Univerzita Karlova
Pedagogická fakulta
Katedra germanistiky

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Charakteristika jazykových prostředků v současných publicistických textech

Characteristics of language means in contemporary journalistic texts

Bc. Kamila Jakubů

Vedoucí práce:	PhDr. Dalibor Zeman, Ph. D.
Studijní program:	Učitelství pro střední školy
Studijní obor:	N D-NJ

2017

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Charakteristika jazykových prostředků v současných publicistických textech vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Praha, 12. 7. 2017

.....

podpis

Ráda bych poděkovala panu PhDr. Daliboru Zemanovi, PhD. za připomínky a podněty při vedení mé diplomové práce.

ABSTRAKT

V teoretické části autorka stanoví hypotézu, které jevy se budou častěji objevovat v seriózních resp. bulvárních denících a tuto hypotézu podloží odbornou literaturou. Dále budou v teoretické části vybrané jevy blíže popsány na základě sekundární literatury. V praktické části budou tyto vybrané jevy sledovány v konkrétním bulvárním a seriózním deníku a bude porovnávána četnost jejich výskytu. Cílem práce je popsat jazykové prostředky, které jsou typické pro seriózní, resp. bulvární tisk. U vybraných jevů (např. , anglicismy, FVG, frazeologismy, složeniny tvořené pomlčkou apod.) bude sledována nejen četnost jejich výskytu, ale zejména aktuální tendence v užívání těchto jevů.

KLÍČOVÁ SLOVA

lingvistika, jazykové prostředky, publicistické texty, bulvární tisk, seriózní tisk

ABSTRACT

In the theoretical part, the hypothesis about more prevalent occurences in serious and tabloid newspapers will be established. This hypothesis will be validated by research literature. Furthermore, the chosen occurrences will be described in details on the basis of secondary literature. In the practical part, the selected occurrences will be mapped out in chosen serious and tabloid newspapers and the frequency of their appearance will be compared. The aim is to describe the language means that are typical for serious respectively tabloid newspapers. By selected occurrences (for example anglicisms, FVG, phraseologisms etc.) will be monitored not only their frequency, but especially the current trends in the use of these phenomena.

KEYWORDS

linguistics, language means, journalistic texts, tabloid, serious press

Obsah:

1 Úvod 9

2 Teoretická část 11

2.1 Anglicismy 11

2.1.1 Definice pojmu anglicismus 12

2.1.2 Internacionalismy 13

2.1.3 Rozdělení anglicismů podle stádia asimilace 14

2.1.4 Důvody obohacování slovní zásoby anglicismy 15

2.1.5 Boj proti užívání anglicismů 16

2.2 Frazeologismy 17

2.2.1 Definice pojmu frazeologismus 18

2.2.2 Vlastnosti frazeologismů 18

2.2.3 Rozdělení frazeologismů 19

2.2.4 Frazeologismy v jazyce médií 21

2.3 Verbonominální vazby 22

2.3.1 Definice pojmu verbonominální vazba 22

2.3.2 Rozdělení podle morfologických kritérií 24

2.3.3 Sémantická stránka verbonominálních vazeb 25

2.3.4 Stylistický význam verbonominálních vazeb 26

2.4 Pasivní formy sloves 26

2.4.1 Průběhové pasivum 26

2.4.2 Stavové pasivum 28

2.4.3 Konkurenční formy pasiva 29

2.5 Konjunktiv v jazyce médií 31

2.5.1 Konjunktiv v nepřímé řeči 31

2.5.2 Další možnosti vyjádření nepřímé řeči 33
2.5.3 Würde-forma pro vyjádření konjunktivu 34
2.6 Složeniny tvořené pomlčkou 35
2.7 Shrnutí teoretické části 35
3 Praktická část 37
3.1 Deník Bild 37
3.2 Frankfurter Allgemeine Zeitung 39
3.3 Výskyt anglicismů v tisku 40
3.3.1 Anglicismy v deníku Bild 41
3.3.2 Anglicismy v deníku FAZ 42
3.3.3 Srovnání výsledků 44
3.4 Výskyt frazeologismů v tisku 46
3.4.1 Frazeologismy v deníku Bild 46
3.4.2 Frazeologismy v deníku FAZ 48
3.4.3 Srovnání výsledků 50
3.5 Výskyt verbonominálních vazeb v tisku 51
3.5.1 Verbonominální vazby v deníku Bild 51
3.5.2 Verbonominální vazby v deníku FAZ 53
3.5.3 Srovnání výsledků 54
3.6 Výskyt pasivních konstrukcí v tisku 55
3.6.1 Pasivní konstrukce v deníku Bild 56
3.6.2 Pasivní konstrukce v deníku FAZ 57
3.6.3 Srovnání výsledků 59
3.7 Výskyt nepřímé řeči v tisku 60
3.8 Výskyt složenin tvořených pomlčkou v tisku 62
3.8.1 Složeniny tvořené pomlčkou v deníku Bild 62
3.8.2 Složeniny tvořené pomlčkou v deníku FAZ 64

3.8.3 Srovnání výsledků 65
3.9 Shrnutí praktické části 66
4 Závěr 68
5 Resumé 71
6 Seznam použitých informačních zdrojů 72
7 Seznam grafů 74
8 Seznam příloh 75
9 Přílohy 76

1 Úvod

Ve své diplomové práci jsem se rozhodla zabývat publicistickými texty, jelikož jsem se této oblasti věnovala již ve své bakalářské práci. Zatímco v bakalářské práci jsem se zabývala pouze četností výskytu substantivních kompozit v publicistických textech, v této diplomové práci se hodlám věnovat většímu množství jazykových prostředků typických pro publicistické texty. V první řadě je tedy nutné si stanovit, které jazykové prostředky jsou typické pro publicistické texty. Takových jazykových prostředků existuje samozřejmě velké množství, neboť jazyk publicistiky je velmi specifický. Podle některých autorů je ovšem velmi složité definovat, co je vlastně jazyk médií a zda vůbec můžeme tento pojem používat. V nejnovější literatuře (např. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* od Haralda Burgera a Martina Luginbühla) se ovšem tento termín používá již běžně. Jazyk médií hraje důležitou roli ve vývoji jazyka obecně, neboť odráží aktuální tendence v jazyce a přispívá k vytváření norem. Mnohé novotvary, které se nejdříve používají v hovorovém jazyce se postupně dostávají i na stránky novin a začleňují se tak i do spisovného jazyka. V první řadě se tyto novotvary dostávají na stránky bulvárních novin, které používají jazyk velmi podobný hovorové řeči. Začleněny do spisovného jazyka jsou poté ty tvary, které se začnou objevovat také v seriózních denících.

Pro svou diplomovou práci jsem vybrala celkem 6 jazykových prostředků (anglicismy, frazeologismy, verbonominální vazby, pasivní konstrukce, konjunktivy a složeniny tvořené pomlčkou), které budou v teoretické části definovány a blíže popsány na základě dostupné odborné literatury s ohledem na jejich význam právě v publicistických textech. O většině z těchto prostředků existuje samozřejmě velké množství odborné literatury, pokusila jsem se tedy vybrat popř. porovnat nejdůležitější informace z těchto publikací. Tyto informace jsou často doprovázeny doslovnými citacemi v německém jazyce, které jsou vždy v závorce přeloženy do jazyka českého. Všechny překlady jsou mým dílem.

V praktické části této práce bude zkoumána četnost výskytu těchto jevů a aktuální tendence v jejich užívání v seriózním a bulvárním tisku. Podle odborné literatury (např. výše zmíněna kniha od Haralda Burgera a Martina Luginbühla nebo *Sprache in den Medien nach 1945* od Bernda Ulricha Biereho a Helmuta Henneho) jsou pro seriózní tiskoviny typické jiné jazykové prostředky než pro noviny bulvární. Jazyk seriózního

tisku je v mnoha ohledech blízký jazyku odbornému a objevují se v něm častěji než v bulvárních tiskovinách odborné výrazy. V seriózním tisku se také častěji než v bulvárním objevují např. cizí slova (a tedy i anglicismy) a pasivní konstrukce, neboť oba tyto jevy jsou také typické pro odborný jazyk. Pro seriózní tisk je také typický nominální styl a objevují s v něm tedy častěji verbonominální vazby. Nejvíce typickým jazykovým prostředkem pro seriózní tisk je ovšem nepřímá řeč, která se v bulvárních denících prakticky nevyskytuje. Pro jazyk bulvárních médií je naopak typická tendence ke zkracování a zjednodušování výrazů. Právě proto se v nich velmi často objevují složeniny tvořené pomlčkou, které zkracují dlouhá slovní spojení nebo dokonce celé vedlejší věty. Kromě toho je pro bulvární tisk také typická větší expresivita a důraz na emocionalitu, proto se v nich poměrně často objevují také frazeologismy.

Jako zástupce seriózního tisku jsem pro svůj výzkum zvolila deník Frankfurter Allgemeine Zeitung, neboť patří k nejčtenějším a nejobjektivnějším deníkům v zemi. Zástupcem bulvárního periodika je pak deník Bild, který je jednoznačně nejčtenějším bulvárním deníkem v zemi. Oba tyto deníky jsou pak krátce představeny v úvodu praktické části této práce. Celkem bude v praktické části zkoumáno 5 čísel každého z deníků, které vycházely v průběhu jednoho týdne (pondělí – pátek). Výsledky výzkumu jsou vždy přehledně graficky znázorněny. Ke každému grafu je pak připojen jeho popis. Všechny grafy vyskytující se v této diplomové práci jsou také mým dílem.

2 Teoretická část

Teoretická část této práce se bude zabývat předem vybranými jevy, jejichž výskyt v tištěných periodikách bude sledovat praktická část této diplomové práce. Prvním jevem, kterému jsem se rozhodla věnovat svou pozornost jsou anglicismy a jejich užití v jazyce současné publicistiky. Používání anglicismů v mluveném jazyce je čím dál rozšířenější, a to ne pouze v němčině. Také další jazyky, včetně jazyka českého, se potýkají s nadužíváním anglicismů a jedná se tedy o významný fenomén, který ovlivňuje současné jazyky. Dalším zkoumaným jevem v jazyce médií budou frazeologismy, které mají v tomto jazyce velmi důležitou roli. Frazeoligismy jsou v podstatě neustále se měnícím živým organismem, přičemž nové frazeologismy neustále vznikají, začleňují se do jazyka nebo také zanikají. Právě v publicistických textech se tento jejich vývoj odráží. Dále se tato práce bude zabývat výskytem verbonominálních vazeb v jazyce publicistiky. Také tyto vazby jsou velmi důležitou součástí jazyka. Podle mnohých jazykovědců se tyto vazby vyskytují a užívají především v odborném jazyce a jazyce médií, pro které je typický nominální styl jazyka. Tento styl je typický hlavně pro seriózní tisk, jakým jsou právě Frankfurter Allgemeine Zeitung. Dále se v teoretické části práce budu zabývat pasivními formami sloves, které jsou typické pro odborný jazyk. Z tohoto důvodu se předpokládá, že jejich výskyt bude četnější ve FAZ, neboť tyto noviny užívají prvků odborného jazyka. Pasivní konstrukce jsou pro jazyk publicistiky důležité zejména z hlediska jejich práce s původcem děje. Dalším zkoumaným jevem jsou poté tvary podmiňovacího způsobu sloves, který je v jazyce médií využívaný zejména k reprodukci nějaké výpovědi, tedy v nepřímé řeči. V poslední kapitole se budu krátce věnovat kompozitům tvořeným pomlčkou, které se v publicistických textech objevují poměrně často. Je tomu tak zejména z důvodu jazykové ekonomie, neboť v poslední době se v publicistických textech objevuje tendence ke zkracování vět a složitých větných konstrukcí.

2.1 Anglicismy

S postupující globalizací a zrychlením technického vývoje se anglicismy staly nedílnou součástí většiny jazyků a vyjímkou není ani jazyk německý. V němčině můžeme na slova pocházející z anglického jazyka narazit prakticky na každém kroku – při poslechu rádia, sledování televize nebo při běžných rozhovorech, které můžeme zaslechnout na ulici. Angličtina zkrátka stále více proniká do mluvené řeči. V praktické

části této práce se budu zabývat tím, do jaké míry se anglické výrazy dostávají také do psaného jazyka.

2.1.1 Definice pojmu anglicismus

Přejímání slov z cizího jazyka patří k jednomu z nejdůležitějších způsobů obohacování slovní zásoby. Při obohacování slovní zásoby vznikají tzv. neologismy (novotvary) a právě přejímky z cizího jazyka patří k nejvýznamnějším neologismům. K základním druhům těchto přejímek patří slova cizí a slova přejatá. Před samotnou definicí pojmu anglicismus je nutné v krátkosti zmínit rozdíl mezi pojmy cizí slovo a slovo přejaté. Slova cizí, v němčině *Fremdwörter*, jsou taková slova, která byla přejata z cizího jazyka před krátkou dobou a nebyla tudíž ještě plně začleněna do jazykového systému (mají netypické skloňování, časování apod.). Theodor Lewandowski např. definuje cizí slova takto:

> „*Das Fremdwort ist ein aus einer anderen Sprache übernommenes Wort, das nicht den Gesetzen der einheimischen Sprache, sondern denen des eigenen Sprachbaus folgt"*. (LEWANDOWSKI 1994: 648)
>
> (Cizí slovo je slovo přejaté z jiné řeči, které se řídí vlastními jazykovými zákony a nepodléhá pravidlům přebírajícího jazyka.)

Slovo přejaté bylo naopak plně integrováno do nového jazyka a řídí se již jeho pravidly. Na první pohled velmi často není jasné, že se původně jednalo o slovo cizí. Velmi často je také hranice mezi slovem cizím a slovem přejatým vlastně nejasná. Jednoduše se dá říci, že každé slovo přejaté muselo být nejdříve slovem cizím. Ne z každého slova cizího se ale musí stát slovo přejaté. Některá slova také zůstávají „na půli cesty" a jsou tedy jen částečně integrována do nového jazyka.

V této chvíli se můžeme začít plně věnovat definici pojmu anglicismus. Na velmi jednoduchou definici můžeme narazit např. v Dudenově slovníku.

> *„Übertragung einer für [das britische] Englisch charakteristischen sprachlichen Erscheinung auf eine nicht englische Sprache"* (DUDEN 2003: 135)
>
> (Přenos jazykového jevu charakteristického pro britskou angličtinu na jinou, neanglickou řeč.)

V dalších publikacích můžeme samozřejmě narazit na definice mnohem složitější a přesnější. Zatímco Duden tedy považuje za anglicismy pouze výrazy pocházející z britské angličtiny, W. Yang uvádí i další anglicky mluvící země, ze kterých může přejímaný výraz pocházet.

> *"Anglizismus ist der Oberbegriff von Entlehnungen aus dem amerikanischen Englisch, dem britischen Englisch sowie den übrigen englischen Sprachbereichen, wie Kanada, Australien, Südafrika u. a."* (YANG 1990: 23)
>
> (Anglicismus je nadřazený pojem pro přejímky nejen z americké a britské angličtiny, ale také ze zbylých anglických jazykových oblastí, jako je Kanada, Austrálie, Jihoafrická republika aj.)

Podle Yanga jsou tedy anglicismy všechny přejímky, tedy nejen slova cizí, ale také slova přejatá, která jsou již plně integrována v německém jazykovém systému. Jiní autoři ale považují za anglicismy všechna slova nebo slovní spojení, která obsahují nějaké morfologické elementy pocházející z anglického jazyka. Jako anglicismy také mohou být definována všechna slova, která jsou svou strukturou nebo významem odvozena z angličtiny. (PLÜMER 2000: 18)

Podle Yangovy definice jsou tedy anglicismy všechna slova, která se do německé slovní zásoby dostala z některé anglicky mluvící země. Většina těchto slov se do němčiny dostala samozřejmě z britské a americké angličtiny. V četných případech je ale jejich země původu nejasná a podle Brodera Carstensena je často nemožné rozlišit, zda se daný výraz do němčiny dostal z americké nebo britské angličtiny. Anglické výrazy do němčiny pronikají různými cestami, proto také není vyjímkou, že se původem britsko-anglický výraz do německého jazyka dostane přes angličtinu americkou. (CARSTENSEN 1965: 118)

2.1.2 Internacionalismy

Internacionalismy jsou taková slova, která se z jednoho jazyka rozšířila do více mezinárodních jazyků a jsou tedy srozumitelná mezinárodně. Mnoho internacionalismů pochází samozřejmě z latiny nebo z řečtiny a jsou to především taková slova, u kterých v mnoha případech ani netušíme jejich cizí původ. V posledních staletích se ovšem internacionalismy šíří především z angličtiny (např. *der Computer*/počítač, *die Lokomotive*/lokomotiva). Bývají to tedy zpravidla slova přejatá, nikoliv slova cizí. Thea

Schippan uvádí, že internacionalismy jsou taková slova, která jsou svou formou nebo výslovností již přizpůsobena přejímajícímu jazyku. Jelikož se tedy jedná o slova přejatá, je zřejmé, že do německého jazyka pronikla již před delší dobou. Z hlediska Youngova rozdělení anglicismů podle stádia asimilace (viz. kap. 2.1.3) by internacionalismy patřily do první skupiny, tedy ustálené anglicismy. (SCHIPPAN 2002: 280)

K problematice zařazení internacionalismů v rámci německé slovní zásoby se vyjadřuje ve své publikaci *Das Fremdwort in der deutschen Sprache der Gegenwart* Klaus Heller, který odmítá řadit internacionalismy buď mezi slova cizí nebo slova přejatá. Dle Hellera pojmy *Fremdwort* a *Lehnwort* pracují vždy s původem daného slova, kdežto slovo internacionalismus se dotýká především jeho rozšíření a používání. Heller ve své publikaci také cituje Wilhelma Schmidta, který říká, že internacionalismy vznikají především v takových oblastech lidského konání, ve kterých se jednotlivé národy spolu střetávají (např. věda, politika, obchod, sport). (HELLER 1966: 40)

2.1.3 Rozdělení anglicismů podle stádia asimilace

Wenliang Yang ve své publikaci rozděluje anglicismy podle míry začlenění do německé slovní zásoby na 3 typy – ustálené anglicismy, anglicismy v procesu konvencionalizace a vlastní jména a slova příbuzná.

Ustálené anglicismy jsou taková slova, která jsou běžně užívána mluvčími, kteří je již nepovažují za slova cizí. Přesto je ale z jejich pravopisu nebo výslovnosti zřejmé, že jsou tyto slova cizího původu. Tyto anglicismy jsou tedy součástí německé slovní zásoby již delší čas a v němčině prakticky zdomácněla. Jako příklad pro tuto kategorii anglicismů můžeme jmenovat slova jako *das Baby* (miminko), *die Jeans* (rifle) nebo *der Computer* (počítač). (YANG 1990: 9)

Naproti tomu anglicismy, které jsou v procesu konvencionalizace, jsou většinou mluvčích považovány za slova cizí. Pro některé rodilé mluvčí mohou být dokonce tato slova naprosto cizí a nemusí jim ani rozumět. Přesto jsou to slova, která se právě v jazyce médií velmi často vyskytují. Jsou to ovšem slova módní a jejich setrvání v jazyce je nejisté. Právě tyto anglicismy jsou takzvaně na půli cesty – buď v německém jazyce zdomácní nebo zcela zmizí. Jako příklad můžeme uvést slova *Factory* (fabrika) nebo *Underdog* (smolař). (YANG 1990: 9)

Poslední skupinou jsou tedy vlastní jména nebo názvy takových skutečností, které jsou spjaty s konkrétními jevy anglicky mluvících zemí. Jako příklad můžeme uvést slovo *Highway* (dálnice), které ale není používáno jako synonymum pro německé slovo *die Autobahn*. Stejným příkladem je také slovo *High-school* (střední škola). Tato slova se tedy používají pouze pro vyjádření reálií anglicky mluvících zemí. (YANG 1990: 9)

2.1.4 Důvody obohacování slovní zásoby anglicismy

Německý lingvista Dieter E. Zimmer ve své publikaci zmiňuje čtyři hlavní důvody, proč do německého jazyka pronikají cizí slova, konkrétně anglicismy. Prvním a naprosto jasným důvodem je nutnost pojmenování nově vzniklých vynálezů a skutečností. Angličtina je jedním z hlavních jazyků vědy a je tedy logické, že nové vynálezy jsou pojmenovávány právě v angličtině. Jedná se tedy především o nové technické vynálezy, např. *der Scanner*/skener. Také podle dalších lingvistů právě z tohoto důvodu pronikají cizí slova stále více do německého jazyka.

> *„In terminologischer Funktion haben Fremdwörter gegenüber einheimischem Wortgut den Vorzug, daß sie meist monosem und nicht mit Gefühlswert und Nebensinn ´belastet´ sind.“* (SCHIPPAN 2002: 267)
>
> (V terminologické funkci mají cizí slova oproti slovům z domácí slovní zásoby tu výhodu, že jsou většinou monosémantické a nejsou zatíženy citovou hodnotou nebo dalšími významy.)

Jedním z dalších důvodů pronikání anglických slovíček do německé slovní zásoby může být to, že anglické výrazy jsou často kratší, jasnější a trefnější. Jednoduše můžeme říci, že je i pro rodilého mluvčího snadnější a rychlejší použít slovo *der Stress*/stres namísto ryze německého *die Anstregung*. Výraz *der Stress* je v tomto případě nepochybně kratší a mnohdy i trefnější. (ZIMMER 1997: 27)

Obecně lze říci, že v angličtině se vyskytují dvě skupiny anglicismů. První skupinou jsou anglicismy, které nemají v němčině svůj protějšek, svou obdobu. Jejich překlad do němčiny je tedy možný pouze opisem (např. *Playboy).* Druhou skupinou jsou pak takové anglicismy, pro které v němčině existuje německé synonymum (např. *Team – der Mannschaft/*mužstvo). Takové synonymum může být s daným anglicismem shodné buď ve všech nebo pouze v některých jeho významech. Rozdíl v užití anglicismu nebo jeho německé obdoby je pak ryze stylistický. (YANG 1990: 48)

Jako další důvod pronikání angličtiny do německého jazyka uvádí D. E. Zimmer popularitu americké kultury. Amerika a tudíž vše americké je nesmírně populární zejména mezi mladou generací a používání anglických výrazů namísto německých s tím samozřejmě souvisí. Na to navazuje i čtvrtý důvod zmiňovaný Zimmerem – krize německé identity. Podle jeho názoru zejména mezi mladou generací došlo vlivem historických událostí k narušení národního cítění a proto se teď uchyluje k častějšímu používání cizích slov. (ZIMMER 1997: 28)

Podle W. Yanga je hlavním důvodem pro pronikání anglicismů do německého jazyka princip jazykové ekonomie. Anglicismy jednoduše obohacují jazyk a s jejich pomocí mohou mluvčí dosáhnout co nejpřesnějšího jazykového vyjádření bez plýtvání a nadbytečného používání jazykových prostředků. Jazyková efektivita ale nespočívá pouze v krátkosti výrazu, nýbrž také v jeho přesnosti.

> *„Mehrsilbige, auch schwer aussprechbare Wörter werden vor allem dann übernommen, wenn keine deutsche Entsprechung vorhanden ist, aber Benennungsnotwendigkeiten aus der wirtschaftlichen oder politischen Entwicklung heraus auftreten: Establishment, Know-how.“ (*SCHIPPAN 2002: 268)
>
> (Víceslabičná a také obtížně vyslovitelná slova jsou přejímána tehdy, pokud neexistuje žádná německá obdoba výrazu, ale na základě vědeckého nebo politického vývoje vyvstává nutnost jeho pojmenování: establishment, know-how.)

2.1.5 Boj proti užívání anglicismů

Němčina, stejně jako jiné jazyky, se s vlivy cizích jazyků potýká již mnoho století. Již v době barokní byly zakládány spolky a společnosti, které měly za úkol bránit pronikání cizích vlivů do německého jazyka. V 19. století pak dokonce hovoříme o období tzv. purismu.

> *„Der Purismus des 19. und 20. Jahrhunderts hat mit den Zielen der barocken Sprachgesellschaft die Abneigung gegen Fremdwörter und die Bevorzugung einer nicht näher definierbaren „reinen“ deutschen Nationalsprache gemein. Als Bewegung erfasst er jedoch weite Bevölkerungskreise, während die barocken Bemühungen auf eine dünne Oberschicht beschränkt bleiben.“* (ERNST 2006: 220)
>
> (Purismus 19. a 20. století měl s cíly barokního jazykového spolku společnou averzi vůči cizím slovům a upřednostňování „čistého“ německého národního jazyka, který

ale nebyl blíže definován. Jako hnutí ovšem zachytil širší vrstvy obyvatel, zatímco barokní snahy zůstávaly omezeny pouze na vrstvy horní.)

