


INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona III/2:	Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Číslo šablony:	VY_32_INOVACE_CJL_629
Předmět:	Český jazyk a literatura
Tematický okruh:	Komunikační a slohová výchova
Autor, spoluautor:	Mgr. Petra Lefanová
Název DUMu:	Publicistický funkční styl
Pořadové číslo DUMu:	9
Stručná anotace:	Prezentace seznamuje žáky s publicistickým funkčním stylem. Zabývá se základními znaky stylu – funkcí, formou, jazykovými prostředky, větnou stavbou.
Ročník:	3.
Obor vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání, 65-42-M/02 Cestovní ruch, 66-41-L/01 Obchodník
Metodický pokyn:	Prezentace slouží jako doplněk pro výklad učitele. Otázky mohou žáci zpracovat písemně, případně mohou sloužit jako kontrolní test.
Výsledky vzdělávání:	Žák vysvětlí základní znaky publicistického funkčního stylu, chápe jeho podstatu, vyzná se ve stavbě publicistických textů a vysvětlí, co je titulek.
Vytvořeno dne:	7. 8. 2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



PUBLICISTICKÝ FUNKČNÍ STYL

Publicistický funkční styl

- **styl hromadných sdělovacích prostředků** – noviny, časopisy, rozhlas, televize 
- **cíl: rychle informovat adresáta** o aktuálních událostech doma i v zahraničí, získávat, přesvědčovat a ovlivňovat názory
- vedle **oficiální publicistiky** vycházejí i tituly bulvární publicistiky

FUNKCE:

- informační
- získávací
- přesvědčovací
- zábavná (rekreační)



Publicistický funkční styl

FORMA

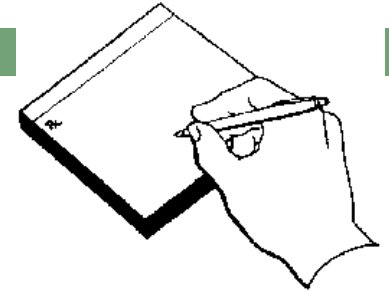
- mluvená i psaná

ZNAKY

- veřejnost, oficiálnost
- připravenost
- aktuálnost, pravdivost (?), rychlost
- působivost
- přesvědčivost – událost prezentovaná médii výrazně ovlivňuje pohled široké veřejnosti



Publicistický funkční styl



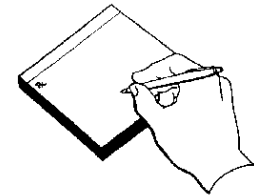
JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY

- **spisovný jazyk** – knižní i hovorový
- **specifické vyjadřování** – osobitost novináře – tzn. užívání různých výrazových prostředků
- velké rozdíly v užívání jazykových prostředků – různé tituly mají různé čtenáře (děti, dívky, chlapci, rybáři, zahrádkáři)

Aktualizace a automatizace v publicistice

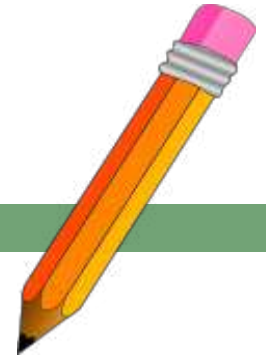
JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY

- základ: hledání **nových neotřelých pojmenování – aktualizace**
- upoutávají pozornost adresáta
- aktualizace je častá v titulcích



- po čase se z aktualizovaných výrazů stávají výrazy **automatizované**
- podporují rychlost a úspornost vyjádření
- užití frazeologie

