

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za zapadnoslavenske jezike i književnost

**PROMJENE U NOVINARSKOM STILU U ČEŠKOM JEZIKU NAKON
PADA SOCIJALIZMA**

Diplomski rad

Studentica:
Sonja Kamenov

Mentor:
Dr. sc. Petar Vuković, izv. prof.

U Zagrebu, rujan 2015.

SADRŽAJ

1. UVOD	3
1.1. Definicije ključnih pojmova: stilistika i stil	3
1.2. Utjecaj stilotvornih faktora na stil teksta.....	5
1.3. Podjela funkcionalnih stilova u češkom jeziku	8
2. NOVINARSKI STIL.....	15
2.1. Pojam, podjela i osnovna obilježja novinarskog stila	15
2.2. Karakteristična jezična sredstva novinarskog stila.....	17
3. POVEZANOST NOVINARSKOG STILA I DRUŠTVENOPOLITIČKE SITUACIJE U ZEMLJI	21
3.1. Društvenopolitička situacija za vrijeme „normalizacije“ u Čehoslovačkoj	21
3.2. Obilježja čehoslovačkog tiska u razdoblju „normalizacije“	23
3.3. Društvenopolitička situacija u Češkoj Republici nakon 1989. godine.....	25
3.4. Obilježja češkog tiska nakon 1989. godine	26
4. ANALIZA LEKSIKA NA PRIMJERU DVOJIH NOVINA IZ 1984. I 2000. GODINE ..	28
4.1. Odabir korpusa za analizu	28
4.2.1. Sadržajne karakteristike tiska iz 1984. i 2000. godine	28
4.2.2. Formalne karakteristike tiska iz 1984. i 2000. godine	33
5. ZAKLJUČAK	40
6. LITERATURA.....	42
6.1. Primarna literatura.....	42
6.2. Sekundarna literatura.....	43
Sažetak	44
Anotace.....	44
Abstract	45

1. UVOD

U ovom će se diplomskom radu ispitivati utjecaj društvenopolitičke situacije određenog razdoblja češke povijesti na razvoj češkog novinarskog stila. Prvenstveno će se analizirati leksik pojedinih članaka u dva vremenska razdoblja: 1984. godine i 2000. godine. Prvo je tzv. razdoblje normalizacije - razdoblje ponovnog uspostavljanja strogog komunističkog režima nakon promjena uzrokovanih Praškim proljećem 1968. godine pa sve do 1989. godine, koje je ujedno i razdoblje cenzure tiska i naglašene persuazivne i odgojne funkcije novinarskog stila. Druga se godina odnosi na razdoblje nakon pada komunističkog režima i raspada Čehoslovačke na samostalnu Češku i Slovačku Republiku¹, razdoblje ukinute cenzure tiska te prelaska s državnog na privatno vlasništvo pojedinih izdavačkih kuća i novinskih agencija, dok su na prijelomu tisućljeća, zbog sve snažnijeg utjecaja Interneta i kapitalističke kulture, unesene znatnije promjene u način pisanja dnevnog tiska. Članci su iz češkog dnevnog tiska koji je izlazio u navedenim razdobljima, a to su novine *Rudé právo*² i *Mladá fronta*³.

1.1. Definicije ključnih pojmova: stilistika i stil

Stil je moguće shvatiti na različite načine: kao način izražavanja, odnosno kao mogućnost izražavanja iste pojave na različite načine ili kao primarno semantički pojam na razini značenja određene riječi ili većih dijelova diskursa, odnosno teksta (Čechová i sur. 2008: 16). Zbog toga nije jednostavno pronaći jednoznačnu definiciju stila. *Hrvatski jezični portal* navodi jedno od značenja riječi stil: „2. karakterističan način pisanja, izvođenja ili izražavanja jezičnim sredstvima i postupcima [biblijski stil; poslovni stil; rogobatan stil; težak stil; jasan stil]“⁴, dok češki autori objašnjavaju jezični stil (češ. *jazykový styl*) na sljedeći način: „određeno obilježje verbalne poruke, u pravilu izabrano i složeno s ciljem da sadržajem i formom odgovara komunikacijskoj namjeri autora“ (Čechová i sur. 2008: 16). Također, Čechová i sur. navode i preostala dva značenja stila, koja odgovaraju hrvatskim definicijama, a zajedno opisuju pojam stila u širem značenju. U ovom će se radu govoriti o stilu prvenstveno u užem, jezikoslovnom

¹ U ovom ću se radu orijentirati samo na češku novinarsku djelatnost.

² Novine 1995. godine mijenjaju naziv u *Právo*.

³ Novine 1990. godine mijenjaju naziv u *Mladá fronta DNES*.

⁴ Kao preostala dva značenja stila, navodi se: „1. ukupnost odlika koje čine prepoznatljivim graditeljstvo, umjetnost, književnost itd. jednog vremena ili stvaraoca [gotički stil; matoševski stil]; 3. individualnost koja se očituje u ukusu i djelima neke osobe [to je njezin stil; stil vremena; stil odijevanja]“ *Hrvatski jezični portal*, http://hjp.noviliber.hr/index.php?show=search_by_id&id=d1tjURc%3D (pristup: 21. V. 2015.).

smislu. Riječ *stil* dolazi od grčke riječi *stýlos*, koja označava držak, odnosno pisaljku. Naziv je kasnije prenesen na sam proizvod, odnosno tekst. Domaći ekvivalent riječi *stil* *slog* (češ. *sloh*) dolazi od glagola *složiti* (češ. *složít, skládat*) i upućuje na radnju slaganja, odnosno redanja teksta na određen način (Čechová i sur. 2008: 16). Pojam *slog* odnosi se kako na gotov proizvod (poruku) tako i na proces stilističke tvorbe, odnosno proces koji započinje biranjem teme i modela izgradnje teksta a završava odabirom manjih jezičnih elemenata (Čechová i sur. 2008: 16) i njihovim povezivanjem s ostalim elementima tako da zajedno čine jedinstvenu cjelinu (sadržajno i jezično). Čechová dalje navodi diferencijacijsku ulogu stila, ali i njegovu klasifikacijsku ulogu. Naime, određeni jezični element pripada određenom stilu (klasifikacijska uloga), ali se u isto vrijeme razlikuje od elementa nekoga drugog jezičnog stila (diferencijaska uloga).

Najčešća i najopćenitija češka definicija stila u jeziku jest ona iz zajedničkog djela autora Havráneka i Jedličke *Česká mluvnice*, prema kojoj je stil „način izbora jezičnih sredstava i njihova upotreba i slaganje u jezičnom činu“ (Havránek i Jedlička 1960: 412). B. Havránek u svom djelu *Studie o spisovném jazyce* iz 1963. godine daje sličnu, ali proširenu definiciju: „Stil je način upotrebe (izbor) jezičnih sredstava u određenom jezičnom činu tako da odgovara njegovom konkretnom cilju, formi i situaciji, ali i individualnoj namjeri (npr. emotivnoj, estetskoj i dr.) govornika, odnosno pisca“ (Havránek 1963: 77). Slične definicije stila pronalazimo i u kasnijih lingvista, poput A. Jedličke, M. Jelínka i drugih. Eva Minářová kao sinonim jezičnog stila navodi i funkcionalni stil (češ. *funkční styl*), odnosno „namjerni i ciljani, eventualno i svjestan izbor izražajnih sredstava (prije svega jezičnih, ali i tematskih i tekstualnih) i njihovo stilističko i kompozicijsko slaganje, koje odgovara određenoj funkciji i cilju poruke, komunikacijskoj situaciji i svim ostalim okolnostima“ (Minářová 2011: 23). U hrvatskoj se stilistici upotrebljava naziv *funkcionalni stil*.

Od 90-ih godina 20. stoljeća češka se lingvistika počela baviti i jedinicama višim od rečenice, odnosno tekstem⁵, porukom⁶, jezičnim činom⁷, izjavom⁸, diskursom⁹ i njihovom povezanošću s pojedinim socijalnim, fizičkim i psihičkim faktorima. Nastale su znanosti poput teorije komunikacije¹⁰, tekstualne lingvistike (odnosno teorije teksta, nauke o tekstu),

⁵ Jezična jedinica veća od rečenice, u komunikaciji odgovara izrazu jezični čin, odnosno verbalna poruka.

⁶ Jezični proizvod komunikacije, verbalne i neverbalne.

⁷ Pojam se odnosi na jezični produkt komunikacije, ali i na sam proces jezične komunikacije.

⁸ Pojam koji se općenito odnosi na jezične poruke, usmene i pisane.

⁹ Pojam koji se koristi u različitim kontekstima: kao dijalog, diskusija ili određeni tip jezičnog čina.

¹⁰ Znanost nadređena ostalima, koje proučavaju jedinice više od rečenice, jer se bavi proučavanjem jezične komunikacije i komunikanata izraženim i nejezičnim sredstvima.

tekstualne pragmatike¹¹ i drugih. Stilistika je, u odnosu na nove jezikoslovne discipline, promatrana kao dio tekstualne lingvistike, predmet njenog proučavanja je stil, odnosno samo jedan od aspekata znanosti o tekstu. Međutim, prema mišljenju Čechové i sur. (2008: 20), stilistika i tekstualna lingvistika su u odnosu međusobnog nadopunjavanja i zajedno čine dio lingvistike, odnosno teorije komunikacije. Stilistika promatra jezik u komunikaciji, uzima u obzir objektivne i subjektivne faktore, koji utječu na izbor jezičnih sredstava, analizira stilističke vrijednosti pojedine jezične jedinice te ocjenjuje stil teksta kao cjeline. Osim jezikoslovne stilistike, koja je orijentirana na jezična sredstva, kojima se gradi određen stil, postoji i literarna stilistika, koja isključivo proučava stilističku tvorbu umjetničkog djela, prije svega poezije. Minářová (2011: 14) navodi i podjelu stilistike na opću, odnosno teorijsku stilistiku, koja objašnjava stilističku terminologiju te postavlja temelj za stilistike konkretnih jezika, koje se bave praktičnim problemima u određenom jeziku te se zbog toga nazivaju i praktičnim stilistikama. Kod više autora (Minářová 2011: 14; Čechová i sur. 2008: 21) pronalazimo i podjelu stilistike na sinkronijsku, koja proučava stilistiku određenog jezika na horizontalnoj razini, odnosno u određenom periodu i dijakronijsku, koja se bavi stilistikom određenog jezika na vertikalnoj razini, tj. prati njezin razvoj kroz više vremenskih perioda. Kao posebna vrsta spominje se i historijska stilistika, koja se bavi analizom stila u starih povijesnih tekstova.

1.2. Utjecaj stilotvornih faktora na stil teksta

Jezik je promatran kao sredstvo komunikacijskog procesa između pošiljatelja određene poruke i njezina primatelja. Svaki je komunikacijski proces stilistički različit i ovisi o nizu faktora, od funkcije poruke, cilja postignutog prijenosom poruke, komunikacijske forme (usmene ili pisane), pripremljenosti i nepripremljenosti pošiljatelja, odnosa između pošiljatelja i primatelja do različitih društvenih, ekonomskih, političkih ili kulturnih faktora. Sve to utječe na stil određenog teksta, odnosno na cijeli komunikacijski proces. Ti se faktori nazivaju komunikacijski faktori (Čechová i sur. 2008: 76) i nadređeni su pojmu stilotvornih faktora. Odnose se na sve utjecaje povezane s određenim vremenskim periodom te razvijenošću i stanjem jezika u tom razdoblju. Čechová i sur. (2008: 77) kao karakteristiku konteksta određenog razdoblja navodi njegovu promjenjivost, koja nosi i promjenu stilotvornih faktora, kao što su funkcija, cilj komunikacije te jezične norme.

¹¹ Ističe pragmatičnu komponentu teksta.

Stilovni su faktori (češ. *stylotvorné faktory* ili *slohotvorné faktory/činitelé*; Minářová 2011: 32) svi faktori koji utječu na izbor jezičnih i kompozicijskih sredstava te uvjetuju cjelokupni stil jezične komunikacije. U većine autora nalazimo osnovnu podjelu stilovnih faktora na objektivne, koji se odnose na objekt komunikacije, te subjektivne, koji ovise o autoru poruke, tj. subjektu.

Najvažniji je stilovni faktor funkcija teksta, počevši od osnovne komunikacijske funkcije, koju mora poštivati svaki tekst, do specifičnijih funkcija kao što su (Minářová 2011: 33): funkcija prenošenja informacija (*funkce proštědělňá*), funkcija prenošenja informacija određene struke (*funkce odborněštědělňá*), funkcija učenja (*funkce vzdělávací* ili *učební*), operativna funkcija (*funkce operativní* ili *správní*)¹², persuazivna funkcija (*funkce persvazivní*) te estetska funkcija (*funkce estetická* ili *estetickéštědělňá*). Na osnovi toga koju funkciju puni određeni tekst razlikujemo osnovne funkcionalne stilove češkoga jezika. Postoje tekstovi u kojima su dvije jezične funkcije jednako važne, na primjer u eseju se prožimaju funkcija prenošenja stručnih informacija i estetska (Čechová i sur. 2008: 80) funkcija.