Po roce 1945 se tento boj proti cizím vlivům v jazyce začal týkat především anglicismů, neboť právě těch do němčiny proniká nejvíc. Otázka, zda anglicismy německý jazyk obohacují nebo mu naopak ubližují, rezonuje německou veřejností nejen v odborných kruzích. V roce 1997 vznikl tzv. *Verein zur Wahrung der deutschen Sprache* (Spolek pro zachování německého jazyka), který dnes nadále působí pod názvem *Verein deutsche Sprache* (Spolek německého jazyka). Podnětem pro založení spolku byl především pocit ztráty identity německy mluvících zemí zapříčiněný anglo-americkými vlivy na německý jazyk a kulturu. (vds-ev.de)

Tento spolek eviduje v současné době 7500 anglicismů, které rozděluje podle tzv. Anglizismen-Indexu do třech kategorií. Kritériem pro rozdělení do těchto kategorií je vliv daného anglicismu na německý jazyk. První a zároveň nejméně početnou skupinou jsou anglicismy, které vyplňují mezeru v německé slovní zásobě a otevírají nové možnosti vyjádření. Jsou to také slova, která jsou považována za slova přejatá, ačkoliv nejsou foneticky nebo gramaticky ještě zcela asimilovány (např. *das Baby, das Interview*). Druhou skupinou jsou pak slova označující nové skutečnosti, kterým byl ale vytvořen německý ekvivalent (např. slovo *die E-Post* pro slovo *das E-mail*/e-mail). Tyto německé ekvivalenty ale nejsou příliš rozšířené a jejich používání může působit v některých případech i komicky. Nejpočetnější skupinou jsou ovšem anglicismy, které se používají přestože v němčině pro daný výraz existuje plnohodnotný ekvivalent (např. *der Shop* místo slova *der Laden*/obchod*)*. Tato skupina anglicismů je pro německý jazyk samozřejmě nejhorší. (www.vds-ev.de)

2.2 Frazeologismy

Dalším jevem, kterému bude v této diplomové práci věnována pozornost, jsou frazeologismy. Stejně jako anglicismy jsou frazeologismy nedílnou součástí jazyka a narážíme na ně na každém kroku – v běžných rozhovorech na ulici, v novinových článcích, reklamních sloganech i televizním vysílání. Právě četností jejich používání v publicistických textech se bude zabývat praktická část této diplomové práce.

2.2.1 Definice pojmu frazeologismus

Frazeologie je poměrně mladá lingvistická disciplína. V dřívějších dobách byla dlouhou dobu považována za součást lexikologie, až v posledních desetiletích je považována za samostatnou jazykovědnou disciplínu. Právě z tohoto důvodu se některé publikace terminologicky rozchází. Jednoduše se dá říci, že frazologismus je pevné spojení slov. Stejně tak jsou ale taková pevná spojení někdy označována jako idiomy (viz. 2.2.2). (FLEISCHER 1997: 2)

Také podle Haralda Burgera jsou frazeologismy pevná spojení slov, jejichž opakem je volné spojení slov. Toto pevné nebo také ustálené slovní spojení musí ale vykazovat určité vlastnosti, aby mohlo být takto označováno:

> *„Erstens bestehen sie aus mehr als einem Wort, zweitens sind die Wörter nicht für dieses eine Mal zusammengestellt, sondern es handelt sich um Kombinationen von Wörtern, die uns als Deutschsprechenden genau in dieser Kombination (eventuell mit Varianten) bekannt sind, ähnlich wie wir die deutschen Wörter (als einzelne) kennen.“* (BURGER 2007: 11)
>
> (Za prvé se skládají z více než jednoho slova, za druhé nejsou ta slova sestavena pouze pro tento jeden případ, nýbrž se jedná o kombinaci slov, která je nám jako německy mluvícím známa přesně v této kombinaci (eventuelně s variantami), stejně jako známe jednotlivá německá slova.)

2.2.2 Vlastnosti frazeologismů

Každý frazeologismus má dva významy a existují tedy dvě možnosti pochopení významu frazeologismu. Jednoduše řečeno mají frazeologismy doslovný a přenesený (frazeologický) význam. Názorně si to můžeme ukázat např. u spojení *blinder Passagier* (černý pasažér). Doslovný význam tohoto slovního spojení je slepý pasažér, tedy skutečně takový cestující, který nevidí. Přenesený význam je pak černý pasažér, tedy takový, který nezaplatil jízdné a jede tzv. na černo. U některých frazeologismů je ale doslovný a frazeologický význam identický (např. *sich die Zähne putzen*/čistit si zuby). (BURGER 2007: 13)

Harald Burger dále rozlišuje frazeologismy v užším a frazeologismy v širším slova smyslu. Frazeologismy v širším slova smyslu musí mít dvě základní vlastnosti – musí být polylexikální (tzn. skládat se z více než jednoho slova) a jejich spojení musí být

pevné. Pevné spojení je tedy takové spojení slov, které je známé právě v této jedné konkrétní kombanci a je běžně používáno stejně jako samostatné slovo. O frazeologismech v užším slova smyslu mluvíme tehdy, pokud naplňují ještě třetí vlastnost – idiomaticitu. Takové frazeologismy, které splňují všechny tři kritéria pak nazýváme idiomy. O idiomech hovoříme tehdy, pokud jejich význam není rozpoznatelný podle jednotlivých složek daného spojení. Jedná se tedy o taková spojení, která musí být v paměti uložena jako celek (např. *jmdm. einen Korb geben*/dát někomu košem). (BURGER 2007: 15)

Také W. Fleischer uvádí tři vlastnosti, které by měly frazeologismy splňovat. Stejně jako u Burgera je jedno z nich idiomaticita, další dvě jsou ovšem rozdílné. Dalšími vlastnostmi je lexikálně-sémantická stabilita a lexikalizace a reprodukceschopnost. Lexikálně-sémantickou stabilitou je myšlena ta vlastnost, že u frazeologismů není možné libovolně nahrazovat jednotlivé komponenty jejich synonymy (např. u již zmíněného frazeologismu *jmdm. einen Korb geben* nemůžeme sloveso geben nahradit slovesem schenken). Posledním kritériem je tedy lexikalizace a reprodukceschopnost. Lexikalizací je myšleno uložení daného spojení do lexikonu dané řeči. Tento proces je typický pro jednotlivá slova, u slovních spojení již tak obvyklý není.

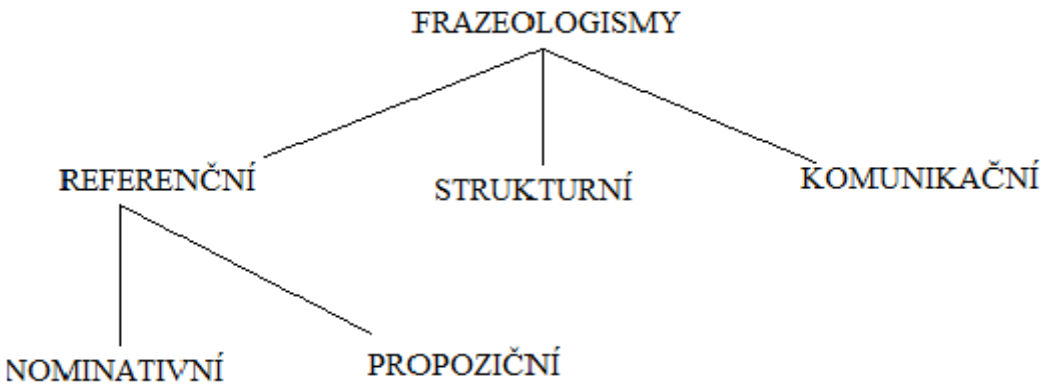
> *„Die Lexikalisierung der syntaktischen Konstruktion bedeutet, dass sie nicht mehr nach einem syntaktischen Strukturmodell in der Äußerung „produziert“, sondern dass sie als „fertige“ lexikalische Einheit „reproduziert“ wird.“* (FLEISCHER 1997: 63)
>
> (Lexikalizace syntaktické konstrukce znamená, že taková konstrukce již nebude při vyjádření produkována podle nějakého syntaktického modelu, ale bude už jako hotová lexikální jednotka pouze reprodukována).

Reprodukceschopnost frazeologismu tedy znamená, že dané spojení není v každém jednotlivém případu užití nově sestavováno (produkováno), ale je vždy vyvoláno z lexikonu jako celek a je tedy pouze reprodukováno. (FLEISCHER 1997: 63)

2.2.3 Rozdělení frazeologismů

Různých typů dělení frazeologismů nabízí autoři zabývající se touto tématikou (např. Harald Burger, Wolfgang Fleischer, Irina Ivanovna Černyševa etc.) na základě různých kritérií několik. Jelikož se tato práce nezabývá pouze frazeologismy, rozhodla

jsem se uvést zde pouze základní dělení frazeologismů podle Haralda Burgera. Toto dělení přehledně znázorňuje následující schéma:



(BURGER 2007: 37)

Referenční frazeologismy jsou takové, které se vztahují na věci, děje nebo stavy skutečnosti, bez ohledu na to, zda se jedná o skutečnost ze „skutečného" nebo pouze fiktivního světa. Jako příklad můžeme uvést frazeologismus *schwarzes Brett* (informační tabule). Ze sémantického hlediska můžeme tyto frazeologismy dále dělit na nominační a propoziční. Nominační frazeologismy označují nějakou skutečnost nebo děj a jako příklad můžeme uvést již výše zmíněnou informační tabuli (*schwarzes Brett*). Propoziční frazeologismy vypovídají o takové skutečnosti nebo ději. Příkladem je frazeologismus *„Morgenstund hat Gold im Mund"* (Ranní ptáče dál doskáče). Ze syntaktického hlediska jsou tedy nomiační frazeologismy na úrovni větného členu a frazeologismy propoziční na úrovni samostatné věty nebo dokonce celého textu. (BURGER 2007: 37)

Strukturní frazeologismy jsou nejméně početnou skupinou a dle Burgera také nejméně zajímavou. Jedná se o frazeologismy, jejichž funkcí je navazovat gramatické vztahy v řeči. Příkladem mohou být podvojné spojky *sowohl – als auch*/jak – tak nebo spojení jako *in Bezug auf* /s ohledem na. (BURGER 2007: 36)

Komunikační frazeologismy mají významnou funkci v běžné komunikaci. Používají se např. při zahajování nebo ukončování komunikace – *Guten Morgen*/dobré ráno, *Auf Wiedersehen*/na shledanou. Komunikační frazeologismy se ale používají také v průběhu komunikace, např. *ich meine* /já si myslím. V některých publikacích je pro ně používán název *Routineformel*/rutinní formule. Wolfgang Fleischer pro ně pro změnu používá

název komunikační formule. Tento název dle mého názoru přesně vystihuje jejich podstatu, z dnešního hlediska je ale považován za zastaralý. (BURGER 2007: 36)

2.2.4 Frazeologismy v jazyce médií

Postavení a významu frazeologismů v publicistických textech se v poslední době ve svých výzkumech věnuje mnoho jazykovědců. Frazeologismy nejsou a nikdy nebudou uzavřenou skupinou, v podstatě neustále vznikají nová módní spojení slov, která buď v jazyce přetrvají nebo postupně vymizí. Tato nová frazeologická spojení se pak velmi často objevují právě v jazyce medií, zejména v bulvárním tisku, který reflektuje nové tvary v jazyce většinou dříve, než jazyk seriózních tiskovin. V bulvárních denících se tedy často objevují jiné frazeologismy než např. v seriózních novinách. Pro různé rubriky jsou pak samozřejmě také typická jiná slovní spojení.

Užívání frazeologismů v jazyce publicistiky se věnuje např. Jiřina Malá, která zdůrazňuje význam používání frazeologismů v médiích. Užívání frazeologismů je v takových textech nezbytné ze stylistického hlediska. Frazeologismy v publicistickém textu slouží ke zvýšení expresivity, názornosti a emotivnosti daného textu. Právě přehlednost a názornost hraje v jazyce publicistiky důležitou roli. Frazeologismy v publicistických textech napomáhají progresivnosti a kohezi daného textu. Různé frazeologismy jsou samozřejmě typické pro různé rubriky. Ustálená spojení jako je např. *ich meine* (já si myslím), *ich finde* (považuji za…) apod. se tak velmi často používají v takových publicistických textech, které vyjadřují vlastní stanovisko nebo názor (např. komentáře, fejetony, kritiky etc.). (MALÁ 2004: 313)

Frazeologismy v publicistických textech jsou tedy velmi časté a v jejich užívání lze vypozorovat podle H. Burgera určité stereotypy – např. idiomy metaforického typu lze v článcích najít především na začátku nebo na konci daného textu. Důvod, proč se takové idiomy používají především na začátku článku, je podle Burgera zjevný:

> *„Vor detaillierten Beschreibung der politischen Situation mit ihren Akteuren und der involvierten abstrakten Argumente wird durch die Idiome eine bildliche Gesamtschau mit einer deutlich negativen Wertung gegeben, die die Rezeption des folgenden einerseits erleichtert, anderseits perspektivisch in eine bestimmte Richtung lenkt.“* (BURGER 2007: 157)

(Před detailním popisem politické situace s jejími aktéry a zapojením abstraktních argumentů je díky idiomům jasně ilustrováno negativní hodnocení, které recepci následujícího na jedné straně zlehčuje, na druhé straně zaměřuje perspektivu tím správným směrem.)

Dalším místem v publicistkickém textu, kde se podle Burgera často vyskytují idiomy a přísloví, jsou novinové titulky. Důvod takového použití frazeologismů je zjevný – přilákat pozornost čtenářů. Velmi často takový titulek ani nevyjadřuje podstatu článku a není z něj zjevné, jakým tématem se bude tento článek zabývat. Na takové novinové titulky můžeme narazit především v bulvárním tisku. (BURGER 2007: 157)

2.3 Verbonominální vazby

Dalším jevem, kterým se budu ve své diplomové práci zabývat, jsou verbonominální vazby. Jak již bylo zmíněno výše, verbonominální vazby jsou podle mnohých autorů zahrnuty mezi frazeologismy, v této práci se jim ale budeme věnovat podrobněji v samostatné kapitole. Obecně můžeme říci, že taková vazba je vlastně pevné spojení slovesa a podstatného jména. Různé publikace na tuto problematiku nahlížejí rozdílně, v té hlavní a nejjednodušší definici se ovšem jejich názory shodují.

2.3.1 Definice pojmu verbonominální vazba

Definovat tento pojem není podle mnohých lingvistů vůbec jednoduché, neboť verbonominální vazby jsou pro jazykovědu ne zcela jasným termínem. Podrobně se těmto vazbám věnují ve své gramatice Gerhard Helbig a Joachim Buscha, podle kterých jsou verbonominální vazby brány jako gramatický jev, nikoliv jako jedna z podskupin frazeologismů.

„Von den finiten Verben werden die Funktionsverben als die Gruppe von Verben ausgesondert, die in einer bestimmten Verwendung im Satz das Prädikat nicht allein ausdrücken.“ (HELBIG/BUSCHA 2001: 68)

(Z určitých sloves jsou funkční slovesa vyřazena jako skupina sloves, které v určitých případech nemohou samostatně vyjadřovat přísudek dané věty.)

Pro verbonominální vazby jsou podle této publikace charakteristické určité vlastnosti. Verbonominální vazba se např. vždy skládá z funkčního slovesa (např. *bringen*/nést) a nominální části této vazby, což z pravidla bývá podstatné jméno ve 4. pádě nebo v prepoziční skupině (např. *zur Aufführung*/k uvedení). Funkční sloveso a nominální

část pak společně tvoří přísudek dané věty. Další charakteristickou vlastností je, že v takových vazbách je sémantická hodnota daného slovesa silně redukována a z dříve plnovýznamového slovesa se stává sloveso pomocné. Jako příklad můžeme uvést sloveso *bringen*, které v případě, že je užito jako plnovýznamové sloveso, vyjadřuje změnu místa (*Er bringt die Kreide zur Tafel.*/Nese křídu k tabuli.). Tento význam slovesa se ale vytrácí, pokud je použito jako součást verbonominání vazby (*Er bringt das Stück zur Aufführung.*/Uvádí tuto hru.). Na tomto příkladu je také patrné, že i předložky v prepozičních vazbách ztrácejí svojí sémantickou hodnotu. (HELBIG/BUSCHA 2001: 69)

Definici verbonominálních vazeb můžeme najít i v Dudenově gramatice, která se touto problematikou také zabývá. Také zde jsou uvedeny dva základní typy vazeb – spojení funkčního slovesa a deverbálního podstatného jména ve 4. pádu a především spojení funkčního slovesa a předložky s deverbálním podstatnám jménem. Takovéto vazby pak tvoří jednotku, která ve větě odpovídá plnovýznamovému slovesu a tvoří ve větě přísudek. Také podle této gramatiky nejsou funkční slovesa jednou z podskupin frazeologismů, nýbrž samostatný gramatický jev. Podle mnohých dalších autorů jsou ovšem tyto vazby podstatných jmen se slovesy okrajovou součástí frazeologie. Jedním z nich je např. W. Fleischer, který se ve své publikaci *Phraseologie der deutschen Gegenwartsprache* věnuje i verbonominálním vazbám. Také Harald Burger zařazuje ve své publikaci *Phraseologie* verbonominální vazby na okraj této vědní disciplíny, neboť bere v potaz určitou idiomaticitu a pevnost těchto vazeb. (DUDEN 2006: 422)

Velmi jednoduchou a ve své podstatě shodnou definici nabízejí W. Fleischer, G. Buscha a G. Lerchner také ve své knize *Deutscher Sprache: kleine Enzyklopädie*. Verbonominální vazby jsou tu viděny jako syntagma ve formě sloveso + předložka + podstatné jméno nebo sloveso + podstatné jméno (v obou případech mohou podstatná jména být bez členu i se členem), přičemž nositelem toho děje je pouze podstatné jméno. Sloveso ztrácí svůj původní význam a při tvorbě věty má dále pouze formální funkci (proto je označeno jako funkční sloveso). Formální funkcí slovesa se rozumí jeho schopnost vyjadřovat ve větě čas, způsob a rod. (FLEISCHER/HELBIG/LERCHNER 2001: 116)

2.3.2 Rozdělení podle morfologických kritérií

Rozdělení verbonominálních vazeb podle morfologických kritérií uvádí ve své gramatice Gerhard Helbig a Joachim Buscha:

> *„Die FVG können eingeteilt werden nach der morphologischen Form des nominalen Gliedes, das die lexikalische Bedeutung im Prädikat trägt. Danach sind zwei Hauptklassen zu unterscheiden: FV mit Präpositionalgruppe und FV mit Akkusativ.“* (HELBIG/BUSCHA 2001: 83)
>
> (Verbonominální vazby mohou být rozděleny podle morfologického tvaru nominálního členu, který je nositelem lexikálního významu v přísudku. Tak tedy můžeme rozlišovat dvě hlavní skupiny: funkční slovesa s předložkovou skupinou a funkční slovesa se 4. pádem.)

U funkčních sloves s předložkovou skupinou přicházejí v úvahu např. tyto předložky: *auf, aus, außer, bei, hinter, in, um, unter, zu*. Nejčastěji se ovšem používají předložky *in* a *zu*. Ve výjimečných případech se také můžeme setkat s funkčními slovesy, které se vyskytují s podstatným jménem v jiném než 4. pádu. Jako příklady zde můžeme uvést *eine Abrechnung erfolgt* (1. pád), *der Meinung sein* (2. pád) a *jemanden einer Prüfung unterziehen* (3. pád).

Dále můžeme rozdělit do několika skupin samotná fuknění slovesa. První skupinou jsou funkční slovesa, která se vyskytují vždy a pouze s předložkovou skupinou. Příkladem za všechny je sloveso kommen (*in Fahrt kommen, zum Ausdruck kommen, zur Blüte kommen* etc.). Dále zde můžeme uvést slovesa *sich befinden, bleiben, bringen, gehen, geraten, liegen, sein, setzen, stehen, treten a versetzen*. Druhou skupinou jsou pak funkční slovesa, která se pojí pouze s podstatným jménem v akuzativu, např. bekommen (*einen Auftrag bekommen, einen Befehl bekommen, eine Nachricht bekommen* atd.). Další slovesa pojící se pouze s akuzativem jsou tyto: *anstellen, aufnehmen, ausüben, besitzen, erfahren, erheben, finden, erhalten, erteilen, genießen, leisten, machen, treffen, üben, unternehmen*. Třetí a poslední skupinou jsou pak samozřejmě funkční slovesa, která se pojí jak s podstatným jménem ve 4. pádu, tak s předložkovou skupinou. Příkladem takového funkčního slovesa je např. sloveso führen (*zu Ende führen* ale i *ein Gespräch führen*). Tato skupina je skupinou nejmenší a takových sloves se tedy nevyskytuje mnoho (jsou to dále pouze tyto slovesa: *geben, haben, halten, nehmen, stellen*.). (HELBIG/BUSCHA 2001: 84)

2.3.3 Sémantická stránka verbonominálních vazeb

Podle gramatiky Helbig/Buscha spočívá hlavní význam verbonominálních vazeb v tom, že dokáží vyjádřit začátek děje, jeho trvání, působení nebo změnu stavu. Z tohoto hlediska můžeme verbonominální vazby rozdělit na durativní, inchoativní a kauzativní. Durativní funkční slovesa jsou taková, která vyjadřují nějaký průběh nebo vývoj děje. Jsou to tedy slovesa mající durativní slovesný vid, tzn. vyjadřující souvislý a nepřetržitý děj. Jako příklad zde můžeme uvést jednoduchou a hojně používanou vazbu *in Ordnung sein* (*Alles ist in Ordnung*. / Vše je v pořádku) nebo *den Kampf führen* (*Sie führen den Kampf*. / Oni bojují). Další skupinou jsou inchoativní funkční slovesa, která vyjadřují začátek nějakého děje a jsou to tedy slovesa mající inchoativní slovesný vid (inchoativní = vyjadřující počátek děje). Jako příklad zde můžeme uvést *die Reise antreten* (*Er tritt die Reise an*. / Vydává se na cestu.) nebo *ein Gesetz erlassen* (*Das Parlament hat ein neues Gesetz erlassen.* / Parlament vydal nový zákon.). Třetí a poslední skupinou jsou tedy funkční slovesa s kauzativním slovesným videm. Tato slovesa vyjadřují změnu stavu. V češtině jsou tato slovesa někdy nazývána přechodná slovesa účinková a tento termín dle mého názoru přesně vystihuje jejich podstatu. Příkladem zde může být spojení *in Gang setzen* (*Er setzte die Maschine in Gang.* / Uvedl stroj do chodu.), na kterém si můžeme jasně demostrovat onu změnu stavu mající nějaký účinek (uvedl stroj do chodu a ten je nyní v chodu). Důležité je zde také poznamenat, že u těchto sloves musí být vždy uveden původce tohoto děje, této změny. (HELBIG/BUSCHA 2001: 93)

Na takovéto rozdělení funkčních sloves podle jejích sémantických vlastností můžeme narazit v mnohých dalších publikacích a jazykovědných příručkách. Pouze Helbig a Buscha připisují těmto vlastnostem opravdu velký význam. Dle jejich gramatiky je právě toto sémantické působení některých verbonominálních vazeb natolik důležité, že zaplňuje mezeru ve slovesném systému a obohacuje v tomto směru možnosti vyjádření nějaké skutečnosti. Toto sémantické působení vykazují taková slovesa, která nemají odpovídající ekvivalent mezi plnovýznamovými slovesy a nemohou být tedy vyjádřena jedním slovesem nebo kombinací slovesa a přídavného jména (např. *zur Vernunft bringen*/přivést k rozumu, *zu Ansehen gelangen*/dosáhnout uznání). Většina verbonominálních vazeb ovšem může být parafrázována buď pomocí jednoho plnovýznamového slovesa (*die Antwort geben* = antworten, *einen Rat geben* = raten, *eine Ahnung haben* = ahnen) nebo spojením přídavného jména a slovesa (*die*

Fähigkeit besitzen = fähig sein, *einen Befehl bekommen* = befohlen sein, *in Armut geraten* = arm werden). (HELBIG/BUSCHA 2001: 93)

2.3.4 Stylistický význam verbonominálních vazeb

V některých gramatikách jsou zmíněny také stylistické aspekty používání verbonominálních vazeb. Např. podle E. Hentschela a H. Weydta ovšem není jednoduché verbonominální vazby jednoznačně zařadit do stylistických kategorií. Mnohé vazby se používají především v mluvené řeči a řadíme je tedy do hovorové roviny jazyka (např. *in Ordnung bringen*), další jsou ovšem spisovná (např. *eine Entwicklung nehmen*). Obecně můžeme říci, že verbonominální vazby se vyskytují především v takových textech, které se přiklánějí spíše k nominálnímu stylu, což jsou tedy hlavně vědecké texty a některé druhy publicistických textů. (HENTSCHEL/WEYDT 1990: 80)

Stylistickým významem verbonominálních vazeb se zabívají i někteří další autoři a gramatiky. Podle H. Weinricha je tvorba těchto vazeb důležitým způsobem obohacování jazyka a tyto vazby se uplatňují především v jazyce právním a soudním. Gramatika od G. Zifonuna et. al. pouze uvádí, že se verbonominální vazby používají takřka výhradně v psané formě jazyka, nikoliv v jeho mluvené podobě. W. Jung se ztotožňuje s názorem, že se tyto vazby vyskytují a nadále mají používat především v odborném jazyce. Upozorňuje také na skutečnost, že se většina těchto vazeb dá parafrázovat a v mnohých případech je lepší a účelnější použití těchto ekvivalentů.

