

Univerzita Karlova v Praze

Pedagogická fakulta

Katedra českého jazyka

**PRAGMATICKÁ A STYLISTICKÁ ANALÝZA HOROSKOPŮ
V PERIODIKÁCH**

PRAGMATIC AND STYLISTIC ANALYSIS OF THE HOROSCOPES
IN PERIODICALS

Vedoucí diplomové práce:

PhDr. Pavla Chejnová, Ph.D.

Autorka diplomové práce:

Ivana Heřmanová

Kozojedy 195, Kostelec n. Č. 1., 281 63

Český jazyk – základy společenských věd
prezenční studium

Rok dokončení diplomové práce:

2011

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury.

Prohlašuji, že odevzdaná elektronická verze diplomové práce je identická s její tištěnou podobou.

V Kozojedech, 15. 6. 2011

Ivana Heřmanová

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucí mé diplomové práce PhDr. Pavle Chejnové, Ph.D., za vedení a PhDr. Ladislavu Janovcovi, Ph.D., za konzultaci při tvorbě této práce.

OBSAH

ÚVOD.....	7
1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	9
1.1 Definice astrologie.....	9
1.2 Základní členění astrologie.....	9
1.3 Definice horoskopu.....	11
1.3.1 Pojetí horoskopu v této práci	11
1.4 Základní prvky horoskopu	12
1.5 Dějiny astrologie.....	13
2. CHARAKTERISTIKA MATERIÁLU	19
3. KOMUNIKANTI.....	21
3.1 Původce.....	21
3.2 Příjemce	22
3.2.1 Adresát periodika	23
3.2.2 Adresát příslušného znamení	25
3.3 Členění komunikátu podle účasti komunikantů na komunikaci	26
3.3.1 Oslovení	26
3.3.2 Řečnické otázky	26
3.4 Kontakt komunikantů	27
4. TEMATICKO-OBSAHOVÁ STRUKTURA.....	28
4.1 Tematická výstavba horoskopů	28
4.1.1 Partnerské vztahy	29
4.1.2 Rodinné vztahy	30
4.1.3 Společenské vztahy	30
4.1.4 Práce.....	31
4.1.5 Finance.....	31
4.1.6 Zdraví a styl	32
4.1.7 Volný čas	32
4.2 Obraz adresáta horoskopů.....	33
4.2.1 Zobrazení adresáta v horoskopech časopisu Harper´s Bazaar	33
4.2.2 Zobrazení adresáta v horoskopech časopisu Tina.....	34
4.3 Tematická souvislost horoskopů z různých periodik.....	35
4.3.1 Analýza horoskopů na měsíc květen.....	35
4.3.1.1 Téma lásky	36

4.3.1.2	Téma stylu.....	37
4.3.2	Analýza horoskopů v týdnech.....	37
4.3.2.1	Horoskopy z prvního týdne (5. 6. – 13. 6. 2010).....	37
4.3.2.2	Horoskopy z druhého týdne (12. 6. – 22. 6. 2010).....	38
5.	PRAGMATICKÁ STRUKTURA KOMUNIKAČNÍ SITUACE.....	41
5.1	Komunikační strategie	41
5.2	Komunikační funkce.....	44
6.	VÝSTAVBA TEXTU	47
6.1	Umístění horoskopů v periodikách	47
6.2	Rozsah astrologických předpovědí	47
6.3	Horizontální a vertikální členění textu.....	47
6.3.1	Titulek.....	48
6.4	Koherence textu	49
7.	JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY KOMUNIKÁTU	51
7.1	Konkurenty s různou stylovou charakteristikou	51
7.1.1	Charakteristika hláskoslovných prostředků	51
7.1.2	Charakteristika morfologických prostředků.....	52
7.1.3	Charakteristika prostředků lexikálních	54
7.1.3.1	Výrazy nespisovné a hovorové	54
7.1.3.2	Deminutiva.....	55
7.1.3.3	Výrazy knižní.....	56
7.1.3.4	Pojmenování jednoznačná.....	56
7.1.4	Charakteristika prostředků syntaktických.....	57
7.2	Módní slova a obraty	58
7.3	Nepřímá obrazná pojmenování	58
7.3.1	Metafora.....	59
7.3.2	Metonymie	60
7.3.3	Synekdocha.....	60
7.3.4	Přirovnání.....	61
7.3.5	Personifikace.....	61
7.4	Frazeologické prostředky.....	62
7.4.1	Frazémy v širším slova smyslu	64
7.4.1.1	Frazémy neslovesné	64
7.4.1.2	Frazémy slovesné.....	64
7.4.2	Frazémy ve vlastním slova smyslu	65
7.5	Vyjadřování postoje jistotně modálního.....	65

7.5.1 Modální částice	66
7.5.2 Modální slovesa	66
7.6 Slovesný způsob	67
7.6.1 Indikativ	67
7.6.2 Imperativ	68
7.6.3 Kondicionál.....	68
7.6.3.1 Modální sloveso ve formě kondicionálu	68
7.7 Určení podmínky	69
ZÁVĚR.....	72
SEZNAM LITERATURY	74
Prameny	74
Sekundární literatura	75
Elektronické zdroje.....	79
ABSTRAKT.....	81
KLÍČOVÁ SLOVA.....	81

ÚVOD

Astrologií se zabývali lidé už ve starověkém Egyptě a v Mezopotámii. Ve svém vývoji zaznamenala několik bouřlivých zvrátů a v dnešních dnech, přestože ji vědci většinou zpochybňují, se začala opět rozvíjet, a to zcela novým směrem. Již není záležitostí jen okruhu několika málo učenců, ale stala se součástí masové kultury.

Lidé se často ptají, co je čeká v následujících minutách, hodinách, dnech a týdnech, přemýšlí nad během událostí příštích měsíců i několika let. Pro větší úspěšnost hledají různé cesty, které by jim jejich budoucnost pomohly poodhalit. Jednou z nich je víra v pravdivost horoskopů. Setkáme se s nimi v astrologických pořadech v rádiu a televizi, najdeme je v časopisech i novinách, narazíme na ně na internetových stránkách. Odpověď na otázku, v čem tkví síla tohoto fenoménu, nebudeme hledat v astrologických příručkách, ale v jazyce, který nám dané předpovědi přináší.

Cílem diplomové práce s titulem *Pragmatická a stylistická analýza horoskopů v periodikách* je formulovat typické znaky astrologických předpovědí na základě pragmatické a stylistické analýzy. Nahlíží tedy na horoskopy optikou pragmatické lingvistiky, jež studuje jazyk z hlediska účinku na uživatele v konkrétních komunikačních situacích, a stylistiky, která pomocí rozboru jednotlivých textů stanovuje obecné zákonitosti stylizace jazykových projevů.

V teoretické části se věnujeme definici a vymezení termínů *astrologie* a *horoskop*, rovněž připomínáme historický vývoj astrologie. Dále popisujeme použitý materiál, který tvoří 1752 astrologických předpovědí z šestnácti periodik.

Praktickou část tvoří pět větších oddílů. Nejdříve se zabýváme účastníky komunikační situace, jejich vlastnostmi a vzájemnými vztahy.

Poté se věnujeme tematicko-obsahové struktuře astrologických předpovědí. V první pasáži popisujeme tematickou výstavbu horoskopů, následně charakterizujeme adresáta tak, jak je zobrazen v horoskopech v jednotlivých typech periodik, závěrem sledujeme tematickou souvislost horoskopů z různých zdrojů.

V následující kapitole se zaměřujeme na pragmatickou složku komunikační situace v užším slova smyslu. Soustředíme se především na komunikační strategie a komunikační funkce výpovědi.

Dále se zabýváme některými prvky výstavby textu, jež dotváří komunikační situaci.

Jedná se především o umístění horoskopů v periodikách, jejich rozsah, horizontální i vertikální členění a koherenci textu.

Závěrečná složka zahrnuje analýzu výrazových prostředků, jimiž autoři horoskopů dosahují komunikačního záměru.

Shrnutí poznatků diplomové práce tvoří závěr, po kterém následuje seznam literatury, abstrakt v českém a anglickém jazyce, klíčová slova a ukázky horoskopů.

1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

V tomto oddíle vymezujeme termín *astrologie* a popisujeme základní astrologické obory. Dále definujeme termín *horoskop*, následně přibližujeme jeho chápání v naší práci. Představujeme lexikální jednotky, jež se v souvislosti s horoskopem často užívají (planety, znamení zvířetníku, domy, aspekty), a sledujeme historický vývoj astrologie od jejích počátků až do současnosti.

1.1 Definice astrologie

Dosavadní oficiální definice astrologie jsou značně rozkolísané, nejobecněji se o ní vyjadřuje Špůrek (1997, s. 22), který píše, že „*astrologie je hledání vztahů, případně příčinných vztahů, mezi momentálním postavením nebeské sféry, pozicemi Slunce, Měsíce, planet a hvězd a právě probíhajícími nebo i budoucími či minulými ději na určitém místě zemského povrchu.*“

Vysvětlení termínu kolísá zpravidla mezi označením astrologie jako *učení* (Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost 2000, s. 22; Universum všeobecné encyklopedie 2000, s. 318) nebo jako *oboru* (Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích 1999, s. 234) či „*umění, které je pěstované na exaktním vědeckém základě*“ (Špůrek 1993, s. 12).

Ottův slovník naučný, Ilustrovaná encyklopedie obecných vědomostí, a Masarykův slovník naučný, Lidová encyklopedie všeobecných vědomostí, považují hvězdopraectví za *domnělé umění* (Ottův slovník naučný 1998, s. 968) nebo za *pověru* (Masarykův slovník naučný 1925, s. 293). Výkladový slovník SSČ pohlíží na astrologii jako na *předpovídání domnělých lidských osudů* (Slovník spisovného jazyka českého 1989, s. 56). Naučná Britská encyklopedie označuje hvězdopraectví jako *druh prorokování* (The New Encyclopaedia Britannica 1992, s. 654). Tyto definice nahlízejí na astrologii skepticky, odráží tak historický vývoj, v jehož průběhu se pohled na oprávnění astrologie měnil (blíže k historii astrologie v kapitole 1.5 Dějiny astrologie), odhalují její problematické postavení, jež není upevněno ani v současné době (Grün, 1990; Vanýsek, 1998).

1.2 Základní členění astrologie

Astrologii lze rozdělit podle různých hledisek do několika skupin. Základní klasifikace vychází z toho, zda se věnuje problémům jedince, nebo řeší otázky několika lidí. Jedincem se zabývá *nativní astrologie*. Její základní pomůckou je horoskop zrození,

takzvaná nativita neboli radix. (Turnovský, 1994). Takový horoskop se počítá pro přesný okamžik a místo narození člověka. Nativní horoskop umožňuje astrologům přiblížit fyzické, psychické a duchovní vlastnosti, charakter a temperament, sklony a nadání, které má člověk během svého života rozvíjet, nebo naopak potlačovat (Turnovský, 1994).

Na hranici mezi astrologií jednotlivce a astrologií skupin je *komparativní astrologie*, jež porovnává různé horoskopy mezi sebou navzájem, případně vytváří sumární společné horoskopy vektorové neboli kontaktní¹ (Špůrek, 1993).

Astrologie skupinová souvisí úzce s *astrologií mundánní*, která sleduje události širšího společenského dosahu, lze ji uplatnit v mnoha oborech lidské činnosti. *Politická astrologie* se věnuje například vývoji ve státě, v politických stranách a podobně. Při tvorbě horoskopu postupuje obdobně jako astrologie nativní, pracuje tedy s horoskopem vzniku státního útvaru, nebo okamžiků, kdy se významným způsobem změnilo státní zřízení (Turnovský, 1994).

S mundánní astrologií souvisejí i takové obory, jako je *astroekonomie*, jež se zabývá srovnáváním astrologických cyklů s cykly hospodářskými, obchodními a finančními, *astrometeorologie*, která se věnuje předvídaní zemětřesení a přírodních katastrof všeho druhu, a *zemědělská astrologie*, podle níž se řídí průběh zemědělských prací (Turnovský, 1994). Ve výčtu astrologických oborů nesmíme zapomenout ani na *astrologii horární*, což je forma divinace², která hledá odpověď na dotaz pomocí horoskopu sestaveného pro místo a okamžik, kdy se otázka položila, nebo se myšlenka poprvé objevila (viz tamtéž). Jedním z nejstarších odvětví je *lékařská astrologie*. Turnovský (1994, s. 35) zmiňuje, že bez její pomoci se ve starověku a středověku neobešel žádný lékař. V současnosti spolupracují s lékařskou astrologií zejména příznivci homeopatie.

Vyčleňuje se také *astrologie prognostická* (predikační), jež se zabývá předpovídáním budoucnosti a k hodnocení budoucí situace užívá metody založené buď

¹ Horoskop vektorový (kontaktní) je umělý, syntetický horoskop, vzniklý sloučením dvou nebo více horoskopů (Špůrek, 1993).

² Divinace znamená čtení neboli interpretaci horoskopu, jeho výklad (viz tamtéž).

na reálných astronomických cyklech, nebo na symbolických, někdy ryze spekulativních postupech (Špůrek, 1993).

1.3 Definice horoskopu

Slovo horoskop je řeckého původu a vyjadřuje pět základních významů:

Původně se horoskopem nazýval *egyptský kněz*, případně *úředník*, jenž měl za úkol měřit čas (Ottův slovník naučný 1998, s. 634; Masarykův slovník naučný 1927, s. 296).

V astrologii se pojmenování přeneslo na *bod ekliptiky*³ vycházející při narození člověka. Tento bod ovlivňoval jeho povahu i život. (Ottův slovník naučný 1998, s. 634; Masarykův slovník naučný 1927, s. 296).

Týmž názvem se označoval *přístroj*, jenž sloužil k orientačnímu měření výšky Slunce nad obzorem, z níž se pak určoval pravý sluneční čas (Ottův slovník naučný 1998, s. 634; Masarykův slovník naučný 1927, s. 296).

Dále lze horoskop definovat jako *schematický obrazec*, ve kterém jsou zaznamenány polohy Slunce, Měsíce, planet i jiných prvků ve dvanácti znameních zvěrokruhu a dvanácti domech v konkrétním čase a prostoru (The New Encyclopaedia Britannica 1992, s. 66; Universum 2000, s. 583–585; Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích 1999, s. 221).

Dnes je horoskop chápán nejčastěji ve smyslu *předpovědi osudu* podle postavení planet (Masarykův slovník naučný 1927, s. 296; Slovník spisovného jazyka českého 1989, s. 73; Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost 2000, s. 99; Český etymologický slovník 2001, s. 209).

1.3.1 Pojetí horoskopu v této práci

Poslední definice nejpřesněji vystihuje pojetí horoskopu v této práci. Pracujeme s horoskopem jako s předpovědí budoucnosti, která je astrologie vyčtena z konstelace planet v určitém čase.

Psané předpovědi, jež vyšly v domácích periodikách během dvanácti měsíců, nepředstavují vždy astrologickou předpověď ve vlastním slova smyslu. Náš materiál tvoří

³ Ekliptika je geocentrický pojem, který označuje „*zdánlivou dráhu Slunce kolem Země, jak se jeví v průběhu roku pozorovateli ze Země*“ (Fuzeau-Braeschová 1994, s. 7).

horoskopy šířené hromadnými sdělovacími prostředky, novinami a časopisy, v astrologii bývají někdy označovány termínem *mediální astrologie* (Špůrek, 1993; Vanýsek, 1998).

Cílem práce je provést pragmatickou a stylistickou analýzu, tudíž nesledujeme, do jaké míry horoskopy v periodikách odpovídají pravidlům pro sestavování horoskopu, nehodnotíme jejich kvalitu a přínos na poli astrologickém. Uvědomujeme si rovněž, že mnohdy texty vznikají přímo v redakci bez konzultace či práce astrologa.

1.4 Základní prvky horoskopu

Horoskop, grafické schéma, podle něhož se věští, tvoří základní prvky astrologie, které lze charakterizovat jako symboly určitých kvalit. Patří mezi ně *planety*, *znamení zvířetníku*, *domy* a *aspekty* (Lionnet, 2006).

Bezpodmínečnou součástí horoskopu jsou *planety*. Astrologický pojem planeta zahrnuje nejen osm planet (s výjimkou Země, protože horoskop je geocentrické schéma), ale i dvě Světla, tedy Slunce a Měsíc neboli Lunu (Špůrek, 1993). Sedm planet viditelných pouhým okem se pokládá za klasické (Slunce, Měsíc, Merkur, Venuše, Mars, Jupiter, Saturn), následují planety, jež byly objeveny později (Uran, Neptun a Pluto). Ke zjištění momentálních pozic oběžnic slouží astrologům předem zpracované tabulky zvané efemeridy (viz tamtéž).

Zvěrokruh, *zodiak* nebo také *zvířetník* je oblast nebeské klenby, podél ekliptiky, ve které se pohybují planety (Fuzeau-Braeschová, 1994). Slunce během jednoho roku na cestě ekliptikou projde dvanácti znameními zvěrokruhu, jež odpovídají dvanácti souhvězdím, která byla pozorována a pojmenována už ve starověku: Beran, Býk, Blíženci, Rak, Lev, Panna, Váhy, Štír, Střelec, Kozoroh, Vodnář, Ryby.

Dalším základním kamenem astrologického systému je dvanáct oblastí zvaných *domy*, které se vztahují k otáčení Země kolem své osy. Realizuje se v nich vliv planet. Základem konstrukce domů je rozdělení horoskopu osou Ascendent – Descendent a osou Medium Coeli – Imum Coeli na čtyři kvadranty, každý kvadrant se dělí na tři astrologické domy. Začátek prvního domu se označuje Ascendent, vycházející znamení. Je to místo, kde horizont protíná ekliptiku na východě. Protilehlý pól Ascendentu se nazývá Descendent, jedná se o průsečík horizontu s ekliptikou na západě. Místo, ve kterém místní poledník protíná ekliptiku nad horizontem, se označuje jako Brána nebes, latinsky Medium Coeli (MC). Naopak v místě, kde protíná ekliptiku pod horizontem, se nachází Hloubka

nebe, latinsky Imum Coeli (IC). Osa Ascendentu a Descendentu vytváří s osou MC a IC základní kříž domů v horoskopu (Fuzeau-Braeschová, 1994). Domy jsou základem pro individuální výklad horoskopu, zatímco postavení prvků horoskopu ve znameních má v astrologii spíše kolektivní význam (Špůrek, 1993). Protože jsou domy vztaženy k otáčení Země kolem vlastní osy, je pro jejich výpočet rozhodující znalost přesného času narození a souřadnice polohy místa.

Horoskop se obvykle zakresluje do kruhu, jenž znázorňuje dráhu ekliptiky. Kruh je rozdělen na 360° čísla od jedné do dvanácti a každý prvek, který se na ekliptiku promítá, na ní zaujímá určitou úhlovou polohu. Vybrané úhlové vztahy se nazývají *aspekty* (Grumlík, 1994). Každý z nich má svou vlastní symboliku, rozlišují se aspekty harmonické a disharmonické, planety a jiné prvky v nich mísí své energie, spolupracují, nebo se dostávají do konfliktů.

1.5 Dějiny astrologie

Vznik astrologie nesouvisel pouze s vývojem astronomie, se kterou bylo zpočátku hvězdoprapectví ztotožňováno, ale měl i zcela přirozený původ (Fuzeau-Braeschová, 1994). Pračlověk žil v těsném vztahu s přírodou a jejími cykly. Lidé běžně pozorovali oblohu, snažili se tak pochopit smysl času a prostoru. Postupně poznali, že postavení nebeských těles má jistou vypovídací hodnotu. Začali rozlišovat opakující se astronomické prvky, které dávali do souvislostí s přírodními jevy. Stěžejním cílem pozorování oblohy byla starost o živobytí. Zemědělské práce se začaly plánovat v závislosti na ročním období. Vznikl kalendář, jenž umožnil předvídat sled sezónních prací. Postupně se vytvořilo přesvědčení, že postavení nebeských objektů může mít pozitivní nebo negativní vliv na budoucnost člověka (Fuzeau-Braeschová, 1994). Tato myšlenka se opírala o jevy, jako jsou jednotlivé fáze Měsíce, částečná nebo úplná zatmění Slunce, světelné body na noční obloze.

První písemné zmínky o astrologii pochází ze starověku (Heinl, 1994). Panovníci měli svého astrologa neustále při ruce, obraceli se na něj vždy, když hledali odpovědi na zásadní životní otázky. Hvězdopravci, často ve funkcích kněží, se tehdy řadili k nejvzdělanějším obyvatelům jednotlivých zemí (Fuzeau-Braeschová, 1994). Znalci základních astronomických výpočtů tak disponovali poměrně velkým vlivem na samotné vládcy, potažmo i na osud jejich lidu. Podávali svému králi důležité informace o ročním období, předpovídali bohatou sklizeň, prorokovali neúrodu a z jednotlivých nebeských

úkazů vykládali příčiny různých krizí.

Astrologie se po bližším poznání planetárních pohybů, ze kterých se zaznamenávaly konstelace oběžnic, začala rozvíjet zejména u Chaldejců. Na původní babylonskou astrologii navázali Řekové prostřednictvím kontaktů s Mezopotámií a Egyptem již koncem šestého století před naším letopočtem (Heinl, 1994). Hvězdoprapectví dosáhlo nepřehlédnutelného rozmachu a jeho obliba stále narůstala. Rozšířilo se hlavně v období helénismu, jeho centrem se stal Řím. Staří Řekové a Římané ovlivnili astrologii vlastní mytologií, filozofií a náboženstvím, lékařstvím i matematikou. Založili první astrologické školy, začaly se objevovat i prvotní střípky osobních horoskopů. Významným učencem antické astrologie se stal Ptolemaios, jehož dílo je cenným zdrojem astrologických znalostí a dějin. Ve svých pracích zvaných *Tetrabiblos*, *Almagest*, *Geografické hyfégésis* shrnul veškeré dosud poznané vědomosti z astrologie, matematiky, astronomie a zeměpisu (Novotný, 2000). Antickou astrologii lze označit za základní etapu pro další její vývoj na západě (Heinl, 1994).

Po zániku západní části římského impéria zaznamenala astrologie v Evropě svůj úpadek. Poničila se a zanikla značná část astrologických knih. Hlavní příčinou byly útoky barbarských kmenů a značné přesuny národů (Novotný, 2000). Jednotliví příznivci, kterým se podařilo uchovat většinou jen zlomek bohaté astrologické literatury, se uchýlili do pracoven a klášterních cel. Zmizela znalost čtení a psaní a jen velmi malý počet klášterních mnichů uchovával tyto znalosti pro doby budoucí (Heinl, 1994). Na rozdíl od západu východní říše nebyla germánskými nájezdy tolik zasažena, kromě toho měla mnohem větší finanční kapitál a také obratnou diplomacii. Uchovala se zde proto i větší část astrologické literatury, která byla následně hojně překládána do arabštiny (Grumlík, 1994). V návaznosti na antiku se tak rozvíjela astrologie arabská, která byla v přímém vztahu s filozofií a vědou, jež tvořila spojnicí mezi antikou a středověkou Evropou. Za zlatý věk astrologie se v arabské a islámské kultuře považuje deváté a desáté století. Většina starověkých textů byla nejprve přeložena do arabštiny a pak teprve do latiny. Arabové přinesli do hvězdoprapectví také nové termíny, metody i techniku. Zavedly se například arabské číslice, algebra a následně se zjednodušily výpočty (Novotný, 2000).

Astrologie se vrátila od Arabů do Evropy zhruba na přelomu jedenáctého a dvanáctého století přes Pyreneje, kde probíhaly boje s Maury. Skupiny učenců v Palermu a Toledu překládaly arabské spisy do latiny. Byla přeložena kupříkladu starověká

astrologická kniha *Tetrabiblos*, od věhlasného a již výše uvedeného Ptolemaia. Vznikaly první univerzity, na nichž probíhala jako součást kvadrivia, vyšší stupeň středověkého vzdělávacího systému, výuka astrologie a astronomie (Novotný, 2000).

