátku větného celku; že jo taky – potvrzující vsuvka ve formě přídatných výrazů; třeba 4x!, právě – parazitní výrazy; ta, těm – nadměrné užívání ukazovacích zájmen; zateplení – zvířata potřebují zateplení – elipsa nutného doplnění (zateplení příbytků).

¹⁹ Marie Čechová označuje tento typ anakolutu za *jazykovou nepozornost* (Čechová, 2011, s. 299).

2. 3. 2. 4 Fíčrová zpráva

Evropa 2, 11. 1. 2017

MOD *A zprávy v webu. Královna Alžběta prý zemřela. Web už dostal několik žalob, že **poplašný** informace by vůbec neměl zveřejňovat. Každopádně @ **neni** v tom sama královna Alžběta. (Na) černé listině **dva sedmnáct** se taky (h.) objevil **chudák** Kirk Douglas, který **nedavno** oslavil své sté narozeniny, a spousta dalších osobností. Takže **tydle** to **maj** prý **sečtený**. **Jo, je to strašný samozřejmě, bizardní, zvrácený, ale na druhou stranu si říkám,** že ta strategie toho webu, když jim to vychází, je celkem jednoduchá. **Voni** zveřejní **takovoudle** mrazivou informací, pak se to donese k tomu, kdo je na tom seznamu, ten se tak lekne, že to s **nim škrábne** a **maj** vystaráno. ...*

Rovina hláskoslovná: *neni, nedavno, tydle, bizardní, říkám, voni, takovoudle, nim*

Rovina morfologická: *poplašný, maj 2x, sečtený, strašný, zvrácený*

Rovina lexikální: *dva sedmnáct, chudák, jo, škrábne to s nim*

Rovina syntaktická: *ta, toho: nadužívání ukazovacích zájmen; každopádně, jo, samozřejmě – parazitní výrazy; Každopádně ... : defektní slovosled; Jo, je to strašný ... : celá konstrukce s neurovnanou, rozvolněnou stavbou*

Stylová hodnota výrazových prostředků: *dva sedmnáct jako označení letopočtu – vernakularizace; příznakovost z hlediska expresivity*

Rádio Impuls, 18. 1. 2017

MOD *Přestože v roce **dva sedmnáct** budou ovládat trh **velký** pivovary, tak stále oblíbenější nejen tady u nás v Čechách, ale i v zahraničí jsou ty menší, originální pivovary, které vaří takové ty různé **speciály**, jako je třeba **květinový** pivo, **bylinný** pivo, **ovocné** pivo, no a **tyhlencty pivka** nacházejí stále větší oblibu. A teď pozor! **Neska** přišla zpráva, že v roce 2017 **přide** na trh úplně **nový** pivo, a bude to pivo vařené z lesních hub. A teď, jak to bude chutnat, to možná **zatim eště** neví ani ten sládek, co to bude vařit. Každopádně prozrazují (h.) tady, že v létě se budeme **moči** osvěžit pivem s příchutí lišek anebo taky (h.) hlívy ústřičné. Tak sami si můžete asi jako představit, jak to bude chutnat, no **zaplatpánbu**, my jsme si tady **řikali**, že to nebudou lysohlávky, ale nikdy neříkej nikdy.*

Rovina hláskoslovná: *tyhlencty, neska, přide, zatim, eště, řikali*

Rovina morfologická: *velký, květinový, bylinný*

Rovina lexikální: dva sedmnáct, speciály, pivka, zaplat'pánbu

Rovina syntaktická: tak – nadbytečný spojovací výraz; ty, takové ty – nadbytečná ukazovací zájmena; no, a teď – přídatné výrazy; každopádně, asi jako, no zaplat'pánbu – parazitní výrazy; co – nevhodný spojovací výraz u vedlejší věty přívlastkové; všechna souvětí v promluvě jsou neuspořádaná, mnohdy až defektní.

Stylová hodnota výrazových prostředků: dva sedmnáct – vernakularizace; diglosie – v komunikátu se neorganicky náhle vyskytují spisovné výrazy ovocné (v několikanásobném větném členu, v němž jsou ostatní přívlastky vyjádřeny v nespisovném tvaru) a moci (knižní tvar).

2. 3. 3 Publicistika racionálního typu

2. 3. 3. 1 Komentující, rozborový a portrétní rozhovor

Český rozhlas Radiožurnál, 12. 1. 2017; Host Lucie Výborné Fero Fenič

MOD ... Jak to, že pořád ještě tvoříte, že pořád se ještě perete za věci, o nichž jste přesvědčen, že jsou důležité, i když vás to bude bolet. ... Tam se **ňák** stahovala ta elita, že jo? ... Vy jste použil tři silná slova. Použil jste národ, použil jste elitu a použil jste galerii. To jsou, to je, to je hodně silný název, to vlastně hned tak někdo nemůže ustát ... Já **vim**, ... **Rozumím** vám. Jen si neumím dobře, kromě své práce třeba, zodpovědět na otázku, co bych ještě mohla udělat. ...

Rovina hláskoslovná: ňák, vim, rozumím, neumím

Rovina syntaktická: Jak to, ..., Jen si ... - nepřehledná stavba souvětí, anakolut; že jo – přídatný potvrzující výraz; vlastně – parazitní slovo (v celém projevu moderátorky se tento výraz objevil 4x; rozhovor trval 30 minut, moderátorka realizovala 14 vstupů); to jsou, to je, to je – oprava a opakování.

Frekvence 1, 16. 1. 2017; Těžkej Pokondr na F1 (host herečka Hana Vagnerová)

MOD 1 **Naším dnešním** hostem na F1 je herečka, přítel, herečka, Hana Vagnerová. ...My jsme se, Hanko, ňák ke konci roku nemohli potkat, ňák nám to nevycházelo, čili hodně práce?

MOD 2 *Jsem vás viděl v hospodě, jste tam seděla s nějakjma kumštýřema. ... Takže ty akrobatický prvky, to šlo samo, jo? No, takle, já si myslím, že na tohleto už jsme nalákali lidi.*

MOD 1 *Ted'ka jako hraje te holku s tou bambitkou, která tam jako řeší ty věci. ... Ted' bych úplně přešaltoval vod rolí, vod filmu, vod seriálů k muzice (h.).*

Rovina hláskoslovná: našim, dnešnim, ňák 2x, ňákejma, takle, myslim, tohleto, vod 3x

Rovina morfologická: ňákejma, kumštýřema, akrobatický

Rovina lexikální: kumštýř, ted'ka, bambitka, přešaltovat

Rovina syntaktická: přátelé – kontaktní výraz; herečka, herečka – opakování slova; ...

čili hodně práce – elipsa; Jsem vás ... - nenáležitá slovosledná volnost; Takže – přídatný

preparativní výraz; ty ... - nadužívání ukazovacího zájmena, jo - přídatný potvrzující

výraz; No, takle, já si myslím – přídatné výrazy, nadbytečná vsuvka

Stylová hodnota výrazových prostředků: příznakovost z hlediska expresivity a z hlediska četnosti výskytu prostředků řídkých

Rádio Egrensis, 8. 12. 2016, Povídání před desátou (rozhovor s manažery hokejového klubu Energie Karlovy Vary)

MOD *Tak, pánové, vidím, že pro vás ráno vypadá to, že manažersky a z dalších (úrovní) se pracuje na Energii až v pozdějších hodinách. Jak to je vlastně s takovou prací hokejového týmu, protože samozřejmě fanoušek si řekne, je to jasný, voni natrénujou (h.) a pak se na ně deme podívat při zápasech. Jak to vlastně je? ... Nakonec se podařilo získat extraligovou licenci, byť ten boj byl poměrně lítý až do poslední vteřiny se dá říct a vy jste se vyjádřil, že jste stavěl tým už dopředu na první ligu, že se s tím moc nepočítalo.*

Rovina hláskoslovná: voni, deme

Rovina morfologická: jasný

Rovina lexikální: boj byl poměrně lítý – lítý

Rovina syntaktická: tak – přívětný preparativní výraz; vidím, že pro vás ... - anakolut;

vlastně 2x, samozřejmě, se dá říct – parazitní výrazy; takovou – nadužití ukazovacího

zájmena; obě promluvy jsou syntakticky chaotické s konstrukčními vadami, mluvčí

opouští promluvovou linii, kříží syntaktické výpovědní perspektivy.

Stylová hodnota výrazových prostředků: diglosie – knižní spojovací výraz byť

Rádio Impuls, 11. 1. 2017, Kauza dne (rozhovor s Jiřím Paroubkem)

MOD ... *Vy jste teď opět použil ten výraz, který používáte, ta stranická oligarchie že vás odmítá, kdo to je? ... Vy jste ale například, sám jste teď řekl, že máte určitou a cítíte určitou povinnost, vy jste prohlásil, že Bohuslav Sobotka je **boxer kápo K.O.** a už žádný zápas nevyhraje. ... Máte recept, jako porazit Babiše, což vlastně pro Sobotku a zřejmě i vy s tím souhlasíte, že ANO bude pro ČSSD v těchto parlamentních volbách největším soupeřem, takže máte recept, smím vědět jaký? ... Vy máte, vidím, promyšlený program. Kdyby když vás nechce ta oligarchie v ČSSD, kdyby vám někdo nabídl, abyste kandidoval za ně na kandidátce jiné strany, šel byste jako nezávislý?*

Rovina lexikální: boxer kápo K.O.

Rovina syntaktická: ten, ta – nadužívání ukazovacích zájmen; všechny promluvy překypují konstrukčními vadami, produktor nedodrží perspektivu spojování konstrukcí větného charakteru, kříží syntaktické výpovědní perspektivy na úrovni větných i souvětných vztahů, nedokončuje či opouští syntaktické konstrukce.

2. 3. 4 Publicistika emocionálního typu

2. 3. 4. 1 Glosa

Hitrádio Dragon, 17. 1. 2017

MOD *Marně **ted'ka** na internetu sháním ponožky, **který** by byly ušity z radiátorů. Tento týden by se totiž určitě hodily, protože teploty **maj** někdy spadnout až k mínus osmnácti stupňům Celsia. Kdy to přesně bude, to se **dovíte** v **týchle** hodině.*

Rovina hláskoslovná: dovíte, týchle

Rovina morfologická: který, maj

Rovina lexikální: ted'ka

Stylová hodnota výrazových prostředků: diglosie – který by byly ušity: neobvyklé použití opisného tvaru pasiva vedle nespisovného tvaru vztažného zájmena; tento týden – vzhledem k povaze komunikátu lze předpokládat spíše nespisovný tvar *tendle tejden*; k mínus osmnácti stupňům Celsia – poněkud překvapivá kompletní konstrukce místo předpokládané *mínus osmnáctky*.

