

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ
KATEDRA ČESKÉHO JAZYKA

**JAZYK A STYL PUBLICISTICKÝCH TEXTŮ
V REGIONÁLNÍ PUBLICISTICE ZAMĚŘENÝCH
NA KULTURNÍ PROBLEMATIKU**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Klára Tipanová

Český jazyk se zaměřením na vzdělávání

Vedoucí práce: PhDr. Jana Vaňková

Plzeň 2022

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

V Plzni 30. června 2022

.....

vlastnoruční podpis

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní PhDr. Janě Vaňkové za ochotu, cenné rady a vstřícný přístup při vedení bakalářské práce.

Obsah

1 ÚVOD	5
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	6
2.1 PUBLICISTICKÝ STYL.....	6
2.1.1 Charakteristika publicistického stylu	7
2.1.2 Historie publicistického stylu	8
2.2 ÚTVARY PUBLICISTICKÉHO STYLU	9
2.2.1 Zpravodajské útvary	9
2.2.2 Analytické útvary.....	11
2.2.3 Beletristické útvary.....	12
2.3 JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY V PUBLICISTICKÝCH TEXTECH.....	13
2.3.1 Specifické jazykové prostředky syntaktické	14
3 METODY A CÍLE PRÁCE.....	16
3.1 ANALYZOVANÉ JAZYKOVÉ JEVI ROVINY SYNTAKTICKÉ.....	16
3.1.1 Spojování vět	16
3.1.2 Zmnoženost syntaktických pozic	16
3.1.3 Druhy vedlejších vět a nepravá věta vedlejší.....	16
3.1.4 Větné členy.....	17
3.1.5 Syntaktické prostředky kondenzace textu	19
3.1.6 Odchytky od pravidelné větné stavby	20
3.2 ANALYZOVANÉ JAZYKOVÉ JEVI ROVINY STYLICKÉ.....	21
3.2.1 Frazeologické obraty	21
3.2.2 Aktualizovaná obrazná pojmenování	21
3.2.3 Kontaktní prostředky	22
3.2.4 Parenteze specificky žurnalistické	22
3.3 CHARAKTERISTIKA VYBRANÉHO REGIONÁLNÍHO PERIODIKA	22
3.4 CHARAKTERISTIKA VÝCHOZÍHO JAZYKOVÉHO MATERIÁLU	23
4 VLASTNÍ ANALÝZA	24
4.1 TABULKA ANALYZOVANÝCH JEVI	24
4.1.1 článek č. 1: Pouliční umělci zaplaví centrum Plzně	25
4.1.2 článek č. 2: Vzpomínáte na legendární portu? Plzeň si připomene její slavná léta	26
4.1.3 článek č. 3: Deset objektů v Plzni ozdobí výtvoři umělců	27
4.1.4 článek č. 4: Pokračování Princezny zakleté v čase se začalo natáčet na Gutštejně	28
4.1.5 článek č. 5: Vítězná derniéra čerstvých mistrů. Beaguel uzavřel sezonu jako král střelců.....	28
4.1.6 článek č. 6: Plzeňská katedrála se po velké rekonstrukci opět otevře návštěvníkům	29
4.1.7 článek č. 7: Piráti poslali ODS do opozice, koalici upekli s ANO.....	30
4.1.8 Článek č. 8: Viktorka nedala Jablonci šanci. Debakl řídil dvougólový Kopic	31
4.1.9 Článek č. 9: Erbovní zvíře plzeňské zoo se dočká lepšího bydlení	32
4.1.10 Článek č. 10: Koronavirus má další oběť. Letošní ročník Světa knihy v Plzni nebude.....	33
4.1.11 článek č. 11: Léto ve znamení filmů. Chystá se promítání na náplavce i hradech a zámcích	34
4.1.12 Článek č. 12: Šok na Letné, Plzeň v nastavení přišla o výhru	35
4.1.13 Článek č. 13: Ikonická chaloupka na pilíři půjde k zemi	36
4.1.14 Článek č. 14: Radek Novák: S dietou musí vláda začít sama u sebe	37
4.1.15 Článek č. 15: Jan Svěrák natáčel v Plzni Betlémské světlo. Kotek skončil za mřížemi.....	38
5 ZÁVĚR.....	39
6 RESUMÉ.....	42
7 POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE	43

1 Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá jazykem a stylem regionálních publicistických textů. Hlavním cílem práce je provést analýzu syntaktické a stylistické roviny textů současné psané regionální publicistiky. S tímto záměrem jsme podrobili detailní analýze celkem patnáct článků. Zdrojem jazykového materiálu pro náš výzkum se stal webový zpravodajský portál *plzeň.cz*, který přináší čtenářům denně několik článků zaměřených na ekonomická, kulturní, politická i sportovní témata. Náš zájem směřoval především k textům, které se zabývají kulturní problematikou. Analýze jsme podrobili ale také sportovní reporty či články zaměřené na politickou situaci.

V úvodu práce charakterizujeme publicistický funkční styl jako takový a vymezíme jeho útvary, jelikož je styl dále vnitřně rozčleněn. Dále uvádíme kritéria, ze kterých budeme vycházet při samotné analýze vybraného jazykového materiálu. Z roviny syntaktické věnujeme pozornost typům souvětí, druhům vedlejších vět, zmnožení syntaktických pozic, větným členům, prostředkům kondenzace textu a odchylkám od pravidelnosti větné stavby. V rovině stylistické se pokusíme v textu vyhledat obraty frazeologické, aktualizovaná obrazná vyjádření a prostředky, které zajišťují v publicistických textech kontakt se čtenářem. V závěru práce porovnáme, zda užití jazykové prostředky v textech regionálního periodika korespondují s prostředky, které jsou uváděny v odborné literatuře.

Téma bakalářské práce jsem si zvolila, jelikož je, podle mého názoru, práce žurnalistů velice obdivuhodná a v mnoha ohledech zajímavá. Bude jistě obohacující blíže se seznámit s jazykem autorů regionální publicistiky a všimnout si jejich práce s jednotlivými jazykovými prostředky.

2 Teoretická východiska bakalářské práce

2.1 Publicistický styl

Komunikáty publicistického stylu se staly součástí našeho každodenního života. Setkáváme se s nimi v novinách, rozhlase či v televizi. V bakalářské práci se budeme zabývat jazykem a stylem publicistických textů, které vychází v regionálním internetovém periodiku. Tento styl sdělovacích prostředků někteří autoři označují termínem žurnalistika. V úvodu práce je tedy třeba oba tyto pojmy řádně definovat, jelikož jsou v některých případech považovány za synonyma.

„Žurnalistiku lze vymezit jako činnost v hromadných sdělovacích prostředcích (zvláště v novinách, časopisech, rozhlase, televizi apod.), novinářství, dále také jako obor zabývající se touto činností, jindy se tím rozumí pouze denní tisk, noviny.“¹ Publicistiku pak můžeme vymezit jako „žurnalistickou nebo spisovatelskou činnost, v hromadných sdělovacích prostředcích, která slouží k informaci o aktuálních otázkách a komentuje je. Výrazem publicistika můžeme pojmenovat také souhrn časopisů (určitého směru, ve vymezeném období aj.), a to včetně osob, kteří je píšou, redigují apod.“²

Publicistický styl je jedním ze základních normovaných funkčních stylů. Jeho jazykové projevy lze rozdělit na komunikáty psané a na projevy mluvené.³ Dominantní funkcí tohoto stylu sdělovacích prostředků je poskytovat informace o aktuálních událostech a dění ve společnosti. Pro publicistické projevy mluvené i psané je rovněž charakteristická funkce ovlivňovací (přesvědčovací a získávací), vedle níž informativní funkce ztrácí na důležitosti.⁴

Hlavním cílem persvaze je formování vědomí recipientů a působení na veřejné mínění. Persvazivní funkce se uplatňuje téměř ve všech mediálních žánrech, a to v různé formě, míře a různém stupni explicitnosti. Charakter persvaze se v publicistických textech liší v závislosti na tom, zda je uplatňována v seriózní či bulvární publicistice. Mimo informační a ovlivňovací

¹ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. Současná stylistika. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 244

² Tamtéž.

³ HUBÁČEK, Josef. Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). str. 68.

⁴ Tamtéž.

funkce má publicistický styl také funkci vzdělávací a zábavnou. Jelikož publicistika obsahuje soudy, postoje a pojmy, není jejím výsledkem pouze informování, ale také poznávání.⁵

Publicistický styl můžeme tak označit jako styl analytický. „*Doménou publicistiky, ať už se k recipientům obrací písmem, zvukem nebo obrazem, je hledání souvislostí, vyslovování názorů, komentářů, mínění a stanovisek k většinou již známým faktům.*”⁶

2.1.2 Charakteristika publicistického stylu

Publicistický styl se vyznačuje svojí dynamičností. Je nezbytné, aby odpovídal době a jejím požadavkům, ale zároveň musí být flexibilní a spolu s ní se měnit. K dalším typickým znakům publicistického stylu řadíme aktuálnost, přesvědčivost, srozumitelnost, přehlednost a stručnost.

„Celkový charakter textů publicistického stylu je podmíněn jejich širokým společenským posláním: rychle, výstižně a co nejúčinněji informovat adresáty nejružnějšího sociálního zařazení, věku a vzdělání, zprostředkovat myšlenky s maximální srozumitelností a sémantickou jednoznačností, bezprostředností a přesvědčivostí, získávat čtenáře nebo posluchače pro přístup k problémům v duchu názorů, které publicistický orgán reprezentuje.“⁷

V publicistickém stylu dominuje spisovný jazyk. Jelikož se ale vyznačuje především svojí dynamičností, často se v něm můžeme setkat i se slovy z jiné vrstvy slovní zásoby. Jedná se například o výrazy obecněčeské, slangové či profesionalismy, jejichž pomocí autoři dosahují větší autentičnosti textu.

Příznakové prostředky publicistiky rozdělujeme do dvou základních skupin, a to na prostředky automatizované a aktualizované. U prostředků automatizovaných čtenář postrádá překvapení, text tak pro něj není příliš působivý. „*Jde o ustálené a stereotypně se opakující výrazy, konstrukce a obraty s nimi, jichž žurnalisté využívají v určitých situacích téměř mechanicky.*“⁸ Na druhé straně se hovoří o prostředcích aktualizovaných, které se snaží čtenáře upoutat neobvyklým či novým výrazem, lexikální neobvyklostí využívající knižní i hovorové výrazy či slovní hříčky. U prostředků aktualizovaných je také značná osobitost autora

⁵ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9. str. 14.

⁶ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9 str. 13.

⁷ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 246.

⁸ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 186.

přístupu. Aktualizací se v tomto pojetí rozumí také zvláštní typ písma a grafická úprava textu, případně také zvláštnosti v horizontálním nebo vertikálním členění komunikátů. Proces aktualizace spatřujeme v publicistických textech rovněž ve větné stavbě, kdy autor užívá elipsy či subjektivní pořádek slov.

