

Technická univerzita v Liberci

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A  
PEDAGOGICKÁ**

**Katedra:** Českého jazyka a literatury

**Studijní program:** Filologie

**Studijní obor:** Český jazyk a literatura

Jazyk a styl populárně naučných časopisů pro mládež  
Language and Style of Popularitizion Magazines for Youth

**Bakalářská práce:** 09-FP-KČL-B-03

**Autor:**

Daniela Brunclíková

**Podpis:**

.....

**Adresa:**

Na Vápence 767

Železný Brod

468 22

**Vedoucí práce:** Prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
54	0	0	0	22	0

V Liberci dne: 20. července 2010

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE  
(pro bakalářský studijní program)**

**Pro (Kandidát) :** Daniela Brunclíková

**Adresa :** Na Vápence 767, 468 22 Železný Brod

**Studijní obor :** Filologie – český jazyk a literatura

**Název BP:** Jazyk a styl populárně naučných časopisů pro mládež

**Název BP v angličtině:** Language and style of popularization magazines  
for youth.

**Vedoucí práce:** Prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

**Konzultant:** .....

**Termín odevzdání:** červenec 2010

**V Liberci dne:** 20. července

.....

**děkan**

**vedoucí katedry**

**Převzal (kandidát):** .....

**Datum:** .....

**Podpis:** .....

**Cíl:**

Popsat charakteristické rysy jazyka a stylu časopisů, které popularizují odborné poznatky mezi mladými čtenáři.

**Předpoklady:**

Sestavit soubor pramenů, z nichž bude výzkum vycházet. Nejdůležitější popularizační časopis, ABC, by měl být analyzován v několika časových průřezích (od 60. let do současnosti), současná podoba časopisu ABC pak bude porovnána s dalšími časopisy příbuzného zaměření. Vybrané časopisecké texty budou analyzovány z hlediska své jazykové výstavby (mj. slovní zásoba a podíl odborných termínů v ní, míra syntaktické složitosti výpovědí), z hlediska kompoziční výstavby a z hlediska komunikačního (zřetel k jazykovým a věcným znalostem adresáta, poměr sdělovací, přesvědčovací a upoutávací funkce, způsoby navazování kontaktu s adresátem). Na základě analýzy bude provedeno porovnání textů.

**Metody:**

Analýza jazyka a stylu, komparace.

**Literatura:**

Čechová, M. aj.: Současná stylistika. Praha 2008.

Jelínek, M.: Stylistika. In: Příruční mluvnice češtiny. Praha 1995, s. 701-780.

Kadlecová, K.: Dívky a girls podle českých dívčích časopisů. Liberec 2007.

Krčmová, M.: Rozbité zrcadlo. Nad textovou výstavbou současného popularizačního textu. In: S. Gajda (ed.), Dyskurs naukowy - tradycja i zmiana. Opole 1999, s. 271-281.

Mathesius, V.: Řeč a sloh. In: týž, Jazyk, kultura a slovesnost. Praha 1982, s. 92-146.

Mistrík, J.: Štylistika. Bratislava 1985.

Uličný, O. (- Horák, J.): Prostor pro jazyk a styl. Praha 1987 (Hradec Králové 1994).

## **Prohlášení**

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 20. července 2010

Daniela Brunclíková

---

## **Poděkování**

Děkuji Prof. PhDr. Petrovi Marešovi, CSc., za odborné vedení a cenné rady, které mi při zpracování bakalářské práce poskytl. Dále bych chtěla poděkovat rodině a přátelům za pomoc i nesmírnou psychickou podporu při vypracovávání této bakalářské práce.

## **ANOTACE**

Tato bakalářská práce se zabývá jazykem a stylem populárně naučného časopisu ABC. Popisuje charakteristické rysy jazyka a stylů, které popularizují odborné poznatky mezi čtenáři. Zabývá se užitím výrazových prostředků zejména v rovině morfologické, syntaktické a lexikální. Práce je členěna na část teoretickou a praktickou. Praktickou část tvoří kapitoly, v nichž jsou rozebírány konkrétní příklady jazykových prostředků v časopise ABC. V kapitole uzavírající praktickou část srovnávám několik populárních časopisů z jazykového hlediska.

Klíčová slova: ABC, populární časopisy, mládež, jazykové prostředky

## **ANNOTATION**

The bachelor thesis deals with the language and the style of the popular science magazine ABC. It describes characteristic features of the language and styles used to popularize scientific knowledge among readership. Furthermore, it deals with the usage of expressions and elements on the morphological, syntactical, and lexical levels. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The practical part consists of chapters that analyse specific examples of language forms in the ABC magazine. The final chapter of the practical part includes a comparison of several popular magazines from the linguistic perspective.

Key words: ABC, popular magazines, youth, language forms

## **ANNOTATION**

Diese Baccalaureus Arbeit befasst sich mit der Sprache und dem Stil der Sachzeitschrift ABC. Es beschreibt charakteristische Züge der Sprache und Stile, die die wissenschaftlichen Erkenntnisse unter den Lesern popularisieren. Es befasst sich mit dem Gebrauch der Ausdrucksmittel vor allem auf der morphologischen, syntaktischen und lexikalischen Ebene. Die Arbeit besteht aus einem theoretischen und einem praktischen Teil. In dem praktischen Teil gibt es Kapitel, in denen konkrete Beispiele der Sprachmittel in der Zeitschrift ABC analysiert werden. Im letzten Kapitel des praktischen Teils vergleiche ich einige Sachzeitschriften aus der Sprachperspektive.

Schlüsselwörter: ABC, Sachzeitschriften, Jugend, Sprachmittel

## OBSAH

<b>1 Úvod .....</b>	<b>9</b>
<b>2 Časopis .....</b>	<b>10</b>
2.1 Obecná charakteristika časopisu .....	10
2.1.1 Tiskový zákon Sb. 46/2000 .....	10
2.2 Charakteristika publicistického stylu .....	12
2.2.1 Publicistické útvary .....	13
2.2.1.1 Publicistický styl analytický .....	14
2.2.1.2 Publicistický styl beletristický .....	15
2.2.2 Jazyková stránka publicistického stylu .....	16
2.3 Jazyk dnešní mládeže .....	18
2.4 Jazyk techniky .....	19
2.4.1 Popularizace v dnešních časopisech .....	20
2.4.2 Počítače v jazyce mládeže .....	21
2.5 Jazyk sportovní publicistiky .....	23
<b>3 Časopis ABC .....</b>	<b>24</b>
3.1 Historie časopisu ABC .....	24
3.2 Charakteristika dnešního časopisu ABC .....	30
<b>4 Analýza jazyka časopisu ABC .....</b>	<b>31</b>
4.1 Morfologická rovina .....	31
4.2 Syntaktická rovina .....	32
4.3 Lexikální rovina .....	33
4.3.1 Slovní zásoba a styl .....	33
<b>5 Srovnání s příbuznými časopisy .....</b>	<b>47</b>
5.1 21. století Junior .....	47
5.1.1 Jazyková rovina .....	48
5.2 VTM Science .....	49
5.2.2 Jazyková rovina .....	50
<b>6 Závěr .....</b>	<b>51</b>
<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>53</b>



# 1 Úvod

Ve své bakalářské práci se zabývám tématem „*Jazyk a styl populárně naučných časopisů pro mládež*“. Z nepřeberného množství periodik jsem zvolila *ABC časopis generace 21. století* přezdívaný *ábíčko*. Uvedené téma jsem zvolila, neboť se jedná o námět, který mě zajímá. Dle mého názoru může upoutat nejenom ty, kteří mají chuť a zájem dozvědět se něco zajímavého o časopise ABC.

Časopis ABC se snaží přiblížit své cílové skupině, tj. čtenářům přibližně od jedenácti do patnácti let. Ábíčko není určeno jen chlapcům. Mnohé rubriky jsou zacíleny i na dívky. Dle mluvy těchto předpokládaných čtenářů jsou záměrně aktualizovány jazykové prostředky v časopise. Leckdy si ABC vytváří vlastní výrazy, jež se poté mohou mezi čtenáři rozšířit a vznikají tzv. neologismy. V posledním desetiletí můžeme vyzorovat, že dříve spíše odborná terminologie (např. technická či počítačová) proniká do běžné mluvy mládeže a obohacuje tak jejich slovní zásobu. Časopis ABC napomáhá rozšiřovat slovník čtenářů o nové neologismy či odbornější termíny. Inspirací se zejména pro mládež stávají cizí slova či fráze, které získávají právě například z časopisů či televize. Tyto nově nabyté jazykové znalosti pak využívají třeba v kolektivu přátel. V posledních letech se ábíčko začalo rozšiřovat o další odvětví, například články o cizích sportech (skateboarding), o novinky z oblasti informatiky nebo ze světa hudby. Nadále zůstávají témata o přírodě, o zemi, o vědě a technice. Prodejní náklad časopisu za duben 2010 byl 45 543 výtisků. Oproti předchozím rokům je prodejnost nižší, což nejspíše způsobilo více obdobných titulů stejného nebo podobného zaměření na trhu. Čtenost těchto výtisků se k poslednímu čtvrtletí roku 2009 a prvnímu čtvrtletí 2010 pohybuje okolo 165 000 čtenářů<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ringier.cz [online]. 2009 [cit. 2010-04-15]. ABC. Dostupné z WWW: <<http://www.ringier.cz/clanek/44/abc>>.

## 2 Časopis

### 2.1 Obecná charakteristika časopisu

Magazín nebo časopis je ve své podstatě periodikum, s týdenním, měsíčním až půlročním opakováním. Jeho typ může být žánrově nesourodý, rozdělený na odlišné menší celky, přičemž může obsahovat některé stálé rubriky. Známe časopisy s různorodým, pestrým obsahem. Dále časopisy specializované (Svět motorů, Hattrick, Computer design), různé hobby časopisy (Týden, Reflex, Mladý svět). Dále také například tzv. časopisy životního stylu (Žena a život, Tina). Další rozlišení se může týkat věku čtenářů, pohlaví a jejich zájmu. Pro časopisy je velmi důležitý jejich náklad, přičemž vyšších nákladů dosahují zejména týdeníky a čtrnáctideníky. S rozvíjejícími se moderními technologiemi mohou časopisy vycházet i na jiných mediích, např. na CD-ROMu a také v internetové podobě. Tyto podoby jsou většinou vázány na předplatitele v podobě jakýchsi bonusů za pravidelný odběr a umožňují využívat například archívy starších čísel apod.<sup>2</sup>

#### 2.1.1 Tiskový zákon Sb. 46/2000

V této části (podkapitole) se chci zabývat zákonem 46/2000 Sb. ze dne 22. února 2000 o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) ve znění zákona č. 302/2000 Sb., a zákona č. 320/2002 Sb.