Období renesance bylo astrologii příznivě nakloněno, protože se opíralo o návrat k antice. Objevila se celá řada významných učenců, kteří se astrologií zabývali, jmenovitě například Mikoláš Koperník, tvůrce heliocentrické teorie a zakladatel vědecké astronomie, Michael Nostradamus, autor předpovědí v podobě jinotajných čtyřverší, Johannes Baptista Morin, původce rozsáhlého díla *Astrologica gallica*, a mnozí další (Fuzeau-Braeschová, 1994). V Čechách dosáhla astrologie největšího rozmachu za vlády panovníků Přemysla Otakara II., Karla IV. a hlavně Rudolfa II. Během jejich panování působili v Praze významní astrologové Tycho Brahe a Johannes Kepler.

Tycho Brahe se věnoval astrologii, výpočtům a interpretaci horoskopů. Patřil mezi velice oblíbené hvězdoporce, sestavil horoskop mimo jiné dánské královské rodině a císaři Rudolfovi II. (Heinl, 1994). Vylepšil měřicí techniku, zejména díky dvacetiletému pozorování poloh Marsu, na základě které mohl později Jan Kepler zformulovat zákony oběhu planet (Fuzeau-Braeschová, 1994). Vytvořil laboratoř s názvem Uraniborg, v níž se nalézala nejlepší knihovna, mechanická dílna, alchymistická laboratoř, výrobní papírny a tiskárna knih (Novotný, 2000).

Johannes Kepler formuloval tři základní zákony pohybu nebeských těles, na jejichž základě zdokonalil výpočty poloh planet a následně vydal dílo s názvem *Tabulae Rudolphinae* (Novotný, 2000). Napsal celou řadu knih, během svého života sestavil kolem osmi set horoskopů, včetně svého. Kepler se k předvídání budoucnosti vyjadřoval kriticky, považoval ho za ztrátu času. Neuznával přímý vliv hvězd na osud člověka, ale upozorňoval na postavení oběžnic k zemi a jejich vliv na povětrnost a lidskou mysl. Horoskopy se zabýval za účelem zisku. „*Kde by se octla rozumná matka astronomie, kdyby bláznivá dcera astrologie nic nevydělala.*“ (Ottův slovník naučný 1998, s. 970).

Skeptický vztah k astrologii se vlivem nových myšlenkových proudů, souvisejících s rozvojem techniky a přírodních věd, rodil už v průběhu novověku. V osmnáctém století se pod náporu racionalismu ocitla astrologie na pokraji úplné likvidace. Diderot v *Encyklopedii* jednoznačně vyjádřil tehdejší postoj, definoval astrologii jako „*domnělé umění předvídat duchovní události dříve, než nastanou*“ (Fuzeau-Braeschová 1994, s. 57). Doby, kdy měla astrologie oficiální postavení, označil slovy: „*I u nás tato pověra*

v minulých stoletích řádila. Dnes už je samo slovo astrolog něčím tak směšným, že snad ani chátra předpovědím v almanachu nevěří.“ (Fuzeau-Braeschová 1994, s. 58). Věda kritizovala astrologii zejména za její mnohoznačnost, nesystematičnost a neověřitelnost. Katedry na vysokých školách se začaly rušit, přestaly se tisknout efemeridy a tabulky, které usnadňovaly astrologům výpočty. Astrologie přišla o svůj objektivní základ a podporu učenců, stala se předmětem studií členů nejrůznějších tajných spolků nebo individuálních myslitelů (Novotný, 2000).

V devatenáctém století byla evropská astrologie považována za dávno překonanou středověkou pověru (Heinl, 1994). Jedinou západní zemí, ve které se vzdělání lidé věnovali astrologii i nadále a v níž se tudíž vývoj astrologie nepřerušil, byla Velká Británie. Nejdůležitější postavou té doby byl Robert Cross Smith, jenž začal od roku 1827 úspěšně vydávat periodikum *The Prophetic Messenger*. Tradice almanachu s předpověďmi pokračovala pod pseudonymem Raphael (*Raphael's Almanac*) souvisle až do dnešní doby (Fuzeau-Braeschová, 1994). Další osobností britského astrologického světa byl Richard James Morrison s pseudonymem Zadkiel, jenž založil v roce 1836 *Zadkie's Almanac*. Raphael a Zadkiel se řadí mezi předchůdce současné populární astrologie (Fuzeau-Braeschová, 1994).

Po roce 1850 přišla vlna spiritismu a zájmu o východní filozofie. Začaly vznikat skupiny okultistů, z nichž byla nejznámější Teosofická společnost Heleny Petrovny Blavatské. Blavatská ve svých pracích spojovala tradiční evropské prvky astrologie s indickou filozofií (Špůrek, 1993). Jejím žákem a zakladatelem Astrologické lóže Teosofické společnosti byl William Frederick Allen, jenž začal formovat astrologii do dnešní podoby. Ve svých četných příručkách, psaných pod pseudonymem Alan Leo, představil přístupnou formou celý astrologický systém. Jeho rozsáhlé dílo se stalo základním pilířem moderní astrologie (Novotný, 2000).

Koncem 19. století dochází k propojování astrologie s psychologií. Zásluhou Sigmunda Freuda, zakladatele psychoanalýzy a objevitele nevědomí, se dostaly k astrologii první impulsy analytické psychologie. Paralely s jeho novými objevy v psychologii a astrologii ale začal nacházet ve 30. letech až jeho blízký spolupracovník Carl Gustav Jung, jenž se zabýval psychologií osobnostní. Zavedl do psychologie pojem synchronicita (nepříčinný jednotící princip, sloužící k popisu smysluplných náhod). Později od této teorie odstoupil, ale jeho metody se používají dodnes nejenom v astrologii, ale také v moderní

psychologii (Novotný, 2000).

Od začátku 20. století se astrologie znovu začala šířit. V Evropě vystoupila řada astrologů se snahou obnovit a shrnout staré horoskopické metody. Ve svých často mnohasvazkových dílech kompilačního charakteru se snažili shrnout a doplnit tradiční metody horoskopické praxe. Patřil k nim v Německu například Julius Wilhelm Andreade Pfaff a Johann Karl Vogt. Ve 20. letech vydal Friedrich Schwickert, pod pseudonymem Sindbad, spolu s Adolfem Weissem pětisvazkové dílo *Základní kameny astrologie*, jež se zařadilo mezi klasická díla moderní astrologie (Špůrek, 1997).

V Německu se rozvinula tak zvaná hamburská škola, která porušila dosavadní astrologickou tradici. Založil ji Alfred Witte, jenž tvrdil, že zpozoroval osm dalších planet ležících za oběžnou dráhou Neptuna. Vypracoval a vydal efemeridy těchto hypotetických planet spolu s jejich astrologickou interpretací (Heinl, 1994).

V Anglii vydával Charles E. O. Carter *Astrologický čtvrtletník* a napsal několik spisů, z nichž podstatným přínosem byl zejména jeho *Astropsychologický lexikon*. Jednotlivá hesla tohoto slovníku obsahují typické konstelace, které mají podle autora příčinný vztah k určitým typům, vlastnostem, schopnostem nebo nemocem zrozenců, v jejichž horoskopech se objevují. Vydány byly také sbírky přesných dat narození významných osobností, jež sloužily jako materiál k podobným analýzám (Špůrek, 1997).

Z ruských emigrantů se na Západě proslavili svými astrologickými pracemi Alexandre Volguine, jenž založil v roce 1937 ve Francii proslulý časopis *Cahiers astrologiques*, a E. M. Troinsky, který se v Německu zabýval zejména politickou mundánní astrologií (Fuzeau-Braeschová, 1994).

Po druhé světové válce nastal velký příklon k humanistické a transpersonální astrologii, která chápe horoskop jako potenciál, jež máme během postupného vývoje osobnosti naplnit. Hlavními představiteli tohoto směru jsou astrolog a filozof Dane Rudhyar ve Spojených státech a jeho žák Alexander Rupert ve Francii.

Zásadní vliv na vývoj moderní astrologie přineslo masové využívání výpočetní techniky. Počítače umožňují rychle, přesně a spolehlivě vypočítávat horoskopy a zároveň vytvářet z vyřešených případů datové báze a statistické soubory k hlubšímu studiu astrologických souvislostí. Využívání počítačů má však v astrologii i svou stinnou stránku. Svádí totiž k dojmu, že každý, kdo si koupí příslušný program, se tímto krokem automaticky stává astrologem. Špůrek (1997, s. 314) tvrdí, že počítač nahradí jenom

mechanické výpočty, nezabrání však chybám.

V současné době nalezneme astrologická sdružení, společnosti, organizace i internetové diskusní skupiny po celém světě (Fuzeau-Braeschová, 1994). Nejvíce zakořeněná je astrologie v Indii, kde se horoskop počítá před každou významnou životní událostí – svatbou apod. (seznamovací inzeráty v novinách požadují od respondentů horoskop). Běžně se stává, že cizinec najde v hotelovém pokoji nabídku ke konzultaci s tamním astrologem (viz tamtéž).

V České republice existuje od roku 1989 Astrologická společnost, jejímiž členy jsou jak profesionální astrologové, tak nadšenci z řad veřejnosti. V letech 1994 a 1997 se v Praze konaly Evropské astrologické kongresy, na kterých čeští astrologové navázali kontakt s astrologií světovou (Novotný, 2000).

2. CHARAKTERISTIKA MATERIÁLU

V této kapitole je popsán materiál, který jsme si zvolili pro analýzu. Během dvanácti měsíců jsme shromáždili celkem 1752 prognostických horoskopů (146 kompletních předpovědí pro dvanáct znamení zvířetníku) z šestnácti tištěných médií vydávaných pro české čtenáře. Sběr výchozího materiálu probíhal od ledna do prosince roku 2010. Jedná se o dva deníky (Blesk, Mladá fronta Dnes), pět týdeníků (Chvilka pro tebe, Ona Dnes, Právo TV magazín, Tina, Týdeník Květy), dva čtrnáctideníky (Bravo, InTouch), sedm měsíčníků (Betyнка, Cosmopolitan, Fitstyl, Harper's Bazaar, Maminka, Puls, Receptář). Periodicita tisku ovlivňuje rozsah astrologické předpovědi. Například předpovědi v deníku Blesk obsahují průměrně dvacet tři slov, v měsíčníku Puls činí jejich délka kolem šedesáti slov.

Obsahová charakteristika periodik napovídá, že se jedná o noviny i časopisy, jež se odlišují nejen tím, jak často vychází, ale celou řadou dalších jevů. Jedním z nich je funkce periodika, která může být převážně informativní (Mladá fronta Dnes) nebo spíše zábavná (Chvilka pro tebe – časopis pro soutěživé čtenáře). Periodika se mohou vyznačovat širokým tematickým spektrem či úzkým, specifickým zaměřením (Receptář – časopis pro volný čas). Odlišují se také svými čtenáři, zejména jejich pohlavím (Ona Dnes – magazín pro ženy), věkem (Bravo – časopis pro mládež), rolí⁴ (Maminka – periodikum určené matkám) či společenským statutem⁵ (Harper's Bazaar – měsíčník zaměřený na čtenáře vyšší střední a horní třídy).

Každé periodikum je v nasbíraném materiálu zastoupeno minimálně pětkrát. Výjimku činí časopis Receptář, z něhož pochází jediná ukázka, jež byla zařazena jako příklad zajímavého grafického ztvárnění horoskopů. Podrobný přehled jednotlivých tisků,

⁴ Během svého života člověk prochází mnoha situacemi, v nichž vstupuje do rozmanitých vztahů s druhými lidmi. Zaujímá v těchto vztazích různé místo, pozici. Obvykle se k pozicím vztahují určitá očekávání, „předepsané“ chování, hovoříme o rolích, například učitel – žák, nadřízený – podřízený, rodič – dítě. (Havlík, 2004).

⁵ Společenský status chápeme jako místo člověka na společenském žebříčku. Společnost je pak rozvrstvena na horní, střední a dolní vrstvy podle mnoha hledisek (viz tamtéž). Našimi kritérii je příjem, majetek, mocenské postavení, složitost práce, povolání, dosažené vzdělání a bydlení.

jejich periodicita, témata zpracovaná v rubrikách a konkrétní počet nasbíraných vzorků viz Tabulka 1.

Tabulka 1: Charakteristika vybraných periodik

Název periodika	Periodicita	Témata zpracovaná v rubrikách	Počet vzorků
Betyнка	měsíčník	těhotenství, péče o dítě, život v rodině, výchova, učení, zdraví, psychologie, partnerské vztahy, volný čas, móda	5
Blesk	deník	zprávy, celebrity, sport, servis, video, zábava, hobby, filmy	14
Bravo	čtrnáctideník	informace ze showbyznysu; rozhovory s idoly; reportáže; fotoromány; novinky v oblasti módy, sportu, techniky, internetu a mobilní komunikace; postery; hitparády; filmové tipy; láska a sex	5
Cosmopolitan	měsíčník	módní trendy a krása; informace ze společnosti, celebrity; cosmo příběh; sex, láska a partnerství; inspirace pro volný čas; zdraví a styl	5
Fitstyl	měsíčník	péče o zdraví, sport, kosmetika, móda, zdravá výživa	5
Harper's Bazaar	měsíčník	móda, krása, kultura, umění, životní styl	5
Chvilka pro tebe	týdeník	křížovky, soutěže, životní příběhy, tipy na cestování, nápady do domácnosti, recepty, móda a kosmetika, rady ve finančních a právních záležitostech, zdraví	31
InTouch	čtrnáctideník	celebrity, světový showbyznys, životní styl	10
Maminka	měsíčník	móda; kosmetika; tipy na cestování, trávení volného času s rodinou; bydlení a finance	5
Mladá fronta Dnes	deník	zpravodajství z domova i ze světa; komentáře; informace z ekonomiky, sportu a kultury; TV program; oddechové čtení ve specializovaných přílohách a magazínech	10
Ona Dnes (vychází jako příloha deníku MF Dnes)	týdeník	zprávy ze společnosti, rodina, práce, zdraví, sex, krása	10
Právo TV magazín (vychází jako příloha deníku Právo)	týdeník	TV program, rozhovory, osobnosti, reportáže	10
Puls	měsíčník	zdravý životní styl, krása, volný čas	5
Receptář	měsíčník	domov a bydlení, kutilství, zahrada, chovatelství, zvířata, zdraví, vaření a recepty, ruční práce	1
Tina	týdeník	móda a kosmetika, zdravý životní styl, diety a novinky v medicíně, recepty a rady do kuchyně, domácnost, slavní lidé, cestování	20
Týdeník Květy	týdeník	reportáže; rozhovory; zajímavosti z domova a ze světa; cestování; praktické rady a tipy, jak ušetřit; TV program	5

3. KOMUNIKANTI

Hlavní součástí komunikační situace jsou účastníci výpovědních aktů neboli komunikanti, jejich vlastnosti a vzájemné vztahy (G REPL, 1998). Mezi komunikanty patří produktor (původce sdělení) a recipient (příjemce). Původce a příjemce komunikátu lze dále charakterizovat podle zapojení do komunikace, to znamená podle míry jejich aktivního a pasivního podílu na komunikaci, a podle distribuce komunikačních rolí v průběhu komunikační události (Kořenský, 1988).

3.1 Původce

Autorem, produktorem horoskopu v periodikách, je v ideálním případě astrolog. Výraz ideální jsme použili záměrně, protože ne u každého astrologického textu nalezneme uvedené jeho jméno. Astrologa jako autora oznamuje pět z šestnácti typů periodik, jedná se o časopisy *Cosmopolitan* (Stacey Wolfová), *Fitstyl* (Hana Vránová), *Chvilka pro tebe* (Eva Prokopová), *Puls* (Blanka Vojáčková) a magazín *Ona Dnes* (Martina Lukášková). Týdeník *Chvilka pro tebe* doplňuje jméno astroložky fotografií. Ověřili jsme, že jde o skutečné znalce astrologické problematiky (Astrologie, první encyklopedie českých a moravských astrologů, 2001). Další čtyři periodika (*Betyнка*, *Bravo*, *Harper's Bazaar*, *Maminka*) uvádějí původce textu, které blíže nespecifikují, *připravila: Eva Šolcová* (*Harper's Bazaar*, 6, 2010, s. 107), a jež se nám nepodařilo jako astrology dohledat. Zbylých sedm tisků neudává autora žádného.

Ve všech periodikách musíme vzít ovšem v úvahu postavu redaktora, který může v souladu s obchodními záměry tisku jazykově dotvářet a modifikovat horoskopický text od astrologa. Na to lze usuzovat zejména tam, kde se text horoskopu nápadně blíží reklamě nebo reklamu obsahuje (viz kapitola 5.1 Komunikační strategie).

Kromě skutečného autora, jenž je subjektem stojícím mimo jazykový projev, můžeme mluvit o původci, který je v projevu jako subjekt obsažený a jenž je tvořen dvěma doplňujícími se složkami: vnitřním autorským subjektem – implikovaným autorem a vnějším autorským subjektem – narátorem (Rimmon-Kenanová, 2001). Astrologické předpovědi formálně směřují k příjemcům, promlouvají k nim ve druhé a třetí osobě. Jedná se o odosobněný vyprávěcí hlas, který se tematizací narátora vyhýbá. V nasbíraném materiálu jednoznačně převažuje druhá osoba množného čísla, která oslovuje všechny příslušníky daného znamení: „*Stále se můžete obracet na přátele a být si jisti, že vás*

podpoří. Jenže domácí záležitosti si budete muset vyřešit sami. Věnujte péči členům rodiny, pak si s dobrým pocitem vychutnejte radosti víkendových dnů. Snažte se podřídit nějakým pravidlům.“ (Chvilka pro tebe, 2, 2010, s. 44).

V periodikách primárně určeným ženám se setkáme s vykáním, plurál vyjadřuje uctivost (Cosmopolitan, Fitstyl, Harper's Bazaar, Puls): „Že je váš chlapík tolik nevrlý, ještě neznamená, že si jeho starosti musíte nosit s sebou také do práce. Problémy nechejte za dveřmi domova. Opatrná buďte, co se týká financí. S grácií odmítněte „kamaráda“, který si opět přišel pro nečekanou půjčku.“ (Harper's Bazaar, 3, 2010, s. 165).

Pro časopis Bravo, jenž je primárně určený dospívajícím čtenářům, je charakteristické tykání a genderové rozlišení příjemců předpovědi: „Štěstí ti přeje! Jsi zamilovaný/a až po uši a tvůj miláček je na tom úplně stejně! Máš jedinečnou šanci na úspěch, a když ji nepropásneš, podaří se ti něco úžasného! Tak měj oči pořádně dokořán!“ (Bravo, 21, 2010, s. 29).

Třetí osoba je zastoupena napříč periodiky v menší míře, spíše okrajově, jejím prostřednictvím se oslovují zejména příslušníci znamení: „Srpnoví Lvi by se měli dobře připravit. (Ona Dnes, 22, 2010, s. 44). „Vodnářky narozené 16.–17. února se mohou poněkud ztráct samy v sobě.“ (Puls, 7/8, 2010, s. 88).

Potlačení narátora souvisí s pojetím horoskopu jako předpovědi budoucnosti, která je astrologie vyčtena z konstelace planet v určitém čase. Původce horoskopu se v zájmu zachování důvěryhodnosti a objektivity do astrologického textu nepromítá, představuje pouze nezaujatého prostředníka mezi hvězdami a příslušníky jednotlivých znamení. V astrologických předpovědích pak této skutečnosti odpovídají místa, která přesvědčují čtenáře, že vše záleží jen na hvězdné konstelaci. Do role fiktivního vypravěče se tak dostávají namísto astrologa samy hvězdy (personifikace): „Hvězdy radí pořádně rozpumpovat krev.“, „Hvězdy varují srdnaté Lvy a Lvice před příliš dobrodružným a nebezpečným způsobem života.“ (Betynka, 4, 2010, s. 140). „Hvězdy doporučují využít takto příznivého období a projevit vděčnost lidem, kterých si vážíte a máte je rádi.“, „I když vám hvězdy nevěstí závratnou výhru v loterii, peníze by vás stejně o mnoho šťastnějšími neudělaly!“ (Betynka, 5, 2010, s. 140).

3.2 Příjemce

Subjektem stojícím mimo text je skutečně čtoucí osoba, kterou budeme nazývat

čtenářem. Individuální čtenářské dispozice osobnosti neboli čtenářská kompetence recipienta má výrazný vliv na komunikační situaci. Text v komunikaci s různými čtenáři je základem pro tvorbu řady obsahů. „*Obsahy četby se budou shodovat a lišit ve svých významech a smyslu podle příslušnosti čtenářů k určité kulturní oblasti i historické době, podle jejich vzdělanosti, věku, pohlaví, osobnostních rysů, sociálního zařazení ve společnosti a konkrétní životní a čtenářské zkušenosti, především však podle jejich hodnotových preferencí a estetického vkusu.*“ (Lederbuchová 2002, s. 55). Popsat reálného čtenáře horoskopů není snadné, protože příjemce může být i zcela náhodný, může i nemusí být osobou, pro kterou je daný astrologických text primárně určený.

Ideálním typem vnímatele daného textu, k němuž se autor obrací, je *adresát*. Jedná se o subjekt, pro který je text připraven a uzpůsoben (Lederbuchová, 2002).

3.2.1 Adresát periodika

Domníváme se, že skutečný zájemce o astrologické texty vyhledává tisk zaměřený výhradně na astrologii. Předpokládáme tedy, že vybraná periodika si kupuje čtenář především kvůli informacím, jež jsou v nich obsažené, a ne kvůli horoskopům, které v nich zaujímají vedlejší pozici (umístění až na zadních stranách periodik). Ve zvolených vzorcích lze pak adresáta astrologické předpovědi považovat zároveň za adresáta daného tisku. Bližší charakteristiku cílové skupiny adresátů periodik uvádíme pro přehlednost ve formě tabulky (viz Tabulka 2). Souhrnná charakteristika vychází z toho, jak se jednotlivá periodika sama na veřejnosti prezentují a jak charakterizují své potencionální čtenáře. Informace čerpáme převážně z webových stránek periodik, použité elektronické zdroje jsou uvedeny v seznamu literatury.

Tabulka 2: Charakteristika typického čtenáře

Název periodika	Věková kategorie	Pohlaví	Další charakteristika
Betynka	20–45 let	ženy	nastávající rodiče, rodiče malých dětí a školáků; na mateřské dovolené i ekonomicky aktivní; finančně zajištěné; střední nebo vysoká škola
Blesk	20–59 let	muži i ženy	základní a střední vzdělání, střední a dolní vrstvy, nízké a střední příjmy
Bravo	11–16 let	chlapci a dívky	dospívající, ekonomicky neaktivní

Cosmopolitan	18–40 let	ženy	svobodné, bezdětné, střední až vyšší příjmy, střední vzdělání s maturitou
Fitstyl	20–35 let	ženy	středoškolské a vysokoškolské vzdělání
Harper´s Bazaar	25–45 let	ženy	vyšší střední a horní příjmová třída, vyšší vzdělání
Chvilka pro tebe	25–59 let	ženy	zaměstnané vdané ženy žijící v rodině s jedním a více dětmi
InTouch	20–35 let	ženy	nižší až střední třída
Magazín Právo TV	45 let a více	muži i ženy	vyšší vzdělání, mírně nadprůměrné socioekonomické postavení, ale spíše se středními a nižšími příjmy
Maminka	20–40 let	ženy	matky; vyšší střední, střední a střední nižší třída
Mladá fronta Dnes	25–44 let	muži i ženy	ekonomicky aktivní lidé, maturita či vysokoškolské vzdělání, vyšší socioekonomické postavení a příjmy
Ona Dnes	25–44 let	ženy	ekonomicky aktivní lidé, maturita či vysokoškolské vzdělání, vyšší socioekonomické postavení a příjmy
Puls	20–39 let	ženy	středoškolské nebo vysokoškolské vzdělání, vyšší příjmy
Receptář	nespecifikovaná	muži i ženy	široké spektrum koníčků
Tina	30–59 let	ženy	střední a nižší příjmy
Týdeník Květy	nejčastěji 50 let a více	ženy	středoškolské vzdělání, střední vrstvy

Nejprve se zaměříme na čtenáře z hlediska věku. Z uvedené tabulky vyplývá, že jsou ve vybraných vzorcích zastoupeni dospívající, dospělí i starší příjemci. Etapa dospívání se tradičně rozděluje na období pubescence, od jedenácti do patnácti let, a období adolescence, od patnácti do dvaceti dvou let (Langmeier, Krejčířová, 2006). Z našich vzorků ji jednoznačně reprezentuje časopis Bravo.