2. 3. 4. 2 Enterfilet

Rádio Impuls, 10. 1. 2017

MOD 104. narozeniny by dnes měl poslední komunistický prezident Gustáv Husák. Pokud vám to připadá jakože nezajímavá zpráva a je to zajímavá zpráva, protože to je ideální příležitost pro písničku s příběhem Chinaski a Husákovy děti. ... Mimochodem, zpěvák Michal Malátný je právě ročník 1970, takže by se mohlo zdát, že jakože ví, **vo** čem zpívá.

Rovina hláskoslovná: vo

Rovina lexikální: jakože (místo náležitého *jako*)

Rovina syntaktická: mimochodem – přídatný výraz preparativní; jakože – parazitní výraz; Pokud vám ... - opuštění větné konstrukce, nemotivované užití spojky *a*: ...a je to zajímavá zpráva: vhodnější by byl asyndeton podporující významové zdůraznění: Pokud vám to připadá jako nezajímavá zpráva, je to zajímavá zpráva, nebo použití apelového výrazu *tak*. Vzhledem k hlasovému projevu mluvčího a použití podmínkového spojovacího výrazu *pokud* nelze předpokládat poměr odporovací.

2. 4 Vyhodnocení zjištěných skutečností

„V médiích se nesmí vyskytnout nic, co by bylo nutné si zapamatovat, studovat, aplikovat a co by nedej bože vyžadovalo od příjemce vynaložení většího úsilí.“ (Postman, 2010, s. 119)

2. 4. 1 Kvantitativní výsledky

Roviny jsou seřazeny podle hierarchie zvolené v metodice práce.

Celkový počet	189	
Hláskoslovné defekty	46	24,3 %
Morfologické defekty	26	13,8 %
Lexikální defekty	33	17,5 %
Syntaktické defekty	54	28,6 %
Stylová hodnota	30	15,8 %

189 výskytů jazykových defektů v 16 záznamech rozhlasových komunikátů znamená poměrně vysoké číslo. Zůstaneme-li u statistiky, představuje to v průměru 12 nespisovných výrazů v jednom záznamu diskursu.

Největších prohřešků se mluvčí dopouštěli v rovině syntaktické. Hláskoslovných defektů bylo oproti syntaxi jen o osm méně. Překvapivě nejméně nespisovných tvarů jsme zaznamenali v rovině morfologické.

2. 4. 2 Kvalitativní vyhodnocení

Jazykové roviny jsou seřazeny od nejčtenějších výskytů nespisovných výrazů. Na závěr vyhodnocení byly pro zajímavost vyhodnoceny také hovorové varianty.

Syntaktická rovina

Velmi často se vyskytovaly přídatné (přívětné) výrazy, a to jak kontaktové, preparativní – na začátku promluvy, tak retardační a výplňkové, parazitní (Čechová, 2011, s. 305). Tyto výrazy bývají též označovány jako vycpávková nebo plevelná slova. Elipsy můžeme rozdělit na dvě skupiny: první neovlivnila srozumitelnost výpovědi, byla motivována situační snahou o stručnost a znamenala pouze vypuštění části přísudku (*po zbytek dne – bude – oblačno; čili – bylo – hodně práce*), druhá ovšem zkreslila význam sdělení (*zateplení – čeho: zvířat nebo příbytků*). V jednom případě došlo k problematicky zařaditelnému jevu, jenž se nejvíce přibližuje atrakci (*Scénu jako ze Slavnostech sněženek zažili: správně - Scénu jako ve Slavnostech sněženek zažili nebo ... jako ze Slavností sněženek zažili*). Typické bylo nadužívání ukazovacích zájmen. Defektní až chaotický slovosled, konstrukce s rozvolněnou, neurovnanou stavbou představovaly další prohřešky. Časté anakoluty gradovaly až ke křížení výpovědní perspektivy, opouštění promluvové linie. To lze do jisté míry respektovat u komentujícího, rozborového a portrétního rozhovoru, kdy moderátor musí pohotově reagovat na živé odpovědi hosta. Vybrané ukázky tohoto žánru ale zachycovaly z největší části pasáže předem připravené moderátorem. Neakceptovatelné jsou tyto nedostatky u připravených textů. V těchto případech je jasným záměrem produktora navázat bližší neformální vztah s posluchačem, přizpůsobit se vyjadřování recipientů. Ve výsledku to

ovšem vede k chaotičnosti, nesrozumitelnosti projevu, jehož důsledkem je ztráta pozornosti a zájmu posluchačů.

Hláskoslovná rovina

Povaha mediálních sdělení předpokládá výslovnostní styl základní, tedy neutrální. Narůstající neformálnost rozhlasových sdělení vede k stále masivnějšímu používání stylu nižšího, zběžného, který byl dříve vymezen pro každodenní soukromé komunikáty. Z rozhlasových přijímačů zaznívá velmi rychlé, až překotné tempo řeči, nedbalá, až ležérní artikulace a v neposlední řadě prohřešky proti ortoepii. To vše osvědčí o nízké profesionalitě rozhlasových mluvčích. Jak lze usoudit ze záznamů, moderátory se také často stávají lidé velmi mladí, kteří nemají dostatek zkušeností se specifiky rozhlasové řeči.

Nejčastější bylo krácení vokálů u sloves i dalších slovních druhů (*řikali, myslim, takovym, zatim* apod.), redukce slabik (*ňák, ňákej ...*), zjednodušená výslovnost konsonantů na začátku slova (*neska, eště*) i uvnitř slova (*příde, kery, todleto ...*), změna konsonantu (*pokud', sková*), vložení konsonantu (*bizardní*) a zkomolení slabik (*tyhlencty*). Všechny tyto výslovnostní odchylky jsou zachyceny v publikaci Česká výslovnostní norma (Hůrková, 1995, s. 20 – 36) a popisuje je také práce Mluvená čeština: Hledání funkčního rozpětí (Čmejrková, Hoffmannová, 2001, s. 173 – 207).

Lexikální rovina

Překvapením nebyla předpokládaná univerbizace (*osobák, náklad'ák, kruháč*) ani expresivita s různou intenzitou (*pivko, chudák, prasečinky*). Stejně tak v předpovědi počasí velmi frekventovaný výraz *chumelenice* je sice dle Slovníku spisovné češtiny neutrální, avšak používají ho jen komerční stanice. Veřejnoprávní médium definuje tento úkaz termínem z oblasti meteorologie: *husté sněžení*. Neobvyklý byl expresivní okazionalismus *škrábne to s nim*. Expresivní modifikátory výpovědi zastupovalo několikrát citoslovečné zvolání *zaplat'pánbu*. Ozvláštňením diskursu měly být výrazy *holka s bambitkou, přešaltovat*. Do povědomí posluchačů vstupují specifické číselné výrazy pro venkovní teploty, letopočet a označení komunikací (*minus jednička, dé pětka, dva sedmnáct*). Zachycené nespisovné výrazy v rovině lexikální dokládají jasný záměr rozhlasových mluvčích. Opět se jedná o snahu přiblížit se posluchači, navodit atmosféru důvěrnosti, ležérnosti.

Stylová hodnota výrazových prostředků

Posouzení z hlediska stylistického popisu jazyka se v této práci zaměřilo na tři aspekty, aniž by byla zároveň hodnocena spisovnost/nespisovnost.

Prvním bodem zájmu bylo **posouzení jazykových prostředků**, potažmo celého komunikátu **podle typických stylových příznaků** (Cvrček, 2015, s. 372)²⁰. V intencích publicistického stylu byla posuzována **příznakovost** z hlediska četnosti výskytu na ose: a) prostředky řídké jako předmět zájmu – prostředky běžné a b) příznakovost z hlediska expresivity: prostředky neutrální – hledané prostředky expresivní.

Druhý aspekt sledoval **diglosii**. Jazykové tendence mediální komunikace, respektive rozhlasové řeči směřují stále intenzivněji ke kódu běžně mluveného jazyka, který, jak bylo popsáno v teoretické části práce, je založený na používání různorodé směsice výrazových prostředků z celého spektra jazykové struktury. To dokazují i výsledky naší analýzy. Diglosie je jev, kdy dochází k interferenci – přepínání kódů mezi vrstvou spisovného a nespisovného jazyka, případně lze tento jev vzhledem ke specifice rozhlasových diskursů definovat jako postdiglotickou jazykovou situaci, neboť ke střídání kódů nedochází pravidelně. Vyskytne-li se v několikanásobném větném členu formulace *květinový pivo, bylinný pivo, ovocné pivo* – lze hovořit o diglosii. Stejně tak, je-li v tomtéž textu saturovaném nespisovnými výrazy použit knižní tvar *moci*. Dalším příkladem diglosie je užití nespisovného tvaru zájmena vedle spisovného pasiva v opisném tvaru (... *ponožky, který by byly ušity* ...) a neobvyklé střídání spisovných a nespisovných výrazů (*tento týden ...teploty maj někdy spadnout až k mínus osmnácti stupňům Celsia*) v textu, u nějž lze předpokládat převahu nespisovných výrazů.

Třetím aspektem bylo vyhledání trendů směřujících k **vernakularizaci standardu**. V práci Jany Svobodové je tento jev charakterizován jako „vzvižení nějakého autochtonního jazykového idiomu na úroveň veřejné komunikace“ (Svobodová, 2011, s. 56). Jistý jazykový prostředek s dosud omezeným funkčním potenciálem se stává polyfunkčním. Vernakularizaci lze laicky popsat jako jisté „urychlení“ cesty jazykového prostředku do povědomí veřejnosti a následného užívání tohoto prostředku komunikátory. A právě v zavádění takových jazykových tendencí do praxe hraje rozhlas nezastupitelnou úlohu. V teoretické části práce již byla popsána specifika působení tohoto masmédia: mj. koncentrace recipienta na zvukový kanál, více

²⁰ V. Cvrček považuje toto zjišťování reálných výskytů konkrétních výrazových prostředků za východisko k subdisciplíně moderní stylistiky – stylometrii.