---

<sup>2</sup> OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7

Zde podávám stručný výtah nejdůležitějších bodů z tohoto zákona z pohledu běžného spotřebitele a kupce těchto periodik. Celé znění zákona lze nalézt na :

[http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/Tiskov\\_z\\_kon\\_.doc](http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/Tiskov_z_kon_.doc)

Tento zákon<sup>3</sup> upravuje některá práva a povinnosti vydavatelů a dalších fyzických a právnických osob v souvislosti s vydáváním periodického tisku na území České republiky. Periodickým tiskem se rozumí noviny, časopisy a jiné tiskoviny vydávané se stejným obsáhlým zaměřením nejméně dvakrát v kalendářním roce. Vydavatelem je fyzická nebo právnická osoba, která tento tisk vydává. Vydavatel je též odpovědný za obsah. Podle tohoto zákona vydavatel neodpovídá za pravdivost údajů obsažených v reklamě nebo v inzerci uveřejněné v periodickém tisku. Odpovídá pouze za inzerci a reklamu samotného vydavatele.

Dle tohoto zákona<sup>4</sup> je vydavatel povinen uveřejnit neodkladné oznámení státního orgánu, např. o stavu ohrožení státu nebo o válečném stavu. Evidenci periodického tisku vede Ministerstvo kultury. Dále je vydavatel povinen zajistit na každé vydání povinné údaje (název periodického tisku, četnost vydávání, místo vydávání, apod.). Vydavatel je povinen bezplatně zajistit určitý počet výtisků, a to Národní knihovně České republiky, Moravské zemské knihovně v Brně, Národnímu muzeu v Praze, ministerstvu, Parlamentní knihovně, každé krajské knihovně, Městské knihovně v Praze, Knihovně a tiskárně pro nevidomé K. E. Macana v Praze. Pokud vydavatel nesplní povinnosti ve stanovené lhůtě, může být stanovena pokuta v různé výši.

---

<sup>3</sup> *Mkcr.cz* [online]. 2007 [cit. 2010-04-15]. Tiskový zákon. Dostupné z WWW: <<http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535>>.

<sup>4</sup> *Mkcr.cz* [online]. 2007 [cit. 2010-04-15]. Tiskový zákon. Dostupné z WWW: <<http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535>>.

## **2.2 Charakteristika publicistického stylu**

S rozšířením komunikačních medií vzrostla velmi výrazně možnost informovat lidskou populaci o aktuálních politických, společenských a sportovních, popřípadě vědecko-technických událostech a tím velmi výrazně vzrostl vliv publicistiky.

Žurnalistika, také publicistika, představuje veřejnou činnost spojenou s mediální komunikací, která informuje o aktuálních společenských událostech a nabízí jejich komentování. Publicistický styl je nesmírně bohatý, rozpětí tohoto stylu se pohybuje od stručných novinových zpráv po slohové útvary informačně analytické. Dále zahrnuje širokou škálu publicistiky, od politické až po specifickou publicistiku sportovní. Široký tematický záběr celé žurnalistiky včetně zpravodajství a publicistiky, které jsem výše popsala, jsou pro tuto komunikační sféru příznačné. Dále je možné zmínit mluvenou publicistku vysílanou rozhlasem a televizí. Publicistický styl je výrazně dynamický. Publicistický styl se vyhranil do stylu zpravodajského, publicisticky analytického a publicisticky beletristického.

Zpravodajský styl provází snaha o co největší rychlost v podání informací, stručnost a strohost vyjádření, snaha o objektivitu. Ve zpravodajském stylu je značně výrazná modelovost vyjádření, neboť se stále opakují situace, o nichž je třeba informovat.

## 2.2.1 Publicistické útvary

Podle výkladu Marie Čechové<sup>5</sup> patří k základním zpravodajským útvarům zpráva, rozšířená zpráva, komuniké, oznámení a publicistický inzerát.

Zpráva je obvyklý útvar zpravodajský. Aktuálně informuje čtenáře nebo posluchače o události. Podle formy může být mluvená nebo psaná. Podle způsobu přenosů informací novinová, rozhlasová nebo televizní. Ve zprávě musí autor uvést podstatné údaje, například místo, čas, a sestavit je za sebou tak, aby byla zachována určitá posloupnost. Obvyklá je kompozice zvaná obrácená pyramida. Na začátku této pyramidy se uvádějí nejdůležitější údaje a směrem ke konci pak méně podstatná, spíše doplňující fakta. Vlastnostmi zprávy je aktuálnost, novost, stručnost, přesnost a výstižnost.

Oznámení nás informuje o události, která se teprve uskuteční. Nesmí postrádat údaje o akci, místě a času konání. Za hlavní věc se považuje odkaz na pramen informace. Rozšířenou zprávou se rozumí základní informace o události, která je dále doprovázena doplňujícím líčením situace okolo této výchozí informace.

Podobným útvarem je komuniké. Je to druh oznámení o uskutečnění nějaké akce nebo sdělení nějakého výsledku. Rozsah je obvykle delší než u oznámení. Komuniké má propracovanější stylizaci vzhledem k oficiálnosti komunikace.

Dalším představeným útvarem je publicistický referát, jež má přiblížit skutečnost, o níž nás informuje.

Všechny tyto uvedené zpravodajské útvary na začátku textu uvádějí důležitá fakta a informace, které jsou poté doložené a objasněné.

---

<sup>5</sup> ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha : NLN, 2008. s. 381. ISBN 978-80-7106-961-4

### 2.2.1.1 Publicistický styl analytický

Texty analytického stylu zprostředkovávají informace. Tyto informace jsou dále vysvětlovány, analyzovány a posuzovány. Texty tohoto stylu zastávají hlavně funkci persvazivní neboli přesvědčovací. Často se nemusí jednat o předávání nových informací, neboť Čechová píše, že: „*například komentáře mohou přinášet také informace už dříve sdělené, opakované, ale nová je právě jejich analýza s argumentací a prezentace určitého postoje k nim*“<sup>6</sup>. V projevech tohoto stylu se objevují nové prostředky, mnohdy s nepřímým pojmenováním skutečnosti ve snaze oživit komunikát neobvyklou formou. Pomáhají k realizaci přesvědčovací funkce, protože užití obrazného vyjádření přitahují pozornost, projev je emocionálnější a působivější.

K analytickým útvarům se přiřazuje úvodník, komentář, glosu, novinářský posudek, recenze a kritika atd.

Úvodník nese základní informace o nejaktuálnějším problému, zároveň ho analyzuje a vyvozuje z něho závěr. Obvykle býval na první straně novin, kde například redakce představovala rozhodující stanoviska nebo se vyjadřovala k významné společenské události.

Komentář zveřejňuje fakta a informace o nějaké události v návaznosti na hlavní informaci o ní. Událost dále vysvětluje a analyzuje její podstatu. Komentář vyjadřuje názor autora, redakce nebo oficiální názory jiných k určité události, jevu či problému.

Glosa je stručný kritický komentář události, o níž už byly základní informace podány. Vyznačuje se někdy prvky ironie, mnohdy se přibližuje beletristickému podání skutečnosti.

---

<sup>6</sup> ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha : NLN, 2008. s. 266. ISBN 978-80-7106-961-4

V publicistice psané se objevuje posudek, recenze a kritika. Podle Současné stylistiky<sup>7</sup> se jedná: „o útvary komunikace odborné, ale postupným uvolňováním norem odborného vyjadřování v souvislosti s popularizací odborných poznatků a úsilí o publicitu vedou k přizpůsobování těchto útvarů stylovým normám publicistickým“.

Projev, proslov, diskuze, debata a polemika jsou dalšími útvary, s nimiž se můžeme setkat v publicistice. Tyto útvary patří do publicistiky mluvené.

Již zmiňované interview probíhá formou rozhovoru, ve kterém je prostřednictvím otázek a odpovědí představena nějaká osoba a její názory.

### 2.2.1.2 Publicistický styl beletristický

Publicistický styl beletristický se vyznačuje beletrizací vyjadřování a subjektivitou. Je charakterizován humorem, alegoričností nebo emocionálností výrazu. Kromě funkce informativní a ovlivňovací má také funkci estetickou při použití prvků uměleckých.

Do tohoto stylu se přiřazuje útvar novinářský fejeton, dále sloupek, črta, medailonek a beletrizovaná reportáž. Tyto vyjmenované útvary jsou pro svou funkci a některé vlastnosti blíže k publicistickému útvaru, ale pro svou snahu po ozvláštnění a poetizaci textu se blíží k uměleckému stylu.<sup>8</sup>

Reportáž bývá častým útvarem i v časopise ABC, proto je zde uvedena bližší charakteristika. Reportáž je publicistickým útvarem, který má formu mluvenou i psanou. Podle publikace<sup>9</sup> „je reportáž svědecká výpověď“

---

<sup>7</sup> ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha : NLN, 2008. s. 268. ISBN 978-80-7106-961-4

<sup>8</sup> ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha : NLN, 2008. s. 381. ISBN 978-80-7106-961-4

<sup>9</sup> OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2002. s. 154–155. ISBN 80-7277-108-6.

*konkrétního zážitku v písemné, slyšené či vizuální podobě. Spojuje v sobě aktuální informační a názorovou složku, vychází z bezprostředně nezvyklé situace, již byl autor většinou osobně přítomen. Reportér pozoruje a popisuje, hledá souvislosti příběhu, děj ztvárňuje prostřednictvím jednajících osob. V reportáži jde o nejsubjektivnější podobu publicistického vyjádření, v níž existují různé kompoziční postupy. I proto je reportáž využívána zejména při konfliktních výpovědích o skutečných událostech, kdy autor musí základní faktografii získat dotazováním, hledáním či rešeršní činností. Po rozkvětu a pod konkurenčním vlivem dalších médií dnes psaná reportáž prožívá krizi, z deníků se přesunula do časopisů, a zejména do televize“.*

## **2.2.2 Jazyková stránka publicistického stylu**

Za volbou výrazových prostředků je snaha o úplnou informaci bez zaujatosti. Autorům při vytváření zpravodajských textů pomáhá modelovost vyjádření, protože je v souladu s opakujícími se situacemi, o kterých nás zpravodajská část žurnalistiky zpravuje. Za příznačné výrazové prostředky publicistického stylu se považují publicismy. Z hlediska pojmenování prezentují jedno slovo či víceslovná spojení nebo ustálené frazémy z oblasti publicistiky.

Podle Čechové<sup>10</sup> je publicistický styl založen na spisovném jazyce, ale je také významným zdrojem jeho proměn. Specifický rys publicistických projevů dotvářejí a základní funkci publicistiky pomáhají někdy uskutečnit i prostředky nespisovné, tj. slangové, profesní, apod. Užívané jazykové prostředky jsou v publicistice pevné, stereotypní, konvenční a neměnné. Jde o opakující obraty, jež se používají v podobných situacích. Tento proces se nazývá automatizace jazykového vyjadřování. Užití nových, neotřelých

---

<sup>10</sup> ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha : NLN, 2008. s. 381. ISBN 978-80-7106-961-4.



výrazových prostředků, jež upoutávají adresátovu pozornost, nazýváme aktualizace.

Z toho vyplývá, že jazykové prostředky, ač jsou relativně stálé a neměnné, vykazují neustálé změny, kdy stále přechází v proměnné a naopak. Aktualizaci mohou podléhat i prostředky už v minulosti v některých textech zautomatizované.