Etapu dospělosti lze rozčlenit na časně (do 30 let) střední (do 45 let) a pozdní (do 60/65 let) období (Langmeier, Krejčířová, 2006). Dospělí čtenáři tvoří v rámci nasbíraného materiálu nejpočetnější skupinu příjemců.

Etapu stáří, nad šedesát pět let, zastupují především čtenáři Magazínu Právo TV a Týdeníku Květy. Rozdílná věková hranice recipientů se odráží zejména v tematickém zaměření horoskopů a také ve výběru jazykových prostředků.

Dále lze rozlišit příjemce horoskopů podle pohlaví. Převažují časopisy určené ženám, jedná se o více jak polovinu periodik (11 titulů), z čehož vyplývá, že většina příjemců horoskopů jsou ženy. Při sběru materiálu jsme nahlédli i do periodik zaměřených na cílovou skupinu mužů, v žádném z nich jsme horoskopy nenalezli (Automobil revue, Esquire, FHM, Formule&Motorsport, Penthouse, Playboy, Pro Football, Pro Hockey, RC Revue, Speed, Trade&Investment).

Poslední část tabulky se věnuje společenské roli a statusu cílových skupin. Odlišná společenská role rodičů, matek nebo studentů se promítá do obsahu horoskopů, odráží se také ve volbě jazykových prostředků. Stejně tak se proměňují jednotlivá témata a užitý jazyk, pokud jsou cílovou skupinou vzdělání čtenáři z vyšších společenských tříd.

3.2.2 Adresát příslušného znamení

Autoři píší horoskopy pro představitele dvanácti znamení zvěrokruhu: „*Štíři mohou mít někdy problémy s přehnanou upřímností.*“ „*Berani potřebují dát průchod své silné energii.*“ (Betynka, 3, 2010, s. 142). Z nich někdy vydělují konkrétnější skupiny adresátů, například na základě pohlaví – *on, ona* (Bravo), podle narození – *březnoví Berani, dubnoví Berani* (Ona Dnes, 25, 2010, s. 40), *Ryby narozené 24. února* (Puls, 5/6, 2010, s. 80) či podle partnerského vztahu – *svobodní, zadaní* (Cosmopolitan), *zamilovaní, singl* *Rybičkám* (InTouch 3, 2010, s. 54), *osamocení Býci* (Ona Dnes, 31, 2010, s. 36). Pro skupinu adresátů, která byla vyčleněna z komunikační situace, platí, že se jich předpovědi netýkají, tudíž nemohou být platné ani neplatné.

Pokud autor horoskopů vyčlení část příjemců dostatečně vágně, „*Některé Panny potkají novou lásku.*“ (Harper's Bazaar, 7, 2010, s. 118), vznikají všeobecné, vždy pravdivé výpovědi.

V menší míře dochází naopak k rozšíření skupiny adresátů i mimo příslušníky daného znamení: „*Život je o kompromisech. Každý musíme občas udělat smířlivé gesto.*“ (Harper's Bazaar, 3, 2010, s. 165). Předpověď tak nabývá povahy obecného tvrzení, které podporuje platnost výpovědi.

3.3 Členění komunikátu podle účasti komunikantů na komunikaci

Z hlediska účasti komunikantů na komunikování lze projevy rozdělit na dialogické a monologické. Dialog je dvousměrná či vícesměrná komunikace, při níž jsou aktivní obě, popřípadě všechny zúčastněné strany, je nejčastější formou běžné mluvené komunikace. Monolog na rozdíl od dialogu představuje komunikaci jednosměrnou. Jazykově aktivní je pouze jedna strana, představovaná jedním mluvčím (Čechová, 1996). Horoskopy svou psanou podobou reprezentují komunikaci monologickou, při které se adresát bezprostředně nevyjadřuje k projevu autora. Jeho komunikační role je pasivní, nereaguje na slova mluvčího, neodpovídá na jeho otázky. Jazykově aktivním účastníkem je zde autor, tvůrce a pisatel horoskopu.

Původce astrologických relací užívá některých kontaktních prostředků, jež mu umožňují vyjádřit vztahy, názory, upozornění, doporučení, varování. Navozují stylizovaný vztah autora k adresátovi. I když chybí zpětná vazba, bez které je volba vhodných prostředků obtížnější, zmenšuje se odstup mezi komunikanty a adresát nabývá dojmu, že jeho role není jen pasivní.

3.3.1 Oslovení

Oslovení slouží k navázání kontaktu, k jeho udržení či obnovení. Volbou oslovení naznačuje autor sympatie, důvěrnost, zdvořilost, nadřazenost, odstup nebo pohrdání. V komunikaci se oslovuje pátým pádem: „*Šípková Růženko, jestli se okamžitě neprobudíte, proteče vám výborná nabídka mezi prsty.*“ (InTouch, 4, 2010, s. 54). V uvedeném příkladu předpověď varuje adresáta, aby nepromeškal, „neprospal“ příležitost, která se mu nabízí. Užité oslovení zároveň signalizuje důvěrnější přístup pisatele horoskopu k předpokládanému čtenáři.

3.3.2 Řečnické otázky

V astrologických předpovědích se hojně vyskytují řečnické otázky, prostřednictvím kterých nechává produktor adresátovi prostor k zamyšlení, ke zdánlivé účasti na řešení problému, čímž upoutává jeho pozornost. Autor je nevyslovuje proto, aby se něco dověděl, nýbrž aby sugestivně zasáhl do myšlení adresáta a přiměl ho, aby si sám v duchu odpověděl, a to ve smyslu, který má na mysli autor (Bečka, 1992): „*Skutečně je tohle to, co chcete od života?*“ (Harper's Bazaar, 3, 2010, s. 165), „*Stoň práce na vašem stole*

neubývají?“ (InTouch, 4, 2010, s. 54), „Můžeš si přát snad něco víc?“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „Uvažujete o tom, jak ozvláštnit první měsíc prázdnin? (Maminka, 7, 2010, s. 164), „Nejedete už z posledního?“ (Harper’s Bazaar, 10, 2010, s. 165), „Nebo chcete začínat rok 2011 v posteli se žaludkem na vodě?“, „Nebo snad chcete trávit Štědrý večer či Silvestr se svým šéfem?“ (Harper’s Bazaar, 12, 2010, s. 213).

Často dochází k řetězení řečnických otázek za sebou, čímž se zvyšuje jejich naléhavost: „Zamyslela jste se někdy nad tím, jak těžké je s vámi vyjít? Jak se ve vás mohou vyznat vaši blízcí, když sama nevíte, co vlastně zrovna chcete?“ (Fitstyl, 1, 2010, s. 94–95).

Objevují se i řečnické otázky, na které je vzápětí odpovězeno. Produktor nejprve jakoby nechává adresátovi prostor k zamyšlení, k účasti na řešení problému, vzápětí však přichází s vlastním řešením: „Jste nešťastná s přítelem? Řekněte mu proč. Vadí vám, že vás rodiče berou stále jako malou? Otevřete jim oči. Vozí se vám po zádech nespokojený šéf? Promluvte si s ním.“ (Harper’s Bazaar, 6, 2010, s. 107).

3.4 Kontakt komunikantů

Z hlediska kontaktu komunikantů lze rozlišit tři druhy komunikačního styku: přímý bezprostřední, přímý zprostředkovaný a nepřímý (Čechová, 1996). Astrolog sestaví horoskop, jenž vyjde ve vybraném periodiku, které si čtenář zakoupí. Kontakt účastníků komunikace je tedy nepřímý, proces tvorby a recepce komunikátu neprobíhají současně, ale skrze medium, jež představují noviny, magazíny a časopisy. Dorozumívání autorů horoskopů se čtenáři je součástí komunikace uskutečňované prostřednictvím masově sdělovacích prostředků.

4. TEMATICKO-OBSAHOVÁ STRUKTURA

Při komunikaci vystupuje do popředí skutečnost, o níž se komunikuje. Téma, předmět sdělování, představuje základ obsahu komunikátu, který pojmáme jako souhrn informací, jež komunikát přináší (Čechová, 1996). Téma souvisí se záměry autora i s očekáváním příjemce, za jeho účasti se tedy propojuje obsahová a pragmatická rovina (Kořenský, 1987).

4.1 Tematická výstavba horoskopů

Téma námi zvolené komunikace vychází z horoskopu a jeho definice jako předpovědi osudu podle postavení planet. Tematická výstavba předpovědi není stálá. Horoskopy obsahují řadu prvků, ze kterých vyplývá jejich obsahová stránka.

Na začátku předpovědi mohou stát informace, které se týkají zhodnocení předešlé situace nebo současného stavu: „*Nešlapalo všechno tak dobře jako dřív? Nic není ztraceno. Uvidíte, že se vám podaří o hodně zlepšit osobní vztahy se svými nejbližšími.*“ (Betynka, 7, 2010, s. 140).

Běžnou součástí horoskopu je také zmínka o aktuálním postavení hvězd: „*V období, kdy Slunce i Merkur procházejí znamením Panny, si udělejte pořádek ve svých věcech i nesplněných úkolech.*“ (Puls, 9, 2010, s. 72).

Někdy se připomíná obecná charakteristika znamení, která je vzápětí buď potvrzena, nebo vyvrácena: „*Přestože jsou jinak Kozorozi pečliví a přesní, v červenci bude jejich slabou stránkou nedostatek disciplíny a jasného řádu.*“ (Betynka, 7, 2010, s. 140).

Hlavní součástí horoskopu je vlastní předpověď, nastínění vývoje budoucích událostí: „*Štíři budou mít v červenci mimořádný cit pro řešení i ne zcela triviálních situací.*“ (Betynka, 7, 2010, s. 140).

Závěrečnou část předpovědi může tvořit rada, varování nebo citát: „*Neztrácejte dobrou náladu a optimismus!*“ (Betynka, 7, 2010, s. 140).

Ne všechny zmíněné složky jsou vždy přítomny. Jejich výskyt závisí na rozsahu horoskopu, tedy na tom, kolik prostoru má autor v daném periodiku k dispozici. Zpravidla platí, že čím je předpověď rozsáhlejší, tím obsahuje více uvedených částí. Všechny shromážděné horoskopy obsahují vlastní předpověď a velmi často také závěrečnou radu.

Horoskopy jsou zcela specifickým textem, tudíž se tematicky vztahují k astrologické oblasti: „*Lunární síly prohloubí vaši schopnost vcítit se do ostatních.*“

(Betynka, 7, 2010, s. 140), „*Ve středu 23. října po půl třetí odpoledne vstoupí Slunce do znamení Štíra, nebojte se více zazářit a hrát hlavní roli.*“ (Puls, 11, 2010, s. 65), „*Jupiter couvá z Berana do Ryb, možná budete muset přehodnotit některé plány z minulých týdnů.*“ (Puls, 10, 2010, s. 72)

Kromě astrologických prvků se do předpovědí promítají časové údaje, zejména vliv ročního období: „*Jaro je ideální na detox těla a mysli.*“ (Harper's Bazaar, 3, 2010, s. 165), „*Jako ideální místo k flirtování a navázání nové známosti se jeví mořská pláž či koupaliště.*“ (Právo TV magazín, 10. 7. 2010, s. 51), „*Začínající podzimní měsíc rozhodně nebude nudným obdobím, zejména pokud jste se narodila ke konci znamení Ryb.*“ (Puls, 10, 2010, s. 65), „*Dávejte si pozor při zimních radovánkách, Váš pocit, že se vám nemůže nikdy nic stát, je doopravdy jen pocit.*“ (Fitstyl, 1, 2010, s. 89).

Součástí horoskopů jsou také kulturní a historické souvislosti. Jedná se především o vliv státních a církevních svátků „*Netrapte se malichernostmi a nekazte si předvánoční čas. Drobné chmury zaplašíte pečením cukroví či výrobou betléma.*“ (Týdeník Květy, 49, 2010, s. 72), „*Nový rok přivítejte na některém z velkolepých večírků. Jestliže nepodlehnete přemíře alkoholu a cigaret, bude to příjemná tečka za rokem 2010.*“ (Harper's Bazaar, 12, 2010, s. 213), „*Na Velikonoce si vyjeďte do přírody.*“ (Tina, 8, 2010, s. 50), „*Dušičkové období můžete trávit ponořená do hlubin své duše a do vzpomínek.*“ (Puls, 11, 2010, s. 65), stejně jako tradic a zvyků „*Ráno koukněte do kalendáře a obvolejte všechny známé Petry a Pavly.*“ (MF Dnes, 29. 6. 2010, s. 6D), „*Když však usoudí, že si musí s dětmi promluvit ohledně zítřejšího vysvědčení, raději ho včas zarazte.*“ (MF Dnes, 29. 6. 2010, s. 6D), „*Uvažujete o tom, jak ozvláštnit první měsíc prázdnin?*“ (Maminka, 7, 2010, s. 164), „*Pokud jdete s dětmi do školy, proběhne to slavnostně. Nezapomeňte pořídít fotografie, ať se máte čím chlubit pyšným prarodičům.*“ (MF Dnes, 1. 1. 2010, s. 12C).

Tematická náplň horoskopů se také odvíjí od zaměření periodika a od cílové skupiny jeho adresátů. Na základě rozboru horoskopů jsme stanovili sedm tematických okruhů, jejichž obsahem bývá to, co chtějí adresáti slyšet.

4.1.1 Partnerské vztahy

„*Okolo 12. září nebud'te sama, láska na vás bude působit neobyčejně hojivě.*“ (Puls, 10, 2010, s. 72), „*Pro svobodné: na večeri si sedněte vedle něj, ať vás může hladit. Pro zadané: Promilujte celou noc.*“ (Cosmopolitan, 10, 2010, s. 164),

V partnerských vztazích se čtenářům nejčastěji radí, jak přistupovat k partnerovi a jak se chovat v oblasti sexu. Astrologické texty buď slibují prohloubení a upevnění současného vztahu, který může vyústit dokonce v svatbu či narození dítěte, nebo upozorňují na možné problémy a konflikty, které harmonii naruší. Dále se doporučuje čtenářům, aby se více věnovali svým partnerům, důvěřovali jim a problémy řešili společně. Předpovídá se také osudová láska či navázání nové známosti. Horoskopy upozorňují i na nevhodného partnera a nutnost změn ve čtenářově životě. Předpovědi oznamují vhodné příležitosti k milostným dobrodružstvím, jindy nabádají k odmítnutí nápadníka, který není tím pravým. Informuje se o nebezpečí konkurence jiné osoby, jež může ohrozit současný vztah. Nezadaní jedinci mohou mít vhodnou příležitost, aby si našli čas jen pro sebe, relaxovali nebo zapracovali na své osobě. V sexuální tematice se připomíná vhodné období pro flirtování a svádění, jindy jsou čtenáři káráni za střídání partnerů a upozorňováni na negativní důsledky, jež mohou nastat. Předpovědi vyzývají příjemce k tomu, aby se odvážali a vyzkoušeli s partnerem něco nového, vybízejí k romantickým milostným hrátkám či upozorňují na nudný sexuální život.

4.1.2 Rodinné vztahy

„S příbuznými to nebude lehké, neboť špatně odhadnete situaci a oni se urazí. Žádná katastrofa z toho nebude, hádka pročistí vzduch.“ (Blesk, 17. 3. 2010, s. 22), *„Ideální čas na rodinný výlet. Vše, co podporuje rozvoj poznávacích schopností vašich dětí, má zelenou.“* (Maminka, 5, 2010, s. 174)

Rodina se v horoskopech objevuje zejména jako pozitivní jednotka, jež se vyznačuje bezpečím a soudržností, kterou je ovšem zapotřebí zároveň chránit a pečovat o ni. Jejím členům se často doporučuje otevřeně řešit problémy, vzájemně komunikovat a naslouchat si. Jen ojediněle se upozorňuje na vážnější rodinné konflikty. Některým čtenářkám je doporučováno, aby přes veškeré starosti o členy rodiny nezapomínaly také na sebe a na vlastní potřeby.

4.1.3 Společenské vztahy

„Pozor na skryté nepřátele, všem lidem nevěřte.“ (Chvilka pro tebe, 1, 2010, s. 44), *„Nebojte se nových lidí ani pozvání, se kterými přijdou. Sledujte své cíle, ale dopřejte si i trochu zábavy. O víkendu zavolejte přátele.“* (Tina, 5, 2010, s. 50)

V rámci společenských vztahů jsou čtenáři horoskopů nejčastěji pobízeni k tomu, aby navazovali nová přátelství, získávali užitečné kontakty a chodili do společnosti. Na kamarády a známé se doporučuje nezapomínat ani při velkém množství pracovních povinností, mohou být důležitou oporou a nabídnout pomoc. Někdy jsou příjemci horoskopů naopak nabádáni k ostražitosti před neupřímnými radami a názory domnělých přátel. Předpovědi také radí zlepšit dosavadní přátelské vztahy nebo hodnotí popularitu a postavení jedince ve skupině kamarádů.

4.1.4 Práce

„Na soudržnost pracovního kolektivu nespolehejte. Když dojde na věc, bude každý kopat za sebe a vám nezbude, než abyste se chovali stejně.“ (MF Dnes, 24. 6. 2010, s. 8D),
„U šéfa si potřebujete šplhnout, jinak hrozí, že přijdete o své postavení. K práci navíc se tedy nepřihlásíte z přesvědčení, ale z nutnosti.“ (Blesk, 15. 3. 2010, s. 22)

Astrologický text předpovídá nové pracovní příležitosti a pozitivní změny, stejně jako varuje před pracovními problémy a neúspěchy, před hrozící výpovědí nebo těžkým pracovním úkolem. Předpovědi vybízejí k aktivitě, pracovitosti i seberealizaci. Dále se hovoří o klidném a pohodovém pracovním prostředí, nebo naopak o konfliktech s kolegy či nadřízenými. Je nastíněna možnost postupu v kariéře či lepší pracovní nabídky, jiné předpovědi navrhnou změnit zaměstnání. Často se doporučuje přijmout radu zkušenějšího kolegy, dobrého přítele nebo starší osoby. Někdy jsou čtenáři nabádáni, aby zvolnili pracovní tempo, nekladli si nedosažitelné cíle a nesoupeřili se spolupracovníky.

4.1.5 Finance

„Předvánoční čas ve vás probouzí velkorysost. Dávejte si proto pozor, abyste zbytečně neutráceli a nepřipravili tak nečekaně velký šok svému bankovnímu účtu.“ (Květy, 49, 2010, s. 72), *„Co se peněz týká, ještě chvilku posečkejte. Situace momentálně není nejružovější, ale nic netrvá věčně. I stav vašeho účtu se brzy změní...“* (Harper's Bazaar, 3, 2010, s. 169)

Finanční situace čtenářů horoskopů je buď vyhovující, nebo, daleko častěji, problémová, příjemci předpovědí jsou pak nabádáni k šetření. Astrologické texty nejednou předpovídají možné finanční zlepšení, výhry, následně pak varují před přílišným utrácením. Upozorňují také na krádeže a finanční podvody, nechybí ani pobídky

k nakupování potřebného zboží, ale i věci pro radost.

4.1.6 Zdraví a styl

„Čtvrtek a pátek vyprovokují vaši povahu k aktivitám na podporu zdraví. Odlehčete stravu.“ (Ona Dnes, 25, 2010, s. 40), *„Zjistěte, jaký máte typ pleti a slad'te podle něj barevnost vašeho outfitu. Prozárí vás to.“* (InTouch, 4, 2010, s. 54), *„Nevyhnete se náročnému rozhodnutí, které může trochu bolet. Pozor na sprádání nereálných plánů. Budete zbytečně zklamaní, zhorší se vám nálada.“* (Právo TV magazín, 19. 6. 2010, s. 43)

Čtenáři předpovědí se mají věnovat především sami sobě, svým zálibám, přáním a cílům. Dále jsou upozorňováni, aby čerpali pozitivní energii, nestresovali se, mysleli pozitivně a rozvíjeli své schopnosti a dovednosti. Jejich úkolem je relaxovat, pravidelně se pohybovat, zdravě jíst i pít. Astrologické texty předpovídají jak období plné energie, tak avizují špatnou náladu a duševní krizi. Doporučují čtenářům pečovat o jejich zevnějšek, radí, kdy je vhodný okamžik pro dietní režim a zdravou životosprávu.

4.1.7 Volný čas

„Uvolnit se můžete procházkou, cvičením nebo také třeba malováním či fotografováním.“ (Betynka, 7, 2010, s. 140), *„Dovolená v květnu vám rozhodně neuškodí. Právě naopak. Prospěje vám i celé rodině. V ideálním případě v klidném prostředí uprostřed svěží přírody. Vyhýbejte se každodennímu stereotypu.“* (Maminka, 5, 2010, s. 174)

Volný čas se v horoskopech doporučuje trávit především aktivně, například dopřát si procházku v parku, navštívit výstavu nebo galerii, udělat si výlet na festival, naplánovat dovolenou a jiné. Důraz je kladen na nové činnosti, které dosud čtenář nezkusil či neobjevil, doporučují se změny dosavadních aktivit. Připomíná se také význam meditace a relaxace, zároveň se však nesmí zapomínat na povinnosti. Předpovídají se klidné a uvolněné dny, méně často chaos a nedostatek odpočinku.

Jednotlivá témata převládají v rámci nashromážděných horoskopů v různé míře. Dominují tři základní okruhy, jež jsou součástí téměř každého typu periodika: partnerské, vztahy, práce, zdraví a styl.

Z hlediska věkové kategorie se tematicky odlišuje časopis Bravo, jenž je určený

teenagerům. Pravidelně v něm nalezneme čtyři tematické rubriky: *Láska, Kámoši, Škola, Lifestyle*. Téma lásky je úzce spojené s dospíváním – rande, párty, flirtování, vyjadřování citů, žárlivost, zájem, hádky, usmíření a tak dále. O kamarádech se nejčastěji mluví v souvislosti s plánováním různých akcí a mejdanů. Čtrnáctideník Bravo obsahuje jako jediný pravidelné téma školy, většina čtenářů jsou studenti. „*Ať se snažíš sebevíc, tak ti to učení do hlavy neleze. Jak je vidět sám/sama na to nestačíš. Nejvyšší čas požádat někoho o pomoc!*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*I když se většina učitelů tváří jako kámoši, dej si pozor na to, co říkáš! Ne všechny tvoje hlášky chápou jako vtip!*“ (Bravo, 24, 2010, s. 29). V různých číslech časopisu najdeme i zcela mimořádné a ojedinělé oddíly: *Můj song, Kdo slaví, Šťastná čísla, Citát, Tvoje motto, Top dny*.

Skutečnost, že mezi čtenáři horoskopů převažují ženy, se odráží zejména v rámci tematického okruhu zdraví a styl, v němž převládají typicky ženská a dívčí témata: oblečení, doplňky, manikúra, pedikúra, kadeřník, kosmetika, barvy, fitness, péče o tělo, masáže, diety a jiné. Naskytne se nám i hlubší pohled do ženského nitra, do oblasti pocitů a nálad.

V časopisech *Betyнка* a *Maminka*, jejichž cílovou skupinou jsou rodiče, zejména matky, převládají témata, která souvisí s rodinou a s péčí o děti, domácností, bydlením. Blíže se rozebírají vnitřní pocity a stavy, poměrně bohatý prostor je věnován trávení volného času. V měsíčníku *Harper's Bazaar*, určenému převážně ženám z vyšších společenských tříd, převažují předpovědi, jež se týkají módy, elegance, umění, životního stylu. Dvě výrazné skupiny tvoří též práce (finance, kariéra, podnikání, obchodní jednání) a životní cíle (priority, názory, plány, sebevědomí).

4.2 Obraz adresáta horoskopů

Cílem této části je popsat adresáta tak, jak je zobrazen v horoskopech v odlišných periodikách. Představíme si typické rysy a stereotypy, které předpovědi svým čtenářům připisují, prostřednictvím dvou vybraných časopisů. První titul (*Harper's Bazaar*) je určený mladým ženám s vyšším společenským statutem. Druhé periodikum (*Tina*) zastupuje starší ženy s nižším společenským statutem.