či méně vědomé napodobování slyšené mluvy, vliv na jazykovou vybavenost, cirkularita komunikačních vzorců. Častým užíváním v rozhlasovém éteru se výrazy typu *průvodce vysíláním* jako české synonymum pro moderátora, spíkra; *mínus jedenáctka, sedmička, pětka...* jako výrazy pro venkovní teploty; *dé jednička, dé pětatřicítka...* jako označení konkrétní silnice či dálnice; *dva sedmnáct* jako označení letopočtu vštěpují do povědomí jazykového společenství.

Morfologická rovina

Překvapivě nejméně nedostatků se týkalo tvarosloví. V komunikátech se dle očekávání vyskytovaly nesprávné koncovky u podstatných jmen, přídavných jmen a zájmen, dále redukce koncovek u určitých slovesných tvarů. Přestože byl soubor textů dosti rozsáhlý, nezaznamenali jsme předpokládané a v mluveném projevu velmi frekventované defektní tvary kondicionálu (např. *bysme*) ani nesprávné tvary slov typu *pracem, oběmi, dvěmi* apod.

Hovorové varianty

V diskurzech se neobjevovala příliš často hovorová vrstva spisovného jazyka, jednalo se pouze o deset výskytů. V rovině lexikální to byly výrazy *koukneme se, no, jo, taky, muzika*; v rovině morfologické variantní využití koncovek slovesné flexe *potřebujou, prozrazujou, natrénujou*.

3 APLIKAČNÍ ČÁST

3. 1 RVP ZV a kritérium spisovného jazyka

Vzhledem k povaze diplomové práce byly předmětem zájmu informace týkající se druhého stupně základní školy. V části 3. 1 **Pojetí základního vzdělávání** není v RVP ZV explicitně pojmenováno kritérium spisovného jazyka. **Cíle základního vzdělávání** (část C/3. 2) zmiňují nutnost *vést žáky k všestranné, účinné a otevřené komunikaci*. **Klíčové kompetence** (C/4) jako *souhrn vědomostí, dovedností, schopností, postojů a hodnot důležitých pro osobní rozvoj a uplatnění každého člena společnosti* zahrnují v rámci kompetence komunikativní schopnost žáka *vyjadřovat se výstižně, souvisle a kultivovaně v písemném i ústním projevu*. **Vzdělávací obsah vzdělávacího oboru Český jazyk a literatura** (5. 1 a 5. 1. 1) popisuje ve složce Jazyková výchova, že *žáci získávají vědomosti a dovednosti potřebné k osvojování spisovné podoby českého jazyka*. Očekávané výstupy pro 2. stupeň ve složce Komunikační a slohová výchova charakterizují problematiku spisovnosti takto: *žák odlišuje spisovný a nespisovný projev a vhodně užívá spisovné jazykové prostředky vzhledem ke svému komunikačnímu záměru* a ve složce Jazyková výchova takto: *spisovně vyslovuje česká a běžně užívaná cizí slova; rozlišuje spisovný jazyk, nářečí a obecnou češtinu a zdůvodní jejich užití*. V učivu je tato oblast zahrnuta do *zvukové stránky jazyka – zásady spisovné výslovnosti* a do *obecného poučení o jazyce – rozvrstvení národního jazyka (spisovné a nespisovné útvary a prostředky), jazyk a komunikace (jazyková norma a kodifikace, kultura jazyka a řeči, jazykové příručky)*. **Standardy pro základní vzdělávání** představují minimální cílové požadavky na vzdělávání, které jsou závazně formulované v RVP ZV. Pomocí indikátorů konkretizují obsah očekávaných výstupů RVP ZV a stanovují nepodkročitelnou úroveň jejich zvládnutí, kterou je třeba dosahovat se všemi žáky. Standardy nabízejí ilustrativní úlohy, které se vztahují k jednomu nebo několika indikátorům daného očekávaného výstupu. Ve složce Jazyková výchova se nacházejí tři ilustrativní úlohy, složka Komunikační a slohová výchova nabízí také tři úlohy vztahující se ke kritériu spisovnosti. Celkový počet úloh je ve složce Komunikační a slohová výchova 10, ve složce Jazyková výchova 8. Problematiku spisovnosti řeší Standardy pro základní vzdělávání dostatečně. **Průřezová témata** reprezentují v RVP ZV okruhy aktuálních problémů současného světa a jsou důležitým formativním prvkem základního vzdělávání. Průřezové téma

Mediální výchova nabízí elementární poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii, má vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti. Propojení se vzdělávací oblastí Jazyk a jazyková komunikace se týká zejména vnímání mluveného i psaného projevu, jeho stavby, nejrůznějších typů obsahů a uplatňování odpovídající škály výrazových prostředků. Pozornost se obrací k věcné správnosti a přesnosti sdělení, a to jak kritickou analýzou existujících textů, tak vlastní produkcí. Přínosem průřezového tématu k rozvoji osobnosti žáka v oblasti vědomostí, dovedností a schopností je rozvíjení komunikační schopnosti, zvláště při veřejném vystupování a stylizaci psaného a mluveného textu. Ve všech těchto aspektech hraje klíčovou roli schopnost rozpoznání a rozlišení spisovné a nespisovné vrstvy národního jazyka, schopnost komunikace spisovným jazykem.

3. 2 Publicistický styl v učebnicích českého jazyka pro základní vzdělávání

Publicistický styl považujeme za jeden ze základních (primárních) funkčních stylů. Je to styl výrazně dynamický, neustále se vyvíjí a s novými společenskými proměnami získává novou podobu. Stylová sféra publicistických komunikátů se plně vyčlenila jako osobitá komunikační oblast (Minářová, 2009, s. 56). Žurnalistika je pole jazykového vývoje a žurnalisté jsou označováni jako jeden ze směrdatných zdrojů české jazykové normy a kodifikace (Bartošek, 1995, s. 8). Na tyto tendence by měly pružně reagovat učebnice českého jazyka. Žáci přicházejí denně do styku s hromadnými sdělovacími prostředky a jsou pod jejich vlivem. Dříve škola publicistické stylové oblasti nevěnovala soustavnou péči. Učební osnovy z 60. let začleňovaly publicistiku do vyšších ročníků střední školy, na základní školu zařazena nebyla. V 80. letech byla zařazena do závěrečného ročníku, jde tedy na základní škole o učivo poměrně nové (Čechová, Styblík, 1998, s. 212).

K analýze současného rozsahu tematiky učiva o publicistickém stylu byly vybrány dvě řady učebnic českého jazyka pro základní školy a víceletá gymnázia: nakladatelství Fraus a nakladatelství SPN. Oslovili jsme celkem 18 základních škol s dotazem, které učebnice českého jazyka používají. 15 škol pracuje s učebnicemi nakladatelství Fraus, 3 školy s učebnicemi nakladatelství SPN. S jinými učebnicemi (např. Alter, Nová škola)

dotazované školy na 2. stupni nepracují. Porovnávali jsme nejen rozsah učiva o publicistickém stylu v jednotlivých ročnících, ale i nabídku cvičení. V učebnicích obou nakladatelství jsme našli celou škálu různých typů stylizačních cvičení jak reprodukčních, tak produkčních. Detailní popis jednotlivých typů cvičení není náplní této práce. Předmětem zkoumání nebyly pracovní sešity k učebnicím, protože podle odpovědí oslovených škol pracovní sešity nevyužívají všechny školy ať už z důvodu finančních (dle platné legislativy by měly pracovní sešity hradit školy) nebo z jiných důvodů.

3. 3 Porovnání učebnic v jednotlivých ročnících

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk pro 6. ročník základní školy a primu víceletého gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2003, 136 s. ISBN 80-723-8206-3.

- jednoduché komunikační žánry – inzerát, zpráva a oznámení bez zařazení do publicistického stylu,
- 2 cvičení k inzerátu a 5 cvičení ke zprávě a oznámení.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 6. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 1. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 1999, 171 s. ISBN 80-859-3754-9.

- zpráva a oznámení bez zařazení mezi jednoduché komunikační žánry ani do publicistického stylu,
- 13 cvičení.

V 6. ročníku je akceptovatelná jednodušší terminologie. SPN nabízí širší škálu cvičení.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk pro 7. ročník základní školy a sekundu víceletého gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2004, 136 s. ISBN 80-723-8320-5.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 7. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 2. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2001. ISBN 80-723-5103-6.

- žádný žánr publicistického stylu není ani v jedné učebnici zahrnut.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Martina PAŠKOVÁ. *Český jazyk 8: učebnice pro základní školy a víceletá gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2005, 128 s. ISBN 80-723-8419-8.

- v kapitole Souhrnné poučení o slohu je uvedena stručná charakteristika publicistiky rozdělená na styl novinářský, žurnalistický, jehož cílem je poskytovat informace a styl publicistický, jenž čtenáře a posluchače přesvědčuje a ovlivňuje,
- 2 cvičení, z nichž jedno se po úvodní ukázce věnuje fejetonu, ovšem bez výkladu.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 8. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 2. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2005, 188 s. ISBN 80-7235-126-5.

- v kapitole Shrnutí o slohu stručně popsán styl publicistický jako styl novin a jiných hromadných sdělovacích prostředků,
- bez cvičení.

Obě učebnice pro osmý ročník také charakterizují **projev mluvený a psaný**. Učebnice nakl. Fraus nenabízí žádné speciální cvičení k mluvenému projevu. Učebnice nakl. SPN se této problematice věnuje obsáhleji, je zde podrobnější vysvětlení a rozmanitá řada cvičení (8 úloh s rozdělením na dílčí úkoly).

KRAUSOVÁ, Zdeňka, Martina PAŠKOVÁ a Jana VAŇKOVÁ. *Český jazyk: pro 9. ročník základní školy a odpovídající ročník víceletého gymnázia*. Plzeň: Fraus, 2006, 136 s. ISBN 80-7238-536-4.

- izolovaně je zařazen fejeton (3 ukázky a následný krátký výklad) a v kapitole Funkční styly je stručně charakterizován publicistický styl s výčtem slohových útvarů,
- 1 úkol k fejetonu, 2 úkoly k publicistickému stylu.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 9. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 2. vyd. Praha: 2001, 182 s. ISBN 80-859-3787-5.

- v úvodní kapitole oddílu Sloh a komunikace je stručně charakterizována jazyková kultura²¹,
- ze všech ročníků a z obou sledovaných řad učebnic věnuje publicistickému stylu největší rozsah právě tato učebnice: přináší kompletní a systematický výklad o jednotlivých publicistických útvarech s rozdělením na útvary zpravodajské, úvahové a přechodné.
- 1 cvičení k jazykové kultuře zaměřené na spisovný a nespisovný jazyk,
- celkem 17 cvičení s dílčími úkoly k jednotlivým publicistickým útvarům.