Sljedeći objektivni čimbenik u stilistici jest forma jezičnog čina. Autori se slažu oko osnovne dihotomije: usmene i pisane forme teksta, prema kojoj se i stilovi dijele na stilističku sferu usmenih poruka i stilističku sferu pisanih poruka. Razlike između obje sfere vidljive su u osobinama usmene (spontanost jezične komunikacije, izravni kontakt s adresatom, koji se može pretvoriti u dijalog između dva sudionika govornog čina, neformalnost, dinamičnost, korištenje parajezičnih¹³ i izvanjezičnih¹⁴ sredstava i druge) te pisane komunikacije (unaprijed pripremljen tekst, mogućnost izmjene, nemogućnost izravnog kontakta s čitateljem, autorov monolog, statičnost, korištenje grafičkih sredstava i druge). Usmenoj formi izražavanja na stilističkoj razini odgovara razgovornost, dok je u pisanoj formi zastupljenija knjiškost. Što se tiče oblika češkoga jezika, nestandardni oblici više odgovaraju usmenoj formi, dok standardni oblici odgovaraju pisanoj formi komunikacije (Minářová 2011: 38).

Okolina i cjelokupna situacija u kojoj se odvija govorni čin te adresati kojima se obraćamo također utječu na stil izražavanja. Razlikujemo privatni i javni prostor te poznati i nepoznati, koji utječu na ton poruke, koji može biti službeni, poluslužbeni i neslužbeni (Minářová 2011: 34; Čechová i sur. 2008: 83). Službeni je ton karakterističan za ceremonijalne i svečane govore, na primjer političke govore, otvaranje izložbe, promocije, crkvene i vjerske govore, propovijedi i slično, dok se neslužbenim govorom većinom služi u poznatom,

¹² Kod Čechové i sur. *funkce direktivní*, str. 79.

¹³ tempo, intonacija, boja i visina glasa

¹⁴ geste i mimika

privatnom okruženju s poznatim i bliskim adresatima. Značajan je i fizički aspekt okoline, odnosno toplina prostorije, tišina ili buka, osvjetljenost i druge karakteristike mjesta u kojem se razgovor odvija, kao i udaljenost između govornika i publike (tzv. proksemika) te vrijeme razgovora. Što se tiče adresata komunikacije, koristimo različit stil kada nam je adresat poznat ili nepoznat. Ako je adresat poznat, komunikacija će biti spontanija, manje službena, u obzir će se uzeti adresatova dob, obrazovanost, karakter, znanja i interesi, dok će s nepoznatim adresatom komunikacija biti zatvorenija i službenija. Različito ćemo se izraziti i govorimo li pred velikim brojem adresata, pred samo jednim ili pak kad adresat uopće nije prisutan, odnosno kad nemamo mogućnost izravnog kontakta s njime (na primjer, kod pismenog izražavanja).

Autor jezičnog čina stvara određeni tekst na način da sukladno s različitim čimbenicima, objektivnim i subjektivnim, odabire jezična sredstva, koja najviše odgovaraju željenom cilju i funkciji poruke i na taj način stvara određeni stil teksta. Nakon što mu je dana forma poruke (usmena ili pisana), izabire jezični kod komunikacije, odnosno bira između jezičnih sredstava, koja pripadaju standardnom književnom jeziku i različitim nestandardnim oblicima određenog jezika. Taj izbor nije potpuno slobodan jer autor mora poštivati različite objektivne faktore, koji utječu na odabir jezičnog koda. Izbor je, međutim, slobodan u književnoumjetničkom¹⁵ funkcionalnom stilu.

Još je jedan objektivni čimbenik, koji utječe na stil teksta, a to je odabir teme teksta. U ranijim se češkim stilistikama tema ne navodi kao objektivni faktor „jer se stilistika shvaćala prije svega jezično, odnosno promatrala su se samo stilističke karakteristike izraza (stilska obilježnost, svrha, funkcija teksta)“ (Čechová i sur. 2008: 86). A. Jedlička prvi navodi temu kao važan faktor, koji uvjetuje stil teksta. Objašnjava da „tema može ograničiti mogućnosti stilističke tvorbe i tako na određen način zadire u područje stilistike, tj. utječe na stil“ (Jedlička 1970: 11) te da se o jednoj temi može izraziti različitim stilovima (Jedlička 1970: 11). Kasniji autori temu teksta svrstavaju u stilističke čimbenike zbog toga što shvaćaju stil kao „simbiozu jezičnih sredstava (verbalnih) i kompozicijskih, uključujući tematska, sadržajna i ostala sredstva tvorbe teksta, odnosno kompozicijskih sredstava u najširem smislu“ (Minářová 2011: 41).

Autorovo shvaćanje i obrada teme, s druge strane, pripadaju subjektivnim stilotvornim čimbenicima. Ti su čimbenici povezani sa subjektom, autorom poruke, a nazivaju se i individualni ili impersonalni faktori (Minářová 2011: 41). Različiti autori navode kao subjektivne stilotvorne faktore sljedeće (Minářová 2011: 41; Čechová i sur. 2008: 87): autorova

¹⁵ Češ. *umělecký stil*

intelektualna zrelost, sposobnost logičkog razmišljanja, dobro poznavanje jezičnog koda i njegovih normi, poznavanje teme komunikacije i autorov odnos prema temi, stupanj autorova općeg obrazovanja te njegova iskustva, njegov karakter, interesi, momentalni psihički i fizički stav, pripadnost autora određenom socijalnom okruženju i drugi. Neki autori, poput M. Jelínka (Čechová i sur. 2008: 87), ovamo svrstavaju i biološke faktore, tj. dob i spol autora te razlikuju muški i ženski stil. Stil svakog autora je jedinstven. Ovisno o subjektivnim faktorima koji na njega utječu, razlikuje se od stila nekoga drugog autora. Subjektivnost nije podjednako zastupljena u svim funkcionalnim stilovima. U jednim je prisutna u većoj mjeri, dok je u drugim gotovo nedopuštena. Autorov stil i njegovo mišljenje u najvećoj je mjeri izraženo u razgovornom, književnoumjetničkom te novinarskom stilu (posebno u njegovom analitičkom i beletrističkom žanru), a u najmanjoj u administrativnoj sferi, u kojoj pismeni urednički dopisi zahtijevaju izražavanje prema modelu te u znanstvenom stilu, gdje se zahtijeva točnost, preciznost i jednoznačnost informacija i stručnih termina. Međutim, i u spomenute sfere sve više prodiru subjektivni elementi, što se može povezati polaganim nestajanjem granice između usmenog i pismenog izražavanja (Minářová 2011: 44).

Možemo zaključiti da na stil djeluje mnogo različitih čimbenika, objektivnih i subjektivnih, od kojih uvijek neki dominiraju (najčešće je to funkcija, odnosno cilj teksta i komunikacijska situacija – mjesto i okolnosti u kojima se komunikacija odvija), a koje treba promatrati u cjelini, kako bismo percipirali pojedini stil teksta.

1.3. Podjela funkcionalnih stilova u češkom jeziku

S obzirom na već spomenute faktore koji utječu na izbor jezičnih sredstava i na slaganje cijelog teksta, stilove određenog jezika možemo podijeliti na objektivni i subjektivni, negdje nazivani i individualnim ili autorskim, odnosno stil koji ovisi o osobi autora određenog teksta, i to o njegovoj intelektualnoj zrelosti, njegovu poznavanju teme o kojoj piše ili govori, mogućnosti apstrakcije, logičkog razmišljanja, stupnju općeg i stručnog znanja te poznavanja određenog jezika i mogućnosti igre s njime, njegovoj društvenoj pripadnosti, interesima te trenutnom psihičkom i fizičkom stanju (Minářová 2011: 41). Prema pojedinim objektivnim stilotvornim faktorima, razlikujemo (Minářová 2011: 25) stil govornih i pisanih poruka, stil privatnih i javnih, tj. službenih poruka, stil pripremljenih i nepripremljenih poruka, monološke i dijaloške poruke, stil poruke s izravnim i neizravnim kontaktom s adresatom, negdje i bez kontakta s adresatom i druge. Stil jednog teksta naziva se singularni stil. Stil u kojem se jedan

stilotvorni faktor uzdiže kao najutjecajniji nazivamo simpleksni stil, dok je kompleksni stil uvjetovan većim brojem stilotvornih faktora (Minářová 2011: 24; Čechová i sur. 2008: 30). Najznačajniji objektivni faktor koji utječe na stil teksta jest funkcija određenog jezičnog čina te prema različitim funkcijama stilove dijelimo na različite funkcionalne stilove.

Osnovni su funkcionalni stilovi u češkom jeziku (Čechová i sur. 2008: 99):

1. stil svakodnevnog sporazumijevanja (češ. *styl prostěsdělovací* ili *běžnědorozumivací, hovorový styl*) - odgovara hrvatskom razgovornom stilu
2. stručni stil (češ. *odborný styl*) - odgovara hrv. znanstvenom stilu
3. administrativni stil (češ. *administrativní styl*) - odgovara hrv. administrativnom stilu
4. novinarski stil (češ. *žurnalistický styl*) - odgovara hrv. novinarskom stilu
5. umjetnički stil (češ. *umělecký styl*) - odgovara hrv. književnoumjetničkom stilu
6. retorički stil (češ. *řečnický* ili *rétorický styl*) - retorički je stil u hrvatskim stilistikama sekundaran stil

Razgovorni funkcionalni stil (češ. *styl prostěsdělovací*) vrši svoju osnovnu komunikacijsku funkciju, tj. funkciju prijenosa informacije. Koristi se u svakodnevnoj komunikaciji između sugovornika različite dobi, obrazovanja, društvene pripadnosti i slično. Jedan je od najstarijih funkcionalnih stilova. Karakterizira ga češća usmena forma komunikacije, veća sloboda u izboru jezičnih sredstava u odnosu na druge funkcionalne stilove, spontanost i nepripremljenost, neslužbena ili poluslužbena okolina u kojoj se komunikacija odvija, direktni odnos s adresatom, prelaženje monologa u dijaloge, izražena ekspresivnost i emocionalnost izražavanja te prevladavanje pripovjedačkog postupka. Jezični oblik korišten u ovome stilu je najčešće govorni oblik standardnog književnog jezika (sva jezična sredstva standardnog jezika, koja su normirana i u suprotnosti su s neutralnim ili knjiškim izrazima), iako ovdje često nailazimo i na elemente nestandardnog jezika, na primjer jezične elemente koji pripadaju općečeškom jeziku (*obecná čeština*), regionalnim govorima (interdijalektima), dijalektima ili pojedinim društvenim ili profesionalnim skupinama. Različite govorne elemente nalazimo na svim jezičnim razinama – fonološkoj (npr. zamjena neutralnih glasova *é* i *e* sa *í* i *ý* u riječima *lépe/líp*, *okénko/okýnko* i drugim), morfološkoj (npr. kod sklanjanja imenica, pridjeva i zamjenica – L jd. od *raneček* je *ranečkách* umjesto *ranečcích*, G jd. od *on* je govorno *něj* umjesto *něho* i drugo), leksičkoj (npr. govorni sinonimi neutralnih izraza kao što su *pusa/ústa*, *špás/žert*, kolokvijalizmi i slično), slovotvornoj (dodavanje sufiksa *-ák* umjesto knjiškoga *-án* kod naziva stanovnika kao što je *Videňák* umjesto *Videňán*) i sintaktičkoj (npr. upitne rečenice, koje počinju česticom *co* umjesto *proč*, eliptične rečenice, rečenice s umetnutim dijelovima, koji se žele naglasiti ili se želi dodatno objasniti značenje cijele rečenice,

različita glagolska rekcija i drugo) (Minářová 2011: 111). Karakteristična je za govorni standardni jezik i pojava univerbizacije, odnosno „proces, pri kojem prije svega u razgovornoj komunikaciji dolazi do skraćivanja izraza sastavljenih od dvije ili više riječi nastavcima –ař/ář, -ač, -ák, -ka, -ovka, -čka i drugim.“ (na primjer, *veterinář* za *veterinární lékař*, *koncentrák* za *koncentrační tábor*, *sodovka* za *sodová voda* i dr.) (Minářová 2011: 111). Obilježje razgovornog stila u češkom jeziku jest i intenzifikacija jezičnog izražavanja, odnosno korištenje jezičnih izraza s jačom ekspresivnošću i emotivnošću (npr. pridjevi *děsný*, *strašný*, *šílený* i sl.) te korištenje jezičnih sredstava koja omogućuju kontakt s adresatom (npr. korištenje 2.1.jd. i mn. imperativa za izravno obraćanje adresatu, vokativni izrazi *člověče*, *kluci*, *hoši*, *pane*, *paní* i sl.).