Frekventované je rovněž užití jmenných a slovesně jmenných konstrukcí, nevlastních předložek, slovosledné inverze, parcelace výpovědí aj. Prostředky aktualizované při častém opakování postupně podléhají automatizaci. S prostředky automatizovanými souvisí také tzv. modelovost vyjádření, která autorům v jistém smyslu usnadňuje práci, neboť odpovídá opakujícím se událostem, o nichž autor informuje čtenáře. Zmíněná modelovost vyjádření nesouvisí pouze s jazykovým materiálem, ale chápeme ji v celé šíři výrazových prostředků, ve stylizaci i v kompozici.⁹ Četností výskytu či absencí výše zmíněných prostředků se uvnitř publicistického stylu vyhraňují dílčí funkční styly. Jedná se o styl zpravodajský, analytický a beletristický.

U publicistického stylu je typické prolínání jednotlivých slohových postupů. U útvarů stylu zpravodajského se nejčastěji setkáme s postupem informačním. Ten spočívá v zachycení základních údajů o sdělované skutečnosti a výčtu nutných informací. Z kompozičního hlediska se jedná o nejjednodušší slohový postup, neboť autoři aktuální fakta pouze konstatují. Objevuje se zde často absence textové souvislosti, odkazovacích výrazů a typická je také málo rozvitá stavba vět.¹⁰ Kromě užití slohového postupu informačního dochází u některých útvarů zpravodajského stylu k prolínání ostatních slohových postupů, zejména postupu popisného výkladového.

Pro útvary stylu analytického, u kterého není předávání nových informací primární funkcí, je typický slohový postup úvahový. V jednodušší formě je v publicistice uplatňován rovněž slohový postup vyprávěcí, nejčastěji u útvarů stylu beletristického. Pro beletristické publicistické texty je také příznačné užití slohového postupu informačního či popisného.

2.1.3 Historie publicistického stylu

Publicistický styl je českými lingvisty (Hausenblas 1955, Jelínek 1957) zařazován mezi nejmladší funkční styly. Počátky publicistiky můžeme pozorovat již v antice. „*Oblast veřejných projevů s funkcí informativní, získávací a přesvědčovací existovala nepochybně už po staletí,*

⁹ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 188.

¹⁰ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

*tj. mnohem dříve, než jí byla věnována náležitá badatelská pozornost.*¹¹ Náznaky publicistiky se objevovaly ve světských a náboženských projevech. Samostatný funkční publicistický styl se vyhranil přitom poměrně nedávno. O novinářském jazyce se jako první zmiňuje ve 30. letech minulého století B. Havránek (1932). V Úvodu do české stylistiky (1948) připomíná novinářský jazyk jako součást jazyka praktického. O samostatném funkčním publicistickém stylu by se dalo hovořit od 1. poloviny 20. století, kdy proběhla lingvistická konference v Liblicích. Konference se soustředila právě na styl a stylistiku. Od této doby se badatelé věnují publicistickému stylu intenzivněji.¹²

2.2 Útvary publicistického stylu

Podle určitých pravidel je publicistický styl vnitřně diferencován na jednotlivé útvary, které se vyznačují svými charakteristickými rysy. U autorů odborných publikací se klasifikace útvarů liší. Nejčastěji však bývají dílčí styly stylu publicistického rozděleny na zpravodajské, analytické a beletristické.

2.2.1 Zpravodajské útvary

Dominantní funkcí zpravodajských textů je informovat čtenáře o aktuálním dění. Převažuje zde tedy slohový postup informační. Zpravodajská sdělení jsou v publicistice mluvené omezená časem, v psaných textech zase délkou zpráv. Autoři se snaží o rychlé informování čtenářů a zároveň o objektivitu.¹³ Útvary stylu zpravodajského tak mají specifickou kompozici. Je pro ně typická neutrální vrstva spisovného jazyka. Ve snaze podat čtenáři nezaujatou a úplnou informaci je pro zpravodajský styl příznačná nociónalita výrazových prostředků, užívání prostředků automatizovaných a modelovosti vyjádření.

K základním zpravodajským útvarům řadíme zprávu, krátkou zprávu, rozšířenou zprávu, oznámení, inzerát, komuniké, publicistický inzerát a reportáž. Charakteristické pro zpravodajské texty je, že čtenářům přináší stěžejní a zásadní informace či fakta na samém začátku sdělení. Tyto informace následně objasňuje a dokládá.¹⁴

¹¹ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 246.

¹² ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4 str. 247.

¹³ Tamtéž. str. 263.

¹⁴ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 266.

Zpráva je hlavním útvarem zpravodajského žánru. V publicistickém žánru patří mezi nejkratší. „Zpráva, coby základní kámen zpravodajství, je definována jako žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu. Fakta, děje nebo myšlenky přitom pouze zaznamenává, sumarizuje a nekomentuje.”¹⁵ Kompozice zprávy je velice jednoduchá a údaje stojí vedle sebe na základě juxtapozice. Často využívá jmenné údaje a několikanásobné větné členy. Autoři tohoto útvaru využívají krátké a srozumitelné věty, které zvyšují srozumitelnost textu.

Rozšířená zpráva kromě základních informací obsahuje také informace průvodní, doplňující popis situace události. Přebírá tedy vlastnosti některých útvarů analytických. Slohový postup popisný přibližuje rozšířenou zprávu publicistickému referátu nebo komentáři.¹⁶

Oznámení má především upozorňovací funkci. Čtenáře většinou informuje o připravované akci či události. Musí tak obsahovat údaje o místě a času konání. Rozsahem se od zprávy neliší. Oznámení, které adresáta vyzývá k účasti na akci, bývá označováno jako výzva.¹⁷

Komuniké je oznámení či hlášení, které informuje adresáta o konání významné akce, o průběhu jednání a jeho výsledku. Při jeho zpracování autoři využívají syntakticky složitější konstrukce. Příznačný je také větší rozsah textu než u oznámení.¹⁸ Komuniké jsou často vydávána ministerstvy či státními podniky.

Publicistický referát se svým zaměřením a cílem liší od referátu odborného. Podává určité informace o činnosti, o vykonané práci, o plnění povinností. Charakteristické je užití informačního, popisného, výkladového a případně vyprávěcího slohového postupu.

Reportáž stojí na pomezí mezi zpravodajskými a publicistickými útvary. Setkáváme se s ní v psané i mluvené podobě. Základní funkcí reportáže je funkce informativní. Jde o zaznamenání události, které se autor přímo účastnil.

¹⁵ LÁBOVÁ, Alena a Barbora OSVALDOVÁ. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0248-2. str. 25.

¹⁶ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 265.

¹⁷ Tamtéž.

¹⁸ Tamtéž.

2.2.2 Analytické útvary

Cílem analytických útvarů je informovat o událostech, hodnotit je a zamýšlet se nad nimi. „*Na rozdíl od textů zpravodajského stylu s dominantní funkcí informativní (zpravovací) plní texty publicistického stylu v užším smyslu celý komplex dalších funkcí, a to především funkci persvazivní neboli přesvědčovací, dále získávací, ovlivňovací, formativní.*“¹⁹

Autoři se snaží zjistit souvislosti, příčiny a důsledky a podat čtenářům ucelený obraz. U analytických útvarů bývá uplatňován informační slohový postup současně s postupy jinými, především úvahovým a výkladovým. Pro útvary publicistického stylu je typické využití aktualizovaných prostředků. Autoři často využívají metaforu, metonymii i jiné stylové figury s cílem upoutat pozornost čtenáře. Promyšleně argumentují pomocí faktů, užívají citací a apelují na emoce adresátů.²⁰ K útvarům analytickým řadíme úvodník, komentář, glosu, novinářský posudek, novinářskou recenzi, kritiku či interview.

Úvodník je publicistický útvar, se kterým se často setkávali čtenáři v minulém režimu. Svě místo míval na první straně novin. „*Obvykle v tisku prezentoval rozhodující stanovisko redakce nebo orgánu, jemuž tisk patřil. Úvodníkem se redakce vyjadřovala ke společensky důležité (event. nejdůležitější) události, kterou hodnotila.*“²¹ V současné době se úvodníky v tisku vyskytují pouze okrajově.

Komentář patří mezi žánry psané i mluvené publicistiky. Obsahuje prvky s různými pohledy názorů. Klade požadavek na jasnost a srozumitelnost, což se projevuje v jazykových prostředcích, které komentář využívá.

Glosa je stručná zpráva či komentující poznámka určité skutečnosti. Neotřelým a často vtipným způsobem odráží názor autora. Glosa často uplatňuje ironii, sarkasmus a neočekávaný závěr.

Recenze objektivně hodnotí určitý text, nejčastěji umělecké či odborné dílo. Cílem je objektivně posoudit určitý jev, a to se zřetelem k jeho nedostatkům. Vyzdvihuje přednosti díla a zároveň odhaluje jeho nedostatky.

Interview je frekventovaný žánr publicistického stylu, který může mít mluvenou i psanou podobu. Interview je zpracováno jako dialog, ve kterém jde o přiblížení názoru nebo úvahy určité, často významné osobnosti.

¹⁹ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 266.

²⁰ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4 str. 267.

²¹ Tamtéž. str. 267.

V současné publicistice se setkáme i s dalšími útvary, pro které je příznačný analytický styl. Jedná se o projev, proslov, diskusi, debatu či polemiku.²²

2.2.3 Beletristické útvary

Jedná se o úvavy, které jsou svým zpracováním blízké beletrii, tedy krásné literatuře. Ačkoli se svou funkcí a některými vlastnostmi řadí mezi žánry publicistiky, užité prostředky, které ozvláštňují a poetizují text, útvary přibližují stylu umělecké literatury.²³ Do publicistiky pronikly zejména díky spisovatelům, jelikož mnozí autoři zároveň působili jako novináři.

Vedle informativní a persvazivní funkce zaujmou především funkcí estetickou. Beletristický styl využívá aktualizovaných prostředků ve snaze oživit a ozvláštnit text, a zaujmout tak čtenáře. Jedná se zejména o ozvláštňování textu pomocí obrazných vyjádření. Autoři často užívají metafory, metonymie, synekdochy, personifikaci atd.

Pro texty beletristického stylu bývá rovněž charakteristická emocionalita výrazu, humor, alegorie a různé literární reminiscence.²⁴

U beletristických útvarů kompozice vychází z více slohových postupů. Uplatňován je slohový postup vyprávěcí, popisný, informační i úvahový. K beletristickým útvarům patří novinářský fejeton, sloupek, črta, medailonek a beletrizovaná reportáž.

Fejeton patří rozsahem mezi kratší útvary, ve kterém se autor vtipně a zajímavě zamýšlí nad aktuálními problémy a otázkami. Jeho cílem je pobavit, rozptýlit, ale i zkritizovat určitý jev. Důležité je autorovo subjektivní hodnocení zvoleného problému. Fejeton využívá mnohoznačnosti jazyka a hry se slovy. Mezi známé autory, kteří fejetony přispívali do novin řadíme například J. Neruda, J. Arbese, K. Čapka, L. Vaculíka nebo M. Kunderu.²⁵

Sloupek je na rozdíl od fejetonu stručnější. V psané publicistice představuje jeden sloupec, v němž se autor zabývá realitou všedního dne. Nad drobnějším aktuálním problémem či děním se zamýšlí často s humorem, vtipem či kritikou.²⁶

Črta je středně dlouhý útvar, který se nachází na pomezí analytického a beletristického útvaru. Obsahuje beletristické prvky, ale především přesná fakta. Zachycuje mezní situaci, do níž se autor dostal.

²² ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 268.

²³ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 250.

²⁴ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 268.

²⁵ Tamtéž. str. 269.