Shrnutí

Obě řady učebnic prezentují publicistický styl ve srovnatelném rozsahu. Tento rozsah ovšem neodpovídá současným trendům dynamického rozvoje vlivu mediální komunikace na jazykové kompetence žáků. Má-li škola naplňovat hlavní cíl vyučování češtině, jímž je rozvoj schopnosti komunikace spisovným jazykem (Čechová, Styblík, 1998, s. 10), měla by mít učební pomůcky odpovídající zvyšujícím se nárokům moderní společnosti. Velmi malý prostor je věnován například rozhovoru. Přitom právě interview je symbiózou projevu mluveného i psaného, monologického i dialogického, připraveného i nepřipraveného. Žáci poznají, jak se v dialogu formulují otázky a odpovědi, jak se rozvíjí téma a jak se vyjadřuje napětí.

V učebnici nakl. Fraus je objevuje nejednotné názvosloví (viz výše), což je problematika pro sledovaný styl typická, jak již jsme zmínili v teoretické části.

Učebnice nakladatelství SPN nabízejí větší počet stylistických cvičení. Velký bonus tohoto nakladatelství představuje škála mluvních cvičení.

²¹ V učebnici nakl. Fraus je problematika jazykové kultury zařazena do oddílu Mluvnice, kapitola Obecné výklady o jazyce.

Učebnice nakl. Fraus prezentují modernější uspořádání a atraktivnější ikonické texty, tedy příjemnější uživatelské prostředí.

3. 4 Aktivity, úkoly a cvičení k vyučování češtině na 2. stupni ZŠ využívající specifík rozhlasového vysílání

Moderní vyučování češtině je zaměřeno na vytváření jazykové kompetence (schopnosti) a performance (dovednosti užít tuto schopnost), na osvojení si žádoucího verbálního chování. Měl by být zvýrazněn sémanticko-funkční princip – tzn. výuku orientovat na vyjadřování významů a pragmatických funkcí, jazykové prostředky předvádět v komunikačních situacích. Komunikační situace lze simulovat (za pomoci audiovizuálních aj. pomůcek), přitom vzbuzovat přirozený zájem žáků o témata komunikace a podněcovat jejich chuť ke komunikování i učení se jazyku (Čechová, Styblík, 1998, s. 26). Je-li úkolem školy instrumentalizovat vědomosti žáků prostřednictvím cvičení, musí mít učitel k dispozici co nejširší škálu různých aktivit, úkolů a cvičení.

Navrhované aktivity sledují cíl formativní - výchovný, komunikační – praktický, instrumentální i kognitivní – poznávací a jsou v souladu s didaktickými zásadami vyučování českému jazyku, především se zásadami: přiměřenosti, aktivity, názornosti, lingvistického přístupu a integrity jazykového vyučování. Cílem je rozvoj všech klíčových kompetencí. Dílčí konkrétní cíle jsou uvedeny u každé aktivity, úkolu a cvičení.

- 1. Zformuluj na základě známého názvu pořadu *Haló, tady Impulsovi!* a *Posloucháte Impulsovy!* stejný název pořadu s použitím svého příjmení.**

Dílčí cíle: Procvičení gramaticky správných tvarů rodinných příjmení se zaměřením na 1. a 4. pád, psaní čárky za citoslovcem; z hlediska sociálního – utváření pozitivního postoje k sobě samému, své identitě.

2. Vyhledej na internetu Kodex Českého rozhlasu.

- a) Vysvětli s pomocí Slovníku cizích slov významy slova *kodex*. Je to slovo mnohoznačné nebo jednoznačné? Dolož své tvrzení.
- b) Který z uvedených významů odpovídá obsahu Kodexu Českého rozhlasu?
- c) Vyhledej v Kodexu Českého rozhlasu Článek 16 a po přečtení definuj, čeho se týká.
- d) Na základě Článku 16 připrav a zformuluj podobný kodex třídy se zásadami slušné komunikace. Seznam s kodexem třídy.

Poznámka: Vhodné pro kooperativní formu vyučování, kdy žáci pracují ve skupinách. Důraz klademe na řečový projev žáků.

Dílčí cíle: Vyhledávání informací na internetu, práce s jazykovou příručkou, procvičení přejatých slov a významů slov, formulace a prezentace argumentačního textu; z hlediska občanského – pochopení principu zákonů a společenských norem; z hlediska sociálního – vymezení postoje a názoru, schopnost argumentace.

3. Poslechni si ukázkou relace „Co vy na to, paní Bubílková?“ na Frekvenci 1 a „Co ty na to, Horví?“ na Hitrádiu Dragon.

- a) Vysvětli princip takové relace.
- b) Vyhledej rozdíly mezi oběma pořady. Který se ti líbil více?
- c) Vyber několik aktuálních témat vhodných do tohoto pořadu.
- d) Připrav k vybranému tématu komentář v maximálním rozsahu jedné stránky A5 a pokud chceš, prezentuj ho před třídou.

Poznámka: Jedná se o krátkou vtipnou glosu k vybrané aktuální události. Obě relace těží z obliby mluvčích. Zuzana Bubílková vtipně pracuje s jazykem, Pavel Horváth představuje typ zemitého lidového humoru.

Dílčí cíle: Seznámení se s útvarem publicistického stylu (glosa) a se specifiky rozhlasového jazyka, vlastní produkční činnost – stylizace a prezentace glosy.

4. Poslechni si rozhlasovou předpověď počasí na veřejnoprávní a komerční rozhlasové stanici. Zformuluj předpověď počasí na následující den v celých větách podle zadání. Nahrad' nevhodné výrazy. Nepoužívej nespisovná slova. Vyhni se tvarům slovesa *být*. Číslovky vypiš slovy. Text přečti nahlas.

- den se spoustou mraků, deštěm, silným větrem, s teplotami ráno 5 – 7 stupňů, přes den 10 – 12 stupňů,
- den, kdy hodně svítí slunce, nevane žádný vítr, teploty budou ráno 15 – 18 stupňů, přes den 24 – 28 stupňů,
- den s výjimečnými teplotami, ráno 20 – 22 stupňů a bez mraků, odpoledne budou stále větší mraky, 32 – 35 stupňů, možná budou i velké bouřky a obrovský déšť.

Dílčí cíle: obohacování slovní zásoby, tvoření synonym, používání správných tvarů číslovek, procvičování aktuálního větného členění.

5. Navrhni název rozhlasové rubriky pro:

- dopravní hlášení (vzor: Rádio Impuls – Doprava 007; Evropa 2 – Kde to stojí; Radiožurnál – Zelená vlna, známe lepší cestu),
- regionální zprávy (vzor: Rádio Egrensis – Novinky z kraje),
- informace z kultury (vzor: Rádio Egrensis – Rande s múzou),
- ranní vysílací blok (vzor: Radiožurnál – Ranní Radiožurnál; Frekvence 1 - Ráno Frekvence 1; Rádio Impuls – Dobré ráno, Impulsovi; Evropa 2 – Ranní show),
- rozhovor s hostem (Radiožurnál – Host Lucie Výborné; Rádio Egrensis – Deset minut před desátou).

Dílčí cíle: obohacování slovní zásoby, rozvíjení tvořivého myšlení.

6. Poslechni si pořad *Ranní mozková rozcvička* na Rádiu Egrensis, připrav seznam osobností z různých oblastí a zorganizuj soutěž pro třídu (pravidla, podmínky postupu, ceny pro výherce atd.).

Poznámka: Jedná se o rozhlasovou telefonní soutěž pro posluchače v doplňování křestních jmen k příjmením známých osobností.

Dílčí cíle: vyhledávání a třídění informací, tvorba a formulace pravidel, organizování akce pro ostatní.

7. Ve dvojici připravte telefonní rozhovor s přáním na zahrání písničky v rádiu. Jeden žák představuje moderátora, druhý žák zastupuje posluchače. Nezapomeňte na všechny důležité informace.

Poznámka: Informace – posluchač musí sdělit své jméno, odkud telefonuje, kterou písničku chce zahrát – název písně a jméno interpreta, komu píseň věnuje a proč; moderátor vede rozhovor prostřednictvím řízených otázek.

Dílčí cíle: procvičení řízeného dialogu, správná a věcná formulace, přátelské vztahy.

8. V relaci o dopravní situaci podtrhni nespisovná slova a nahraď je vhodnými spisovnými výrazy. Oba texty porovnej. Zamysli se nad důvody používání nespisovných výrazů v dopravním vysílání.

Text:

Co se děje na silnicích aneb bacha na bouračky!

V Olomouci před kruháčem u obchodáku došlo k havárce osobáku a nákladáku. Už to řeší dopravka a odtahovka. Tak nohu z plynu a šťastnej dojezd!

Poznámka: Žák se seznámí s principem univerbizace jako prostředku jazykové ekonomie, s důsledky nadužívání tohoto jazykového jevu a s dalšími aspekty užívání nespisovných výrazů jako nástroje zdůvěrnění a familiarizace rozhlasového diskursu.

Dílčí cíle: práce se slovní zásobou, kultivované, souvislé a výstižné vyjadřování, schopnost vysvětlit určitý jazykový jev a vyvození závěrů.

4 VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

1. Přestože podle klasické teorie spisovného jazyka je spisovný jazyk funkčně úplný a spisovná čeština je s to plnit všechny komunikační funkce vzdělaného mluvčího, v praxi je často užívána nespisovná podoba českého jazyka, a to i na úrovni veřejného projevu. Tato část hypotézy se tedy zcela nepotvrdila.

Dotazníkové šetření přineslo důkazy, že zakotvení spisovné normy je v povědomí českých mluvčích poměrně stabilní a uživatelé jazyka vnímají spisovnost/nespisovnost promluv.

Nepotvrdilo se, že z úzu zejména vzdělaných mluvčích postupně ustupují prostředky nespisovné a v jejich každodenní komunikaci se prosazuje čeština spisovná, resp. její hovorová varianta. Zaznamenali jsme 189 nespisovných prostředků a pouze 10 hovorových variant v 16 záznamech promluv rozhlasových profesionálů.

2. Potvrdilo se, že spisovnou mluvenou češtinou se vyjadřují moderátoři a redaktoři veřejnoprávního rozhlasu jako představitelé kultivovaného média s funkcí veřejné služby. Ve většině relací se nespisovné výrazy vůbec nevyskytovaly. Výjimkou byl pouze komentující, rozborový a portrétní rozhovor, kdy odchylky od spisovného vyjadřování lze přičíst živému vysílání.