Znanstveni funkcionalni stil u češkom se jeziku najčešće naziva stručni (češ. *odborný styl*), a rjeđe znanstveni ili naučni stil. Njegove su osnovne funkcije prijenos informacije i obrazovna funkcija. Obilježja znanstvenog funkcionalnog stila u češkom jeziku jesu točnost i preciznost izražavanja, objektivnost u izražavanju te jednoznačnost pojmovi. Znanstvenom stilu uglavnom pripadaju monološki pisani stručni tekstovi, no ovdje nalazimo i usmene diskurse, monološke i dijaloške (različita predavanja, referati, znanstvene rasprave, diskusije), koji su većinom pripremljeni ranije u pisanom obliku. Ovaj stil nastaje u službenoj, javnoj situaciji i zahtijeva izražavanje na normiranom standardnom književnom jeziku s elementima zastarjelica i knjiških izraza. Tek u populariziranim stručnim tekstovima možemo naći profesionalizme, izraze koji pripadaju isključivo određenom zanimanju, a vrlo rijetko i sleng. Na fonološkoj i morfološkoj razini daje se prednost neutralnim ili knjižnim izrazima pred govornim. Po tome je znanstveni stil sličan ostalim funkcionalnim stilovima, osim razgovornoga. Na leksičkoj razini, u znanstvenom se stilu pojavljuju termini pojedine struke, koji su stabilni i ustaljeni, a pridonose jednoznačnosti izražavanja. Termini se često stereotipno ponavljaju kako bi se ostvarila stručnost, točnost, preciznost i jednoznačnost izražavanja. Autor pri pripremi teksta bira između terminoloških sinonima, od kojih je jedan najčešće češka riječ, a drugi univerzalna (npr. *jazykověda/lingvistika*). Za razliku od znanstvenog stila, u drugim je stilskim sferama karakteristična pojava determinologizacije, odnosno poopćavanja stručnih termina i širenje njihova značenja. Ostala leksička sredstva specifična za znanstveni stil jesu nominalizacija (umjesto glagola u punom značenju, koristi se glagol sa slabijim značenjem povezan s imenicom, koja konkretizira značenje cijele sintagme, npr. *provést analýzu* umjesto *analýzovat*), sekundarni složeni prijedlozi nastali spajanjem primarnoga prijedloga i imenice (npr. *v důsledku*, za *účelem* i dr.), česta upotreba pasiva kada je vršitelj radnje nepoznat ili nije važan za obavijest (češće se koristi tzv. opisni pasiv, a rjeđe i povratni). Sintaksa znanstvenog

stila je komplicirana, prevladavaju duge složene rečenice s nekoliko zavisnih sporednih rečenica, koje izražavaju različite posljedične, uzročne odnose glavne radnje i druge. Sintaksa je razrađena i intelektualizirana, rečenice i njihovi dijelovi su čvrsto povezani tako da je cijeli tekst kompaktan. Česte su polurečenične konstrukcije s transgresivima atributima i apozicijama. Polurečenične konstrukcije pridonose preciznosti izražavanja. Kod kompozicije stručnih tekstova poštuju se određene norme horizontalne¹⁶ i vertikalne¹⁷ podjele teksta, koje su ponekad i ustaljene. Znanstveni tekstovi moraju imati uvod, glavni dio i zaključak, dijele se na ulomke ili poglavlja te moraju poštivati koheziju teksta. Autor se često nadovezuje na ranije izrečene misli ili pak najavljuje o čemu će kasnije govoriti, referira se na druge autore i navodi njihove citate (intertekstualnost), objašnjava grafove, slike i slično. Rekli smo već da stručni stil puni više funkcija te se prema tome dijeli na četiri sekundarna stila: znanstveni ili teorijski stil (češ. *vědecký* ili *teorický styl*; u najvećoj mjeri stručan, točan, precizan i jednoznačan sekundarni stil), popularno-stručni stil (češ. *populárně odborný* ili *popularizační styl*; cilj mu je približiti stručnu problematiku javnosti koja uopće ne poznaje određenu problematiku ili je poznaje na laičkoj razini), praktični ili radni stil (češ. *praktický* ili *pracovní styl*; vrlo sličan administrativnome stilu, a to su različite upute za rad, upute za uzimanje lijeka i slično) te obrazovni stil (češ. *učební styl*; služi postupnom usvajanju određenih stručnih pojmova i informacija). Neki od osnovnih žanrova znanstvenog stila jesu: objašnjenje, stručni opis statični i dinamični, stručni referat, kritika, recenzija, rezime, anotacija i druge.

Administrativni (češ. *administrativní styl*) je stil vrlo sličan znanstvenome i dugo je bio promatran samo kao dio znanstvenog stila, a ne kao samostalni funkcionalan stil. Administrativni je stil zaista povezan sa znanstvenim, zajednička im je točnost, preciznost, navođenje konkretnih faktografskih podataka, jednoznačnost i objektivnost izražavanja (Minářová 2011: 121), međutim ovaj stil ima i neke svoje vlastite značajke. Vršiti funkciju prijenosa informacija, direktivnu i operativnu funkciju. Karakteristični za administrativni stil su ustaljeni, konvencionalni izrazi, modeli izražavanja, normiranost strukture i jezika teksta već uspostavljenim formama uredskih spisa, korištenje standardnog neutralnog jezika s knjižnim elementima te nemogućnost subjektivnosti u izražavanju. Njegova je posebnost kratko izražavanje, izražavanje u šiframa, korištenje rečenica bez predikata. Autor administrativnog stila također u velikoj mjeri koristi stručne termine ili termine iz praktične, tj. poslovne sfere

¹⁶ Horizontalna podjela teksta je linearna podjela na uvodni, srednji i zaključni dio teksta te podjela pisanog teksta na poglavlja i odlomke.

¹⁷ Vertikalna podjela teksta odražava hijerarhiju i odnos pojedinih informacija u tekstu pomoću različitih jezičnih sredstava (npr. naslovi, podnaslovi, veličina i tip pisma i dr.).

(npr. *zmocnitel, zmocněnec, nemovitost, smluvní strany, plná moc, přečin, přestupek* i dr.) kako bi povećao točnost i jednoznačnost izražavanja. Međutim, on koristi i svoju vlastitu terminologiju, povezanu s uredskim spisima (npr. *dohoda, objednávka, zásilka* i dr.). Za administrativni su stil također karakteristične nominalizacije (npr. *udělit souhlas* umjesto *souhlasit, vstoupit v platnost* i dr.) te prijedložni izrazi poput *v zájmu, se zřetelem* i sl. Neki su izrazi ili fraze ustaljeni i stereotipni, dani vrstom dokumenta i društvenim konvencijama, kao što su pozdravi, obraćanja adresatu na početku i na kraju dokumenta, rjeđe konstrukcije s glagolskim prilogom sadašnjim (npr. *očekávající Vaše rozhodnutí*) i drugi izrazi (npr. *na základě Vaši žádosti, doporučujeme ke kladnému vyřízení, obracíme se na Vás s žádostí* i sl.). Od vrsta riječi stereotipno se ponavljaju prilozi poput *obratem, urychleně, příležitostně* i pokazne zamjenice. Sintaksa administrativnog stila je suprotna, ali kompaktna i čini jednu cjelinu. Kratke rečenice bez predikata se izmjenjuju s dugim razvijenim rečenicama. Često je korištenje rečenica s imenicom u instrumentalu na početku rečenice, koja je povezana s pasivom (npr. *rozhodnutím bylo ustanoveno, dotazem bylo ověřeno* i sl.). U administrativnom je stilu ustaljena i struktura teksta, koja je dana već postojećim formularima uredskih spisa (različite molbe, pozivi, životopis i druga poslovna korespondencija), a ona se odnosi i na posebne dijelove izvan samoga teksta, kao što su naslov, odnosno tema dokumenta, adresa pošiljatelja i primatelja te stereotipna obraćanja adresantu i pozdravi.

Književnoumjetnički stil (češ. *umělecký styl*) u isto vrijeme vrši funkciju prijenosa informacija, kao i estetsku funkciju. Za ovaj su stil obje funkcije podjednako važne. Književnoumjetnički je stil drugačiji od ostalih funkcionalnih stilova jer obuhvaća ne samo ispunjenje svoje funkcije i cilja jezičnim sredstvima karakterističnim za njega, već i temom, sadržajem i cjelokupnom strukturom teksta. Književnoumjetničkim se stilom ne bavi samo jezikoslovlje, već i druge discipline, književnost, prije svega literarna teorija, poetika te estetika. Ovaj se stil dijeli na tri umjetnička žanra: poeziju, prozu i dramu, od kojih svaka ima svoja posebna obilježja, a postoje i prijelazni žanrovi (lirika u prozi, stil putopisa i dr.). Također, izrazito je subjektivan i dopušta subjektivne elemente različite kod svakog autora, zbog čega ne postoje dva stilski jednaka književnoumjetnička teksta, već je stil svakoga autora individualan, a stil jednoga konkretnog dijela singularan. Zbog toga je teško izdvojiti opća obilježja zajednička cjelokupnom književnoumjetničkom stilu. Međutim, neka od njih su: subjektivnost i emocionalnost, uključenost dojmova i osjećaja u tekst, semantička mnogoznačnost (različiti čitatelji ili slušatelji tekst mogu interpretirati na različite načine), novost u izražavanju, namjerna aktualizacija jezičnih sredstava te novost i jedinstvenost sadržaja, bogata sinonimija, korištenje jezičnih oblika svih oblika (standardnog i nestandardnog, interdijalekata, dijalekata,

argota, slenga pa i vulgarizama) s ciljem oponašanja stvarnih situacija. Jedinostvenost u izražavanju može proizlaziti iz cijelog teksta, iz teme ili sadržaja teksta, strukture teksta ili korištenjem različitih jezičnih sredstava većinom na leksičkoj razini. Ne postoje leksička i gramatička sredstva koja bi sama od sebe pridonijela novosti izražavanja, već su to postojeća sredstva, koja autor uklapa u određeno semantičko okruženje ili ih koristi na potpuno nov način. Najčešće sredstvo izražavanja su leksički poetizmi, koji mogu biti umjetnički sinonimi, „leksička sredstva koja čine tekst posebnim i koriste se isključivo u umjetničkom izražavanju“ (Minářová 2011: 136) (npr. riječ *luna* umjesto neutralnog *měsíc*, *oř* umjesto neutralnog *kuň* i dr.), zastarjelice ili knjiške riječi (npr. *hasnout* umjesto *končit*, *uzřít* umjesto *uvidět* i dr.) ili izrazi koje koristi samo određeni autor te njegove novotvorenice (npr. *pábitelé* od B. Hrabala). Autor književnoumjetničkog stila koristi i bogatu metaforiku, stilske figure (trope), odnosno slikovno izražavanje, preneseno značenje, personifikaciju¹⁸, metonimiju¹⁹, sinegdohu²⁰. Njegov je cilj aktualizirati tekst, odnosno koristiti takva jezična sredstva i na takav način, da privuku pažnju adresata zbog svoje neobičnosti (Minářová 2011: 136). Značajna je i intenzifikacija teksta, koja se uglavnom postiže metaforičnim sredstvima, ponavljanjem i sl., te nizanje sinonima. Na sintaktičkoj razini koriste se različite vrste rečenica, uključujući rečenice različite modalnosti (upitne, usklične, željne, imperativne) te sve rečenične nepravilnosti (eliptične rečenice, različite inverzije i dr.).

Retorički stil (češ. *styl řečnický/rétorický*) vrši funkciju prijenosa informacija, ali i persuazivnu funkciju, odnosno cilj ovakvih tekstova jest i utjecati na slušatelja ili čitatelja, uvjeriti ga u svoje stavove i djelovati na njega, a ne samo prenijeti mu svoja stajališta. Retorički stil može imati i estetsku funkciju. Ovome stilu pripadaju svi službeni retorički govori – politički, propagandistički, popularno-stručni, ceremonijalni, govori na slavljinama u posebnim prilikama i dr. Retorički se stil dijeli na stil stručne retorike, stil politički, pravosudni, crkveni i stil proslava i posebnih prilika (Minářová 2011: 127). Obilježja su ovog stila uglavnom usmeni govori, unaprijed pripremljeni u pisanom obliku, službena i javna komunikacija, direktan kontakt s adresatom, ali bez očekivane povratne adresatove informacije, korištenje brojne argumentacije, sugestivnost izražavanja. Za retorički su stil od izrazite važnosti subjektivni stilski čimbenici poput mogućnost i sposobnosti autora da svojim govorom postigne željeni cilj, držanje autora poruke, karakter autora, te cjelokupna situacija u kojoj se govor odvija kao

¹⁸ Stilska figura u kojoj se pojavama, stvarima ili pojmovima pridaju svojstva živih bića.

¹⁹ Stilska figura koja omogućuje da se jedan pojam zamijeni drugim bliskim pojmom.

²⁰ Retorička i pjesnička figura, te govorni i jezični postupak u kojem se užiji pojam upotrebljava umjesto širega (odn. dio za cjelinu).

objektivni stilski faktor. Na uspješnost izvedbe osim sadržaja govora, korištenih jezičnih sredstava, a kao obilježje usmene komunikacije, utječe zvukovna strana govora, ali i nejezična sredstva, mimike i geste. U govorima se koristi isključivo standardni književni jezik, s elementima govornog i knjiškog jezika, ovisno o službenosti i važnosti izvedbe. Karakteristično je za retorički stil i korištenje suprotnih jezičnih sredstava, tako da se ovdje izmjenjuju stručni izrazi s umjetničkim, stilski obojeni i neutralni izrazi te već spomenuti govorni izrazi s knjiškima. Najznačajnija jezična sredstva ovog stila jesu stilske figure, tropi²¹, tipično retoričke figure, kontaktni izrazi, intertekstualnost i druge. Česti su i frazemi bilo govorni, bilo knjiški, kojima autor unosi svoja stajališta i emocije u govor, a mogu biti sredstva sugestije. Retorički stil koristi niz tropa, kao što su metafora, metonimija, sinegdoha, personifikacija, litota²², hiperbola²³ i druge te niz stilskih figura, čiji je cilj privući ili održati pažnju adresata tijekom govora, probuditi njegovo zanimanje za rečeno ili naglasiti pojedine dijelove govora. Te su stilske figure anafora²⁴, epifora²⁵, epanastrofa²⁶, epizeugma²⁷, paralelizam²⁸, tautologija²⁹ i hijizam³⁰. Tipično retoričke figure su retoričko pitanje³¹, retorički odgovor, korekcija rečenoga, ironija³² te negiranje već negiranoga. Ovome stilu pripada sintaksa karakteristična za usmenu komunikaciju općenito, a to je slobodna rečenička konstrukcija, osamostaljivanje rečeničnih dijelova, dodavanje rečeničnih dijelova, elipsa i sl. Kontaktni izrazi su izrazi kojima oslovljavamo slušatelja (npr. *Vážení přítomní, milí hosté, dámy a pánové*). Ovdje pripada i često korištenje 1. lica množine u retoričkim govorima, kako bi se autor poistovjetio sa slušateljima i na taj im se način približio te ukazivanje na ono što će se dalje govoriti. Na taj se način održava pažnja slušatelja i budi zanimanje za ono što će u nastavku čuti. Još je jedno obilježje retoričkog stila, a to je intertekstualnost, odnosno citiranje i unošenje misli drugih autora u govor, kako bi se opravdalo mišljenje autora i dobilo na objektivnosti iskaza. Raščlamba teksta je također važan element retoričkog stila. Tekst se horizontalno dijeli na uvodni dio, sadržaj ili tijelo teksta i zaključak. Što se tiče vertikalne raščlambe, autor mora poštivati logički slijed informacija,

²¹ Češke stilistike razlikuju pojmove stilske figure i tropi, dok se kod hrvatskih autora oni poistovjećuju.