2.4 Pasivní formy sloves

Dalším jevem, kterým se bude tato práce zabývat, jsou pasivní formy sloves, tzn. slovesný rod. Pasivní konstrukce jsou pro německý jazyk typické a hojně se v něm vyskytují, především v psané formě jazyka. Často se tedy budou vyskytovat samozřejmě i v publicistických textech. V němčině se rozlišují celkem tři slovesné rody – činný, trpný průběhový a trpný stavový. V této kapitole se budeme věnovat oběma formám trpného rodu.

2.4.1 Průběhové pasivum

Průběhové pasivum v němčině je tvořeno pomocným slovesem *werden* a příčestím minulým plnovýznamového slovesa. Pomocné sloveso *werden* musí být samozřejmě použité v příslušném čase, musíme ho tedy vyčasovat. V perfektu, plusquamperfektu a

futuru II ztrácí ovšem v příčestí minulém předponu *ge-* (např. *Ich bin geimpft worden*./Byl jsem očkován.) Dalším problémem, na který můžeme při tvorbě a rozpoznávání průběhového pasiva narazit, je záměna této pasivní konstrukce za různé formy sponového slovesa werden.

> *„Der einzige Unterschied ist die Parizipalform geworden beim Kopulaverb, wo das Passiv worden hat. Die Verwendung von worden statt geworden gibt umgekehrt ein Merkmal zur Unterscheidung von passivischen Sätzen und Kopulasätzen ab.“* (EISENBERG 1999: 123)
>
> (Jediný rozdíl je tvar příčestí minulého geworden u sponového slovesa na témže místě, kde pasivum má formu worden. Používání worden místo geworden poskytuje naopak prostředek k rozlišení pasivních vět od vět sponových.)

Ze syntaktického hlediska můžeme pasivní konstrukce dělit na jednočlenné, dvojčlenné, tříčlenné a čtyřlenné. Jednočlenné větné konstrukce (např. *Es wird getanzt.*/Tancovalo se.) se skládají z pasivní konstrukce a zájmena *es*, které není zaměnitelné s podstatným jménem a tvoří pouze formální subjekt dané věty. Naproti tomu dvojčlenné konstrukce (např. *Er wird gelobt*./On byl chválen.) obsahují kromě pasivní formy slovesa také subjekt, který může být nahrazen podstatným jménem. Tento druh bývá také někdy označován jako osobní pasivum (tzn. pasivum s podmětem) bez udání původce děje. V tříčlenné pasivní konstrukci (např. *Er wird vom Lehrer gelobt.*/On byl chválen učitelem.) můžeme kromě pasivní formy slovesa a subjektu, který je nahraditelný podstatným jménem, najít také původce děje. Tento původce děje je ve větě uvozen předložkou *von* nebo *durch*. Mezi těmito dvěma předložkami v zásadě nepanuje žádný významový rozdíl. Poslední skupinou jsou čtyřlenné pasivní konstrukce (např. *Das Buch wird dem Schüler vom Lehrer geschenkt.*/Kniha byla darována žákovi učitelem.), které se tedy stejně jako tříčlenné konstrukce skládají z slovesa v pasivním tvaru, subjektu a původce děje, navíc se ale v takových větách vyskytuje ještě další člen v nějakém jiném pádu (v uvedeném příkladu je tím členem *dem Schüler*). (HELBIG/BUSCHA 2001: 145)

Na první pohled by se mohlo zdát, že není žádný rozdíl v tom, zda se ve větě vyskytuje sloveso v rodě činném nebo rodě trpném. Oba tvary mohou označovat stejnou skutečnost, rozdíl je ovšem v perspektivě nahlížení na tuto skutečnost. V rodě činném

hraje samozřejmě důležitou roli původce daného děje a nemůže být přeskočen nebo zamlčen. Rod trpný má tu výhodu, že původce děje nemusí být ve větě vůbec zmíněn.

> *„Das Vorgangspassiv wird zwar zumeist statt des Aktivs verwendet, wenn der Sprecher das Agens nicht nennen kann oder will (das kann als allgemeine Gebrauchsbedingung für das Passiv gelten). Wird aber das Agens im Passivsatz genannt, erscheint es oft in der Position des vom Mitteilungsgehalt her wesentlichen Satzgliedes (in rhematischer Position) und wird dann kommunikativ als besonders wichtig empfunden.“* (HELBIG/BUSCHA 2001: 146)
>
> (Průběhové pasivum se používá místo aktivní formy v případě, že mluvčí nemůže nebo nechce jmenovat původce děje (to může platit jako obecná podmínka užití pasiva). Pokud je ale činitel děje v pasivní větě jmenován, pak se často objevuje v pozici důležité pro obsah sdělení (na pozici rématu) a je pak z komunikačního hlediska vnímán jako obzvlášť důležitý.)

Právě z tohoto důvodu se rod trpný používá především v odborných textech, kde má být především objektivně znázorněna nějaká skutečnost bez ohledu na původce onoho děje. Této vlastnosti trpného rodu je také samozřejmě využíváno publicisty, kteří tak mohou pracovat s osobou původce nějakého děje a pomocí trpného rodu ho buď zamlčet úplně nebo ho naopak vysunout do popředí.

2.4.2 Stavové pasivum

Stavové pasivum je tvořenou pomocným slovesem *sein* a příčestím minulým plnovýznamového slovesa. Pomocné slovesa musí být samozřejmě vyčasováno v příslušném čase, čísle a osobě. Z formálního hlediska vzniká přítomný čas stavového pasiva odebráním tvaru *worden* z perfekta průběhového pasiva (*Ich bin geiimpft worden. –› Ich bin geimpft.*) Obdobně se préteritum stavového pasiva tvoří odebráním worden z plusquamperfekta průběhového pasiva (*Ich war geiimpft worden. –› Ich war geiimpft*.). Zbylé časy se u stavového pasiva v podstatě nevyskytují:

> *„Das Perfekt und Plusquamperfekt sowie das Futur I und Futur II des Zustandspassiv werden verhältnismäßig selten verwendet. Das Perfekt und Plusquamperfekt werden gewöhnlich durch das Präteritum, das Futur I wird gewöhnlich durch das Präsens, das Futur II durch das Perfekt ersetzt.“* (HELBIG/BUSCHA 2001: 144)

(Minulý čas složený a předminulý čas, stejně jako budoucí časy I a II se u stavového pasiva používají poměrně vzácně. Minulý čas složený a čas předminulý jsou nahrazovány jednoduchým minulým časem, budoucí čas I časem přítomným a budoucí čas II minulým časem složeným.)

U stavového pasiva vždy platí, že existuje pouze v případě, že ho v dané větě lze nahradit pasivem průběhovým (a také rodem činným). Pokud tedy daná věta lze vyjádřit v rodě činném (např. *Peter öffnet das Fenster./*Petr otvírá okno.) i v průběhovém pasivu (*Das Fenster wird geöffnet./*Okno se otvírá.), pak je možné vytvořit i stavové pasivum (*Das Fenster ist geöffnet./*Okno je otevřeno.). V textu můžeme narazit na tvary, které vypadají jako stavové pasivum, ale nelze k nim vytvořit příslušné průběhové pasivum. V takovém případě se tedy nejedná o stavové pasivum. Jako příklad můžeme uvést větu *Der Mann ist begabt*./Muž je nadaný., u které nelze vytvořit průběhové pasivum (např. Der Mann ist begabt worden.), a proto se tedy v tomto případě jedná o adjektivní predikativum. Toto pravidlo ovšem nelze uplatnit i naopak. Ne každé průběhové pasivum má svůj ekvivalent ve stavovém pasivu. Stavové pasivum lze vytvořit pouze u takových sloves, které vyjadřují přechod k novému stavu (např. *abschneiden, schließen, öffnen* etc.). U některých sloves je tedy použití stavového pasiva vyloučeno (např. *bewundern, loben, betrachten, sehen, befragen, beglückwünschen, zeigen*). (HELBIG/BUSCHA 2001: 156)

2.4.3 Konkurenční formy pasiva

V mluvené i psané řeči se poměrně často také vyskytují různé parafráze pasiva, které mají sice aktivní formu, ale jejich význam je pasivní. Pasivním významem je myšleno, že činitelem daného děje není podmět této věty. Mezi konkurenční formy pasiva někdy řadíme také tzv. *bleiben*-pasiv. Jako pomocné sloveso zde místo *werden* nebo *sein* vystupuje sloveso *bleiben*. Zatímco stavové pasivum se slovesem *sein* vyjadřuje stav nebo výsledek nějakého děje, pasivum se slovesem *bleiben* naopak naznačuje neukončenost nějakého děje nebo jeho trvání (např. *Das Fenster bleibt geöffnet.*/Okno je otevřené.). Stejně jako nemají všechny věty v průběhovém trpném rodě svůj ekvivalent ve stavovém, nemá ani každé stavové pasivum svůj protějšek v *bleiben*-pasivu. Věty, které vyjadřují ukončenost děje, nemohou toto pasivum tvořit (např. nemůžeme použít výraz *das Buch bleibt vollendet*, neboť sloveso

*vollenden/*dokončit vyjadřuje ukončenost nějakého děje). (HELBIG/BUSCHA 2001: 163)

Další konkurenční formy můžeme rozdělit podle faktoru modality na parafráze s resp. bez modálního faktoru. Mezi parafráze bez modálního faktoru řadíme v první řadě tzv. *bekommen*-pasiv. Toto označení není zcela správné, neboť kromě slovesa *bekommen* mohou v pozici pomocného slovesa vystupovat také slovesa *erhalten* nebo *kriegen*, proto je také v němčině označován jako „Adressatenpassiv" nebo „Rezipientenpassiv".

> *„Es ist entstanden durch Grammatikalisierung der nicht passivfähigen Besitzverben bekommen, kriegen, erhalten zu Hilfsverben. Das Geschriebene bevorzugt bekommen, im Gesprochen findet sich überwiegend kriegen."* (EISENBERG 1999: 132)
>
> (Vznikl gramatikalizací vlastnických sloves bekommen, kriegen a erhalten, které nemohou tvořit pasivum, z nichž se stanou pomocná slovesa. V psaném jazyce se upřednostňuje slovesa bekommen, v mluveném narazíme převážně na sloveso kriegen.)

Dále můžeme místo pasivní konstrukce použít reflexivní formy, ve kterých se vztažné (reflexivní) zájmeno vztahuje k syntaktickému subjektu, který ale není činitelem děje, ale jeho cílem. Odpovídá tedy syntaktickému předmětu věty v rodě činném. (např. *Der Schüssel wird sich finden./*Klíč se našel.) Ze sémantického hlediska je mezi pasivní formou a konstrukcí se zvratným zájmenem ovšem rozdíl. Zatímco ve větě *Der Schlüssel wird gefunden.* (Klíč se našel.) se předpokládá existence nějakého činitele tohoto děje (tzn. v tomto případě osoby, která ten klíč našla), ve větě se zvratným zájmenem *Der Schlüssel findet sich.* (Klíč se našel.) se existence takové osoby nepředpokládá a klíč se našel sám od sebe (není tam ukrytý žádný původce tohoto děje). Poslední možností parafráze pasivní konstrukce bez modálního faktoru je použití aktivní formy s redukovanou valencí, kde činitel děje není ve větě uveden a vyjádřen (např. *Das Geschäft schließt um 18 Uhr.*/Obchod zavírá v 18 hodin.). K opisům rodu trpného se ovšem neřadí konstrukce se zájmenem *man*, přestože jsou s pasivem v podstatě totožné (např. *Man öffnete die Tür.*/Dveře se otevřely.). Mezi parafráze pasiva nejsou zahrnuty z toho důvodu, že obsahují podmět, který je původcem děje (přestože je tento původce neurčitý, nespecifikovaný). (HELBIG/BUSCHA 2001: 164)

Mezi parafráze pasiva s modálním faktorem patří např. konstrukce tvořená spojením slovesa *sein* + *zu* + infinitiv (např. *Das Zimmer ist abzuschließen.*/Místnost je k uzavření). Jelikož se jedná o parafrázi pasiva s modálním faktorem, můžeme tuto větu vyjádřit také za pomoci modálního slovesa (např. *Das Zimmer kann/muss abgeschlossen werden.*/Místnost může/musí být uzamčena.). S touto parafrází úzce souvisí také tzv. gerundivní konstrukce, která je také jednou z možností opisu trpného rodu. Příkladem takové konstrukce je *der abzuholende Brief*/dopis k vyzvednutí, která odpovídá formulaci *Der Brief ist abzuholen.*/Dopis je k vyzvednutí. Další možností, jak parafrázovat pasivní konstrukce, je spojení slovesa *sein* a adjektiva s příponou *–bar, -lich* nebo *–fähig*. V těchto větách zcela chybí původce děje, proto se používají k parafrázování trpného rodu (např. *Der Wunsch ist erfüllbar*./Přání je splnitelné). Také tato konstrukce může být nahrazena tvarem s modálním slovesem (*Der Wunsch kann erfüllt werden*./Přání může být splněno.) a proto se řadí mezi opisy s modálním faktorem. Dalšími možnostmi, jak vyjádřit pasivitu, jsou vazby *es gibt* + *zu* + infinitiv (*Es gibt hier viel zu lesen.*/Je tu toho hodně ke čtení.) a *bleiben* + *zu* + infinitiv (*Das Resultat bleibt abzuwarten.*/Výsledek je očekáván.). Také tyto tvary se dají opsat s pomocí modálního slovesa. V hovorové němčině se pak velmi často používá k opisu pasiva spojení *gehen* + *zu* + infinitiv (např. *Das Radio geht zu reparieren*./Rádio bude opraveno.) (HELBIG/BUSCHA 2001: 166)

2.5 Konjunktiv v jazyce médií

Německý jazyk má stejně jako jazyk český celkem tři slovesné způsoby – oznamovací, podmiňovací a rozkazovací. Na rozdíl od češtiny rozlišujeme v němčině ale dva druhy podmiňovacího způsobu (konjunktiv I a konjunktiv II) v závislosti na slovesném času. Konjunktiv I se tvoří v čase přítomném, v perfektu a v 1. budoucím čase. Konjunktiv II se tvoří v časech minulých – préteritu a plusquamperfektu. V této práci bude věnována pozornost hlavně konjunktivu I, který se často vyskytuje v publicistických textech. Zatímco konjunktiv II se používá v mluvené i psané podobě jazyka, konjunktiv I se vyskytuje především v psaném jazyce, popř. v ustálených spojeních.

2.5.1 Konjunktiv v nepřímé řeči

K reprodukci cizí nebo vlastní dřívější řeči může mluvčí nebo pisatel využít dva způsoby – řeč přímou a nepřímou. Přímá řeč je uvozena úvozovkami a jedná se o

doslovný přepis nějaké výpovědi. V řeči nepřímé hraje hlavní roli právě konjunktiv I. K dalším formálním znakům nepřímé řeči se vedle konjunktivu řadí ještě uvozující slovesa a to, že nepřímá řeč má podobu vedlejší věty. Velmi důležité v nepřímé řeči je rozlišování podle stupně času. Vždy musíme brát v potaz, že existuje rozdíl mezi časem mluveným (tzn. ten čas, ve kterém probíhá výpověď) a časem dějovým (tzn. čas, ve kterém proběhl děj, o kterém se mluví v nepřímé řeči). Pro vyjádření přítomnosti v čase dějovém se používá konjunktiv času přítomného a jednoduchého času minulého (např. *Sie hat mir gesagt: „Ich sehe ihn jetzt selten." –› Sie hat mir gesagt, sie sehe/sähe ihn jetzt selten.* / Řekla mi: „Vidím ho málo."). Pro reprodukci minulosti se používají konjunktivy složených minulých časů, tzn. perfekta a plusquamperfekta (např. *Sie hat mir gesagt: „Ich sah ihn früher oft." –› Sie hat mir gesagt, sie habe ihn früher oft gesehen.* / Řekla mi: „Viděla jsem ho dřív často."). Pro interpretaci budoucnosti slouží v němčině konjunktiv 1. budoucího času nebo spojení *würde* + infinitiv[1] (např. *Sie hat mir gesagt: „Ich sehe ihn bald." –› Sie hat mir gesagt, sie werde ihn bald sehen.* / Řekla mi: „Uvidím ho brzy.") (HELBIG/BUSCHA 2001: 175)

Při tvorbě a čtení nepřímé řeči nesmíme také zapomenout na změny odehrávající se mezi zájmeny a příslovci.

> *„Gegenüber der direkten Rede wird in der indirekten Rede oftmals eine Personenverschiebung notwendig. Personalpronomina (und Possessivpronomina) verändern ihre Personalform so, dass Identität mit dem korrelierenden Pronomen der Redeeinleitung hergestellt wird."* (HELBIG/BUSCHA 2001: 178)
>
> (Na rozdíl od řeči přímé je v nepřímé řeči často nutné posouvání osob. Osobní (a přivlastňovací) zájmena mění často svou osobní formu tak, že jejich identita je navázána na korelující zájmeno v uvození nepřímé řeči.)

Tuto skutečnost názorně demonstruje následující příklad:

Er hat über dich zu mir gesagt: „Ich werde ihn zu dir schicken." —›

Er hat über dich zu mir gesagt, er würde dich zu mir schicken. (Řekl mi: „Pošlu ho k tobě.")

Ve druhé větě tedy musela být osobní zájmena náležitě změněna, aby korelovala se zájmeny ve větě první a aby smysl výpovědi zůstal beze změny. Obecně lze tedy říci, že

[1] Viz kap. 2.5.3

osobní zájmeno, které je podmětem v řeči přímé, musí být v řeči nepřímé shodné se zájmenem a podmětem z uvozující věty.

Stejně musí být zacházeno také s příslovci, které se vztahují k času nebo místu děje. Toto posouvání příslovcí není ale vždy striktně používáno. Posouvání příslovcí můžeme demonstrovat na následující větě:

Mein Rostocker Freund hat mir am Sonntag am Telefon gesagt: „Gestern ist hier eine große Kunstausstellung eröffnet worden.“ —›

Mein Rostocker Freund hat mir am Sonntag am Telefon gesagt, am Vortag sei dort eine große Kunstausstellung eröffnet worden. (Můj rostocký kamarád mi v neděli do telefonu řekl: „Včera zde byla otevřena velká výstava umění.“) (HELBIG/BUSCHA 2001: 179)

Jak je patrné z mnohých příkladů uvedených výše, nepřímá řeč má vždy charakter vedlejší věty. Tato vedlejší věta je uvozena uvozovacím slovesem. Ne vždy se ale musí jednat o sloveso vyjadřující mluvení (např. *sagen*/říkat, *fragen*/ptát se, *erzählen*/vyprávět apod.). Často těmito slovesy mohou být slovesa myšlení a cítění (např. *glauben*/myslet, *hoffen*/doufat, *sich vorstellen*/představovat si). Nepřímá řeč má charakter vedlejší věty, ovšem ne nutně to musí být věta neuvozená. Vedlejší věta může být také uvozena, a to buď spojkou *dass*/že (např. *Er sagte mir, dass er sie besucht habe.*/Řekl mi, že jí navštívil.) a nebo v případě věty tázací tázacími zájmeny. (HELBIG/BUSCHA 2001: 177)

2.5.2 Další možnosti vyjádření nepřímé řeči

Vedle nepřímé řeči ve formě konjunktivní vedlejší věty uvozené uvozovacím slovesem existují i další způsoby reprodukování nějakého vyjádření. Jednou z možností jsou větné formy, které mají místo hlavní věty s uvozovacím slovesem nějakou gramaticko-lexikální parafrázy. Touto parafrází může být modální sloveso (např. *Er sagt, er habe mich mehrmals angerufen. –› Er will mich mehrmals angerufen haben.*/Chtěl mi víckrát zavolat.), slovo vyjadřující modalitu (*Er hat mich angeblich mehrmals angerufen.*/Údajně mi vícekrát volal.), předložková skupina (*Nach seinen Worten hat er mich mehrmals angerufen.*/Dle jeho slov mi vícekrát volal.) nebo vedlejší věta (*Wie er sagt, hat er mich mehrmals angerufen.*/Jak říká, volal mi vícekrát.). Další možností vyjádření nepřímé řeči jsou takové věty, ve kterých je po uvozovacím slovesu

sloveso v infinitivu (např. *Er behauptet, mich mehrmals angerufen zu haben.*/On tvrdí, že mi volal vícekrát.) a takové věty, ve kterých je řeč převedena do nominalizované podoby na pozici předmětu nebo přívlastku (např. *Er sprach von einem mehrmaligen Anruf bei mir.*/Mluvil o mnohočetném volání.) (HELBIG/BUSCHA 2001: 180)

2.5.3 Würde-forma pro vyjádření konjunktivu

Kromě regulérních forem podmiňovacího způsobu se v němčině ještě vyskytuje tzv. *würde*-forma, která je tvořená konjunktivem préterita slovesa *werden* a infinitivem slovesa. Tato forma může nahrazovat jakýkoliv jiný tvar podmiňovacího způsobu. Zejména v mluveném jazyce můžeme zaznamenat tendenci užívat tuto formu namísto pravidelných tvarů konjunktivu. V hovorové němčině se z pravidelných tvarů užívá prakticky pouze konjunktivu préterita, ostatní formy jsou nahrazovány *würde*-formou. Na *würde*-formu můžeme ovšem narazit i v jazyce psaném.

> *„Besonders oft werden Konjunktiv Präs., Prät. und Fut. durch würde + Infinitiv I ersetz, vor allem, wenn sie mit den indikativischen Formen zusammenfallen und die durch die Konjunktivformen ausgedrückten Funktionen auch nicht durch andere Sprachmittel gekennzeichnet sind.“* (HELBIG/BUSCHA 2001: 172)
>
> (Obzvláště často jsou *würde*-formou nahrazovány konjunktivy prézentu, préterita a futura, především pokud se překrývají s tvary způsobu oznamovacího a konjunktivem vyjádřená funkce není rozpoznatelná ani díky dalším jazykovým prostředkům.)

Tato forma konjunktivu se používá také v nepřímé řeči. Pokud se v neuvozené nepřímé řeči vyskytuje konjunktiv přítomného času, který je shodný s oznamovacím způsobem v řeči přímé, pak je nutné i zde použít *würde*-formu. Velmi zřídka se používá *würde*-forma jako ekvivalent pro konjunktivy perfekta a plusquamperfekta, neboť takový vyjádření by byla zbytečně zdlouhavá (např. *An deiner Stelle hätte ich ihn gefragt. –› An deiner Stelle würde ich ihn gefragt haben.* / Na tvém místě bych se ho bývala zeptala.). V uvedeném příkladu je jasně patrné, že druhá varianta s *würde*-formou je delší a komplikovanější než varianta první. Také v nepřímé řeči se konjunktiv perfekta a plusquamperfekta nenahrazuje *würde*-formou. V závěru je ještě důležité zmínit, že ne vždy se při výskytu spojení *würde* a infinitivu musí jednat o náhradní tvar konjunktivu. Může se samozřejmě také jednat o skutečný konjunktivní tvar slovesa *werden*, které může být ve větě použito jako pomocné nebo sponové sloveso.

2.6 Složeniny tvořené pomlčkou

Zajímavým jevem, který se objevuje v publicistických textech, jsou složeniny, které se v němčině nazývají „*Augenblickkomposita*“, což by se v češtině dalo nazvat složeniny okamžiku nebo složeniny na okamžik. Jedná se o spojení slov, které existuje a je důležité pouze v jednom konrétním článku. Tyto složeniny tedy nejsou obvyklými spojeními (jako je např. *die Krankenschwester*/zdravotní sestra nebo *das Kinderzimmer*/dětský pokoj) a není možné je najít ve slovníku nebo jiné jazykovědné příručce. Důvod jejich vzniku je prostý – v německých publicistických textech je v poslední době patrná snaha o zkracování vět a zestručňování jednotlivých článků. Skutečnosti, které by měly být vyjádřeny pomocí několika slov nebo dokonce vedlejší větou, je takto možné vyjádřit zkrátit do jednoho slova.

Vytvořením takového kompozita s pomlčkou tedy můžeme nahradit např. celou vztažnou větu (*Mann, der den Ersatzdienst ableistet –› Ersatzdienst-mann* / muž, který absolvoval civilní službu) nebo prepoziční přívlastek (např. *Patient mit einem Infarkt –› Infarkt-Patient* / pacient s infarktem). Dále je také složením několika slov možné nahradit celou infinitivní konstrukci (např. *Bemühungen, eine Herzmassage durchzuführen –› Herzmassage-bemühungen* / snahy o masáž srdce). (LÜGER 1995: 24)

2.7 Shrnutí teoretické části

Teoretická část této diplomové práce se podrobně zabývala jevy, jejichž četnost výskytu v publicistických textech dvou významných německých deníků bude dále zkoumána v praktické části této práce. Jedná se o anglicismy, frazeologismy, verbonominální vazby, pasivní formy sloves, konjunktivy a složeniny tvořené pomlčkou. Četnost jejich výskytu v médiích by měla ukázat na aktuální tendence ve vývoji jazyka, neboť v právě v tisku se jazykové změny projevují nejmarkantněji.