3. Ověřili jsme, že ve většině českých médiích platí redakční kodexy předepisující jazyk vysílání, a to v různých podobách. Kodex Českého rozhlasu²² uvádí pokyn užívat závazně jazyk spisovný, jenž ve vysílání skutečně převažuje. Manuál zpravodajství Rádia Impuls²³ doporučuje vyhýbat se nespisovným či expresivním výrazům, což ovšem záznamy ve výzkumné části vyvracejí. Sledované komerční stanice patřící do mediální skupiny Lagardere Active Radio International (Frekvence 1, Evropa 2) a do portfolia společnosti Media Bohemia (Hitrádio Dragon, Rádio Egrensis) dle záznamů promluv ve výzkumné části naplňují proklamace reprezentantů těchto organizací (Michal Zelenka, prezident Asociace provozovatelů soukromého vysílání; Michel Fleischman, majitel stanic Frekvence 1 a Evropa 2), že jazykem těchto stanic je jazyk jejich cílové skupiny, přičemž kritérium spisovnost/nespisovnost není důležité.

4. Záznamy diskursů rozhlasových mluvčích sledovaných komerčních stanic osvědčují vliv nízkého věkového průměru a nízké profesní úrovně na jazykovou kvalitu

²² viz příloha č. 3

²³ viz příloha č. 4

vysílání. Zachytili jsme emocionálně militantní vyjadřování vypjatých jednostranných postojů (např. rozšířená zpráva, report – Evropa 2, 12. 1. 2017: Pochod žen v USA vs. prezident Trump; komentující, rozborový a portrétní rozhovor s Jiřím Paroubkem na Rádiu Impuls 11. 1. 2017 apod.).

5. Rozmanitostí sledovaných publicistických rozhlasových žánrů jsme doložili, že komerční rozhlasové stanice nerozlišují jazyk zpravodajství a publicistiky od jazyka anoncí, reklamy a nezávazného tlachání z oblasti neveřejné fatické konverzaci. Tyto tendence jsme vysledovali u všech záznamů diskursů v podání mluvčích komerčních stanic.

Interference – míšení a přepínání kódů se objevila ve třech případech a dokládá opět absenci citu pro jazyk.

6. Výsledky dotazníkového šetření ukazují, že recipienti sice většinou vnímají nespisovné vyjadřování rozhlasových profesionálů, zároveň ale nezaujmají většinově negativní postoj k takovému vyjadřování. Dětem vadí nespisovné výrazy pouze v 15 %, což ukazuje reálný vztah pubescentů k užívání spisovného jazyka. 53 % dospělých respondentů je lhostejné, mluví-li se v rozhlase nespisovně.

Záznamy relací potvrdily specifickou charakteristiku a hierarchii sdělovacích prostředků a žurnalistických žánrů v oblasti rozhlasového vysílání.

7. V promluvách se objevily všechny trendy rozhlasového vysílání popsané v teoretické části práce. Infotainment – zábavní funkce byla alfou i omegou všech příspěvků. Kolokvializaci - užití nespisovných prostředků, uvolněné syntaxe apod. – jsme zaznamenali prakticky ve všech textech, stejně jako konverzacionalizaci, jež bývá v odborných textech definována jako nadřazená složka kolokvializace (Čmejrková, Hoffmannová, 2011, s. 323). Právě konverzacionalizace, jež nemá daleko k manipulaci, kdy se pracovníci médií přehnaně snaží vytvářet atmosféru přátelské důvěrnosti, podbízet se posluchačům, se vinula jako červená nit většinou záznamů, ať se jednalo o předpověď počasí, dopravní zpravodajství, portrétní rozhovor, nebo report. Samozřejmě byla pak konverzacionalizace u fíčrové zprávy nebo glosy. V každém případě to vede k rozšiřování domény obecné češtiny ve sdělovacích prostředcích. Obsahy sledovaných mediálních sdělení dokazují, že komunikační události jsou upraveny tak, aby našly odezvu u masového publika a zajistily tak rozhlasovým stanicím poslechovost. Dochází tak zákonitě k homogenizaci příjemce informace. Forma a obsah sdělení se snaží vyhovět vkusu široké posluchačské obce, potažmo cílové

skupiny, jíž je daná stanice primárně určena. To vše zaštiťuje další tendence, a to komodifikace mediálního textu. Diskurzní praktiky jsou organizovány s cílem obstát v tržním prostředí a zajistit zisk rozhlasové stanici. Proto se ve sledovaných textech objevila témata: rozhovor s kontroverzním politikem, populární herečkou nebo se zástupci regionálního hokejového klubu, novinky v produkci pivovarů, stavba metra D, zimní péče o domácí zvířata apod.

8. Předpokládaná hierarchie jazykových rovin klasifikující jednotlivé nespisovné výrazy se nepotvrdila. Dokazuje to následující tabulka.

Předpokládané pořadí jazykových rovin	Skutečné pořadí jazykových rovin
hláskoslovná rovina	syntaktická rovina 28,6 %
morfologická rovina	hláskoslovná rovina 24,3 %
lexikální rovina	lexikální rovina 17,5 %
syntaktická rovina	stylová hodnota 15,8 %
stylová hodnota	morfologická rovina 13,8 %

Počet nedostatků náležitě syntaxe svědčí opět o nízké profesionalitě rozhlasových mluvčích. Ve většině případů se jednalo o připravené texty (snad jen v případě portrétních rozhovorů by se dalo hovořit o jakési spontánnosti), přesto moderátoři nedokázali respektovat správnou skladbu. Prohřešky proti ortoepii jsou neustále se opakujícím problémem. Naopak počet nespisovných výrazů v rovině morfologické nebyl tak značný.

Poslední sledovanou kategorií byla stylová hodnota jazykových prostředků dle os reprezentující různé pohledy na jazyk bez ohledu na spisovnost/nespisovnost. 30 nalezených příkladů, tedy 15,8 % z celkově 189 vysledovaných jevů, představuje potvrzení předpokladu o nasycenosti textů výrazy nesoucími stylovou hodnotu. Byly vybrány typické ukázkové příklady reflektující specifika rozhlasové komunikace.

9. Prokázali jsme, že školní vzdělávací programy i Standardy pro základní vzdělávání se dostatečně věnují tématu spisovného jazyka.

10. Potvrdili jsme, že publicistickému směru není v učebnicích českého jazyka pro základní školy a víceletá gymnázia věnován dostatečný prostor. Stejně tak není

dostatečně bohatá nabídka cvičení, zejména mluvních. Důkazem je rozbor a srovnání dvou nejfrekventovanějších řad učebnic českého jazyka.

11. Výsledky ukazují, že masmédiá současnou jazykovou situaci nejen reflektují, ale do velké míry i vytvářejí a prezentují. Český rozhlas v praxi naplňuje zásady týkající se užívání spisovné češtiny zakotvené v Kodexu Českého rozhlasu. Objevili jsme, že do jazykové politiky ve fázi tzv. předstandardizace oproti očekávání vstupují nejen komerční stanice, ale v pozitivním smyslu také veřejnoprávní Český rozhlas. Zaznamenali jsme rozšíření termínu *průvodce vysíláním* právě na vlnách ČRo Radiožurnálu. Je to výstižný ekvivalent k přejatému slovu *moderátor*, navíc s přesnějším významem. Doložili jsme působení komerčních stanic na jazykovou situaci z výše uvedeného hlediska. Na úrovni veřejné komunikace se prostřednictvím promluv rozhlasových profesionálů dostávají výrazy a slovní spojení dříve autochtonní, s dosud omezeným funkčním potenciálem. Jak jsme již v kvalitativním vyhodnocení výzkumu uvedli, výrazy jako *mínus jedenáctka*, *sedmička*, *pětka*, *dé jednička*, *dé pětatřicítka* apod. pronikají do slovní zásoby uživatelů českého jazyka, protože tato vyjádření jsou často užívaná v nejsledovanějších (nejposlouchanějších) rozhlasových relacích – v předpovědi počasí a dopravním zpravodajství.

ZÁVĚR

„U mladé generace dochází k proměně hodnotové hierarchie, mizí u ní pocit závaznosti norem a vědomí spoluzodpovědnosti za kvalitu jazyka, To je spojeno s laxností, s ústupem vyjadřování, které se dříve považovalo za kultivované.“ (Daneš, 1997, s. 18)

Cílem diplomové práce bylo upozornit na nespisovné výrazy v mluvených komunikátech rozhlasové publicistiky na základě provedeného výzkumu a následné analýzy diskursů v podání rozhlasových profesionálů, prověřit rozsah učiva a škálu cvičení věnovaného dynamicky se rozvíjejícímu a společensky sledovanému publicistickému stylu ve vybraných řadách učebnic českého jazyka pro základní školy a víceletá gymnázia a nabídnout aktivity, úkoly a cvičení v rozmanitých formách k vyučování češtině na 2. stupni základních škol v perspektivě specifík rozhlasového vysílání.

Pozornost byla věnována také stylové hodnotě některých výrazů bez ohledu na spisovnost, pokud zachycovaly formulace typické po rozhlasové vysílání.

Bylo stanoveno celkem 11 hypotéz, z nichž 8 bylo potvrzeno. 1 hypotéza nebyla potvrzena. Pořadí jazykových rovin, do nichž byly zařazeny sledované výrazy, neodpovídalo předpokladu. 2 hypotézy byly potvrzeny částečně. Ukázalo se (hypotéza č. 1), že teze teorie spisovného jazyka o funkční úplnosti spisovného jazyka se rozcházejí s praktickým užíváním jazyka, neboť i mezi vzdělanými mluvčími, k nimž by měli rozhlasoví profesionálové patřit, převládá i na úrovni veřejného projevu nespisovná podoba češtiny. Hypotéza č. 6 odhalila zajímavý rozpor. Posluchači sice nespisovné výrazy v rozhlase zaregistrují, ale nezaujmají k takovému vyjadřování negativní postoj.

Stěžejní část práce představoval vlastní výzkum. Pořídili jsme celkem 35 záznamů rozhlasového vysílání vybraných stanic, a to vždy v minimální délce 90 minut v různých vysílacích časech. Dostatečná délka každého záznamu byla důležitým ukazatelem skladby programu, frekvence hudby a mluveného slova a celkové vysílací atmosféry dané stanice. Toto časově náročné pozorování bylo zúročeno také ve třetí části práce, neboť poskytlo cenný materiál a inspiraci při sestavování aktivit, úkolů a cvičení.