Prostředky, které plní funkci informativní, ale zároveň přitahující čtenářskou pozornost, dodávají jazykovému vyjádření oživení, naléhavost a emoce, se nazývají obrazná vyjádření metaforická. Kromě metafor lze sem přiřadit také přirovnání, metonymii, synekdochu, personifikaci aj.

V publicistické slovní zásobě najdeme hodně pojmenovávacích jednotek. Bývají to obvykle jednoslovná či víceslovná pojmenování. Dalšími užívanými prostředky v publicistice je množství přejatých slov, velký výskyt hodnotících adjektiv, které spolu se substantivem vytvářejí ustálená spojení, jež se mohou měnit na tzv. novinářské klišé. Dále frazeologická spojení slov s přeneseným významem. Pro ně platí určitá ustálenost a neměnnost těchto spojení. Při obvyklém užívání se rychleji automatizují, začnou ztrácet schopnost stylové činnosti a přestanou plnit i ovlivňovací funkci.

Ve všech funkčních stylech se setkáváme s parentezí, jež je chápána jako část textu neboli vsuvka. Ta nám podsouvá vedlejší informaci nebo dodatečné vysvětlení apod. Jen některé můžeme pojmenovat za parenteze specificky publicistické. Podle *Současné české stylistiky*<sup>11</sup> k nim patří parenteze vyjadřující postoj jiných. Buď adresátovi připomínají obecné, veřejné mínění nebo se dovolávají svědectví jiného pramene, a to konkrétního. K tomuto typu patří jak (někdo, něco) napsal, jak to uvedl (někdo) apod. Tyto prostředky vnášejí do stylu publicistických projevů bezprostřednost sdělení, naléhavost argumentu nebo projev oživují.

---

<sup>11</sup> ČECHOVÁ, Marie et al. *Současná česká stylistika*. Praha : ISV, 2003. 342 s. ISBN 80-8664200-3.

Jazykové prostředky charakterizující dále publicistiku, jsou vytýkácí opisy, konstrukce s nepůvodními předložkami, prostředky signalizující kontakt s adresátem, nepravé věty vedlejší, aj.

### **2.3 Jazyk dnešní mládeže**

V každé generaci se objevuje nová touha po sebevyjádření a originalitě a přizpůsobení se ke skupině vrstevníků. Mluva je ovlivněna věkem, zájmy i životním stylem. Pro slovní zásobu mladých lidí jsou charakteristické slangové výrazy, které se používají v neformální komunikaci, proto je tato mluva pro straší generaci někdy i naprosto nesrozumitelná. Podle článku *Nekonvenční čeština mladých*<sup>12</sup> je mluva mládeže netradiční, expresivní a velmi pestrá. Hýří nejrůznějšími obraznými pojmenováními, jazykovými hříčkami, nápaditými obměnami, přesmyčkami, zkracováním, zdrobňováním.

Jinou mluvu užívají žáci na základní škole, jinou studenti učilišť nebo studenti vysokých škol. Mladí více užívají nadávky, vulgarismy, přičemž žáci základních škol a odborných učilišť v průměru více než dívky nebo studenti gymnázií. „Z výsledků celorepublikového průzkumu mluvy žáků ve věku 12-16 let, kterého se v roce 2005 zúčastnilo na 27 000 žáků a jehož odborným garantem byl Ústav pro jazyk český AV ČR, se podařilo získat 600 000 různých výrazů, které se objevují v mluvě českých školáků. Z průzkumu např. vyplynulo, že po celé republice vyjadřují školáci přízeň, obdiv a uznání nejčastěji vyjádřením *seš dobrej, seš hustej*. Dále je nejoblíbenější slovo *borec a frajer*“<sup>13</sup>.

V různých komunikačních situacích je užívána různá slovní zásoba, je to např. školský slang (*nabiflovat, našprtat, bižule*), slova inspirovaná cizími

---

<sup>12</sup> PRAVDOVÁ, M. *Nekonvenční čeština mladých*. In : *O češtině*. Praha : Česká televize, 2007. s. 84–89. ISBN 978-80-85005-83-7

<sup>13</sup> Tamtéž, s. 86.

jazyky, zvláště z angličtiny (*cool, free*), inspirace z některých filmů, mnoho výrazů se také týká práce s počítačem, kde se objevuje i řada neologismů ze světa počítačových her (*damesky, noťas, surfovat*). Své výrazy má také současná mládež napříč hudebními žánry. Odlišnost výrazu souvisí s jiným stylem hudby. Bohaté je také výrazivo související s konzumací návykových látek, jako je alkohol a drogy (například *tráva, joint, špek, halušky, sjetej*).

Mnohdy z těchto výše popsaných neologismů je poplatná své době, některé časem zaniknou, jiné se dokáží držet léta. Je však patrné, že se v mluvě mladých lze setkat kromě četných vulgarismů i se značnou mírou kreativity, vtipu a nadsázky.

## **2.4 Jazyk techniky**

Technické výrazy jsou důležitou součástí časopisu ABC, protože od počátku svého působení na trhu se zaměřoval hlavně na techniku. Jazykové prostředky se musely přizpůsobit mladým čtenářům tak, aby odbornost v technice byla srozumitelná pro mladé čtenáře. Protože i technika se přizpůsobuje moderní době, musí se jí přizpůsobit jazyk.

Z výše uvedených skutečností vyplývá, že časopisy se také musí jazyku přizpůsobovat. O snaze vydavatelů hovoří i přizpůsobení odbornějších časopisů čtenáři tak, aby pro něj byl nejenom naučný, ale i zábavný.

## 2.4.1 Popularizace v dnešních časopisech

V článku Jak popularizovat vědu se píše, že: „výsledky vědeckých výzkumů, tak jak je formulují příslušní odborníci, mají, zejména ve vědách přírodních, často složitou a pro nespécialistu těžko pochopitelnou podobu. Je proto potřebné a žádoucí tyto poznatky popularizovat, tedy podat jejich výklad způsobem obecněji přístupným“<sup>14</sup>. Musí se také rozlišit, komu jsou vědecké poznatky a objevy určeny. Existuje proto tzv. popularizační pyramida. Na jejím vrcholu stojí práce specialistů či odborníků, které jsou určené taktéž odborníkům stejného nebo příbuzného oboru. O úroveň níž jsou práce popularizační, které se obracejí ke školeným zájemcům z jiných oborů. K časopisům takto orientovaným patří například Vesmír, Svět poznání, 100+1 určený mládeži. Na nejspodnějším stupni pyramidy se umísťují články, které můžeme nalézt v populárních časopisech. Články jsou určené laickému čtenáři. Tvůrci těchto článků jsou spíše neodborní publicisté či novináři.

Autoři, kteří píší populárně odborné články by se neměli bát, že zjednodušením výkladu se znehodnotí vědecký poznatek. Naopak nahrazením odbornějších termínů za méně specializované se přiblíží právě čtenáři projevujícím zájem dozvědět se o daném tématu víc. Zjednodušení výkladu může být stále dostatečně hodnověrné a nezkreslené. Daneš<sup>15</sup> ve svém článku píše, že: „v tom právě záleží jedna ze základních dovedností popularizace: povědět věc prostě a přístupně, aniž tím utrpí vlastní věcná správnost výkladu“.

Popularizátor nemusí složité vyjádření vědců rozvádět, ale spíše by ho měl zjednodušovat. Snažit se vyjádřit opisem odbornou terminologii a zajistit menší výskyt cizích slov. Zvolit poutavý a přehledný výkladový postup pro čtenáře. Na závěr článku Jak popularizovat vědu je souhrnně řečeno,

---

<sup>14</sup> DANEŠ, František. Jak popularizovat vědu. In: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha : Academia, 1996. s. 207. ISBN 200-0589-7.

<sup>15</sup> Tamtéž, s. 207.

že: „základní devízou autora popularizující literatury by mělo být: Správně pochopit podstatu a význam vědeckého poznatku a mít stále na mysli své čtenáře, tedy nikoli jen opakovat někde vyčtená slova, nýbrž zpracovat jejich smysl přístupným způsobem“<sup>16</sup>.

Jak už bylo řečeno výše, technika se vyvíjí. Do života mládeže vstupují nové technologie. Čímž je jejich slovní zásoba obohacována odbornou terminologií, již si přizpůsobují k obrazu svému. Jelikož si časopis ABC hledí současných trendů v technice, nevyhne se jazyk některých článků popularizaci. Zdrojem nových výrazových prostředků je v současné době převážně oblast počítačové techniky. Proto se následující kapitola týká počítačových výrazů ve slovní zásobě.

## 2.4.2 Počítače v jazyce mládeže

Součástí běžného života mladých, ale i dospělých se stávají počítače. Slovní zásoba počítačové komunikace je specifická. Její terminologie se kodifikuje ve slovních příručkách speciálně vytvořených pro tyto účely. Počítače dříve používali jen programátoři, matematici nebo designéři, ale s postupným rozšiřováním do každé oblasti společnosti se dostaly i k jiným uživatelům. Jazyková komunikace se musela nové slovní zásobě přizpůsobit.

I. Bozděchová definuje komunikační situace v počítačové sféře následovně: „komunikace převážně verbální, jazyková mezi uživateli počítačů, tj. psané i mluvené texty o počítačích, které nevyužívají počítač jen jako textový editor. Dále komunikace multimediální probíhající prostřednictvím počítačů, patří sem e-mail a veškeré postupy zpracované počítačem, které nevyužívají počítač jen jako textový editor. Poslední komunikační situací je komunikace umělá mezi uživatelem a počítačem. Přísluší sem počítačový

---

<sup>16</sup> DANĚŠ, František. Jak popularizovat vědu. In: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha : Academia, 1996. s. 209. ISBN 200-0589-7.

*program, programovací jazyky, grafická komunikace*“<sup>17</sup>. V této počítačové komunikaci se předpokládá, že účastníci mají nějaké počítačové znalosti. Vyskytují se v ní časté otázky a příkazy za účelem získání nebo vyměňování informací. Výskytem počítačů se v češtině objevil problém terminologický. Počítače k nám přišly z oblasti anglosaské, tudíž mnohá slova jsou anglická. Například do češtiny se přejala zkratka *PC* (personal computer), a to i s anglickou výslovností. Vlastní pojmenování má čeština třeba u slova *obrazovka počítače* mimo anglického slova *computer*, dále slovo *klávesnice* vedle anglického *keyboard* apod. Většinou u specifitějších případů anglické výrazy z oblasti počítačů převládají, jedná se třeba o slovo *notebook*, *laptop*, *joystick* a další. Důvodů, proč výrazy anglické dominují je více. Jedním z nich je, že při tvoření českého slova nelze zformovat stručné slovo tak, aby mělo průhledný význam. Za další důvod je považována snaha zachovat originalitu slova pro jeho terminologičnost. Úsilí o počešťování je velké. Přidáním přípony a koncovky si čeština přisvojí anglický výraz (*click – kliknout*, *delete – dylítovat*, *reset – resetujeme*). Výrazy, jež se zcela začlenily do terminologie češtiny jsou např. *formátovat*, *editovat*, *naložovat* apod.

---

<sup>17</sup> BOZDĚCHOVÁ, Ivana. Jazyk počítačů. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha : Academia, 1997. s. 105. ISBN 80-200-0617-6.