V úvodu práce byla pozornost věnována nejdříve anglicismům, které ovlivňují v současné době většinu jazyků, ne pouze němčinu. Stručně byl definován pojem anglicismus, uvedeno jejich rozdělení podle stádia asimilace a zmíněny důvody, proč anglicismy v současnosti v tak masivní míře pronikají do německého jazyka. Další kapitola byla věnována frazeologismům. Na úvod jsem se opět pokusila stručně definovat tento pojem. Dále zde bylo uvedeno jednoduché rozdělení frazeologismů podle H. Burgera a v neposlední řadě jsem se pokusila shrnout význam frazeologismů

pro jazyk publicistiky. Další kapitola byla věnována verbonominálním vazbám, které jsou někdy brány jako součást frazeologie. V této práci jim ale byla věnována samostatná kapitola. Také zde jsem v úvodu definovala pojem verbonominální vazba a uvedla jednoduché rozdělení podle morfologických kritérií. Závěru této kapitoly byl věnován stylistickému významu verbonominálních vazeb. Další kapitola se zabývala pasivními formami sloves. V této kapitole byla věnována pozornost oběma druhům trpného rodu a také jeho konkurenčním formám. Pasivum je typické pro odborný jazyk a také v jazyce publicistiky hraje důležitou roli, neboť pomocí pasivních konstrukcí můžeme manipulovat s činitelem daného děje. Na druhou stranu jsou pasivní formy často zdlouhavé a v médiích lze v poslední době pozorovat tendence ke zkracování vět a složitých konstrukcí. V závěru teoreitické části byla pozornost zaměřena ještě na konjunktiv, který má v jazyce publicistiky nezastupitelnou roli. Jeho význam se ukazuje zejména při tvorbě nepřímé řeči, která slouží k reprodukování myšlenek nějaké další osoby (popř. nás samotných z minulosti). Poslední krátká kapitolka je věnována složeninám, které jsou tvořeny pomlčkou. Takové složeniny se v publicistických textech objevují opravdu často právě z toho důvodu, že díky nim je možné texty a věty zkracovat bez toho, aby se ztratil jejich původní smysl.

3 Praktická část

V praktické části této práce budou všechny výše zmíněné jazykové prostředky typické pro publicistické texty zkoumány v konkrétním tisku. Pro tento výzkum byly vybrány dva tradiční německé deníky – Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z. nebo také FAZ), které budou v následující kapitole krátce představeny. Deník Bild je typickým zástupcem bulvárního tisku, který je v Německu velice populární. FAZ jsou naproti tomu noviny zcela jiného charakteru a jsou jedním z nejčtenějších seriózních deníků. Oba tyto deníky mají v Německu velkou tradici a mají svou čtenářskou základnu. Jsou to periodika naprosto odlišného charakteru a velký rozdíl mezi nimi je patrný nejen ze struktury a formální úpravy textu, ale také z jazyka a jazykových prostředků, které tyto deníky využívají. Srovnání těchto jazykových prostředků je cílem této diplomové práce.

Při výzkumu bylo zkoumáno celkem 10 čísel těchto deníků (5 čísel deníku Bild a 5 čísel FAZ), které vycházely od 12. do 16. 6. 2017. Jelikož byla zkoumána čísla z celého pracovního týdne, rozhodla jsem se výzkum zúžit pouze na jednu rubriku. Vzhledem k tomu, že mají tyto noviny rozdílné cílové skupiny, je také skladba jednotlivých rubrik poměrně odlišná. Oba tyto deníky mají ale samozřejmě sportovní rubriku, kterou jsem si tedy pro svůj výzkum vybrala. Jak již bylo zmíněno výše, mají tyto noviny také dost odlišnou strukturu a vizuální stránku. Pro deník Bild, jak již napovídá jeho název, je typické velké množství obrázků a stejně jako pro všechny bulvární deníky užívání velkých nadpisů, které mají přilákat pozornost. FAZ jsou naproti tomu noviny, ve kterých se obrázky nevyskytují moc často a větší důraz je kladen na informační hodnotu textu. Přestože je tedy sportovní rubrika ve FAZ často kratší co do počtu stránek, počtem slov a délkou článků převyšovala články deníku Bild. Z deníku FAZ byl tedy vybrán pouze takový počet článků, které svou délkou odpovídaly rozsahu této rubriky v deníku Bild. Rozsah zkoumaného materiálu byl tedy stejný nebo přinejmenším podobný a tento výzkum tak neztratil výpovědní hodnotu.

3.1 Deník Bild

Deník Bild je deníkem celozemským a vychází tedy v celém Německu. Ze všech německých novin vychází v největším nákladu (průměrně 2 435 860 výtisků), což jasně dokazuje, že je to nejčtenější periodikum. Bild se také dlouhou dobu mohl pyšnit titulem deníku s nejvyšším nákladem z celé Evropy. Obsah deníku bývá často terčem

kritiky nebo alespoň tématem veřejných diskuzí. Tento nejčtenější bulvární deník vychází každý den kromě neděle, kdy si ovšem věrní čtenáři mohou zakoupit sesterský list Bild am Sonntag (ten vychází od roku 1957).

První číslo deníku vyšlo 24. července 1952 v nákladu 455 000 kusů a mělo pouze 4 stránky. Z počátku byl tento deník rozdáván zdarma na ulicích, později stálo jedno číslo 10 feniků. Nejprve se v každém čísle vyksytovaly pouze fotografie a jejich popisky, odtud také pochází název tohoto deníku. Vydavatelem deníku byl v té době Axel Springer, který si vzal za vzor především britské bulvární plátky, se kterými se setkával v poválečném Berlíně v britské okupační zóně. Ještě v roce 1952 se ale změnil séfredaktor a kromě obrázků se začalo v deníku objevovat stále více textu. Do dnešní podoby měl ale tento Bild stále hodně daleko. V Bildu se např. nikdy neobjevovaly články o politickém dění apod. Už koncem 50. let vycházelo okolo 3 000 000 výtisků denně, což z něj činilo deník s největším nákladem v Evropě. Maskotem deníku byla do začátku 70. let blonďatá holčička Lili, která se stala v té době nesmírně populární a dokonce byla hrdinkou celovečerního filmu.

V 90. letech vycházel deník Bild v nákladu 4 500 000 výtisků a po znovusjednocení Německa vznikaly regionální redakce v dalších spolkových zemích. Již v roce 1996 vznikla také online verze deníku Bild. Kvůli vzrůstajícímu počtu uživatelů internetu, kteří dávají často přednost online verzi před tištěným výtiskem novin v posledních letech klesá náklad deníku. Neklesá ovšem počet čtenářů, které tvoří téměř 20% obyvatel starších 14 let. Zajímavostí je, že většina čtenářů jsou muži. Podobně jako u jiných bulvárních deníků jsou jeho čtenáři pouze středoškolsky vzdělaní (pouze 4% čtenářů Bildu dosáhly vysokoškolského titulu).

Postupně vznikaly další sesterské listy deníku. Kromě již zmíněného Bild am Sonntag to jsou např. Bild der Frau, Sport Bild nebo Auto Bild. Tyto patří mezi nejúspěšnější. Některé další sesterské listy již zanikly pro nízký počet čtenářů (např. Tier Bild).

Pro deník Bild je podobně jako pro další bulvární periodika typické časté užívání barevných obrázků, fotografií a různých grafů, které mají pomoci znázornit a dokreslit konkrétní články. Dalším typickým znakem bulvárních deníků obecně je používání velkých nadpisů, které mají přilákat pozornost a často ani nevystihují podstatu onoho

článku. V nadpisech se pak často objevují vykřičníky nebo otazníky. Články v deníku Bild nejsou většinou příliš dlouhé a skládají se z jednoduchých krátkých vět.

3.2 Frankfurter Allgemeine Zeitung

Deník Frankfurter Allgemeine Zeitung je o něco starší než deník Bild, jeho první číslo vyšlo 1. listopadu 1949. Někteří redaktoři ovšem pracovali již před válkou v denících Frankfurter Zeitung (vycházel od r. 1856) a Allgemeine Zeitung, které byly v roce 1943 zakázány. Hned na první stránce prvního čísla bylo ovšem zdůrazněno, že Frankfurter Allgemeine Zeitung se nemají stát přímým následovníkem těchtou dvou deníků.

FAZ jsou v mnoha směrech pravým opakem deníku Bild. V mnohem menší míře s v tomto deníku objevují obrázky a fotografie a na titulní straně se fotografie objevují až od roku 2007. FAZ reflektují politické dění v zemi a vyznačují se především objektivitou, nezávislostí a odborností svých článků. V porovnání s deníkem Bild mají také mnohem menší náklad – pouhých 316 524 výtisků. Mezi čtenáře FAZ patří na rozdíl od Bildu většinou vysokoškolsky vzdělaní lidé. Stejně jako deník Bild mají také sesterský list, který si čtenáři mohou zakoupit pouze v neděli (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung).

FAZ nemají na rozdíl od většiny ostatních periodik pouze jednoho šéfredaktora. Na vzniku každého čísla se podílí 5 vydavatelů, kteří spolu spolupracují. Významnou část redakce tvoří také zahraniční spolupracovníci a velmi rozsáhlá síť zahraničních dopisovatelů (dokonce rozsáhlejší než mají americké noviny The New York Times). Celkem mají tyto noviny více než 300 redaktorů a důležitou součástí deník jsou komentáře z řad významných osobností politického i kulturního života. Součástí každého čísla je také rubrika Feulleiton, kde jsou zveřejňovány recenze knih a divadelních představení a fejetony. Autory přispívajícími právě do této rubriky jsou často známí němečtí spisovatelé.

Také FAZ se potýkají s dlouhodobě klesajícím počtem čtenářů a předplatitelů. Deník FAZ se snaží si udržet čtenáře a proto od roku 2006 vychází také v elektronické podobě (verze pro iPady a čtečky e-knih). Přesto se od konce 90. let snížil náklad o 20%. Přesto tyto noviny patří k nejstabilnějším v zemi a nedávno se jim dokonce podařilo převzít konkurenční list Frankfurter Rundschau.

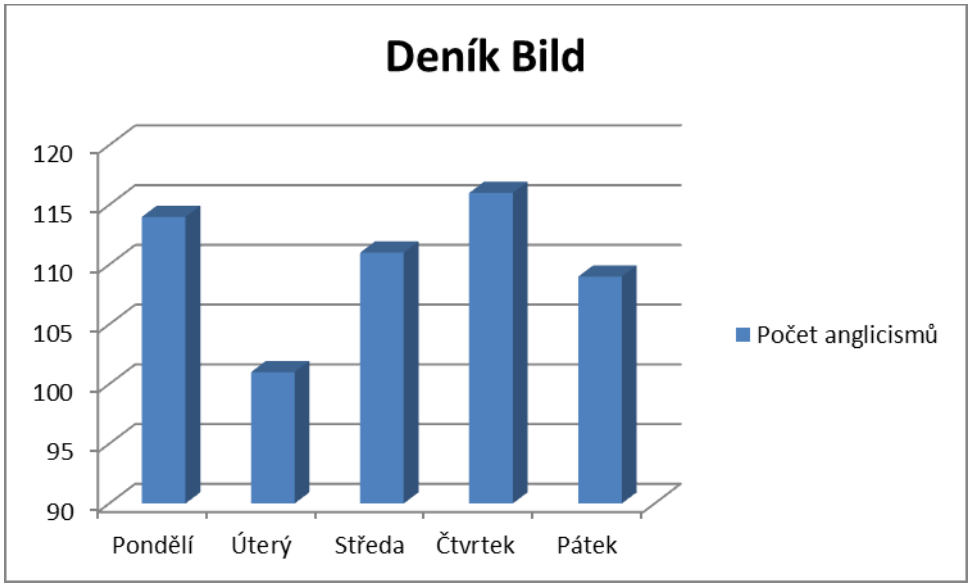
Jak již bylo zmíněno výše, je pro deník Frankfurter Allgemeine Zeitung typické pouze omezené používání obrázků a fotografií a na rozdíl od Bildu zde nenarazíme na žádné velké nadpisy s neomezeným množstvím vykřičníků a otazníků. Pro články uveřejněné v tomto deníku je také typické používání dlouhých větných konstrukcí a odborných výrazů, neboť předpokládají vysokou úroveň vzdělanosti a intelektu u svých čtenářů. FAZ jsou také na rozdíl od Bildu mnohem rozsáhlejší a obsahují větší počet rubrik.

3.3 Výskyt anglicismů v tisku

Anglicismy se v denících vybraných pro tento výzkum vyskytují poměrně často. Anglický jazyk ovlivňuje slovní zásobu v mnoha odvětvích a ne jinak je tomu i u sportu. Mnohé názvy sportů a sportovních odvětví pocházejí z angličtiny a nemají žádný německý ekvivalent. Jako příklad můžeme použít slovo *Volleyball*, které se z angličtiny rozšířilo i do dalších jazyků, včetně jazyka českého (v češtině se ovšem používá již počeštěný výraz volejbal). Zajímavostí je, že podle Dudenova slovníku můžeme slovo *Volleyball* používat se členy *der* i *das*, přestože slovo *Ball* se používá výhradně se členem *der*. Kromě názvů konkrétních sportů se přejímá z anglického jazyka také sportovní terminologie a slova jako *Fair Play* nebo *Power Play* se běžně používají v němčině a také v češtině. Taková slova pak bývají označovány jako internacionalismy. Ve sportovní terminoligii můžeme na internacionalismy narazit opravdu často. Internacionalismy anglického původu jsou zde zařazeny mezi anglicismy, neboť z informací uvedených v teoretické části této práce vyplývá, že pojmy anglicismus a internacionalismus si vzájemně neodporují. Mezi typické internacionalismy ze sportovního prostředí patří např. názvy sportovních odvětví (*das Volleyball*/volejbal, *das Hockey*/hokej, *der Baseball*/baseball etc.) Také další terminologické výrazy jsou často internacionalismy – *das Team*/tým, *der Trainer*/trenér, *das Offside*/ofsajd). Většina těchto internacionalismů se do němčiny dostala již na konci 19. stol., kdy se jednotlivé sportovní odvětví formovaly a rozšiřovaly po světě. Často se také do německého jazyka dostávají také takové výrazy, které mají v němčině svůj ekvivalent a jejich užívání se tak zdá zbytečné (např. již zmíněný *das Team* namísto německého *die Mannschaft*).

3.3.1 Anglicismy v deníku Bild

V deníku Bild se anglicismy vyskytují velice často, přestože jsou to cizí slova, u kterých se předpokládá, že se častěji budou vyskytovat v seriózním tisku. Používání anglicismů je ale do značné míry módní záležitostí a velmi často se vyskytují v hovorové němčině. Jazyk deníku Bild a dalších bulvárních médií je touto hovorovou němčinou výrazně ovlivněn a proto se na jeho stránkách anglicismy vyskytují také často. Počet anglicismů v deníku Bild, které se objevily na jeho stránkách ve dnech 12. 6. 2017 až 16. 6. 2017 přehledně znázorňuje následující graf.



Graf č. 1 Počet anglicismů v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Z grafu č. 1 je patrné, že anglicismy se také v jazyce bulvárního tisku objevují opravdu často a jejich počty byly v jednotlivých dnech poměrně vyrovnané. Celkem bylo napočítáno ve sportovní rubrice 5 čísel deníku Bild 551 slov anglického původu. Nejvíce anglicismů se objevilo v čísle čtvrtečním, kde se celkem vyskytlo 116 slov anglického původu. Naopak nejméně anglicismů bylo v úterním čísle, kde jich bylo napočítáno pouze 101.

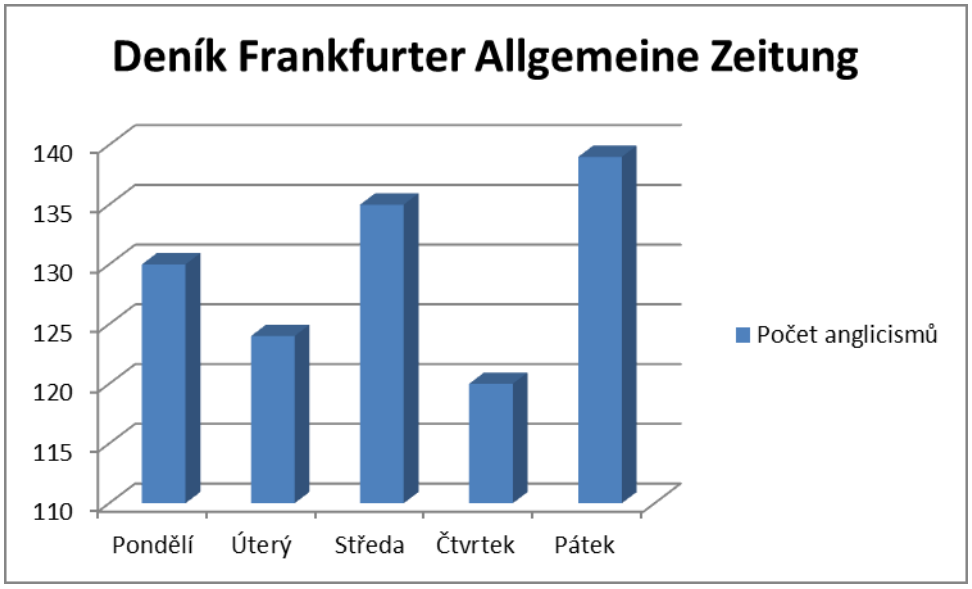
Hlavním tématem celého týdne byl fotbal, který je v Německu velmi populární a proto mu byla po celých 5 dní věnována největší pozornost. Právě proto patřily k nejfrekventovanějším slovům výrazy jako *Trainer, Coach, Fan* nebo *Team* či *Teamplayer*. Anglicismy samozřejmě pronikají do němčiny nejen v podobě podstatných jmen, ale také jako slovesa. Často tak na stránkách Bildu bylo možné narazit na sloveso

kicken, které pochází z anglického to kick a v Dudenově slovníku se poprvé objevilo již v roce 1915, nebo *trainieren* z anglického to train. V článku o překvapivé vítězce tenisového turnaje se pak objevila slovesa pro sport ne zcela typická – *shoppen* a *checken*. Naopak pro sportovní rubriku typická jsou slova jako *Star, MegaStar, Ex-Star* popř. *Superstar.* Tato slova s prefixoidy jako *Super-*, *Mega-*, *Ultra-* apod. bývají nazývána také hybridní kompozita. Takových slov se v Bildu objevilo celkem 105 a velmi často na ně bylo možné narazit již v nadpisech některých článků. V pondělním a středečním vydání byla věnována pozornost kromě fotbalu také boxu a několikrát se v těchto článcích objevilo sloveso *boxen,* pocházející z anglického to box. V úterním vydání se na stránky Bildu dostal také motorismus a poměrně dost prostoru bylo věnováno formuli 1. Právě v těchto článcích se ovšem neobjevilo tolik anglicismů, a právě z tohoto důvodu jich v úterním vydání bylo napočítáno nejméně.

Nejčastěji užívanými anglicismy jsou slova *der Trainer* a *trainieren,* kterých bylo celkem 258. Dalším často zmiňovaným výrazem bylo již výše zmíněné slovo *Star* a od něj odvozené složeniny. Hojně frekventované bylo také slovo *das Team*, které bylo často součástí složenin (např. *der Teamkollege*). Zajímavé u tohoto slova je to, že se na stránkách Bildu objevuje častěji než původem německé slovo *die Mannschaft*. Ve sportovní rubrice se ovšem objevovaly nejen anglicismy z oblasti sportovní. Často bylo např. možné narazit na slova jako *das Interview*, *das Ticket* nebo *der Job*.

3.3.2 Anglicismy v deníku FAZ

Deník Frankfurter Allgemeine Zeitung je proslulý vytříbeností svého jazyka a časté užívání odborných výrazů a cizích slov je pro něj typické. Právě anglicismy jsou samozřejmě také cizí slova, proto se jich v každém čísle tohoto deníku nachází opravdu velké množství. Počty anglicismů, které se objevily v 5 číslech deníku FAZ vycházejících ve dnech 12. – 16. 6. 2017 přehledně znázorňuje následující graf.



Graf č. 2 Počet anglicismů v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Ve sportovní rubrice deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se v těchto dnech objevilo celkem 648 anglicismů. Nejvíce jich bylo v pátečním čísle, celkem 139, nejméně pak ve čtvrtečním vydání (120). Počty anglicismů v jednotlivých vydání byly ale v průběhu týdne celkem vyrovnané. V pondělním vydání bylo napočítáno celkem 130 anglicismů, v úterý 124 a ve středu 135.

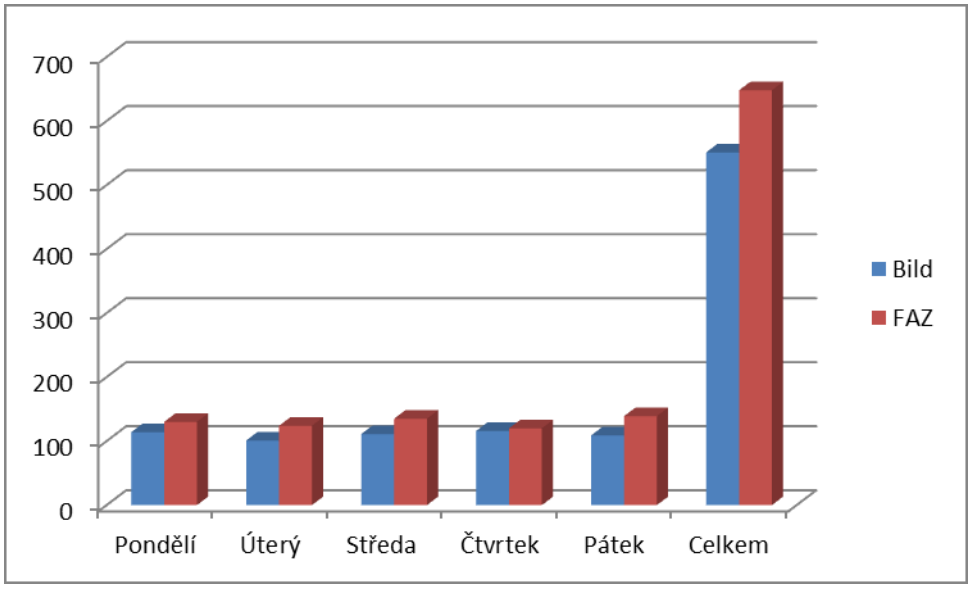
Ve sportovní rubrice deníku Bild jasně dominoval fotbal, který je v Německu nesmírně populární. Sportovní rubrika deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se ovšem věnuje i dalším, v některých případech i okrajovým sportům. Kromě článků o fotbalu se zde objevily také články o hokeji, golfu, házené a třeba i jezdectví. Skladba anglicismů byla přesto podobná anglicismům vyskytujícím se v deníku Bild. Často se tak na stránkách objevovala slova jako *das Team*, *das Training* nebo *der Trainer*. Na rozdíl od deníku Bild je ovšem méně časté užívání slov *der Coach* a *das Team*. Zatímco v Bildu slovo *Team* jasně dominovalo nad německým ekvivalentem *die Mannschaft*, ve FAZ se častěji užívá právě německého ekvivalentu. Mezi anglicismy se také ve FAZ nachází kromě podstatných jmen velké množství sloves. Poměrně často můžeme narazit na slovesa *kicken*, *trainieren* nebo třeba *starten*. Součástí pondělního čísla byl článek o cyklistice, kde se velmi často vyskytuje slovo *das Doping* a od něj odvozené sloveso *doppen*. V úterním čísle je poměrně dost prostoru věnováno hokeji, tudíž zde můžeme často narazit na slova jako *das Eishockey* a od něj odvozené složeniny (*Eishockey-Arena, Eishockey-Champion* atd.). Poměrně rozsáhlý článek je také věnovaný

motorsportu, ve kterém se třikrát objevuje slovo *das Speed*. Stejně jako v Bildu není ovšem tento článek o formuli 1 na anglicismy nijak bohatý. Ve středečním výtisku FAZ je poměrně obsáhlý článek o ragby, kde se tedy několikrát opakuje slovo *das Rugby* a od něj odvozené složeniny (*Rugby-Nationen*, *Rugby-Förderer* etc.). Čtvrteční vydání bylo zamřené především na fotbal, velký prostor zde ale byl otázce lidských práv v Rusku, neboť právě tam se má konat příští mistrovství světa. V tomto článku byla samozřejmě skladba slovní zásoby poněkud odlišná a v celém článku se vyskytlo jen malé množství slov anglického původu. Pravděpodobně právě z tohoto důvodu byl čtvrtek na anglicismy nejchudším dnem z celého týdne. V pátečním čísle se naopak objevilo anglicismů nejvíce. Většina otištěných článků se v pátek věnovala fotbalu, poměrně rozsáhlý článek byl také věnován tenisu. Právě v tomto článku se pak často objevovaly výrazy jako *Return, Volley* nebo spojení *Serve-and-Volley*.