²⁶ Tamtéž. str. 269.

Medailon či **medailonek** zachycuje autorův subjektivní pohled na význačnou či známou osobnost. Zaměřuje se na stručnou biografii, charakteristické vlastnosti osobnosti či její významné počiny nebo dílo. „Obvykle se rovněž píše jako ocenění někoho při životním jubileu a při jiných společenských událostech, při nichž sledujeme též publicitu zveřejňované osobnosti.“²⁷

Beletrizovaná reportáž se od reportáže klasické liší především tím, že se odklání od faktů a záměrně fabuluje.

2.3 Jazykové prostředky v publicistických textech

Výběr jazykových prostředků je spjat se základními funkcemi publicistických textů, tedy i s funkcí persvazivní, získávací a přesvědčovací. Jak již bylo zmíněno, hlavním úkolem žurnalisty je rychle informovat čtenáře o aktuálním dění. K tomu mu napomáhá jistá modelovost vyjádření. „Zdůrazňovaná ustálenost a setrvání na automatizovaných modelech této komunikace by byly vhodné pro plnění informační funkce, nevyhovují však funkci získávací, protože nepodceňuje zájem čtenáře“²⁸ V některých případech tak publicisté automatickou modelovost záměrně porušují užitím nového, stylově aktivního vyjádření.

Pro publicistické texty je typické užití spisovného neutrálního jazyka. Slovní zásoba publicistických textů se neustále rozvíjí v závislosti na aktuálním dění, což dokládá dynamiku, která je pro publicistiku typická. Vedle ustálených výrazů se v publicistických textech mohou objevit také hovorové a knižní výrazy. S cílem zapůsobit na city čtenáře a upoutat jeho pozornost, užívají žurnalisté také expresivní výrazy. Může se jednat o výrazy obecněčeské, nespisovné či vulgarismy. Pro tyto výrazy užívají žurnalisté často uvozovky.

Nestabilní a proměnné výrazy, které tvoří specifickou vrstvu publicistického stylu nazýváme jako publicismy.²⁹

„Mezi dobovými publicismy se mnohdy uplatňují výrazy oborné sféry. Publicisté užívají původního termínu v jiných a zcela nových souvislostech, dochází k desémantizaci v souvislosti s novým obrazným užitím, a tak se význam termínů rozšiřuje.“³⁰

²⁷ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 252.

²⁸ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 249.

²⁹ Tamtéž. str. 250.

³⁰ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 254.

K oživení textu slouží také obrazná pojmenování skutečnosti, netradiční slovní spojení či užití módních slov. K obvyklým aktualizačním prostředkům v publicistických textech řadíme metonymii, metaforu, přirovnání, synekdochu či personifikaci. Pro publicistiku je rovněž typické užití frazémů a idiomů. Může se jednat o frazémy lidové, kolokviální, sportovní či knižní.³¹

2.3.1 Specifické jazykové prostředky syntaktické

Pro texty publicistického stylu jsou typická kratší souvětí, která zajišťují snazší srozumitelnost pro čtenáře a nekomplikují text. Se stejným cílem využívají žurnalisté také kondenzační prostředky textu. Jedním z často užívaných prostředků kondenzace jsou konstrukce s nepůvodními předložkami. „*Mají charakter výrazových prostředků automatizovaných a při stylizaci je jim dávana přednost před možnou variantou jinou.*“³² Jako prostředek kondenzace vyjádření můžeme chápat rovněž shodný atribut implicitní, který představuje implicitnost sdělení. Časté je také užití nepravých vedlejších vět.

V publicistických textech se setkáváme rovněž s žurnalistickou parentezí, která v textu odkazuje na postoj lidí k určitému tématu.³³ V současné psané publicistice nejčastěji parenteze uvozují přímou řeč.

Čtenáře publicistiky zaujmou prostředky, které vytvářejí kontakt s autorem. Tuto funkci v textu mohou plnit například věty tázací, zvolací či práci. Mezi další prostředky plnící stejnou funkci patří užití imperativu, 1. osoby plurálu a oslovení. Setkat se můžeme také s řečnickými otázkami, které jsou často využívány v titulcích článku.³⁴

V publicistických textech nejčastěji pozorujeme výpovědi větné. Výjimkou nejsou ale ani větné ekvivalenty, a typické jsou také nedokončené výpovědi. Pro větší důraz využívají žurnalisté vytčení větného členu. Typické je také hromadění větných členů do řetězce, zejména ve zpravodajství zaměřeném na politiku, kde často dochází k hromadění faktů. Cílem hromadění větných členů je konkrétně popsat a vysvětlit vybranou problematiku. Další rysem publicistických textů je metajazykový charakter vyjádření.

³¹ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4 str. 255.

³² MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 230.

³³ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 258.

³⁴ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 232.

Metajazykem označujeme jazyk, který slouží k popisu a výkladu stavby jazyka jiného. „Označujeme jím také situaci, kdy se autor nevyjadřuje jazykem jen o skutečnosti, ale také jazykem o jazyku (řeči), tedy o tom, jak se říká nebo píše.”³⁵

³⁵ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 235.

3 Metody a cíle práce

Cílem této bakalářské práce je provést analýzu jazykových jevů roviny syntaktické a stylistické, a to na základě kritérií, která blíže charakterizujeme v této kapitole.

Dále se zaměříme na popis regionálního internetového periodika a charakterizujeme jazykový materiál, ze kterého budeme v praktické části práce vycházet.

Analyzované jevy zaznamenejeme v následující kapitole do přehledné tabulky a stručně jednotlivé texty okomentujeme. Z dílčích rozborů následně vyvodíme závěry.

3.1 Analyzované jazykové jevy roviny syntaktické

3.1.1 Spojování vět

Tradiční syntax rozlišuje dva formální typy souvětí: souvětí podřadné (hypotaktické), které obsahuje pouze jednu větu hlavní a neomezený počet vět vedlejších. Dále pak souvětí souřadné (parataktické) obsahující alespoň dvě věty hlavní.

3.1.2 Zmnožení syntaktických pozic

V současných teoretických výkladech jsou rozlišovány dva základní syntaktické vztahy, a to zmnožení a dominace. Tyto vztahy mohou být realizovány mezi větnými členy či větnými celky. Zmnožení je termín, který označuje vícečetné obsazení téže syntaktické pozice. Díky zmnožení vznikají ve větě skladební skupiny obsahující více složek, jedná se o skupiny koordinační a adordinační. Jednotlivé členy koordinační skupiny jsou nejčastěji formálně spojovány paratakticky. Mohou mezi nimi být různé poměry, nejčastěji se jedná o poměr slučovací. Pomocí adordinační skupiny se stejný jev pojmenuje různými výrazy. Větný člen představovaný touto skupinou není několikanásobný, ale komplexní.

3.1.3 Druhy vedlejších vět a nepravá věta vedlejší

Při samotné analýze si budeme všimnout užití vedlejších vět a zaměříme se na to, který druh vedlejší věty v regionální publicistice převažuje. Pro texty publicistického stylu je také charakteristické užití nepravých vedlejších vět. Autoři užívají nepravých vedlejších vět s různou motivací. Některé typy těchto vět mohou být určitým prostředkem aktualizace textu. *„Mají formu vedlejších vět, jsou připojovány vztažnými zájmeny, vztažnými příslovci*

nebo podřadicími spojkami, nevyjadřují však obsah podřízený obsahu své věty řídicí, ale tento obsah pouze doplňují nebo vyjadřují děj následný.”³⁶ Nepravé věty vedlejší dělíme na věty vztažné a spojkové, dále pak podle typů na konfrontační a nekonfrontační.

3.1.4 Větné členy

V analýze se dále zaměříme na větné členy užitý v publicistických textech. Ze základních větných členů budeme věnovat pozornost typům přísudku (predikátů). Dále se zaměříme na přívlastky a příslovečná určení.

3.1.4.1 Typy predikátů

Základním typem přísudku je přísudek slovesný, tedy přísudek obsahující sloveso v určitém tvaru. Ten dále klasifikujeme na predikát slovesný jednoduchý a predikát slovesný složený. „*Skládá se z infinitivu významového slovesa a z určitého tvaru slovesa fázového (začít, přestat, zůstat, arch. jal se zpívat) nebo ze základního slovesa modálního (musit, moci, smět, umět, chtít, mít).*”³⁷

Přísudek slovesně jmenný (verbonominální) se skládá ze dvou složek. Tvoří ho spona, tedy významově prázdné sloveso, které nese predikační, a pokud je to nutné, i kongruenční kategorie. Část jmennou tvoří přísudkové jméno.³⁸

Jako samostatný typ predikátu bývá někdy vymezován predikát souslovný, který je tvořen frazeologickými celky.

3.1.4.2 Přívlastek

V excerpovaném materiálu budeme dále sledovat přívlastky (atributy) a jejich roli v textech regionální publicistiky. Přívlastek přímo rozvíjí syntaktické substantivum v jakékoli větněčlenské platnosti.³⁹ Současná skladba češtiny rozlišuje z hlediska formy přívlastek shodný

³⁶ HUBÁČEK, Josef. *Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). str. 149.

³⁷ GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. *Skladba spisovné češtiny: [vysokošk. učebnice pro stud. filozof. fakult]*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). str. 246.

³⁸ Tamtéž. 248

³⁹ GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. *Skladba spisovné češtiny: [vysokošk. učebnice pro stud. filozof. fakult]*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). str. 260.

(kongruentní) a neshodný (nekongruentní). Shodný přívlastek se se substantivem shoduje v některých gramatických kategoriích, zejména v rodě, čísle a pádě.⁴⁰ Nejčastěji bývá vyjadřován přídavným jménem, ale také zájmenem či číslovkou.

Přívlastek neshodný se se substantivem neshoduje. „*Vázanost na substantivum se projevuje slovosledně, a to těsnou postpozicí za substantivem, k němuž se vztahuje.*”⁴¹ Přívlastek neshodný rozdělujeme na rekční, jehož syntaktická závislost na řídicím jméně je vyjádřena pádem, a dále na přívlastek adjunkční, který je vyjádřen syntaktickým prostředkem slabé závislosti. Členění přívlastku genitivního (adnominálního) se u jednotlivých autorů liší. Nejčastěji však bývá rozdělen na genitiv přívlastňovací, genitiv vlastnosti, genitiv vysvětlovací, genitiv částečný, genitiv cíle a výsledku děje a genitiv stupňovací.⁴² Přívlastek neshodný může být dále vyjádřen vedlejší větou či infinitivem.

Charakteristické pro publicistické texty je užití shodného přívlastku implicitního, který lze chápat jako prostředek kondenzace a představuje implicitnost sdělení. Publicisté mu dávají přednost pro jeho jednoduchost, stručnost a přímost, jelikož musí čtenářům přinést velké množství informací v co nejkratší době.⁴³ Jako příklad přívlastku implicitního můžeme uvést spojení: *tlačítková demokracie* (hlasování v Senátu) nebo *tenisový bronz* (bronzová medaile získaná v tenisu).⁴⁴ S cílem oživit sdělení se žurnalisté snaží tento typ přívlastku aktualizovat. Implicitnost nového spojení je v mnoha případech doprovázena expresivitou a užitím obrazných pojmenování: *Zelená poslankyně* (poslankyně za stranu zelených), *Jablečná lavina z Vysočiny* (velká úroda jablek), *Štěkající výstava* (výstava psů).⁴⁵

⁴⁰ GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. *Skladba češtiny*. Olomouc: Votobia, 1998. Velká řada (Votobia). ISBN 80-7198-281-4. str. 318.