## 2.5 Jazyk sportovní publicistiky

Témata v časopise ABC se po roce 1989 rozšířila nejenom o oblast počítačové terminologie, ale také o sportovní publicistiku, zejména tedy zahraniční sporty a kulturu. S tím souvisí nová pojmenování, zvláště cizí názvosloví, jako například anglicismy.

I. Svobodová<sup>18</sup> píše, že sportovní publicistika vznikla teprve ve 20. století. Tehdy to byly jenom otištěné výčty výsledků. S rozvojem nových sportů se začala rozvíjet i sportovní publicistika. Vznikaly reportáže, komentáře v průběhu sportovních událostí, rozhovory se sportovci apod. Postupně se sportovní publicistika stala součástí rozhlasového a televizního vysílání. Jazykový projev je specifický, protože je nepřipravený a musí reagovat na vývoj dramatičnosti, napětí a zvraty. Na druhé straně se však nevyskytují situace, které se odráží v jazykovém projevu, protože jsou regulovány určitými pravidly sportovních utkání. Jak v rozhlasovém, tak v televizním vysílání můžeme slyšet opakující se slovní spojení, například *tvrdá střela*, *standardní situace* a jiné. Jazykový projev sportovního reportéra je ztvárněn pomocí intonace, používání citoslovcí a zvolacích vět. Toto citové zaujetí by mělo být přiměřené bez výrazných emocionálních prvků, které pak působí rušivě. Ve sportovním zpravodajství je důležité dobře znát český jazyk, exponovat bohatou slovní zásobou, improvizovat, vyhýbat se stereotypům.

Více se sportovní publicistikou a výrazy z oblasti techniky budu zabývat v kapitole slovní zásoba časopisu ABC.

---

<sup>18</sup> SVOBODOVÁ, Ivana. Jazyk sportovní publicistiky. In: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha : Academia, 1996. s. 174–176. ISBN 200-0589-7.

## 3 Časopis ABC

### 3.1 Historie časopisu ABC

Časopis ABC, několik desítek let přezdívaný jako abíčko, byl pro čtenáře fenoménem. Poprvé vyšel 20. ledna 1957 pod názvem ABC s podtitulem „mladých techniků a přírodovědců“. Původně se časopis měl jmenovat „ABC vědy a techniky“. Změna názvu však přišla ještě před vydáním prvního čísla, a tak je časopis znám jako ABC mladých techniků a přírodovědců. Vznikl tedy měsíčník o třiceti dvou stranách, kde polovina stránek byla čtyřbarevná a ostatní dvoubarevné. Šéfredaktorem tehdejšího časopisu se stal Jan Čerovský, grafickou úpravu měl na starost Sláva Jílek a Mirek Luďák, o technickou část se staral Vlastislav Toman. Reklamní kampaň byla jednoduchá, ale účinná. Byl vyroben barevný leták s informací, o čem nový časopis bude. Letáky se rozeslaly do škol a pionýrských domů. Na rozšíření informací o časopise se podíleli i redaktoři, kteří pořádali besedy s dětmi. Výtisky byly prodávány volně na stáncích nebo se daly předplatit u Poštovní novinové služby. Cena výtisku byla tehdy 2 Kčs. Plánovaný náklad prvního čísla stanoven na 50 000 výtisků.<sup>19</sup>

První tři ročníky procházely řadou proměn a novinek. Vlastislav Toman<sup>20</sup> ve své knize tvrdí, že důležitou novinkou bylo zřízení rubriky pro děvčata a vymyšlení kreslené postavičky jménem trpaslík Píďa. Trpaslík Píďa byla kouzelná bytost, která psala reportáže, organizovala soutěže, komentovala zprávy a později měla i své příhody jako komiks. Čtenáři mu psali dopisy, kde se svěřovali se svými příběhy.

---

<sup>19</sup> TOMAN, Vlastislav . *Můj život s abc - abíčkem*. Praha : Ostrov, 2005. s. 5–12. ISBN 80-86289-389.

<sup>20</sup> Tamtéž, s. 15.



Dalším komiksovým autorem se stal Jaroslav Foglar, jenž začal spolupracovat s časopisem v roce 1962, kdy byl šéfredaktorem Vlastislav Toman. Foglarovou úlohou v redakci bylo psaní kreslených seriálů. První seriál napsaný rukou Jaroslava Foglara se jmenoval Kulišáci. Toman<sup>21</sup> uvádí, že to byl jediný Foglarův seriál, který se zaměřil i na dívky. Později kromě seriálu Kulišáci redigoval Foglar rubriku s názvem Kompas. Zájmové kluby, které měly vazbu na časopis se zabývaly tematikou danou režimem, tj. kosmonautikou, vesmírem, přírodou, vše dle vzoru Sovětského svazu.

V roce 1963 došlo ve vydávání časopisu ke změně. Dosud vycházel časopis podle kalendářního roku, tedy od ledna do prosince. V tomto roce se změnil na tzv. rok školní, ročník začínal v září a končil v srpnu. Tento první zkrácený ročník již obsahoval právě zmíněnou rubriku Kompas. Byla zřízena pro kluby, které do ní mohly přispívat svými plány, náměty, návody i dalšími nápady. V 10. ročníku se rubriky Kompas ujal Jan Tůma, protože Jaroslav Foglar ukončil s redakcí spolupráci. Tímto číslem skončil i Foglarův seriál Kulišáci. Toman<sup>22</sup> se zmínil o tom, že odchod Jaroslava Foglara z redakce abíčka a zánik seriálu Kulišáci neznamenal pro časopis žádnou ztrátu. Časopis měl totiž i bez seriálu Kulišáci čtenáři co nabídnout. Vedení rubriky Kompas se v pozdějších letech ještě několikrát změnilo. S každým novým vedoucím přicházely i nové nápady, které tuto rubriku obohacovaly.

V šedesátých letech se ABC proslavilo tím, že zařadilo na své stránky fotogalerii z populární série filmů Karla Maye o Vinnetouovi a Old Shatterhandovi. Podle Tomana<sup>23</sup> se prodalo přibližně 130 000 výtisků, později se pro velký zájem zvedl náklad až na 141 000 výtisků.

Časopis se ve 12. ročníku v září roku 1967 změnil na čtrnáctideník. Změna nastala nejenom pro velký zájem čtenářů, ale také kvůli větší

---

<sup>21</sup> TOMAN, Vlastislav . *Můj život s abc - abíčkem*. Praha : Ostrov, 2005. s. 49. ISBN 80-86289-389.

<sup>22</sup> Tamtéž, s. 58–59.

<sup>23</sup> Tamtéž, s. 67.

aktuálnosti a rychlejší reakci na různé události zveřejňované v časopise. Místo měsíčních třiceti dvou stránek se abíčko ztenčilo na dva šestnáctistránkové sešity, přičemž každý ještě zahrnoval osmistránkovou obálku s přílohami obsahujícími vystřihovánky a různé návody.

V roce 1968 po srpnových událostech postihly četné časopisy cenzurní zákazy, obměny zaměstnanců či zastavení činnosti časopisů. Časopis ABC tyto změny nezasáhly. Naopak tento rok přinesl abíčku řadu zlepšení. Jak uvádí Toman ve své knize: „*Když se po létech dívám na pátou stranu prvního čísla, vidím nahoře úvodník šéfredaktora s názvem Třináctému na cestu. Pohrávám si v něm trochu s představou o „13“ jako čísle plném smůly, zatímco pro nás naopak třináctý ročník přinesl řadu zlepšení – 1. ročník voněl po karafiátech (papír byl při tisku navoněn), obsah se rozrostl o románovou přílohu – román Karla Maye Mezi supy, a tzv. ABC do kapsy s povídkami, hádankami, humorem a dodnes vzpomínaným komiksem Dobrodružství Johna Cartera podle románů E. R. Burroughse*“<sup>24</sup>.

Součástí se stal také modelářský dvouměsíčník jménem Plánky a návody ABC. Čtenáři v něm našli plánky a návody s různými elektrickými modely. Vydávání samostatného dvouměsíčníku skončilo v roce 1967. Plánky a návody ABC se ještě v několika číslech objevily, ale už jen jako všitá příloha.

Velkým fenoménem se pak po mnoho ročníků stalo nové sportovní odvětví, závody tzv. minikár. ABC se zasloužilo o rozšíření tohoto sportu až na úroveň konání mistrovství republiky, z nichž některé byly odvysílány v České televizi. V dalších letech vznikly z podnětu ABC také stanice mladých techniků a přírodovědců, které začaly spolupracovat i se zahraničními vydavateli, hlavně v tehdejším Sovětském svazu a NDR.

---

<sup>24</sup> TOMAN, Vlastislav . *Můj život s abc - abíčkem*. Praha : Ostrov, 2005. s. 62. ISBN 80-86289-389.

V roce 1972 začal 17. ročník vycházet s „Děčkem“, jak byla nazývána příloha pro upoutání a nalákání čtenáře. Zvýšil se i počet stran na 40 (tj. 32 stran vnitřku a 8 stran obálky s přílohami), ale zároveň i cena na 3 Kčs. Kromě tzv. papírových děček, tedy vystřihovánek s papírovými modely, se v abíčkách objevovaly zažehlovací obtisky, klasické dřevěné tužky s potiskem ABC, zvukové nahrávky, skládací dárkové krabičky, textilní nášivky, kovové odznaky a přívěšky, pro zahrádkáře čekaly sáčky se semeny květin a mnoho dalšího. Na obálkách každého nového čísla se čtenář dozvěděl, jaké přílohy má budoucí číslo obsahovat. Speciální přílohou se v té době stal vkládaný román, ze kterého čtenář postupně získal knížku do své knihovničky ABC. V dalších letech se postupně v abíčku objevovaly různé romány, například román Rájem i peklem, Žlutý markýz od Knuda Gatzwillera nebo v 15. ročníku román o Strážcích či Kluk z irských močálů apod. Pro čtenáře vznikla v 17. ročníku dvojstrana, kam mohli zasílat své vlastní povídky. V knize *Můj život s abc–abíčkem* se píše, že „do tiráže však přibyl ještě jeden údaj, a to o významném ocenění, kterého se časopisu ABC dostalo v uplynulém roce, avšak teď – v jubilejním ročníku – stal za připomenutí. Byla to Cena Československé akademie věd za nejlepší populárně vědecké práce v tisku, rozhlasu a televizi udělená Vlastislavu Tomanovi a kolektivu redakce časopisu ABC“<sup>25</sup>. Tato cena byla udělena v roce 1975 a redakce se o tomto ocenění zmínila ve 20. ročníku (1975–1976). V září 1976 se dostalo abíčku dalšího ocenění, a to státního vyznamenání Za vynikající práci.

V 21. ročníku vznikla nová rubrika s názvem Pohledy do 21. století, kde si po přečtení článků mohli čtenáři udělat představu o tom, co je čeká v budoucnosti. Každým rokem se náklad výtisků zvyšoval. Časopisu se ve 22. ročníku vydalo kolem 200 000 exemplářů. Jubilejní dvacátý pátý ročník obsahoval titulní veršík: „Čtenáři se časem mění / ABC však zůstává / zábavu

---

<sup>25</sup> TOMAN, Vlastislav. *Můj život s abc - abíčkem*. Praha : Ostrov, 2005. s. 135. ISBN 80-86289-389.

a poučení / dvacet pět let rozdává“<sup>26</sup>. V příloze byly obrázkové školy, přírodovědný a technický atlas, modely na vystřihování a portréty významných osobností z vědy, techniky a přírody.

