**Název pracovního listu:** Zpravodajství a publicistika

**Klíčové pojmy:** žurnalistické zdroje, zpravodajství, zpráva, prvky zpravodajského sdělení, publicistika, publicistické sdělení, automatizace a aktualizace výrazu, publicistické žánry

**Specifikace pracovního listu:** SŠ

**Časová dotace:** 2 vyučovací jednotky

**I.Teoretické východisko:**

Důležitou součástí žurnalistiky je zpravodajství a publicistika. Žurnalistická sdělení mohou čerpat z vlastních **zdrojů** autora, k nim patří také rešerše (výpisky) a vyhledávání, zdroji mohou být i zprostředkované informace: veřejnost, veřejné mínění, odborníci, PR pracovníci, internet, kolegové, zpravodajské agentury.

**Zpravodajství** je považováno za základ žurnalistiky. Autorem zpravodajského sdělení je erudovaný specialista, člověk s všeobecným kulturním a společenským rozhledem, musí byt vnímavý ke společenským problémům, ve svém sdělení spolehlivý, jasný, přesný, srozumitelný, přináší informace objektivně, v nezkreslené podobě. Jeho úkolem je pouze tlumočit fakta a nesmí do sdělení vnášet svůj názor. Zpravodajství plní především funkci informativní, zpravodajské sdělení musí být maximálně pravdivé a týká se aktuálních událostí.

Za základní zpravodajské sdělení je považována **zpráva**. Přináší věcné informace o aktuálních událostech, které se buď staly, nebo se mají stát, či se oproti očekávání nestaly. Každá zpráva by měla odpovídat na tyto **základní otázky:** KDO? CO? KDE? KDY? JAK? PROČ?

Další významnou částí žurnalistiky je **publicistika.** Tím, žeobjasňuje události a přináší nové myšlenky a názory autora, rozšiřuje a obohacuje zpravodajství. Publicistické sdělení obsahuje emotivní prvky a subjektivní hledisko autora. Nad funkcí informativní zde převažuje funkce přesvědčovací a získávací.

Publicistická sdělení lze rozdělit na následující typy: analytická, beletrizující, blábolivá, manipulativní, úvahová.

Žurnalisté ve své práci používají typické jazykové prostředky. Jedním z nich je **automatizace a aktualizace** výrazu. Automatizace je využívání stále stejných, očekávaných, stereotypních prostředků.

Podporují rychlost a úspornost vyjadřování. Patří sem různá rčení, přísloví, pořekadla… (Tantalova muka, Pandořina skříňka, medvědí služba, házet perly sviním, házet hrách na stěnu, plakat nad rozlitým mlékem, plakat nad cizím hrobem…). Jistým úskalím může být vznik různých „**klišé**“, která mohou čtenáře nudit nebo odradit (např. skandální odhalení, dechberoucí podívaná, tragický víkend, v kontextu doby, politické spektrum…). Opakem automatizace je aktualizace, při níž dochází k tvorbě nových, nečekaných obratů. Slouží k upoutání pozornosti, má čtenáře nalákat k přečtení a zároveň jej i pobavit. Jejím typickým znakem jen novost, neotřelost, pestrost. Autoři často využívají nepřímého – obrazného pojmenování. ( např. Nejmenší stát na světě láká milióny lidí, Neviditelné chodce nebudeme šikanovat, slibuje policie, Další bitva o 150 km/h na dálnici…).

Charakteristika vybraných **publicistických žánrů:**

**Zpráva** přináší stručně, jasně a v základních údajích informace o události, která již proběhla. **Oznámení** informuje o události, která teprve proběhne. **Článek** může být zpráva nebo oznámení přinášející doplňující informace. **Recenze** je odborné a objektivní zhodnocení uměleckého díla, např. nově vydané knihy. **Reportáž** podává informace o něčem zajímavém, např. o zemi, společenské události, které autor osobně poznal. **Fejeton** je vtipné, zajímavé a překvapivé osobní zamyšlení nad aktuálními problémy, využívá mnohoznačnosti jazyka, hry se slovy a jejich formami (expresivní i nespisovná slova). **Úvodník** je založen na úvaze; důležitá aktuální informace, rozbor situace, vyvození závěru, odhaluje příčiny a souvislosti; vždy na první straně, oficiální ráz; použití 1. osoby množného čísla, spisovný [jazyk](javascript:void(0)), řečnické otázky, nevyskytují se živé jazykové prostředky.