4.2.1 Zobrazení adresáta v horoskopech časopisu Harper's Bazaar

Adresátem horoskopu je žena, která jde za svými cíli, neohlíží se zpět „*Nebojte se*

uskutečnit vaše podnikatelské sny.“ (Harper’s Bazaar, 10, 2010, s. 165). Ráda zkouší nové věci, poznává zajímavé lidi, často je středem pozornosti *„Hledejte nové možnosti. Ne že by nad vámi visela ztráta zaměstnání, to vás spíše přestane bavit stávající situace.*“ (Harper’s Bazaar, 7, 2010, s. 118). V práci je úspěšná, svým šéfem a kolegy nedoceněná *„Zřejmě si šéf konečně uvědomí, jaký poklad ve vás má a že o vás nechce v žádném případě přijít.*“ (Harper’s Bazaar, 7, 2010, s. 118). Ve společnosti je žádaná, působí optimisticky a klidně *„Do okolí vyzařujete neuvěřitelnou pohodu. Nedivte se, že tolik lidí stojí o vaši společnost.*“ (Harper’s Bazaar, 10, 2010, s. 165), někdy ale naráží na lidskou závist a neupřímnost. Hlavní pozornost ve svém volném čase věnuje partnerovi a sexu, vztah s přítelem není vždy ideální, provází ho neshody *„Ujasněte si, co chcete od své drahé polovičky, a pokud současný partner vaše představy nesplňuje, je zřejmě na čase, abyste se každý vydal svojí cestou.*“ (Harper’s Bazaar, 10, 2010, s. 165). Žije naplno, experimentuje i ve vztazích, je plná touhy a vášně, nebojí se prožívat sexuální radovánky, *„Vaše tělo ovládají hormony. Máte chuť se pustit do kdekákeho milostného dobrodružství, a to i bez ohledu na jeho následky. Pokud si nedokážete žádný z prožitků odmítnout, zkuste alespoň vynechat alkohol. Ušetříte se řady hořkých probuzení.*“ (Harper’s Bazaar, 7, 2010, s. 118). Po splněných povinnostech a náročné práci dokáže odpočívat *„Pokud máte v plánu dovolenou, nepřipustíte nic jiného než odpočinek. Nabírejte síly, které budete v druhé polovině roku zcela jistě potřebovat.*“ (Harper’s Bazaar, 7, 2010, s. 118). O peníze nemá nouzi, přesto je důležité mít se na pozoru a dobře je spravovat *„Možná se na obzoru rýsuje zajímavý objekt, určitě má ale zájem o vás a ne jen o vaše konto?“* (Harper’s Bazaar, 6, 2010, s. 107).

4.2.2 Zobrazení adresáta v horoskopech časopisu Tina

Adresátem astrologické předpovědi je žena, jež má partnera, na něhož se může spolehnout a který je jí oporou *„Partner vám pomůže překonat krizi, zajděte spolu na dobrou večeři.*“ (Tina, 12, 2010, s. 50). Dělá si starosti o členy rodiny, pečuje o domácnost, i když atmosféra není vždy úplně příznivá *„Domácí neshody řešte v klidu a s nadhledem. V případě velké nejistoty se raději poradte s odborníkem.*“ (Tina, 18, 2010, s. 50). Pilně pracuje, umí vzít své záležitosti pevně do rukou, pomáhá ostatním. Poměrně často si nerozumí s nadřazeným *„Potíže s nadřazenými zbytečně neprožívejte, ale snažte se zjistit, o co doopravdy jde.*“ (Tina, 18, 2010, s. 50). Myslí na své zdraví více jak na úspěch *„Hlídejte si své zdraví a nepodceňujte ani drobné potíže.*“ (Tina, 7, 2010, s. 50), dodržuje

správnou životosprávu, snaží se stále vylepšit svůj životní styl „*Tělu udělá dobře mírná dieta, myslí nenechte zahálet, učte se nové věci.*“ (Tina, 4, 2010, s. 50), častěji odpočívá „*Odpočinek u přátel nebo příbuzných vás postaví na nohy.*“ (Tina, 32, 2010, s. 50). Má mnoho přátel, kteří ji dokážou povzbudit, a nebrání se poznávat nové „*Kamarádi vás dobře pobaví a užijete si společně dost legrace.*“ (Tina, 32, 2010, s. 50). Její finanční situace není úplně příznivá „*Začátkem týdne vyřídíte úřední záležitosti a zaplatíte účty, stejně se tomu nevyhnete!*“ (Tina, 16, 2010, s. 50), přesto si občas udělá radost nákupem něčeho hezkého „*O víkendu si dopřejete trochu luxusu.*“ (Tina, 7, 2010, s. 50). Jen občas projeví zájem o druhé pohlaví „*O víkendu si užijete romantický flirt.*“ (Tina, 6, 2010, s. 50), její sexuální život může váznout „*Váš milostný život může ochladnout, ale nevzdávejte to. Krátké odloučení vám pomůže získat odstup.*“ (Tina, 18, 2010, s. 50). Někdy má pocit úzkosti a nejistoty „*Jste se sebou nespokojení a necháte se snadno vyvést z míry. Ve středu se atmosféra vylepší a najdou se lidé, kteří vám pomohou.*“ (Tina, 17, 2010, s. 50).

4.3 Tematická souvislost horoskopů z různých periodik

V následující pasáži analyzujeme ukázky horoskopu vybraného znamení (Kozoroh) ze stejného období, ale z různých zdrojů a zjišťujeme, zda spolu tematicky (a obsahově) souvisejí. Nejdříve analyzujeme šest předpovědí na květen, přičemž pět z nich pochází z periodik vydávaných jednou za měsíc (Betynka, Cosmopolitan, Fitstyl, Maminka, Puls), dvě ze čtrnáctideníku InTouch. Následně se věnujeme analýze týdeníků (Chvilka pro tebe, Ona Dnes, Právo TV magazín, Tina).

4.3.1 Analýza horoskopů na měsíc květen

„*Jak se zdá, Kozorozi mají nakročeno správným směrem. Od úspěchu už vás dělí jen posledních pár krůčků. Jestli si s něčím nebudete vědět rady, nejjednodušší bude požádat o pomoc někoho zkušenějšího. Rada: Dobrá rada od správného člověka je někdy nad zlato. Nebojte se zeptat!*“ (Betynka, květen 2010, s. 140)

„*Budete tvůrčí. Zkuste malovat. Pro svobodné: Nezávazná schůzka vyústí v lásku! Důvěrně: V novém tričku sklídíte obdiv.*“ (Cosmopolitan, květen 2010, s. 116)

„*Nejste rozená dobrodružka, ale květen to může změnit. Vyražte na tajný výlet, přiblížte se předmětu své touhy, ochutnejte nové jídlo, obarvěte si vlasy jiným odstínem, pořídte si*

kabelku nezvyklého tvaru. A jestli i to je na vás moc, tak alespoň popusťte uzdu svým spořádaným fantaziím. Nebojte se – je to velice osvobozující, nikdo to neví a navíc je to zadarmo.“ (Fitstyl, květen 2010, s. 88–89)

„Vsadte na pohodu. Uvařte něco dobrého a s celou rodinou se sejděte u jednoho stolu. Vneste do rodinného života více vzruchu. Vše, co je jenom trochu neobvyklé, vám udělá dobře.“ (Maminka, květen 2010, s. 174)

„Možná jste zvyklá, že když chcete, tak spousta věcí jde, i když to vyžaduje hodně práce a odříkání. Pak jsou věci, které nejde ani koupit, ani vyřídit, ani jakkoli si zasloužit. Jsou to jakési dárky navíc, které si můžeme jen přát a toužebně očekávat. Aby se dostalo i na vás, uvolněte svůj pevný postoj a nechte se obohatit tím, co přichází jen tak, samo od sebe. Silný citový zážitek můžete mít okolo 24. května.“ (Puls, květen 2010, s. 80)

„Práce: Ted' jste vážně bodovali, ale neusínejte na vavřínech. Někdo by vás mezitím mohl předběhnout. Láska: Co je nové, je také přitažlivé. Ale než ukončíte několikaletý vztah, zvažte, jestli nejde jen o poblouznění. Styl: Móda z tenisových kurtů a golfových odpališť se přenesla do ulic. Inspirujte se!“ (InTouch 5. 5. – 18. 5. 2010, s. 54)

„Práce: Starý rival se znovu objevil na scéně. Mějte se na pozoru a pro jistotu si připravte nějaká esa do rukávu. Láska: Těžko si můžete někoho najít, když ani nevíte, koho hledáte. Ujasněte si své představy, o zbytek se postará osud. Styl: Proved'te čistku šatníku a zatočte se vším, co jste už rok neměli na sobě.“ (InTouch 19. 5. – 1. 6. 2010, s. 54)

Autoři vybraných horoskopů se shodně věnují dvěma tématům – předpovídají vývoj událostí v lásce, vyjadřují se k módnímu stylu adresátů.

4.3.1.1 Téma lásky

Tématem lásky se zabývají astrologické předpovědi ve třech periodikách.

V časopise Cosmopolitan se předpovídá svobodným kozorohům přátelské setkání, z něhož může vzniknout vážnější vztah: *Nezávazná schůzka vyústí v lásku!*

Měsíčník Puls obsahuje informaci o intenzivním emočním prožitku, který není blíže specifikován: *Silný citový zážitek můžete mít okolo 24. května.*

Čtrnáctideník InTouch se věnuje tématu lásky hned dvakrát. V první polovině měsíce se upozorňuje na rozdíl mezi zamilovaností a skutečným vztahem, *Co je nové, je také přitažlivé. Ale než ukončíte několikaletý vztah, zvažte, jestli nejde jen o poblouznění.*

ve druhé části června se doporučuje adresátovi, aby si utřídil myšlenky a stanovil si priority týkající se partnerského vztahu: *Těžko si můžete někoho najít, když ani nevíte, koho hledáte. Ujasněte si své představy, o zbytek se postará osud.*

Astrologické předpovědi všech tří periodik se shodují v informaci, že se v životě adresátů objeví (může objevit) někdo, kdo zásadně ovlivní jejich soukromý život. Rozchází se však v tom, jak se bude situace vyvíjet dál. Zatímco v předpovědi z Cosmopolitanu se předvídá šťastný konec (láska), v časopise InTouch se varuje před osudovou chybou (konec trvalého vztahu).

4.3.1.2 Téma stylu

Tématu stylu, konkrétně módě, se věnují horoskopy ze tří časopisů.

V Cosmopolitanu se kozorohům radí, aby si pořídili nové oblečení: *V novém tričku sklídíte obdiv.*

V měsíčníku Fitstyl je doporučována řada změn, mezi nimi i nová barva vlasů či zakoupení módního doplňku: *obarvěte si vlasy jiným odstínem, pořídte si kabelku nezvyklého tvaru.*

Autoři předpovědí z periodika InTouch přichází s módními trendy, *Móda z tenisových kurtů a golfových odpališť se přenesla do ulic. Inspirujte se!*, a radí provést pořádek ve skříních: *Proved'te čistku šatníku a zatočte se vším, co jste už rok neměli na sobě.*

Všechny tři horoskopy vybízejí adresáta ke spotřební aktivitě, pokaždé se jedná o oblečení nebo o jeho doplněk. Pokud kozorozi nákup učiní, dosáhnou kvalitativních změn ve svém životě. Díky zakoupení nového oděvu budou obdivováni, změnou odstínu vlasů nebo pořízením moderní kabelky se vyhnou každodennímu stereotypu.

4.3.2 Analýza horoskopů v týdenících

Ukázky z týdeníků jsou rozděleny na dvě části podle týdne, ve kterém byly tituly vydány.

4.3.2.1 Horoskopy z prvního týdne (5. 6. – 13. 6. 2010)

„Po náročném pondělí se v úterý vrátí pohoda. Spolehněte se na své zkušenosti. Nepotlačujte smyslnost, která se přihlásí.“ (Ona Dnes, 7. 6. – 13. 6. 2010, s. 40)

„Život poplyne zvýšeným tempem, ale žádnou větší chybu neuděláte. V práci se budete

rovnovážně držet zpátky a tlačit na kolegy či klienty vás ani nenapadne. Drobným sporům se nevyhnete v partnerských vztazích. Netrvejte na něčem, co se vaší lásce nelíbí. Intuitivně vycítíte, které pokrmy vám nevyhovují, a vypustíte je z jídelníčku.“ (Právo TV magazín, 5. 6. – 11. 6. 2010, s. 43)

„Domácí spory zkuste urovnat bez emocí, pomůže vám humor a nadhled. Ve středu se vám zlepší nálada a potkáte milé lidi. O víkendu stihnete spoustu práce, ale nezapomeňte na péči o sebe.“ (Tina, 7. 6. – 13. 6. 2010, s. 50)

V časopise Ona Dnes se ve zvoleném červnovém týdnu líčí vyhlídky, jež se týkají pracovního nasazení a erotiky.

Právo přináší informace o práci, partnerských vztazích a dotkne se i oblasti zdraví.

Tina předkládá předpověď týkající se rodinných, společenských vztahů a volného času.

Ve vybraných periodikách nenajdeme žádné společné téma. Rozepře s partnerem (Právo TV magazín) a svár v domácím prostředí (Tina) nelze ztotožňovat, protože informace v časopise Tina jsou obecné, nedozvídáme se, zda se jedná o problémy s přítelem, rodiči, dětmi, sousedy aj.

4.3.2.2 Horoskopy z druhého týdne (12. 6. – 22. 6. 2010)

„Neváhejte a udělejte krok, který se vám zdá riskantní. Finanční tahy budou úspěšné, také spolupráce přinese očekávaný zisk. Jestli máte příležitost na chvíli vystoupit ze světa povinností, jen do toho. Dovolená nebo výlet vám určitě udělají velmi dobře. Chlad přemůžete láskou.“ (Chvilka pro tebe, 16. 6. – 22. 6. 2010, s. 44)

„Pondělní emoce budou silné. Nechte je odeznít. Poslední pracovní dny budou ve znamení vysoké kvality vaší práce.“ (Ona Dnes, 14. 6. – 20. 6. 2010, s. 40)

„Vaši naděje na úspěch posilují vibrace Jupiteru. Neuspěchejte schůzku s obchodním partnerem nebo netrpělivým věřitelem. Potřebujete je přesvědčit o své upřímné snaze rozumně se dohodnout. Potíže mohou vyvolat bezohlední sousedé. Po dobrém je nezklidníte. Osobně nepříjemná pro vás bude chvíle, kdy si budete muset přiznat, že vám docházejí síly a některé povinnosti nezvládnete.“ (Právo TV magazín, 12. 6. – 19. 6. 2010, s. 51)

V rámci výše uvedených ukázek najdeme dvě shodná témata. První z nich přináší

informace o finančních záležitostech, druhé zpravuje o pracovních schopnostech.

4.3.2.2.1 Téma financí

Předpovědi týkající se peněžních prostředků přináší periodika Chvilka pro tebe a Právo TV magazín.

V prvním z nich je adresát motivován k činnostem, jež budou mít dobré výsledky jak na poli finančním, tak v kooperaci: *Neváhejte a udělejte krok, který se vám zdá riskantní. Finanční tahy budou úspěšné, také spolupráce přinese očekávaný zisk.*

Druhý týdeník upozorňuje na příznivé hvězdné konstelace, a zároveň varuje před netrpělivostí, jež by se mohla vzápětí vymstít: *Vaši naději na úspěch posilují vibrace Jupiteru. Neuspěchejte schůzku s obchodním partnerem nebo netrpělivým věřitelem. Potřebujete je přesvědčit o své upřímné snaze rozumně se dohodnout.*

Předpovědi ve Chvilce pro tebe a Právu TV magazín se shodují v příslibu dobrého finančního vývoje. V časopise se nevidí žádné překážky na cestě ke zdařilému výsledku, v magazínu se však varuje před netrpělivostí, jež by se mohla vymstít.

Čtenář astrologických předpovědí je povzbuzován a podporován ve svém konání (příslib úspěchu, náklonnost hvězd), pozitivní ladění předpovědí slouží jako psychická opora čtenáře, jenž si na ni může snadno přivyknout. Presentaci negativních informací se předpověď v magazínu vyhýbá, příjemce už se nedozvídá, jaké neblahé věci nastanou, pokud si nenechá poradit.

4.3.2.2.2 Téma práce

Téma práce se v různých obměnách objevuje ve všech ukázkách.

Ve Chvilce pro tebe se kozorohům doporučuje aktivní odpočinek: *Jestli máte příležitost na chvíli vystoupit ze světa povinností, jen do toho. Dovolená nebo výlet vám určitě udělají velmi dobře.*

Předpověď Právo TV magazínu připomíná adresátům, že nemají pracovní povinnosti pod kontrolou: *Osobně nepříjemná pro vás bude chvíle, kdy si budete muset přiznat, že vám docházejí síly a některé povinnosti nezvládnete.*

Časopis Ona Dnes přináší předpověď, v níž se informuje o úspěšném pracovním nasazení: *Poslední pracovní dny budou ve znamení vysoké kvality vaší práce.*

V týdenících Chvilka pro tebe a Právo TV magazín se shodně upozorňuje na to,

aby adresát zvolnil, první periodikum pak navrhuje, jak relaxovat, druhé se zaměřuje na pocity adresáta. Předpověď z časopisu Ona Dnes předchozím zprávám odporuje, kozorohům je v ní předpovídáno, že budou podávat vysoký pracovní výkon.

5. PRAGMATICKÁ STRUKTURA KOMUNIKAČNÍ SITUACE

V této kapitole se zaměřujeme na pragmatickou složku komunikační situace v užším slova smyslu (Kořenský, 1988). Jednotliví komunikanti se v procesu komunikace snaží ovlivnit partnery, utvářet jejich postoje, city, psychický stav, způsobit změnu vlastní informovanosti nebo informovanosti partnerů. Tyto jejich plány či úmysly nazýváme komunikačními záměry. „*Komunikační záměr, intence představuje volní složku jednání zaměřenou na dosažení nějakého cíle.*“ (Machová, Švehlová 2001, s. 77).

Primárním komunikačním cílem autora horoskopu je informovat adresáta o jeho budoucnosti. Objevují se ale i vedlejší úmysly, především persvazivního charakteru. Záměrem každého původce textu je dosáhnout cíle co nejefektivněji. Pisatel horoskopu má za úkol sestavit pravdivou a skutečnou předpověď osudu, případně čtenáři dobře a účinně poradit. Pokud by tomu tak nebylo, nenaplní čtenářovo očekávání a může se stát, že postupem času svého příjemce zcela ztratí.

5.1 Komunikační strategie

Z komunikačního cíle vycházejí jednotlivé komunikační strategie mluvčího. „*Komunikační strategie si lze představit jako rozumové/kognitivní i emocionální zpracování záměru, jak dosáhnout komunikačního cíle, jako komunikační postupy (komunikační plán), které určují obsahovou i formální strukturu konkrétního textu, resp. výpovědi.*“ (Machová, Švehlová 2001, s. 111).

Autor horoskopu musí vytvářet takové astrologické předpovědi, jež se v budoucnosti vyplní či budou vyvolávat dojem vyplnění. Zajistit vysoký stupeň pravdivosti a úspěšnosti předpovědí mu pomáhá vhodná volba jazykových prostředků. Pracuje tedy co nejvíce s výrazy, které jednotlivé výpovědi zobecňují, činí je nejednoznačnými a neprůhlednými. Volí takové prostředky, jež podmiňují či relativizují skutečnost (o výběru jazykových prostředků viz kapitola 7. Jazykové prostředky komunikátu).

Ke strategiím dále řadíme rozhodnutí pisatele horoskopu o tom, jaký kód jazyka bude upřednostňovat. Autoři předpovědí, respektive periodika, ve většině případů preferují jazyk spisovný, stylovou neutrálnost nabourávají výrazové prostředky expresivní, které obvykle zaujímají pozici prostředků hovorových. Užívání prvků obecné češtiny, především sociolektismů, je typickým rysem horoskopů v časopise Bravo, kde slouží k navázání

pozitivního kontaktu s mladým čtenářem, vyvolávají pocit bezprostřednosti a zesilují hodnotící funkci: „*Svoje předsevzetí sportovat a **dlatat** víc ovoce a zeleniny **plníš do puntíku** a konečně to přináší i první **super** výsledky! Jeden váš **part'ák** bude brzy potřebovat vaši podporu, tak ho **nenechte ve štychu!***“ (Bravo, 21, 2010, s. 29).

V astrologických předpovědích se zdůrazňují zejména kladné vlastnosti, schopnosti a dovednosti čtenářů, oceňují se jejich talent. „*Díky svým uměleckým schopnostem budete ve společnosti středem pozornosti.*“ (Blesk, 26. 5. 2010, s. 22), „*Nyní je vaše schopnost obětovat se pro druhé velmi silná. Budete se muset o někoho postarat.*“ (Chvilka pro tebe, 4, 2010, s. 44), „*Využívejte svůj šarm a nezapomeňte na humor.*“ (Tina, 17, 2010, s. 50), „*Prosadí se i vaše diplomacie a schopnost smířit různé lidi.*“, „*Pevnost vašich názorů přitáhne lidi, kteří se necítí dobře.*“ (Ona Dnes, 21, 2010, s. 44), „*Šéfové si konečně uvědomí, co ve vás mají.*“ (Harper's Bazaar, 10, 2010, s. 165), „*Na důležitou osobu uděláte dojem svojí vstřícností.*“ (Blesk, 22. 6. 2010, s. 22), „*Přemýšlíte nad minulostí, jste činorodá, vzděláváte se a pravděpodobně již delší dobou dáváte svému životu jiný směr.*“, „*Jste šikovná a dokážete si poradit skoro v každé nenadálé situaci.*“ (Fit styl, 6, 2010, s. 88–89). Chválením, lichotkami, vyzdvihováním individuálních kvalit si autoři horoskopů zabezpečují čtenářovu pozornost. Posilují sebevědomí příjemce, uspokojují jeho psychické potřeby, čímž si opakovaně získávají čtenářovu přízeň.

Autoři horoskopů podávají návody, jak řešit problémy, jak se zachovat v určité situaci (jak si počínat v práci, jak jednat s partnerem, jak hospodařit s penězi, jak se chovat k přátelům a další), zároveň však čtenáře ujišťují o jejich samostatnosti, výjimečnosti a důležitosti. Příjemce je upozorňován, že má vše ve vlastních rukou a že každé jeho rozhodnutí závisí pouze na něm: „*Je zcela na vás, jak strávíte tyto dny. Na tento čtvrtek si naplánujte dostaveníčko s přáteli, zaříd'te si dovolenou...*“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44), „*Jste pány svého osudu. Naštěstí budete volit správně.*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*Rozhodněte se, co je nejdůležitější, rozvrhněte si čas a požádejte blízké o pomoc.*“ (Fit styl, 6, 2010, s. 88–89), „*Nevěřte všemu, co se říká, a názor si udělejte sami.*“ (InTouch, 17, 2010, s. 53), „*Zamyslete se, jak dále rozvinou tvůrčí schopnosti. Poříd'te si zápisník a postupně ho zaplňte obrázky a texty, ke kterým vás inspirují vaše děti.*“ (Maminka, 6, 2010, s. 166), „*Vaši přátelé to s vámi sice myslí dobře, ale nenechte si vnutit nic, co vám nesedí.*“ (Tina, 17, 2010, s. 50), „*Každý občas musí udělat smířlivé gesto. Neznamená to však, že se z vás stane člověk bez názoru, jen je zbytečné lpět na nedůležitých věcech.*“ (Harper's Bazaar, 3, 2010, s. 165).