⁴¹ Tamtéž. str. 326.

⁴² GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. *Skladba spisovné češtiny: [vysokošk. učebnice pro stud. filozof. fakult]*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). str. 268.

⁴³ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 257.

⁴⁴ Tamtéž. str. 258.

⁴⁵ Tamtéž.

3.1.4.3 Přísllovečné určení

Při analýze publicistických textů se budeme dále věnovat přísllovečnému určení (adverbiale). Jedná se o výraz, který představuje tvarově neřízené doplnění slovesa či adjektiva v jakékoli větne platnosti.⁴⁶ Přísllovečná určení jsou primárně vyjadřována adverbii, dále pak prostými a předložkovými pády, infinitivem a vedlejší větou. K základním typům přísllovečného určení řadíme určení místní (adverbiale loci), časová (adverbiale temporis), způsobová (adverbiale modi) a příčinná (adverbiale causae). Každý základní typ je možno dále dělit na řadu podtypů. „*Přísllovečné určení místa označuje v širokém smyslu místo, ve vztahu k němuž platí obsah predikátu nebo celé věty.*”⁴⁷ Určení místa lze dále dělit na statické a dynamické. Dále rozlišujeme adverbiale dynamické direktivní (*kam, odkud?*), a dynamické nedirektivní (*kudy?*). Přísllovečné určení času časové úseky či body, které odpovídají na otázky *kdy? odkdy? dokdy? jak dlouho? po jakou dobu? apod.*⁴⁸ U přísllovečného určení času dále rozlišujeme určení temporálně orientující a temporálně limitující. K podtypům přísllovečného určení způsobu řadíme určení vlastního způsobu a určení míry. Dále pak adverbiale nástroje a prostředku, původu, původce děje, průvodních okolností či zřetele. U přísllovečného určení příčiny dále vymezujeme významy vlastní příčiny, účelu, podmínky, a přípustky.

3.1.5 Syntaktické prostředky kondenzace textu

Pro texty publicistického stylu je charakteristické užití kondenzačních prostředků, které zajišťují sevřenou syntaktickou stavbu.⁴⁹ Kondenzace si klade za cíl umístit větší množství informací do rámce jedné věty. K syntaktickým prostředkům kondenzace řadíme zejména polovětné konstrukce a sekundární prepozice. Polovětné konstrukce dále rozdělujeme na konstrukce přívlastkové, přechodníkové a infinitivní. „*Polovětnou konstrukcí přívlastkovou je volný přívlastek bohatě rozvíjený. Jeho základem je přídavné jméno slovesné. Tím mohou být zpřídavnělé přechodníky – častěji přítomné než minulé – nebo zpřídavnělá přičestí.*”⁵⁰

⁴⁶ GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. *Skladba spisovné češtiny: [vysokošk. učebnice pro stud. filozof. fakult]*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). str. 281.

⁴⁷ Tamtéž. str. 284.

⁴⁸ Tamtéž. str. 287.

⁴⁹ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 230.

⁵⁰ HUBÁČEK, (1987) Josef. Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, str. 152.

Přechodníkové konstrukce se v současných publicistických textech objevují velmi zřídka. Mnohem častěji se setkáme s konstrukcí infinitivní. „*Ve stylové oblasti odborné a publicistické je příznakový infinitiv bohatě rozvitý, konkuruje zde podstatnému jménu slovesnému.*”⁵¹

Dalším prostředkem zhušťování textu jsou sekundární (nepůvodní) prepozice, které vznikly odvozením od jiných slovních druhů. Jedná se o prostředky, které se v textu jeví jako automatizované. Autoři jim dávají při stylizaci přednost před jinou variantou, užívají je často i tehdy, kdy je možné v textu užít předložky původní, vlastní. Jedná se o například o spojení *u příležitosti, v rámci, v zájmu* atd.⁵²

3.1.6 Odchytky od pravidelné větné stavby

Tyto odchytky představují určité konstrukční zvláštnosti ve větné stavbě. Současná čeština rozlišuje dva typy odchylek. Prvním typem jsou odchytky motivované, které se odchytkují od pravidelnosti větné stavby s cílem ozvláštnit či zdůraznit text, ale zároveň nijak neporušují normu. Mezi tyto nepravidelnosti řadíme elipsu, apoziopcezi, vsuvku, samostatný větný člen, a to vytčený či připojený apod. Elipsou rozumíme vynechání větného členu, který není autorem považován za nezbytný.⁵³ Charakteristickým jazykovým prostředkem v publicistických textech je vsuvka. Jedná se o výraz (nevětný i větný), který přerušuje souvislé sdělení. Doplňuje jej, hodnotí či zpřesňuje.⁵⁴ K dalším charakteristickým odchylkám patří samostatný větný člen, jehož cílem je zdůraznění daného větného členu. „*Samostatný větný člen je vydělen z věty, stojí před ní (za ní jen zřídka) a ve větě, z níž byl vyčleněn, je nahrazen ukazovacím zájmenem a oddělen od ní dosti nápadnou pauzou.*”⁵⁵ Další skupinu tvoří nemotivované odchytky, které plynou především z neznalosti české skladby. Mezi tyto odchytky řadíme zeugma, anakolut, konataminaci a atrakci.

⁵¹ HUBÁČEK, (1987) Josef. Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy. Praha: Státní pedagogické nakladatelství str. 153.

⁵² MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 230.

⁵³ HUBÁČEK, (1987) Josef. Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, str. 160.

⁵⁴ HUBÁČEK, (1987) Josef. Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, str. 161.

⁵⁵ Tamtéž. str. 162.

3.2 Analyzované jazykové jevy roviny stylistické

Při analýze věnujeme pozornost také některým stylovým prostředkům. Budeme sledovat výskyt frazeologických obrátů, které řadíme k prostředkům automatizovaným. V kontrastu s užitím prostředků automatizovaných se budeme také zabývat prostředky, které prochází stylovou aktivizací a jejich cílem je oživit či ozvláštnit sdělení. Dále si budeme všimnout kontaktních prostředků a specificky žurnalistické parenteze.

3.2.1 Frazeologické obraty

Užití frazémů a idiomů je pro současnou publicistiku příznačné. Mezi tyto ustálené obraty řadíme rčení, úsloví, přísloví či pořekadla, která jsou zejména spjata s obrazným pojmenováním. Jako příklad těchto obrátů můžeme uvést: *být trnem v oku*, *nechat si zadní vrátka* či *házet do jednoho pytle*.⁵⁶ Pro frazeologické obraty je charakteristická ustálenost a neměnnost. Jedná se tedy o prostředky automatizované, které neupoutají pozornost čtenáře. Na druhou stranu přicházejí žurnalisté s inovací frazeologických obrátů. Pro publicistiku je rovněž typické nedokončení frazeologismu.

3.2.2 Aktualizovaná obrazná pojmenování

Obrazná vyjádření metaforické povahy se vedle sdělné funkce snaží upoutat pozornost čtenáře. „Užitím obrazného vyjádření nedochází jen k pouhému konstatování sděleného, ale právě prostřednictvím obrazů jsou odhaleny i projevy kladného nebo záporného vztahu autora k obsahu sdělení a projev nabývá větší působivosti.“⁵⁷ Nová obrazná pojmenování považujeme za základní prostředek stylové aktivizace. Často vznikají z již existujících obrátů. Metaforika obrazných pojmenování v publicistických textech nebývá na rozdíl od uměleckých textů složitá.

⁵⁶ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 254.

⁵⁷ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. str. 251.

3.2.3 Kontaktné prostriedky

K prostriedkum, ktoré zprostriedkovávajú kontakt s adresátom, radíme oslovení, rečnícké otázky, vety tazací, zvolací a práci, imperativy a uplatnení 1. osoby plurálu. Kontaktné prostriedky plní v publicistických textoch persvazívnu funkciu.⁵⁸

3.2.4 Parenthézy špeciálne žurnalistické

Prostřednictvím těchto parenthéz se autor dovolává svědectví jiných a odkazuje na jiný zdroj informací. Parenthézy špeciálne žurnalistické môžeme rozdeliť podľa typů. Některé čtenářům připomínají obecné mínění (*jak se říká, jak je obecně známo*), jiné se dovolávají konkrétního pramene (*jak někdo něco řekl*). V současné publicistice se velmi často sekáváme s parenthézou, která uvozuje přímou řeč („*Nemám s tím nic společného,“ bránil se jednatel obžalované firmy*). Tyto prostředky stylové aktualizace se snaží oživit text. „*Citace nebo připomenutí názorů, myšlenek a postojů jiných má platnost argumentu a zesiluje také hodnověrnost textu.*“⁵⁹

3.3 Charakteristika vybraného regionálního periodika

V praktické části bakalářské práce se budeme věnovat rozboru jazykového materiálu z internetového periodika *plzen.cz*. Tento zpravodajský portál byl spuštěn v roce 2008. Ačkoli je pojmenován po západočeské metropoli, čtenářům přináší aktuální zprávy z celého Plzeňského kraje. V průměru zde vychází deset článků denně. Zabývají se aktuálními tématy a událostmi v našem regionu. Internetové periodikum přináší čtenářům zprávy ze světa politiky, sportu i kultury.

Dominují zde útvary zpravodajského publicistického stylu, méně charakteristické jsou pro tento zpravodajský portál útvary analytické a beletristické, ale i těm budeme v následující kapitole věnovat pozornost. Periodikum je přehledně rozděleno do rubrik, a to podle textů, které nabízí.

⁵⁸ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4. str. 232.

⁵⁹ Tamtéž. str. 225.

3.4 Charakteristika výchozího jazykového materiálu

V následující praktické části budeme analyzovat vybrané publicistické texty z výše uvedeného regionálního internetového periodika. Jazykové jevy z roviny syntaktické a stylistické budeme analyzovat v celkem patnácti publicistických textech. Pozornost bude věnována textům, které zde vycházely v posledních dvou letech. U každého textu uvádíme jméno autora a datum, kdy text vyšel. Samotnou analýzu provedeme na základě výše uvedených kritérií.