Obecně lze říci, že stejně jako v deníku Bild se i ve FAZ nejčastěji vyskytují anglicismy *der Trainer, trainieren*, popř. *das Training*, které se často objevuje i ve složeninách. Celkem bylo těchto anglicismů na stránkách FAZ 288. Poměrně často se také ve Frankfurter Allgemeine Zeitung vyskytují slova jako *Star, MegaStar* nebo *Superstar*. Málokdy se ovšem objevují rovnou v nadpisech a jejich výskyt není tak častý, jako v deníku Bild. Celkem bylo těchto slov napočítáno 75. Jak již bylo zmíněno výše, často se ve FAZ objevuje i slovo *das Team* a od něj odvozené složeniny, často je ovšem používán i německý ekvivalent tohoto slova *die Mannschaft*. Kromě těchto nejčastěji užívaných anglicismů se také ve FAZ objevují často výrazy jako *Interview*, *Comeback* nebo *Manager*.

3.3.3 Srovnání výsledků

Celkové porovnání četnosti výskytu anglicismů na stránkách deníků Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung nabízí následující graf.



Graf č. 3 Porovnání výskytu anglicismů v denících Bild a FAZ v období 12. – 16. 6. 2017

Po celou dobu sledování četnosti výskytu slov anglického původu byl počet anglicicsmů v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung nepatrně vyšší než jejich počet v deníku Bild. V pondělí 12. 6. bylo v Bildu uvedeno celkem 114 anglicismů, ve FAZ ve stejný den 130, tedy o 16 více. Také v úterý bylo ve FAZ o 23 anglicismů více než v deníku Bild, ve středu to pak bylo dokonce o 24 anglicismů více. Ve čtvrtečním vydání bylo v obou denících shodně nejméně slov anglického původu z celého týdne, ale i v tomto případě se nacházelo více anglicismů ve FAZ (tentokrát jich zde ale bylo pouze o 4 více). V pátek byl ovšem rozdíl v počtu anglicismů opět větší, neboť jich ve FAZ bylo o 30 více než v deníku Bild. Celkově tedy bylo anglicismů v seriózním deníku FAZ o 97 více než v bulvárním deníku Bild.

V obou denících se objevují stejné anglicismy, shodně nejužívanějšími anglicismy byly výrazy *der Trainer, trainieren* a *das Team*. Deník Bild se takřka výhradně věnoval fotbalu a další sportovní odvětví zde byly zmiňovány pouze v omezené míře. V deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung byly ale uvedeny články zaměřené i na jiné sporty než je fotbal, proto je skladba anglicismů pestřejší a rozmanitější než v Bildu. Výsledky tohoto výzkumu potvrdily v úvodu stanovenou hypotézu, že počet anglicismů v seriózním deníku bude vyšší než jejich počet v bulvárním tisku. Během stejného období ve stejných rubrikách se v seriózním deníku FAZ objevilo o 97 anglicismů více než v bulvárně orientovaném Bildu. Tento rozdíl ovšem není tak výrazný, jak by se

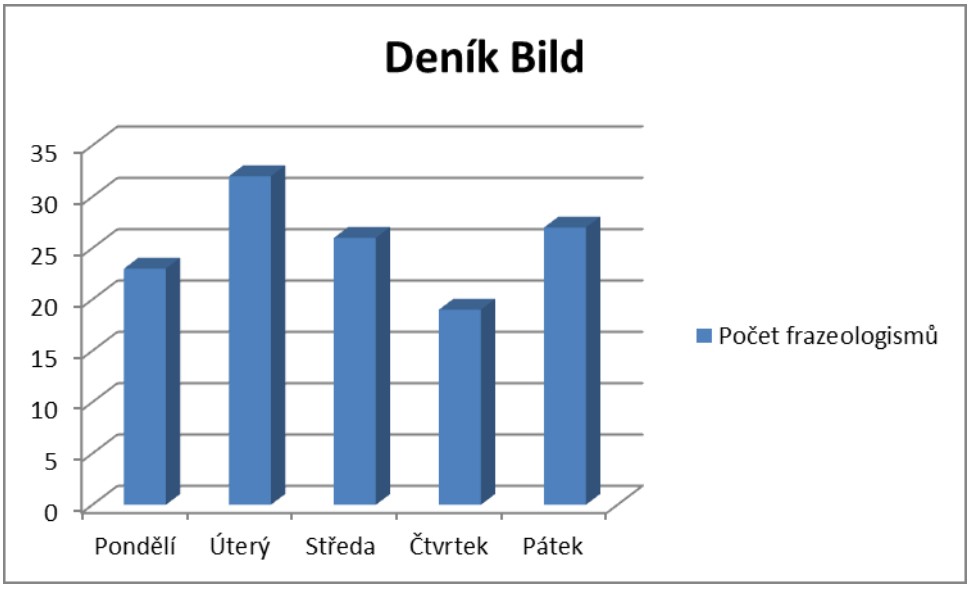
mohlo předpokládat. Ačkoliv se v seriózním tisku používají více cizí slova a tedy i anglicismy, také v bulvárním tisku se právě anglicismů objevuje velké množství. Užívání anglicismů je v současnosti v módě, zejména mezi mladými lidmi. Slova anglického původu se velmi často objevují v hovorové němčině a právě odtud pronikají na stránky bulvárních deníků, neboť jejich jazyk je právě hovorovou němčinou značně ovlivněn.

3.4 Výskyt frazeologismů v tisku

Dalším pozorovaným jevem, jejichž výskyt v tisku v průběhu 5 po sobě jdoucích dnů byl sledován, jsou frazeologismy. Jak již bylo řečeno v teoretické části této práce, jsou frazeologismy důležité pro zvyšování expresivity jednotlivých článků a právě z tohoto důvodu se často vyskytují zejména v bulvárním tisku. Dle odborné literatury se frazeologismy objevují často již v nadpisech jednotlivých článků, neboť tak mají upoutat pozornost čtenářů a motivovat je k přečtení celého článku. Dalším místem, kde se frazeologismy v publicistických textech objevují poměrně často, je pak přímá a popř. nepřímá řeč. Takové frazeologismy, které se v průběhu týdne opakovaly na stránkách novin vícekrát, budou podrobněji zmíněny v následujících kapitolách.

3.4.1 Frazeologismy v deníku Bild

Počty frazeologismů, které se objevily v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 přehledně znázorňuje následující graf.



Graf č. 4 Počet frazeologismů v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Ve sportovní rubrice deníku Bild se v týdnu od 12. do 16. 6. 2017 objevilo celkem 127 frazeologismů. Nejvyšší byl jejich počet v úterý, kdy jich na stránkách sportovní rubriky bylo napočítáno celkem 32, nejnižší počet frazeologismů pak byl spočítán ve čtvrtek (pouze 19). V pondělí to pak bylo celkem 23, ve středu 26 a v pátek 27. Počty frazeologismů v jednotlivých dnech byly tedy poměrně vyrovnané.

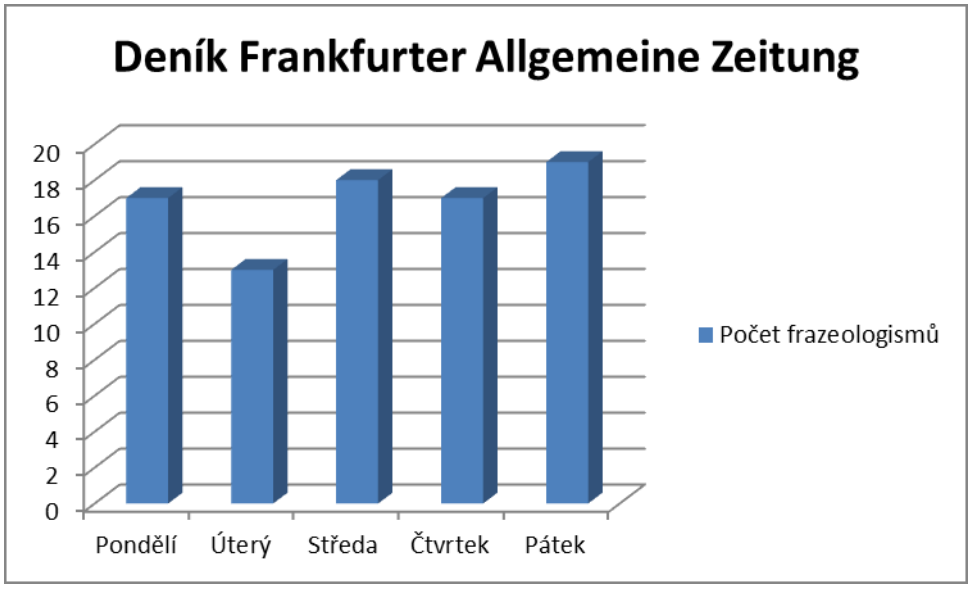
Nejčastěji se vyskytujícím frazeologismem v průběhu celého týdne bylo spojení *im Druck sein*/být pod tlakem. Toto spojení se samozřejmě v článcích se sportovní tématikou objevuje velmi často, v tomto týdnu jich bylo napočítáno celkem 15 (např. *Seitdem war Werner im Druck*. / Od toho okamžiku byl Werner pod tlakem.) Z tohoto celkového počtu bylo toto spojení celkem 7x užito v přímé řeči (např. *„Wenn wir im Druck waren, konnte das Team nicht reagieren“, jammert Pereira*. / „Když jsme byli pod tlakem, nemohl tým reagovat“, lamentoval Pereira.). Velmi často (celkem 12x) bylo také možné narazit na spojení *auf jeden Fall*/kažopádně, v každém případě (např. . Několikrát se tato fráze objevila také ve znegované podobě (*auf keinen Fall*/v žádném případě). Také toto spojení se vyskytovalo i v přímé řeči (např. *„Ich bin nächstes Jahr auf jeden Fall Trainer in Regensburg,“ versprach er.* / „V příštím roce budu v každém případě trenérem v Řezně,“ slíbil.). Dalším hojně zastoupeným frazeologismem pak bylo spojení *eine Rolle spielen*/hrát roli. Také toto spojení se objevovalo i v různých modifikacích (*eine wichtige Rolle spielen*/hrát významnou roli, *keine Rolle spielen*/nehrát žadnou roli). Těchto spojení bylo napočítáno celkem 11 (např. *Im ersten*

Viertel spielte er im Kiel eine wichtige Rolle. / V první čtvrtině hrál v Kielu důležitou roli.) Dále bylo možné vícekrát narazit na frazeologismy jako *von jmdm. ist die Rede*/o někom se mluví, *auf dem Programm stehen*/být na programu, *auf dem Spiel stehen*/být v sázce, jít o něco a *auf etwas Wert legen*/přikládat něčemu význam

Frazeologismy hrají v bulvárním deníku Bild poměrně významnou roli. V žádném z 5 čísel se ovšem frazeologismus neobjevil přímo v nadpisu některého z těchto článků. Kromě výše zmíněných častěji se vyskytujících frazeologismů se ve sportovní rubrice objevily samozřejmě také frazeologismy užívané pouze ve sportovním prostředí. Příkladem za všechny může být spojení *eine Schwalbe machen*. Tento idiom se používá pokud hráč upadne v pokutovém území za účelem odpískání pokutového kopu. S vlaštovkou tedy toto spojení nemá nic společného. Dalším typicky sportovním frazeologismem, který se objevil na stránkách Bildu dvakrát bylo spojení *den Ball aus dem Netz fischen*/lovit míč ze sítě. Na rozdíl od prvně zmíněného frazeologismu (*eine Schwalbe machen*) se toto spojení používá také v češtině a je pro nás tedy srozumitelné.

3.4.2 Frazeologismy v deníku FAZ

Také v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung je samozřejmě možné narazit na mnohé frazeologismy. Jejich konkrétní počty přehledně znázorňuje následující graf.



Graf č. 5 Počet frazeologismů v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

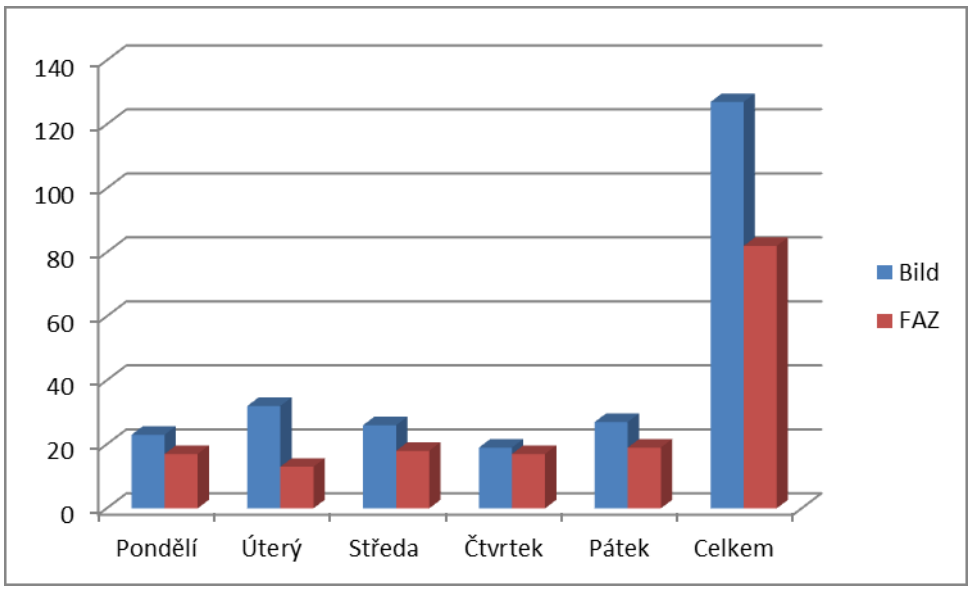
Ve sportovní rubrice deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung bylo ve dnech 12. – 16. 6. 2017 celkem 82 frazeologismů. Nejvíce frazeologismů se objevilo v pátečním čísle (celkem 19), nejméně naopak v čísle úterním (13). V pondělním a čvrtečním čísle bylo shodně 17 frazeologismů, ve středečním pak o dva více.

Počty frazeologismů v jednotlivých dnech byly poměrně vyrovnané, jak je patrné z grafu č. 5. Také ve Frankfurter Allgemeine Zeitung se některé frazeologismy samozřejmě objevovaly častěji. Stejně jako v deníku se i ve FAZ objevilo vícekrát spojení *im Druck sein*/být pod tlakem, popř. *unter Druck setzen*/dostat pod tlak (např. *Telekom fiel darauf rein, machte Tempo und setzte den Ausreißer unter Druck.* / Telekom na to naletěl, udával tempo a dostal uprchlého závodníka pod tlak.). Na takové věty bylo možné narazit celkem 9x. Dalším frazeologismem, na který bylo možné narazit při četbě sportovní rubriky narazit, pak bylo také spojení *auf dem Programm stehen*/být na programu, které se objevilo celkem 7x (např. *Die erste Runde des nationalen Wettbewerbes steht im August auf dem Programm.* / První kolo národní soutěže je na programu v srpnu.). Třikrát se pak ve FAZ objevilo spojení *seinem Ärger … Luft machen*/dát průchod svému hněvu (*Ein Zuschauer machte seinem Ärger über die diskriminierende Politik auf Twitter Luft.* / Jeden divák dal svému hněvu nad diskriminační politikou průchod na twitteru.). Skladba frazeologismů v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung byla ovšem pestřejší než v deníku Bild, většina spojení se tak na stránkách FAZ objevila pouze jednou. Příkladem mohou být frazeologismy *auf Holz klopfen*/zaklepat na dřevo, *Salz in die Wunde streuen*/sypat sůl do rány, *auf etwas Wert legen/*přikládat něčemu význam, *im Gespräch sein*/hovořit o něčem nebo *Öl ins Feuer gießen*/přilévat olej do ohně.

Také ve Frankfurter Allgemeine Zeitung se objevily frazeologismy typické pro sportovní prostředí. Opět zde bylo možné narazit na nám již známé spojení *eine Schwalbe machen* a *den Ball aus dem Netz fischen*. Kromě toho zde bylo také možné narazit na spojení *auf der Bank sitzen*/sedět na lavičce, které vyjadřuje, že daný hráč nehrál v základní sestavě, pouze seděl na lavičce a byl připraven na střídání. Dalším frazeologismem z fotbalového prostředí, který se objevil na stránkách Frankfurter Allgemeine Zeitung, je pak spojení *ein Tor abstauben,* které vyjadřuje, že někdo vstřelil branku po chybě soupeře (popř. nějakou jinou šťastnou náhodou) bez velkého úsilí.

3.4.3 Srovnání výsledků

Porovnání výsledků četnosti výskytu frazeologismů v denících Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung znázorňuje následující graf.



Graf č. 6 Porovnání výskytu frazeologismů v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Po celou dobu sledování četnosti výskytu frazeologismů v denících Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung byl jejich počet nepatrně vyšší v deníku Bild. V pondělním vydání bylo v deníku Bild 23 frazeologismů a ve FAZ pouze 17. V Úterním čísle byl rozdíl v počtu frazeologismů nejvyšší – v Bildu jich bylo napočítáno celkem 32 a ve FAZ pouze 13, což je tedy o více než polovinu méně. Ve středu bylo ve FAZ napočítáno 18 frazeologismů a v Bildu o 8 více. Ve čtvrtek byl rozdíl v počtu frazeologismů v těchto denících nejnižší – v Bildu se jich objevilo celkem 19 a ve FAZ pouze o 2 méně. V pátek se v Bildu vyskytlo 27 frazeologismů a ve FAZ o 8 méně. V průběhu celého týdne se tedy v Bildu objevilo o 45 frazeologismů více než v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung.

V obou denících se některé frazeologismy objevovaly vícekrát, jiné zde zas byly zastoupeny pouze jednou. K nejčastěji používaným frazeologismům v obou denících patřily spojení *im Druck sein* a *unter Druck setzen, auf Programm stehen* a *auf jeden Fall*. V deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se ovšem objevovalo více různých frazeologismů a nedocházelo tak často k jejich opakování jako v deníku Bild. To může

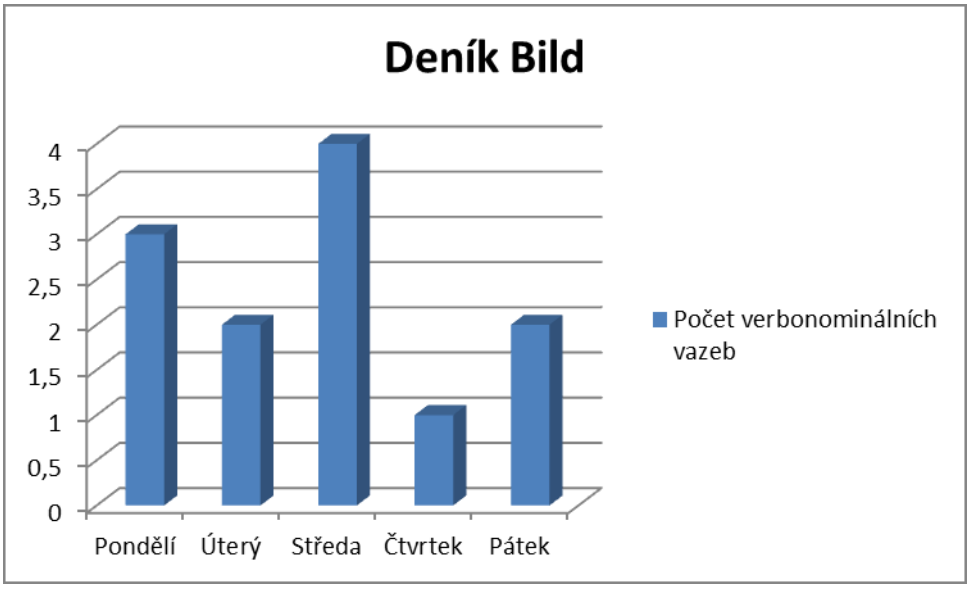
být samozřejmě způsobeno také tím, že jejich počet ve FAZ byl celkově nižší a tudíž nebyl takový prostor pro jejich opakování. V obou denících se také shodně objevovaly frazeologismy ze sportovního prostředí. V pondělních a středečních vydáních tak bylo možné shodně narazit na spojení *eine Schwalbe machen* a *den Ball aus dem Netz fischen*. Oba tyto frazeologismy se vztahují k fotbalovému prostředí, které je na takové frazeologismy obzvlášť bohaté. Další příklady takových fotbalových ustálených spojení bylo možné najít v obou denících (např. *ein Tor abstauben* a *auf der Bank sitzen)*. Srovnání celkového počtu frazeologismů v jednotlivých denících potvrdilo hypotézu stanovenou v úvodu (jejich počet je tedy vyšší v bulvárním deníku Bild).

3.5 Výskyt verbonominálních vazeb v tisku

Verbonominální vazby jsou dalším z jazykových prostředků, kterými se zabývá tato diplomová práce. Užívání těchto vazeb bylo v dřívějších dobách odsuzováno, dnes jsou ovšem běžnou součástí jazyka publicistiky. Jejich používání je časté při tzv. nominálním stylu vyjadřování, proto se předpokládá jejich četnější zastoupení v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung, pro který je právě nominální styl typický. Deník Bild na druhou stranu klade důraz na jednoduchost a srozumitelnost svých vyjádření, proto není na jeho stránkách možné narazit na verbonominální vazby tak často. Obecným trendem také je redukce užívání těchto vazeb a tyto trendy se samozřejmě v první řadě projevují na stránkách bulvárních tiskovin.

3.5.1 Verbonominální vazby v deníku Bild

Jak již bylo zmíněno výše, na stránkách deníku Bild se verbonominální vazby neobjevují tak často, jako v seriózních tiskovinách. Zde je uveden přehledný graf, který znázorňuje jejich konkrétní počty v jednotlivých číslech, které vycházely ve dnech 12. – 16. 6. 2017.



Graf č. 7 Počet verbonominálních vazeb v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017

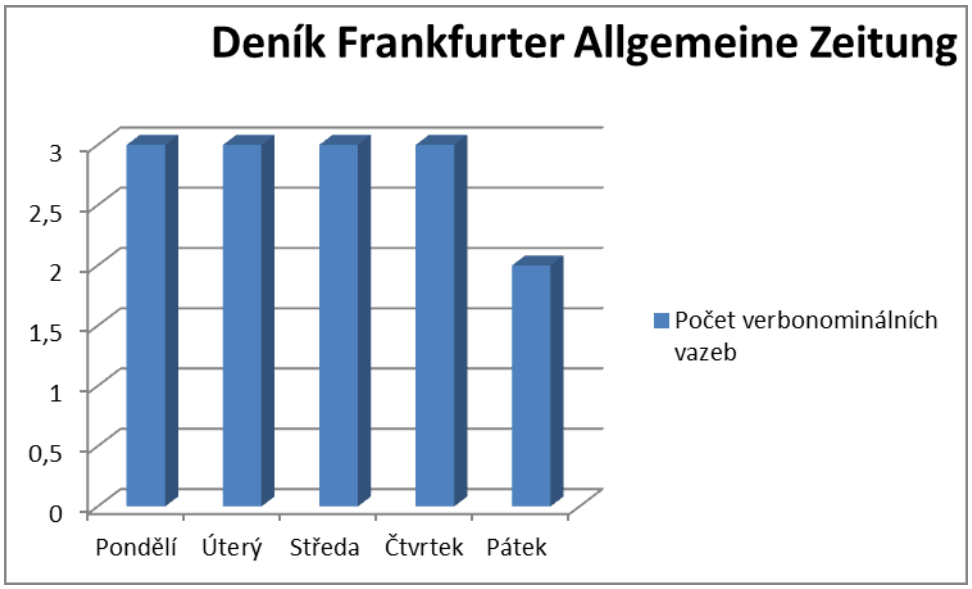
Ve sportovní rubrice deníku Bild bylo ve dnech 12. – 16. 6. 2017 uvedeno celkem pouze 12 verbonominálních vazeb. Nejvíce se jich objevilo na stránkách Bildu ve středu (4), nejméně pak ve čtvrtek (1). V pondělí se vyskytly v deníku Bild celkem 3 verbonominální vazby, v úterý a ve čtvrtek pak shodně 2.

Z předcházejícího grafu vyplývá, že počty verbonominálních vazeb v jednotlivých číslech jsou vyrovnané a nikterak vysoké. Z celkového počtu 12 verbonominálních vazeb se pak některé dokonce opakovaly. Dvakrát se tak na stránkách Bildu objevila vazba *zu Ende gehen*/spět ke konci. Konkrétně se tato vazba objevila ve větách *Diese Ära geht wahrscheinlich zu Ende.* (Tato éra pravděpodobně spěje ke konci.) a *Seine Dominanz geht jetzt zu Ende* (Jeho dominance je teď u konce.). Dále se v Bildu objevilo celkem dvakrát spojení *einen Rat geben*/udělit radu. V prvním případě byla tato vazba užita v přímé řeči (*„Der Trainer hat mir dann einen wertvollen Rat gegeben.“*/ Trenér mi pak dal jednu cennou radu.). Druhý případ užití této vazby byl velmi podobný, opět se jednalo o přímou řeč. Podstatné jméno bylo ovšem tentokrát použito v množném čísle *(„Er hat mir gute Ratschläge gegeben.“/*Dal mi dobré rady.). Další vazby (*einen Kampf führen*/bojovat, *in Wut geraten*/stát se vzteklým, *in Verdacht geraten*/dostat se do podezření, *eine Ahnung haben*/tušit, *Angst haben*/mít strach, *zur Verfügung haben*/mít k dispozici, *Eindruck machen*/udělat dojem, *eine Entwicklung nehmen*/vyvíjet se) se objevily pouze jednou. Nejčastěji se tedy objevovaly

verbonominální vazby se slovesem *haben*/mít. Celkem 7 těchto vazeb pak bylo užito v přímé řeči.