²² Stilska figura kojom se pravi izraz zamjenjuje slabijim.

²³ Stilska figura koja se sastoji u uporabi pretjeranih izraza; pretjerivanje, preuveličavanje.

²⁴ Stilska figura ponavljanja neke riječi ili istih riječi na početku više uzastopnih stihova ili rečenica.

²⁵ Ponavljanje iste riječi ili skupine riječi na kraju rečenice, odnosno stiha.

²⁶ Pjesnička figura, završne riječi jednoga stiha početne su onoga koji slijedi.

²⁷ Ponavljanje iste riječi u jednom stihu ili u jednoj rečenici.

²⁸ Jednako sintaktičko ili ritmičko ustrojstvo dviju rečenica koje slijede jedna za drugom.

²⁹ Stilska figura u kojoj se, radi isticanja, jedna za drugom nižu riječi istog ili vrlo sličnog značenja.

³⁰ Pjesnička figura u kojoj se druga polovica izraza nalazi u obratnom zrcalnom rasporedu.

³¹ Posebna uporaba upitnih rečenica, takva u koj se pitanja nižu jedan za drugim, bez očekivanog odgovora.

³² Pjesnička figura ili opće način izražavanja putem suprotnosti.

postupno nizati informacije i ne izlaziti iz teme. Kao i u administrativnom stilu, i ovdje je, iako u usmenom obliku, važan dio oslovljavanja slušatelja, poziva, predstavljanja neke osobe te pozdrava i odgovarajućeg zaključivanja govora.

2. NOVINARSKI STIL

2.1. Pojam, podjela i osnovna obilježja novinarskog stila

Novinarski stil, osim funkcije prijenosa informacija, vrši i persuazivnu funkciju, odnosno jezični iskaz novinarskog stila utječe na čitatelja ili slušatelja, uvjerava ga u stajališta autora i očekuje se da reagira na njih. Jezične iskaze novinarskog stila prenose masovni mediji (češ. *masmédia*), tj. sredstva prijenosa komunikacije namijenjena širokim masama (novine, časopisi, televizija, radio i internet).

U češkom se jeziku kod različitih autora pojavljuju različiti nazivi za novinarski stil. Najčešće se koristi četiri termina (Minářová 2011: 161): žurnalizam (*žurnalistika*), novinarstvo (*novinářství*), publicistika (*publicistika*) i izvješćivanje (*zpravodajství*), koja se negdje koriste kao sinonimi, drugdje se pak razlikuju. Žurnalistika se kod pojedinih autora (J. Bartošek, 1997., Minářová i dr.) koristi kao nadređeni pojam ostalim pojmovima, a podrazumijeva svu novinarsku djelatnost, uključujući onu koja prije svega prijenosi informacije (izvješćivanje) i onu koja uz prijenos informacija i analizira i vrednuje određeni problem (publicistika). Publicistika je u tom smislu shvaćena kao dio žurnalistike. I žurnalistici i publicistici je zajedničko što predstavljaju javnu djelatnost povezanu s komunikacijom preko masovnih medija, čiji je cilj informirati mase o aktualnim društvenim, političkim i ekonomskim događanjima i prokomentirati ih (Minářová 2011: 162). Žurnalistika se dijeli na pismenu i usmenu, s obilježjima koja odgovaraju pismenoj ili usmenoj komunikaciji općenito. Kod nekih je autora upravo pisana žurnalistika shvaćena kao žurnalistika, odnosno novinarstvo u užem smislu. Usmenu žurnalistiku nalazimo u radijskom, televizijskom prijenosu i drugim novinarskim aktivnostima usmene komunikacije. E. Minářová koristi pojam žurnalistika kao nadređeni trima vrstama novinarskog stila, a to su stil vijesti (*styl zpravodajský*), analitički publicistički stil (*publicistický styl analytický*) i beletristički publicistički stil (*publicistický styl beletristický*) (Minářová 2011: 163). U hrvatskoj se jezikoslovnoj stilistici publicistički stil dijeli na sljedeće podstilove: publicistički stil u užem smislu (odgovara češkom analitičkom

publicističkom stilu), književno-publicistički stil (odgovara češkom beletrističkom publicističkom stilu), znanstveno-popularni te memoarski podstil. Kao sekundarni stil navodi se i stil reklame, kojemu je cilj promicanje i propaganda određenog proizvoda, a koji je po svojoj persuazivnoj funkciji sličan publicističkim analitičkim tekstovima. Kod stila reklame, stilizacija teksta ovisi prije svega o autoru reklame, iako na nju utječu i razni objektivni faktori. Stil je slobodan, progresivan i dinamičan, aktualizirana jezična sredstva s vremenom postaju stereotipna da bi ih se kasnije opet aktualiziralo, konstrukcije su kratke, obično su to slogani pojedinog proizvoda ili jednostavne rečenice. Stil reklame s vremenom prerasta s kratkoga informativnog teksta bliskog oglasu u duge tekstove s izrazitom manipulacijom.

Informativni stil prije svega služi informiranju javnosti o novim i aktualnim događanjima iz političkog, ekonomskog, društvenog, sportskog te znanstvenog života zajednice. Prema tome, ova vrsta novinarskog stila vrši isključivo funkciju prijenosa informacija, koje su kratke, konkretne i objektivne, bez unosa autorova komentara ili analize određenog problema. Stil vijesti može vršiti i funkciju prijenosa informacija karakterističnih za određenu struku. Značajna obilježja ovoga stila su brzina u prijenosu informacija, koja utječe na kratkoću i zgusnutost izražavanja, zasićenost novim podacima, konkretnost i razumljivost pojmova širokim masama, izražena pojmovnost te potisnuta emocionalnost, neosobna i objektivna komunikacija s adresatom. U tekstovima ovoga stila obično se daju objektivne i konkretne informacije o tome što se dogodilo, kada i gdje, tko je to učinio, eventualno kako i zašto, bez detaljnijeg objašnjenja i analize. Koriste se prije svega neutralna jezična sredstva, standardni književni jezik te sredstva automatizacije kao što je stereotipno izražavanje prema određenom modelu, šablone, riječi koje se ponavljaju, a koje odgovaraju razdoblju, česte posuđenice te automatizacija i u sintaksi (kratke jednostavne rečenice, u kojima prevladavaju imenice, polurečenične konstrukcije, itd.). Najznačajniji žanrovi ovoga podstila jesu (Minářová 2011: 244): vijest, kratka vijest, proširena vijest, izvještaj, izjava, službena izjava za novinare, publicistički oglas, reportaža, eventualno kratki informativni referat, intervju.

Analitički publicistički stil se od stila vijesti razlikuje po tome što ne prenosi samo objektivne informacije o događajima, već i analizira, komentira i vrednuje te informacije. Na publicističke tekstove u velikoj mjeri utječu subjektivni stilotvorni faktori. Osim informativne funkcije, ovaj podstil vrši i persuazivnu funkciju, odnosno djeluje na adresata i pokušava utjecati na njegovo mišljenje. Analitički publicistički stil ne uvodi novu informaciju, već izražava stav autora prema već postojećoj ili je na novi način obrađuje. Prevladaju sredstva aktualizacije, novi i inovativni izrazi te namjerni otklon od stereotipnosti izražavanja. Veća je prisutnost slikovnog izražavanja pomoću metafore, metonimije i drugih stilskih figura, veća je

prisutnost frazema, neologizama, izmjenjuju se automatizirani izrazi s aktualiziranima kako bi se postigla veća uvjerljivost i utjecajnost na adresata. Jezik je emocionalniji i odražava mišljenje i stav autora. U ovom su podstilu prisutna i argumentacijska sredstva, odnosno autor argumentira i opravdava svoje stavove pomoću različitih podataka i činjenica, primjera, citiranja poznatih ličnosti. Analitički publicistički stil predstavlja niži stupanj manipulacije adresatom, dok se ona potpuno razvija u stilu reklama (Minářová 2011: 176). Najčešći žanrovi ovoga podstila jesu (Minářová 2011: 248): uvodnik, komentar, glosa, osvrt, novinarska recenzija i kritika, intervju, izjava, diskusija, debata, polemika, reportaža.

Beletristički publicistički stil nalazi se između novinarskog i književnoumjetničkog funkcionalnog stila. U ovom je podstilu izražena subjektivnost autora, koriste se sredstva aktualizacije, poput metafore, metonimije, epiteta i drugih stilskih figura, autorskih neologizama, alegorija i literarnih reminiscencija (Minářová 2011: 177). Izražavanje je emocionalnije i u njemu možemo slijediti individualne karakteristike autora te njegov osobni stil. Publicistički beletristički stil vrši funkciju prijenosa informacija, persuazivnu funkciju, ali i estetsku. Međutim, estetska se funkcija ovoga podstila razlikuje od estetske funkcije književnoumjetničkoga stila, a stilske figure korištene u publicistici se ponavljaju, stereotipne su i već ustaljene. Najznačajniji žanrovi ovog podstila jesu (Minářová 2011: 250): novinarski feljton, kolumna, crtica, portret i beletrizirana reportaža.

2.2. Karakteristična jezična sredstva novinarskog stila

Minářová navodi najznačajnija leksička sredstva izražavanja tipična upravo za novinarski stil (Minářová 2011: 201): slikovno izražavanje, korištenje modnih izraza i izraza povezanih s dobom, tzv. publicizama, upotreba frazema, poslovice i njihovih modifikacija te posuđenica. U novinarskom je stilu česta i intertekstualnost, odnosno unošenje drugih tekstova ili dijelova teksta u novi novinarski tekst, kontaktna sredstva, na primjer, izravno obraćanje adresatu, koje povećava utjecaj na njega, ekspresivnost i emocionalnost izražavanja te korištenje metajezika.

Slikovito izražavanje odnosi se na izraze s konotativnim značenjem, tj. njihovo značenje odražava određene emocije, afekte ili asocijacije. Izraz se prenosi u drugu semantičku okolinu, ali značenje je slično, povezano s određenom osobinom ili asocijacijom.³³ Obuhvaća cijeli niz

³³ Stilska figura, jezični izraz slikovitog, prenesenog značenja u kojem se značenje jedne riječi zamjenjuje značenjem druge.

stilskih figura poput metafore, metonimije, personifikacije, sinegdohe, epiteta, hiperbole i drugih. Slikovitim se izražavanjem postiže veća emocionalnost i ekspresivnost izražavanja, vidljivi su stavovi autora prema temi iskaza te takvo izražavanje pridonosi većoj uvjerljivosti iskaza i jače djeluje na adresata. Slikovitost izražavanja može biti aktualizirana (novostvoreni izrazi ili već postojeći izrazi u novoj semantičkoj okolini ili dijelom izmijenjeni izrazi) i automatizirana. Do automatizacije dolazi čestim ponavljanjem novih izraza, pri čemu se oni ustaljuju u jeziku i postaju stereotipni, postaju tzv. novinarski klišeji. Tako se u novinskim člancima iz 80-ih godina 20. stoljeća često susrećemo s izrazima, koji sadrže riječi *boj* ili *zápas* (Minářová 2011: 204) (npr. *zápas za udržení míra, zápas za mír a pokoj ve světě, národně osvobozenický boj, ...*). Na prijelazu tisućljeća, a s ulaskom Češke u Europsku uniju, česti su izrazi: *politika EU, závazky s EU* i drugi, ali i ovdje se susrećemo s modnim izrazom *boj* (*bojovat s negativními jevy*). Također, cijeli tekstovi mogu biti slikoviti na način da jedna slika izaziva drugu i tako nastaje proširena metafora. Slikovito izražavanje u novinama, kao i cjelokupni tekst, uvjetovano je razdobljem u kojem se piše i o kojem se piše te drugim društvenim, političkim, ekonomskim i ostalim čimbenicima. U novinarskim tekstovima zamijetit ćemo i personifikaciju (*revoluce přišla,...*), odnosno pridavanje ljudskih osobina neživim bićima, kao i sinegdohu, zamjenjivanje veće cjeline manjim pojmom, koji je predstavlja (*ID Soft se rozhodl,...*). Metaforični su i spojevi dva izraza, od kojih svaki pripada različitoj komunikacijskoj sferi (Minářová 2011: 205) (*lidské zdroje, dirigenti české politické scény, režiséři ekonomiky* i drugi). Slikovitost možemo izraziti i jednostavnim usporedbama s veznikom *kao* (češ. *jak/jako*). Često autor parafrazama frazema aludira na određene literarne, mitološke i kulturne događaje. Posebna su vrsta slikovitog izražavanja frazemi, sintagme i izreke iz crkvene sfere, koje se prenose u svjetovnu sferu. Nazivaju se biblizmi, a to su, na primjer, *obětní beránek* 'žrtveno janje' *boží soud* 'Božji sud', *pravda boží* 'Božja pravda', *strom poznání* 'stablo spoznaje' i drugi. Frazemi, izreke i poslovice motivirane nekim kulturnim, literarnim, mitološkim ili crkvenim događajem, mogu se pojaviti u tekstu bez komentara (pretpostavlja se da je u čitateljevoj općoj kulturi razumijevanje izraza) ili su unaprijed ili naknadno objašnjeni, eventualno je naveden izvor izreke. Čestu su i polovično napisani citati, frazemi ili izreke poput *Kdo z vás je bez hříchu...* 'Tko je od vas bez grijeha...'. Pretpostavlja se da će čitatelju biti razumljivi iz konteksta.