Kromě již zmíněných ocenění získal časopis ABC i další uznání, o kterých píše Toman<sup>27</sup>: „K státnímu vyznamenání Za vynikající práci a Zlaté medaili Pionýrské organizace Ernsta Thälmana (NDR) připojujeme zapsání do Knihy cti ÚV SSM a Čestný odznak Julia Fučíka, jež nám byly uděleny k 25. výročí“. V dalších letech získalo ábíčko ještě mnohá ocenění. Například za nejlepší grafické zpracování novin a časopisů od klubu výtvarných redaktorů Svazu novinářů. Redakce časopisu ABC konala i mnoho výstav, např. v roce 1985 modelářskou výstavu nebo o dva roky později třináctidenní výstavu, kterou navštívilo přes 15 000 lidí. Vystavovaly se tam kresby, ilustrace, modely a hračky vytvořené pro ábíčko. Probíhaly zde besedy s redaktory na různá témata o přírodě, modelářství apod. Dále pak redakce ábíčka pořádala akce pod názvem Den s ABC třeba v pražské zoo.

Ve dvaatřicátém ročníku byla zavedena rubrika pro děvčata s názvem Abeceda šikovných děvčat. Původně se tato rubrika nazývala ABC pro děvčata nebo Z kuchyně dívčích přání. Nejenom tato rubrika byla pro dívky. Časopis ABC obsahoval i jiné zajímavosti, jež mohly zajímat slečny. Určeny jim byly například některé z lepených papírových modelů, jako pokojíčky nebo nábytek. Dívky dále mohly upoutat předměty jako hlavolamy, různé hry, ale i články o přírodě apod. V komiksech měly také své dívčí hrdinky.

V ábíčku vycházelo mnoho kreslených seriálů. Jak už bylo výše zmíněno, prvním takovým kresleným příběhem byli Kulišáci od Jaroslava Foglara. Největším kresleným seriálem, který v ábíčku vycházel, byli Strážci. Komiksovou éru v časopise ABC popisuje Toman následovně: „Když pominu časopisy pro mladší děti, kde byly povětšinou veselé komiksy, pak to bylo ABC,

---

<sup>26</sup> TOMAN, Vlastislav. *Můj život s abc - abíčkem*. Praha : Ostrov, 2005. s. 140. ISBN 80-86289-389.

<sup>27</sup> Tamtéž, s. 140.

*kde se kreslený seriál usadil takříkajíc natrvalo (...) Řekl bych však, že dominantní pozici v druhé polovině dvacátého století si vytvořil náš časopis ABC. Jen za mé pětatřicetileté éry jsme otiskly padesát osm původních českých komiksů, z nichž sedm napsali naši autoři na motivy románů zahraničních autorů a jednoho Čecha“<sup>28</sup>.*

Po roce 1989 měl časopis ABC náklad přibližně 350 000 výtisků. Z tiráže zmizel vydavatel ÚR PO SSM, nahrazen byl vydavatelstvím a nakladatelstvím Mladá fronta. Pro modeláře vznikly třeba letecké návody podávané formou kreslených příběhů. Dále tam bylo stále mnoho článků, reportáží apod. Po roce 1989 došlo k výraznějšímu zdražení.

Ve světě tou dobou byla hitem panenka Barbie, a proto se časopis ABC ve spolupráci s firmou Mattel a pražským obchodním domem Kotva rozhodl, vyhlásit velkou soutěž nazvanou „redakční uragán jménem barbie“<sup>29</sup>. Soutěžilo se o nejkrásnější kreslený návrh oblečení a ušitý obleček pro Barbie. Byla to první velká soutěž časopisu ABC určená spíše pro dívky. ABC dával šanci také mladým literátům, kterým otiskoval povídky.

Časopis ABC mladých techniků a přírodovědců se přejmenoval na ABC – časopis nové generace 21. století. V roce 2003 došlo i ke změně tradičního loga na modernější, počítačově upravené logo. Změnil se i rozsah a obsah rubrik. Více o současném časopisu ABC je uvedeno níže v kapitole s názvem Charakteristika dnešního časopisu ABC.

---

<sup>28</sup> TOMAN, Vlastislav . *Můj život s abc - abíčkem*. Praha : Ostrov, 2005. s. 164. ISBN 80-86289-389.

<sup>29</sup> Tamtéž, s. 188.

### 3.2 Charakteristika dnešního časopisu ABC

*ABC časopis generace 21. století* se zaměřuje na děti a mládež. Časopis je zábavně naučný čtrnáctideník pro chlapce a děvčata. Nabízí zajímavé informace ze světa techniky, počítačů, přírody a sportu. K jeho oblíbeným součástem patří rozmanité soutěže, hry, modely, samolepky a vystřihovánky. ABC se dnes označuje jako časopis generace 21. století, přestože působí na trhu už od roku 1957. K 22. lednu 2002 se přestal užívat název ABC mladých techniků a přírodovědců. Do roku 1994 ho vydávala Ústřední rada Pionýrské organizace SSM v Mladé frontě. Od tohoto data jej vydává Ringier ČR, a.s. Unie vydavatelů ocenila v roce 2008 již potřetí za sebou kvalitu ABC a udělila časopisu opět první místo a titul Časopis roku v kategorii Časopis pro mládež.<sup>30</sup>

Čtrnáctideník vychází každé druhé pondělí. Nynějším šéfredaktorem časopisu je Zdeněk Ležák. Cena je v roce 2010 stanovena na 43 Kč, pokud se stanete předplatitelem, vyjde jedno číslo na 36 Kč.

Na internetových stránkách dostupných na adrese [www.iabc.cz](http://www.iabc.cz) si můžete prohlédnout archiv vydaných čísel od roku 1999 do roku 2010. V sekci zábava naleznete informace o videohráčích, filmech, melodie a loga pro mobil. Pro pobavení si můžete zahrát online hry nebo zhlédnout zábavné video. Další sekce je nazvána technika, z ní se dovídáme například o nových objevech techniky. Dalším obsáhlým tématem je příroda a odhalování nových informací o počasí, vesmíru, ze světa zvířat, lidí a mnoho dalšího. I fanoušci sportu si přijdou na své. Naleznou zde články o sportovních událostech či rozhovory se sportovci. Na stránkách dále najdete návody na sestavení 3D modelů. Nechybí zde ani soutěže a komiksy. Vše, co objevíte na těchto stránkách, vyšlo v některém z tištěných vydání časopisů ABC.

---

<sup>30</sup> Ringier.cz [online]. 2009 [cit. 2010-04-15]. ABC. Dostupné z WWW: <<http://www.ringier.cz/clanek/44/abc>>.

## 4 Analýza jazyka časopisu ABC

Jako předmět jazykového rozboru jsem zvolila čtyři čísla časopisu ABC z let 1988, 1997, 2009, 2010. Jejich výběr je náhodný. Časopis z roku 33/1988 budu označovat číslem (1), časopis z let 8/1997 číslem (2), časopis z roku 23/2009 číslem (3) a časopis z roku 1/2010 číslem (4).

### 4.1 Morfologická rovina

V časopise ABC se užívají spisovné morfologické prostředky. Pokud se objeví nějaký nespisovný tvar, nalezneme ho spíše jen v rozhovorech, kde se vyskytuje přímá řeč. Podle K. Kadlecové<sup>31</sup> je nespisovnost definována jako užití prostředků existujících mimo rámec kodifikace. Nespisovnost se objevuje jako prostředek vtupu, za účelem zvýšení autenticity, věrohodnosti přímé řeči, přiblížení jazyka časopisu běžné mluvě čtenářů nebo za účelem aktualizace daného výrazu. Tím máme myslí například jevy časté v časopisech pro mládež: výskyt zakončení sloves se spisovně hovorovou koncovkou –m namísto –me (1.os. pl. přítomnosti) nebo u adjektiv –ý namísto spisovného –é. Tohoto prostředku charakterizujícího běžnou komunikaci časopis spíše nevyužívá. Duálová koncovka –ama je sjednocena podle spisovné normy. Neobjevila se ani diftongizace –ý v –ej, což je oblíbený jev v mluvě mládeže. Pravopisné chyby se ve zkoumaných časopisech neobjevily žádné. Časopis tedy udržuje spisovnou podobu jazyka.

---

<sup>31</sup> KADLECOVÁ, Kateřina. *Ženské časopisy pro prokročilé : literární interpretace a kritická analýza diskurzu měsíčníku Marianne*. Liberec : Bor, 2006. s 50. ISBN 80-86807-25-8.

## 4.2 Syntaktická rovina

Ve sledovaných časopisech nedochází k syntaktickým chybám, například k anakolutům (tj. vyšinití z větné konstrukce), kontaminaci (směšování vazeb), nevyužívá se ani elipsy (výpustky).

Podle K. Kadlecové<sup>32</sup> se v dívčích časopisech za oznamovacími větami objevují spíše než tečky vykřičníky, otazníky jsou pak časté zejména v řečnických otázkách. Časopis ABC se vyhýbá využívání interpunkce ke zvýšení expresivity, jako je tomu ve většině současných časopisů pro mládež.

Časopis 33/1988 vyniká častým užíváním rozvitých souvětí. Např. *Jenže když z nich Ones navinul cívky k elektromagnetům, aby vyvíjely velkou sílu i bez účtu za spotřebovanou energii, při každém zvýšení proudu nad určitou mez (dnes jí říkáme kritická indukce) se supravodivost naráz ztratila a cívka s vysokým odporem shořela.*

Novější podoba časopisu zahrnuje i změnu v užívání dlouhých a složitých větných celků. V článcích se nejčastěji objevují věty jednoduché nebo krátká souvětí. Také se ve sledovaných číslech nevyskytovalo nadměrné užití deixe ve srovnání s ostatními periodiky uvedenými v kapitole *Srovnání s příbuznými časopisy*.

V ABC 1/2010 se objevily řečnické otázky typu *koho by to napadlo? Nebo a k čemu je to dobré?*

Trpný rod, charakteristický pro odborný styl, je oblíbený ve většině sledovaných čísel z různých období působnosti ABC, například zvrtné pasivum *uvažuje se* o vysílání minirobotů k cizím planetám (1/2010). V ábíčku z 8/1997 je například opisné pasivum věta *prostory trupu jsou provedeny dokonale* či *díly jsou dokonale vylisovány*. Opisné pasivum je v odborných článcích používáno častěji než zvrtné pasivum.

---

<sup>32</sup> KADLECOVÁ, Kateřina. *Dívky a girls podle českých dívčích časopisů : jazyk, ideologie, publikum a jeho přístup*. Liberec : Bor, 2007. s 46. ISBN 978-80-86807-57-7.