4 Vlastní analýza

4.1 Tabulka analyzovaných jevů

Článek	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
Věta jednoduchá	9	9	8	10	7	9	13	8	5	5	10	5	10	11	15
Souvětí souřadné	5	5	5	7	4	4	2	8	1	-	9	12	3	6	6
Souvětí podřadné	4	4	3	5	3	7	9	2	4	5	5	-	3	11	6
Koordinace	5	1	3	1	-	4	1	1	-	1	2	1	1	1	1
Apozice	1	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
VV podmětňá	-	1	-	-	-	-	3	-	-	-	1	-	-	2	3
VV předmětňá	2	1	3	-	-	3	4	1	-	4	-	-	1	3	1
VV přísudková	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VV přívlastková	2	4	7	6	3	9	4	-	3	2	5	1	3	7	7
VV doplňková	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VV příslovečná příčinná	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
VV příslovečná účelová	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-	3	-	-	-	-
VV příslovečná podmínková	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2	-
VV příslovečná přípustková	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
VV příslovečná časová	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VV příslovečná způsobová	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2
VV příslovečná měrová	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VV příslovečná zřetelová	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VV příslovečná místní	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VV příslovečná průvodních okolností	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VV nepravá	3	1	-	-	2	-	2	1	1	-	3	-	-	-	1
Predikát slovesný jednoduchý	20	30	21	32	20	29	31	23	14	12	32	32	21	14	35
Predikát slovesný složený	4	1	4	3	1	5	1	-	1	3	4	-	1	13	5
Predikát slovesně jmenný	9	8	12	13	3	3	16	8	3	4	13	3	6	17	20
Predikát souslovný	-	-	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	-	1	1
Přívlastek shodný	49	23	47	32	18	26	29	19	28	13	34	19	11	34	30
Přívlastek neshodný	18	33	24	13	16	21	25	8	18	17	16	12	8	28	8
Přívlastek implicitní	-	1	-	-	3	-	4	2	1	-	5	1	-	1	-
Příslovečné určení místa	13	8	9	9	3	8	8	6	7	5	15	8	8	4	17
Příslovečné určení času	9	19	3	9	8	13	9	16	2	6	13	18	10	13	4
Příslovečné určení způsobu	16	11	6	9	11	8	10	14	1	6	10	19	10	13	13
Příslovečné určení příčiny	-	2	1	1	-	1	1	-	1	2	-	-	1	1	1
Nepůvodní předložky	5	-	3	2	-	3	3	1	4	2	4	-	2	1	3
Kondenzační prostředky	11	3	3	-	4	4	1	2	4	1	5	-	1	10	5
Motivované odchylky	4	4	2	3	4	4	2	7	1	3	4	2	1	4	3
Frazeologické obraty	1	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	2	1
Aktualizovaná obrazná pojmenování	-	-	-	-	4	-	3	4	-	1	2	-	-	6	1
Parenthese specificky žurnalistické	1	3	2	5	-	5	5	-	2	4	4	-	3	-	5
Kontaktové prostředky	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-

4.1.1 článek č. 1: Pouliční umělci zaplaví centrum Plzně⁶⁰

Autor: Michaela Adámková

3. července 2020

V článku, který informuje čtenáře o blížícím se festivalu, mírně převažuje věta jednoduchá nad souvětími. V několika případech se v textu objevuje nepravá vedlejší věta (*Další kapelou jsou v Plzni už velice známí Yedhaki:Nautika, kteří nyní hrají i s bubeníkem...*).

Charakteristická pro tento text je převaha přívlastků shodných, které korespondují s tématem článku (*multižánrový program, umělecké vystupování, pouliční vystoupení*).

Dále pozorujeme jednoznačnou převahu predikátu slovesného jednoduchého (*festival se odehraje, v rámci programu se představí, centrum zaplaví desítky umělců*) nad ostatními typy přísudků.

Z příslovečného určení je v textu nejčastěji zastoupeno příslovečné určení způsobu (*doporučujeme přispět dobrovolně, v Plzni velice známí*). Dále pak příslovečné určení místa (*v centru města, v Plzni, do klobouku*).

V několika případech je v textu užitá nevlastní předložka (*podle nás, vzhledem k nejistotě, díky odvážné dramaturgii, v rámci programu*). Autor užívá i dalších prostředků, které kondenzují sdělní (*kapela Radosta hrající sklady, několik zón určených pro zapojení návštěvníků*).

V textu je několikrát užit významový vztah koordinace (*Zde se postaví velké pódium, infostan, prodejní stánky...*).

V jednom případě je v článku užitá parenteze, která uvozuje přímou řeč hlavního dramaturga festivalu (*„Na celý festival je vstup sice zdarma, ale doporučujeme návštěvníkům přispět do klobouku či jakékoliv nádoby dobrovolně...“* dodává Jan Šinko, hlavní dramaturg festivalu).

S cílem oživit sdělení autor užívá obrazných pojmenování (*Zóna festivalu vyroste, show plná pozitivních vibrací, vystoupení slibuje zběsilou párty, umělci zaplaví centrum Plzně, kulturní scéna dostala opravdu tvrdou ránu*). Jedná se ovšem o obrazná vyjádření, se kterými se v publicistických textech setkáváme poměrně často, nikoli o ta, která procházejí procesem stylové aktivizace. V textu postrádáme prostředky, které zprostředkovávají kontakt s adresátem.

⁶⁰ ADÁMKOVÁ, Michaela. Pouliční umělci zaplaví centrum Plzně. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/poulicni-umelci-zaplavi-centrum-plzne>

4.1.2 článek č. 2: Vzpomínáte na legendární portu? Plzeň si připomene její slavná léta⁶¹

Autor: Jiří Vízner

30. června 2021

Ani v tomto článku nechybí parenthese, které uvozují přímou řeč účastníků oblíbeného festivalu. U těchto typů parentezí sledujeme několik zajímavých obrazných pojmenování a slovních obrátů (*Kdo tenkrát měl na bundě americkou vlajku, byl prostě frajer, Město mělo pořád ten cejch lži*). V textu pozorujeme rovněž parenthese, které se dovolávají svědectví konkrétního pramene (*jak zavzpomínal v Plzeňském deníku roku 2016 jeden z diváků*). Obrazná pojmenování užívá i autor článku (*Plzeň si připomene, Porta se stala ostrůvkem svobodného myšlení, režim podporoval Portu*). Nejedná se ovšem o pojmenování, která by procházela výrazným procesem stylové aktivizace.

Prostředek signalizující kontakt s adresátem nacházíme hned v titulku článku (*Vzpomínáte na legendární Portu?*).

V textu převažují věty jednoduché. Dále pak sledujeme značnou převahu predikátu slovesného jednoduchého (*počet návštěvníků se zvyšoval, 30. července zahraje folkové studio, Porta vyvrcholila v roce 1989*). Naopak predikát slovesný složený je v textu zastoupen pouze jedenkrát, predikát souslovný chybí v textu úplně.

Z vedlejších vět v článku nacházíme vedlejší větu předmětnou, podmětnou, nepravou a přívlastkovou, která je zde zastoupena v nejvyšším počtu.

Přívlastky neshodné v textu převažují nad přívlastky shodnými, i přesto některé shodné přívlastky stojí za zmínku (*nechtěné písničky, legendární Porta, slavná léta*).

Z příslovečného určení je v textu nejčastěji zastoupeno příslovečné určení času, jelikož je v článku několik časových údajů (*v roce 1989, za čtyři dny, o dva roky později*). Autor dále užívá prostředků, které kondenzují sdělení (*připravili výstavu nazvanou, výstavu připomínající plzeňský fenomén*).

⁶¹ VÍZNER, Jiří. Vzpomínáte na legendární Portu? Plzeň si připomene její slavná léta. *Plzen.cz*[online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/vzpominate-na-legendarni-portu>

4.1.3 článek č. 3: Deset objektů v Plzni ozdobí výtvoři umělců⁶²

Autor: Marie Osvaldová

11. srpna 2020

Článek informuje čtenáře o připravovaném street art festivalu. Vzhledem k tématu nás na první pohled zaujme celá řada cizích a přejatých slov (*street art, writers, graffiti, mural, DJs, graffiti jam, sprejerský workshop*).

V textu sledujeme mírou převahu vět jednoduchých nad souvětími. Dále pak jednoznačnou převahu predikátu jednoduchého (*směřujeme k oživení, festival zakončí vernisáž*). Predikát souslovný v textu chybí.

Z vedlejších vět v článku dominuje vedlejší věta přívlastková (*Tváří projektu se stal český autor Michal Škapa aka Tron, který je jedním z nejvýznamnějších autorů české graffiti scény*).

V textu jsou hojně zastoupeny přívlastky shodné a přívlastky shodné postupně rozvíjející, které v mnoha případech upoutají čtenářovu pozornost (*obrovské malby, všudypřítomný reklamní balast, svobodné umělecké vyjádření*).

Autor užívá v textu rovněž prostředků, které kondenzují sdělení (*rozhodli jsme se využít, výstava zmiňovaných umělců*). Z příslovečného určení mírně převažuje příslovečné určení místa (*na letišti, v Plzni*).

Parenthese v článku uvozují přímou řeč organizátorů festivalu (*...rozhodli jsme se využít maximum ploch tak, aby se rozproudila nějaká debata, " uvedl programový ředitel DEPO 2015 Jiří Štěpán.*).

V několika případech se v textu setkáme se vztahem koordinace (*Zed' garáže, bok panelového domu, skladový prostor nebo pilíř mostu ozdobí díla street art festivalu*).

Naopak text není bohatý na užití obrazných pojmenování či frazeologických obrátů.

⁶² OSVALDOVÁ, Marie. Deset objektů v Plzni období výtvoři umělců. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/deset-objektu-v-plzni-ozdobi-vytvory-umelcu>

4.1.4 článek č. 4: Pokračování Princezny zakleté v čase se začalo natáčet na Gutštejně⁶³

Autor: Martina Němcová

17. března 2022

V článku sledujeme převahu predikátu slovesného jednoduchého nad ostatními typy přísudků (*filmaři plánují, šli jsme jinou cestou, hrdinka přichází na místo*).

Nad souvětím souřadným zde mírně převládají věty jednoduché. Z vedlejších vět je v textu nejčastěji zastoupena vedlejší věta přívlastková (*Gutštejn ale není jediným místem v regionu, kam se filmaři při natáčení této pohádky podívají*).

Parenthese specificky žurnalistické v článku uvozují přímou řeč producenta filmu, ale i herců, které v připravované pohádce uvidíme (*“Šlo o jízdu na koni, měli jsme kaskadérské zkoušky nebo čarování run,” popsala herečka Eliška Křenková*).

Dále pozorujeme časté užití shodných přívlastků, které odrážejí téma článku (*dokumentární film, hlavní role, samotný začátek pohádky, obrovský příběh, neohrožený čarodějjobijec*).

Setkáváme se i s nepůvodními předločkami (*mimo jiné, podle plánu*). Naopak sledujeme absenci kontaktovaných prostředků, frazeologických obrátů a autor nepracuje ani s aktualizovanými obraznými vyjádřeními, která by text oživila.

4.1.5 článek č. 5: Vítězná derniéra čerstvých mistrů. Beaguel uzavřel sezonu jako král střelců⁶⁴

Autor: Marie Osvaldová

15. května 2022

Článek, který popisuje poslední zápas plzeňského fotbalového týmu, je bohatý na užití obrazných pojmenování (*tribuny obíhala mexická vlna, k hlavičce se prodrál Beauguel, dal o sobě vědět, král střelců*). V textu jsou užitě i zajímavé shodné přívlastky (*polovysoká střela, bezstarostný fotbal, vítězná derniéra*).

⁶³ NĚMCOVÁ, Martina. Pokračování Princezny zakleté v čase se začalo natáčet na Gutštejně. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/pokracovani-princezny-zaklete-v-case-se-zacalo-natacet-na-gutstejne>

⁶⁴ OSVALDOVÁ, Marie. Vítězná derniéra čerstvých mistrů. Beaguel uzavřel sezonu jako král střelců. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/vitezne-derniera-cerstvych-mistru-beaguel-uzavrel-sezonu-jako-kral-strelcu>

Predikát slovesný jednoduchý jednoznačně převažuje nad ostatními typy predikátů. Jednoduchý predikát ve většině případech odráží téma článku (*vstřelil, zakončil, minul, zamířil*). V textu se objevují i prostředky kondenzace textu (*střídající Chory, tísněný Beauguel*).