Jedno od obilježja novinarskog stila jest i česta upotreba frazema i paremija u svim jezičnim formama, od govornih, narodnih i kolokvijalnih izreka i frazema pa do onih knjiških, te različitih podrijetla. Najčešći su govorni frazemi i izreke, koji proizlaze iz naroda, koriste se prije svega u govoru u neformalnim situacijama, ali i u pismu te poluformalnoj ili formalnoj

komunikaciji u formi dijalekta, interdijalekta i općečeškoga jezika. Minářová (2011: 214) navodi neke od najčešćih frazema sa sastavnicama *být, mít, jít, dělat, udělat*, ali i drugima: *být v plusu* 'biti u plusu', *mít selský rozum* 'imati (zdrav) seoski razum', *jít ruku v ruce* 'ići ruku pod ruku', *dělat (něco) stůj co stůj* 'raditi (nešto) pošto-poto', *dívat se růžovými brýlemi* 'gledati kroz ružičaste naočale', ... Rjeđe se pojavljuju kolokvijalni frazemi i frazemi u slengu. Frazemi se dijele prema svojoj glavnoj sastavnici na imenske (obično spoj imenice i srodnog ili nesrodnog atributa, gdje imenica nosi značenje cijeloga frazema), glagolske, rečenične (cijela rečenica je frazem) i usporedbe (pomoću riječi *kao* ili *poput*). U novinarskome se stilu najčešće koriste imenski frazemi, upravo zbog ekonomičnosti, brzine i zanimljivosti izražavanja. Knjiški su frazemi-kulturološki obojeni frazemi, odnosno oni koji potječu iz literarnih djela, uključujući i frazema s religioznom tematikom iz Biblije (ovakava vrsta frazema se naziva biblizmi³⁴). Svojim sve češćim korištenjem gube na knjižnosti i postaju stilski neutralni, stereotipni frazemi. Česti su i sportski frazemi, koji se počinju koristiti i u novinskim člancima koji se ne bave sportskom tematikom. Automatizirani i stereotipni frazemi iz različitih sfera, koji su se ustalili u novinarskom stilu ili frazemi nastali upravo u novinarskom stilu, nazivaju se publicizmi. Frazemi se u novinarskom stilu pojavljuju nekomentirani (smatra se da čitatelj ima dovoljnu razinu opće kulture da prepozna što određeni frazem znači ili odakle je) ili s komentarom autora, koji može biti iz metajezika (npr. *jak se říká...* 'kako se kaže...' nakon čega slijedi frazem) ili rjeđe autor eksplicitno objašnjava značenje danoga frazema. Frazemi se u novinarskom stilu najčešće susreću u svom izmijenjenom obliku, čime se tekst aktualizira i postaje utjecajni na čitatelja. Minářová navodi četiri vrste promjene frazeološke strukture (Minářová 2011: 221): supstitucija (jedan komponent frazema se zamijeni drugim, ali bez promjene izvornog značenja cijelog spoja), supstitucija s kontaminacijom (dva frazema se križaju, odnosno spajaju se komponenti dvaju različitih frazema), transformacija (frazemi i paremije se prenose u drugi kontekst i njihovo izvorno značenje se na taj način može proširiti ili suziti) te osamostaljivanje komponenata frazema, odnosno formalna defrazeologizacija (autor koristi samo jedan od komponenata danog frazema, a pretpostavlja se razumljivost cijelog izraza).

Jezik se mijenja s razvojem društva i odražava stvarne pojave u društvu. Ovaj utjecaj na jezik je vidljiv u svim jezičnim stilovima, ali najviše u novinarskome jer se upravo ovdje i tematski piše o društvenoj i političkoj svakodnevnici. „Leksik koji se prenosi iz političke sfere u novinarstvo (izvještavanje i publicistiku) uvijek odražava političke, društvene i ekonomske stvarnosti i na njega utječu nove promjene u društvu.“ (Minářová 2011: 211) Izrazi koji se često

³⁴ Minářová 2011: 215.

koriste u novinarstvu određenog razdoblja su pomodni izrazi i u tom su razdoblju popularni i automatizirani. U razdoblju normalizacije to su izrazi poput *upevnění jistot*, *socialistická výstavba* i dr., dok se kasnije, s prelaskom na privatizaciju, počinju sve više koristiti izrazi poput *privatizace*, *podnikatel* te izrazi povezani s Europskom unijom i globalizacijom. U novinarstvu su česti i publicizmi, odnosno riječi primarno iz drugih sfera, ali koje šire svoje značenje čestim korištenjem u publicistici određenog razdoblja. Tako se često koriste izrazi *filozofie* i *politika* (npr. *filozofie letišti*, *politika podniku*), koji proširuju svoje značenje i označavaju i nečiji način razmišljanja i rada.

Posuđenice, riječi stranog podrijetla, odražavaju određeno razdoblje, ekonomske i političke prilike te tehnološki i znanstveni napredak. Odnose se na nove izraze za koje još ne postoji naziv u češkom jeziku, npr. novi tehnološki proizvodi poput *iPhone* ili novi sportovi. Posuđenice se mogu koristiti i ako već postoji češki naziv za određenu stranu riječ. Neke su posuđenice pravopisno prilagođene češkom jeziku, npr. riječ *lídr* (umjesto engleskog *leader*), dok druge imaju češke nastavke ili prefikse (npr. *westerny*, *naeditovat*), odnosno morfološki su prilagođene češkom jeziku. U novinarskim se tekstovima pojavljuju i hibridni izrazi sastavljeni od posuđenice i češke riječi (npr. *eurovolby*). U različitim razdobljima pojedine se posuđenice koriste češće i time postaju pomodne, kao što su u današnje vrijeme izrazi: *fenoméń*, *kontra*, *a la*, *být/nebýt in* (Minářová 2011: 238) te često korištenje posuđenica iz engleskog jezika.

Intertekstualnost je pojam koji označava tekst u tekstu, odnosno unošenje cijelog teksta ili njegovih elemenata u neki drugi tekst. Na taj način autor želi argumentirati novinski tekst, učiniti ga vjerodostojnijim i time jače utjecati na čitatelja i prenijeti mu svoje stavove. Intertekstualnost se pojavljuje u raznim formama: kao izjava svjedoka ili reportera u novinskim vijestima (napisana je u formi dijaloga i odijeljena navodnicima od ostatka teksta), kao citat iz nekog književnog djela ili citat poznate ličnosti, kao aluzija na raniji poznati tekst ili izjavu te kao poslovice ili izreka iz naroda, prenesena u novinski članak.

Kontaktna sredstva doprinose persuazivnoj funkciji novinarstva, njima se uspostavlja izravan kontakt s adresatom. U pisanoj komunikaciji to su imperativi za 1. i 2. lice množine, izravna obraćanja (poput *paní* i *pane*), retorička pitanja (koja najčešće susrećemo u naslovu članka, čime privlače pažnju čitatelja) te upitne, usklične i željne rečenice.

Ekspresivnost izražavanja postiže se na tri načina (Zima 1961: 9): inherentna ekspresivnost, koja se očituje iz samog izraza, tj. ekspresivnost je sadržana u značenju riječi (to su deminutivi, augmentativi te pejorativne riječi), adherentna ekspresivnost, odnosno riječi s neutralnim značenjem u određenom se kontekstu mijenjaju u izraze s izričitom ekspresivnošću, te kontekstna ekspresivnost, koja se iščitava iz konteksta. Često riječi iz nestandardnog jezika

pomažu ekspresivnosti i emocionalnosti teksta. Takvi izrazi u novinarskom stilu služe za privlačenje čitateljske pozornosti te jači utjecaj na čitatelja, kojemu se prenose autorovi stavovi i misli.

Još je jedno sredstvo karakteristično za novinarski stil, a to je metajezik, odnosno „jezik više razine nadređen prirodnome jeziku; koristi se za opisivanje bilo kojeg prirodnoga jezika, »jezik o jeziku«³⁵. Očituje se u stavljanju pojedinih izraza u navodnike. To su različiti nestandardni izrazi, izrazi koji izlaze iz jezičnih normi standardnog jezika, ekspresivni izrazi, metaforični izrazi i frazeološki obrati te intertekstualnost. Stavljanjem pojedinih riječi ili izraza u navodnike, oni se dodatno naglašavaju i aktualiziraju.

3. POVEZANOST NOVINARSKOG STILA I DRUŠTVENOPOLITIČKE SITUACIJE U ZEMLJI

3.1. Društvenopolitička situacija za vrijeme „normalizacije“ u Čehoslovačkoj

Nakon što u sile Varšavskog pakta 1968. godine nasilno ugušile pobunu poznatu pod nazivom Praško proljeće, u Čehoslovačkoj je nastupilo razdoblje „normalizacije“, ponovne represije od strane režima. To je razdoblje povratka u „normalu“, povratka komunističkom režimu s cenzurom i kontrolom javnog života, koje će trajati sve do Baršunaste revolucije 1989. godine. Za novog je tajnika Komunističke stranke Čehoslovačke (KSČ) postavljen Gustav Husák, koji je zamijenio dosadašnjega Alexandra Dubčeka. Kako bi se ponovno uspostavio komunistički režim i utjecaj komunističke stranke na narod, bilo je nužno prije svega očistiti samu stranku od onih koji su suglasili s reformama Praškoga proljeća. Stranku je napustilo više od trećine njenih članova, što je bilo oko pola milijuna ljudi (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 204). Članovi su stranku ili napustili sami ili su bili prekriženi ili izbačeni iz nje, što je značilo i gubitak posla te egzistencijalne probleme za cijele obitelji (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 204). Nakon toga je bilo potrebno očistiti stranačke i javne institucije, poput škole, znanstvenih institucija, kulture i medija. U prosincu 1970. godine Komunistička je stranka priznala dokument *Poučení z krizového vývoje ve straně a společnosti po XIII. sjezdu KSČ*, koji je „osudio postupke stranke na čelu s Alexandrom Dubčekom od siječnja 1968. do travnja 1969.“

³⁵ Hrvatski jezični portal, <http://hjp.novi-liber.hr/index.php?show=search> (pristup: 20. V. 2015.)

(Bednařík, Jirák, Kópplová 2011: 144) te postavio temeljne principe politike „normalizacije“. Tim su dokumentom reforme Praškog proljeća označene kao djelo kontrarevolucije (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 205), dok je invazija sila Varšavskog pakta bila nazivana činom internacionalne solidarnosti ili „bratskom pomoći“ (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 204). Tako je do svibnja 1971. ponovno bio učvršćen komunistički režim s potpunom kontrolom javnoga života.

Sve do druge polovice 70-tih godina ljudi su živjeli pomireni s režimom, povlačili su se u svoju privatnost, u svoje domove, pratili televizijske programe, provodili vrijeme s obitelji, a vikendima odlazili na vikendice (,1968. godine ljudi su imali oko 130 tisuća vikendica, a 1981. godine gotovo četvrtinu milijuna³⁶). Godine 1975. u Helsinkiju je, kao zaključak konferencije u kojoj je sudjelovala cijela Europa, potpisan protokol o poštivanju ljudskih prava. Dvije godine kasnije, 242 osobe različitih zanimanja potpisale su tekst *Charta 77*, koji je zahtijevao poštivanje ljudskih prava čehoslovačkog naroda, a pozivao se upravo na konferenciju u Helsinkiju. To je bilo prvo veće istupanje protiv režima, a nosilo je značajne posljedice. Potpisnici *Charte 77* podlegli su represiji, a sam dokument bio je diskreditiran propagandom u medijima. Međutim, to je probudilo zanimanje Zapada za Čehoslovačku i ojačalo veze Čeha i Slovaka u egzilu s domaćom opozicijom.

Sljedeća značajna promjena bilo je stupanje Mihaila Gorbačova na funkciju generalnog tajnika Centralnog komiteta komunističke partije 1985. godine, koje je donijelo promjene politike režima u Sovjetskom Savezu, politiku glasnosti i perestrojke³⁷, a time i veću otvorenost prema javnosti i prema svijetu. U Čehoslovačkoj su se te promjene događale nešto sporije nego u ostalim zemljama Sovjetskog bloka, ali 1987. Gustava Husáka zamijenio je Miloš Jakeš, narod je sve manje poštovao vladajući režim, a sve češće su se organizirali prosvjedi i demonstracije opozicije. U siječnju 1989. ljudi su se okupili u Pragu na Trgu sv. Václava kako bi se prisjetili 20. godišnjice smrti Jana Palacha. Taj su događaj sile režima nasilno prekinule, što je izazvalo niz demonstracija, koje su svoj vrhunac doživjele 17. studenog 1989., kada je režim konačno pao.

³⁶ Končelík, Večeřa, Orság 2010: 206.

