



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

SLOHOVÁ VÝCHOVA

Mgr. Soňa Bečičková

PUBLICISTICKÝ STYL – ZNAKY, PUBLICISTICKÉ ÚTVARY

VY_32_INOVACE_CJ_2_16

OPVK 1.5 – EU peníze středním školám
CZ.1.07/1.500/34.0116 Modernizace výuky na učilišti

Název školy	Střední odborné učiliště Svitavy Nádražní 1083, Svitavy
Název šablony	III/2 Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Předmět	Český jazyk a literatura
Tematický celek	Slohová výchova
Téma	PUBLICISTICKÝ STYL – ZNAKY, PUBLICISTICKÉ ÚTVARY
Klíčová slova	Funkce publicistického stylu, znaky publicistického stylu, výstavba novinového článku, publicistické útvary, vlastnosti novináře
Druh učebního materiálu	Prezentace (Microsoft PowerPoint)
Metodický pokyn	Prezentace je primárně určena pro žáky 4. ročníku maturitních oborů mechanik seřizovač a mechanik seřizovač - mechatronik SOU k osvojení znalostí o funkčním stylu. Žáci se seznámí se specifickými znaky funkčního stylu a nejdůležitějších znaků jednotlivých slohových útvarů (zpráva, oznámení, novinový článek, recenze, reportáž apod.), grafickou podobou textu a jazykovými prostředky.
Datum vytvoření	2. 3. 2013

Definice, funkce

- = styl hromadných sdělovacích prostředků
- cíl: rychle, výstižně a účinně informovat o aktuálních událostech + získávat + přesvědčovat + ovlivňovat názory
- téma: politický, společenský, ekonomický, kulturní život
- funkce:
 - informační (oznamování informací, zprávy)
 - poučovací, vzdělávací
 - zábavná
 - získávací a přesvědčovací (o postojích ve společnosti)

Definice, funkce

- velká moc nad informacemi, zároveň odpovědnost za to, co sdělují (6. velmoc)
- zdroje informací:
 - zpravodajské agentury ČTK
 - dopisy posluchačů a čtenářů

Znaky, požadavky

- aktuálnost
- pravdivost
- objektivita v obsahu
- působivost
- výstižnost
- obecně přístupné texty – pro širokou veřejnost
- originalita ve formě vyjádření
- přesvědčivost
- srozumitelnost

Vlastnosti novináře

novináři a dopisovatelé

- pravdomluvnost, objektivnost, nestrannost
- spolehlivost, pečlivost a důslednost
- etický postoj
- pohotovost
- vytrvalost – schopnost dohledávat problém až ke kořenům
- schopnost kontaktu se čtenáři, posluchači
- vzdělání všestranné, humanitní

Forma publicistických článků

1. mluvené – rozhlas
2. písemné – periodický tisk – noviny – deníky, přílohy deníků
3. kombinované
 - nejčerstvější, nejaktuálnější zprávy
 - mluvené + obrazové – TV (přímé TV přenosy koncertů či sport. utkání, zábavný, publicistický pořad, diskusní pořad, reportáž z nějaké události)
 - písemné + obrazové (časopisy – týdeníky, čtrnáctideníky, ročenky, výroční bulletiny)

KLASIFIKACE PUBL. ŽÁNŘŮ

A. zcela publicistické žánry:

1.zpravodajské žánry

- zpráva, oznámení, interview, inzerát, článek
- slohové postupy informační a popisný

2.analytické žánry

- úvodník (otvírák), komentář, recenze
- slohové postupy výkladový a úvahový

3.beletristické žánry

- reportáž, fejeton, glosa
- sl. postupy výkladový, vyprávěcí, popisný, úvahový

4.propagační

- reklama, inzerát

KLASIFIKACE PUBL. ŽÁNŘŮ

B. jiné než publicistické

- inzerát, reklama (styly informační)
- romány na pokračování (umělecký styl)
- právní poradna (administrativní)

C. smíšené styly s publicistickým stylem

- fejeton, reportáž (+umělecký), sloupek (+odborný), interview (+prostě sdělovací)

KLASIFIKACE PUBL. ŽÁNŘŮ

D. zábavné útvary

- křížovky, anekdoty, horoskopy, ankety, testy, programy TV

E. investigativní žurnalistika

- odhaluje utajované informace, nezákonné jednání veřejných institucí či osob

Grafická podoba novin

- **stále prvky novin** – přehlednost kvůli čtenáři
 - **záhlaví** – jméno novin (ustálená grafická podoba), čitelné, výrazné a poutavé, estetické
 - **slogan** - věta, která doprovází záhlaví, umístěna pod záhlavím
 - **první řádek pod záhlavím** - datum, den, číslo a ročník, příp. místo
 - **uši** - stále se opakující titulky v rozsahu celých novin
 - **rubriky** - ustálené typy publicistických útvarů
 - **obrazový materiál** - fotografie, karikatury, schémata, grafy; musí být doplněny **popisky**
 - **plošná a řádková inzerce**
 - **tiráž** - technické a vydavatelské údaje na konci novin
 - **grafika textu** – typ písma, velikost, barva, umístění, linky, rámečky