V textu je nejvíce zastoupena věta jednoduchá. Z vět vedlejších pak převažuje vedlejší věta přívlastková, která čtenářům více přibližuje dění na stadionu.

V textu naopak schází kontaktní prostředky či frazeologické obraty. Nesetkáváme se ani s žurnalistickou parentézí. Autor článku záměrně opakovaně vypouští slovo zápas či utkání (*Ve 38. minutě gólman Budínský..., Už ve čtvrté minutě o sobě dal vědět...*), jelikož není jeho užití díky kontextu nutné.

4.1.6 článek č. 6: Plzeňská katedrála se po velké rekonstrukci opět otevře návštěvníkům⁶⁵

Autor: Michaela Adámková

12. května 2021

V článku nás na první pohled zaujme značná převaha predikátu jednoduchého nad ostatními typy přísudků. Dále pak v textu mírně převažuje věta jednoduchá nad souvětími.

Z vedlejších vět sledujeme zastoupení vedlejší věty přívlastkové, která se v textu objevuje opakovaně (*Ve čtvrtek budou volné prohlídky, které chce církev nabídnout i zdravotníkům, hasičům, policistům, kteří nesli tíhu boje s koronavirovou pandemií*), dále vedlejší věty předmětné. Vedlejší věty příslovečné v textu chybí úplně.

Přívlastek shodný v textu převažuje pouze mírně nad přívlastkem neshodným (*slavnostní koncert, restaurátorské ateliéry, čtyřdenní program, koronavirová pandemie*).

Z příslovečného určení je v článku nejčastěji zastoupeno příslovečné určení času (*v neděli oslavy vyvrcholí, otevření katedrály začne 2. června výstavou, večer filharmonie uvede slavnostní koncert*). Příslovečné určení místa a způsobu je zde zastoupeno ve stejném počtu.

Pozornosti čtenáře neuniknou parenteze uvozující přímou řeč biskupa Tomáše Holuba, který přibližuje podrobnosti o slavnostním otevření plzeňské katedrály (*"Jedná se o zcela historickou a jedinečnou událost," prohlásil biskup Tomáš Holub, "Mši bude sloužit biskup Václav Malý..., " řekl Holub*). Jsou zde zastoupeny i parenteze, které se dovolávají svědectví

⁶⁵ ADÁMKOVÁ, Michaela. Plzeňská katedrála se po velké rekonstrukci opět otevře návštěvníkům. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/plzenska-katedrala-se-po-velke-rekonstrukci-opet-otevre-navstevnikum>

konkrétního pramene (*oprava obnášela podle architekta Jana Soukupa stavební i restaurátorské práce*).

V několika případech se setkáme i s nepůvodní předloškou (*podle, kromě*). S přihlédnutím k tématu článku, není text příliš bohatý na obrazná pojmenování, frazeologické obraty či kontaktné prostředky.

4.1.7 článek č. 7: Piráti poslali ODS do opozice, koalici upekli s ANO⁶⁶

Autor: Jakub Horyna

14. února 2022

Tento článek, jak už název napovídá, se věnuje politickému dění na krajské úrovni. Tomu odpovídá výběr jazykových prostředků autora. Sledujeme vysokou frekvenci užití slov typických pro články zaměřené na politiku (*opozice, koalice, zastupitelstvo či hnutí*). V textu jsou nápadné rovněž zkratky označující název politické strany či hnutí (*ODS, STAN*) i další názvy politických stran (*Piráti, TOP09, hnutí ANO*).

Pozorujeme také, že autor užívá aktualizovaná obrazná vyjádření, která text ožíví (*Piráti upekli koalici s ANO, koalice je zbořena*). Nalezneme i frazeologický obrat automatizovaný (*přilít olej do ohně*).

V textu převažují věty jednoduché, které zajišťují lepší srozumitelnost pro čtenáře, kteří nemusí být se současnou politickou situací obeznámeni.

Sledujeme převahu přísudku slovesného jednoduchého nad ostatními typy predikátů (*odešla z funkce, většina podpořila návrh, poslali do opozice*). V několika případech je v textu užit predikát souslovný (*Nechal se slyšet*).

V textu se setkáváme s přívlastkem implicitním, který je v textu užit ihned několikrát (*politický převrat, režírovaný převrat, koaliční potenciál*).

Autor užívá parentezí, ve kterých uvozuje přímou řeč přítomných politiků (*„Nejsme přesvědčení o funkčnosti vedení Plzeňského kraje....“ reagoval Vanka, ...myslím si, že jsme v době covidové obstáli velmi dobře,“ uvedla Mauritzová a poděkovala za uplynulou spolupráci.*) V několika případech se autor snaží parentezi ozvláštnit (*Je to zbabělost..., “vmetl ministr kultury a krajský zastupitel Martin Baxa z ODS směrem k Petru Vankovi., ...jste to vy, kdo ztratil koaliční potenciál,“ nechal se slyšet krajský šéf ANO Roman Zarzycký.*)

⁶⁶ HORYNA, Jakub. Piráti poslali ODS do opozice, koalici upekli s Ano [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/pirati-poslali-ods-do-opozice-koalici-upekli-s-ano>

4.1.8 Článek č. 8: Viktorka nedala Jablonci šanci. Debakl řídil dvougólový Kopic⁶⁷

Autor: Marie Osvaldová

24. října 2021

Článek informuje čtenáře o vítězném fotbalovém utkání plzeňského týmu. To se odráží i ve výběru jazykových prostředků. V textu sledujeme časté užití obrazných pojmenování (*Viktorka nedala Jablonci šanci, Ve druhé půli hrála Plzeň přesně to, co potřebovala, Jablonec nevěděl kudy kam, Debakl řídil Kopic*). Článek oživí také některé shodné přívlastky (*dvougólový Kopic, suverénní výkon, penaltový puntík*).

Z predikátů je zde nejčastěji zastoupen predikát slovesný jednoduchý. I ten odráží téma článku (*trefil, výkon korunovali svými góly znovu Kopic, Mosquera a Šulc, Mosquera našel centrem nekrytého Jana Kopice, Plzeň udeřila, protiútok klapl na výbornou, Sýkora narýsoval přihrávku*).

Na první pohled čtenáře zaujmou také jména fotbalistů, která se v textu několikrát opakují (*Kopic, Mosquera, Šulc, Holík, Řezník, Hanuš, Beauguel*). V textu jsou dále nápadná slova právě z fotbalové branže (*brejk, debakl, centr, břevno, vápno, hlavička*).

Pozorujeme, že je v článku zastoupen stejný počet vět jednoduchých jako souvětí souřadného. Se souvětím podřadným se setkáme pouze ve dvou případech.

V textu převládá příslovečné určení času, jelikož autor opakovaně uvádí časové údaje, díky kterým se čtenář dozví, co se v daném čase na stadionu událo (*v první půli, ve druhém poločase, o tři minuty později*).

⁶⁷ OSVALDOVÁ, Marie. Viktorka nedala Jablonci šanci. Debakl řídil dvougólový Kopic. *Plzen.cz*[online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/viktorka-nedala-jablonci-sanci-debakl-ridil-dvougolovy-kopic>

4.1.9 Článek č. 9: Erbovní zvíře plzeňské zoo se dočká lepšího bydlení⁶⁸

Autor: Marie Osvaldová

25. ledna 2022

V článku informujícím čtenáře o nové expozici pro plameňáky jednoznačně převažuje predikát jednoduchý nad ostatními typy přísudků. Jeho užití odpovídá tématu sdělení (*chov plameňáků započal, zahrada se bude věnovat, vyhlídka umožní nerušené pozorování, expozice bude navozovat atmosféru močálu*).

V textu je nejčastěji zastoupena věta jednoduchá, dále pak souvětí podřadné. Se souvětím souřadným se zde sekáme pouze v jednom případě. Z vedlejších vět je v textu užitá vedlejší věta přívlastková, účelová a nepravá. Za zmínku stojí také některé shodné přívlastky, které autor užívá (*erbovní zvíře zoo, nezasíťovaná expozice*).

Z příslovečného určení jednoznačně převažuje příslovečné určení místa (*v zoo, na ostrově, v bahně, v rezervaci*).

Také v tomto článku autor pracuje ve dvou případech s parentezí, která uvozuje přímou řeč vedoucího botanického oddělení plzeňské zoo (*„Pozorovatelná umožní zabudování informačních a naučných prvků věnovaných fauně a floře souostroví, včetně její ochrany,“* dodal Peš).

V textu jsou hned v několika případech užity prostředky kondenzace (*prvků věnovaných fauně, okolí bude osázeno rostlinami domácími na Baleárách, vyhlídka ve stylu pozorovatelů běžných v místní rezervaci*). V článku naopak postrádáme aktualizovaná obrazná pojmenování, kontaktní prostředky i frazeologické obraty.

⁶⁸ OSVALDOVÁ, Marie. Erbovní zvíře plzeňské zoo se dočká lepšího bydlení. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/erbovni-zvire-plzenske-zoo-se-docka-lepsiho-bydleni>

4.1.10 Článek č. 10: Koronavirus má další oběť. Letošní ročník Světa knihy v Plzni nebude⁶⁹

Autor: Jiří Vízner

21. září 2020

V textu sledujeme stejný počet vět jednoduchých jako souvětí podřadného. Z vedlejších vět nad ostatními převažuje vedlejší věta předmětná (*Ředitel akce Radovan Auer připustil, že nejde o zrovna růžovou situaci*).

Dále v textu sledujeme převahu predikátu jednoduchého (*ocitli jsme se, akci jsme připravovali*). Predikát souslovný se v textu objevuje pouze jedenkrát (*termíny zůstávají v platnosti*).

Zajímavé je, že v textu mírně převládají přívlastky neshodné (*hrozba omezení, obavy návštěvníků, termíny přehlídky*).

Príslovečné určení času a způsobu je v textu zastoupeno ve stejném počtu (*o víkend, dnes, obezřetněji*).

V článku pozorujeme parenteze specificky žurnalistické. V jednom případě se jedná o parentezi, která uvozuje přímou řeč pořadatele akce (*...nečekali, že situace bude tak dramatická, že to budeme muset odpískat na poslední chvíli, " uvedl.*). Dále jsou zde zastoupeny i parenteze dovolávající se svědectví jiného pramene (*ředitel připustil, podle Deníku N*).

Obrazné pojmenování, které informuje o zrušení akce Svět knihy, nacházíme hned v titulku článku (*Koronavirus má další oběť*). Dále se ale s obrazným pojmenováním, které by procházelo procesem aktualizace, nesetkáme. Stejně tak v textu postrádáme prostředky kontaktné či frazeologické obraty.

⁶⁹VÍZNER, Jiří. Koronavirus má další oběť. Letošní ročník Světa knihy v Plzni nebude. *Plzen.cz*[online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/koronavirus-ma-dalsi-obet-letosni-rocnik-sveta-knihy-v-plzni-nejde>

4.1.11 článek č. 11: Léto ve znamení filmů. Chystá se promítání na náplavce i hradech a zámcích⁷⁰

Autor: Jiří Vízner

29. července 2021

V článku, který informuje čtenáře o chystaném promítání filmů, značně převažují přísudky slovesné jednoduché (*filmové novinky oživí zámek Kozel, rozhodli jsme se hned, filmové hrady vznikly v minulém roce*).