³⁷ Promjene i reforme ekonomskog i političkog sustava SSSR-a, predložene 1979, provedene za vrijeme predsjednika M. Gorbačova (od 1985. do 1991).

3.2. Obilježja čehoslovačkog tiska u razdoblju „normalizacije“

U početku razdoblja „normalizacije“, nova je komunistička vlada tražila načine kako kontrolirati javnost i time učvrstiti svoju vlast. Najučinkovitiji je način bio putem medija, tada nazivanih „sredstva masovnog priopćavanja i propagande“³⁸, kojima je režim mogao ideološkom propagandom utjecati na mišljenje javnosti. Međutim, prvo je trebalo očistiti novinarske, televizijske i radijske agencije od osoba nelojalnih novome režimu i na čelo postaviti funkcionare KSC. Najčešće metode ovladavanja medijima bile su sankcije protiv pojedinih novinara, izdavača, urednika i glavnih urednika te ukidanje brojnih novina, koje su ranije najviše zastupale reformističke ideje Praškoga proljeća. Tako je ukinuto na desetke novina, među kojima su bili *Listy*, *Reportér*, *Zitřek*, *Studentské listy*, *My 69*, *Dějiny a současnost*, *Plamen*, *Analogon*, *Tvař*. Statistički podaci o tome koliko je novinskih naslova ukinuto u razdoblju od 1968. do 1971. godine se razlikuju, ali brojke se kreću između 156 i 177 novina (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 327). Režim je umjesto tradicionalne cenzure u medijima počeo primjenjivati autocenzuru, koja je bila mnogo učinkovitija. Urednici, izdavači i glavni urednici nosili su odgovornost za sadržaj, koji će se objaviti u medijima, dok je ranije objavljeni sadržaj kontrolirao samo cenzor, koji je snosio cijelu odgovornost. Sankcije za objavljeni neprimjereni sadržaj bili su manja utjecajnost u redakciji ili, češće, gubitak posla (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 327). Češka agencija za tisak i informacije³⁹ i Slovačka agencija za tisak i informacije⁴⁰ bile su organizacije KSC, koje su kontrolirale nacionalne medije, odlučivale o registraciji novina, distribuciji tiska, uvozu inozemnih novina te su ocjenjivale odgovara li sadržaj glavnih državnih novina i časopisa, radijskih i televizijskih emisija zahtjevima ÚV KSC-a. Početkom 80-tih godina tu je zadaću dobila Federalna agencija za tisak i informacije⁴¹, dok su prijašnje organizacije bile zadužene za lokalne i regionalne medije. FÚTI je redovito analizirao sadržaj pojedinih novina i izražavao svoje zahtjeve i primjedbe glavnim urednicima u novinarskim redakcijama. Posljedice za nepodoban sadržaj mogle su biti gubitak radnog mjesta i općenito kraj novinarske karijere pojedinih glavnih urednika. Zbog toga su glavni urednici prilikom organiziranja sadržaja u novinama pazili da u svojim člancima udovoljavaju zahtjevima režima. Na taj se način uspostavio sistem autocenzure, kojim je KSC jednostavnije nego ranije kontrolirala medijski sadržaj.

³⁸ Češ. *prostředky masové informace a propagandy*

³⁹ *Český úřad pro tisk a informace* (ČÚTI)

⁴⁰ *Slovenský úrad pre tlač a informácie* (SÚTI)

⁴¹ *Federální úřad pro tisk a informace* (FÚTI)

Komunistička je stranka ovladala i Savezom čehoslovačkih novinara⁴² (organizacija koja je osnovana 1972. godine, a u kojoj su bili samo novinari poslušni režimu) te je na taj način imala pod kontrolom cjelokupnost medija i njihovo kretanje. Čehoslovačka agencija za tisak⁴³ bila je odgovorna za vijesti i informacije u novinama i surađivala je s 62 inozemne agencije. Isključivo je ČTK imala pravo objavljivati vijesti inozemnih agencija na području Čehoslovačke. Godine 1977. uspostavljena je i organizacija *Orbis*, čiji je zadatak bio propagiranje Čehoslovačke u inozemstvu i širenje domaće ideologije kroz objavljivane časopise, knjige i propagandni materijal.

Nova vlada nije samo ukinula stare novine, već su se pojavili i novi naslovi, koji su služili „normalizacijskoj“ komunističkoj vlasti i ispunjavali njezine ciljeve. Tako su se pojavili tjednici *Týdeník Aktualit*, koji je izvještavao o političkom, gospodarskom i kulturnom životu u SSSR-u, *Tribuna*, koji je prenosio politička događanja u zemlji te više kulturno orijentirani tjednik *Tvorba* te časopisi za mlade poput *Pionýrská stezka*, *Sedmička pionýrů* ili *Zápisník mladých*. Glavne državne novine, vođene od strane ÚV KSČ, bile su upravo *Rudé právo*, koje je objavljivalo dokumente i zakone vezane za novo vođenje medija te kasnije i propagandističke tekstove protiv potpisnika Charte 77.

Došlo je i do promjene u strukturi medija i novinarskim redakcijama. Kako bi komunistička stranka osigurala lojalnost i ideološku pristranost novinarskih djelatnika, novine *Rudé právo* objavile su 1969. godine manifest „Slovo do vlastních rad“, u kojem se izražavala potpora novom vodstvu KSČ, kritizirale reformne djelatnosti Saveza čeških novinara i medija iz 1968. godine te zahtijevale čistke u medijima od zaposlenika, koji su djelovali u vrijeme Praškog proljeća. Ovim su se dokumentom polako čistile novinarske redakcije, pojedini glavni urednici bili su otpušteni, novinari su prolazili ispitivanja od strane KSČ, čija je posljedica bilo izbacivanje iz stranke i radnog mjesta te nemogućnost ponovnog zapošljavanja u novinarstvu. Velika se pažnja posvetila i obrazovanju budućih novinara u duhu „normalizacijskog socijalizma“. Pokrenuti su različiti tečajevi i programi za mlade novinare te je već postojeći Fakultet socijalnih znanosti i publicistike, promijenjen u Fakultet novinarstva, pod kojim je bio i Zavod za teoriju i praksu žurnalistike⁴⁴, čija je zadaća bila odgoj mladih novinara prema socijalističkoj ideologiji i istraživanja na području novinarstva.

Članci u razdoblju „normalizacije“ trebali su pridonositi slici mirnog, sretnog, funkcionalnog i savršenog socijalističkog društva, no čitateljstvo je našlo načine da odoli

⁴² *Svaz československých žurnalistů*

⁴³ *Československá tisková agentura (ČTK)*

⁴⁴ Češ. *Ústav teorie a praxe žurnalistiky*

ideološkim porukama i kroz tzv. „čitanje među recima“ prepozna pravu situaciju u društvu. Također se pratilo više novina paralelno kako bi se došlo do točnih informacija ili se nabavljao ilegalni češki ili strani tisak. Novine su u razdoblju „normalizacije“ sadržavale suhoparne članke, u kojima su se nizali različiti podaci. Međutim, mediji su se općenito trudili objavljivati i zabavan sadržaj, kojim bi čitateljstvo⁴⁵ ispunilo svoje slobodno vrijeme. Zabavni su sadržaj uspješno spajali sa socijalističkom ideologijom i propagandom. Idealne novine trebale su sadržavati propagandističke žanrove, određenu mjeru kontrapropagande prema opoziciji režima i zapadnim medijima, članci su trebali sadržavati obilnu argumentaciju, kojom bi čitateljstvo uvjerali u ispravnost informacija te veliku pažnju posvetiti faktografskim podacima, zbog čega su bili monotoni.

Uz službeni državni tisak pod kontrolom KSČ-a, paralelno je postojao i tisak izdavan u samizdatima⁴⁶, poput mjesečnika *Lidové noviny* pokrenutog 1987. godine i različitih časopisa iz područja politike, gospodarstva, kulture ili sporta, koji su promovirali više demokratski program (*Alternativa, Sport, Revolver Revue* i dr.) te tisak nastao u egzilu, koji je bio ilegalno uvožen u Čehoslovačku (*České slovo, Demokracie v exilu, Novina, Proměna* ili časopis Pavla Tigrida *Svědectví*, izdavan u Parizu).

Od sredine 80-tih godina, pod utjecajem situacije u SSSR-u i Gorbačovljeve politike glasnosti, odnosno veće otvorenosti prema javnosti, počela se mijenjati i situacija u medijima. Novinarske organizacije ČÚTI i SÚTI ukinute su 1988. godine, a problem medija pripao je pod Ministarstvo kulture.

3.3. Društvenopolitička situacija u Češkoj Republici nakon 1989. godine

Mjesec dana nakon Baršunaste revolucije i pada komunističkog režima u Čehoslovačkoj osnovana je nova vlada, naziv zemlje promijenjen je u Čehoslovačka Federativna Republika (ČSFR), a za predsjednika novonastale republike izabran je Václav Havel, dotadašnji predstavnik organizacije Občanské fórum, koja je najviše doprinijela smjeni režima. Počelo je vrijeme ekonomskih, društvenih i političkih promjena u Čehoslovačkoj (Bednařík, Jiráček, Kópplová 2011: 361), uključujući i znatne promjene u masovnim medijima, kao važnim sredstvima komunikacije i prijenosa informacija u zemlji. Zemlja je s centralnog planskog

⁴⁵ Odnosno slušateljstvo, gledateljstvo u drugih medija.

⁴⁶ Privatno legalno ili tajno izdavanje ili izdanje knjiga i drugih pisanih tekstova koji nisu odgovarali službenoj politici u SSSR-u (ob. iz disidentskih krugova).

gospodarstva prešla na liberalno, a jedan od prvih zadataka bio je privatizacija državnih firmi. Ta je promjena zahvatila i strukturu medija, pogotovo tiska, na način da su novinarske agencije, koje su dotad bile u vlasništvu države, polako počeli voditi privatnici. Češka industrija bila je prije svega orijentirana na uslužni sektor te automobilsku industriju, te se pojavio sve veći broj stranih vlasnika, prije svega Nijemaca, koji su kupovali češke firme i ulagali u njihov razvitak. U političkom se smislu država počela približavati demokratskom modelu, po uzoru na Zapad. Prvi slobodni parlamentarni izbori održani su 1990. godine, biralo se između već postojećih političkih stranaka (Komunistička stranka Čehoslovačke), ponovno uspostavljenih stranaka, čije je djelovanje za vrijeme komunističkog režima bilo zabranjeno (Čehoslovačka socijaldemokratska stranka) te novih političkih stranaka (na primjer, Građanski forum⁴⁷ se promijenio u Građansku demokratsku stranku⁴⁸, koja je i pobijedila na izborima 1992. godine). Još jedno obilježje u novoj čehoslovačkoj politici bilo je tzv. „pomirenje s prošlosti“⁴⁹ (Bednařík, Jiráček, Kópplová 2011: 362), odnosno, zabrana obnašanja visokih državnih funkcija osobama koje su u prošlosti surađivale s režimom.

Dana 1.1.1993. godine Čehoslovačka se razdijelila na Češku i Slovačku Republiku, s vlastitim ustavima i s Václavom Havelom na čelu samostalne Češke Republike. Češka Republika postala je članica Ujedinjenih naroda, a kasnije i NATO saveza⁵⁰ te Europske unije⁵¹. Iste godine u češkoj su politici počele različite afere među političarima, porasla je korupcija, a smanjila se vjerodostojnost političara, što će se nastaviti i idućih godina u sve većoj mjeri.

3.4. Obilježja češkog tiska nakon 1989. godine

Nakon 1989. godine, struktura medija je prošla kroz značajne promjene, uostalom kao i cijela Čehoslovačka. Promijenio se pravni i ekonomski kontekst djelovanja medija, tehnički uvjeti u kojima se radilo, izgled i sadržaj novina, časopisa, radijskih i televizijskih programa, kao i struktura i organizacija posla unutar samih novinarskih organizacija i izdavačkih kuća.

Još je 1989. godine, prije promjene režima, korištenje medija u političke i ideološke svrhe počelo slabjeti, sve je manje novinara poštivalo naredbe Centralnog komiteta Komunističke partije Čehoslovačke, da bi se nakon 17. studenog pojavio zahtjev za odvajanjem

⁴⁷ *Občanské forum*

⁴⁸ *Občanská demokatická strana* (ODS)

⁴⁹ *Češ. vyrovnání s minulostí*

⁵⁰ 1999. godine

⁵¹ 2004. godine

medija od države te za njihovo samostalno i slobodno djelovanje. Jedan je od zahtjeva građana također bio prenošenje točnih informacija o demonstracijama u danima nakon 17. studenog, a ne o zataškavanju i manipuliranju informacijama od strane državne vlasti. Tisak je počeo prenositi stvarne podatke o demonstracijama (to su među prvima učinile novine *Mladá fronta* i *Svobodné slovo*), a slijedili su ga i elektronički mediji, radio i televizija. „Dolazak liberalnodemokratskog režima s trgovačkim odnosima, dominacijom privatnog vlasništva i neoliberalnih vrijednosti značio je prelazak s autoritativnog modela upravljanja medijima, koju su služili, prije svega, širenju socijalističke ideologije i propagande na sistem sa slobodom izražavanja u medijima, koji su devedesetih godina sadržavali diskusije o različitim problemima društva, a kasnije su počeli pružati čitateljima prvenstveno razonodu i zabavu.“ (Bednařík, Jiráček, Kópplová 2011: 368) Taj se trend nastavlja i danas. Jedna od značajnih pojava nakon 1989. godine jest komercijalizacija medija, odnosno sve češća zastupljenost reklame, kako u tisku, gdje su reklame počele zauzimati i cijele stranice novina, tako i na radiju i televiziji. Prema *Dějiny čes.médií* „naklade za reklamu porasle su sa 3 milijuna kruna 1990. godine na preko 9 milijardi 1996. godine te čak na skoro 30 milijardi 2008. godine“ (Bednařík, Jiráček, Kópplová 2011: 368). Vijesti u medijima sve su više postajale trivijalne, odnosno težilo se „tabloidizaciji“⁵² medija, a sve u svrhu zabave čitatelja, a time i veću čitanost i potrošnju medija. Skandali i afere su ono što prodaje novine, a čitateljstvo će također prije odabrati negativne i neobične vijesti nego pozitivne. Zbog toga rubrike poput crne kronike postaju sve opširnije.

