

# Publicistický styl

- styl sdělovacích prostředků; z lat. *publicius* = veřejný
- rozmanitost žánrů, obsahu, náplně

## Publicistika:

- projevy písemné (tisk)
- projevy mluvené (rozhlas, televize, film)

### Požadavky:

- aktuálnost
- působivost
- obecná přístupnost
- přesvědčivost

### Funkce:

- informační
- poučná, vzdělávací
- přesvědčovací
- zábavná

## Žánry

### **A. Vlastní publicistické příspěvky**

- 1) **Zprávy** – krátké; komentované; informace o tom, co proběhlo
- 2) **Oznámení** – informace o tom, co proběhne
- 3) **Článek** – delší příspěvek, založen na zprávě nebo komentáři, někdy mívá kritickou povahu; cíl: informovat, přesvědčit, vzbudit pozornost
- 4) **Úvodník** – založen na úvaze; důležitá aktuální informace, rozbor situace, vyvození závěru, odhaluje příčiny a souvislosti; vždy na první straně, oficiální ráz; použití 1. osoby množného čísla, spisovný jazyk, řečnické otázky, nevyskytují se živé jazykové prostředky
- 5) **Komentář** – založen na úvaze; vychází ze zprávy, komentuje, rozebírá nejdůležitější události nebo problém; má funkci úvahovou i hodnotící
- 6) **Glosa** – malý komentář zpravidla k jednomu faktu.

### **B. Zvláštní publicistické útvary**

- 1) **Recenze** – kritika nově vycházejících knih.
- 2) **Kritika** filmových a divadelních představení, společnosti, knih, výstav apod. Posuzuje, hodnotí, vytýká záporné a vyzdvihuje kladné stránky. Má různý obsah i formu: v komentáři, referátu, příspěvku dopisovatele. Je založena na analýze, je objektivní a nezaújatá.
- 3) **Referát** – podrobnější informace o společensky významném problému.
- 4) **Reportáž** – publicistický a umělecký/odborný styl; slohový postup popisný (statický/dějový); může být: novinářská, rozhlasová, televizní, filmová, fotografická; očitě svědectví autora. Cíl: předat zprávu, informaci, názornou představu o prostředí, podrobný přímý přenos. Je živá a zajímavá, dokumentárně přesná. Používá termíny, aktualizované a expresivní výrazy, přirovnání, hyperbolu, opakování slov. Skladba: jednoduché, jednočlenné, zvolací, neúplné věty, prostá souvětí; výpustka, aposiopese.

### **C. Smíšené žánry** – publicistický a umělecký funkční styl

- 1) **Fejeton** – zábavný útvar, který podává aktuální témata denního života zábavným, ironickým způsobem; kritizuje veřejný jev, čímž se snaží o jeho nápravu; má pointu. V novinách pod čarou; J. Neruda, R. Křesťan.
- 2) **Umělecká reportáž**
- 3) **Sloupek** – vtipná časová úvaha; psáno kurzívou; objevuje se ve 20. a 30. letech v Lidových novinách; K. Čapek, E. Bass, K. Poláček.
- 4) **Causerie** – [kózí]; kratší vtipná úvaha, lehčí tón, zábavná funkce, často dialog, duchaplnost; J. Neruda, J.S. Machar, K. Čapek.
- 5) **Interview** – poslední n. předposlední stránka novin; rozhovor s osobností, většinou připravený, spisovná slovní zásoba; psaná i mluvená podoba.

### Jiné než publicistické žánry

- **Reklama, inzerát** – informační styl.
- **Výkladové články** – právní poradna.
- **Populárně naučné články** – např. o pěstování květin.
- **Administrativní útvary** – např. usnesení z jednání.
- **Umělecký styl** – např. povídka na pokračování, báseň.

### Zábavné útvary

- Křížovky, vtipy, testy, obrazová příloha, programy televize, horoskopy, ankety apod.

### Význačné rysy publicistického stylu:

**Automatizace** = využití předpokládaných ustálených výrazů; může přejít ve fráze; z hlediska čtenáře x novináře; rychle informuje, umožňuje orientaci v textu. Např. *Soud odročen*.

**Aktualizace** = užití neobvyklého, nového výrazu k upoutání čtenáře.

- Lexikální neobvyklost** – např. *Dopravní infarkt*; používá knižní i hovorové výrazy (titulky, černá kronika), slovní hříčky (kombinace slohových prostředků); osobitost autorova přístupu.
- Aktualizace ve větné stavbě** – užití elipsy, subjektivního pořádku slov, jmenných a slovesně jmenných konstrukcí, nevlastních předložek.
- Aktualizované titulky**.
- Grafická stránka** – např. *Absolutní Saudek*; nelze udělat ostrou hranici, aktualizovaný výraz se po čase stává automatizovaným.