Pomocí technického vybavení záznamníku v mobilním telefonu bylo vybráno 13 charakteristických relací, 3 pořady byly vyhledány v internetových archivech stanic.

Výběr byl proveden tak, aby byly zastoupeny útvary všech tří specifických rozhlasových žánrů.

Rozhlasové promluvy teoreticky náležejí k formálním veřejným projevům. Dříve byly realizovány dle detailně připravené předlohy a po právu byl tedy na tomto poli očekáván spisovný jazyk. Pro dnešní rozhlasové diskursy to platí pouze pro relace připravované veřejnoprávním médiem, jež úroveň spisovné jazykové variety, dokonce s velmi omezenou volbou hovorových, pro mluvený projev akceptovatelných výrazů, zachovává nejen v textech připravených, tj. ve zpravodajských útvarech, ale i v promluvách s omezenou mírou přípravy, jako jsou rozhovory s hosty.

Komerční stanice na užívání spisovného jazyka zcela rezignovaly, byť mají v některých případech spisovnost projevu zanesenou v manuálu – pokynech pro své zaměstnance. Jedinou metou se pro tyto stanice stal zisk, který je podmíněn vysokou sledovaností – poslechovostí. Snaha o co největší zábavnost se promítá do vysoké míry konverzacionalizace, jež se v moderátorských replikách projevuje neformálností, uvolněností, až podbízivostí a vmlouváním se do přízně kýženého posluchačstva. Nástrojem těchto praktik je pro komerční stanice právě nespisovný jazyk, který některé stanice alibisticky balí do populistické proklamace – *naším jazykem je jazyk naší cílové skupiny*. Dovedeno do krajnosti, jazykem stanice Evropa 2 by měly být komunikační schopnosti čtrnáctiletých adolescentů.

Mediálně velmi frekventovaným je výraz *sdílení*. A právě jazyk prezentovaný v médiích je veřejně vystaven ke sdílení a posouzení všem, kdo se stanou jeho vnímátele. Rozhlasoví profesionálové, pokud si chtějí skutečně udržet štít profesionality, by si měli uvědomit, jakou váhu a dopad jejich veřejné vystupování představuje. Mladá generace má přirozené tendence mediální sdělení vnímat jako model a vzor. A rezignuje-li tento veřejný prostor na snahu o kultivovanost projevu, své zodpovědnosti se musí zhostit škola, jež by měla na nespisovné vyjadřování v médiích žáky upozorňovat, věnovat v hodinách českého jazyka více prostoru publicistickému stylu a v neposlední řadě připravit pro žáky pestrou škálu aktivit a cvičení zaměřených na kultivovaný mluvní projev, na obohacování slovní zásoby, na tvořivou práci s českým jazykem.

Alarmující je úvodní citát vynikajícího jazykovědce Františka Daneše. Uvědomíme-li si, že tento lingvista vyjádřil myšlenku o ústupu závaznosti norem a vědomí spoluzodpovědnosti za kvalitu jazyka ze strany mladé generace již v roce 1997, nabízí se otázka, zda již k takové rezignaci nedošlo, a to za velkého přispění masmédií.

RESUMÉ

Diplomová práce se zabývá nespisovnými výrazy v mluvených komunikátech rozhlasové publicistiky. Jsou zde uvedeny žurnalistické žánry a typy sdělovacích prostředků v oblasti rozhlasového vysílání. Dále práce popisuje stratifikaci českého národního jazyka s orientací na specifické rysy nespisovné češtiny. Výzkumná část analyzuje získaný jazykový materiál podle jednotlivých jazykových rovin a zaměřuje se i na stylovou hodnotu výrazových prostředků. Aplikační část vychází jednak z výsledků výzkumu, jednak z analýzy učebnic českého jazyka pro základní školy a víceletá gymnázia a nabízí náměty k aktivitám, úkolům a cvičením v hodinách českého jazyka, jež využívají specifik rozhlasového vysílání.

Klíčová slova: média, rozhlas, publicistika, mluvené komunikáty, duální systém, veřejnoprávní a komerční stanice, mediální komunikace, úzus, norma, kodifikace, rozhlasové žánry, infotainment, konverzacionalizace, kolokvializace, homogenizace příjemce, komodifikace mediálního textu, útvary českého jazyka, jazykové roviny, stylová hodnota, diglosie.

ABSTRACT

The thesis deals with non-standard expressions in verbal communication of radio journalism. The journalism genres and the types of means of communication in the area of radio broadcasting are also presented. Further the description of the stratification of Czech language with the focus on the specific features of non-standard Czech is provided. The research part of the thesis analyses the given linguistic material according to particular levels of language and it is focused on the value of style of vehicles of expression. The application part proceeds not only from the results of the research but also from the analysis of the Czech language student's books for primary and grammar schools. The part also suggests the ideas for activities, tasks and exercises for the Czech lessons which use the specifics of radio broadcasting in the class.

Key words: media, radio, journalism, verbal communication, dual system, public and commercial stations, media communication, code, norm, codification, radio station

genres, infotainment, conversationalization, colloquialism, homogenisation of an addressee, commodification of a media text, structures of Czech language, levels of language, value of style, diglossia.

Literatura a další zdroje

BALADA, Jan. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání: s přílohou upravující vzdělávání žáků s lehkým mentálním postižením*. Dotisk 1. vyd. V Praze: Výzkumný ústav pedagogický, 2006, 92 s. ISBN 80-87000-02-1.

BARTOŠEK, Jaroslav. *K jazyku mluvených zpráv*. In: *Čeština doma i ve světě: Mluvená čeština v médiích*. Praha: FF UK, 1995, XVI(1). s. 5 – 17. ISSN 1210-9339.

BARTOŠEK, Jaroslav. *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky*. In *Naše řeč*, 2002, roč. 85, s. 68 – 78.

BENEŠ, Martin, SCHNEIDEROVÁ, Soňa a Oldřich ULÍČNÝ (eds.). *Studie k moderní mluvnici češtiny*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 218 s. ISBN 978-80-244-3535-0.

BOYD, Andrew. *Příručka pro novináře: Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995, 163 s.

BRABCOVÁ, Radoslava. *Didaktika českého jazyka pro studující učitelství na prvním stupni základní školy*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990, 183 s. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). ISBN 80-04-24251-0.

CVRČEK, Václav. *Mluvnice současné češtiny*. Vydání druhé. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2015, 416 s. ISBN 978-80-246-2812-7.

ČAPEK, Karel. *Marsyas. Jak se co dělá*. Praha: Československý spisovatel, 1984, 378 s. Spisy, XIII.

ČECHOVÁ, Marie. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011, 442 s. ISBN 978-80-7235-413-9.

ČECHOVÁ, Marie. *Stylistika současné češtiny*. Vyd. 1. Praha: ISV, 1997, 282 s. Jazykověda (Institut sociálních vztahů). ISBN 80-85866-21-8.

ČECHOVÁ, Marie. *Současná česká stylistika*. Vyd. 1. Praha: ISV, 2003. Jazykověda (Institut sociálních vztahů). ISBN 80-86642-00-3.

ČECHOVÁ, Marie. *Vyučování slohu. Úvod do teorie*. Praha, SPN, 1985, 260 s.

ČECHOVÁ, Marie a Vlastimil STYBLÍK. *Čeština a její vyučování: didaktika českého jazyka pro učitele základních a středních škol a studenty učitelství*. 2. upr. vyd., v SPN-pedag. nakl. vyd. 1. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 1998, 264 s. ISBN 80-85937-47-6.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Vyd. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČERMÁK, František. *Frekvenční slovník mluvené češtiny*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2007, 510 s. ISBN 978-80-246-1425-0.

ČERMÁK, František; SGALL, Petr; VYBÍRAL, Petr. K diskusi o standardní a „spisovné“ češtině. In *Slovo a slovesnost*, 2006, roč. 67, s. 267 – 282.

ČERVENÁ, Vlasta, MEJSTRÍK, Vladimír (ed.). *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost: s dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky*. 3., opr. vyd. Praha: Academia, 2003, 647 s. ISBN 978-80-200-1080-3.

ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ. *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2011, 491 s. Lingvistika (Academia). ISBN 978-80-200-1970-7.

DANEŠ, František. Jak se mluví v rozhlase. In ČMEJRKOVÁ, Světlá. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1996. s. 176 - 179. ISBN 80-200-0589-7.

DANEŠ, František. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, 292 s. ISBN 80-200-0617-6.

DVOŘÁK, Emil. Rozhlasové zprávy z hlediska jazykové kultury. In *Naše řeč*, 1978, roč. 61, s. 18 – 25.

EISENHAMMER, Milan. Čeština bez ypsilonu? Přežila by. In *Téma*, 2016, roč. 3, s. 8 – 15.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6.

GAVORA, Peter. *Výzkumné metody v pedagogice: příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. Brno: Paido, 1996, 130 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-15-X.

GULOVÁ, Lenka a Radim ŠÍP (eds.). *Výzkumné metody v pedagogické praxi*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013, 245 s. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4368-4.

HAUSER, Přemysl. *Didaktika českého jazyka pro 2. stupeň ZŠ*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2007, 137 s. ISBN 978-80-210-4244-5.

HAUSER, Přemysl a Karla ONDRÁŠKOVÁ. *Základy didaktiky českého jazyka pro první stupeň základní školy*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 1991, 93 s. ISBN 80-210-0239-5.

HEDVÁBNÁ, Barbora. „*Ted' mě dobře poslouchejte, nebudu to víckrát opakovat*“. In: *Čeština doma i ve světě: Mluvená čeština v médiích*. Praha: FF UK, 1995, XVI(1), s. 31 – 35. ISSN 1210-9339.

HLAVSA, Zdeněk. *Pravidla českého pravopisu: školní vydání včetně Dodatku*. Vyd. 2. rozš., v nakl. Fortuna 1. Praha: Fortuna, 1999, 383 s. ISBN 80-7168-679-4.

HOFFMANNOVÁ, Jana. *Stylistika a--: současná situace stylistiky*. 1. vyd. Praha: Trizonia, 1997, 200 s. Jazykové příručky (Trizonia). ISBN 80-85573-67-9.

HOLUB, Josef a Stanislav LYER. *Stručný etymologický slovník jazyka českého: se zvláštním zřetelem k slovům kulturním a cizím*. 4. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1992, 483 s. Odborné slovníky. ISBN 80-04-23715-0.