3.5.2 Verbonominální vazby v deníku FAZ

Na verbonominální vazby bylo možné narazit samozřejmě také při četbě deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung. Dle hypotézy stanovené v úvodu měl být jejich počet vyšší než v deníku Bild. Ve skutečnosti ale rozdíl v počtu verbonominálních vazeb v Bildu a ve Frankfurter Allgemeine Zeitung nebyl zdaleka tak markantní, jak se dalo očekávat. Konkrétní počty těchto vazeb uveřejněných ve FAZ v období 12. – 16. 6. 2017 znázorňuje následující graf.



Graf č. 8 Počet verbonominálních vazeb v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

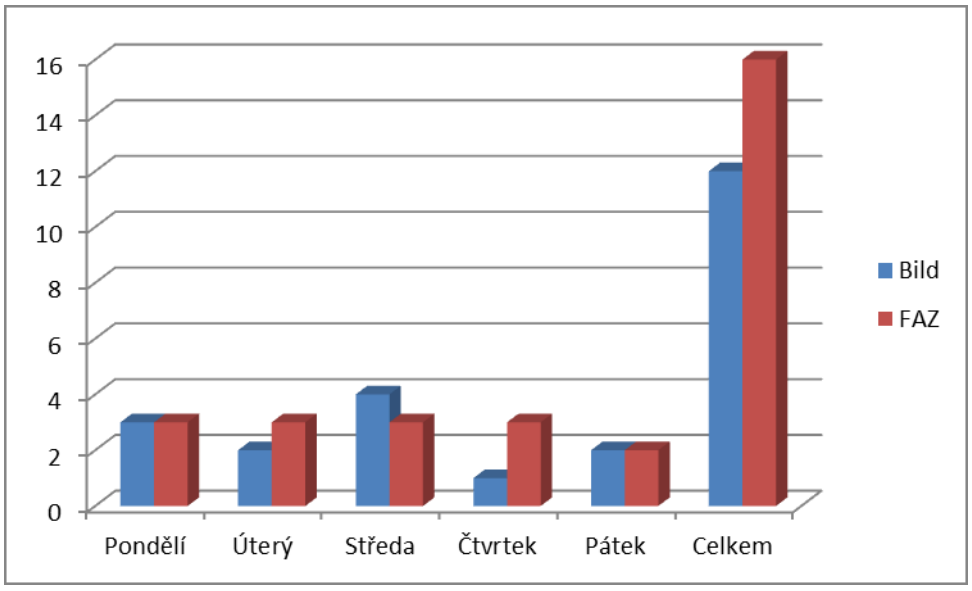
Ve sportovní rubrice deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se ve dnech 12. – 16. 6. 2017 objevilo celkem 14 verbonominálních vazeb. Jejich počty v jednotlivých dnech byly hodně vyrovnané. Shodně 3 vazby bylo možné napočítat v pondělí, úterý, ve středu a ve čtvrtek, nejméně (2) jich pak bylo v pátek.

V deníku FAZ se tedy objevilo skutečně o něco málo více verbonominálních vazeb než v deníku Bild. Jejich skladba byla ovšem dost podobná, neboť ty verbonominální vazby, které se v Bildu objevily v přímé řeči, byly citovány také ve Frankfurter Allgemeine Zeitung. Bylo tomu tak patrně z toho důvodu, že oba deníky přejímají některé zprávy od stejné agentury. Kromě tedy již výše uvedeného příkladu se spojením *einen Rat geben*/udělit radu se to byly například vazby *eine Entwicklung nehmen*/vyvíjet

se *(„Serge hat in Bremen eine sehr gute Entwicklung genommen.“*/ „Serge se v Brémách velmi dobře vyvíjel.“) nebo *Eindruck machen*/udělat dojem (*„Ich muss sagen, dass der Torwart wirklich einen tollen Eindruck gemacht hat.“* / „Musím říci, že ten brankář udělal skutečně výborný dojem.“). Ze 14 vazeb uveřejněných ve Frankfurter Allgemeine Zeitung jich celkem 8 bylo použito v přímé řeči (dále *eine Ahnung haben*/tušit, *Angst haben*/mít strach, *zur Verfügung haben*/mít k dispozici a *eine Frage stellen/*položit otázku). Více než jednou se tedy ve Frankfurter Allgemeine Zeitung objevila pouze vazba *einen Rat geben*/udělit radu, vazba *zu Ende gehen*/spět ke konci se se ve FAZ vyskytla pouze jednou, stejně jako vazby *einen Kampf führen*/bojovat a *in Verdacht geraten*/dostat se do podezření. V deníku FAZ pak dále možné objevit i vazby, které se v deníku Bild neobjevily (*in Gefahr sein*/být v nebezpečí, *Kritik üben*/kritizovat a *eine Wirkung haben*/působit). Na pozici funkčního slovesa se ve vazbách užitých v deníku FAZ nejčastěji objevovalo sloveso *haben*/mít.

3.5.3 Srovnání výsledků

Srovnání výskytu verbonominálních vazeb v denících Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung přehledně znázorňuje následující graf.



Graf č. 9 Porovnání výskytu verbonominálních vazeb v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Celkově byl počet verbonominálních vazeb ve sportovní rubrice deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung (14) nepatrně vyšší než ve stejné rubrice deníku Bild (12). V jednotlivých dnech ale již výsledky tak jednoznačné nebyly, např. v pondělí a v pátek byly v obou denících shodné počty verbonominálních vazeb – v pondělí 3 a v pátek 2. Ve středečním čísle byl dokonce vyšší počet verbonominálních vazeb v deníku Bild (4) než v deníku FAZ (3). V úterý a ve čtvrtek byl ovšem již vyšší počet ve FAZ. V úterý zde byly 3 verbonominální vazby (a v deníku Bild pouze 2) a ve čtvrtek byly ve FAZ také 3 verbonominální vazby a v Bildu pouze 1.

V obou denících se v průběhu celého týdne vyskytovalo poměrně málo verbonominálních vazeb, přesto jich v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung bylo více než v deníku Bild a potvrdila se tak hypotéza stanovená v úvodu práce (přesný přehled výskytu verbonominálních vazeb v denících Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung je uveden v příloze I). Nízký počet těchto vazeb v jednotlivých vydáních mohl být způsobený výběrem sledované rubriky, neboť ve sportovní rubrice bývá upřednostňován verbální styl, který dodává sportovním zprávám dynamičnost. V deníku Bild se v průběhu výzkumu objevilo celkem 12 verbonominálních vazeb, z toho 7 bylo užito v přímé řeči. Ve Frankfurter Allgemeine Zeitung bylo napočítáno 16 verbonominálních vazeb a z toho 8 bylo užito v přímé řeči. Všechny vazby, které se objevily v přímé řeči v deníku Bild se vyskytovaly také ve FAZ. Rozhovory, ve kterých se tyto přímé řeči objevovaly, pocházely tedy ze stejného zdroje. V obou denících se tak shodně dvakrát objevila vazba *einen Rat geben*/udělit radu. V deníku Bild se pak také dvakrát opakovala ještě vazba *zu Ende gehen*/spět ke konci. V obou denících se také shodně nejčastěji objevovalo sloveso *haben*/mít na pozici funkčního slovesa (v deníku Bild to bylo 3x, ve FAZ 4x).

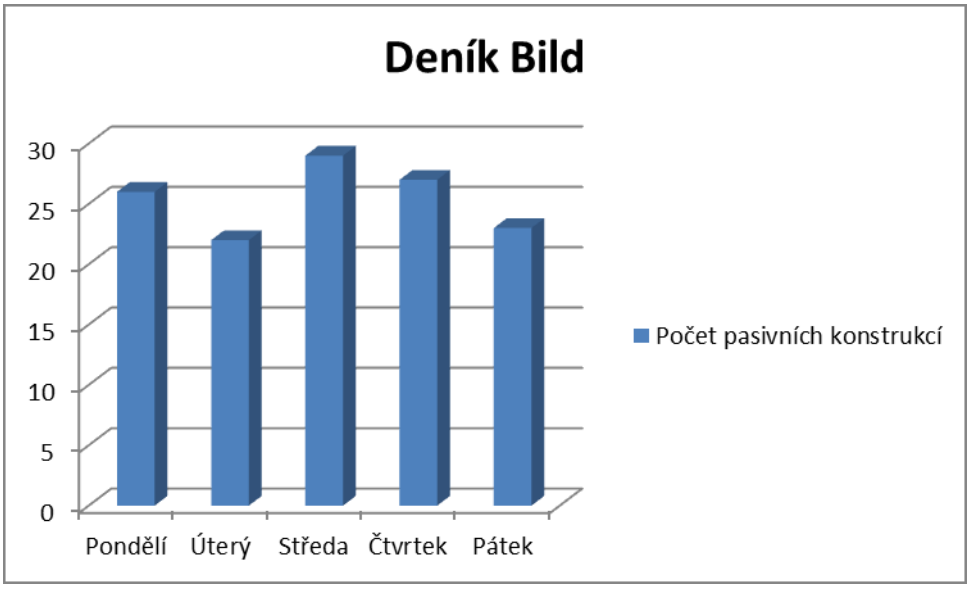
3.6 Výskyt pasivních konstrukcí v tisku

Používání pasivních konstrukcí je pro německý jazyk typické. Pasivum se v tomto jazyce užívá často, nejen v psaném jazyce. Ovšem právě v psaném jazyce je výskyt pasivních konstrukcí opravdu častý. Používání pasiva je spojeno s odborným jazykem, kterému je velmi blízký jazyk deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung. Jak již bylo zmíněno výše, pasivní konstrukce se používají také v mluveném jazyce (i v jeho hovorové vrstvě). Z tohoto důvodu se pasivní konstrukce samozřejmě objevují také na

stránkách bulvárních tiskovin. Konkrétní četnost výskytu těchto konstrukcí v seriózním a bulvárním deníku přiblíží následující kapitoly.

3.6.1 Pasivní konstrukce v deníku Bild

Z důvodů zmíněných výše je možné na pasivní konstrukce narazit poměrně často také v deníku Bild. Konkrétní počty výskytu těchto konstrukcí, které se objevily na stránkách tohoto deníku ve dnech 12. – 16. 6. 2017 přehledně znázorňuje následující graf.



Graf č. 10 Počet pasivních konstrukcí v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017

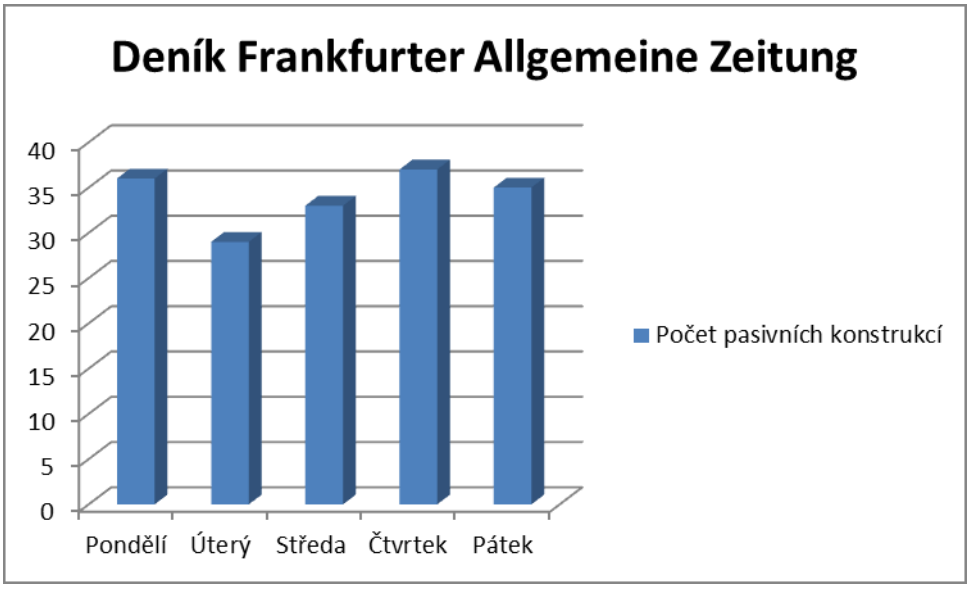
Ve sportovní rubrice deníku Bild se ve dnech 12. – 16. 6. 2017 objevilo celkem 127 pasivních konstrukcí. Nejvyšší počet těchto konstrukcí byl napočítán ve středečním vydání, kde jich bylo celkem 29. Nejméně jich pak bylo napočítáno v úterním čísle, pouze 22. V pátek se pak na stránkách Bildu objevilo pouze o jednu pasivní konstrukci více, tedy 23. V pondělním čísle bylo napočítáno celkem 26 pasivních konstrukcí, ve čtvrtek také pouze o jednu více, tedy 27.

Počty pasivních konstrukcí vyskytujících se ve sportovní rubrice deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 byly v průběhu celého týdne poměrně vyrovnané, jak je patrné z grafu č. 10. Z celkového počtu 127 pasivních konstrukcí se jich pak zhruba jedna třetina objevila v přímé řeči (celkem 40 konstrukcí). Příkladem užití pasivní konstrukce v přímé řeči je věta, která se objevila v článku o ragby, kde jeden z hráčů komentuje

porážku svého mužstva: *„Das war richtig stark, wie beim Boxen. Die Jungs wurden ausgeknockt, sind aber immer wieder aufgestanden.“* / „Bylo to opravdu silné, jako při boxu. Kluci byli knockoutováni, ale pokaždé znovu vstali.“. V uvedeném příkladu užití pasiva v přímé řeči je toto pasivum použito v préteritu. Tento jednoduchý minulý čas se společně s časem přítomným objevoval na stránkách Bildu nejčastěji. Zcela výjimečně pak bylo možné narazit také na pasivní konstrukce v plusquamperfektu (např. v článku o tenistce Marii Sharapovové: *Die Russin, die 2015 wegen Dopings 15 Monate gesperrt worden war, hat einen Muskelfaserriss.* / Ruska, které byl v roce 2015 na 15 měsíců udělen zákaz kvůli dopingu, má trhlinu ve svalu.). Ve všech dosud uvedených příkladech se vyskytovalo průběhové pasivum, na stránkách deníku Bild bylo ale možné narazit také na pasivum stavové. Počet těchto konstrukcí ale nebyl příliš vysoký, celkem bylo v průběhu celého týdne možné napočítat stavové pasivum pouze 13x. Také stavové pasivum se vyskytovalo téměř výhradně v préteritu nebo prézentu (např. *Robert Lewandovski: „Ich war verärgert, ich war enttäuscht.“* / Robert Lewandovski: „Byl jsem rozzloben, byl jsem zklamán.“).

3.6.2 Pasivní konstrukce v deníku FAZ

V deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se samozřejmě pasivní konstrukce vyskytují poměrně často. Pro deník FAZ je typické užívání jazyka podobného jazyku odbornému a obecně jsou větné konstrukce vyskytující se v tomto deníku složitější a delší. Konkrétní počty pasivních konstrukcí, na které bylo možné narazit při čtení FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017, znázorňuje následující graf.



Graf č. 11 Počet pasivních konstrukcí v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

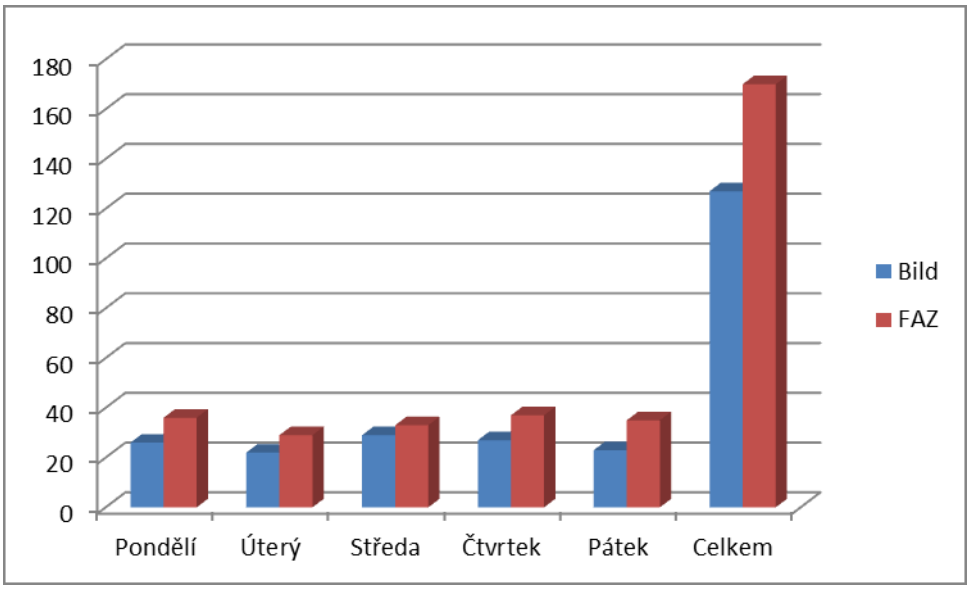
Ve sportovní rubrice deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se ve dnech 12. – 16. 6. 2016 objevilo celkem 170 pasivních konstrukcí. Nejvíce jich bylo možné najít ve čtvrtečním čísle (37), nejméně pak v čísle úterním (29). V pondělním vydání se vyskytlo celkem 36 pasivních konstrukcí, v pátečním to poté bylo pouze o jednu konstrukci méně (35). Ve středečním vydání pak bylo možné narazit celkem na 33 pasivních konstrukcí.

Jak znázorňuje graf č. 11, počty pasivních konstrukcí byly v průběhu celého týdne poměrně vyrovnané. Také v deníku FAZ se tyto konstrukce objevovaly i v přímé řeči. Na rozdíl od deníku Bild to ale bylo pouze zhruba v jedné čtvrtině případů užití pasivní konstrukce (41x). Mnohem častěji tedy bylo možné narazit na tyto konstrukce v běžném textu. Nejčastěji se pak tyto konstrukce objevovaly také v jednoduchém minulém nebo v přítomném čase. Na oba tyto časy bylo možné narazit např. v článku o závodech aut na elektrický pohon. Pasivní konstrukce v přítomném čase se zde objevila v této jednoduché větě: *Das Flughafengebäude wird immer noch als Quartier für einige hundert Flüchtlinge benutzt*. / Letištní budovy jsou stále ještě používány k ubytování několika stovkek uprchlíků. Pasivní konstrukce v préteritu je tu ale použita v poměrně složité větě, která dokumentuje složitost větných konstrukcí užívaných v deníku FAZ: *Er verlor die Führung nicht vor Schreck, sondern weil seine Batterie heiß wurde und Energie-Rückgewinnung und Bremsen eingeschränkt wurden.* / Ztratil vedení ne z leknutí, ale protože se jeho baterie přehřála a zpětné získávání energie a brzdy byly tak

omezeny. Z této poměrně složité a dlouhé věty je také jasně patrné, že ne ve všech případech užití slovesa *werden* se jedná o pasivní konstrukci. Sloveso *werden* se může ve větě objevit nejen jako sloveso pomocné, ale také jako sloveso plnovýznamové (*seine Batterie heiß wurde*/baterie se přehřála). Častěji než v deníku Bild se ve FAZ objevovala pasiva také v jiných časech - v plusquamperfektu a v perfektu. Příkladem pro použití pasiva v perfektu byla např. věta, která se objevila v přímé řeči v článku z parkurového prostředí: *„Ich bin wieder einmal daran erinnert worden, wie dünn das Eis ist, auf dem wir uns bewegen.“* / „Byla jsem zase jednou upamatována na to, jak tenký je led, po kterém se pohybujeme“. I ve Frankfurter Allgemeine Zeitung bylo možné narazit na stavové pasivum. Vzhledem k celkovému počtu pasivních konstrukcí byl ale jejich počet zanedbatelný, v průběhu celého týdne se jich na stránkách objevilo pouze 7.

3.6.3 Srovnání výsledků

Porovnání četnosti výskytu pasivních konstrukcí v denících Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung nabízí následující graf.



Graf č. 12 Porovnání výskytu pasivních konstrukcí v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Počet pasivních konstrukcí ve sportovní rubrice deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung ve dnech 12. – 16. 6. 2017 byl výrazně vyšší než ve stejném období a ve stejné rubrice

deníku Bild. Zatímco ve FAZ bylo celkem 170 pasivních konstrukcí, v deníku Bild jich v tomto období bylo napočítáno o 43 méně. Největší rozdíl v počtu těchto vazeb byl v pátečních číslech, neboť v deníku Bild jich bylo pouze 23, tedy celkem o 12 pasivních konstrukcí méně než v deníku FAZ, kde jich bylo 35. V pondělním a čtvrtečním čísle FAZ bylo shodně o 10 pasivních konstrukcí více než v Bildu. Nejmenší rozdíl v jejich počtu pak byl v číslech středečních, kdy bylo v Bildu 29 a ve FAZ 33 těchto konstrukcí. V úterním vydání deníku Bild pak bylo celkem 22 pasivních konstrukcí, tedy o 7 méně než v deníku FAZ.

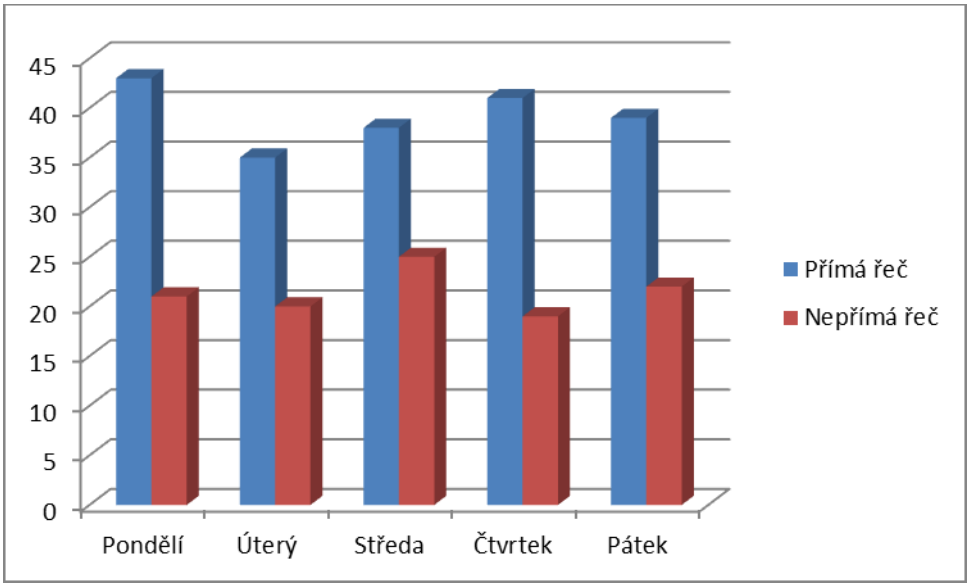
V obou denících se pasivní konstrukce objevovaly nejen v prostém textu, ale také v přímé řeči. Počet těchto konstrukcí v přímé řeči byl vzhledem k celkovému počtu pasivních konstrukcí vyšší v deníku Bild. V obou denících se také nejčastěji vyskytovaly pasivní konstrukce v přítomném a jednoduchém minulém čase. V deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung bylo ale také možné narazit poměrně často i na časy další (plusquamperfektum, perfektum), které se ovšem v Bildu vyskytovaly spíše vzácně. V deníku Bild se ovšem častěji než v deníku FAZ vyskytovalo stavové pasivum. Častější výskyt pasivních konstrukcí v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung je zapříčiněn především tím, že jazyk a větné konstrukce objevující se v seriózním tisku jsou výrazně složitější a delší než větné konstrukce, které můžeme najít na stránkách bulvárních médií.