Většina předpovědí přináší pozitivní informace (nacházíme společná řešení, práce nás baví a máme z ní radost, setkání s přáteli nás povzbudí a obohatí, dostaví se nové nápady a vize, otevřou se nové obzory a příležitosti realizovat sen, práce nám dodává sebevědomí, všichni jsou s námi spokojeni, nezadaní mají možnost potkat lásku svých snů). Pokud se setkáme s negativními zprávami, následují rady, jak danou situaci vyřešit a často také příslib či naznačení změny. Podáním pomocné ruky a ubezpečením, že vše dobře dopadne, zvyšují pisatelé horoskopů čtenářovu psychickou závislost na astrologických předpovědích, podporují tak prodejnost periodika: „*Něco vám nevyšlo tak, jak jste si představovali, a nyní trochu tápete. Pracujte hodně na sobě, občas si dopřejte i samotu, více si porozumíte. Situace se změní, přijdou nové nápady, myšlenky i kontakty. O Velikonocích se budete cítit skvěle.*“ (Chvilka pro tebe, 13, 2010, s. 44). Nepříznivé informace jsou prezentovány v obecné rovině, nedozvídáme se konkrétní problémy, explicitnímu označení skutečnosti se pisatel horoskopu vyhýbá: „*Na začátku týdne musíte vyřešit něco se svým protějškem, jinak nebudete mít v duši klid.*“ (Tina, 17, 2010, s. 50) – Může se jednat například o nevěru, žárlivost, problémy s tchyní, tchánem či penězi. „*Se šéfem se snažte vyjít po dobrém.*“ (Tina, 11, 2010, s. 50) – Mohlo dojít k porušení pracovní morálky, hrozí výpověď z práce, šéf je cholerik a jiné.

Některé strategie v astrologických předpovědích připomínají manipulativní prvky reklamy. Záměrem reklamy je prodat výrobek nebo službu, k jeho dosažení slouží v reklamní kampani výrazný nátlak na psychiku recipientů: „*Všechny kódy použité v reklamě v nich obyčejně vyvolávají strach (mnohdy dokonce vinu), například z toho, že nevládní-li nabízené zboží, neodpovídají-li předváděným lidem, nepřijme je skupina, do které chtějí náležet; psychický tlak reklamy kompenzují nejrůznějšími přísliby – lásky, společenské prestiže a postavení.*“ (Machová, Švehlová 2001, s. 105). Bude-li se čtenář horoskopů řídit doporučením, aby si zakoupil zmiňované zboží, posílí své sebevědomí nebo změní svůj život k lepšímu: „*Nejsi spokojený/á se svým vzhledem? Pak je nejvyšší čas, abys to změnil/a. Obchody jsou zasypané super podzimmními/zimmními kousky, takže je jen na tobě, aby sis vybral/a ten nej!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*V novém tričku sklídíte obdiv.*“ (Cosmopolitan, 5, 2010, s. 116), „*Neonové barvy zaznamenávají obrovský boom. Alespoň jeden reflexivní kousek byste měli mít!*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54), „*Chcete zazářit? Nový svetr a svršek v meruňkovém odstínu vám k tomu pomůže.*“, „*Být šedá myš už není žádná urážka. Šedivá je zatraceně v kurzu!*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54) „*Nový účes spustí vlnu dalších životních převratů.*“ (Cosmopolitan, 10, 2010, s. 164).

V astrologických předpovědích se vyskytují i reklamy ve vlastním slova smyslu, jedná se většinou o reklamní texty, jež s astrologickou tematikou úzce souvisí. Pokud bychom se chtěli dozvědět podrobnější informace o své budoucnosti, než nám předkládá samotný horoskop, můžeme využít nabízené možnosti zavolat či napsat zprávu na uvedená telefonní čísla, která jsou vložena přímo k předpovědi do textu. Tento typ reklamy obsahuje téměř polovina zvolených médií (7 titulů), jejich možnou podobu zachycuje následující ukázka: „*Finanční situace! Co tě čeká? Vzestup, či pokles? Hledej řešení, zeptej se magických run. Pošli SMS na číslo 9001516 ve tvaru: FR IT.*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54).

Spojitosť mezi reklamou a horoskopy dokládají i jiné příklady. V časopise Tina jsou vyzváni příslušníci znamení Lva: „*Pečujte o sebe a udržujte se v kondici cvičením i zdravou stravou, jinak nezvládnete všechny velké akce, které máte před sebou.*“ (Tina, 2010, s. 50). Na levém okraji strany se nachází reklama na studio, které čtenářům slibuje „*za 11 měsíců 29 kilo dole*“.

Kromě jazykové složky se komunikační strategie realizuje skrz prostředky mimojazykové, v případě horoskopů se jedná zejména o grafické ztvárnění. Části astrologických předpovědí jsou zvýrazněny tak, aby upoutaly čtenářovu pozornost. K horoskopům jsou přikládány obrázky známých osobností společně s jejich minulými i budoucími osudy. Fotografie českých i zahraničních herců a zpěváků představují vizuální prostředek, jak zaujmout příjemce. Nalezneme je především v časopisech Bravo a InTouch, jejichž předpokládaným čtenářem je pubescent nebo adolescent (viz Přílohy, s. 84, 89). Pro mladší generaci je příznačné vyhledávání vzorů, zde se mohou ztotožnit s osudem svých idolů.

5.2 Komunikační funkce

Komunikační funkce výpovědi představuje komunikační záměr mluvčího realizovaný výpovědí. Každá výpověď má vždy nějakou konkrétní komunikační funkci, která vyplývá z její větné formy nebo z kontextového a situačního zapojení. Jedná se o oznámení nějakého faktu, otázky, rozkazu, zákazu, varování, nabídky, přání apod. (Čechová, 1996).

Z charakteru zvolené komunikační situace vyplývají dvě až tři základní komunikační funkce. První z nich souvisí s účelem informovat příjemce horoskopu o jeho

budoucnosti, jde o řadu funkcí náležejících do třídy asertivních funkcí (Grepl, Karlík, 1998), tedy o výpovědi s funkcí oznamovací, sdělovací „*Adventní čas je balzám na vaši duši. Jste plni harmonie a radosti.*“ (Týdeník Květy, 49, 2010, s. 72). Obsah výpovědi může být adresátovi podáván a podsouván s větší nebo menší mírou jistoty o jeho platnosti „*Pravděpodobně vás trápí zdravotní stav váš nebo vašich blízkých.*“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 89), „*Možná nevíte, čemu máte věřit a s čím můžete počítat.*“ (Puls, 7/8, 2010, s. 88). Další skupinu tvoří výpovědi, které mají interogativní formu, ale funkci otázky nemají. „*Neklape vám to s partnerem?*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*Máš pocit, že to mezi tebou a tvou láskou není jako dřív?*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29).

Záměrem druhé funkce je způsobit, aby adresát vykonal to, co autor horoskopu říká, jde o funkce náležející do třídy funkcí direktivních (Grepl, Karlík, 1998). Jedná se nejčastěji o výpovědi s funkcí výzvy nebo rady. Funkčně se rozlišuje několik druhů výzev. Pisatel horoskopu nejčastěji vyzývá adresáty horoskopu k nějaké činnosti: „*Začněte běhat.*“ (Cosmopolitan, 5, 2010, s. 116), „*Změňte jídelníček nebo začněte s novým koníčkem.*“ (Maminka, 3, 2010, s. 170). Velice často jim radí, následně upozorňuje, co se stane, pokud si adresát nevezme radu k srdci, v tomto případě jde již o výpovědi obsahující též rysy varování (třetí typ funkcí): „*Nehrněte se do unáhleného rozchodu. Byla byste to především vy, kdo by tohoto kroku litoval.*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*V citech se příliš neukvapujte, mohlo by jít o omyl.*“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44).

Zastoupení asertivních a direktivních funkcí v horoskopech je nerovnoměrné, což dokládáme na ukázkách tří horoskopů. První ukázka zachycuje astrologickou předpověď, jež obsahuje pouze výpovědi s asertivní funkcí. „*Dokázala jste konečně najít pohybovou aktivitu, která vás baví a je pro vás časově výhodná. Díky tomu se změnil nejen váš tělesný, ale celý životní rytmus. Tak jako ovládáte svaly a kosti svého těla, tak se naučíte ovládat i zmatky okolo sebe. Zbrkllost a touha zvládnout všechno najednou vás budou opouštět.*“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 89).

Ve druhé ukázce naopak převažují výpovědi s funkcí direktivní, poslední výpověď naznačuje varování: „*Kroťte své emoce na uzdě. Místo jízlivých poznámek na adresu kolegů a přátel sbalte rodinu a vyrazte na čerstvý vzduch. Pozornost věnujte svému zdraví. Nejedete už z posledního?*“ (Harper's Bazaar, 10, 2010, s. 165).

Ve třetím příkladu se kombinují různé funkce. „*Zažíváte tu pravou pohodu, dokážete si nyní užívat (asertivní). V práci jste aktivní (asertivní), ale pozor na ukvapenost*

a nepozornost (direktivní – varování). Nemluvte příliš a nerozptylujte se různými zbytečnostmi (direktivní). V sobotu pozvěte rodinu nebo přátele na oběd a předved'te jim své kuchařské umění (direktivní). I pohostinnost má své meze (direktivní – varování).“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44).

6. VÝSTAVBA TEXTU

Po interpretaci pragmatické struktury komunikační situace se zaměřujeme na některé prvky výstavby textu, jež spolupůsobí při realizaci komunikačního záměru tvůrce a jsou nedílnou součástí jeho dotváření. V jednotlivých krocích se věnujeme horoskopu z několika hledisek: umístění v periodiku, rozsah předpovědi, horizontální a vertikální členění, koherence textu.

6.1 Umístění horoskopů v periodikách

Přední strany periodik jsou exkluzivní, zabývají se proto tématy, jež nejvíce zaujmou cílovou skupinu. Horoskopy se nacházejí v zadní části periodického tisku, redaktori je tedy nepovažují za tolik přitažlivé a poutavé, aby jim věnovali první strany titulů. Astrologické předpovědi většinou vyplňují celou stranu (11 periodik), což je příznačné především pro časopisy určené ženám, dospívajícím dívkám a mládeži. Měsíčník Fitstyl věnuje předpovědím jako jediný celou dvoustranu. Naopak nejméně prostoru zabírají horoskopy v časopisech Týdeník Květy a Receptář – spodní část strany, v novinách Blesk a Mladá fronta Dnes – sloupek na levém okraji listu. Jedná se převážně o tisk, který je orientovaný na nejširší čtenářské vrstvy. U deníků Blesk a Mladé fronty Dnes ovlivňuje kratší rozsah také jejich periodičita, horoskopy se v nich objevují každý den.

6.2 Rozsah astrologických předpovědí

Horoskop můžeme charakterizovat jako útvar s krátkým rozsahem. Jeho průměrná délka činí v denících dvacet čtyři slov, v týdenících třicet tři slov, ve čtrnáctidenících šedesát slov a v měsíčních čtyřicet slov. Až na výjimku, která se týká čtrnáctideníků, lze konstatovat, že pro čím delší časový úsek je horoskop napsán, tím má větší rozsah. Délka astrologických předpovědí následně ovlivňuje počet tematických okruhů, které v horoskopu najdeme, a výběr jazykových prostředků, jež autor volí.

6.3 Horizontální a vertikální členění textu

Astrologické předpovědi mají ustálenou formu, jsou uspořádány do samostatných odstavců, které se sdružují podle astrologických znamení do jednoho dvanáctičlenného celku. Tento blok předpovědi je nadepsán výrazným titulkem, jenž je svébytnou a zcela

funkční součástí psaných komunikátů publicistického stylu (viz kapitola 6.3.1 Titulek).

Každý horoskop je uveden názvem znamení, následuje astrologická předpověď. V závislosti na typu periodika může být tato základní struktura obohacena o další prvky: datum narození, obrázek znamení, fotografie slavné osobnosti (InTouch). U znamení, které vládne danému období, se objevují známé tváře českých i zahraničních herců a zpěváků (Bravo, Cosmopolitan, Maminka, Ona Dnes).

Vlastní text horoskopu může být souvislý, nebo tematicky rozčleněný do několika graficky rozlišených rubrik: *Práce, Láska, Styl* (InTouch), *Láska, Lifestyle, Kámoši, Tvoje motto* (Bravo).

V jednotlivých periodikách se objevují specifické prvky. Čtrnáctideník Bravo zařazuje na konec každé předpovědi miniaturní obrázek, který graficky hodnotí na škále *fun, šok, láska, smůla, štěstí* příznivý či nepříznivý vývoj osudu podle toho, jak je nastíněn v předpovědi (viz Přílohy, s. 84). Opět tak drží krok s mladým adresátem, který se ve svém životě denně setkává s emotikony, jež se používají pro vyjádření výrazu tváře, pocitu či gest v elektronické komunikaci, v níž chybí vizuální kontakt.

Mezi další specifika patří uvedení nejlepšího dne v týdnu (Tina), závěrečná rada či heslo „*Jděte za svým cílem.*“, „*Neměňte, co funguje.*“, „*Žádný strach.*“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44). Ke znamení, jež panuje danému období, se v některých časopisech připisuje i jeho obecná charakteristika (Cosmopolitan, Maminka, Puls).

Zcela zvláštní grafické ztvárnění mají horoskopy v Receptáři. Neobsahují psané předpovědi, k jednotlivým znamením jsou přiřazeny obrázky, které hodnotí šťastné, neutrální a kritické období v rámci zvolených tematických okruhů – *zdraví, láska, práce* (viz Přílohy, s. 93).

6.3.1 Titulek

Forma titulků dokazuje tvůrčí přístup produktora komunikátu k jeho obsahu, cíli a funkci. Ve vybraných vzorcích převládá forma názvu *Horoskop* (Blesk, MF Dnes, InTouch, Týdeník Květy, Maminka, Ona Dnes, Právo TV magazín, Puls, Receptář), někdy bývá obohacena o přívlastky, které ji blíže upřesňují: *Astro Horoskop* (Bravo), *Horoskop na duben* (Fitstyl, 4, 2010, s. 88). Nalezneme také titulky, které se užitím zájmena v druhé osobě plurálu snaží přiblížit svým potencionálním čtenářům: *Váš horoskop* (Tina). Dále se vyskytují názvy zahrnující pojmenování periodika, ve kterém vychází: *Betynka horoskop*,

Cosmo horoskop, Harper's Bazaar Horoskop. Posledním typem titulku, jenž se nachází v nashromážděném materiálu, je obrazné pojmenování, personifikace *Hvězdy radí* (Chvilka pro tebe). Přináší čtenářům informaci, že tím, kdo dává rady a předurčuje osud, jsou skutečně jen hvězdné konstelace.

Titulky horoskopů upoutávají adresáty rovněž svojí grafickou podobou, zejména velikostí, typem a řezem písma, zvolenou barvou. Těmito zvýrazňujícími prvky se liší od zbývajících textů, a na první pohled tak přitahují zájem čtenáře. Za titulkem následuje v převážné většině nasbíraného materiálu datum, ke kterému se horoskopy vztahují, někdy též podtitulek – „*Co ti radí hvězdy*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), nebo motto „*Zjistěte, co se vám v říjnu podaří, koho oslníte a před čím raději buďte ve střehu.*“ (Cosmopolitan, 10, 2010, s. 164).

6.4 Koherence textu

Koherence znamená soudržnost dvou či více výpovědí nebo jejich částí, které společně tvoří text (Příruční mluvnice češtiny, 1995). Obvykle ji zaručuje myšlenkově-tematická posloupnost společně se speciálními jazykovými prostředky.

Na soudržnost astrologických předpovědí budoucnosti má vliv především jejich grafické zpracování. Jednotlivé horoskopy jsou uspořádány do dvanácti odstavců podle příslušného znamení. Dalším sjednocujícím prvkem je samotný komunikační cíl a záměr komunikátu. V neposlední řadě počítáme s určitou čtenářskou zkušeností, proto je text horoskopu velice úsporný. Příjemce tuší, co to je horoskop, jaký má obsah a k čemu slouží. Na základě těchto znalostí je pro čtenáře snazší uspořádat jednotlivé výpovědi do určitého celku.

Nejčastější podobu horoskopů může reprezentovat tento příklad: „*Ve středu se věnujte svému partnerovi, společně povečeřte a užijte si romantické chvílky. S penězi se netrapte, ty vyřeší nová pracovní nabídka. Hlídejte si své myšlenky, aby převládaly ty pozitivní. Vyhněte se kontaktům s cizinou a styku s příbuznými.*“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44).

Při analýze ukázky zjistíme, že předpověď tvoří čtyři tematicky samostatné celky. První výpověď se týká vztahu s partnerem, druhá financí a práce, třetí se věnuje psychickému naladění a poslední společenským vztahům. Horoskop tak tvoří výčet tematických okruhů za sebou, střídání tématu souvisí se snahou autora vyjádřit na malé

ploše co nejvíce informací.

V mezivětném navazování se užívá substituce plnovýznamových výrazů zájmeny „*Hlídejte si své myšlenky, aby převládaly ty pozitivní.*“ (anafora), „*S penězi se netrapte, ty vyřeší nová pracovní nabídka.*“, či přivlastňovacích zájmen, jež přivlastňují a tím také odkazují k osobě v rámci výpovědi „*Ve středu se věnujte svému partnerovi...*“, „*Hlídejte si své myšlenky...*“. Zvratné zájmeno *si* odkazuje k agentu „*Hlídejte si své myšlenky...*“.

Na soudržnost textu mohou mít vliv i časové údaje: „***Středa a čtvrtek** vás rozhodí. **Od pátku** se dostanete do pohody. **Víkend** bude podle vašich představ.*“ (Ona Dnes, 29, 2010, s. 40).

7. JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY KOMUNIKÁTU

V této kapitole se věnujeme jazykové analýze výrazových prostředků, zaměřujeme se nejvíce na ty z nich, jimiž pisatelé horoskopu dosahují komunikačního záměru. Rozbor vychází ze všech nasbíraných periodik, u jednotlivých jevů uvádíme ukázky.

7.1 Konkurenty s různou stylovou charakteristikou

Podle stylových příznaků lze sestavit stylistickou osu nejméně se třemi stylovými hodnotami: neutrální, hovorovou a knižní (Příruční mluvnice češtiny, 1995).

Jádro slovní zásoby tvoří základ lexika neutrálního s funkcí pouze pojmenovávací (Hauser, 1980). Stylovou neutrálnost ztrácejí výrazové prostředky expresivní, které většinou zaujímají pozici prostředků hovorových nebo nespisovných. Jejich specifičností je to, že kromě pojmového nebo vztahového významu vyjadřují ještě citové postoje (Čechová, 1996).

Výrazové prostředky s hovorovou charakteristikou jsou určeny primárně pro mluvený jazyk. Jedná se v podstatě o jazyk spisovný, „*ale v podobě zjednodušené, bez prvků příliš vzdálených lidovému úzu i bez prvků zastarávajících a zastaralých*“ (Bečka 1992, s. 9). Termín hovorová čeština není adekvátně vymezen. Vzhledem k tomu, že struktura hovorových prostředků obvykle odpovídá spisovnému systému, posouvají se postupně mezi prostředky spisovné (Příruční mluvnice češtiny, 1995).

Prvky spisovného jazyka, které nejsou obvyklé v hovorové češtině, se cítí jako knižní (Bečka, 1992). Knižní slova jsou vázána na jazyk psaný. Na rozdíl od slov hovorových se nespojují s funkčním stylem, proto se také cítí jako příznakové vždy a udržují tento svůj ráz v každém kontextu (Hauser, 1980).

7.1.1 Charakteristika hláskoslovných prostředků

Jako hláskové varianty označujeme „*dvě podoby téhož slova lišící se kvantitou nebo kvalitou samohlásky nebo souhlásky, zpravidla také v grafice zaznamenané, a to v jeho kořenu, někdy v předponě*“ (Čechová 2003, s. 82).

V horoskopech převažují bezpříznakové varianty. Nespisovné a hovorové prvky se v hláskoslovné rovině téměř nevyskytují, objevují se jen v ojedinělých případech, jež jsme zařadili jako součást dalších rovin.

7.1.2 Charakteristika morfologických prostředků

V oblasti skloňování podstatných jmen se setkáváme s celými paradigmaty rozlišenými slohově. Zakončení *-ma*, původem duálová koncovka, proniká z nespisovné oblasti do spisovné a tvoří rodově unifikovanou koncovkou sedmého pádu plurálu (Čechová, 2003). V běžném styku převažuje unifikované, přestože nekodifikované, zakončení na *-ma*. Příklady jsou z časopisu Bravo, v němž se volba jazykových prostředků nejvíce přizpůsobuje cílové skupině adresátů, jimiž jsou mladí čtenáři: „*Před Vánoce má není nejlepší nápad utratit všechny svoje prašule za hadříky.*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Víkendová akce, kterou jste s kámošema plánovali, se najednou začne hroutit jako domeček z karet.*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29). Tento jev je ale značně rozkolísaný, neboť v jiných textech časopisu Bravo se objevují koncovky kodifikované: „*Crazy akce, které s kámoši podnikáte, z vás doslova vysály život!*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Mezi tvými kámoši padne ostrá výměna názorů!*“ (Bravo, 24, 2010, s. 29). V ostatních periodikách jsme ve skloňování maskulin, feminin a neuter neshledali žádné nekodifikované koncovky.

Adjektiva označují jevy chápané jako statické příznaky substancí, jsou v horoskopech poměrně bohatě zastoupena. Z hlediska morfologické formy převažuje složená deklinace, jmenné skloňování adjektiv je spíše ojedinělé, většinou tvoří součást frazému: „*Nespekulujte více, než je zdrávo!*“ (Betynka, 4, 2010).

Nekodifikované tvary se u přídavných jmen neobjevují. Výjimkou jsou pouze adjektiva v horoskopech z časopisu Bravo, jedná se o nespisovné koncovky *-ej* na místo spisovného *-ý*: „*Udělej **dobřej** skutek a trochu mu s ním helpni!*“ (Bravo, 24, 2010, s. 29), ale jejich používání je v rámci periodika rozkolísané: „*Pokud je ti **dotyčný** kluk/dotyčná holka fuk, vykašli se na to!*“ (Bravo, 24, 2010, s. 29), „*Ve tvém okolí je někdo, kdo má o tebe fakt **velký** zájem.*“ (Bravo, 24, 2010, s. 29).

Některé z předpovědí obsahují nadměrné množství zájmen ukazovacích, přibližují se tak mluvenému projevu. Výrazy typu *ten, ta, to* odkazuje (referuje) produktor ke komunikační situaci: „*Lítáš v tom až po uši a je **to** vidět široko daleko. Tak si **to** koukej užít!*“ (Bravo, 22, s. 29), „*Neklape vám **to** s partnerem? Nehrňte se do unáhleného rozchodu. Byla byste **to** především vy, kdo by **tohoto** kroku litoval. Stejně je **to** i se seznamováním.*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*Březen je ideální měsíc pro **to**, začít věřit svým schopnostem. Jděte pevně za svým cílem. Pokud **to** bude nutné, nebojte se i trochu riskovat.*“ (Betynka, 3, 2010, s. 142).

Superlativy adverbii mají v komunikátu variantu s *-e* a variantu bez *-e*. První podoba, původně slohově neutrální, nabývá knižního rázu. Druhá varianta je hovorovější, některé její případy však získaly neutrální pozice (Čechová, 2003). Periodika, jejichž předpokládanými čtenáři jsou teenageři, upřednostňují podobu bez koncového *-e*. „*Můžeš si přát snad něco víc?*“, „*Svoje předsevzetí sportovat a dlabat víc ovoce zeleniny...*“, „*...protože je tam víc místa než v jejich hlavách!*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Čím dřív si to uvědomíš, tím líp!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29). V ostatních časopisech nalezneme podoby opačné: „*Vedle práce se zkuste více věnovat partnerovi a rodině.*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*Budete lépe komunikovat, ztratíte zábrany a získáte šarm.*“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 88–89), „*Lépe zpracujete všechny informace a získáte větší nadhled.*“ (Maminka, 3, 2010, s. 170), „*Je před vámi spousta práce, ale její výsledky vás více než uspokojí.*“ (Právo TV magazin, 22. 5. 2010, s. 43), „*S kolegy budete lépe vycházet, když budete otevřenější.*“ (Tina, 3, 2010, s. 50).

V materiálu jsme zaznamenali užití předložky *na* na úkor jiných předložek. Příklad zobrazuje upřednostnění prepozice *na* před *v*: „*Věšší smyslnost se projeví nejen na vašem chování, ale i při výběru jídla.*“ (Ona Dnes, 27, 2010, s. 36).

Horoskopy také obsahují prepozice, které vyjadřují význam přibližnosti, jedná se o nevlastní předložky. Objevují se obzvláště v blízkosti časových údajů, kterým tak ubírají na přesnosti. Stávají se proto oblíbeným jazykovým nástrojem astrologů. „*Zejména okolo 20. srpna se můžete někomu zalíbit.*“, „*Během června a července nebudete mít klid k odpočinku...*“, „*Koncem července se v ničem neukvapujte a nic netlačte násilím.*“ (Puls, 7–8, 2010, s. 88).