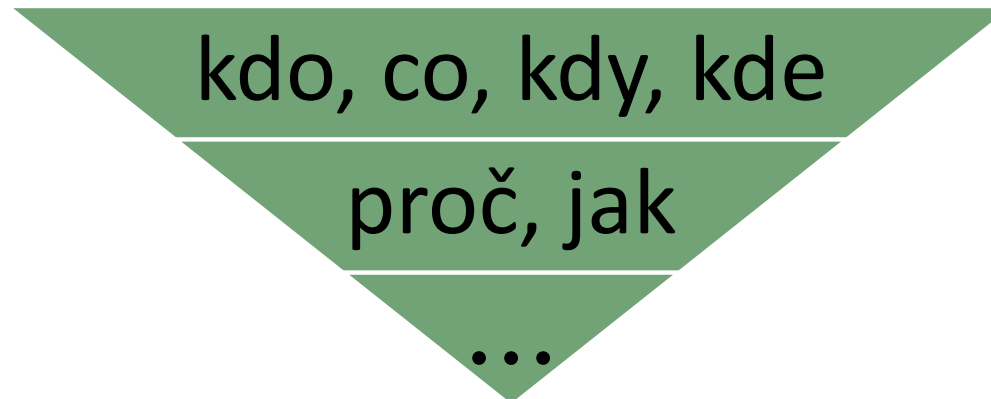
Publicistický funkční styl



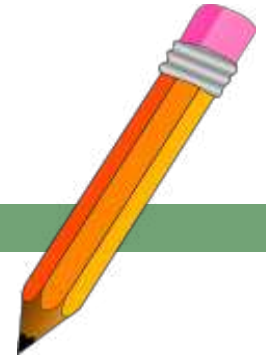
STAVBA PUBLICISTICKÝCH TEXTŮ

- zejména ve zpravodajství musí mít texty logickou výstavbu
- nejrozšířenější je tzv. **obrácená pyramida** - na začátku stojí nejdůležitější údaje, ke konci doplňující:

Titulek



Publicistický funkční styl



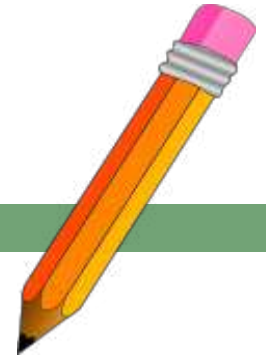
STAVBA PUBLICISTICKÝCH TEXTŮ

- delší texty mohou být rozděleny na menší části pomocí **meztitulků**

Titulek

- jazykově náročné
- konkrétní, stručné
- mohou jen naznačovat obsah textu
- grafická úprava – velikost, typ a řez písma, barva

Publicistický funkční styl



STÁLÉ PRVKY NOVIN

- **záhlaví** – název novin, ustálená grafická podoba
- **řádek pod záhlavím** – doprovází záhlaví – datum, den, číslo, ročník, cena
- **nadtituly stran** – ustálené názvy jednotlivých stran – př. Ze světa, Ekonomika, Hobby,...
- **rubriky** – obsahově ustálené typy článků

Závěrečný malý test

1. Jaké jsou hlavní funkce publicistického stylu?
2. Vysvětlete výraz *agitovat*.
3. Vymyslete konkrétní příklad na automatizovaný a aktualizovaný výraz.
4. Vysvětlete pojem obrácená pyramida.
5. Prolistujte si jakýkoli celostátní deník a napište, které stálé prvky obsahuje. Jaké ustálené názvy nesou jednotlivé strany?
6. Které časopisy nejraději čtete a proč?

Zdroj

- SOCHROVÁ, Marie. *Český jazyk v kostce pro SŠ*. 2. vyd. Praha: Fragment, 2010. ISBN 978-80-253-0950-6.
- MUŽÍKOVÁ, Olga. *Odmaturuj z českého jazyka*. 2. vyd. Brno: DIDAKTIS spol. s r. o., 2002. ISBN 80-86285-36-7.
- HOFFMANNOVÁ, Jana, JEŽKOVÁ, Jaroslava, VAŇKOVÁ, Jana. *Komunikace a sloh: Učebnice českého jazyka pro střední školy*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2009. ISBN 978-80-7238-780-9.
- obrázky ze sady klipartů -<http://www.pdclipart.org/index.php>