HUBÁČEK, Jaroslav. *Čeština pro učitele*. Vyd. 4., upr. Odry: Vade Mecum Bohemiae, 2010, 375 s. ISBN 978-80-86041-37-7.

HUGO, Jan (ed.). *Slovník nespisovné češtiny: argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost : historie a původ slov*. 3., rozš. vyd. Praha: Maxdorf, c2009, 501 s. ISBN 978-80-7345-198-1.

HŮRKOVÁ, Jiřina. *Česká výslovnostní norma*. Praha: Scientia, 1995, 74 s.

CHLOUPEK, Jan. Útvarová diferenciacie a slohová stratifikace češtiny dnes. In *Spisovná čeština a jazyková kultura: Sborník z olomoucké konference 23. – 27. 8. 1993*. Praha: Univerzita Karlova, 1995, s. 41 – 47. ISBN 80-85899-02-7.

JANOŮŠKOVÁ, Jana. *Úvodem*. In *Čeština doma i ve světě: Mluvená čeština v médiích*. Praha: FF UK, 1995, XVI(1). s. 3 - 4. ISSN 1210-9339.

JIRÁK, Jan. Diskuse o užívání spisovné češtiny z hlediska medializace veřejné a soukromé komunikace. In *Naše řeč*, 2006, roč. 89, s. 15 – 20.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 135 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

JUST, Vladimír. *Slovník floskulí: malá encyklopedie polistopadového newspeaku: klišé, slogany, hantýrky, tiky, partiové metafory, slovní smogy*. 1. vyd. Praha: Academia, 2004, 216 s. ISBN 80-200-1153-6.

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Zdenka RUSÍNOVÁ (eds.). *Příruční mluvnice češtiny*. Vyd. 1. Praha: Lidové noviny, 1995, 799 s. ISBN 80-7106-134-4.

KAŠOVÁ, Jitka (ed.). *Svět médií: [tvořivé náměty pro výuku průřezových témat na 2. stupni ZŠ]*. Praha: Raabe, c2011. Dobrá škola. ISBN 978-80-86307-72-5.

KAŠOVÁ, Jitka (ed.). *Svět médií: [tvořivé náměty pro výuku průřezových témat na 2. stupni ZŠ]*. Praha: Raabe, 2011, 88 s. Dobrá škola. ISBN 978-80-86307-72-5.

KLIMEŠ, Lumír. *Slovník cizích slov*. 7. vyd., V SPN vyd. 2., rozš. a dopl. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2005, 829 s. ISBN 80-7235-272-5.

KOLÁŘOVÁ, Ivana. *Český jazyk: [pro studující učitelství 1. stupně základní školy]*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012, 296 s. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-3358-6.

KRALČÁK, Ľubomír. (ed.). *Hovorená podoba jazyka v médiách: zborník materiálov z konferencie konanej v Nitre 11.-12. septembra 2007*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2008, 289 s. ISBN 9788080942939.

KRAUS, Jiří. Čeština u kulatého stolu. In ČMEJRKOVÁ, Světlá. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1996. s. 199 - 201. ISBN 80-200-0589-7.

KRAUS, Jiří. Jak hodnotíme dnešní češtinu. In ČMEJRKOVÁ, Světlá. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1996. s. 166 – 168. ISBN 80-200-0589-7.

KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Vyd. 1. V Praze: Karolinum, 2008, 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3.

KRAUS, Jiří. Několik poznámek k pocitu jazykového ohrožení. In *Naše řeč*, 1996, roč. 79, s. 1 – 9.

KRAUS, Jiří. Novinářská čeština. In ČMEJRKOVÁ, Světlá. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1996. s. 171 – 173. ISBN 80-200-0589-7.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Martina PAŠKOVÁ. *Český jazyk 8: pro základní školy a víceletá gymnázia : příručka učitele*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2006, 207 s. ISBN 80-723-8421-X.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Martina PAŠKOVÁ. *Český jazyk 8: učebnice pro základní školy a víceletá gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2005, 128 s. ISBN 80-723-8419-8.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Martina PAŠKOVÁ. *Český jazyk 8: pracovní sešit pro základní školy a víceletá gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2005, 68 s. ISBN 80-723-8420-1.

KRAUSOVÁ, Zdeňka, Martina PAŠKOVÁ a Jana VAŇKOVÁ. *Český jazyk 9: příručka učitele : pro základní školy a víceletá gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2007, 224 s. ISBN 978-807-2385-386.

KRAUSOVÁ, Zdeňka, Martina PAŠKOVÁ a Jana VAŇKOVÁ. *Český jazyk: pro 9. ročník základní školy a odpovídající ročník víceletého gymnázia*. Plzeň: Fraus, 2006, 136 s. ISBN 80-7238-536-4.

KRAUSOVÁ, Zdeňka, Martina PAŠKOVÁ a Jana VAŇKOVÁ. *Český jazyk pro 9. ročník základní školy a odpovídající ročník víceletého gymnázia: pracovní sešit : [s přílohou Přehled učiva]*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2006, 68 s., 12 s. příl. ISBN 80-723-8537-2.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk pro 6. ročník základní školy a primu víceletého gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2003, 136 s. ISBN 80-723-8206-3.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk: pracovní sešit pro základní školy a víceletá gymnázia*. 2. vyd. Plzeň: Fraus, 2003, 56 s. ISBN 80-723-8347-7.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk pro 7. ročník základní školy a sekundu víceletého gymnázia*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2004, 136 s. ISBN 80-723-8320-5.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk pro 7. ročník základní školy a sekundu víceletého gymnázia: pracovní sešit*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2004, 64 s. ISBN 80-723-8321-3.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk pro 6. ročník základní školy a primu víceletého gymnázia: příručka učitele*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2003, 192 s. ISBN 80-723-8250-0.

KRAUSOVÁ, Zdeňka a Renata TERŠOVÁ. *Český jazyk 7: pro základní školy a víceletá gymnázia : příručka učitele*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2004, 200 s. ISBN 80-723-8322-1.

KROBOTOVÁ, Milena. *Spisovná výslovnost a kultura mluveného projevu*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2000. ISBN 80-244-0187-8.

KULIČ, Václav. *Chyba a učení: funkce chybného výkonu v učení a jeho řízení*. Praha: SPN, 1971, 244 s.

KULDANOVÁ, Pavlína. K řečové kultuře současnosti. In ČMEJRKOVÁ, Světlá, Jana HOFFMANNOVÁ a Eva HAVLOVÁ (eds.). *Užívání a prožívání jazyka: k 90. narozeninám Františka Daneše*. Vyd. 1. V Praze: Karolinum, 2010, s. 491 – 495. ISBN 978-80-246-1756-5.

LEHOCZKÁ, Viera a Eva CHUDINSKÁ. *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií: základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2005, 79 s. ISBN 80-89220-04-5.

LINHART, Jiří. *Správně česky: jazykové pojmy, nejčastější chyby, pravidla českého pravopisu, slovník spisovné češtiny*. Litvínov: Dialog, 2003, 319 s. ISBN 80-85843-55-2.

MAŇÁK, Josef a Vlastimil ŠVEC. *Cesty pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2004, 78 s. Pedagogický výzkum v teorii a praxi. ISBN 80-7315-078-6.

MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika češtiny*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2009, 84 s. ISBN 978-80-210-4973-4.

MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 289 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4.

Mluvnice češtiny. (1) Fonetika. Fonologie. Morfonologie a morfeematika. Tvoření slov. Praha: Academia, 1986, 566 s.

Mluvnice češtiny. (2) Tvarosloví. Praha: Academia, 1986, 536 s.

Mluvnice češtiny. (3) Skladba. Praha: Academia, 1987, 746 s.

NEBESKÁ, Iva. *Jazyk, norma, spisovnost*. 2. dopl. vyd. V Praze: Karolinum, 2003. Acta Universitatis Carolinae. ISBN 80-246-0688-7.

OUŘEDNÍK, Patrik. *Šmírbuch jazyka českého: slovník nekonvenční češtiny 1945-1989*. 3., dopl. a rozš. vyd., V Pasece 1. V Praze: Paseka, 2005, 501 s. Smil. ISBN 80-7185-638-X.

PALKOVÁ, Zdena. Výslovnost rozhlasových mluvčích. In *Naše řeč, 1982, roč. 65, s. 186 – 196*.

PETTY, Geoffrey. *Moderní vyučování: [praktická příručka]*. 1. vyd. Praha: Portál, 1996, 380 s. ISBN 80-7178-070-7.

POKORNÁ, Jaroslava. *Z praxe hlasového pedagoga aneb Co se v mládí naučíš, toho se v dospělosti jen tak nezbavíš*. In: *Čeština doma i ve světě: Mluvená čeština v médiích*. Praha: FF UK, 1995, XVI(1), s. 25 – 30. ISSN 1210-9339.

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2009, 88 s. ISBN 978-80-7402-022-3.

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova: cvičebnice: řešení*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2010, 88 s. ISBN 978-80-7402-055-1.

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova: metodika*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2010, 112 s. ISBN 978-80-7402-040-7.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010, 160 s. ISBN 978-80-204-2206-4.

PRAVDOVÁ, Markéta a Ivana SVOBODOVÁ (eds.). *Akademická příručka českého jazyka*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2014, 533 s. ISBN 978-80-200-2327-8.

PROŠEK, Martin. Spisovnost, nespisovnost a inovace jazyka v praxi jazykové poradny. *Naše řeč*, 2005, roč. 88, s. 135 – 139.

SGALL, Petr a Jiří HRONEK. *Čeština bez příkras*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2014, 153 s. ISBN 978-80-246-2459-4.

SGALL, Petr a Jarmila PANEVOVÁ. *Jak psát a jak nepsat česky*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2004, 197 s. ISBN 80-246-0871-5.

SKALKOVÁ, Jarmila a kol. *Úvod do metodologie a metod pedagogického výzkumu*. Praha: SPN, 1985, 209 s.

SVOBODOVÁ, Jana. *Fenomén spisovnosti v současné české jazykové situaci*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Pedagogická fakulta, 2011, 233 s. ISBN 978-80-7464-019-3.