Interjekce se nachází pouze v časopisu Bravo, který je primárně určený pubescentům. V horoskopech plní hlavně dvě základní funkce. Za prvé naznačují prožitky psychické povahy, například vyjádřený smutek či otrávenost „*Achjooo! V partě ses stal/a terčem posměchu a narážek.*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), podiv vyjádřený domácím nebo přejatým výrazem „*Páni, na každém prstu máš hned několik ctitelů/ctitelek!*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Wow! I když by vám vaši nevyčerpatelnou energii mohl závidět kdekdo...*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29).

Za druhé navazují kontakt s adresátem, například citoslovce vyjadřující upozornění „*Pozor! Jestli nezačneš svému klukovi věnovat víc pozornosti, tak ti ho brzy vyfoukne jiná!*“ (Bravo, 25, 2010, s. 30), hovorové „*Bacha! V příštích pár dnech se ti ozve tvoje*

ex!“ (Bravo, 25, 2010, s. 30), „**Hele**, i když máš ve spoustě věcí pravdu...“ (Bravo, 22, 2010, s. 29). Interjekce přispívají k oživení komunikátu, k jeho větší názornosti a konkretizaci. Zároveň přibližují předpověď svým adresátům, kteří jsou v mladém věku, jenž je spojený s častějšími emocionálními projevy.

7.1.3 Charakteristika prostředků lexikálních

Informačního a persvazivního působení horoskopů je dosaženo záměrným uplatněním výrazů emocionálních, expresivních. Produktor se jimi snaží upoutat čtenářovu pozornost, navázat s ním kontakt a následně získat jeho „věrnost“.

Za expresivní se považují takové prostředky, u nichž je pojmový obsah nebo vyjadřovaný vztah doprovázen nějakým citovým postojem produktora (kladným či záporným). Nejde však o citové postoje individuální, nýbrž kolektivní. V celkovém významu jazykového prostředku se pak obecný citový postoj k pojmovému obsahu nebo vyjadřovanému vztahu jeví jako expresivní příznak (Příruční mluvnice češtiny, 1995).

7.1.3.1 Výrazy nespisovné a hovorové

Pojmenování svou expresivností a nevšedností komunikát oživují, přibližují se svým potenciálním čtenářům: „*Žádnou paniku, i ten **nejnaštvanější** šéf časem vychladne.*“ (InTouch, 6, 2010, s. 44), „...*Je **rošťácký**, ve slunečných dnech praktický a **frčí!***“ (InTouch, 8, 2010, s. 44), „***Neklape** vám to s partnerem?*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*S klidným svědomím si naplánujte **zobání** cukroví a odpoledne strávené **koukáním** na pohádky.*“ (Harper's Bazaar, 12, 2010, s. 213), „***Popadněte** děti, partnera, partu...*“, „...*pozvěte vyhlídnutého **fešáka** na rande...*“ (Fistyl, 5, 2010, s. 88), „*Vaše rozmrzelost pramení z neschopnosti přestat se **babrat** v minulosti.*“ (Ona Dnes, 21, 2010, s. 50).

Produktor se prostřednictvím nespisovných a hovorových výrazů snaží navázat kontakt s adresátem. Tato tendence se projevila nejvíce ve čtrnáctideníku Bravo, kde se užívají příznakové výrazy typické pro prostředí a činnosti teenagerů: „*Proto by ses neměl/a tvářit **vykysle**...*“, „*Jeden váš **parták** bude brzy potřebovat vaši podporu...*“, „*Přestaňte **hnípat** doma...*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Sám/sama nemáš ani potuchy, jak vaše **megahádka** vznikla?*“, „*Má o tebe **fakt** velký zájem.*“, „...*má doma pořádné **trable**.*“, „*Tak si to **koukej** užít!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Ani ten **nejstylovější** účes nevypadá dobře, pokud máte zničené vlasy.*“, „*Hádka s tvojí **nej** kámoškou/tvým **nej** kámošem*

nabrala pěkně na obrátkách (Bravo, 23, 2010, s. 29), „Tvůj nový objev se pokouší kdosi **sbalit!**“, „**Kámoši** pro tebe připravují **super** překvápko, které tě **totálně** vyvede z míry.“, „...abys ji využil/a taky ke **šprtání**, a ne jenom k vymýšlení nových **kravin!**“, „Když není ve tvých silách se ho **nabiflovat...**“, „Nepřipadá ti to trochu **ujetý?**“, „Takže, jestli nechceš z příští písemky dostat **kouli...**“, „Kámoši ti připraví **k narozkám** takové **mejdlo...**“, „Ale možná by nebylo na škodu, kdybyste z toho **kutlochu** vstali a šli se projít na čerstvý vzduch.“ (Bravo, 24, 2010, s. 29), „Jestli jsou tvoje zamilované pohledy a úsměvy kjistému **týpkovi...**“, „Všechno **klape**, jak má.“, „Konečně **se prober!**“, „V příštích pár dnech se ti ozve tvoje **ex!**“, Jestli nezačneš svému klukovi věnovat víc pozornosti, tak ti ho brzy **vyfoukne** nějaká jiná“, „**Brnkni kámošce/kámošovi** a vyrazte společně **do posilky...**“, „Pár klidných večerů **u telky** nebo s knížkou vaší **sebrance** rozhodně neuškodí!“ (Bravo, 25, 2010, s. 30).

7.1.3.2 Deminutiva

Na expresivité výrazu se může podílet i jeho morfemická stavba, příkladem v horoskopech jsou deminutiva. Jména zdobnělá jednak označují menší předměty (popřípadě větší), než je obvyklé, a jednak vyjadřují citový vztah k označovaným předmětům, vztah libosti, nebo naopak nelibosti (Čechová, 1996). Jedná se v podstatě o citové hodnocení, přičemž věcná stránka ustupuje do pozadí, a to tím více, čím silnější je citová exprese (Bečka, 1992).

Zdobněliny v horoskopech mají jen pozitivní emocionální příznak, proto jejich užití při pozitivní zdvořilostní strategii podtrhuje celkové vyznění výpovědi. Kladný vztah se vyjadřuje k živým bytostem, ale i neživým věcem „Venku je **ideální počasí na sáčko** a nemusí být **nutně elegantní.**“ (InTouch, 4, 2010, s. 54), „...**posad'te se s přáteli u lahodného vínka...**“ (Chvilka pro tebe, 5, 2010, s. 44).

Užívání zdobnělin je častější ve vyjadřování žen v rozhovorech s dětmi nebo s jinými ženami, kde podtrhují pozitivní emocionální charakter výpovědi. Časopisy Betyňka a Maminka, určené primárně matkám, deminutiva obsahují, ale ne ve vyšší frekvenci, než je tomu u ostatních periodik. „**Vaším aprílovým postrachem se nestane nevydařený žertík na 1. 4., ale...**“ (Betyňka, 4, 2010, s. 140), „**Od úspěchu už vás dělí jen posledních pár krůčků.**“ (Betyňka, 5, 2010, s. 140), „**Vaše kouzelná formulka pro následující dny zní...**“ (Maminka, 7, 2010, s. 164).

Nejvíce zdobnělých výrazů se nachází v časopise pro mladé čtenáře, v němž

podporují přátelský vztah komunikantů, jedná se především o zdrobněliny sociolektismů: „*Před Vánoce má nejlepší nápad utratit všechny svoje prašule za hadříky...*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Už dlouho jste s kámošema neupekli žádnou cool akcičku*, „*Se svým miláčkem trávíš každou volnou minutku.*“ (Bravo, 24, 2010, s. 29), „*Jste super partička.*“ (Bravo, 25, 2010, s. 30).

7.1.3.3 Výrazy knižní

Součástí astrologických předpovědí jsou také výrazy knižní, jež se vyskytují v menší míře, ale rovněž plní aktualizací funkci. Dodávají komunikátu vznešenost a důvěryhodnost: „*Nelibě to nesou zejména kamarádi, jejichž nevysvětlitelné úlety dnes odmítáte tolerovat i omlouvat.*“ (MF Dnes, 4. 9. 2010, s. B7), „*Netrud'te se a užijte si prodlužujícího se dne.*“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 89), „*Můžete zářit, vroucně milovat nebo usilovně tvořit.*“ (Puls, 7–8, 2010, s. 88). V časopise Bravo se knižní výrazy nevyskytují.

7.1.3.4 Pojmenování jednoznačná

Podle toho, zda má slovo jeden význam, nebo zda jich má více, rozlišujeme slova jednovýznamová a mnohovýznamová – polysémní. (Čechová, 1996). Jednovýznamovost je řidší než mnohovýznamovost. Její hlavní podstatou je, že slovo označuje jen jeden denotát nebo jednu třídu denotátů. Zastupují ji odborné názvy a vlastní jména (Hauser, 1980).

7.1.3.4.1 Termíny

Zvláštní stylovou lexikální vrstvou vytvářejí pojmenování užívaná v odborném stylu. Nazýváme je odbornými názvy neboli termíny a jejich souhrn odborným názvoslovím či terminologií. Základní vlastností termínů má být jejich jednoznačnost, přesnost, ustálenost, nosnost a neexpresivnost (Hauser, 1980).

Astrologické předpovědi v periodikách obsahují odborné názvosloví jen okrajově. Nízkým počtem termínů neodpovídají analyzované horoskopy vědeckému jazyku odborného stylu, volbou jazykových prostředků je lze řadit k žánrům stylu publicistického.

První nepočtenou skupinu termínů v astrologických předpovědích tvoří odborné názvy především z oblasti ekonomické, právní a politické: „*Prosperita firmy, ve které pracujete, ovlivní i váš domácí rozpočet.*“, „*Nedá se nic dělat, musíte jít na personální oddělení*“ (Tina, 18, 2010, s. 50).

Druhou skupinu reprezentují termíny astrologické: „*Hvězdné konstelace vám přejí...*“ (Chvilka pro tebe, 13, 2010, s. 44), „*Aspekty Venuše ve dnech okolo 18. listopadu vám významně pozdvihnou sebevědomí...*“ (Puls, 11, 2010, s. 65), „*Obrátka Pluta možná přitlačí na ty z vás...*“ (Puls, 9, 2010, s. 72).

7.1.3.4.2 Vlastní jména

Propria nazývají, identifikují objekt jako jedinečný, to jest jediný svého druhu (Čechová, 1996).

Astrologické předpovědi obsahují jména neživých věcí, a to nebeských těles (Merkur, Venuše, Země, Mars, Jupiter, Saturn, Uran, Neptun, Pluto, Slunce, Měsíc, Luna) a souhvězdí (Vodnář, Ryby, Beran, Býk, Blíženci, Rak, Lev, Panna, Váhy, Štír, Střelec, Kozoroh). Dvanácti souhvězdím odpovídá dvanáct znamení zvěrokruhu, ke kterým se následně hlásí adresáti podle data narození. Mluvíme pak o *vodnářích, rybách, beranech, býcích, blížencích, racích, lvech, pannách, váhách, štírech, střelcích a kozorozích*, v horoskopech bývá pojmenování osob podle znamení psáno s velkým počátečním písmenem.

Osobní jména se v horoskopech vyskytují jen ojediněle, jsou užitá jako symboly určité vlastnosti „*Váš milostný život by vám záviděl i Casanova!*“ (InTouch, 5, s. 54), „*Na večírek se oblékněte svůdněji než Shakira.*“ (Cosmopolitan, 10, 2010, s. 164).

7.1.4 Charakteristika prostředků syntaktických

Ze syntaktických prostředků lze uvést jako výrazy s rozdílnou stylovou charakteristikou spojky vyjadřující vztah podmínkový. Stylově neutrální pozici zaujímají *jestliže* a *-li*. Variantě *jestli* se přisuzuje stylový odstín hovorový (Příruční mluvnice češtiny, 1995) „*Už máte jarní kabát? Jestli ne, zkuste pastelovou parku.*“ (InTouch, 4, 2010, s. 54).

V některých ukázkách se hromadí stejné spojovací výrazy: „*I když se vám nechce, přiznáte, že jste se v jisté záležitosti mylili. Naštěstí dnes mají všichni tolik práce, že vaše přiznání nezaregistrují. Hned ráno si slibte, že se nebudete rozčilovat, ať se děje cokoliv.*“ (MF Dnes, 30. 6. 2010, s. 6D).

7.2 Módní slova a obraty

Slovní zásoba horoskopů obsahuje poměrně mnoho výrazů, které se začaly objevovat až v moderní době. Jedná se často o jednoslovná nebo víceslovná pojmenování, jež se užívají zejména v politické, ekonomické a kulturní sféře. Z těchto oblastí se výrazy přenášejí i do astrologických předpovědí. Původních termínů se také užívá i v jiných a zcela nových souvislostech, dochází k rozšíření jejich významu. Tuto skutečnost zachycují dvě následující ukázky: „*Můžete uzavřít dobré obchody, nebo výhodně investovat do nemovitostí.*“ (Tina, 6, 2010, s. 50), „*Musíte do něj investovat energii, aby to klapalo.*“ (InTouch, 9, 2010, s. 54).

Ve shodě s dobou nacházíme v horoskopech bohatou skupinu přejatých slov, zejména z angličtiny, označují v první řadě pojmy týkající se veřejného života, ekonomie a počítačů: „*Pokud dokážete svoje nutkání všechny zvát na drahé **drinky** udržet ...*“ (Harper's Bazaar, 10, 2010, s. 165), „*...lze využít a **profitovat** na tom.*“ (Ona Dnes, 25, 2010, s. 40). „*Na **facebook** ti přijde dobrá zpráva.*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29).

Objevují se ve spojitosti s tematickým okruhem styl a zdraví. Módními se tak stávají nejen jednotlivé druhy oblečení, ale i vybraná slova: „*Jednoduchý **look** oživte zajímavými botami.*“ (InTouch, 9, 2010, s. 54), „*Tuny **stylingových** přípravků nejsou třeba!*“ (InTouch, 4, 201, s. 59), „*Pro celkový dojem obvykle stačí alespoň jeden **trendy** kousek a ladící doplňky.*“ (InTouch, 8, 2010, s. 44).

Přejaté výrazy působí moderněji, komunikát ozvláštňují a osvěžují, mají tak blíže k mladému čtenáři. „*Vaše parta je ten nejláznivější a nejvíc **cool** spolek široko daleko.*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*Dejte hlavy dohromady a vymyslete nějakou pořádně **cool** akcičku.*“ (Bravo, 25, 2010, s. 30), „*Jsi naprosto **happy** a máš k tomu taky pádný důvod!*“ (Bravo, 25, 2010, s. 30), „***Singl** Ryby srší sex-appealem.*“ (InTouch, 8, 2010, s. 44), „*...**helpnout** doma by na škodu fakt nebylo!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Že se ve vztahu se svou holčkou nudíš? Tak vymysli něco **crazy**...*“ (Bravo, 25, 2010, s. 30).

7.3 Nepřímá obrazná pojmenování

Nepřímá obrazná pojmenování jsou slova užitá pro jinou skutečnost, než jakou původně označují svým lexikálním významem (Bečka, 1992). Autor nevytváří nová pojmenování, ale stávající prostředky nově kombinuje, vytváří neobvyklá spojení, přenáší původní významy slov na jiné skutečnosti, a tím je významově posouvá. Podstatou těchto

jazykových prostředků je mnohoznačnost slova (Hauser, 1980). Čechová nepřímá pojmenování nazývá obraznými vyjádřeními a řadí k nim kromě metafor také metonymii, synekdochu, přirovnání, personifikaci (Čechová, 2003).

Nepřímá pojmenování plní v horoskopech jednak informativní funkci, jednak přitahují čtenářský zájem a pozornost, obohacují jazykový projev, přidávají mu na živosti, působivosti a naléhavosti. Užitím obrazného vyjádření se stává komunikace procítěnější a emocionálnější. V astrologických předpovědích mají bohaté zastoupení také proto, že poskytují svým adresátům větší prostor pro výklad a fantazii.

Pokud jsou však obrazná pojmenování v horoskopech nadužívána, často se opakují, ztrácí na své výjimečnosti a lze je pak řadit k prostředkům automatizovaným, u nichž je expresivita omezena. Záleží také na čtenáři a jeho zkušenostech, chápe-li konkrétní obrazné pojmenování jako automatizované, nebo aktualizované.

7.3.1 Metafora

Podstatou metafory je *chápání a prožívání jednoho druhu věci z hlediska jiné věci* (Lakoff, Johnson 2002, s. 17). Mezi pojmem, jehož slovní označení se bere za pojmenování (obraz metafory), a pojmem, jenž má být takto nepřímo pojmenován (základ metafory), je vztah vnější, který nazýváme vztahem podobnosti. Podobnost může být velmi rozmanitá, nápadná i nenápadná, může se týkat základních znaků pojmu, ale též znaků podružných, průvodních nebo náhodných (Bečka, 1992).

Metafory astrologické předpovědi ozvláštňují, působí překvapivě a neobvykle, upoutávají pozornost čtenáře: „*Váš milostný **barometr** stoupá.*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*Vaši kariérou teď otrásají drobné **turbulence**, ale nebojte, brzy se přeženou a vás to jen posílí.*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54), „***Rozsvítíte** sebe i své okolí.*“ (Chvilka pro tebe, 2, 2011, s. 44), „*Nejen zamilovaní se mohou těšit na výlet **do sedmého nebe.***“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*Má smysl pro humor a v ložnici je hotový **uragán vášně.***“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*Máte **motýlky** v břiše?*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*Jaro je tady a vy jen **kvete.***“ (Fitstyl, 4, 2010, s. 88), „*Je potřeba se dát do práce a **oprášit** své kontakty.*“ (Chvilka pro tebe, 1, 2010, s. 44), „*Zahraniční dovolená je asi v **mlze**, ale u nás bude také dobře.*“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44), „*Kamarád vám představí několik svých **kumpánů** a hned **vyletí roj jisker.***“ (Cosmopolitan, 10, 2010, s. 164), „*Koncem srpna a počátkem září podnikněte **nájezdy** na oblíbené butiky a obchody s oblečením...*“ (Puls, 10, 2010,

s. 72), „*Je jen na vás, zda rozpoutáte **uragán** se stávajícím partnerem, nebo se pustíte do průzkumu **neznámých vod**.*“ (Harper’s Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*Obchody jsou **zasypané** super podzimními/zimními kousky...*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29).

7.3.2 Metonymie

Užívání jedné entity k tomu, aby odkazovala na jinou, která má vůči ní jistý vztah, nazývá Lakoff metonymií (Lakoff, Johnson, 2002). Bečka ji vymezuje jako nepřímé pojmenování věci oklikou přes slovní označení věci, která je s ní v přímém vztahu, a to místním, časovým nebo příčinným (Bečka 1992, s. 136). Čechová říká, že metonymie se tvoří „*přenesením pojmenování na jiný předmět na základě věcné, zvláště vnitřní souvislosti*“ (Čechová 1996, s. 52).

Výskyt metonymie v horoskopech již není tak hojný, jako je tomu u metafor. Častým důvodem jejího užití je snaha zestručnit výraz: „*Brnkni kámošce/kámošovi a vyrazte společně do posilky nebo si dejte několik **bazénů!***“ (Bravo, 25, 2010, s. 30), „*Hodíte za hlavu všechny starosti a vyrazíte si **na skleničku** se svými přáteli.*“ (Blesk, 7. 5. 2010, s. 22), „***Řada** vašich známých se topí v problémech.*“ (Harper’s Bazaar, 6, 2010, s. 107).

7.3.3 Synekdocha

Jedním z nejvýraznějších prostředků metonymie je synekdocha, jež spočívá v záměrném zastoupení pojmenování části a celku (Hauser, 1980). Pojmenování části se přenáší na celek (pars pro toto), například kolo (součást – jízdní kolo), nebo se pojmenování celku přenáší na část (totum pro parte), kupříkladu angrešt (rostlina – plod), (Příruční mluvnice češtiny, 1995). „*Neplytvej svou energií na to, abys získal/a její/jeho **srdce**.*“, „*...jeho **předmět** se pořádně nabífluješ a necháš se vyzkoušet.*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*Kupte si něco hezkého na sebe a nezapomeňte obdarovat svoji **polovičku**.*“ (Maminka, 4, 2010, s. 166).

Synekdocha je podkladem četných frazeologických obrátů, většinou lidového původu. Hojně jich užívá časopis Bravo, ve kterém mají tato vyjádření silnou výrazovou expresivitu: „*Tví dva nej kámoši si pořádně **vjedou do vlasů!***“ „*Zachovej **chladnou hlavu** a dobře si rozmysli, na čí stranu se přidáš!*“ (Bravo, 25, 2010, s. 30), „*Nuda, kterou v posledních dnech zažíváš, ti už pomalu začíná **lézt na mozek**.*“, „*Páni, **na každém prstu** máš hned několik ctitelů/ctitelek!*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Jedině tak zjistíš, že bude mít*

dotyčný kluk/dotyčná holka oči jen pro tebe!“ (Bravo, 24, 2010, s. 29).

7.3.4 Přirovnání

Přirovnání je „*stylistický prostředek opisného vyjádření, jehož účelem je vytknutí některé vlastnosti nebo stránky určitého jevu, věci, osoby nebo představy*“ (Vlašín 1977, s. 306). Ustáleného přirovnání se užívá k charakteristice skutečnosti připodobněním jejího znaku k předem danému zobecněnému modelu (Příruční mluvnice češtiny, 1995). Příklad vyjadřuje vnitřní podobnost dvou různých jevů pomocí spojky jako.

Přirovnání je jazykovým prostředkem, jenž zesiluje, zdůrazňuje, kladně či záporně hodnotí vyjádření. V horoskopech se ho užívá velice často také pro jeho názornost a snahu pojmenovat skutečnost jinak, neobvykle, neotřele, čímž se stimuluje pozornost čtenáře: „*Většinu měsíce budete působit na muže jako bonbon na vosy.*“ (Harper's Bazaar, 3, 2010, s. 165), „*I nadále budete jako magnet přitahovat problematické kamarády.*“ (Fitstyl, 3, 2010, s. 88), „*Na romantické večery teď není nejvhodnější doba, jste jako sopka před výbuchem.*“, „*Žijete nyní jako za scénou a nemáte jasno.*“ (Chvilka pro tebe, 1, 2010, s. 44), „*O víkendu se můžete cítit jako v pasti.*“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44), „*Láska je jako cesta. Bud' dojdeme v pořádku, nebo s odřenými patami!*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*Srdce ti buší jako o závod a ty se nemůžeš dočkat blížícího se mejdanu...*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Pozvi ho/ji na usmířenou na romantickou večeři a budete zase jako dvě hrdličky!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Zlom nastane poslední červnový týden, kdy se budete cítit jako znovuzrozená.*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*Všechno vám jde tak báječně od ruky, že se v práci cítíte jako ryba ve vodě.*“ (InTouch, 17, 2010, s. 53), „*Víkendová akce, kterou jste s kámošema plánovali, se najednou začne hroutit jako domeček z karet.*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Nečekejte, že se jednoho dne probudíte jako všemi obletovaná princezna.*“ (Betynka, 3, 2010, s. 142), „*Odpočinek potřebujete jako sůl.*“ (InTouch, 17, 2010, s. 53), „*Zachováte se jako malé dítě.*“ (Blesk, 2. 7. 2010, s. 22), „*Bude z toho láska jako trám.*“ (Bravo, 24, 2010, s. 29), „*Srdce ti buší jako o závod a ty se nemůžeš dočkat blížícího se mejdanu, na kterém bude tvůj idol?*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Duben se ukáže jako měsíc bohatý na novinky.*“ (Betynka, 4, 2010, s. 140).

7.3.5 Personifikace

Personifikace je druh metafory vznikající tak, že se neživým předmětům přisuzují

lidské vlastnosti a schopnosti (Hauser, 1980). Lakoff vnímá personifikaci jako obecnou kategorii, která pokrývá velmi široké pásmo metafor, z nichž každá vybírá různé aspekty člověka nebo způsobů přístupu k člověku. „*Jsou to extenze ontologických metafor a umožňují nám dávat jistý smysl jevům v našem světě v lidských termínech – tedy kategoriích, jimž jsme schopni porozumět na základě našich vlastních motivací, cílů, činností a charakteristik.*“ (Lakoff, Johnson 2002, s. 48).