3.7 Výskyt nepřímé řeči v tisku

V teoretické části této práce bylo uvedeno, že k reprodukci cizí nebo dřívější vlastní promluvy může pisatel novinových článků využít dva způsoby – řeč přímou a nepřímou. Právě používání nepřímé řeči je pro jazyk publicistiky charakteristické. Každá nepřímá řeč musí splňovat následující podmínky: musí být uvozena uvozujícím slovesem, mít charakter vedlejší věty a obsahovat sloveso v konjunktivu I. Právě konjunktiv I se v jazyce používá téměř výhradně na poli publicistickém (dále je na něj možné narazit v některých ustálených spojeních). Nepřímá řeč se ovšem nevyskytuje ve všech publicistických textech. Jelikož je užívání konjunktivu I spojené se spisovným jazykem, na stránkách bulvárních tiskovin se nevyskytuje. V bulvárních médiích, tedy i v deníku Bild, je k reprodukci cizí promluvy používána vždy řeč přímá, popř. vedlejší věty, ve kterých ovšem způsob oznamovací nepřechází do způsobu podmiňovacího. Nepřímá řeč s konjunktivem I není v bulvárních denících užívána z toho důvodu, že

čtenáři těchto médií preferují hovorový jazyk a výpovědi v nepřímé řeči by pro ně mohly být nesrozumitelné, popř by mohlo docházet k jejich dezinterpretaci. Tato kapitola se tedy bude věnovat pouze výskytu nepřímé řeči v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Přestože je tedy pro seriózní deník Frankfurter Allgemeine Zeitung typické užívání nepřímé řeči a tedy konjunktivu I, můžeme na jeho stránkách samozřejmě narazit také na řeč přímou. Četnost výskytu přímé a nepřímé řeči v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 přehledně znázorňuje následující graf.



Graf č. 13 Srovnání výskytu přímé a nepřímé řeči v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Z porovnání výskytu přímé a nepřímé řeči ve sportovní rubrice deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 je patrné, že přímá řeč jasně dominuje. Největší převahu měla přímá řeč v pondělním a čtvrtečním čísle, kde bylo shodně o 22 přímých řečí více než řečí nepřímých. Naopak nejmenší rozdíl v počtu přímých a nepřímých řečí byl ve středečním vydání, kde bylo pouze o 13 přímých řečí více než řečí nepřímých. V úterý pak bylo na stránkách FAZ o 15 přímých řečí více a v pátek o 17 přímých řečí více než řečí nepřímých.

Z grafu č. 13 je patrná jasná převaha řečí přímých, kterých se celkem v průběhu týdne objevilo ve sportovní rubrice deníku FAZ 196. Řečí nepřímých bylo ve stejném

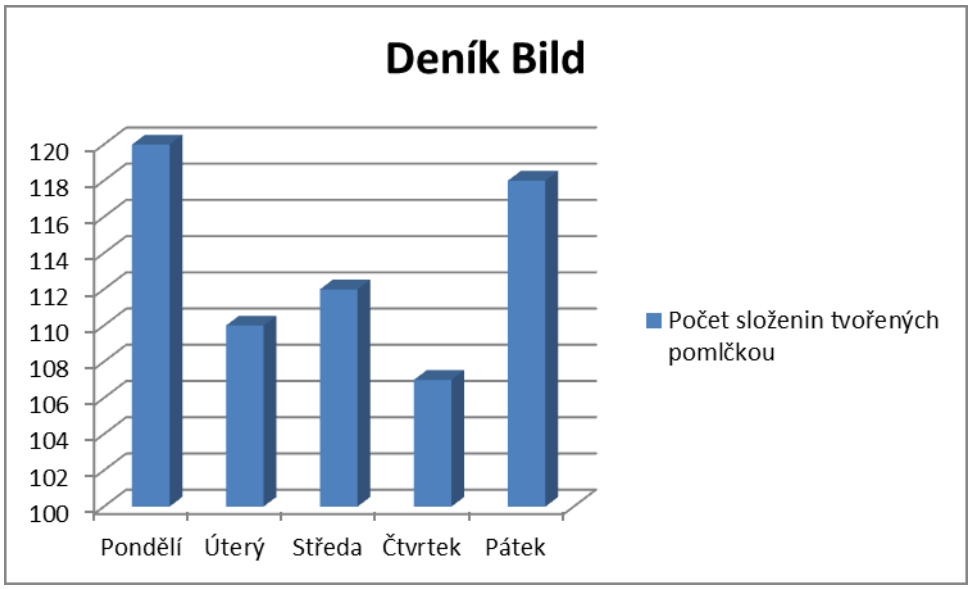
období a ve stejné rubrice pouze 107. Tato jasná převaha přímé řeči může naznačovat postupný úpadek užívání nepřímé řeči s konjuntivem I také v seriózních médiích a ve spisovném jazyce.

3.8 Výskyt složenin tvořených pomlčkou v tisku

Složeniny tvořené pomlčkou jsou takové složeniny, které vznikají pouze pro jeden konkrétní okamžik (v němčině se označují *Augenblickkomposita*) a slouží ke zjednodušení a zkrácení vztažných vedlejších vět, infinitivních konstrukcí nebo prepozičních přívlastků. Jejich užívání v jazyce médií je poměrně časté, neboť zjednodušují text bez ztráty jeho smyslu. Jelikož tyto složeniny tvořené pomlčkou vznikají pouze pro jeden konrétní okamžik, není možné na ně narazit ve slovnících nebo v jiné literatuře. Ve slovnících ale můžeme narazit také na spojení slov, ve kterém jsou jednotlivé členy spojené pomlčkou. Většinou se jedná o takové složeniny, jejichž první člen je zkratka. Tyto složeniny tedy nevznikají pouze pro jeden okamžik a proto nejsou v této práci počítána mezi tzv. *Augenblickkomposita*. Složeniny tvořené pomlčkou se velmi často vyskytují v bulvárních tiskovinách, pro které je typická tendence ke zkracování vět a užívání jednoduchých větných konstrukcí. Četností výskytu složenin tvořených pomlčkou v seriózním a v bulvárním tisku se zabývají následující kapitoly.

3.8.1 Složeniny tvořené pomlčkou v deníku Bild

Počty složenin tvořených pomlčkou, které se objevily na stránkách deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 znázorňuje následující graf.



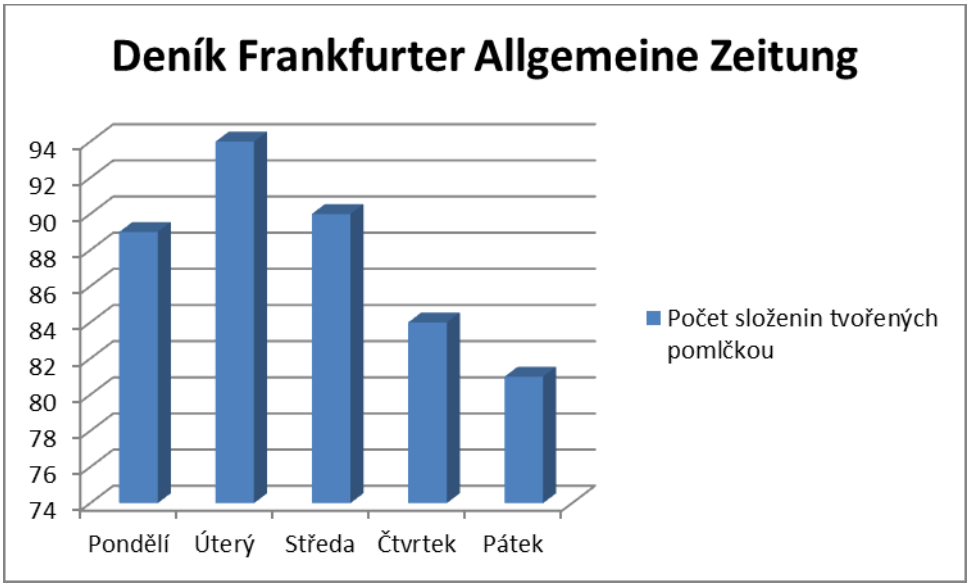
Graf č. 14 Počet složenin tvořených pomlčkou v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Ve sportovní rubrice deníku Bild se ve dnech 12. – 16. 6. 2017 objevilo celkem 567 složenin tvořených pomlčkou. Největší byl jejich počet v pondělním vydání (120), dále pak v pátečním čísle, kde jich bylo jen o dva méně. Nejméně jich naopak bylo ve čtvrtečním čísle, pouze 107. V úterním čísle bylo napočítáno celkem 110 složenin tvořených pomlčkou, ve středu se pak objevilo na stránkách Bildu 112 těchto složenin.

Jak je patrné z předcházejícího grafu, počty složenin tvořených pomlčkou jsou v deníku Bild opravdu vysoké. Vůbec nejčastěji zde bylo možné narazit na takové složeniny, jejichž první člen označoval příslušnost k nějakému klubu. Příkladem mohou být tyto složeniny: *Leipzig-Stürmer*, *Leipzig-Sportchef*, *Bayern-Torjäger*. Na prvně zmíněném příkladu si můžeme ukázat výhody užití složeniny tvořené pomlčkou. V článku z 12. 6. 2017 se objevila tato věta: *Leipzig-Stürmer Timo Werner (21) wird fürs Lars Stindl (28) zu seinem zweiten Länderspiel eingewechselt.* / Lipský útočník Timo Werner (21) byl střídán Larsem Stindlem (28), který nastoupil ke svému druhému mezistátnímu utkání. Pokud bychom nepoužili složeninu tvořenou pomlčkou, musela by tato věta být mnohem komplikovanější (např. *Der Stürmer Timo Werner (21), der in Leipzig spielt, wird fürs Lars Stindl (28) zu seinem zweiten Länderspiel eingewechselt.* / Útočník Timo Werner (21), který hraje v Lipsku, byl střídán Larsem Stindlem (28), který nastoupil ke svému druhému mezistátnímu utkání.). Velmi často se také objevovaly takové složeniny, u kterých byla prvním členem zkratka WM (*Weltmeisterschaft*/mistrovství světa). U takových složenin byla situace ale poněkud komplikovaná, protože některé jsou uvedené v Dudenově slovníku a nebyly tedy vytvořené pouze pro jeden okamžik. Mezi takové složeniny s pomlčkou, které je možné najít ve slovníku patří např. *der WM-Teilnehmer*/účastník mistrovství světa nebo *die WM-Teilnahme*/účast na mistrovství světa. Ve slovníku ovšem nenajdeme např. spojení *die WM-Chancen*/šance na účast na MS, které se přesto na stránkách Bildu objevovalo poměrně často. Na složeniny tvořené pomlčkou pak bylo možné narazit často také přímo v nadpisech jednotlivých článků (např. „*Gnabry-Hammer“, „Schalke will Frankreich-Bubi“, „Der Kutschke-Deal“, „Absteiger-Trainer rechnet mit 1860 ab“*). V nadpisech jednotlivých článků jsou tyto složeniny tvořené pomlčkou užívané samozřejmě z toho důvodu, aby byl nadpis jasný, srozumitelný a krátký.

3.8.2 Složeniny tvořené pomlčkou v deníku FAZ

Přestože se složeniny tvořené pomlčkou objevují častěji na stránkách bulvárního tisku, také ve Frankfurter Allgemeine Zeitung je možné na ně narazit poměrně často. Konkrétní přehled výskytu složenin tvořených pomlčkou, které se objevily na stránkách FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 znázorňuje následující graf.



Graf č. 15 Počet složenin tvořených pomlčkou v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

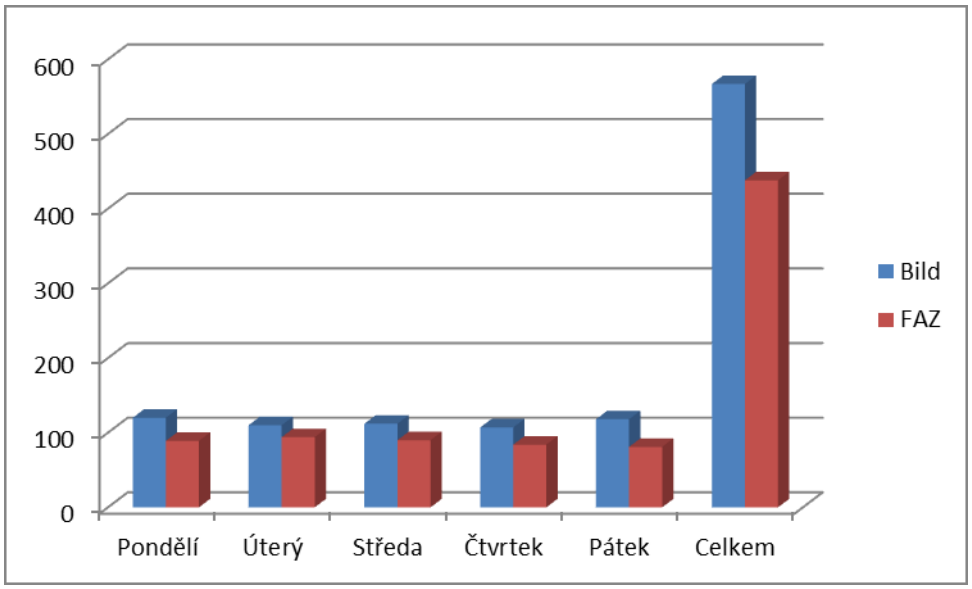
Ve sportovní rubrice deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se ve dnech 12. – 16. 6. 2017 objevilo celkem 438 složenin tvořených pomlčkou. Nejvíce jich bylo na stránkách FAZ v úterý (94) a ve středu (90). Nejméně složenin tvořených pomlčkou se pak vyskytovalo v pátečním čísle, pouze 81. O 3 složeniny více bylo ve čtvrtečním čísle. V pondělním vydání se pak objevilo dohromady 89 složenin tvořených pomlčkou.

Jak je patrné z grafu č. 15, také ve Frankfurter Allgemeine Zeitung se složeniny tvořené pomlčkou vyskytují velmi často. Jejich počet ovšem nedosahuje počtu těchto složenin v deníku Bild. Jejich skladba je pestřejší než v deníku Bild. Vzhledem k tomu, že ve FAZ je větší pozornost věnována i jiným sportům než je fotbal, není zde tolik složenin, jejichž první člen vyjadřuje příslušnost k nějakému klubu. Také ve Frankfurter Allgemeine Zeitung se ovšem vyskytují složeniny s pomlčkou, jejichž první člen tvoří zkratka a které nemusí vždy být tzv. *Augenblickkompositem*. Příkladem takové zkratky, která se poměrně často objevuje na prvním místě ve složenině, je DFB (= *Deutscher Fußball-Bund*/německý fotbalový svaz). Složenina *DFB-Präsident* je ovšem složenina

objevující se v Dudenově slovníku, nemůže být tedy počítána mezi *Augenblickkomposita*. Slovo *DFB-Offensive* se ale již v Dudenově slovníku nevyskytuje, a proto mezi ně může být zahrnuto. Jelikož se tedy ve FAZ objevují častěji články věnující se rozličným sportovním odvětvím, můžeme zde narazit např. na složeniny jako *Problem-Pferd*/problémový kůň, *MotoGP-Rennen*/závod MotoGP, *Hybrid-Ära*/éra hybridů nebo *Freistil-Schwimmer*/plavec ve volném stylu. Na rozdíl od deníku Bild se také složeniny tvořené pomlčkou neobjevují tak často přímo v nadpisech jednotlivých článků. Pouze ojediněle tak můžeme narazit na nadpisy jako *„Aus dem Problem-Pferd wird ein Star“* nebo *„DFB-Offensive mit Worten und Werten“*.

3.8.3 Srovnání výsledků

Přehledné porovnání četnosti výskytu složenin tvořených pomlčkou v denících Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung, které se na stránkách těchto deníků objevily v rozmezí 12. – 16. 6. 2017, nabízí následující graf.



Graf č. 16 Porovnání četnosti výskytu složenin tvořených pomlčkou v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017

Počet složenin tvořených pomlčkou ve sportovní rubrice deníku Bild byl ve dnech 12. – 16. 6. 2017 výrazně vyšší než počet těchto složenin ve stejné rubrice a ve stejném období v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung. Celkem se na stránkách deníku Bild objevilo 567 složenin tvořených pomlčkou, tedy o 129 více než v deníku FAZ.

Nejmenší rozdíl v počtu těchto složenin byl v úterních číslech, kdy bylo v Bildu 110 složenin a ve FAZ o 16 méně. Nízký byl také rozdíl v počtu těchto složenin ve středu a ve čtvrtek. Ve středečním Bildu bylo 112 složenin tvořených pomlčkou, ve stejný den ve FAZ jich bylo 90, tedy o 22 méně. Rozdíl 23 složenin pak bylo možné napočítat ve čtvrtečních číslech, kde jich v Bildu bylo 107 a ve FAZ 84. V pondělí bylo na stránkách deníku Bild otištěno 120 složenin tvořených pomlčkou, v deníku FAZ jich bylo o 31 méně. O 37 méně těchto složenin bylo v deníku FAZ v pátek (81), což byl také největší rozdíl v počtu složenin tvořených pomlčkou z celého týdne.

Jak je patrné z předcházejícího grafu, v obou denících se složeniny tvořené pomlčkou objevují velmi často. Jejich počty v deníku Bild jsou ovšem výrazně vyšší než v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung. Rozdíly jsou také ve skladbě a rozmanitosti těchto složenin. To je dáno především rozdílným zaměřením jednotlivých článků. Zatímco v deníku Bild je vždy hlavním tématem fotbal a další sportovní odvětví jsou zmíněny spíše okrajově, v deníku FAZ se jiné sporty než právě fotbal objevují častěji. Z toho pak samozřejmě vyplývá rozdílná slovní zásoba a tudíž i rozdílné složeniny tvořené pomlčkou. V obou denících je možné poměrně často narazit na takové složeniny, jejichž první člen tvoří zkratka (např. *WM = Weltmeisterschaft, DFB = Deutscher Fußball-Bund*). U těchto složenin musíme ale vždy ověřit, zda se jedná o tzv. *Augenblickkomposita* nebo jsou běžnými kompozity zapsanými v Dudenově slovníku. Na rozdíl v užívání těchto kompozit můžeme narazit také v jejich umístění v konkrétních článcích. V deníku Bild se složeniny tvořené pomlčkou objevují často přímo v nadpisech jednotlivých článků, neboť jsou díky nim tyto nadpisy kratší a výstižnější. V deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung můžeme na tyto složeniny narazit v nadpisech jednotlivých článků spíše ve výjimečných případech.

3.9 Shrnutí praktické části

V praktické části této práce byla zkoumána četnost výskytu jednotlivých jazykových prostředků uvedených a blíže popsaných v teoretické části práce na stránkách vybraných periodik. Pro tento výzkum byl vybrán jeden zástupce seriózního tisku (deník Frankfurter Allgemeine Zeitung) a jeden zástupce z řad bulvárních tiskovin (deník Bild). Oba tyto deníky patří k nejčtenějším v zemi. Zkoumáno bylo celkem 5 čísel každého z vybraných deníků, které vycházely v průběhu jednoho pracovního týdne (12. – 16. 6. 2017). Kvůli omezení rozsahu zkoumaného materiálu byla vybrána pouze

jedna rubrika z obou periodik, která se ovšem vyskytuje shodně v obou denících (sportovní rubrika). Rubrika objevující se v obou denících byla vybrána z toho důvodu, že v totožných rubrikách se předpokládá užívání stejné (popř. podobné) slovní zásoby.

Celkem byl sledován výskyt 6 jazykových prostředků typických pro jazyk publicistiky (anglicismy, frazeologismy, verbonominální vazby, pasivní konstrukce, nepřímá řeč a složeniny tvořené pomlčkou). V obou denících tak byly postupně spočítány počty anglicismů, frazeologismů, verbonominálních vazeb, pasivních konstrukcí a složenin tvořených pomlčkou. U každého z těchto jazykových prostředků byla nejprve sledována četnost jejich výskytu v jednotlivých dnech v deníku Bild, poté v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung. Následně byly tyto výsledky porovnány. Dílčí i celkové výsledky byly vždy přehledně graficky znázorněny. Pouze četnost výskytu konjunktivu I a nepřímé řeči byla sledována jen v deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung, neboť tyto větné konstrukce se na stránkách bulvárního deníku Bild vůbec neobjevovaly. Ve FAZ pak byla porovnána četnost užití přímé a nepřímé řeči v průběhu celého týdne.

4 Závěr

Tato diplomová práce se zabývá vybranými jazykovými prostředky, které jsou typické pro publicistické texty a sleduje četnost užití těchto jazykových prostředků na stránkách bulvárního (deník Bild) a seriózního (deník Frankfurter Allgemeine Zeitung) deníku. V úvodu práce tak bylo vybráno celkem 6 jazykových prostředků, na které můžeme často narazit v jazyce médií (anglicismy, frazeologismy, verbonominální vazby, pasivní konstrukce, konjunktivy v nepřímé řeči a složeniny tvořené pomlčkou). Cílem této práce bylo porovnat četnost výskytu jednotlivých jazykových prostředků v jazyce seriózních a bulvárních médií a postihnout tak rozdíly v jazyce užívaném v různých typech publicistických textů. V úvodu práce bylo stanoveno několik hypotéz o četnosti výskytu mnou vybraných jazykových prostředků na stránkách seriózních, resp. bulvárních tiskovin.

Jazyk užívaný v seriózním tisku má samozřejmě svá specifika, v mnoha směrech je např. podobný jazyku odborných textů. Z tohoto důvodu se na stránkách seriózních deníků objevují často cizí slova (tedy i anglicismy) a pasivní konstrukce. Pro jazyk deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung je také typický tzv. nominální styl, ve kterém můžeme často narazit na verbonominální vazby. Nejtypičtějším jazykovým prostředkem užívaným na stránkách seriózních tiskovin je pak výskyt nepřímé řeči, ve které se vyskytuje konjunktiv I a která se v bulvárním tisku prakticky nepoužívá. V bulvárním tisku je pak kladen důraz především na jednoduchost větných konstrukcí, proto v něm můžeme často narazit na složeniny tvořené pomlčkou (v němčině nazývané *Augenblickkomposita*). Pro zvýšení expresivity a emotivnosti se v bulvárním tisku používají častěji také frazeologismy. Potvrdit nebo vyvrátit tyto hypotézy bylo úkolem praktické části této práce.

V teoretické části této práce byly mnou vybrané jazykové prostředky definovány a blíže popsány na základě dostupné odborné literatury. V úvodu každé kapitoly zabývající se jedním z jazykových prostředků byl tento jev vždy nejprve definován, popř. byly jeho definice uvedené v různých publikacích porovnány. Dále jsem se při psaní teoretické části této práce pokusila shrnout základní informace o těchto jazykových prostředcích, které jsou uvedené na stránkách vybraných odborných publikací. Všechny jazykové prostředky pak byly blíže popsány také s ohledem na jejich význam pro jazyk publicistiky.

V praktické části této práce byla četnost výskytu jazykových prostředků, se kterými jsme byli blíže seznámeni v teoretické části, sledována na stránkách deníků Bild a Frankfurter Allgemeine Zeitung. Právě tyto deníky patří k nejčtenějším v zemi a jsou typickými zástupci bulvárních a seriózních tiskovin. Pro výzkum byla vybrána pouze jedna rubrika, která se objevuje shodně v obou denících (sportovní rubrika). Sledování pouze jedné rubriky bylo zvoleno za účelem zúžení zkoumaného materiálu. Ve sportovní rubrice těchto deníků byla tedy v průběhu jednoho týdne (12. – 16. 6. 2017) pozorována a porovnávána četnost výskytu vybraných jazykových prostředků. U každého z těchto prostředků byla nejprve sledována četnost jeho výskytu v průběhu celého týdne na stránkách deníku Bild, poté bylo stejně postupováno také při jeho sledování na stránkách FAZ. Tyto dílčí výsledky byly následně porovnány v další podkapitole. Pouze výskyt nepřímé řeči byl sledován jen na stránkách deníku FAZ, neboť v bulvárním Bildu se tento jazykový prostředek vůbec nevyskytuje. V rámci FAZ pak byla porovnávána četnost užití přímé a nepřímé řeči.

Během výzkumu jsem dospěla k následujícím výsledkům.

Na stránkách deníku Frankfurter Allgemeine Zeitung se objevilo celkem 648 anglicismů, v deníku Bild jich pak bylo pouze 551. Tímto byla sice potvrzena hypotéza, že více anglicismů se bude objevovat v seriózním tisku, jejich počet v tisku bulvárním ovšem také nebyl zanedbatelný. To je dáno především tím, že anglicismy se sice řadí mezi cizí slova, která se častěji užívají v odborném jazyce a tedy také v seriózním tisku, používání anglicismů je ale také do značné míry módní záležitostí a užívá se tudíž také v hovorovém jazyce, který má blízko k jazyku bulvárních médií. Častý výskyt anglicismů na stránkách bulvárního deníku tak potvrzuje trend posledních let, kdy anglicismy stále více pronikají do německého jazyka.

Ve sportovní rubrice deníku Bild se objevilo v průběhu sledovaného období celkem 127 frazeologismů, zatímco ve FAZ se ve stejném období vyskytlo frazeologismů pouze 84. Byla tak potvrzena hypotéza, že v bulvárních denících se frazeologismy používají častěji než v seriózním tisku. Skladba frazeologismů objevujících se na stránkách obou deníků byla hodně podobná, ve FAZ ale nedocházelo tak často k jejich opakování jako na stránkách Bildu. To mohlo být ovšem způsobeno také tím, že ve FAZ byl jejich celkový počet nižší než v deníku Bild. V obou denících se často objevovaly stejné frazeologismy typické pro sportovním prostředí.

