



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Mgr. Hana Boháčová

Datum vytvoření: 07. 02. 2013

Číslo DUMu: VY\_32\_INOVACE\_10\_CJL\_1

---

Ročník: II.

Český jazyk a literatura

Vzdělávací oblast: Jazykové vzdělávání a komunikace, Estetické vzdělávání

Vzdělávací obor: Sloh a komunikace

Tematický okruh: Funkční styly

Téma: Publicistický funkční styl

Metodický list/anotace:

Seznámení se základními znaky publicistického funkčního stylu a praktická práce s texty; možné využít i v dalších ročnících jako opakování, zvláště pak ve 4. ročníku jako opakování k maturitní zkoušce.

# Publicistický styl

**Základní funkce:**

**informační, získávací a přesvědčovací**

Informovat co **nejrychleji, nejvýstižněji a nejúčinněji**  
o událostech politického, společenského a kulturního  
života

- Je velmi **dynamický** (ovlivňován společenskými a politickými změnami)
- Užívá **prostředky automatizované** (stereotypní, klišé) **i aktualizované** (nová, nečekaná spojení, upoutávají pozornost)
- Základem je **spisovný jazyk**
- Vlivem rychle se měnící situace je třeba **vytvářet nová pojmenování, obraty, přilákat pozornost, přesvědčit, získat**
- **Některé** publicistické texty se **blíží funkčnímu stylu uměleckému** (fejton, reportáž), jiné **odbornému**

# Rozlišujeme základní žánry

## **Zpravodajské**

(zpráva, oznámení, referát, inzerát)

## **Analytické**

(úvodník, komentář, kritika)

## **Beletristické**

(reportáž, črta, fejeton)

# Fejeton

Jan Neruda

## Fejeton o fejetonu

**Přečtěte si pozorně následující ukázkou, abyste mohli zodpovědět otázky týkající se tohoto útvaru.**

„Klobouk dolů! Mluvím o největším pánu v žurnalistice, o jediném žurnalistovi, který hrdě odhodí všechno „my“, když mluví, a přímo řekne „já“.

Je-li časopis švarným junákem, je fejeton kytkou na jeho klobouku – kytko po kytce vadne, junák zůstává junákem a denně nastrčí kytku novou. Již z toho je vidno, jak „květnatý“ musí být ten, který kytky ty všechny dodává: květnatější než lučina, a někdy nestačí ani ta a fejetonista musí užít pařeníšť, skleníků, nebo i – vypůjčit si něco od souseda.

Ale těžké postavení má pan fejetonista, to mu musím sám dosvědčit! Měl-li bůh Janus dva obličejy pro celý „věčný“ život svůj, musí jich mít fejetonista do jediného roku alespoň sto a každý jiný. Jednou nadšený, podruhé usazený, potřetí dětinský, počtvrté mudrcký, popáté skotačivý atd. On musí *bavit*, ať již baví pravdou nebo žertem. Ale je-li opravdový, řeknou mu, že nemá vtipu, je-li žertovný, řeknou, že ze všeho jen si ztropí smích – *všem* nevyhoví nikdy.“(1)

- **Jak byste charakterizovali fejeton? Využijte dané ukázky.**

(vtipné, neotřelé a zajímavé zpracování aktuálního tématu všedního života, podčárník – je uveřejňován pod čarou v novinách; cílem je pobavit, humorně a ironicky kritizovat nešvary společnosti; hra s jazykem, nadsázka, ironie)

- **Kde jste se s fejetonem setkali? Znáte některé další autory fejetonů?**

(Neruda jich napsal přes 2200 a podepisoval je trojúhelníkem, setkáváme se s nimi v tisku, mohou být vydané i souborně jako Nerudovy fejetony; K. Čapek, Jakub Arbes, Milan Kundera apod.)

- **Najdete fejeton ještě dnes? Zjistěte v denních periodikách. Jaké události se věnuje?**

(ano; otevřená otázka)

# Zpráva

**Stručně, výstižně a objektivně informuje o základních faktech nějaké události.**

**Jazyk je zcela neutrální, bez citového zabarvení.**

Poštovní poplatky se zvyšují

(čtk) O 3 koruny více zaplatí klienti České pošty za odeslání pohlednice, a to už od 1. 7. 2013. Zvýšení cen mohou klienti očekávat i při odeslání cenných dopisů, balíkových služeb či placení poštovních poukázek. O nových cenách informoval včera mluvčí České pošty Milan Podražil.



# Komentář

Kromě faktů a informací vyjadřuje i **postoj autora k** problému ze současnosti; **jazykové prostředky** jsou **pestřejší**.

„Zde chcípl pes

Starý ekonomický vtip praví, že železnice je ztrátová buď proto, že je státní a má laciné jízdné, nebo proto, že je soukromá a má jízdné drahé. V prvním případě potřebuje dotace na jízdné, v druhém případě má málo cestujících. Vtip chce vyjádřit, že železnice je ztrátová už ze své povahy.

Jedním z nejzajímavějších politických a hospodářských neúspěchů posledních dvanácti let je truchlivé úsilí neúsilí s českou železnici pohnout. Každý ví, co chce: Přesný, čistý a rentabilní podnikatelský organismus, přitažlivý pro zákazníky, neobtěžující státní pokladnu polykáním dotací. Nikdo však neví, jak na to. Železnice je politická trhavina, živitelka statisíců, chráněná agresivními odbory.

K. Steigerwald“(2)

# Reportáž

- Přináší co nejnázornější a nejpřitažlivější **informace o události**, kterou **autor sám, bezprostředně zažívá**
- Jazyk užívá **přirovnání, kontrasty, expresivní, obrazná pojmenování**
- Může být **vtipná**, s konečnou **pointou**

**Kde se s reportáží nejčastěji setkáváte?**

**Kde je událost zaznamenána nejpřesněji?**

(reportáž novinářská, televizní, rozhlasová, filmová – líčí událost co nejnázorněji a nejpřitažlivěji; přímý přenos v televizi nebo rozhlase)

# Určitě jste již navštívili nějakou výstavu!

Napište zprávu o této výstavě do školního časopisu!

**Nezapomeňte uvést:**

kde a kdy se konala

jaký byl námět

co se vystavovalo

jaký měla výstava ohlas

(své práce si přečtete ve třídě a zhodnoťte)

# Citace, zdroje a literatura

- (1) SOUKAL, Josef. *Čítanka pro 2. ročník SOŠ*. Praha: SPN, a.s., 2001, ISBN 80-7235-162-1.
- (2) MGR. MUŽÍKOVÁ , Olga a kol. *Odmaturuj z českého jazyka*. Brno: Didaktis, spol.s r.o., 2007, ISBN 80-7358-082-9.
- MGR. MUŽÍKOVÁ , Olga a kol. *Odmaturuj z českého jazyka*. Brno: Didaktis, spol.s r.o., 2007, ISBN 80-7358-082-9.