V textu pozorujeme několik zajímavých shodných přívlastků (*prázdninová předehra, filmové hrady a zámky, kultovní pomáda, čerstvé filmové novinky*).

Autor užívá prostředky, které slouží ke kondenzaci sdělení (*filmy natáčené, jmenovaná projekce*) i nepůvodní předložky (*dle organizátorů, podle románu, včetně hudebního doprovodu*).

Autor rovněž pracuje s parentezemi, které v textu uvozují přímou řeč organizátorů akce (*"Bylo jasnou volbou, že uděláme i druhý ročník..."*, uvedl výkonný ředitel Finále Plzeň Petr Veruněk). V textu naopak nepozorujeme přílišné užití obrazných pojmenování či frazeologických obrátů.

V několika případech se zde objevuje nepravá věta vedlejší, která je pro publicistické texty typická (*Pro děti je tam připraven rodinný film Mazel a tajemství lesa, který se bude promítat na Bolfánku*). Dále je v textu opakovaně zastoupena vedlejší věta přívlastková.

Nad příslovečným určením způsobu a času mírně převažuje příslovečné určení místa (*v Prádle u Nepomuka, na náplavce, nedaleko míst*). V textu sledujeme časté opakování slov, které souvisí s tématem článku (*kinematografie, projekce, premiéra, film*).

⁷⁰ VÍZNER, Jiří. Léto ve znamení filmů. Chystá se promítání na náplavce i na hradech a zámcích. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/leto-ve-znameni-filmu-chystaji-se-filmove-vecery-na-naplavce-i-hradech-a-zamcich>

4.1.12 Článek č. 12: Šok na Letné, Plzeň v nastavení přišla o výhru⁷¹

Autor: Marie Osvaldová

13. února 2022

V textu sledujeme převahu souvětí souřadného, což je vzhledem k ostatním doposud analyzovaným článkům neobvyklé. Naopak souvětí podřadné neobjevujeme ani v jednom případě. Stejně tak v textu nenajdeme zastoupení predikátu slovesného složeného. Predikát verbonominální je zde užit rovněž v zanedbatelném počtu. Predikát slovesný jednoduchý se v textu objevuje více než třicetkrát a odráží sportovní téma článku (*Letenští snížili, špatně vyřešil situaci, Viktorka navýšila vedení, fotbalisté remizovali ve šlágru, Bucha se prodral přes střed, Hložek šokoval vyrovnáním*). Mírně rovněž v textu převažuje shodný přívlastek (*jednogólový náskok, vážnější akce, spartánský brankář*).

O upoutání pozornosti čtenáře se snaží obrazná pojmenování, která se v textu vyskytují opakovaně (*rysovalo se drama, se střelou neměl gólman problém, drželi míč na svých kopačkách, Plzeň přišla o výhru*). Nejedná se ovšem o prostředky, které by byly v textech sportovní publicistiky ojedinělé či aktualizované.

Příslopečné určení času a způsobu je v textu zastoupeno v podobné míře, přičemž příslopečné určení času čtenáři blíže přibližuje čas, ve kterém na hřišti docházelo k různým situacím (*v závěru zápasu, v závěru poločasu, v první minutě nastavení*). I příslopečné určení způsobu blíže popisuje jednotlivé události (*odcentroval přesně na Pavelku, Čermák rozehráł roh nakrátko*).

V textu postrádáme frazeologické obraty, kontaktné prostředky a zastoupen zde není ani žádný typ parenteze specificky žurnalistické.

⁷¹ OSVALDOVÁ, Marie. Šok na Letné, Plzeň v nastavení přišla o výhru. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/sok-na-letne-plzen-v-nastaveni-prisla-o-vyhru>

4.1.13 Článek č. 13: Ikonická chaloupka na pilíři půjde k zemi⁷²

Autor: Martina Němcová

29. dubna 2022

U tohoto článku sledujeme značnou převahu vět jednoduchých nad souvětími. Nejčastěji je v textu zastoupen predikát slovesný jednoduchý (*mířily k ní davy, most sloužil pro obsluhu, chata půjde k zemi*). S predikátem souslovným se naopak nesetkáme vůbec.

Z vedlejších vět v textu nacházíme nejčastěji vedlejší větu přívlastkovou (*Sloužil pro obsluhu vlečky, která vedla do sousední obce...*). Vedlejší věty příslovečné nemají v textu zastoupení.

Příslovečné určení času a způsobu je v článku zastoupeno ve stejném počtu. Za zmínku stojí některé shodné přívlastky, které v textu nalézáme (*ikonická chaloupka, dřevěné dílo, covidová doba*) Parenthese v textu uvozují přímou řeč místostarosty Chotěšova (*...Proběhlo územní řízení, kdy byla schválena stavba lávky," potvrdil už v minulém roce místostarosta Chotěšova Pavel Malina*) a dalších respondentů (*...Je to strašně krásné, chodím sem velmi často s pejskem," uvedla například jedna z námi oslovených žen*).

Dále v textu nalézáme několik obrazných pojmenování (*na zbylém pilíři vyrostla chaloupka, je suchou nohou nepřístupná, chaloupka začala lákat turisty, zpráva rozdělila lidi do dvou táborů*).

Také v tomto článku nalézáme prepozice sekundární (*díky nadšencům, kvůli popularitě*). V textu naopak chybí kontaktní prostředky i frazeologické obraty.

⁷² NĚMCOVÁ, Martina. Ikonická chaloupka na pilíři půjde k zemi!. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/ikonicka-chaloupka-na-piliri-pujde-k-zemi>

4.1.14 Článek č. 14: Radek Novák: S dietou musí vláda začít sama u sebe⁷³

Autor: Radek Novák

12. ledna 2022

Na rozdíl od ostatních článků vykazuje tento text ve větší míře prvky analytického stylu. Jedná se o osobní názor Radka Nováka na politickou situaci v České republice. Tématu odpovídá výběr jazykových prostředků i početné zastoupení výrazů typických pro články zaměřené na politiku (*minimum byrokracie, veřejná správa, úřednický aparát, počet náměstků, koaliční partneři*).

Text je velmi bohatý na užití obrazných pojmenování (*to nejsou informace z klobouku, ekonomický růst vláda doslova projedla, krize často znamená příležitost, s dietou musí vláda začít u sebe, znamenalo by to další rozevírání nůžek*).

Věta jednoduchá je v textu zastoupena ve stejném počtu jako souvětí podřadné. Z přísudků se zde vyskytuje nejvíce predikát verbonominální (*priority jsou odlišné, deset náměstků je příliš*). Na rozdíl od ostatních analyzovaných textů je zde ve větší míře zastoupen predikát slovesný složený (*nesmí zůstat jen u toho, nesmí ustoupit partnerům, pokud chci prosazovat myšlenku*).

Z vedlejších vět najdeme v textu zastoupení vedlejší věty předmětné, podmětné, příslovečné podmínkové a příslovečné přípustkové. V největším počtu je v textu zastoupena vedlejší věta přívlastková (*Cílem středopravicové vlády, která je nyní u moci...*).

Dále nacházíme prostředky, které kondenzují sdělení (*počty placených náměstků, rostoucí počty náměstků, kabinet neměl příležitost přesvědčit nás*).

V textu mírně převládá přívlastek shodný, který ve většině případech odráží téma článku (*přebujelý státní aparát, ekonomická témata, štihlý stát, současná vláda*).

Z příslovečného určení je v textu zastoupeno ve stejném počtu příslovečné určení času a způsobu. Nalzáme také prostředek signalizující kontakt s adresátem ve formě tázací věty (*Kdy jindy bychom si měli utáhnout opasky?*).

⁷³ NOVÁK, Radek. Radek Novák: S dietou musí vláda začít sama u sebe. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/radek-novak-s-dietou-musi-vlada-zacit-sama-u-sebe>

4.1.15 Článek č. 15: Jan Svěrák natáčel v Plzni Betlémské světlo. Kotek skončil za mřížemi⁷⁴

Autor: Jakub Horyna

2. května 2021

V článku nás hned zaujme větší frekvence vedlejších vět než v doposud analyzovaných článcích. Nejčastěji je v textu zastoupena vedlejší věta přívlastková. I přesto nalézáme více vět jednoduchých, než souvětí. Souvětí souřadné a podřadné je v textu zastoupeno ve stejném počtu.

Dále pozorujeme značnou převahu predikátu slovesného jednoduchého (*v hlavní roli se objeví, filmaři si zvolili, film vzniká*). V hojném počtu je v textu zastoupen i predikát verbonominální (*energie je zvláštní, příběhy jsou krátké*).

Z příslovečného určení sledujeme převahu příslovečného určení místa (*dostat se do věznice je složité, scény vznikaly ve věznici*).

Přívlastky shodné v mnoha případech odrážejí téma článku (*filmový scénář, herecké osobnosti, hlavní role, hezké nabídky*). Autor dále využívá prostředky, které kondenzují sdělení (*projíždějící tramvaje, z vyjmenovaných herců*) a nepůvodní předložky (*kromě režisérova otce, podle knižních titulů*).

Článek není příliš bohatý na výskyt obrazných pojmenování. Díky titulku článku si ale autor získá pozornost čtenáře (*Kotek skončil za mřížemi*).

Autor opět pracuje s parentezemi, které uvozují přímou řeč přítomných. (*...Je štěstí, že mi chodí samé hezké nabídky,*“ řekl Kotek).

⁷⁴ HORYNA, Jakub. Jan Svěrák natáčel v Plzni Betlémské světlo. Kotek končil za mřížemi. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/jan-sverak-natacel-v-plzni-betlemske-svetlo-kotek-skoncil-za-mrizemi>

5 Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo provést syntakticko-stylistickou analýzu publicistických textů vybraného regionálního periodika. V excerpovaném materiálu jsme se zaměřili na jazykové prostředky, které uvádí odborná literatura jako specifické pro publicistický styl, ale pozornost jsme věnovali také dalším jevům ze syntaktické roviny.

Kritéria, na jejichž základě byla provedena vlastní analýza, jsme si stanovili v kapitole Metody a cíle práce. Z prostředků, které jsou pro publicistiku typické, jsme se v člancích regionálního periodika zaměřili na přítomnost nepravých vět vedlejších, syntaktických prostředků kondenzace textu, implicitních přívlastků, frazeologických obrátů, kontaktních prostředků, parentezí specificky žurnalistických a obrazným pojmenování, která procházejí stylovou aktivizací. Dále jsme v jazykovém materiálu věnovali pozornost typům souvětí, zmnožení syntaktických pozic, druhům vedlejších vět, typům predikátu, přívlastkům, příslovečnému určení a motivovaným odchylkám od větné stavby. Pro rozbor jsme zvolili celkem patnáct publicistických textů zaměřených především na kulturní dění v kraji, ale také několik článků se sportovní a politickou tematikou. Texty jsme čerpali z internetového periodika *plzen.cz*.

Můžeme konstatovat, že ve většině textů podrobených analýze převažovaly věty jednoduché nad souvětím. Tento fakt koresponduje s tvrzením odborné literatury, že publicisté využívají jednodušší konstrukce, aby bylo sdělení pro adresáty jasné a srozumitelné.