**Komentář** je založen na úvaze; vychází ze zprávy, komentuje, rozebírá nejdůležitější  
události nebo problém; má funkci úvahovou i hodnotící. **Glosa** - malý komentář zpravidla k jednomu faktu. **Črta** je na pomezí publicistiky a literatury, autor předkládá prožitek určité situace a jeho reakce na ni, obrazná pojmenování. **Editorial** - promluva šéfredaktora, vnitřní strana obálky časopisu, informuje o obsahu čísla, komentuje některé události, přímo oslovuje čtenáře…

**II.Praktická část**

**Ukázka č. 1 - text žurnalistického sdělení:**

***Ceny benzinu a nafty dál klesají. Zlevňování má pokračovat i v novém roce***

*Cena benzinu Natural 95 se v Česku dostala na průměrných 28,64 koruny za litr. Nafta stála v průměru 27,68 koruny za litr. Podle analytika Borise Tomčiaka ze společnosti Colosseum bude přitom propad cen pokračovat.* ***Praha -*** *Pohonné hmoty v Česku během posledního týdne zlevnily o desítky haléřů a zůstávají nejlevnější za šest let. Cena* [*benzinu*](http://zpravy.aktualne.cz/benzin/l%7Ei:keyword:1473/) *Natural 95 klesla o 31 haléřů na průměrných 28,64 koruny za litr.* [*Nafta*](http://zpravy.aktualne.cz/nafta/l%7Ei:keyword:647/) *zlevnila dokonce o 47 haléřů a v úterý stála v průměru 27,68 koruny za litr. Vyplývá to z informací společnosti CCS, která ceny sleduje. Podle analytika Borise Tomčiaka ze společnosti Colosseum bude přitom propad cen pokračovat. Nejvíc platí motoristé za Natural 95 v Praze - v úterý zde litr stál v průměru 29,48 koruny. V hlavním městě je i nejvyšší průměrná cena nafty, která činí 28,79 koruny za litr. Druhý nejdražší je Jihomoravský kraj, kde motoristé tankují litr benzinu za průměrných 29,23 koruny. Nafta pak na jihu Moravy vyjde v průměru na 28,37 koruny za litr.*

*Nejméně dají řidiči za benzin v Libereckém kraji, kde se litr Naturalu 95 prodává za průměrnou cenu 28,12 koruny. Nejlevnější diesel je možné koupit v kraji Královéhradeckém; v průměru tam vyjde na 27 korun za litr. Ceny u českých čerpacích stanic jsou nejnižší od přelomu roku 2009 a 2010. Ještě počátkem července byly pohonné hmoty zhruba o čtyři koruny dražší, a v roce 2012 se dokonce cena benzinu vyšplhala nad 38 korun a nafta nad 37 korun za litr.*

*"Pokles cen* [*pohonných hmot*](http://zpravy.aktualne.cz/pohonne-hmoty/l%7Ei:keyword:1827/) *u českých čerpacích stanic bude v nejbližších dvou týdnech pokračovat. Do konce roku by mohlo nastat zlevnění o 30 až 50 haléřů," předpokládá Tomčiak. Za poklesem cen podle něj stojí hlavně přebytek* [*ropy*](http://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/ropa-nafta-benzin/r%7Ei:wiki:1460/) *na světovém trhu.*