Kontaktové prostředky (zde je míněno oslovení čtenářů) se objevily v abíčce z let 1988, kde šéfredaktor oslovuje své čtenáře *Ahoj děvčata a chlapi*. V ostatních třech abíčkách se objevuje jen pozdrav *ahoj*.

### **4.3 Lexikální rovina**

#### **4.3.1 Slovní zásoba a styl**

V této kapitole se budu zabývat lexikální rovinou časopisu ABC neboli jeho slovní zásobou. Podle P. Hausera<sup>33</sup> můžeme slovní zásobu chápat jako souhrn všech slov v určitém jazyce. Obvykle se myslí slovní zásoba současného jazyka, kterou tvoří všechna slova dosud užívaná. Jak už jsem zmínila výše je slovník časopisu ABC spíše spisovný než nespisovný.

K. Kadlecová<sup>34</sup> uvádí ve své publikaci sedm skupin, do nichž lze přehledně rozdělit užitá výrazové prostředky, které nejsou stylově neutrální. Použitá slova v ABC uvedu v původních nezměněných slovních tvarech a zařadím do jedné ze šesti skupin, jež jsem převzala.

#### **Archaismy a neologismy**

1. skupinou je opozice na ose časové, zařazují se sem archaismy a neologismy.

Neologismy jsou nová pojmenování či nová slova, která se teprve dostávají do užívání. Po rozšíření ztratí příznak novosti. P. Hauser<sup>35</sup> říká, že: „*neologismy se často objevují ve vrstvě slov odborných a také v projevech*

---

<sup>33</sup> HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. 49 s. ISBN 80-210-1286-2.

<sup>34</sup> KADLECOVÁ, Kateřina. *Ženské časopisy pro prokročilé : literární interpretace a kritická analýza diskurzu měsíčníku Marianne*. Liberec : Bor, 2006. s 52–55. ISBN 80-86807-25-8.

<sup>35</sup> HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. s.12. ISBN 80-210-1286-2.

*publicistických. Právě prostřednictvím sdělovacích prostředků se rychle rozšiřují“*. Publikace<sup>36</sup> rozděluje nová pojmenování na základě vznikajících pojmenovacích postupů na přejímání, kalkování, víceslovné pojmenování, odvozování, skládání nebo zkracování.

Archaismy jsou naopak slova stará, v současném jazyce nepříliš užívaná. Jsou vytlačovány běžnými synonymy z používání.

### ***Neologismus***

(1) – 0

(2) – 0

(3) – tuning

(4) – vyplétač, videohry, rider, webkamera, fotomobil, PC hra, experimentátor

### ***Archaismus***

(1) – škamnách

(2) – 0

(3) – 0

(4) – 0

### **Shrnutí**

Větší počet neologismů lze pozorovat u čísel z posledních let. Souvisejí s tendencí k počešťování cizích výrazů a s aktualizací slovní zásoby v různých oblastech vědy či zábavy.

Archaické prvky se objevily v nejstarším čísle, neboť jak bylo uvedeno výše, dnes se spíše nevyužívají a ustupují novějším slovům.

---

<sup>36</sup> MARTINCOVÁ, Olga . *Nová slova v češtině : slovník neologizmů*. 2. Praha : Academia, 2004. s 15. ISBN 80-200-1168-4.

## **Regionalismy a dialektismy**

2. skupinou je opozice na ose místní, patří sem regionalismy a dialektismy.

Regionalismy jsou podle P. Hausera<sup>37</sup> slova oblastní užitá na širším území. Dialektismy jsou slova nářeční. Z nářečního okruhu se některá z nich dostávají do spisovnosti, obvykle jako prostředek charakterizační v uměleckém stylu.

## ***Regionalismy a dialektismy***

(1) – 0; 0

(2) – 0; 0

(3) – 0; 0

(4) – 0; 0

## **Shrnutí**

Ani v jednom ze čtyř zkoumaných časopisů se nepodařilo nalézt žádný regionalismus nebo dialektismus. Redaktoři či redaktorky používají češtinu, která je srozumitelná všem čtenářům v České republice. K používání regionalismů a dialektismů nejspíše nedochází proto, že mnoho čtenářů by těmito prvky dialektu nemuselo porozumět.

## **Slang a argot**

3. skupinou je osa sociální stratifikace, přiřazují se sem slang a argot.

Slang je v Hauserově publikaci<sup>38</sup> definován jako nespisovná slovní zásoba společenských skupin profesionálních nebo zájmových týkající se jejich specifické činnosti. Některé slangy mají dlouholetou tradici, například studentský, u kterého se i nadále výrazivo rozrůstá. Jiné slangy vznikají nově,

---

<sup>37</sup> HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. s. 9. ISBN 80-210-1286-2.

<sup>38</sup> Tamtéž, s. 9–10.

například u různých sportů. Argot jsou slova vzniklá za účelem utajení pravého významu sdělení užívaná nižší společenskou třídou, například zloději.

### ***Slang***

(1) – 0

(2) – 0

(3) – sport'ák

(4) – kanár, angličák, kámoš, úlet

### ***Argot***

(1) – 0

(2) – 0

(3) – 0

(4) - 0

### **Shrnutí**

Slangové výrazy v prvních dvou ábíčkách nebyly nalezeny. Ve třetím se vyskytl výraz *sport'ák*, jedná se o sportovní automobil, pochází z motoristického slangu. Ve čtvrtém prohlédnutém časopise se objevil sportovní slang, a to slang tenisový. Další uvedený výraz *angličák*, pod nímž si představíme zmenšený model automobilu, pochází z technického slangu. Slovo *kámoš* pochází ze slova kamarád. Výraz *úlet* se řadí do slangu mládeže.

Výrazy z oblasti argotu se ani v jednom z čísel neobjevily.

### **Hovorovost a knižnost**

4. skupinou je osa hovorovosti a knižnosti.

Slova hovorová se vyskytují v běžné mluvě. Slova knižní ve vrstvě spisovné, ovšem obvykle se již nepoužívají. Objevují se spíše v literatuře nebo v mluvených slavnostních projevech.

### ***Hovorovost***

- (1) – kluci
- (2) – 0
- (3) – parťák, brňák
- (4) – fandil, fakt

### ***Knižnost***

- (1) – neboť, již, má-li, takřka, střemhlav, kdežto, postrádajíc, onak, píšeme-li, jest, několikrátě
- (2) – neboť, již, mnohde
- (3) – 0
- (4) – blankytně, ač

### **Shrnutí**

Ani prvky hovorové češtiny nebyly v případě čísla z roku 1997 nalezeny. V ostatních číslech se často hovorové výrazy používaly v souvislosti s expresivním vyjádřením postoje autora k uvedenému textu. V několika případech jde o slova vzniklá univerbizací.

Často se v ábíčkách opakují knižní výrazy typu *již, neboť*. Ostatní výrazy se vyskytly pouze v jednom případě. Knižnost je v časopise za účelem větší funkce expresivity.

### **Pojmovost a expresivnost**

5. skupinou je osa pojmovost a expresivnost, řadí se sem expresiva, vulgarismy, deminutiva.

P. Hauser<sup>39</sup> uvádí, že: „*podle přítomnosti citového příznaku vyčleňujeme ve slovní zásobě zvláštní vrstvu slov citových neboli expresivních. Citová*

---

<sup>39</sup> HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. s. 12. ISBN 80-210-1286-2.

slova se tímto příznakem liší od slov neutrálních. Podle kvality je citový příznak kladný nebo záporný. Kladný příznak mají například eufemismy, slova nahrazující a zjemňující nepříjemné a nevhodné výraz“. Deminutiva jsou slova zdrobnělá. Dále sem řadíme slova familiární, používaná v důvěrném styku, hypokoristika neboli domácí obměny jmen nebo dětská slova užívaná dospělými osobami při mluvě s dětmi. Záporný příznak mají slova zhrubělá, vulgární (sprostá slova), depreciativa (hanlivá) a dysfemismy, slova mající zveličelý a pohoršující charakter. Patří sem i některá slova zveličelá neboli augmentativa a intenzifikace (superlativizace), to jsou slova nebo slovní spojení popisující nejvyšší míru vlastnosti.

### ***Expresiva***

- (1) – superpočítač
- (2) – bohužel
- (3) – hrůzostrašné, auťák, superatlet
- (4) – nadupaní, super, úžasný, fenomenální

### ***Vulgarismy***

- (1) – 0
- (2) – 0
- (3) – 0
- (4) – 0

### ***Deminutiva***

- (1) – 0
- (2) – 0
- (3) – mazlíčky, děťátko, klídek
- (4) – akcičku, frajeřínek, chlapík, hošík, fórky

### ***Depreciativa***

- (1) – 0
- (2) – 0
- (3) – břídil
- (4) – hubeňour

Do této kategorie lze zařadit také složeniny vznikající spojením adverbia/adjektiva se substantivem, kde nespisovná první část složeniny nahrazují delší vazbu (největší + svačina = megasvačina, 23/2009).

### **Shrnutí**

Ani v jednom z prostudovaných čísel se neobjevila slova familiární. Ve druhém čísle se objevilo hypokoristické slovo *maminka*. Redaktoři či redaktorky se v ábíčku podepisují buď rodným jménem a příjmením, nebo křestním jménem bez užívání přezdívek. Neprojevuje se tedy snaha o navázání důvěrných až familiárních vztahů mezi mluvčím a adresátem. Dětská slova se nevyskytují, neboť nejsou součástí slovní zásoby cílové skupiny časopisu ABC. Slova zhrubělá ani vulgární by neměla patřit do slovníku čtenářů ábíčka, proto se jim redaktoři vyhýbají a nahrazují je expresivními výrazy bez příznaku vulgárnosti. Expresiva se nejčastěji vyskytují v rozhovorech a reportážích, kde jimi redaktoři záměrně upozorňují na poutavé téma. Deminutiva v časopisech ABC nemají primárně ironický či parodující význam jako je tomu ve většině časopisů pro mládež. Často jsou používána pro explicitní pojmenování zmenšeniny.

Smajlík (ze slova smile – úsměv) se skládá z dvojteček, pomlček, písmen nebo závorek. Smajlík je považován za expresivní neverbální znak ukazující emoce, například smutek, radost apod. Smajlíci ve třech ábíčkách nebyly nalezeny. Redaktoři či redaktorky nemají potřebu popisovat emoce za

pomocí neverbálního znaku. V ABC 1/2010 se vyskytl jeden smajlík v úvodníku bývalého šéfredaktora Pavla Šafra.

### **Slova básnická a termíny**

6. skupinou je osa funkční, patří sem slova básnická a termíny.

Slova básnická jsou příznačná pro umělecký styl, objevují se především v poezii. Podle Hauserovy studie<sup>40</sup> se v odborné stylové oblasti užívá slov s přesným významem. Tato slova se nazývají termíny nebo odborná slova. Každý vědní obor má svůj soubor termínů. Souhrn všech těchto termínů se nazývá odborné názvosloví neboli terminologie.

*Slova básnická* jsou uvedena v kapitole Lexikální prvky uměleckého stylu.