Javlja se i nova vrsta vijesti, tzv. istraživačko novinarstvo, koje istražuje afere osoba koje su obično na visokim položajima u društvu, traga za skrivenim podacima, koji mogu dovesti do uništenja nečije karijere. Najpoznatiji primjer investigativnog novinarstva jest američka afera Watergate iz 1972. godine, koja je dovela do odlaska američkog predsjednika Nixona s dužnosti. U češkim je medijima takva vrsta vijesti prisutna od 1994. godine.

Razvitkom novih tehnologija, digitalnih medija, pogotovo Interneta, s prijelazom u novo tisućljeće novine u tiskanom obliku polako gube svoje čitateljstvo, a sve su posjećeniji internetski portali pojedinih novina, na kojima ljudi mogu brzo i praktično doći do vijesti koja ih zanima. *Mladá fronta DNES* je, na primjer, otvorila svoj internetski portal još 1998. godine. Novine u tiskanom obliku pak od 2001. godine prelaze na tisak u boji.

⁵² Tendencija u novinarstvu prema senzacionalnim, jednostavnijim i neprovjerenim sadržajem.

4. ANALIZA LEKSIKA NA PRIMJERU DVOJIH NOVINA IZ 1984. I 2000. GODINE

4.1. Odabir korpusa za analizu

Analizirala sam 80 članaka, koji pripadaju različitim novinarskim žanrovima, iz nekoliko brojeva dvojnih novina češkoga dnevnog tiska - *Rudé právo* (od 1995. godine *Právo*) i *Mladá fronta* (od 1990. godine *Mladá fronta DNES*) u dva vremenska razdoblja – 1984. i 2000. godine. U njima sam analizirala prije svega leksik. Cilj je ovoga rada pokazati utjecaj razdoblja, pogotovo političke, društvene i ekonomske situacije specifične za određeno razdoblje na izbor i korištenje pojedinih leksičkih izraza. U analizi su zastupljeni svi novinarski podstilovi, odnosno stil vijesti, publicistički analitički stil i publicistički beletristički stil. Članci su dužine od 25 riječi do 1450 riječi i pripadaju različitim novinskim rubrikama: vijesti iz zemlje, vijesti iz svijeta, kultura, sport, ekonomija, publicistika. Analizirala sam i četiri reklame i nekoliko članaka iz novinskih priloga spomenutog tiska, koji se odnose na stil, računalu i tehnologiju, kulturu i druga područja.

4.2. Analiza leksika u nekoliko članaka iz novina *Rudé právo* i *Mladá fronta* iz 1984. i 2000. godine

Jezik se mijenja s razvojem društva i odražava stvarne društvene pojave. Taj utjecaj društva na jezik je vidljiv u svim funkcionalnim stilovima, ali najviše upravo u novinarskom stilu, koji i tematski obrađuje društvena i politička zbivanja. „Nove riječi prenesene iz politike u novinarstvo (vijesti i publicistiku općenito) odražavaju političku, društvenu i ekonomsku stvarnost i uvijek su ovisne o novim društvenim promjenama.“ (Minářová 2011: 211)

4.2.1. Sadržajne karakteristike tiska iz 1984. i 2000. godine

Izrazi iz političke sfere

Jednako kao što su u razdoblju socijalizma i „normalizacije“ prisutne riječi koje označavaju socijalističke saveze, organizacije, politička zasjedanja i cjelokupni tadašnji

politički život sa svojim specifičnostima (*svaz, svazák, závod*, kratice koje označavaju političke partije, stranke i pokrete – *ÚV KSČ, ROH* i dr.), na prijelomu tisućljeća nailazimo na brojne riječi i izraze povezane s Europskom unijom, problemima njene organizacije i postupcima za ulaz novih članova (među njima i Češke Republike) u uniju. U brojnim člancima nailazimo na izraze: *Evropská unie, europoslanci, úřad EU, vstup do Evropské unie, rozšíření Evropské unie, kandidátské státy, členství, nové členy, nastoupený kurs, EU, instituce EU, vstupní rozhovor, smlouvy o přistoupení, uchazeč, předsednická země patnáctky, vnitřní reformy Unie, přijetí nových členů, reorganizace EU, začlenění nových zemí, vstup/přistupovat, Evropané, společná evropská měna/euro, usilovat o vstup, termín vstupu.*

Još je jedna tema o kojoj se često piše u člancima iz 2000. godine, a to je tema globalizacije. Susrećemo izraze poput *globalizace, globalizace ekonomiky a práce, ekonomický život, ekonomická a sociální nerovnováha, pro „globalizování solidarity, ...*

Prelaskom na višestranački politički sustav, u kojemu su dozvoljeni slobodni izbori, pojavljuju se mnogo riječi, koje označavaju tu stvarnost, koja nije bila prisutna u vrijeme socijalizma: *volby, voliči, zvolit, hlasování, parlament, koalice, opozice, mandát, vypsání předčasných voleb, volby, sněmovna, volební období, vypsání plebiscitu, petiční akce, senátní volební kampaň, adepty na senátorské křeslo, politické sympatie, druhé kolo voleb, hlasy, volební expert, kandidovat, favorit.*

Nakon ukidanja cenzure tiska i informacija 1990. godine, sve popularnija postaju ispitivanja javnog mišljenja, čiji se rezultati objavljuju u tisku kao statistički podaci, čiji je cilj argumentacija rečenoga i veća objektivnost članaka. Često se u vijestima susrećemo s izrazima, koji se referiraju na različita istraživanja: *vyplynulo to z výsledku průzkumu veřejného mínění, podle některých průzkumů, průzkumy veřejného mínění naznačovaly, ...*

Izrazi iz ekonomske i gospodarske sfere

Novinarski tekstovi odražavaju i ekonomsku situaciju razdoblja. U razdoblju „normalizacije“, 80-ih godina 20. stoljeća, to je značilo prije svega usmjerenost na zemljodjelstvo, tešku industriju i proizvodnju u tvornicama. U novinama iz 1984. godine česti su članci o radovima na polju, o proizvodnji u tvornicama, o novom tehnološkom napretku. U tekstovima se može vidjeti mnogo riječi o radu na polju: *sklizeň obilí, výsev, obilovina, ozim(ní pšenice), letošní úroda, agrotechnická lhůta, žně, olejnina, podzimní osev, kombajn, traktor, úklid slámy, sklizená plocha plodin, předseťová orba, siláž, cukrovka (cukrová řepa), ozimá*

řepka, okopanina, střídání pozemků, sklízecí rezačky, sběr a konzervace krmiv, hospodářský rok, ...

S privatizacijom, prelaskom iz poduzeća u vlasništvu države na privatno poduzetništvo i konkurentskom ekonomijom tržišta, u člancima iz 2000. godine pojavljuje se i mnogo novih izraza koji označavaju te pojave: *velkoodběratelé, střední odběratelé, maloodběratelé, konkurenční prostředí, spotřebitelé, zákazník/klientela, distribuční síť, zdražovat/zlevnit, cizí kapitál, malé nezávislé firmičky/mocnější firmy, privatizace, ...* Otvorenošću češkog gospodarstva prema kapitalističkom sustavu, sve više nailazimo na vijesti iz financijskog područja. U novinama su cijele rubrike koje pružaju savjete o tome kako upravljati obiteljskim financijama ili informiraju o promjenama na burzi. U tim su rubrikama česti izrazi: *dolár, kapitál, protiinflační opatření, inflace, výdaj, investovat, peníze, spotřebovat, náklady na, financovat, suma, DPH, daň z nákupu zboží, finanční trh, profit, profitovat, zisk* i drugi. U članku „Banku a lékaře vybírejte obezřetně“ (Právo, 3. II. 2000) se, na primjer, pruža detaljan prikaz ponuda i uvjeta različitih českých banaka. Autor savjetuje narod, koristeći bankovne izraze: *vklad, založení osobního konta, bankovní divize IPB, poště, sporožirový účet, povinný minimální zůstatek na účtě, bezhotovostní platba, A-konto, B-konto, úroky, sazba za vedení účtu* te miješajući izraze i konstrukcije iz područja prava (*na výši vložené částky závisí úroková sazba, zůstatky úročí podle výše vkladu v rozmezí od 0.5 procenta do 2 procent, výnosy z úroků jsou zdaněny*) s vlastitim mišljenjem (*to přijde pěkně draho*), čime tekst postaje više publicistički i približava stručne pojmove običnom puku.

Tehnološki i znanstveni napredak

U tekstovima iz 1984. godine koji opisuju tehnološki ili znanstveni napredak, nailazimo na izraze: *jednodeskový mikropočítač, výpočetní středisko, aplikační pracoviště, hlubinná pec, mikroprocesorová technika, optimalizovat spalování uhlí v rotační peci, automatizovaný systém řízení, elektronické zařízení, počítačové programy, inženýr, programování, mikroelektronika, snímač děrné pásky, programátor paměti, elektronický průmysl*. Nakon što je krajem 50-tih godina počela „svemirska utrka“ između tadašnjih velikih svjetskih sila, SAD-a i SSSR-a, u razdoblju normalizacije i u češkom se tisku često pojavljuju vijesti o istraživanjima u svemiru, ispitivanju elektronskih čestica iz različitih aspekata, europskom simpoziju održanom na tu temu i dr. Spominju se izrazi: *kosmické záření, výzkum kosmických elektronických čestic, kosmonaut, paluba vědeckovýzkumného komplexu, pobyt ve vesmíru, zemská atmosféra,*

výzkumná stanice i nazivi sovjetskih svemirskih stanica, satelita i brodova poput *Saljut 7*, *Sojuz T 11*, *Progress 22*.

U usporedbi s člancima iz 2000. godine, tehnološki i znanstveni napredak opisuju potpuno različiti izrazi, upravo zbog toga što se opisuju i druge tehnološke novine, na primjer, sve prisutniji Internet i izrazi povezani s njime: *Internet*, *lokální síť*, *uživatel internetu*, *kyberprostor*, *internetové stránky*, *internetová populace*, *web*, *síť*, *internetová veřejnost*, ili novim mogućnostima mobilnih telefona: *databáze*, *displej*, *prohlížeč WAPových stránek*, *nová technologie WAP (Wireless Application Protocol)*. Leksemi koji označavaju modernu tehnologiju često su strane riječi, najčešće anglicizmi, što možemo vidjeti u recenziji računalne igrice, objavljene u *Právu* u ožujku 2000.: *multiplayer/singleplayer mód*, *deathmatch*, *team deathmatch*, *levely*, *hardcore obtížnost*, *nightmare*, *grafický engine*. Pojedine izraze čini jedna engleska riječ, dok su drugi sintagme engleske i češke riječi ili engleski izrazi s češkim nastavcima (*levely*). Česti su izrazi povezani s tehnološkim napretkom, a koji se odnose na biološku sferu: *geneticky změněné živočichy*, *technické pokusy*, *klonovat*, *genetické výzkum*, *genetické vyšetření*, *geneticky upravené plodiny a zvířata*, *genetické inženýrství*, u tekstovima obično s negativnim prizvukom.

Crna kronika

Kako P. Vernel navodi u djelu „Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989.“, javnost prije svega zanima zabava, tabloidi ili nevažne, ali skandalozne vijesti iz ozbiljnih novina. „Ispred informiranja o pozitivnim događanjima se stavljaju katastrofe, ubojstva prije ozdravljenja.“ (Vernel 2010: 143) To je razlog zbog kojega su u novinama iz 2000. godine u daleko većoj mjeri zastupljene vijesti iz crne kronike, koja je i samostalna rubrika u novinama. U razdoblju „normalizacije“ prevladavaju pozitivne vijesti, kojima se u duhu manipulacije vladajuće stranke opisuje stvarnost i stvara iluzija sretnoga društva s minimalno problema (vijesti iz crne kronike pojavljuju se i u tisku iz 1984. godine, ali nisu tako brojne). Vijesti iz crne kronike iz 1984. godine su obično kraće i sadrže, prije svega, neutralne, pravne izraze: *jednou/tříkrát soudně trestaný muž*, *vloupání*, *vyšetřování*, *odcizené zboží*, *škoda činí 26 000 korun*, dok crna kronika kasnijeg razdoblja sadrži više riječi negativnog prizvuka i detaljnije opise događaja: *surově zbili*, *zaútočili*, *fyzicky napadli*, *útočník*, *zranění*, *výtržnictví*, *ublížení na zdraví*. Česta je tema na prijelomu tisućljeća i problemima s drogom, pojava narkomafije i trgovine s drogom, o kojima se otvorenije piše. U tisku se pojavljuje niz izraza koje opisuju pojave

vezane uz tu temu: *narkomafie, boj proti obchodu s drogami, protinarkotické jednotky, narkomafián, pašerák, pašovat, obchod s heroinem, ...* Ni u novinama iz 1984. godine nisu izostavljene vijesti o opijatima, koji se krijumčare u zapadnom kapitalističkom svijetu. Takve priče mladih, koji se prepuštaju drogama na zapadu služe da bi se na negativnom primjeru ukazalo na vrline socijalističkog društva, gdje je „nezaposlenost manja, a obiteljski život miran i pristojan“⁵³. U članku nailazimo na preuveličane negativne izraze: *tato otrěsná fakta, neutěšená situace, chorobný návyk*, kako bi se istaknula demoralizacija zapadnog društva.