Ve všech analyzovaných textech až na jeden případ sledujeme výskyt vedlejší věty přívlastkové. Ta je většinou v textu zastoupena opakovaně. Nejčastěji bývá uvozoována vztažnými zájmeny a vztažnými příslovci. V textech lze dále pozorovat častý výskyt vedlejší věty předmětné a také vedlejších vět nepravých. Nepravá vedlejší věta bývá v textu rovněž nejčastěji uvozena vztažnými zájmeny. Frekvence těchto nepravých vedlejších vět ovšem nebyla v textech regionální publicistiky tak častá, jak jsme po prostudování odborné literatury očekávali.

Dále docházíme k závěru, že v excerpovaném jazykovém materiálu nenacházíme ani v jednom případě vedlejší větu doplňkovou. Stejně tak tomu je i u některých vedlejších vět příslovečných. V textech sledujeme absenci vedlejší věty příslovečné místní, měrové, časové i průvodních okolností.

Až na jednu výjimku převládal v každém analyzovaném textu přísudek jednoduchý, a to většinou ve značné míře. Druhým nejpočetnějším přísudkem byl pak přísudek slovesně jmenný.

Naopak přísudek souslovný, který představuje ustálené slovní spojení, se v textech regionální publicistiky vyskytoval velmi zřídka.

Naše pozornost byla věnována rovněž přívlastkům. Zde sledujeme, že přívlastky shodné ve většině článkách značně převažují nad přívlastky neshodnými. Přívlastek implicitní, který je pro publicistiku typický, nebyl zastoupen ve všech analyzovaných textech. Alespoň v jednom případě byl vždy užit v článcích zaměřených na sportovní tematiku a politickou situaci. Lze tak konstatovat, že užití tohoto typu přívlastku závisí na tématu článku i na individualitě autora. Nutno však dodat, že některé shodné přívlastky se autoři snaží výrazně aktualizovat, aby bylo sdělení pro čtenáře přitažlivější zajímavější.

V závislosti na tématu článku nacházíme v textech příslovečná určení v různé frekvenci výskytu. V článcích, které informují čtenáře o plánované kulturní akci, je zřejmá převaha příslovečného určení času a místa. Tyto druhy příslovečného určení jsou ve vysoké míře užity rovněž u článků zaměřených na sport, jelikož se v nich autoři snaží čtenářům přinést konkrétní údaje o tom, co se v daném čase a místě stalo. Zajímavé je, že ve vybraných textech je velmi málo zastoupeno příslovečné určení příčiny. V některých článcích chybí tento druh úplně.

Z hlediska kondenzace lze texty označit jako kondenzované. Je nutno ale konstatovat, že se jednotlivé texty v míře kondenzace odlišují. Autoři ke kondenzaci sdělení nejčastěji využívají departicipiální adjektiva. Dalším často zastoupeným prostředkem kondenzace jsou polovětné konstrukce infinitivní. Za výrazný prostředek zhuštění pak považujeme nevlastní (sekundární) předložky, které ve většině případech užívají autoři v textu opakovaně. Nejčastěji se jedná spojení v *rámci, díky a podle*. Je velmi zajímavé, že v žádném z textů nebyl doložen výskyt polovětné konstrukce přechodníkové ani přechodníku jako takového.

Sledujeme, že parenteze specificky žurnalistické v textech regionální publicistiky nejčastěji uvozují přímou řeč. Ačkoli u většiny z těchto typů parentezí převládá spisovný jazyk, v některých případech promluvy jednotlivců text ozvláštňuje. V jazykovém materiálu jsou rovněž zastoupeny parenteze, které odkazují na konkrétní zdroj. Tento prostředek nalzáme ve většině analyzovaných textů.

Vztah koordinace je v textech nejčastěji užit mezi větnými členy. Ty jsou většinou spojeny slučovací poměrem. Významový vztah apozice se excerpovaném materiálu vyskytuje velmi málo.

Nejčastější typ motivované odchylky od větné stavby představuje elipsa (konkrétně elipsa celého přísudku nebo jeho části a elipsa podmětu). Tyto větné členy není nutné v textu opakovaně užívat, jelikož již vyplývají z předchozího sdělení.

Je zajímavé, že v textech nenalzááme příliš prostředků, které signalizují kontakt se čtenářem. Objevují se pouze ve třech člancích formou věty tázací. Málo frekventovaný je rovněž výskyt frazeologických obrátů.

Z obrazných pojmenování jsou v excerpovaném jazykovém materiálu nejčastěji užívány metafora a personifikace. Při analýze jsme se zaměřili především na obrazná pojmenování, která prochází stylovou aktivizací. Musíme podotknout, že takovýchto prostředků není v textu příliš. Sledujeme, že užívání prostředků, které text ozvláštňí, záleží na osobitém stylu autora i tématu článku.

Hlavní funkcí publicistických textů je rychle a srozumitelně informovat čtenáře o aktuálním dění. S touto funkcí je spjat autorský výběr jazykových prostředků. Z provedené analýzy vyplývá, že ani články zaměřené na kulturní dění nejsou často obohacovány zajímavými jazykovými obraty. U článků je rovněž patrná jistá modelovost vyjádření i snaha o úsporu času.

Prostředky, které jsme při analýze publicistických textů zaznamenali, do jisté míry odpovídají prostředkům uváděným v odborné literatuře. Nutno však podotknout, že autoři odborné literatury obvykle nerozlišují prostředky typické pro jednotlivé tematické okruhy (kultura, politika, sport) a nerozlišují ani to, zda se jedná o publicistiku regionální. V popisu výskytu některých prostředků tak shodu s odbornou literaturou nenacházíme.

Excerpovaný materiál by bylo možné analyzovat i z mnoha dalších hledisek. Problematika textů regionální publicistiky se ukazuje jako doposud méně probádaná, ale velmi zajímavá. A to mimo jiné i proto, že oslovuje velké množství čtenářů, a ovlivňuje tak jejich jazykovou kulturu.

6 Resumé

Tato bakalářská práce se zabývá jazykem a stylem publicistických textů regionálního periodika. Cílem práce bylo provést analýzu vybraného jazykového materiálu a ověřit, zda a v jaké míře se jazykové prostředky, které uvádí odborná literatura jako typické pro publicistický styl, objevují v textech regionálního periodika. Kromě analýzy prostředků typických jsme se v textech zaměřili i na další jevy z roviny syntaktické.

V teoretické části práce se zabýváme charakteristikou publicistického stylu a vymezením jeho útvarů. V praktické části práce pak stanovujeme kritéria, na jejichž základě provádíme analýzu.

Ve vybraném jazykovém materiálu sledujeme převahu vět jednoduchých. Dále pak vysokou frekvenci predikátu slovesného jednoduchého. Z vedlejších vět převažuje vedlejší věta přívlastková. Některé druhy vedlejších vět jsme v textech regionální publicistiky nezaznamenali vůbec. Užití jazykových prostředků typických pro publicistiku závisí na tématu článku i osobitém stylu autora.

This bachelor thesis deals with the language and style of journalistic texts of regional periodicals. The aim of the work was to analyze the selected language material and verify whether and to what extent the language resources, which are listed in the literature as typical of the journalistic style, appear in the texts of the regional periodical. In addition to the analysis of typical means, we also focused in the texts on other phenomena from the syntactic level.

In the theoretical part of the work we deal with the characteristics of the journalistic style and the definition of its departments. In the practical part of the work, we determine the criteria on the basis of which we perform the analysis.

In the selected language material we observe the predominance of simple sentences. Furthermore, the high frequency of a simple verbal predicate. Of the subordinate clauses, the adjective theorem predominates. We did not notice some types of subordinate clauses in the texts of regional journalism at all. The use of language resources typical of journalism depends on the topic of the article and the specific style of the author.

7 Použitá literatura a zdroje

Knižní zdroje

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

GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. *Skladba spisovné češtiny: [vysokošk. učebnice pro stud. filozof. fakult]*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství). str. 246.

GREPL, Miroslav a Petr KARLÍK. *Skladba češtiny*. Olomouc: Votobia, 1998. Velká řada (Votobia). ISBN 80-7198-281-4.

HUBÁČEK, Josef. *Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství).

LÁBOVÁ, Alena a Barbora OSVALDOVÁ. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0248-2.

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

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd.* Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.

Elektronické zdroje vybraných článků

ADÁMKOVÁ, Michaela. Pouliční umělci zaplaví centrum Plzně. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/poulicni-umelci-zaplavi-centrum-plzne>

ADÁMKOVÁ, Michaela. Plzeňská katedrála se po velké rekonstrukci opět otevře návštěvníkům. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/plzenska-katedrala-se-po-velke-rekonstrukci-opet-otevire-navstevnikum>

HORYNA, Jakub. Jan Svěrák natáčel v Plzni Betlémské světlo. Kotek končil za mřížemi. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/jan-sverak-natacel-v-plzni-betlemske-svetlo-kotek-skoncil-za-mrizemi>

HORYNA, Jakub. Piráti poslali ODS do opozice, koalici upekli s Ano [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/pirati-poslali-ods-do-opozice-koalici-upekli-s-ano>

NĚMCOVÁ, Martina. Pokračování Princezny zakleté v čase se začalo natáčet na Gutštejně. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/pokracovani-princezny-zaklete-v-case-se-zacalo-natacet-na-gutstejne>

NĚMCOVÁ, Martina. Ikonická chaloupka na pilíři půjde k zemi!. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/ikonicka-chaloupka-na-piliri-pujde-k-zemi>

NOVÁK, Radek. Radek Novák: S dietou musí vláda začít sama u sebe. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/radek-novak-s-dietou-musi-vlada-zacit-sama-u-sebe>

OSVALDOVÁ, Marie. Deset objektů v Plzni období výtvořů umělců. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/deset-objektu-v-plzni-ozdobi-vytvory-umelcu>

OSVALDOVÁ, Marie. Viktorka nedala Jablonci šanci. Debakl řídil dvougólový Kopic. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/viktorka-nedala-jablonci-sanci-debakl-ridil-dvougolovy-kopic>

OSVALDOVÁ, Marie. Šok na Letné, Plzeň v nastavení přišla o výhru. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/sok-na-letne-plzen-v-nastaveni-prisla-o-vyhru>

OSVALDOVÁ, Marie. Erbovní zvíře plzeňské zoo se dočká lepšího bydlení. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/erbovni-zvire-plzenske-zoo-se-docka-lepsiho-bydleni>

OSVALDOVÁ, Marie. Vítězná derniéra čerstvých mistrů. Beaguel uzavřel sezonu jako král střelců. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/vitezne-derniera-cerstvych-mistru-beaguel-uzavrel-sezonu-jako-kral-strelcu>

VÍZNER, Jiří. Vzpomínáte na legendární Portu? Plzeň si připomene její slavná léta. *Plzen.cz*[online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/vzpominate-na-legendarni-portu>

VÍZNER, Jiří. Koronavirus má další oběť. Letošní ročník Světa knihy v Plzni nebude. *Plzen.cz*[online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/koronavirus-ma-dalsi-obet-letosni-rocnik-sveta-knihy-v-plzni-nebude>

VÍZNER, Jiří. Léto ve znamení filmů. Chystá se promítání na náplavce i na hradech a zámčích. *Plzen.cz* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/leto-ve-znameni-filmu-chystaji-se-filmove-vecery-na-naplavce-i-hradech-a-zamcich>