V horoskopech je zosobnění předmětů velmi častým a oblíbeným prostředkem. „*Pondělí a úterý vás vyzve, abyste zkusili něco neobvyklého.*“ (Ona Dnes, 25, 1010, s. 40), „*Svět se raduje a váš život je krásný.*“ (Fitstyl, 4, 2010, s. 88), „*A jestli v současnosti nemáte stálého partnera, letošní máj vám vysloveně přeje.*“ (Fitstyl, 5, 2010, s. 88), „*Nečekejte, až vás nemoc poučí o tom, že vám škodí přepínání a že byste měli skoncovat s přílišnou ctižádostí.*“ (Chvilka pro tebe, 1, 2010, s. 44), „*Svetry se tuhle zimu hřejí na výsluní.*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*Trpělivost, štěstí se brzy usměje i na vás.*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54), „*Svátky svádí k velkým nákupům...*“ (Harper's Bazaar, 12, 2010, s. 213), „*Prázdniny nabízejí nejen vysedávání na zahrádkách restaurací, ale také menší přívaly práce.*“ (Harper's Bazaar, 7, 2010, s. 118), „*Tento měsíc otestuje vaši čestnost a čisté svědomí.*“ (Betynka, 3, 2010, s. 142), „*V úterý na vás zaútočí láska.*“ (Ona Dnes, 21, 2010, s. 50), „*Vyjděte si s dětmi na venkov a pozorujte, jak se probouzí příroda.*“ (Maminka, 4, 2010, s. 166).

Již v páté kapitole jsme zmínili, že personifikace hvězd přispívá k pohledu na horoskopy jako na objektivní předpovědi vycházející z hvězdné konstelace: „*Luna s Venuší doporučují nespouštět je z očí a udělat si na ně čas, kdykoli o to požádají.*“ (Právo, 29. 5. 2010, s. 43), „*Luna varuje před rozmazlenými typy.*“ (Právo, 12. 6. 2010, s. 51), „*Hvězdy nad vámi drží ochrannou ruku.*“ (Harper's Bazaar, 7, 2010, s. 118), „*Pracujte na svém osobním růstu, hvězdy vaše pokroky náležitě ocení!*“ (Betynka, 5, 2010, s. 140), „*Hvězdy varují před přílišným sobectvím.*“ (Betynka, 3, 2010, s. 142), „*Luna vám pomůže najít ta pravá slova.*“ (MF Dnes, 30. 6. 2010, s. 6D), „*Hvězdy vám přejí a čeká vás skvělý měsíc.*“ (Maminka, 3, 2010, s. 170).

7.4 Frazeologické prostředky

Frazeologií nazýváme soubor ustálených spojení slov. Jsou to složená pojmenování, která bereme jako pojmenovací jednotky (Bečka, 1992). Mají celistvý význam a charakterizuje je to, že minimálně jeden z jejich komponentů je v dané funkci

omezen pouze na tuto kombinaci (Příruční mluvnice češtiny, 1995). Většina z nich se vyznačuje expresivností a obrazností, mohou být založeny na metafoře nebo na metonymii.

Frazémy často obsahují lexikální, morfologické a syntaktické prostředky, které z naší současné komunikace mizí nebo se ve slovní zásobě mimo frazeologismus nevyskytují: „*Přichází náročný týden, vaši přátelé vás **nechají na holičkách**.*“ (Tina, 24, 2010, s. 50), „*Máš něco za **lubem**?*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29).

Někdy se frazeologické obraty objevují v horoskopech bez dalších úprav, jindy autor užije jen jejich část a zbytek sám podle svého záměru a s ohledem na téma komunikátu dotvoří, aktualizuje: „*Co můžete udělat dnes, **odložte na zítra**.*“ (Chvilka pro tebe, 13, 2010, s. 34), „*Pamatujte, že **ne vše, co máte na srdci, musí hned na jazyk**.*“ (Maminka, 6, 2010, s. 166).

Užití frazémů s aktualizací funkcí oživuje astrologické předpovědi, někdy však znesnadní porozumění textu. Právě obraznost umožňuje, že autor nepojmenovává skutečnost přímo, což může být někdy výhodné, protože předpovědi, která není jednoznačně formulována, nelze většinou nic vytknout.

Frazeologické prostředky se v horoskopech bohatě uplatňují a často se i opakují, v takovém případě bychom mohli mluvit o určitých stereotypech nebo o klišé. Například v časopisu Bravo se v horoskopech velmi často objevuje frazém *být zamilován až po uši* (být velice zamilován): „*Zamiloval/a ses až po uši!*“, „*Jsi zamilovaný/á až po uši a tvůj miláček je na tom úplně stejně.*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Kluk/holka, do kterého/které jsi už dlouhou dobu **po uši zamilovaný/á**, ti dá konečně najevo své city!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29).

Jiným příkladem je frazém *lézt na nervy* a *lézt na mozek*: „*Tvoje schopnost všechno do puntíku organizovat už **leze všem na nervy*** (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Nejvyšší čas, abyste podnikli něco sólo, jinak hrozí, že si brzy začnete **lézt na nervy!***“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Už ti ta samota začíná **lézt na nervy?***“ (Bravo, 24, 2010, s. 29), „*Nuda, kterou v posledních dnech zažíváš, ti už pomalu začíná **lézt na mozek.***“ (Bravo, 21, 2010, s. 29).

Mezi podstatné znaky frazeologických vyjádření patří intertextovost, na níž je založená již samotná existence frazémů. Produktor si frazeologická vyjádření běžně půjčuje, a navazuje tak na myšlenky a vyjádření buď konkrétního známého produktora, nebo spíše na tzv. lidovou moudrost (Čechová, 2008). Podle míry intertextovosti dělíme frazeologická vyjádření na intertextovost frazémů v širším a vlastním slova smyslu.

7.4.1 Frazémy v širším slova smyslu

Mezi frazémy s intertextuální povahou v širším slova smyslu řadíme lidové a kolokviální frazémy, které jsou vlastní spontánní běžné mluvené komunikaci (Čechová, 2008). Lze je rozdělit na frazeologické výrazy neslovesné a slovesné (Čermák, 1988; Čermák, 1994).

7.4.1.1 Frazémy neslovesné

Neslovesné výrazy se zapojují do vět až v konkrétních kontextech a podle potřeby jsou jim gramaticky uzpůsobeny (Příruční mluvnice češtiny, 1995). Celková škála nevětných frazémů je velmi bohatá, v horoskopech se objevují různé strukturní typy.

V analyzovaném materiálu jsme našli frazémy vzniklé spojením adjektiva a substantiva: „*Být šedá myš už není žádná urážka.*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*...začněte zase s čistým štítem.*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Takže si přestaň hrát na leklou rybu a neboj se sem tam zariskovat!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Drž se zpátky a nejednej s horkou hlavou.*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*Volné chvíle využijte k setkání s přáteli, které jste dlouho odsouvala na druhou kolej.*“ (Harper's Bazaar, 12, 2010, s. 213).

Horoskopy obsahují i frazémy s funkcí adverbialní: „*Zatím školu zvládáš levou zadní a ani tě to nestojí moc sil!*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29).

7.4.1.2 Frazémy slovesné

Verbalizační frazeologické obraty vznikají za situace, kdy je potřeba uvést ve výpovědi substantivum do dějového vztahu, zapojují se do věty jako celek (Bečka, 1992): „*Můžete se strhnout, ale smetanu vždycky slíznou jiní?*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54), „*Vytřete zrak lidem, kteří vás podceňují a brání vám ve štěstí.*“ (Právo, 29. 5. 2010, s. 43), „*Brzy potkáš kluka, který ti totálně zamotá hlavu...*“ (Bravo, 25, 2010, s. 30), „*Tak měj oči dokořán!*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29), „*Jaro je tady a vy jste ve svém živlu.*“ (Fitstyl, 3, 2010, s. 88), „*Do té doby držte emoce na uzdě.*“ (InTouch, 17, 2010, s. 53), „*Šéf vás pak rázně postaví do latě.*“ (Blesk, 15. 3. 2010, s. 22), „*Býk je osobnost, která se nedá opít rohlíkem.*“ (Betynka, 4, 2010, s. 140), „*Zvažte, zda není lepší nad celou věcí mávnout rukou než konflikt vyostřovat.*“ (Týdeník Květy, 50, 2010, s. 56), „*Do klína vám spadne částka, se kterou jste nepočítala.*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 107), „*Srazil by vás doslova na kolena.*“ (Harper's Bazaar, 7, 2010, s. 118), „*Okolo 10. září v ničem netlačte na pilu...*“ (Puls, 9, 2010, s. 72), „*Partnerovi přijde několik esemesek a on před vámi bude*

dělat mrtvého brouka.“ (Blesk, 7. 5. 2010, s. 22), „*Poslední dobou bez sebe nedáte ani ránu.*“ (Bravo, 21, 2010, s. 29).

7.4.2 Frazémy ve vlastním slova smyslu

Frazémy ve vlastním slova smyslu tvoří pořekadla, pranostiky, přísloví a okřídlená slova (Příruční mluvnice češtiny, 1995). Mohou mít podobu hotové věty obsahující sloveso „*Všechno zlé je pro něco dobré.*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), nebo neslovesnou formu „*Nepřehánějte to s kosmetikou – pečující ani tou dekorativní. Všeho moc škodí.*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), případně se objevují jako souvětí „*Uděláte všechno, co mu na očích uvidíte.*“ (Blesk, 2. 7. 2010, s. 22).

Horoskopy obsahují především pořekadla, lidovou tradicí udržovaná ustálená vyjádření životní zkušenosti (Čechová, 1996). „*Uvědomte si však, že každý je svého štěstí strůjce, takže na svém současném potěšitelném životě máte obrovskou zásluhu vy sama.*“ (Fitstyl, 4, 2010, s. 89), „*Zůstaňte v klidu, trpělivost růže přináší.*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*Říká se, že stará láska nerezaví.*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54).

Mezi dalšími větné frazémy, jež jsou v horoskopech často užívány, patří přísloví, anonymní výroky přinášející mravní ponaučení v ustálené podobě (Příruční mluvnice češtiny, 1995). Mají smysl samy o sobě a nepotřebují kontext (Hauser, 1980). „*Důvěřuj, ale prověřuj.*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*Komu se nelení, tomu se zelení.*“ (Maminka, 5, 2010, s. 174), „*Vždyť přece mluvíti stříbro, mlčeti zlato.*“ (Maminka, 6, 2010, s. 166), „*Ale protože nic netrvá věčně, neusínej na vavřínech!*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*Bez práce nejsou koláče, a tak to je i se vztahy.*“ (InTouch, 3, 2010, s. 54), „*Kdo chce příliš, nemívá nic.*“ (Ona Dnes, 21, 2010, s. 50).

7.5 Vyjadřování postoje jistotně modalitního

Produktor sděluje obsah vždy s různou mírou přesvědčení o jeho platnosti, podává tedy sdělovaný obsah jako plně jistý, pravdivý, nebo jako ne plně jistý, tedy jako jen v různém stupni pravděpodobný (Grepl, Karlík, 1998). Signalizace různého stupně jistoty autora o platnosti obsahu nazýváme jistotní (epistemická) modalita (Příruční mluvnice češtiny, 1995). „*Epistemické postoje jsou inherentní složkou komunikačních funkcí asertivních, a to jak s obsahy kladnými (Petr se asi rozvádí), tak zápornými (Petr se asi nerozvádí), ale i podmíněně platnými: Petr by se byl asi rozvedl.*“ (Grepl, Karlík 1998, s. 480).

Ví-li produktor, že oznamovaný obsah platí, že je pravdivý a že se shoduje se skutečností, obvykle to ve výpovědi nesignalizuje. Pokud původce neví stoprocentně, že tvrzený obsah platí, naznačuje tuto svou nejistotu různými prostředky. Autor horoskopů se jejich užíváním zbavuje vůči adresátovi zodpovědnosti za prokázání pravdivosti svého tvrzení. Mezi prostředky, jež vyjadřují jistotní modalitu v horoskopech, patří především modální částice a modální slovesa.

7.5.1 Modální částice

Základním prostředkem vyjádření modality v astrologických předpovědích jsou modální částice pro vyjádření jistoty „**Určitě** si najdete chvíli na odpočinek.“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 89), „I když se budete jen těžko rozhodovat, vyberete **opravdu** dobře.“ (Blesk, 31. 3. 2010), „...**helpnout** doma by na škodu **fakt** nebylo!“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), pro vyjádření nejistoty „*Tento týden nebude asi takový, jak byste si přáli.*“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 50).

Modální částice udávají stupeň pravděpodobnosti obsahu předpovědi, kterou astrologové svým adresátům sdělují. Jejich užitím je možné výpovědi umístit na žebříčku od nejvíce pravděpodobných po „vyloučené“: „*Hysterickými scénami si pozornost partnera **rozhodně** nezískáte.*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54), „...**určitě** má ale zájem o vás a ne o vaše konto?“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 50), „**Jistě** je dobré říkat druhým, co si o nich myslíte...“ (Betynka, 3, 2010, s. 142), „**Zřejmě** se kolem vás dějí věci, které nedokážete obsáhnout...“ (Harper's Bazaar, 6, 2010, s. 50), „*Ted' už s tím **nejspíš** nic neuděláte, ale příště, než se do sebe pustíte, tak si rozmyslete, jestli vám to za to vážně stojí.*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „**Pravděpodobně** vás trápí zdravotní stav váš nebo vašich blízkých.“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 89), „*Promluvte si, **třeba** jste oba „pro“ a ani o tom nevíte!*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54), „...**možná** by nebylo od věci, kdybyste na pár dní ty crazy mejdany vysadili...“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „*Prodloužený víkend na začátku července si naplánujte v aktivním tempu, **těžko** někde vydržíte dlouho sedět nebo ležet.*“ (Puls, 7/8, 2010, s. 88).

7.5.2 Modální slovesa

Specifickou součástí komunikátu tvoří slovesa modální v epistemických funkcích. Vysoký stupeň přesvědčení autora o platnosti kladného obsahu se vyjadřuje slovesem *muset*; v horoskopech takové případy nalezneme, ale nejsou příliš časté: „*Je to velice*

těžké, ale budete v sobě muset najít veškerou trpělivost a smířlivost...“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 88), „*I když se vám nechce, musíte si udělat čas na kolegy.*“ (Dnes, 30. 6. 2010, s. 6D).

Vysoký stupeň přesvědčení pisatele horoskopu o platnosti záporného obsahu se vyjadřuje záporným slovesem moci s kladným infinitivem: „*...nebudete se tolik trápit věcmi, které stejně nemůžete ovlivnit.*“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 88).

Nízký stupeň přesvědčení o platnosti obsahu kladného se vyjadřuje slovesem moci, tento způsob v horoskopech jednoznačně převažuje: „*Od čtvrtka se vám může víc vyjasnit.*“, „*Mohou vás inspirovat k překročení zaběhlých zvyků.*“ (Ona Dnes, 21, 2010, s. 50), „*Štíři mohou mít někdy problémy s přehnanou upřímností.*“ (Betyнка, 3, 2010, s. 142), „*Unavovat mohou i příjemné a pěkné věci.*“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 88).

Negované sloveso nemuset signalizuje nízký stupeň přesvědčení astrologa o platnosti obsahu záporného: „*Ve čtvrtek se vám nemusí dostat toho, co jste očekávali.*“ (Ona Dnes, 21, 2010, s. 50), „*...a rozhodně to nemusejí být jen nepříjemnosti.*“ (Fitstyl, 6, 2010, s. 88).

7.6 Slovesný způsob

Slovesný způsob vyjadřuje modifikaci slovesného děje z hlediska reálnosti nebo nereálnosti jeho uskutečnění, je jedním z prostředků vyjadřování modalit výpovědi. Týká se vztahu obsahu výpovědi ke skutečnosti (modalita objektivní) a vztahu k obsahu výpovědi (modalita subjektivní). Má také výpovědní komunikační funkce, například imperativ je prostředkem vyjádření výzvy či apelu (Čechová, 1996).

7.6.1 Indikativ

Indikativ vyjadřuje děj reálný v minulosti, v přítomnosti a záměr o něm v budoucnosti.

Spíše okrajově se vzhledem k povaze materiálu vyskytuje čas minulý, který se vztahuje k dějům uskutečněným před momentem promluvy. Pisatel horoskopu jeho prostřednictvím zhodnocuje, jaké skutečnosti nastaly v životě adresáta během předešlých dní, aby následně vyvodil důsledky pro současný nebo budoucí stav: „*Dokázala jste konečně najít pohybovou aktivitu, která vás baví a je pro vás časově výhodná.* (Fitstyl 6, 2010, s. 89), „*Rozešel/la ses se svou holkou/svým klukem, ale pořád ti na ni/něm hodně záleží...*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29).

Bezpříznakovým časem je čas přítomný, protože vyjadřuje dobu promluvy: „*Vaše sebevědomí roste s prací, daří se vám.*“ (Chvilka pro tebe, 31, 2010, s. 44). Jeho použití je poměrně časté, astrolog přináší zprávy o současném životě adresáta, hodnotí jeho úspěchy a neúspěchy.

Společně s přítomným časem je v horoskopech bohatě zastoupen čas budoucí, jenž se vztahuje na děje, jež budou probíhat (proběhnou) po daném okamžiku. Hojně užívání budoucího času souvisí s definicí horoskopu jako předpovědi budoucnosti, adresát se chce dozvědět, co nastane v následujících dnech, a být si tak jistější ve svých krocích. Pokud není současný vývoj osudu příliš příznivý, pozitivní vyhlídky do budoucnosti ho povzbudí: „*Budete v pokušení získat určité výhody na úkor někoho jiného.*“ (Betyнка, 3, 2010, s. 142). Vyskytuje se jak forma složená, která se tvoří od sloves nedokonavých: „*Budete s ním soupeřit, třeba v kuželkách.*“ (Cosmopolitan, 12, 2010, s. 140), tak forma jednoduchá od sloves dokonavých „*Získáte vyšší plat nebo lepší místo.*“ „*Utratíte za vánoční dárky víc, než si můžete dovolit.*“ (Cosmopolitan, 12, 2010, s. 140).

7.6.2 Imperativ

Imperativ slouží k vyjádření apelu. Pomocí částic a interpunkce se v horoskopech rozlišují významy od mírného vybidnutí, prosby, pokynu až po striktní rozkaz, blíže k výpovědním komunikačním funkcím viz kapitola 5.2 Komunikační funkce. Adresátům předpovědi se přikazuje tvarem 2. osoby singuláru nebo plurálu: „*Přestaň už konečně hnípat doma a vyraz s kámošema na nějakou cool akci.*“ (Bravo, 23, 2010, s. 29), „*Bud'te opatrní při slibech.*“ (Týdeník Květy, 49, 2010, s. 72).

7.6.3 Kondicionál

Kondicionál vyjadřuje podmíněnost děje. Podmiňovací způsob přítomný vyjadřuje podmínku splnitelnou, děj možný v přítomnosti nebo v budoucnosti je konkurenčním prostředkem imperativu. Používá se, když chce pisatel oslabit rezolutnost děje, má zmírňující účinek.

7.6.3.1 Modální sloveso ve formě kondicionálu

Podmiňovací způsob ve spojení s modálními slovesy umožňuje širší a neurčitější dopad předpovědi, tudíž bývá v horoskopech hojně užíván.

Nejčastěji se jedná o užití modálního slovesa moci ve formě kondicionálu:

„*Opatrně s výroky, které **by mohly** někoho hluboce zasáhnout.*“, „*Nabídne se vám velice lákavá nabídka, která **by** však **mohla** někomu přivodit zármutek.*“ (Betynka, 3, 2010, s. 142), „*V kritických chvílích **by se mohlo stát**, že budete příliš tvrdí, přísní a neúprosní.*“ (Betynka, 4, 2010, s. 140), „***Mohli byste toho využít**...*“ (Právo TV magazín, 22. 5. 2010 s. 45), „*Pozor na výbuchy agrese, **mohli byste** někomu **ukřivdit!***“ (InTouch, 4, 2010, s. 54), „*Příliš sobecké postoje a kritika by vám ublížily a **mohli byste přijít** o dobré kontakty a přátele.*“ (Chvilka pro tebe, 2, 2010, s. 44), „*Nyní **by to mohlo jít** snáze než jindy.*“ (Maminka, 5, 2010, s. 174), „*Drobná pře v rodině či úzkém kruhu přátel **by** vám **mohla** zkazit náladu.*“, „***Mohly by se ohlásit** zdravotní potíže.*“ (Týdeník Květy, 50, 2010, s. 56).

Autor předpovědi se může distancovat od garantování pravdivosti sdělovaného také prostřednictvím modálního slovesa mít (Příruční mluvnice češtiny, 1995), které ve spojení s infinitivem vyjadřuje různý poměr původce ke slovesnému ději, zachycuje pravděpodobnost uskutečnění: „***Měla by** vám **přát** planeta Mars.*“ (Maminka, 3, 2010, s. 170), „*Vaším předsevzetím **by nemělo nic stát** v cestě.*“ (Maminka, 5, 2010, s. 174), „*Pánové **by se ale měli omezit** jen na drobný doplněk...*“ (InTouch, 5, 2010, s. 54), „*...občas **bys měla dát** na radu dobrého kámoše!*“ (Bravo, 22, 2010, s. 29), „***Měli byste změnit** postoj ke svému zdraví a udělat změny v každodenních návycích* (Chvilka pro tebe, 2, 2010, s. 44), „*Vaše touha po výdělku **by se** ovšem **neměla proměnit** v cestu přes mrtvoly.*“ (Harper's Bazaar, 7, 2010, s. 118), „*Nic **by nemělo narušit** nadcházející měsíc plný klidu a pohody.*“ (Betynka, 4, 2010, s. 140), „*Jste plni harmonie a radosti, nad starostmi **by měly převážit** pocity štěstí.*“ (Týdeník Květy, 49, 2010, s. 72).

7.7 Určení podmínky

Rozlišují se dva druhy podmínek, reálné a nereálné. Za reálnou podmínku, jež je v astrologických předpovědích bohatě zastoupena, označujeme podmínku uskutečněnou nebo uskutečnitelnou, možnou (Čechová, 1996).

Karlík dále vymezuje určení podmínky otevřené, která označuje „*okolnost kauzující/motivující (p) a vyjadřuje ji tak, že na jejím uskutečnění závisí uskutečnění děje nebo stavu q; „tedy jestliže p, tak q“ - aniž by se něco říkalo o platnosti q v případě opačném „jestliže non p“* (Příruční mluvnice češtiny 1995, s. 470). Podstatou podmínky otevřené je tedy to, že autor výpovědi nechává otázku vztahu děje/stavu odpovídajícího

kauzujícímu/motivujícímu ději ke skutečnosti otevřenou, nic nevypovídá o jeho platnosti. Říká jen, že platnost p dostačuje k platnosti q. (Grepl, Karlík, 1998).

V horoskopech je podmínka otevřená bohatě zastoupena, vyjadřuje se vedlejšími větami podmínkovými. Tvoří je indikativ a podmínkové spojky **jestliže** „*Jestliže vás hezký soused pozve do kina, kývněte.*“ (Cosmopolitan, 7, 2010, s. 118), „*Šípková Růženko, jestliže se okamžitě neprobudíte, proteče vám výborná nabídka mezi prsty.*“ (InTouch, 4, 2010, s. 54), **-li** „*Půjde-li to, naplánujte si večer pod hvězdnou oblohou.*“ (MF Dnes, 30. 6. 2010), „*Chcete-li však do něčeho investovat více své energie, mělo by to být nanejvýš do sexu.*“ (Harper's Bazaar, 7, 2010, s. 118), „*Jste optimistka a napnete-li své síly jedním směrem, úspěch je zaručen.*“ (Ona Dnes, 30, 2010, s. 37), „*Máte-li ráda divadlo, klidně si naplánujte jeho návštěvu i víckrát do měsíce.*“ (Puls, 11, 2010, s. 65), **pokud** „*Pokud to bude nutné, nebojte se riskovat.*“ (Betynka, 3, 2010, s. 142), „*Pokud nechcete mít potíže s lidmi, změňte způsob myšlení a komunikace.*“ (Chvilka pro tebe, 2, 2010, s. 44), „*Pokud chcete někoho sbalit, máte volné pole působnosti.*“ (MF Dnes, 4. 9. 2010, s. 7B), „*Pokud máte v plánu dovolenou, nepřipusťte nic jiného než odpočinek.*“ (Maminka, 5, 2010, s. 174), „*Pokud to počasí aspoň trochu dovolí, užívejte si pohyb na čerstvém vzduchu.*“ (Puls, 11, 2010, s. 65), hovorové **když** „*Když v práci přidáte plyn, čeká vás odměna.*“ (Cosmopolitan, 7, 2010, s. 118), „*Vyhrát můžete jedině, když si budete věřit.*“ (InTouch, 4, 2010, s. 54), „*...když doma vysvětlíte, co se děje, nikdo žádné námitky mít nebude.*“ (MF Dnes, 4. 9. 2010, s. 7B), a **jestli** „*Už máte jarní kabát? Jestli ne, zkuste pastelovou parku.*“ (InTouch, 4, 2010, s. 54).