***Průměrná cena k 22. prosinci:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Kraj*** | ***Natural 95*** | ***Nafta*** |
| *Praha* | *29,48 Kč* | *28,79 Kč* |
| *Jihočeský* | *28,32 Kč* | *27,39 Kč* |
| *Jihomoravský* | *29,32 Kč* | *28,37 Kč* |
| *Karlovarský* | *28,58 Kč* | *27,30 Kč* |
| *Královéhradecký* | *28,16 Kč* | *27 Kč* |
| *Liberecký* | *28,12 Kč* | *27,56 Kč* |
| *Moravskoslezský* | *28,42 Kč* | *27,33 Kč* |
| *Olomoucký* | *28,74 Kč* | *28,01 Kč* |
| *Pardubický* | *28,42 Kč* | *27,22 Kč* |
| *Plzeňský* | *28,65 Kč* | *27,78 Kč* |
| *Středočeský* | *28,79 Kč* | *27,72 Kč* |
| *Ústecký* | *28,36 Kč* | *27,12 Kč* |
| *Vysočina* | *29,16 Kč* | *28,23 Kč* |
| *Zlínský* | *28,52 Kč* | *27,72 Kč* |

**Ukázka č. 2 - text žurnalistického sdělení:**

***Jsme rasisti, zjistil průzkum. Jak masa Čechů oznámkovala masu Romů a muslimů***

*Většina českých respondentů souhlasí s názorem, že „některé rasy či etnické skupiny se rodí méně inteligentní než ostatní“. Smutné, vážné. Někdo se domnívá, že národnostní předsudky a latentní či ryzí* [*rasismus*](http://nazory.aktualne.cz/rasismus/l%7Ei:keyword:665/) *české populace jsou jen optický klam z diskusí v internetové bublině. Že to, co je patrné ze sociálních sítí, ve skutečnosti neplatí a lidé jsou v průměru podstatně tolerantnější a liberálnější než virtuální sekerníci.*

*A pak vydá Sociologický ústav Akademie věd, respektovaná instituce, průzkumnou zprávu s názvem „Co si Češi myslí o muslimech, Syřanech a Romech?“. A z reprezentativního vzorku 1051 osobně dotázaných vyplyne, že Romové jsou podle Čechů líní a že Češi muslimy považují za násilníky. To je vox populi. Anonymní masa „Čechů“ smýšlí o stejně anonymní mase „muslimů“. Ani na jedné straně se nedá nerozlišovat na jednotlivce, jinak by názor nešel převést na čísla.*

*Průzkum byl postaven nekompromisně. Šel* [*veřejnému mínění*](http://nazory.aktualne.cz/verejne-mineni/l%7Ei:keyword:6260/) *naproti, dalo by se říct. Respondenti dostali na výběr dvojice opačných vlastností a jednotlivým národům a etnikům měli přisoudit známku podle toho, kterému pólu se blíží víc. Takže rozdělit* [*Syřany*](http://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/syrie/r%7Ei:wiki:1262/)*, Ukrajince, Slováky, ale i Romy nebo* [*muslimy*](http://nazory.aktualne.cz/muslim/l%7Ei:keyword:809/) *podle toho, jestli jsou hezcí/oškliví, čistí/špinaví (sic!), mírumilovní/násilničtí, chytří/hloupí, pracovití/líní a podobně.*

*No. Docela by mě zajímalo, co by Češi říkali, kdyby takhle někdo mustroval je, jestli jsou hloupí nebo špinaví.*

*Solidní by bylo odpovídat pokaždé stejně: známkou uprostřed. Ale to se pochopitelně nestalo. Dotázaní to chutě rozbalili. Troufáme si v pohodě bodovat čistotu muslimů, ačkoli někteří z nás muslima na vlastní oči nikdy neviděli. Mimochodem, muslimy, tedy víru, průzkum porovnává s národnostmi, takže známka české poroty zřejmě platí pro muslimy z Egypta, Brooklynu i Pardubic. To už je za hranou.*

*Smyslem takhle postavených průzkumů je, hádám, to z lidí „vykopat“, a to i za cenu toho, že otázky budí rozpaky. Ale chápu, jinak se na to, jestli házíme občany do jednoho pytle podle etnické příslušnosti a jaké stereotypy a předsudky sdílíme, jaký obraz nosíme v české hlavě, asi ptát nedá.*