STYBLÍK, Vlastimil, Přemysl HAUSER a Marie ČECHOVÁ. *Český jazyk v 6.-9. ročníku: (co mám umět) : [učebnice pro základní školy]*. Vyd. 1. Praha: Pansofia, 1996. ISBN 80-85804-78-6.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 6. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 1. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 1999, 171 s. ISBN 80-859-3754-9.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 7. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 2. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2001. ISBN 80-723-5103-6.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 8. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 2. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2005, 188 s. ISBN 80-7235-126-5.

STYBLÍK, Vlastimil. *Český jazyk pro 9. ročník základní školy a pro odpovídající ročník víceletých gymnázií*. 2. vyd. Praha: 2001, 182 s. ISBN 80-859-3787-5.

STYBLÍK, Vlastimil. *Základní mluvnice českého jazyka*. 1. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2004, 243 s. ISBN 80-7235-018-8.

ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005, 166 s. Acta Universitatis Carolinae. ISBN 80-246-0948-7.

VRASPÍROVÁ, Pavla. *Jazykové prostředky používané v rozhlasových zprávách v závislosti na typu média: (na materiálu ČRo 1 - Radiožurnálu a Rádía Impuls)*. Praha, 2008. Bakalářská. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

Další zdroje:

<https://www.frekvence1.cz/>

<http://hitradiodragon.cz/>

<http://www.korpus.cz/>

<http://mediahub.cz/media-35808/>

<http://medialnigramotnost.fsv.cuni.cz/zobraz/clanek/rozhlasove-vysilani-v-cr-vcera-a-dnes>

<http://www.medialnavychova.sk/>

<http://www.msmt.cz/file/16600>

<https://www.novinky.cz/veda-skoly/418210-nas-rodny-jazyk-musi-skousnout-neuveritelne-veci-bojuj-cestino.html>

<http://www.play.cz/>

<http://prirucka.ujc.cas.cz/>

<http://www.radioegrensis.cz/>

<http://radiomap.eu/cz/>
http://www.radiotv.cz/p_radio/r_program/maly-lexikon-rozhlasovych-formatu/
http://www.radiotv.cz/p_radio/radioprojekt-ii-q-iii-q-2016
<http://www.radiotv.cz/tag/radioprojekt-2015/>
http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056
<http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/portal/>
http://www.slangy.cz/SNC_O_cestine.html
<http://www.strategie.e15.cz/zpravy/jazyk-a-mluva-v-rozhlase-462399>
<http://www.strategie.e15.cz/zpravy/publicistika-je-luxus-462513>
<http://ucnk.ff.cuni.cz/ORAL2006pravidla.php>
https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%BD_rozhlas
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Podcasting>
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Publicistika>
https://cs.wikipedia.org/wiki/Ve%C5%99ejnopr%C3%A1vn%C3%AD_m%C3%A9dium
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Zpravodajstv%C3%AD>
<http://www.zsvin.cz/prilohy/standardy-cesky-jazyk-a-literatura-1.pdf>
http://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-reditelem-ustavu-pro-jazyk-cesky-proskem-pch-/domaci.aspx?c=A161011_160500_domaci_zt

Příloha 1: Dotazník (verze pro dospělé)

DOTAZNÍK „Posloucháme rádio“

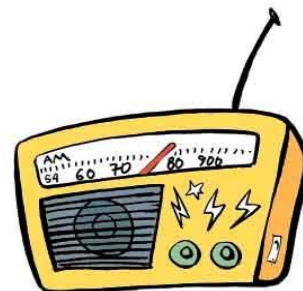


1. Při jízdě v autě posloucháme:
 - a) rádio
 - b) CD přehrávač
 - c) nic
 - d) jiná možnost:

2. V autě posloucháme stanice (můžete zakroužkovat více možností):
 - a) Radiožurnál
 - b) Rádio Impuls
 - c) Frekvenci 1
 - d) Hitrádio (např. Dragon, Orion, Faktor, FM Plus, Magic, Rádio City, Vysočina)
 - e) regionální, místní (např. Egrensis)
 - f) jinou (pokud znáte název – napište ho)

3. Doma máme puštěné rádio:

- a) každý den
- b) několikrát v týdnu
- c) jen občas
- d) nikdy



4. Doma posloucháme stanice (můžete zakroužkovat více možností):
 - a) Radiožurnál
 - b) Rádio Impuls
 - c) Frekvenci 1
 - d) Hitrádio (např. Dragon, Orion, Faktor, FM Plus, Magic, Rádio City, Vysočina)
 - e) regionální, místní (např. Egrensis)
 - f) jinou (pokud znáte název – napište ho):

5. Všiml(a) jsem si, že v rádiu mluví moderátoři a redaktoři nespisovně:

Např.: „*Stejně jako neska bude zejtra skvělý počasí. Den bude jasnej a uhoďej až vosumadvacítky teploty.*“ Nebo: „*Nemáme hlášený žádný dopravní nehody, ale pozor na radary. Máme hlášenýho černýho opla, kterej chytá rychlý šoféry.*“ - záznam z Rádía City

- a) ano b) ne

6. Vadí mi, když se v rádiu mluví nespisovně:

- a) ano b) ne

Pokud máte nějakou poznámku k užívání spisovného jazyka v rozhlasovém vysílání, napište ji sem, případně na druhou stranu. Děkuji za ochotu.

Příloha 2: Dotazník (verze pro žáky)

DOTAZNÍK „Posloucháme rádio“



1. Při jízdě v autě posloucháme:

- a) rádio
- b) CD přehrávač
- c) nic
- d) jiná možnost:

2. V autě posloucháme stanice (můžeš zakroužkovat více možností):

- a) Radiožurnál
- b) Rádio Impuls
- c) Frekvenci 1
- d) Dragon
- e) Egrensis
- f) jinou (pokud znáš název – napiš ho).....

.....

3. Doma máme puštěné rádio:

- a) každý den
- b) několikrát v týdnu
- c) jen občas
- d) nikdy



4. Doma posloucháme stanice (můžeš zakroužkovat více možností):

- a) Radiožurnál
- b) Rádio Impuls
- c) Frekvenci 1
- d) Dragon
- e) Egrensis
- f) jinou (pokud znáš název – napiš ho):

5. Všiml(a) jsem si, že v rádiu mluví moderátoři a redaktoři nespisovně:

Např.: „*Stejně jako neska bude zejtra skvělý počasí. Den bude jasnej a uhoďej až vosumadvacítky teploty.*“ Nebo: „*Nemáme hlášený žádný dopravní nehody, ale pozor na radary. Máme hlášenýho černýho oplá, kterej chytá rychlý šoféry.*“

- a) ano
- b) ne

6. Vadí mi, když se v rádiu mluví nespisovně:

- a) ano
- b) ne

Pokud máš nějakou poznámku k užívání spisovného jazyka v rozhlasovém vysílání, napiš ji sem, případně na druhou stranu. Děkuji za ochotu ☺

Příloha 3: Kodex Českého rozhlasu

Kodex Českého rozhlasu

Čl. 16 Jazykový projev

16.1 Český rozhlas je zavázán dbát o kultivovanost jazykového projevu. Vyjadřování hlasatelů moderátorů a redaktorů ve vysílání musí působit jako vzor správného užívání jazyka již s ohledem na skutečnost, že posluchači mohou takovému vyjadřování přikládat normotvorný význam.

16.2 Český rozhlas má za povinnost vždy s ohledem na téma a žánr uvážlivě volit a pečlivě užívat jazykových prostředků. Hlasatelé, moderátoři a redaktoři zpravodajských a publicistických pořadů jsou povinni vyjadřovat se v pořadech zásadně spisovným jazykem, ledaže by citovali či interpretovali výrok či chování jiné osoby nebo by použití nespisovného výrazu odpovídalo situaci (například uchování autenticity rozhovoru nebo užití reportážní licence podle čl. 21.17 apod.).

16.3 Slovní formulace užití hlasateli, moderátory a redaktory ve vysílání by se měly vyhýbat frázím, klišé nebo jinému zplošťování obsahu jazyka. Při sdělování informace nelze uplatňovat dobově populární výrazy či obraty na úkor přesnosti a věcnosti obsahu informace. Český rozhlas dbá, aby v pořadech nedocházelo k stereotypnímu opakování výrazů, jejichž obměnu lze při zachování přesnosti zajistit.

16.4 Český rozhlas systematicky spolupracuje s jazykovými odborníky a v případě pochybností o užití správného výrazu je povinen vyžádat si jejich stanovisko, je-li to možné, ještě před nahráváním. Oprava jazykových chyb se přiměřeně řídí čl. 2.10.²⁴

²⁴ dostupné z: http://www.rozhlas.cz/rada/legislativa/_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--789056

Příloha 4: Úryvek z manuálu zpravodajství Rádia Impuls

1. 4 Jazyka a stavba zpráv (příspěvků)

Základní hesla:

**AKČNOST NALÉHAVOST JEDNODUCHOST SROZUMITELNOST STRUČNOST
ÚDERNOST VÝSTIŽNOST**

To, že jsou zprávy v každém případě aktuální, netřeba zdůrazňovat.

Posluchač (na rozdíl od čtenáře) nemá možnost vrátit se ke zprávě, pokud jí hned neporozuměl.

Povinnosti všech pracovníků RI:

- přepisovat agenturní a oficiální texty tak, aby jim posluchač rozuměl,
- agenturní nebo administrativní jazyk nejdřív přečíst, posléze převyprávět vlastními slovy
= záruka, že problematice sám rozumí (chybou je impulsácký titulek a čtkařská zpráva)
- prostudovat text před prezentací na mikrofonu, přizpůsobit vlastnímu projevu (moderátor ani redaktor zpráv nejsou jen tupí prezentátoři, ale přemýšlející osobnosti).

V relacích a reportážích používáme spisovnou hovorovou češtinu.

Konkrétní příklady práce s jazykem:

- mluvíme jazykem, kterým hovoří naši posluchači (byl jsem zraněn = zranil jsem se / zranili mě, již = už, dříve = dřív atd.),
- věty formulujeme jednoduše a srozumitelně,
- zprávy z předešlých relací zásadně přepisujeme!!!
- 5 – 8 slov v jedné větě,
- souvětí maximálně o třech na sebe navazujících větách, každá z nich obsahuje 5-8 slov
- nepoužíváme vložené věty vedlejší (Dvojčata, která byla chloubou Ameriky, padla za oběť teroristickým útokům.)
- vyhýbáme se nespisovným či expresivním výrazům (pokud chceme zachovat solidnost zpravodajství), příklady: náklad'ák, řidičák, spořka, tiskovka atd.²⁵

²⁵ Kráceno (Vraspírová, 2008, příloha č. 3)