Podmínkové věty vyjadřuje také spojka **kdyby** s kondicionálem přítomným: „*Kdybyste tolik energie, co vrážíte do partnera, investovali do sebe, možná byste konečně našli ztracené sebevědomí.*“ (InTouch, 4, 2010, s. 54), „*Kdybyste víc času věnovali sami sobě, bylo by to podstatně lepší.*“ (MF Dnes, 4. 9. 2010, s. 7B).

Podmínkovým souvětím, jejichž realizací produktor nehodlá pouze vyjádřit, že mezi jevy odpovídajícími propozicím p a q je vztah „jestliže p, tak q“, nýbrž prostřednictvím tohoto vztahu chce ovlivnit budoucí jednání někoho jiného, se říká pragmatické kondicionály (Grepl, Karlík 1998, s. 295). Odpovídají jim souřadná souvětí. Vyjadřuje se v nich, že uskutečnění podmínky má za následek uskutečnění jevu, který je hodnotitelný jako pozitivní a jehož uskutečnění je tedy žádoucí. Podmínková souvětí lze přeformulovat na souřadná souvětí slučovací se spojkou a. Podmínka je v nich vyjádřena v první větě imperativem, ve druhé větě je budoucí čas. Taková souvětí mají často funkci

rady, navádění a podobně: „Zapojte intuici, a hned budete vědět, kde se poohlédnout po dobrém úlovku.“ (InTouch, 4, 2010, s. 54), „Před pohovorem si o firmě zjistěte všechny důležité informace, budete sebejistí, navíc se blýsknete.“, „Těšte se i z maličností, jedině tak se vyhnete stereotypu ve vztahu.“ (Chvilka pro tebe, 2, 2010, s. 44).

ZÁVĚR

Horoskop patří k produktům mediální komunikace, jež spočívá ve zprostředkování kontaktu mezi původcem a příjemcem pomocí mediátora, kterým je v našem případě tištěné periodikum. Astrologické předpovědi se vyskytují nejčastěji v časopisech pro ženy a dívky, v menším počtu je nalezneme v tisku pro nespécifikovaného čtenáře, jímž může být osoba ženského i mužského pohlaví. Horoskopy neobsahují periodika primárně určená mužům, vědecké časopisy a tisk, jenž je tematicky úzce vyhraněný.

Autor horoskopů, ne vždy skutečný astrolog, se obrací na své předpokládané čtenáře nejčastěji přímo, prostřednictvím druhé osoby množného čísla, zřídka nepřímo, skrze osobu třetí. V menší míře se užívá forma vykání, jež je typická pro ženské časopisy, a tykání, které je zastoupeno v časopise pro mladé a jež je adresnější a osobnější. Z dalších kontaktních prostředků používá produktor řečnické otázky (tím, že dává příjemci prostor k zamyšlení, ho zároveň ubezpečuje o jeho samostatnosti i výlučnosti) a oslovení (řídce).

Někdy vyděluje z dvanácti znamení zvěrokruhu užší skupinu adresátů (lednoví kozorozi), pokud tak činí dostatečně vágně (některé panny), zaručuje vysoký stupeň pravdivosti výpovědi. Adresát vystupuje v komunikaci do popředí, horoskop je mu adresován, liší se jen stupeň apelu (oznámení, rada, varování, rozkaz).

Tematickou stránku předpovědí tvoří sedm základní tematických okruhů: partnerské, rodinné, společenské vztahy, práce, finance, zdraví a styl, volný čas. Výběr tématu souvisí s cílovou skupinou adresátů, liší se přihlédnutím k jejich věku, pohlaví, roli a společenskému statusu. Autoři horoskopů v nich lichotkami a vyzdvihováním individuálních kvalit naplňují narcistické potřeby recipientů, čímž si získávají jejich přízeň a věrnost. Poskytováním rad, jak snadno řešit problémy, a uváděním jednoduchých receptů na šťastný a úspěšný život vytvářejí opěrný systém pro psychiku jedince, posilují jeho sebevědomí stejně jako jeho závislost na předpovědích, tudíž i na pravidelném odběru periodika. Většina astrologických předpovědí přináší příznivé zprávy. Jestliže se setkáme s negativním sdělením, následují rady, jak danou situaci vyřešit, nebo pozitivní vyhlídky na změnu.

Horoskopy z různých periodik připisují svým adresátům některé typické rysy, podílí se tak na vytváření a posilování společenských stereotypů (mladá úspěšná žena má problémy ve vztahu, střídá sexuální partnery, je kariéristka; starší žena s nižším společenským statusem pečuje o rodinu, má problémy s depresemi, usilovně pracuje).

Rovněž dochází k propojování astrologických předpovědí a komerce. Některé strategie v horoskopech povzbuzují čtenáře ke spotřební aktivitě, čímž připomínají manipulativní prvky reklamy.

Horoskop je komunikát, který se svou informativní a persvazivní funkcí řadí do publicistického funkčního stylu. Můžeme ho charakterizovat jako útvar s krátkým rozsahem, jenž má ustálenou vnější podobu. Astrologická předpověď často pokrývá velké množství témat na omezené ploše, dochází tak k oslabení koherence textu.

Jazyk astrologických předpovědí využívá převážně spisovného útvaru národního jazyka, zejména jeho hovorové podoby. Zcela příznakovou pozici zastává časopis Bravo, který bohatě užívá expresivních výrazů (sociolektismů), přejatých slov (anglicismů), kontaktních prostředků (tykání, interjekce a deminutiva).

Primárním komunikačním cílem produktora horoskopů je informovat recipienta o jeho budoucnosti. Aby dosáhl úspěšné předpovědi, a naplnil tak očekávání adresáta, volí vhodné jazykové prostředky, tedy takové, jež výpověď znejasňují, podmiňují a zpochybňují.

K mlžícím prostředkům, které umožňují širší interpretaci předpovědi a jež znesnadňují její porozumění, patří v komunikátu hojně užívaná obrazná vyjádření a frazémy. Nepřímá pojmenování zároveň horoskopy ozvláštňují a oživují, působí překvapivě i neobvykle, mají aktualizaci funkci. (To ovšem neplatí pro časopis Bravo, v němž jsou nadužívány, často se opakují, a nabývají tak povahy automatizovaných slovních obrátů, klišé.)

Pojmenování jednoznačná (termíny a vlastní jména), jejichž základní vlastností je přesná významová vymezenost nebo identifikace jevu, se naopak v horoskopech vyskytují jen ojediněle. Zvláštní postavení mají knižní výrazy, pomocí nichž jsou horoskopy prezentovány jako seriózní astrologické předpovědi.

Dalšími bohatě užívanými jazykovými prostředky jsou modální částice a modální slovesa v epistemických funkcích. Účinně relativizují výpověď, čímž snižují riziko neúspěchu předpovědi. Mezi zpochybňující prostředky řadíme také věty podmínkové a modální slovesa ve formě kondicionálu.

SEZNAM LITERATURY

Prameny

Betynka

3, 2010, s. 142; 4, 2010, s. 140; 5, 2010, s. 140; 6, 2010, s. 142; 7, 2010, s. 140

Blesk

12. 3. 2010, s. 22; 15. 3. 2010, s. 22; 17. 3. 2010, s. 22; 24. 3. 2010, s. 22; 27. 3. 2010, s. 22; 31. 3. 2010, s. 22; 2. 4. 2010, s. 22; 6. 4. 2010, s. 22; 7. 5. 2010, s. 22; 25. 5. 2010, s. 30; 26. 5. 2010, s. 22; 22. 6. 2010, s. 22; 25. 6. 2010, s. 22; 2. 7. 2010, s. 22

Bravo

21, 2010, s. 29; 22, 2010, s. 29; 23, 2010, s. 29; 24, 2010, s. 29; 25, 2010, s. 30

Cosmopolitan

5, 2010, s. 116; 7, 2010, s. 118; 8, 2010, s. 116; 10, 2010, s. 164; 12, 2010, s. 140

Fitstyl

1, 2010, s. 94–95; 2, 2010, s. 88–89; 3, 2010, s. 88–89; 4, 2010, s. 88–89; 5, 2010, s. 88–89; 6, 2010, s. 88–89

Harper's Bazaar

3, 2010, s. 165; 6, 2010, s. 107; 7, 2010, s. 118; 10, 2010, s. 165; 12, 2010, s. 213

Chvilka pro tebe

1, 2010, s. 44; 2, 2010, s. 44; 3, 2010, s. 44; 4, 2010, s. 44; 5, 2010, s. 44; 6, 2010, s. 44; 7, 2010, s. 44; 8, 2010, s. 44; 9, 2010, s. 44; 10, 2010, s. 44; 11, 2010, s. 44; 12, 2010, s. 44; 13, 2010, s. 44; 14, 2010, s. 44; 15, 2010, s. 44; 16, 2010, s. 44; 17, 2010, s. 44; 18, 2010, s. 44; 19, 2010, s. 44; 21, 2010, s. 44; 23, 2010, s. 44; 24, 2010, s. 44; 25, 2010, s. 44; 26, 2010, s. 44; 27, 2010, s. 44; 28, 2010, s. 44; 29, 2010, s. 44; 30, 2010, s. 44; 31, 2010, s. 44; 33, 2010, s. 44; 34, 2010, s. 44

InTouch

3, 2010, s. 54; 4, 2010, s. 54; 5, 2010, s. 54; 6, 2010, s. 54; 7, 2010, s. 54; 8, 2010, s. 54; 9, 2010, s. 54; 10, 2010, s. 54; 17, 2010, s. 53

Maminka

3, 2010, s. 170; 4, 2010, s. 166; 5, 2010, s. 174; 6, 2010, s. 166; 7, 2010, s. 164

Mladá fronta Dnes

24. 6. 2010, s. 8D; 28. 6. 2010, s. 8D; 29. 6. 2010, s. 6D; 30. 6. 2010, s. 6D; 1. 9. 2010, s. 12C; 2. 9. 2010, s. 12C; 3. 9. 2010, s. 7B; 4. 9. 2010, s. 7B; 6. 9. 2010, s. 5D; 7. 9. 2010,

s. 10C

Ona Dnes

21, 2010, s. 50; 22, 2010, s. 44; 23, 2010, s. 40; 24, 2010, s. 40; 25, 2010, s. 40; 27, 2010, s. 36; 28, 2010, s. 36; 29, 2010, s. 40; 30, 2010, s. 37; 31, 2010, s. 36

Právo TV magazín

22. 5. 2010, s. 45; 29. 5. 2010, s. 43; 5. 6. 2010, s. 43; 12. 6. 2010, s. 50; 19. 6. 2010, s. 43; 26. 6. 2010, s. 43; 10. 7. 2010, s. 51; 17. 7. 2010, s. 51; 24. 7. 2010, s. 51; 31. 7. 2010, s. 51

Puls

5/6, 2010, s. 80; 7/8, 2010, s. 88; 9, 2010, s. 72; 10, 2010, s. 65; 11, 2010, s. 65

Receptář

10, 2010, s. 64

Tina

3, 2010, s. 50; 4, 2010, s. 50; 5, 2010, s. 50; 6, 2010, s. 50; 7, 2010, s. 50; 8, 2010, s. 50; 11, 2010, s. 50; 12, 2010, s. 50; 13, 2010, s. 50; 16, 2010, s. 50; 17, 2010, s. 50; 18, 2010, s. 50; 20, 2010, s. 50; 21, 2010, s. 50; 22, 2010, s. 50; 24, 2010, s. 50; 26, 2010, s. 50; 27, 2010, s. 50; 28, 2010, s. 50; 32, 2010, s. 50

Týdeník Květy

46, 2010, s. 60; 47, 2010, s. 72; 48, 2010, s. 60; 49, 2010, s. 72; 50, 2010, s. 56

Sekundární literatura

Astrologie, první encyklopedie českých a moravských astrologů. Praha: Kdo je kdo, 2001. ISBN: 80-902586-6-2.

AUBIEROVÁ, C. *Encyklopedie astrologie.* Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-39-2.

BANZHAF, H.; HAEBLER, A. *Klíč k astrologii.* Praha: Pragma, 2002. ISBN 80-7205-921-1.

BEČKA, J. V. *Česká stylistika.* Praha: Academia, 1992. ISBN 80-200-0020-8.

ČECHOVÁ, M., et al. *Čeština – řeč a jazyk.* Praha: ISV nakladatelství, 1996. ISBN 80-85866-12-9.

ČECHOVÁ, M.; CHLOUPEK, J.; KRČMOVÁ, M.; MINÁŘOVÁ, E. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV, 2003. ISBN 80-86642-00-3.

ČECHOVÁ, M.; KRČMOVÁ, M.; MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČERMÁK, F. *Jazyk a jazykověda*. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-0154-0.

ČERMÁK, F., et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky. Přirovnání*. Praha: Academia, 1983.

ČERMÁK, F., et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky. Výrazy neslovesné*. Praha: Academia, 1988.

ČERMÁK, F., et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky. Výrazy slovesné. A–P*. Praha: Academia, 1994. ISBN 80-200-0347-9.

ČERMÁK, F., et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky. Výrazy slovesné. R–Ž*. Praha: Academia, 1994. ISBN 80-200-0428-9.

FUZEAU-BRAESCHOVÁ, S. *Astrologie*. Praha: ERM, 1994. ISBN 80-901477-9-8.

GREPL, M.; KARLÍK, P. *Skladba češtiny*. Olomouc: Votobia, 1998. ISBN 80-7198-281-4.

GRUMLÍK, J. *Pohled do tajů astrologie*. Brno: Schneider, 1994. ISBN 80-85796-00-7.

GRÜN, M. *Je astrologie věda?* Praha: Horizont, 1990. ISBN 80-7012-042-8.

GRYGAR, J.; KYŠA, L. Dvakrát o astrologii. In *Věda kontra iracionalita IV: Sborník přednášek Českého klubu skeptiků*. Praha: Věra Nosková, 2008, s. 135–141. ISBN 80-903320-4-8.

HAUSER, P. *Nauka o slovní zásobě*. Praha: SPN, 1980.

HAVLÍK, R. *Úvod do sociologie*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0381-0.

- HAVRÁNEK, B. *Slovník spisovného jazyka českého*. I. díl, A–G. Praha: Academia, 1989.
- HAVRÁNEK, B. *Slovník spisovného jazyka českého*. II. díl, H–L. Praha: Academia, 1989.
- HEINL, E. Stručné dějiny astrologie. In *Rozloučení s tradiční astrologií*. Praha: Půdorys, 1994, s. 197–237. ISBN 80-901741-0-8.
- HIRSCHOVÁ, M. *Pragmatika v češtině*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7.
- JUNKOVÁ, B. *Jazyková dynamika současné publicistiky*. Praha: Nakladatelství Arsci, 2010. ISBN 978-80-7420-007-6.
- KOMERSOVÁ, M. *Horoskop jako text a žánr*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, FF, 1997.
- KOŘENSKÝ, J.; HOFFMANOVÁ, J.; MÜLLEROVÁ, O. Komplexní interdisciplinární analýza komunikační události a možnosti její pedagogické aplikace. In *Dynamika současné češtiny z hlediska lingvistické teorie a školské praxe*. Praha: PEDF UK, 1988, s. 29–43.
- KOŘENSKÝ, J.; HOFMANNOVÁ, J.; JAKLOVÁ, A.; MÜLLEROVÁ, O. *Komplexní analýza komunikačního procesu a textu*. České Budějovice: Ostravská univerzita, 1987.
- KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.
- LAKOFF, B.; JOHNSON, M. *Metafory, kterými žijeme*. Brno: Host, 2002. ISBN 80-7294-071-6.
- LANGMEIER, J.; KREJČÍROVÁ, D. *Vývojová psychologie*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1284-9.
- LEDERBUCHOVÁ, L. *Průvodce literárním dílem*. Nakladatelství H&H, 2002. ISBN 80-7319-020-6.
- LIONNET, A. *Astrologie*. Praha: Svojtka, 2006. ISBN 80-7352-412-0.
- MACHOVÁ, S.; ŠAMALOVÁ, M. *Výuka pragmatických aspektů řečové komunikace*

ve vyšších třídách gymnázií a na SOŠ. Praha: Univerzita Karlova, 2007. ISBN 978-80-7290-316-0.

MACHOVÁ, S.; ŠVEHLOVÁ, M. *Sémantika & Pragmatická lingvistika*. Praha: Univerzita Karlova, 2001. ISBN 80-7290-061-7.

Masarykův slovník naučný: Lidová encyklopedie všeobecných vědomostí. I. díl, A–Č. Praha: Československý kompas, 1925.

Masarykův slovník naučný: Lidová encyklopedie všeobecných vědomostí. III. díl, H–Kn. Praha: Československý kompas, 1927.

Ottův slovník naučný: Ilustrovaná encyklopedie obecných vědomostí. XI. díl, Hédypathie –Hýždě. Praha: Paseka, Argo, 1998. ISBN 80-7185-156-6.

Příruční mluvnice češtiny. Brno: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. ISBN 80-7106-134-4.

REJZEK, J: *Český etymologický slovník*. Voznice: Leda, 2001. ISBN 80-85927-85-3.

RIMMON-KENANOVÁ, S. *Poetika vyprávění*. Brno: Host, 2001. ISBN 80-7294-004-X.

Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost. Praha: Academia, 2000. ISBN 80-200-0493-9.

ŠPŮREK, M. *Encyklopedie západní astrologie*. Praha: Vodnář, 1997. ISBN 80-85255-89-8.

ŠPŮREK, M.; FISCHEROVÁ, D. *Hvězdy a osudy aneb Klíč k moderní astrologii*. Praha: Mladá Fronta, 1993. ISBN 80-204-0320-5.

The New Encyclopaedia Britannica: Micropaedia. Ready Reference. Vol. I. A-ak to Bayes. Chicago: Encyclopaedia Britannica, 1992. ISBN 0-85229-553-7.

The New Encyclopaedia Britannica: Micropaedia. Ready Reference. Vol. VI. Holderness to Krasnoje. Chicago: Encyclopaedia Britannica, 1992. ISBN 0-85229-553-7.

TURNOVSKÝ, P. *Rozloučení s tradiční astrologií*. Praha: Půdorys, 1994. ISBN

80-901741-0-8.

Universum: všeobecná encyklopedie. I. díl, A-B. Praha: Odeon, 2000. ISBN 80-207-1061-2.

Universum: všeobecná encyklopedie. III. díl, F-H. Praha: Odeon, 2000. ISBN 80-207-1063-9.

VANÝSEK, V. Co nám může říci astrologie? In *Věda kontra iracionalita: Sborník přednášek Českého klubu skeptiků*. Praha: Academia, 1998, s. 9–35. ISBN 80-200-0710-5.

VLAŠÍN, Š. *Slovník literární teorie*. Praha: Československý spisovatel, 1983.

VRÁNKOVÁ, K. *Mediální astrologie – astrologie v českých periodikách v současnosti a v historii*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, FSV, 2002.

Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích. I. díl, A-B. Praha: Diderot, 1999. ISBN 80-902555-2-3.

Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích. III. díl, G-J. Praha: Diderot, 1999. ISBN 80-902555-2-3.

Elektronické zdroje

BAUER MEDIA v.o.s. [online]. [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.europress.cz/>>.

Blesk.cz [online]. [cit. 2011-01-08]. Available from www: <<http://www.blesk.cz/>>.

Bravo [online]. BAUER MEDIA v.o.s., [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.bravo.cz/>>.

Burda Praha [online]. Burda Praha, spol. s r. o., [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.burda.cz/>>.

Časopis Betyňka [online]. Burda Praha, spol. s r. o., [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=1172/>>. ISSN 1212-0480.

Cosmopolitan [online]. [cit. 2011-01-08]. Available from www: <<http://www.cosmopolitan.cz/>>.

Fitstyl [online]. [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.fitstyl.cz/>>.

Harper's bazaar [online]. [cit. 2011-01-08]. Available from www: <<http://www.casopisovy-portal.cz/casopis/harper-s-bazaar/>>.

Chvilka pro tebe [online]. [cit. 2011-01-05]. Available from www: <<http://www.chvilka-pro-tebe.cz/>>.

iDNES.cz [online]. [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.idnes.cz/>>.

InTouch [online]. Bauer Media v.o.s., [cit. 2011-01-08]. Available from www: <<http://www.bauermedia.cz/casopisy/8-intouch/>>.

JenProŽeny.cz [online]. [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.jenprozeny.cz/>>.

Maminka [online]. Mladá fronta a.s., [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.maminka.cz/>>.

NOVOTNÝ, R. *Úvod do astrologie*. [online]. 2000 [cit. 2011-01-05]. Available from www: <<http://www.volny.cz/richnovotny/>>.

Právo [online]. [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.pravo.cz/>>.

Puls [online]. [cit. 2011-01-08]. Available from www: <<http://www.epuls.cz/>>.

Receptář [online]. Reader's Digest Výběr, [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.ireceptar.cz/>>.

Týdeník Květy [online]. [cit. 2011-01-06]. Available from www: <<http://www.tydenikkvety.cz/>>.

ZANDL, P. *Návrat zatracence – astrologie 20. století*. [online]. [cit. 2010-12-09]. Available from www: <<http://www.inext.cz/astrologician/astrologie/>>.

ABSTRAKT

Diplomová práce s názvem „*Pragmatická a stylistická analýza horoskopů v periodikách*“ se zabývá horoskopy z jazykového hlediska se zřetelem k pragmatickým a stylistickým aspektům. Cílem práce je formulovat typické znaky horoskopů na základě pragmatické a stylistické analýzy. Výchozí materiál pro rozbor tvoří celkem 1752 astrologických předpovědí z šestnácti periodik. V jednotlivých kapitolách blíže charakterizujeme původce a příjemce horoskopů, sledujeme vlastnosti cílové skupiny adresátů z hlediska věku, pohlaví, společenské role a statusu. Věnujeme se záměru a působení na recipienta, zhodnocujeme strategie, které původci horoskopů používají. Práce dále ukazuje, jak je v horoskopech využita slovní zásoba a jakými různými jazykovými prostředky dosahují produktoři komunikátů svého záměru. Analýza se zaměřuje i na tematickou stránku horoskopů.

The thesis entitled “*Pragmatic and stylistic analysis of the horoscopes in periodicals*” deals with the horoscopes from linguistic point of view; the greatest attention is paid to the pragmatic and stylistic aspects. The goal of the thesis is to identify the typical features of horoscopes on the basis of pragmatic and stylistic analysis. The research material comprises of 1752 astrological predictions taken from sixteen different periodicals. The author and the recipient of horoscope are characterized in each chapter and selected attributes of the target group are studied in each chapter as well – age, gender, social roles and status. It is dealt with the intention of horoscopes; its impact on recipient and strategies used by authors of horoscopes are analyzed too. The thesis presents the way vocabulary and other language tools are used in horoscopes to communicate intention of their authors. The analysis also deals with themes of horoscopes.

KLÍČOVÁ SLOVA

astrologie, horoskop, pragmatická analýza, stylistická analýza, téma, produktor, recipient, komunikace, text, jazyk

astrology, horoscope, pragmatic analysis, stylistic analysis, theme, author, recipient, communication, text, language