*Pozoruhodný je ještě podmět průzkumu „Češi“ a konstrukce „Češi versus…“. Dobrá ilustrace, jak je naše společnost jednobarevná, zapouzdřená, a že ji takovou vidí sami sociologové. Češi – tj. asi ne zde žijící Romové, muslimové, Ukrajinci a tak dále, společnost bílých Čechů bez menšin, míšenců, přistěhovalců, naturalizovaných. Češi jakoby mínus ti druzí, protože těch je tak málo, že jsou zanedbatelnou masičkou. Zkuste si představit dejme tomu průzkum o názorech „Američanů“ na Hispánce. Absurdní.*

*Hodnocení národů a etnik, vypadlo z průzkumu, se neliší podle toho, jestli je dotázaný nižšího, nebo vyššího vzdělání, starší, nebo mladší, muž, či žena. Zato se opírá o většinové přesvědčení, že „některé rasy či etnické skupiny se rodí méně inteligentní než ostatní“. A že „některé kultury jsou mnohem lepší než jiné“ (tomu přitakalo 70 procent dotázaných). Viz chytřejší a hezčí Slováci (zřejmě ale mínus tisíce Romů v osadách a ghettech, že), špinavější a nemorálnější muslimové, a tak dále.*

*Takže to můžeme shrnout: Češi jsou rasisti, zjistil drsný průzkum.*

*Zbývá rozebrat, jestli internet prosákl do veřejného mínění, nebo veřejné mínění do internetu. Případně, jestli to není úplně jedno. Fajn, zase jsme se o sobě něco dozvěděli. Smutné, vážné.*

**Ukázka č. 3 – text žurnalistického sdělení**

*Policie v ruském Krasnojarsku zadržela v úterý zloděje, který se pokusil vykrást obchod převážně s alkoholem. Muž se do krámku snažil dostat dírou ve stropě, na půli cesty v ní ale uvízl, uvedla agentura Reuters. Policisty přivolal na místo alarm, po příjezdu je ale čekal neobvyklý pohled. Při vstupu do obchodu spatřili jen nohy trčící ze stropu. Ty patřily čtyřicetiletému místnímu obyvateli, který si přišel pro peníze. Lapka tvrdil, že nebyl jediný, kdo chtěl díru ve stropě využít a v obchodě se zadarmo obohatit. Před ním prý byli na místě činu dva nebo tři lidé, které nezná, a kteří následně utekli. Policisté uvízlého zloděje zdárně vyprostili a zahájili proti němu trestní řízení.*

**Úkoly k ukázkám č.1 a č. 2:**

**a) Srovnej ukázku č. 1. S ukázkou č. 2, urči, ve kterém případě jde o zpravodajské a ve kterém případě o publicistické sdělení.**

**b) Srovnej jazyk obou ukázek, vyhledej konkrétní jazykové prostředky a příznaková slova.**

**c) Otázky a úkoly ke zpravodajskému sdělení**

1. Na základě přečtení zpravodajského sdělení odpověz na základní otázky :

KDO?

CO?

KDE?

KDY?

JAK?

PROČ?

2. Jak poznáme, že jde o seriózní zprávu, na základě čeho identifikujeme její věrohodnost?

3. Kdo nebo co je zdrojem zpravodajského sdělení ukázky.

**d) Otázky a úkoly k publicistickému sdělení**

1. Ke kterému typu publicistiky byste přiřadili text ukázky publicistického sdělení?

2. O jaký publicistický žánr se jedná?

3. Vyhledej domněnky a fakta.

4. Vyhledej subjektivní hledisko autora

5. Najdi prvky automatizace a aktualizace výrazu.

**Úkoly k ukázce č.3**

**a) Vytvoř k uvedenému článku titulek**

**b) Přidej k objektivnímu sdělení subjektivní hledisko autora**

Internetové zdroje:

http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ceny-benzinu-a-nafty-dal-klesaji-zlevnovani-ma-pokracovat-i/r~8512aec6a95311e5928a002590604f2e/

<http://nazory.aktualne.cz/komentare/jsme-rasisti-zjistil-pruzkum-masa-cechu-oznamkovala-masu-rom/r~f9ea8018a4c911e5a405002590604f2e/>

http://www.novinky.cz/koktejl/390157-zlodej-chtel-vykrast-obchod-misto-toho-se-ztrapnil.html