### ***Termíny***

- (1) – trimetalická, dehet
- (2) – titanových slitin, drenáž, transformáty, inventory
- (3) – GPRS, HSDPA, WiFi (zkratky odborných názvů)
- (4) – PDA, WiFi, GPS modul, OS Symbian (zkratky odborných názvů), ultrazvukových vln, MPIX rozlišení, nanorobot, nanity, ocelo-karbonové

### **Shrnutí**

Pro časopis jsou stěžejní odbornost a věcnost, proto se ve zmiňovaných číslech často vyskytovaly termíny či zkratky odborných názvů.

---

<sup>40</sup> HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. s. 10–11. ISBN 80-210-1286-2.



## Anglicismy

V současných časopisech pro mládež se objevují také cizí slova, zejména anglicismy. Anglicismus je jazykový prvek přejatý z angličtiny do jiného jazyka nebo podle angličtiny v něm vytvořené<sup>41</sup>. P. Hauser píše, že: „součástí jazykové výchovy je pěstování náležitého vztahu k cizím slovům v jazyce. Řada cizích slov je shodná v evropských jazycích např. telefon, rádio, sport. Mnohá z nich jsou odborné názvy: izotop. Dokládá to internacionální povahu vědy. U cizích slov je zde však otázka skloňování a výslovnosti“<sup>42</sup>.

V zápise přejatých slov, zde z anglického jazyka, se buď jejich forma ponechává v původní podobě, nebo mohou být transkribovaná podle výslovnosti. Dále se mohou anglicismy skloňovat podle české gramatiky.

### a) Anglicismy ponechány v původním tvaru:

(1)

*Go play* – vyzývá ke hře

*Joystick* – vnější zařízení, používané k interakci s počítačem

(2)

*Design, Playboy, Fun*

(3)

*Imagine cup* – celosvětová technologická soutěž určená pro studenty středních a vysokých škol. Tento výraz zvyšuje prestiž a kosmopolitnost.

---

<sup>41</sup> KRAUS, Jiří . *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Praha : Academia, 2005. s. 53. ISBN 80-200-1351-2.

<sup>42</sup> HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. s. 10–11. ISBN 80-210-1286-2.

*Robotics and Algorithm* – Roboti a algoritmy je název jedné z kategorií výše zmíněné soutěže. Název uveden v angličtině proto, že se tak oficiálně tato kategorie jmenuje.

*Sound* – zvuk

*Soundtrack* – zvukový doprovod

*Facebook, Twitter, My space* – sociální síť na internetu.

*Sorry* – výraz pro omluvu.

(4)

*Horsfeathers Pleasure Jam* – soutěž ve snowboardingu konaná v Rakousku.

*ATP* – zkratka z angličtiny pro Association of Tennis Professionals.

*Czech Davis cup team* – Český daviscupový tým. Jedná se o reprezentační tým v tenise.

*CD, DVD* – zkratky pro externí nosiče dat.

*Web, Fingerpark*

### **b) anglicismy přizpůsobené flektivní češtině**

(1) – 0

(2) – 0

(3) – 0

(4)

*Slopestylové* – adjektivum ze sportovního prostředí.

*Kickerů, Stickerky, Wallridu, kickerům, druftingů, skatu* – substantiva ze sportovního prostředí.

*Backflipy, doublefrontflipy, backsidem s double corkem* – slova ze sportovní terminologie snowboardingu.

*Fingerboardy*- zmenšenina skateboardu.

*Breaková, dubstepová, hip-hopová* – adjektiva z hudební oblasti.

*Turntableista* – výraz pro osobu, tvořící hudební kulisu pomocí přehrávače gramofonových desek.

*Sety, Samplů, Releasy, Labely* – výrazy z hudební oblasti

*Mailu, designéra*

### **c)Anglicismy transkribované dle výslovnosti**

(1) – *Skener*

(2) – 0

(3) – 0

(4) – *Diskžokejem*

### **Shrnutí**

Slova cizího původu se ve zkoumaných výtiscích objevují četně. Někdy je užití cizího slova nevyhnutelné, například u cizích sportů nebo v technice, ovšem v mnoha případech lze použít český ekvivalent. Přílišné používání cizích slov by mohlo vést ke zhoršení srozumitelnosti pro čtenáře, zvláště v případě neznalosti cizího jazyka. Časopisy pro mládež, ábíčko nevyjímaje, se snaží o internacionalizaci společenství. V ábíčku se hojně využívá anglicismů ze světa sportu, techniky, počítačů i hudby. V posledních letech je snaha o přizpůsobení se jazyku mládeže patrnější. Díky mediím pronikají cizí slova do mluvy teenagerů stále častěji, proto i takové časopisy jako je ABC musí svůj jazyk aktualizovat, pokud chtějí psát o populárních tématech.

## Lexikální prvky uměleckého stylu

K. Kadlecová dále definuje lexikální prvky z hlediska uměleckého stylu. Zmiňuje se, že: „prostředky z rejstříku jazyka básnického mají v publicistických textech velmi důležitou roli. Dodávají totiž publicistice na „literárnosti“ a jsou jedním z distinktivních rysů mezi publicistikou a zpravodajstvím, v němž jsou tyto prostředky podstatně méně četné“<sup>43</sup>.

Jak bylo uvedeno v podkapitole *Jazyková stránka publicistického stylu* jsou podle M. Čechové<sup>44</sup> obrazná vyjádření metaforické povahy, k nimž lze vedle tradičně chápaných metafor přiřadit také přirovnání, metonymii, synekdochu, personifikaci aj. Tato obrazná vyjádření mají za úkol upoutávat čtenářskou pozornost a dodat jazykovému projevu na působivosti a naléhavosti. V příkladech níže jsou zjištěné konkrétní prvky uměleckého stylu v časopise ABC.

**Metafora** – vzniká na základě vnější podobnosti věcí.

- (1) – pokladnice všech vědomostí, prázdniny odvál větřík
- (2) – 0
- (3) – veze se na velké vlně
- (4) – tvoří páteř týmu, příliv nových žáků, doma strhli obrovskou lavinu, vyklízí pole, sportovci to rozbilí, hudba je okořeněna, odnesl první místo

**Personifikace** – připodobňuje neživé věci nebo jevy bytostem.

- (1) – knihy jsou zranitelné a končí svůj život; učebnice doplácí na nešetrné ruce; počítač zamrkal displejem

---

<sup>43</sup> KADLECOVÁ, Kateřina. *Ženské časopisy pro prokročilé : literární interpretace a kritická analýza diskurzu měsíčníku Marianne*. Liberec : Bor, 2006. s 56–59. ISBN 80-86807-25-8.

<sup>44</sup> ČECHOVÁ, Marie et al. *Současná česká stylistika*. Praha : ISV, 2003. s. 214. ISBN 80-8664200-3.

(2) – 0

(3) – přišly pocity; počítače berou čas, pomohlo štěstí

(4) – auto rozevřelo svá víčka, aby odhalilo namodralé světlometry

**Synekdocha** – přenesení pojmenování části na celek a obráceně celku za část<sup>45</sup>.

(1) – 0

(2) – 0

(3) – mohu soupeřit se světovou konkurencí, zelenožluté dresy proběhly cílovou páskou

(4) – reprezentující naše barvy

**Frazém** – ustálené víceslovné, obrazné spojení, často expresivní celistvé pojmenování. Frazéologie se člení na přirovnání, frazémy větné (patří sem i obraty neobrazné) a nevětné<sup>46</sup>.

(1) – pikantní historie, řve jako tygr

(2) – 0

(3) – brousit si zuby

(4) – stálo to za to, jít s kůží na trh, ve dvou se to lépe táhne, ostrým jako harpuna, jako vosy na med, obloha jako vymetená

**Hyperbola** – nadnesené, nadsazené, přehnané označení skutečnosti<sup>47</sup>.

(1) – 0

(2) – 0

(3) – počítačová galaxie

---

<sup>45</sup> HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. s. 15. ISBN 80-210-1286-2.

<sup>46</sup> ČECHOVÁ, Marie. *Čeština - řeč a jazyk*. Praha : ISV, 2000. s 66–67. ISBN 80-85866-579.

<sup>47</sup> ČECHOVÁ, Marie. *Čeština - řeč a jazyk*. Praha : ISV, 2000. s 64. ISBN 80-85866-57-9.

(4) – jedna z monstrózních akcí; v pěkně ostré konkurenci; paprsky se ve vteřině měnily v těžká bouřková mračna

### **Shrnutí**

Dle uvedených příkladů je zřejmé, že časopis básnický jazyk příliš nevyužívá. Nejčastěji se metafory či frazémy vyskytují v zábavných článcích o sportu či nových technologiích. Použitím hyperbolizačních výrazů se zvyšuje zájem čtenáře o uvedené téma.

## 5 Srovnání s příbuznými časopisy

Tato kapitola se věnuje komparaci dvou různých periodik s časopisem ABC. Jedná se o časopisy s podobnou tematikou. Zaměřují se na mladé čtenáře se zájmem o moderní techniku, vesmír, přírodu apod. Z hlediska jazykové stránky se uvedené časopisy podobají výběrem jazykových prostředků. Tato periodika se vyhýbají nespisovným výrazům a snaží se především o informativnost a objektivitu sdělovaných skutečností.

### **5.1 21. století Junior**

Časopis 21. století Junior s podnázvem nejzábavnější vědeckotechnický časopis pro děti je určený pro zvědavé děti ve věku sedmi až čtrnácti let. Vychází každý měsíc od května 2006. Nabízí dětem možnost dozvědět se zajímavosti ze světa vědy, techniky, astronomie, přírody nebo historie. Dětskému čtenáři je vše podáváno srozumitelnou a zábavnou formou. Jeho oblíbenou přílohou jsou dárky, a to velkoformátový plakát a vystřihovánky. Cena výtisku je 69,90 Kč, pokud zvolíte předplatné vyjde číslo na 65 Kč. Měsíčník o šedesáti čtyřech stranách se čtyřstránkovou obálkou, jehož formát je 210 x 297 mm. Časopis má tištěný náklad kolem 39 400 výtisků. Vychází ve vydavatelství RF Hobby. Nynějším šéfredaktorem je Zdeněk Ležák. Texty i grafika působí velice dynamicky a pestře na čtenáře.

### 5.1.1 Jazyková rovina

V této podkapitole analyzuji časopis Junior 21. století (7/2010) v rovině morfologické, syntaktické a lexikální.

Časopis 21. století Junior se snaží dodržovat spisovné morfologické prostředky. Zachovává spisovnou podobu jazyka. Pokud zvolí ojediněle obecnou češtinu chtějí více zaujmout čtenáře, ale spíše se snaží informovat a poučovat ve spisovné češtině.

V syntaktické rovině se velmi často užívá kontaktních prostředků jako oslovení v 2.os.sg. u sloves, například *budeš, nemůžeš, bys dostal, dozvíš se, představ si*. Časopis se snaží využitím těchto sloves ve větách apelovat na čtenáře. Dále se objevují přivlastňovací a osobní zájmena *tě, ti, vás, tvůj* nebo citoslovce subjektivní *hurá*, kontaktní *ahoj, bacha*. Časopis užívá velké množství otazníků k interogativní komunikační funkci, kde redaktoři položí otázku, na kterou si poté odpoví. V článcích se objevují jednoduché věty nebo krátká souvětí. Dochází k přechylování cizích ženských jmen, např. *Tracey Ullmanová*.