Grafická podoba novin

– titulky, podtitulky, mezititulky

- nesou nejdůležitější informace
- jazykově náročné – působivost, zaujmout čtenáře
- srozumitelnost a výstižnost
- aktualizace
- **titulek** – první, základní informace o tématu článku
- **podtitulek** – stručně obsah článku, nejdůležitější informace
- **meztitulek** – člení logicky téma v dlouhém článku

Kompozice článku

→ logická výstavba

- **system obrácené pyramidy** (nejdůležitější informace v čele článku, potom doplňující fakta)
- **s pozdrženým úvodem**
- **chronologická stavba**
- **„hra s kostkami“** (kladení informací vedle sebe, logické kladení otázek a odpovědí)
- **odstavcový háček** (poslední slova odstavce logicky souvisejí s první větou následujícího odstavce)

Kompozice článku

1. Úvod - shrnující

– typy úvodu:

- shrnující čelo – nejdůležitější fakta (kdo, kdy, co, jak, pak teprve kde, proč)
- akcentující = zdůrazňuje jeden z aspektů událostí
- další typy: dramatický, s citátem, s otázkou, překvapivý, provokující, anekdotický aj.

2. Vlastní stať

- další podrobnosti
- zákulisí
- dodatečné informace

3. Závěr - pozadí událostí, další předpokládaný vývoj

Publicistické útvary

- **úvodník** – „otvírák“
 - nejdůležitější, hlavní téma dne
 - celospolečenské téma
 - oficiální stanovisko
 - 1. strana novin + podrobnosti na dalších
- **článek** – delší útvar, informuje o nějaké události + hodnotí, někdy má povahu kritické úvahy
- **komentář** – autor vyjadřuje názor, zaujímá stanovisko k nějakému problému

Publicistické útvary

- **glosa** – krátká kritická poznámka k událostem a názorům
- **sloupek** – vtipná časová úvaha v jednom sloupci (K. Čapek)
- **fejton**
 - téma všednodenního života
 - vtipná a duchaplná kritika nějakého drobného veřejného nešvaru
 - zpracováno formou úvahy se zábavným, ironickým nebo humorným tónem (Jan Neruda, Rudolf Křesťan, Michal Viewegh aj.)
 - jazyk: umělecké prvky – nadsázka, neotřelá spojení, metafora, obraznost, vtipné formulace, hra se slovy, ironie, satira

Publicistické útvary

- **interview** – rozhovor s významnou osobností; prvky řečnického stylu, hovorovost, aktuálnost
- otázky a odpovědi, které na sebe navazují
- **inzerce a reklama** – cílem upoutat, motivovat k činnosti (ke koupi, seznámení, zaměstnání,...); důležitá je grafická podoba
- **odborná beseda, diskuse** – téma důkladně probíráno z různých hledisek, dialogická forma, pořady Debata, Otázky Václava Moravce

Publicistické útvary

- **recenze**

- kritika uměleckého díla (kniha, výstava, film, obraz, koncert)

- hodnocení různých složek díla

- film - scénář, kamera, režie, kostýmy, výprava, hudba, výkony herců
- kniha – autor, prostředí díla, postavy, naznačit děj
- vždy kladné i záporné hodnocení
- v závěru celkové hodnocení + doporučení díla divákům, čtenářům

- prostředky publicistického stylu – poutavý titulek, aktualizace a automatizace, úplnost údajů

Publicistické útvary

- **reportáž**

- informuje o zajímavých místech nebo událostech na základě vlastního pozorování, vlastního prožitku (očitě svědectví autora)
- důležité zachytit to podstatné, vyvolání názorné představy prostředí + zachytit kolorit místa – typické prvky života (pohostinnost, strava, obydlí; zachycení hloubky emocí (povodně))
- prvky odborné i umělecké, popisný postup, důraz na expresivnost a aktuálnost slovní zásoby, součástí může být i interview

Zdroje

- SOCHROVÁ, Marie. *Český jazyk v kostce: pro střední školy*. 2. vyd. Praha: Fragment, 2009. ISBN 978-80-253-0950-6.
- MARTINKOVÁ, Věra. *Český jazyk 3. 2., (přeprac.) vyd. v nakl. Tripolia, (Celkově 5.)*. Praha: Tripolia, 2002, 255 s. ISBN 80-864-4824-X.
- STYBLÍK, Vlastimil, Marie ČECHOVÁ a Zdeněk HLAVSA. *Český jazyk pro I.-IV. ročník středních škol: (mluvnická a stylistická část)*. 2. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 1996. ISBN 80-859-3726-3.