Počty verbonominálních vazeb byly v obou denících nízké, přesto jich v seriózním Frankfurter Allgemeine Zeitung bylo více (14) než v bulvárním Bildu (12). Jejich skladba byla také velmi podobná, zejména ty vazby, které se vyskytovaly v přímé řeči, byly v obou denících stejné. Celkově nízký počet verbonominálních vazeb mohl být dán výběrem rubriky, neboť ve sportovní rubrice převažuje spíše verbální styl, který dodává zprávám na dynamičnosti. Dalším důvodem může být také to, že míra užívání těchto vazeb v současné době klesá.

Dalším sledovaným jevem byly pasivní konstrukce. Také zde byla potvrzena v úvodu stanovená hypotéza a jejich počet byl ve FAZ vyšší (170) než v deníku Bild (127). Z těchto výsledků ovšem vyplývá, že užívání pasiva není doménou pouze odborného jazyka a jazyka seriózních médií. Pasivum se v německém jazyce používá poměrně běžně i v hovorovém jazyce a vyskytuje se zde mnohem častěji než např. v jazyce českém. Tuto skutečnost samozřejmě odráží také bulvární tiskoviny, kde můžeme na pasivum narazit velmi často.

Jak již bylo zmíněno výše, četnost výskytu nepřímé řeči mohla být sledována pouze v seriózním deníku, neboť na stránkách bulvárního Bildu se vůbec neobjevuje. Tato skutečnost tedy potvrdila tvrzení uvedené v úvodu této práce. Na stránkách Frankfurter Allgemeine Zeitung pak byla porovnávána četnost výskytu přímé a nepřímé řeči, přičemž přímá řeč jasně dominovala (celkem 196 : 107). To může značit postupné upouštění od užívání nepřímé řeči také v seriózních médiích.

Posledním zkoumaným jazykovým prostředkem byly složeniny tvořené pomlčkou, tzv. *Augenblickkomposita*. Také zde byla potvrzena hypotéza, že se tyto složeniny vyskytují především v bulvárním tisku z důvodu tendence ke zkracování větných konstrukcí. V Bildu bylo tedy napočítáno celkem 567 složenin tvořených pomlčkou, ve FAZ pak pouze 438. Jak je ale patrné z tohoto výzkumu, vyskytují se tyto složeniny často také v seriózním tisku. Také v seriózním tisku bývá nezbytné zkrátit některé složité větné konstrukce tak, aby nebyl pozměněn smysl výpovědi nebo aby se tato výpověď nestala nesrozumitelnou. Právě z tohoto důvodu se i v jazyce seriózních médií vyskytují tyto složeniny.

Získané výsledky nemohou být aplikovány na všechny publicistické texty obecně, neboť byla zkoumána pouze jejich nepatrná část. V budoucnu by bylo vhodné rozšířit zkoumanou oblast i o další rubriky, popř. další periodika.

5 Resumé

In meiner Diplomarbeit beschäftigte ich mich mit der Sprachmittel in der Presse. Es wurden die Sprachmittel in den seriösen Blättern (hier Frankfurter Allgemeine Zeitung) und in den Boulevardblättern (hier Bild) untersucht. In der Einleitung wurden zuerst einige Hypothese festgelegt. In den seriösen Blättern treten häufig die Fremdwörter (d.h. auch Anglizismen) und passivische Sätze auf, weil die Sprachmittel in den seriösen Blättern ähnlich wie die Sprachmittel in den Fachtexten sind. In den seriösen Blättern treten auch die Funktionsverbgefüge häufig auf, weil für diese Blätter ein Nominalstil typisch ist. Für diese Blätter ist auch die Benutzung von Konjunktiv I in der indirekten Rede typisch. In den Boulevardblättern treten häufig die Augenblickkomposita auf, weil die Sätze in der Boulevardpresse kürzer und einfacher als in den seriösen Blättern sind. In den Boulevardzeitungen werden oft die Phraseologismen benutzt, weil die Texte eine hohe Expressivität aufweisen.

Zuerst wurde die Theorie beschrieben. Die Termini (Anglizismus, Phraseologismus, Funktionsverbgefüge, Passivkonstruktion und Konjunktiv I) wurden definiert. Dann wurden noch einige Grundinformationen ergänzt, die mit der Mediensprache in Zusammenhang stehen. Die Theorie geht von den Publikationen der führenden Linguisten in Deutschland aus. Diese Informationen sind wichtig für die richtige Bestimmung der Sprachmittel in den Zeitungstexten.

In Meiner Forschung habe ich zwei Tageblätter verglichen – Frankfurter Allgemeine Zeitung und Bild. Immer in fünf Nummern von diesen Blättern habe ich alle Sprachmittel, die ich in den theoretischen Teil beschrieben habe, herausgefunden und zusammengerechnet. Ich wähle mich nur eine Rubrik (die Sportrubrik) aus. Die Ergebnisse wurden immer in den farbigen Graphen ausgedrückt. Aufgrund der Untersuchung wurden die Hypothesen, die in der Einleitung festgelegt sind, bestätigt. In Frankfurter Allgemeine Zeitung treten die Anglizismen, FVG und passivische Sätze häufiger als in Bild auf. In Bild treten die Phraseologismen und Augenblickkomposita häufiger als in FAZ auf. Die indirekte Rede tritt nur in FAZ auf und auch hier wird jetzt oft die direkte Rede benutzt.

6 Seznam použitých informačních zdrojů

BIERE, Bernd Urlich; HENNE, Helmut: *Sprache in den Medien nach 1945*. Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1993.

BURGER, Harald: *Phraseologie: eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 3., neu bearbeitete Aufl. Berlin : E. Schmidt, 2007.

BURGER, Harald; LUGINBÜHL, Martin: *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. 4. Aufl. Berlin: de Gruyter Mouton, 2014.

CARSTENSEN, Broder: *Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945*. Heidelberg, 1965.

DUDEN: *Das Fremdwörterbuch*. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich : Dudenverlag, 11., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage, 2015.

DUDEN: *Deutsches Universalwörterbuch.* Mannheim : Dudenverlag, 5., uberarb.

Auflage, 2003.

DUDEN: *Grammatik der deutschen Gegenwartssprache*. Mannheim : Dudenverlag, 2006.

DUDEN: *Redenwendungen – Wörterbuch der deutschen Idiomatik.* Mannheim : Dudenverlag, 2., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage, 2012.

EISENBERG, Peter: *Grundriß der deutschen Grammatik*. 3., überarb. Aufl. Stuttgart [u.a.] : Metzler, 1999.

ERNST, Peter: *Deutsche Sprachgeschichte*. Wien : WUV, 2006.

FLEISCHER, Wolfgang: *Phraseologie der deutschen Gegenwartsprache*. Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1997.

FLEISCHER, Wolfgang; HELBIG, Gerhard; LERCHNER, Gotthard: *Kleine Enzyklopadie - Deutsche Sprache*. Frankfurt am Main : Europaischer Verlag der Wissenschaften, 2001.

HELBIG, Gerhard; BUSCHA, Joachim: *Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Berlin und München : Langenscheidt, 2001.

HELLER, Klaus: *Das Fremdwort in der deutschen Sprache der Gegenwart. Untersuchungen im Bereich der Gebrauchssprache*. Leipzig: Bibliographisches Institut 1966.

HENTSCHEL, Elke; WEYDT, Harald: *Handbuch der deutschen Grammatik*. Berlin : Walter de Gruyter, 1990.

LEWANDOWSKI, Theodor. *Linguistisches Wörterbuch*. 6. Aufl. Heidelberg [u.a.]: Quelle & Meyer, 1994.

LÜGER, Heinz-Helmut: *Pressesprache*. 2., neu bearb. Aufl. Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1995.

MALÁ, Jiřina: *Frazeologizmy v masmédiích*. In Súčasná jazyková komunikácia v interdisciplinárných súvislostiach. 5. medzinárodná konferencia o komunikácii. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Béla, 2004.

PLÜMER, Nicole: *Anglizismus – Purismus – Sprachliche Identität: Eine Untersuchung zu den Anglizismen in der deutschen und französischen Mediensprache*. Frankfurt a.M., Berlin, Bern u.a.: Peter Lang – Europäischer Verlag der Wissenschaften, 2000.

SCHIPANN, Thea: *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen : Max

Niemeyer Verlag, 2002.

YANG, Wenliang: *Anglizismen im Deutschen, am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel*. Tubingen : Max Niemeyer Verlag, 1990.

ZIFONUN, Gisela; HOFFMANN, Ludger; STRECKER, Bruno a BALLWEG, Joachim: *Grammatik der deutschen Sprache*. New York : W. de Gruyter, 1997.

ZIMMER, Dieter E.: *Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber.* Hamburg : Rowohlt Verlag, 1997.

Internetové zdroje:

http://www.vds-ev.de/anglizismenindex

http://www.duden.de/

Použité noviny:

Deník Bild (č. 134, č. 135, č. 136, č. 137, č. 138)

Deník Frankfurter Allgemeine Zeitung (č. 134, č. 135, č. 136, č. 137, č. 138)

7 Seznam grafů

Graf č. 1 Počet anglicismů v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 ……..……. 40

Graf č. 2 Počet anglicismů v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 ……..... 41

Graf č. 3 Porovnání výskytu anglicismů v denících Bild a FAZ v období 12. – 16. 6. 2017 ……..…….. 43

Graf č. 4 Počet frazeologismů v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 ……..…… 45

Graf č. 5 Počet frazeologismů v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …… 46

Graf č. 6 Porovnání výskytu frazeologismů v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 ……...…… 48

Graf č. 7 Počet verbonominálních vazeb v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …. 50

Graf č. 8 Počet verbonominálních vazeb v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 51

Graf č. 9 Porovnání výskytu verbonominálních vazeb v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 ……..…….. 52

Graf č. 10 Počet pasivních konstrukcí v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …..... 54

Graf č. 11 Počet pasivních konstrukcí v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …… 55

Graf č. 12 Porovnání výskytu pasivních konstrukcí v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …….. 57

Graf č. 13 Srovnání výskytu přímé a nepřímé řeči v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 ……..……. 59

Graf č. 14 Počet složenin tvořených pomlčkou v deníku Bild ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …… 60

Graf č. 15 Počet složenin tvořených pomlčkou v deníku FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …… 62

Graf č. 16 Porovnání četnosti výskytu složenin tvořených pomlčkou v denících Bild a FAZ ve dnech 12. – 16. 6. 2017 …… 63

8 Seznam příloh

Textové přílohy:

Příloha I – Přehled verbonominálních vazeb

Obrazové přílohy:

Příloha II – Článek z deníku FAZ č. 1

Příloha III – Článek z deníku FAZ č. 2

Příloha IV – Článek z deníku Bild č. 1

Příloha V – Článek z deníku Bild č. 2

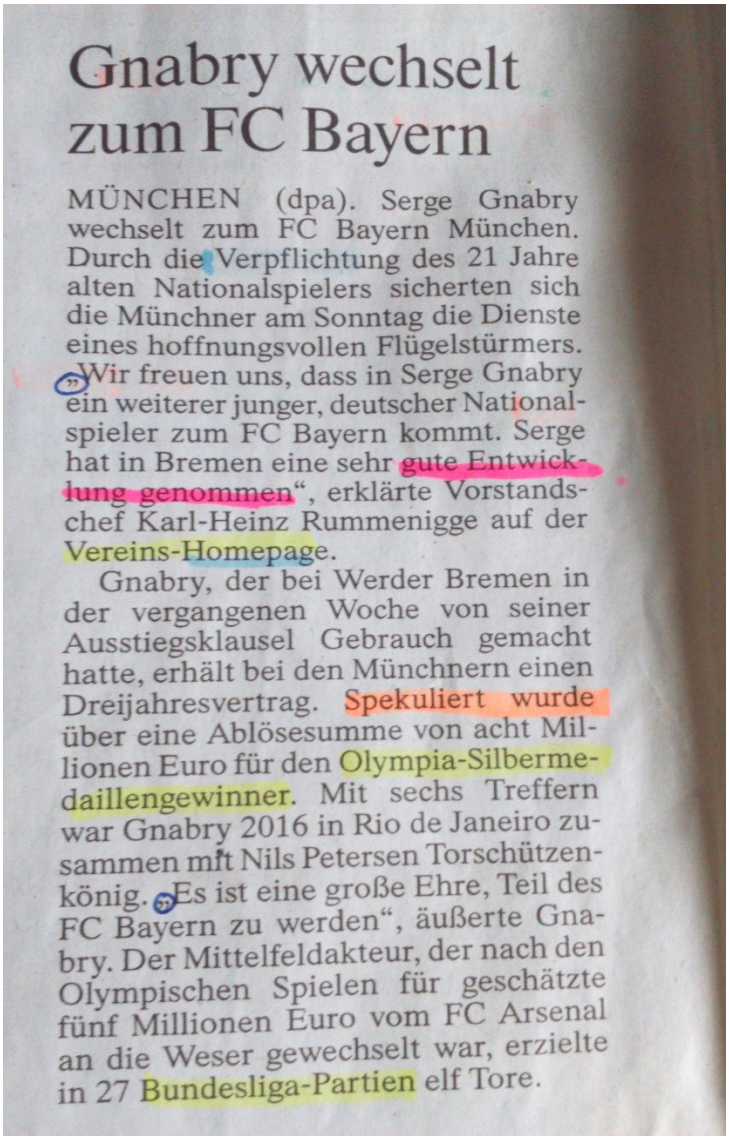
9 Přílohy

Textové přílohy:

Verbonominální vazba	**FAZ**	**Bild**
Zu Ende gehen	1x	2x
Einen Rat geben	2x	2x
Einen Kampf führen	1x	1x
In Wut geraten	X	1x
In Verdacht geraten	1x	1x
Eine Ahnung haben	1x	1x
Angst haben	1x	1x
Zur Verfügung haben	1x	1x
Eindruck machen	1x	1x
Eine Entwicklung nehmen	1x	1x
Eine Frage stellen	1x	X
In Gefahr sein	1x	X
Kritik üben	1x	X
Eine Wirkung haben	1x	X

Příloha I: Přehled verbonominálních vazeb

Obrazové přílohy:



Gnabry wechselt zum FC Bayern

MÜNCHEN (dpa). Serge Gnabry wechselt zum FC Bayern München. Durch die Verpflichtung des 21 Jahre alten Nationalspielers sicherten sich die Münchner am Sonntag die Dienste eines hoffnungsvollen Flügelstürmers. „Wir freuen uns, dass in Serge Gnabry ein weiterer junger, deutscher Nationalspieler zum FC Bayern kommt. Serge hat in Bremen eine sehr gute Entwicklung genommen", erklärte Vorstandschef Karl-Heinz Rummenigge auf der Vereins-Homepage.

Gnabry, der bei Werder Bremen in der vergangenen Woche von seiner Ausstiegsklausel Gebrauch gemacht hatte, erhält bei den Münchnern einen Dreijahresvertrag. Spekuliert wurde über eine Ablösesumme von acht Millionen Euro für den Olympia-Silbermedaillengewinner. Mit sechs Treffern war Gnabry 2016 in Rio de Janeiro zusammen mit Nils Petersen Torschützenkönig. „Es ist eine große Ehre, Teil des FC Bayern zu werden", äußerte Gnabry. Der Mittelfeldakteur, der nach den Olympischen Spielen für geschätzte fünf Millionen Euro vom FC Arsenal an die Weser gewechselt war, erzielte in 27 Bundesliga-Partien elf Tore.

Jazykové prostředky v tomto článku:

1x verbonominální vazba

1x pasivní konstrukce

1x anglicismus

3x složenina s pomlčkou

Příloha II: Článek z deníku FAZ č. 1

MONTAG, 12. JUNI 2017 · NR. 134 · SEITE 27

World League in Teheran: Frauen weiter ausgesperrt

chwb. FRANKFURT. Bei den Spielen zur World League der Volleyball-Nationalmannschaften in der iranischen Hauptstadt Teheran hat es auch in diesem Jahr keinen freien Zutritt für Frauen gegeben. Während der Spiele der iranischen Volleyballspieler am Freitagabend gegen Belgien (3:2) und am Samstag gegen Serbien (1:3) saßen zwar angeblich bis zu 300 Frauen in der Asadi-Halle im Westen Teherans, sie sind aber nahezu ausschließlich durch persönliche Beziehungen und Zuteilungen von Tickets in die Halle gekommen. Schon vor den Spielen hatte es Hinweise darauf gegeben, dass der iranische Volleyball-Verband einigen Frauen Karten würde zukommen lassen, sofern diese sich ruhig verhalten und daraus kein politisches Kapital schlagen würden. Für Frauen, die sich online Karten kaufen wollten, hieß seit Freischaltung der Website in der vergangenen Woche, die Tickets seien vergeben, es gebe nicht genügend Karten für die Nachfrage der Frauen. Die Fernsehaufnahmen zeigten zahlreiche leere Plätze auf den Männertribünen.

Ein Zuschauer machte seinem Ärger über die diskriminierende Politik auf Twitter Luft, in dem er ein Bild seiner Ehefrau auf seinem Tablet-Computer in die Höhe hielt, fotografierte und schrieb: „In einem gerechteren Paralleluniversum ist meine Frau, die ein größerer Sportfan ist als ich, mit meinem Sohn im Stadion." Andere Beobachter stellten mit Blick auf die anwesenden Frauen fest, dass es für diese wohl „halal", also nach islamischen Recht erlaubt sei, bei Volleyball-Spielen zuzusehen.

Foto Reuters

Der internationale Volleyball-Verband FIVB ist damit auch in diesem Jahr daran gescheitert, die Nichtdiskriminierungsklauseln seiner „Verfassung" genannten Verbandsordnung durchzusetzen. Eine Sprecherin teilte gegenüber dieser Zeitung mit, man habe in den vergangenen Jahren „großartige Fortschritte gesehen". Es sei noch ein weiter Weg zurückzulegen, aber man habe sich hundertprozentig dazu verpflichtet, sicherzustellen, dass Frauen Volleyballveranstaltungen besuchen dürften und die Gleichberechtigung eingehalten wird. Frauen ist in Iran seit 2012 der Besuch von Volleyballspielen von Männermannschaften offiziell untersagt. Seither ist es der FIVB nicht gelungen, gleichberechtigte Bedingungen für den Zugang zu Volleyballspielen durchzusetzen.

Das gleiche Verbot gilt bereits seit der Islamischen Revolution von 1979 für den Besuch von Fußballspielen. Frauen kämpfen seit Jahren für einen Zugang auch zu Fußballspielen, immer wieder werden als Jungen verkleidete Mädchen von Sicherheitskräften geschnappt. An diesem Montag hat die iranische Fußball-Nationalmannschaft im Heimspiel gegen Usbekistan die Chance, die Qualifikation für das Turnier in Russland im kommenden Jahr zu schaffen. Für den Fall eines Sieges rechnen die Sicherheitsbehörden mit Millionen Teilnehmern an Straßenfesten. Die Sicherheitsvorkehrungen wurden vor dem Hintergrund der islamistischen Anschläge auf das Parlament und den Chomeini-Schrein in Teheran vergangenen Dienstag erhöht.

Jazykové prostředky v tomto článku:

14x anglicismus

1x frazeologismus

4x složenina tvořená pomlčkou

2x nepřímá řeč

3x pasivní konstrukce

Příloha III: Článek z deníku FAZ č. 2

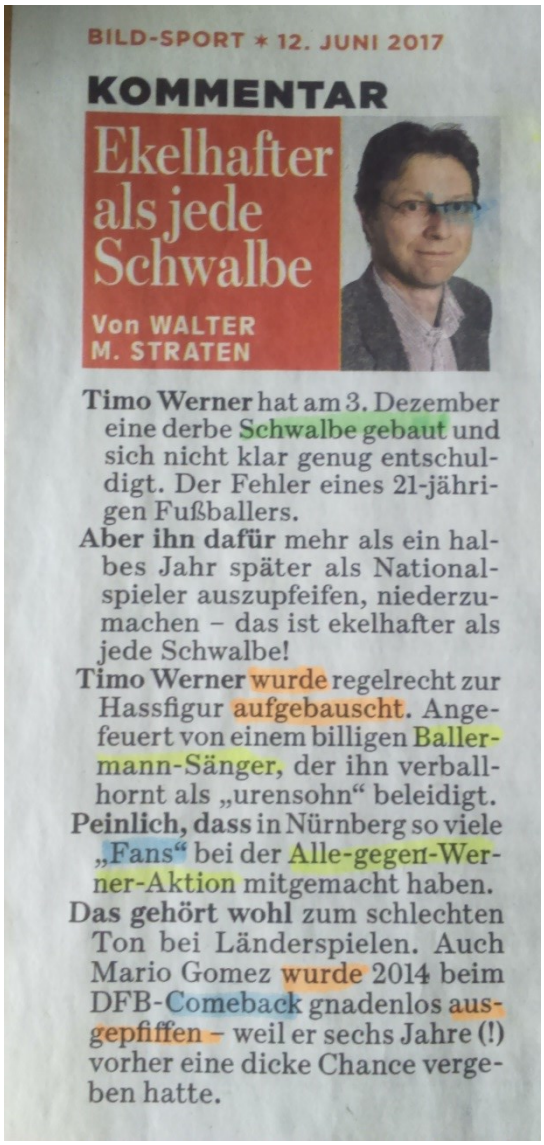


BILD-SPORT ★ 12. JUNI 2017

KOMMENTAR

Ekelhafter als jede Schwalbe

Von WALTER M. STRATEN

Timo Werner hat am 3. Dezember eine derbe Schwalbe gebaut und sich nicht klar genug entschuldigt. Der Fehler eines 21-jährigen Fußballers.

Aber ihn dafür mehr als ein halbes Jahr später als Nationalspieler auszupfeifen, niederzumachen – das ist ekelhafter als jede Schwalbe!

Timo Werner wurde regelrecht zur Hassfigur aufgebauscht. Angefeuert von einem billigen Ballermann-Sänger, der ihn verballhornt als „urensohn" beleidigt.

Peinlich, dass in Nürnberg so viele „Fans" bei der Alle-gegen-Werner-Aktion mitgemacht haben.

Das gehört wohl zum schlechten Ton bei Länderspielen. Auch Mario Gomez wurde 2014 beim DFB-Comeback gnadenlos ausgepfiffen – weil er sechs Jahre (!) vorher eine dicke Chance vergeben hatte.

Jazykové prostředky v tomto článku:

2x anglicismus

2x složenina tvořená pomlčkou

1x frazeologismus

2x pasivní konstrukce

Příloha IV: Článek z deníku Bild č. 1

BILD beantwortet die wichtigsten Fragen

Von JÖRG ALTHOFF und DAVID VERHOFF

Als alles für Hoffenheim sprach, schlugen die Bayern zu!

Der Meister schnappt dem Konkurrenten Top-Talent Serge Gnabry (21) weg.

Der Nationalspieler hatte in der Woche seine Ausstiegsklausel in Bremen (festgeschriebene 8 Mio Euro) genutzt, unterschreibt in München für drei Jahre.

BILD beantwortet die wichtigsten Fragen zum Gnabry-Hammer!

WAS WILL BAYERN MIT GNABRY?

Er kann die Flügel-Stars Franck Ribéry (34) und Arjen Robben (33) beerben, deren Verträge laufen 2018 aus. Vorstandschef Karl-Heinz Rummenige (61): „Serge hat in Bremen eine sehr gute Entwicklung genommen."

Dass den Hoffenheimern nach den Abgängen von Niklas Süle (21) und Sebastian Rudy (27) zu Bayern jetzt auch die Gnabry-Entscheidung wehtut, stört in München keinen...

WAS WILL GNABRY BEI BAYERN?

Er wollte bei seinem neuen Klub einen Stammplatz. Und einen Trainertyp Nagelsmann/Tuchel, der ihn weiterentwickelt. Jetzt droht ihm die Bank. Gnabry: „Es ist eine große Ehre, Teil des FC Bayern zu werden. Vor mir liegt eine spannende Zeit."

WAS BEDEUTET DAS FÜR COSTA?

Der zu selten überzeugende Brasilianer Douglas Costa (26/Vertrag bis 2020) darf bei einem passenden Angebot (rund 30 Mio Ablöse) gehen. Er soll Kontakte nach England und zu Juventus haben.

STAND DER WECHSEL SCHON LÄNGER FEST?

Bei Gnabrys Wechsel von Arsenal zu Werder 2016 wurden die 8-Mio-Ausstiegsklausel und von der Gnabry-Seite mit den Münchnern ein erstes Zugriffsrecht für die Bayern vereinbart.

IST JETZT DER SANCHEZ-TRANSFER VOM TISCH?

Nein! Arsenal-Star Alexis Sanchez (28/Vertrag in London bis 2018) fordert (noch) utopische 26 Mio Euro Jahresgehalt. Die Bayern können sich ein 100-Mio-Paket für Sanchez vorstellen: 15 Mio/Jahr bis 2021, 40 Mio Ablöse. Abwarten...

Jazykové prostředky v tomto článku:

5x anglicismus

9x složenina tvořená pomlčkou

1x pasivní konstrukce

1x verbonominální vazba

1x frazeologismus

Příloha V: Článek z deníku Bild č. 2