Slovní zásoba užívaná časopisem je složena spíše ze spisovných prvků, ojediněle se objevil výrazný nespisovný prvek *auťák, rejžo*. V oblasti slovo tvorby se často v časopise vyskytují univerbizovaná nebo zkracovaná slova, například *chytrák, dobrák, tryskáč, fešák, kámoš*. Zřetelná expresivita se objevila u slov *akcička, pecka*. Stejně jako v časopise ABC je zde spojení vazby adjektiva se substantivem (*největší nohy = meganohy*). Ve zkoumaném výtisku nebyly nalezeny žádná slova z oblasti deminutiv, vulgarismů, depreciativ, eufemismů a dysfemismů. Tato slova by neměla být ve slovníku čtenářů časopisu 21. století Junior, neboť je to měsíčník zaměřující se na mladší generaci, kde má převažovat funkce naučná a informativní. Redaktoři se tedy těmito slovy vyhýbají a spíše je nahrazují expresivními výrazy bez náznaku vulgarity. Nalezeny byly i výrazy z historismů (slova zastaralá), a to



*groš, tolar*. Slangové a argotické výrazy či dialekty nebyly v tomto výtisku objeveny. Dialekty se nejspíše nepoužívají proto, že jim čtenáři nemusejí porozumět. Jak tomu bylo i u *ábíčka*, zde se také objevují cizojazyčné výrazy. Vyskytují se anglicismy z oblasti počítačové techniky nebo kosmonautiky, například *Jet pack* (zařízení, které využívají budoucí kosmonauti při cvičení), *My space*, *Facebook*, *Skype* (sociální síť na internetu), *network* (sít'), *web*, *e-mail*, *laser*. Všechny nalezené anglicismy jsou ponechány v původním tvaru bez přizpůsobení flektivní češtině. Časopis se snaží používáním anglicismů o kosmopolitnost. Ve zkoumaném časopise nejsou uveřejněna jména redaktorů či redaktorek článků. Odůvodnění tohoto jevu mi není známo. Jazyk textů je dle mého názoru přístupný chápání dětí v uvedeném věku výše. Je zde patrná vyhýbavost před dlouhými texty. Některé články se vyznačují encyklopedičností.

## **5.2 VTM Science**

Český časopis ukončil vydávání ke konci kalendářního roku 2009. Byl to časopis nejvíce blížící se časopisu ABC svým obsahem. Konkurent *ábíčka* byl zaměřený na mládež, později i na dospělé. Informoval o novinkách, zajímavostech z vědy, techniky, počítačů, vesmíru a přírody z celého světa. Vycházel každý měsíc ve vydavatelství Mladá fronta od roku 1947. Název časopisu prošel mnohými změnami. První proběhla v roce 1953, kdy se změnil název z *Mladého technika* na *Věda a technika mládeži*, odtud zkratka *VTM*. Po roce 1989 opět název změněn na *Věda, technika a my*. Na podzim roku 2003 probíhá poslední změna názvu. Časopis se jmenuje *VTM Science*.

## 5.2.2 Jazyková rovina

Zde analyzuji jazykovou rovinu časopisu VTM. Na rozbor jsem si vzala zářijové číslo z roku 2009. Jazyk ve zkoumaném časopise se drží spisovné češtiny, vykazuje známky i hovorovosti. Nespisovné výrazy se objevují jen zřídka. Jejich užití v textu má spíše okrajovou funkci, většinou se jedná o zvýšení autenticity nebo přiblížení jazyka běžné mluvě čtenářů.

Přivlastňovací zájmeno *vás* se objevilo pouze v úvodníku, kde šéfredaktor odkazuje přímo ke čtenáři. Časopis do nadpisů často začleňuje řečnické otázky. V článkách se objevují spíše kratší než rozvitá souvětí. Slovník užívaný v časopise je převážně odborný s hojným výskytem termínu, například *PVC, ftalatů, DNA, iontů, aminokyselin* apod. Technické výrazy tohoto měsíčníku jsou podstatnou součástí už od začátku jeho vzniku na trhu. Časopis nevyužívá slova zhrubělá, vulgární depreciativa ani dysfemismy. Expresivní výrazy jsou použité v malé míře, například *bohužel*. Objevil se i výraz knižní *ač*. Cizojazyčné výrazy jsou ve většině případů ponechány bez přizpůsobení flektivní češtině *Facebook, British Library aj*. Lexikální prvky uměleckého stylu jako přirovnání, rčení, pořekadla apod. časopis nepoužívá, jelikož se snaží čtenáře informovat na odborné úrovni bez nadbytečné subjektivity.

## 6 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo charakterizovat jazykovou rovinu časopisu ABC, jenž se obrací především na mládež. Práce byla zaměřena na morfologickou, syntaktickou a lexikální rovinu. Ve srovnání s typickými prvky jazyka mládeže, o nichž pojednává kapitola 2.3., je zřejmé striktní dodržování odbornosti a věcnosti.

V rozboru zkoumaných textů se prokázalo dodržování spisovných morfologických prostředků, také nedocházelo k chybám syntaktickým. Pravopisné chyby se ve sledovaných číslech neobjevily žádné. Nicméně v souvislosti se změnami časopisu se vyvíjela i rovina jazyka. Novější podoba časopisu zahrnuje i změnu v užívání dlouhých a složitých větných celků, jež jsou nahrazovány ve větách jednoduchých či krátkých souvětí. Nespisovné tvary se objevily jen velmi zřídka. Několik jich bylo nalezeno v rozhovorech, v nichž je užitá přímá řeč. Výrazy hovorové či obecně české se vyskytují jako prostředek vtupu, za účelem zvýšení autenticity, přiblížení jazyka časopisu běžné mluvě čtenářů nebo k aktualizaci daného výrazu.

Analýza lexikální roviny odhalila větší výskyt odborných slov a termínů, neboť články v časopise ABC mají plnit především funkci informační a persvazivní. V hojném počtu jsou v něm také zastoupeny cizí výrazy, zejména anglicismy. V posledních letech je úsilí o asimilaci jazyka mládeže zřetelnější. Právě díky médiím proniká spousta cizích slov do mluvy dnešní mládeže. Cizojazyčné výrazy pronikají do publicistiky z různých oborů, zvláště z oblasti techniky, počítačů, sportu apod. a podílejí se na rozšiřování neologismů patřící dříve odborné terminologii. Časopisy pro mládež, nevyjímaje ábíčko, tyto tendence podporují. Mají tím vliv na vývoj mluveného jazyka mládeže, což se pak odráží ve spisovném jazyce.

V závěru praktické části byly vybrány dva časopisy s podobným tematickým zaměřením. Tato periodika se odlišují od většiny časopisů

používáním výrazových prostředků, jež zdůrazňují objektivitu a věcnost. Podobně jako ABC se nesnaží zaujmout nespisovným jazykem, který může být pro teenagery známkou atraktivity. Zpracování novějších čísel však naznačuje orientaci na různé skupiny čtenářů. Změny jsou patrné díky modernizaci grafiky i širšímu spektru témat. Primárním cílem zůstává snaha o informovanost čtenáře na odborné rovině pomocí terminologických a cizojazyčných výrazů.

Mnoho časopisů, se kterými se pravidelně setkávají mladý čtenáři ovlivňují jejich slovní zásobu negativně. Předkládají jim nespisovné výrazy, vulgarismy a přemíru superlativů. Na jazyk čtenářů se ABC snaží působit výchovně nad rámec běžných vyjadřovacích schopností, čímž se odlišuje od klasických inspiračních zdrojů jako filmy či reklama.

## Seznam použité literatury

### Primární literatura

- [1] *ABC : mladých techniků a přírodovědců*. Č. 33 (září 1988). Praha : Mladá fronta, 1988. 37 s.
- [2] *ABC : mladých techniků a přírodovědců*. Č. 8 (prosinec 1997). Praha : Ringier ČR, 1997. 37 s. ISSN 0322-9580.
- [3] *ABC časopis generace 21. století*. Č. 23 (listopad 2009). Praha : Ringier ČR, 2009. 58 s. ISSN 0322-9580.
- [4] *ABC časopis generace 21. století*. Č. 1 (leden 2010). Praha : Ringier ČR, 2010. 58 s. ISSN 0322-9580.
- [5] *21. století Junior : každý měsíc víme víc*. Č. 7 (červenec 2010). Praha : RF Hobby, 2010. 64 s. ISSN 1801-6839.
- [6] *VTM Science : budoucnost, člověk, vesmír, transport, technologie*. Č. 9 (září 2009). Praha : Mladá fronta, 2009. 98 s. ISSN 1214-4754.

### Sekundární literatura

- [1] BOZDĚCHOVÁ, Ivana. Jazyk počítačů. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha : Academia, 1997. s. 105. ISBN 80-200-0617-6.
- [2] ČECHOVÁ, Marie a kol. *Čeština - řeč a jazyk*. Praha : ISV, 2000. 407 s. ISBN 80-85866-57-9.
- [3] ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha : NLN, 2008. 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.
- [4] ČECHOVÁ, Marie et al. *Současná česká stylistika*. Praha : ISV, 2003. 342 s. ISBN 80-8664200-3.
- [5] DANĚŠ, František. Jak popularizovat vědu. In: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha : Academia, 1996. s. 207. ISBN 200-0589-7.
- [6] HAUSER, Přemysl. *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1996. 49 s. ISBN 80-210-1286-2.

- [7] KADLECOVÁ, Kateřina. *Ženské časopisy pro prokročilé : literární interpretace a kritická analýza diskurzu měsíčníku Marianne*. Liberec : Bor, 2006. 114 s. ISBN 80-86807-25-8.
- [8] KADLECOVÁ, Kateřina. *Dívky a girls podle českých dívčích časopisů: jazyk, ideologie, publikum a jeho přístup*. Liberec : Bor, 2007. 190 s. ISBN 978-80-86807-57-7.
- [9] KRAUS, Jiří. *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Praha : Academia, 2005. 879 s. ISBN 80-200-1351-2.
- [10] MARTINCOVÁ, Olga a kol. *Nová slova v češtině : slovník neologizmů 2*. Praha : Academia, 2004. 568 s. ISBN 80-200-1168-4.
- [11] *Mkcr.cz* [online]. 2007 [cit. 2010-04-15]. Tiskový zákon. Dostupné z WWW:<<http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535>>.
- [12] OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007. 236 s. ISBN 80-7277-108-6.
- [13] PRAVDOVÁ, M. Nekonvenční čeština mladých. In : *O češtině*. Praha : Česká televize, 2007. s. 86. ISBN 978-80-85005-83-7.
- [14] *Ringier.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-04-15]. ABC. Dostupné z WWW:<<http://www.ringier.cz/clanek/44/abc>>.
- [15] SVOBODOVÁ, Ivana. Jazyk sportovní publicistiky. In: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha : Academia, 1996. s. 174–176. ISBN 200-0589-7.
- [16] TOMAN, Vlastislav. *Můj život s abc - abíčkem*. Praha : Ostrov, 2005. 207 s. ISBN 80-86289-389.