Tabloidizacija

Novine ni nakon pada socijalizma u Čehoslovačkoj nisu u potpunosti oslobođene manipulacijskih djelatnosti. Pojavljuje se druga vrsta manipulacije informacijama i to na tri načina (Vernel 2010: 142): manipulacija kojoj je cilj promjena adresatova stava, zabavno oslikavanje stvarnosti (žuti tisak) i greške zbog autorova nedostatka obrazovanosti ili iz objektivnih razloga, poput namjernog udaljavanja od izvora informacija.

Vijesti u medijima nakon pada socijalizma i u kasnijem razdoblju postaju sve više trivijalne, prevladava želja za tabloidizacijom medija, kojoj je cilj čitateljima pružiti zabavu, a time i osigurati veće zanimanje i korištenje medija. Ljude zanima privatni život njihovih omiljenih slavnih osoba (u člancima se često navodi engleski naziv *celebrity*), novine čitaju u svoje slobodno vrijeme i to najviše kako bi se zabavili. Upravo zbog toga ih privlače neobični, skandalozni naslovi članaka i članci koji zadiru u intimu poznatih ljudi. Naslovi članaka „Charlesova přítelkyně nebyla pozvána na královskou party“, „Tisk: Madonna a Ritchie jsou blízko rozchodu“ (*Právo*, 2. V. 2000) ili „Kondom s vodou zničil škodovku“ (*Právo*, 24. III. 2000), „Celebrity odmítají zaměstnávat chůvu“ (*Právo*, 6. III. 2000, modni prilog) primjerem su sve češće tabloidizacije medija i pojave skandala u tisku. U takvim vijestima većinom susrećemo izraze izvorno iz engleskog jezika: *topmodelka, moderátorka, avantýra, party, sitkom*. Izražavanje prema modelu u žutom tisku vidljivo je i kod izraza: *objevily se spekulace*, koje su obično *důrazně popřené* ili *potvrzené* od strane osobe o kojoj se u članku piše.

U novinskim se člancima otvorenije piše o erotici i seksualnom životu osoba. Upravo je intimni život više ili manje slavnih osoba i, prije svega, skandali povezani s njime to što zanima čitateljstvo. Kao primjer možemo navesti članak „Okno do ložnice“ (*Mladá fronta DNES*, 19.

⁵³ „Chorobný návyk v Británii“, *Rudé právo*, 21. VIII. 1984.

VIII. 2000). Članak je negativna recenzija knjige, koja objavljuje koje su sve svjetski poznate povijesne ličnosti bile homoseksualci.

Također se slobodnije može pisati i o bolestima koje su posljedica neodgovornoga seksualnog života, poput AIDS-a, koje su dosad bile sakrivene jer ne bi odgovarale slici savršenoga socijalističkog društva.

Novinarstvo koje istražuje skandale pojavilo se 1972. godine u Americi, kada je tzv. Watergate afera prouzročila Nixonov odlazak s dužnosti američkog predsjednika. Takav novi žanr, koji traga za sakrivenim i privatnim informacijama, naziva se istraživačko novinarstvo. „Tema investigativnog novinarstva je nešto što za čitatelja ili gledatelja ima veliki značaj, a trebalo je biti javnosti zataškano u interesu neke skupine, koja bi time profitirala“ (Vernel 2010: 111) U češkim medijima je prisutno od 1994. godine, a odnosi se na različite afere osoba na visokim državnim pozicijama, na primjer, pranje novca. Primjer takvog žanra nalazimo u članku iz inozemstva, „*Nejbohatší Slováci mizí před spravedlností do exilu*“ (Mladá fronta DNES, 5. VIII. 2000), koji piše o poznatim slovačkim poduzetnicima i privatnicima, koji su okrivljeni zbog varanja države, a pobjegli su u zapadnu Europu. Česti su izrazi spojeni s temom članka: *tunelování, praní špinavých peněz, „velkoprivatizér“, skandál, mafiánský, osobní majetek se zesateronásobil, akcie podniku, ...*

4.2.2. Formalne karakteristike tiska iz 1984. i 2000. godine

Pomodni i automatizirani izrazi

Jedno od obilježja novinarskog stila jest pojava riječi karakterističnih za pojedino razdoblje, odnosno leksika, koji označava političke, društvene, ekonomske i druge pojave određenoga razdoblja. Te su riječi obično stereotipne i ponavljaju se. Minářová ih karakterizira kao „pomodne izraze“ (Minářová 2011: 209). U razdoblju „socijalističke izgradnje zemlje“ i „normalizacije“ česte su riječi koje označavaju pojave tipične za socijalističko društvo: *svaz, svazák, soudruh, dělníci, závod, štafeta, pionýři, pětiletka, družstevní byt, spartakiáda* i druge.

Česti su i izrazi s riječi *boj* ili *zápas*, na primjer, *zápas za mír, zápas dělnické třídy za politická a sociální práva*, koji se objavljuju i u novinarstvu na prijelomu tisućljeća, ali odnose se na potpuno druge pojave: *bojovat s negativními jevy* (u kontekstu nezaposlenosti), *boj proti obchodu s drogami, boj s konkurenční firmou*. U oba su razdoblja prisutne i druge riječi iz

vojničke sfere prenesene u novinarski stil: *armády nemajetných lidí* (u značenju množstvi), *jednou ze zbraní konkurenční války jsou ceny, soupeř* (u značenju konkurentske firme).

Bartošek u svom članku (Bartošek 1997: 56) govori o modernom novinarstvu, u kojemu se intenzitet informacija i veći utjecaj na čitatelja postižu na sljedeći način: apelima na ljubav (prema domovini, rodnom kraju, roditeljima, djeci), na čast (ističući ljudske obaveze, slobodu, ljudska prava, život, dobrotu) te na emocije i instinkte (mir, sreća, radost, ponos u suprotnosti sa prevarom, izdajom, strahom, gađenjem, otpornošću i drugima). Upravo su tu metodu iskoristile komunističke vlasti u razdoblju „normalizacije“ kako bi manipulirale čitateljstvom i nastojale ga uvjeriti u ispravnost političkog vođenja države. U vijestima nailazimo na simboličke vrijednosti karakteristične za tadašnji vladajući socijalizam: *jednota, mír/pokoj, pokrok/společenský rozvoj, svoboda/osvobození, spravedlivost, bratrství, přátelství, soudružství, spojenectví, solidarita, naděje, poctivost, čestnost, štěstí, optimismus, odvaha, víra v budoucnost*. To su automatizirani izrazi, koji se susreću u gotovo svakom članku. U jeziku totalitarizma, izrazi su uvijek ili pozitivno ili negativno obojani. Tako su spomenute pozitivne vrijednosti vrlo često stavljane u suprotnost s negativnim vrijednostima zapadnog svijeta, što je najočitiije u članku iz 1984. godine „Jistoty naši cesty“ (*Rudé právo*, 21. VIII. 1984), gdje se gore navedene vrijednosti stavljaju na suprotan pol od negativno obojanih izraza poput *kontrarevoluční plány nepřátel, protisocialistické a pravicové oportunistické síly, prudká šovinistická vlna antisocialistických sil, imperialismus a jeho rozvratný program likvidace socialismu, agresivní linie imperialismu, hrozba termonukleárnou válkou, antihumánost, rozpínavost, dravost imperialismu*.

Osobito u novinarskim tekstovima iz 1984. godine, u kojima se miješaju elementi novinarskog i retoričkog stila, kao što su govori političara uoči važnih obljetnica, susrećemo automatizirane izraze poput *budovatelské dílo, socialistická výstavba, národně osvobozenický boj, národní hrdina, národní a sociální osvobození, mírumilovné síly, tvořivá práce pro rozkvet vlasti, rozvoj socialistické demokracie a upevňování bratrských vztahů, socialistická cesta – cesta pokroku* i druge. Tim izrazima političari žele postići ekspresivnost izražavanja, a na taj način i više utjecati na javnost.

Rod

U nekoliko članaka iz razdoblja „normalizacije“ nailazimo na imenice, koje izvorno označavaju osobu muškog roda, ali se ovdje odnose na ženske osobe. Takve su imenice

průvodkyně, dárkyně. Te pojave možemo objasniti značajnom ulogom žena u socijalističkom društvu, gdje su žene bile ravnopravne s muškarcima i imale jednaka prava kao i oni u poslovnom svijetu i na drugim poljima. Riječ *dárkyně* je u razdoblju socijalizma imala šire značenje, a značilo je svaku osobu ženskoga spola koja daruje neki dar. Na taj je način u članku „Prolog s květinou“ (*Mladá fronta*, 5. XI. 1984.) prikazana dobrodošlica radnika iz Moskve na praškom glavnom kolodvoru. Danas ta riječ označava jedino ženskog donora, odnosno osobu koja daruje krv ili organe za dobrobit drugoga.

Kratice

Uobičajeni dio članka iz razdoblja socijalizma čine kratice koje se odnose na države, komunističku stranku, državne organizacije, poduzeća i druge institucije u zemlji. Primjer kratice je: *ZO SSM, MěV KSCĚ, ÚV KSCĚ, ÚV SČSP, SSSR, VHJ ČKD, CKM, VŘSR, ČSSR, ÚV KSSS, SFMS, ČSR, SSR, ROH, ČKT*. Kratice gotovo nikada nisu objašnjene, smatra se da ih narod poznaje. U tisku iz 2000. godine se također, no u manjoj mjeri, pojavljuju kratice koje se odnose na druge, za tadašnje vrijeme aktualne, pojave: *EU, Mezinárodní měnový fond (MMF), mírový kontingent KFOR, policejní kontingent OSN, albanská kosovská osvobozenická armáda (UCK), OMV, MOL, Slovnaft, INA, PKN, WAP (Wireless Application Protocol), CNN, ČTK, MAFRA, DPH, Světová obchodní organizace (WTO), Hnutí za demokratické Slovensko (HZDS), ODS, ČSSD, Nacionalistické Chorvatské demokratické společenství (HDZ)*. Te su kratice često objašnjene, odnosno naveden je pun naziv institucije uz kraticu ili se prije kratice nalazi kratko objašnjenje, koje upućuje na to o kakvoj se vrsti institucije radi. Obično su kratice, koje se odnose na državne institucije, političke stranke (*ODS, ČSSD*) ili svjetski poznate organizacije (*EU, NATO*) u člancima ostavljene bez objašnjenja, dok su kratice spojene sa stranim zemljama ili one koje označuju relativno nove organizacije (*WTO*) u tekstu prvo navedene punim nazivom uz kraticu, a u daljnjem tekstu se spominju samo u skraćenoj verziji.

Frazemi

Novinarstvo u velikoj mjeri koristi frazeme i paremije (različite izreke i poslovice). Najčešće se pojavljuju u publicističkom stilu beletrističkom i analitičkom, ali nalazimo ih i u svakodnevnim vijestima. Češća je pojava frazema u novinama iz 2000. godine, što je povezano s tendencijom miješanja žanrova i prelaskom publicističkih elemenata u tekstove vijesti.

Frazeme susrećemo u svim oblicima češkog jezika, od svakodnevnih razgovornih frazema i frazema iz naroda pa do onih knjiških. Najčešći su frazemi razgovornog stila, koji se koriste, prije svega, u govoru i neformalnim situacijama, ali i u pisanoj, poluformalnoj i formalnoj komunikaciji, u dijalektima, interdijalektima ili općečeškom standardu. Najčešći su frazemi sa sastavnicama *být, mít, jít* ili *dělat* (Minářová 2011: 214), koje nalazimo u tisku iz oba razdoblja: *být v doslechu, být k dostání, udělat radost, přijít o něco, mít něco těžké, mít smůlu, přijít na něco, mít záľusk na něco, být „při tom“, bejt hotovej, k vidění jsou, režim je v rozkladu, být k nezaplacení* i drugi. Veoma se rijetko koriste kolokvijalni frazemi ili frazemi iz slenga ili argota, a u razdoblju „normalizacije“ ih uopće nema.

Frazemi se prema formi dijele na izraze bez glagola (obično imenički frazemi, odnosno spoj imenice sa srodnim ili nesrodnim atributom), glagolske izraze, rečenične izraze (izreke i poslovice) i usporedbe (pomoću čestice *jak/jako*). U novinarskom su stilu najčešći upravo imenski frazemi zbog ekonomičnosti, brzine i zanimljivosti izražavanja. Takvi frazemi, jednako kao i druga jezična sredstva tipična za novinarski stil, podliježu promjenama tijekom povijesti i ovise o tadašnjoj političkoj, ekonomskoj i društvenoj situaciji. Na primjer, 2000. godine se u tisku pojavljuju već spomenuti frazemi, koji označavaju pojave vezane za Europsku uniju. Jednako su česti modni izrazi s riječima *politika* a *filozofie* (na primjer, *filozofie letišti, filozofie podniku, politika státu...*), a koriste se i frazemi koji označavaju pojave iz 1989. godine ili kasnije (*šametová revoluce, něžná revoluce, pád železné opony ...*). U oba razdoblja nalazimo frazem *tvrdý oříšek* sa značenjem vrlo teškog zadatka. Ostali automatizirani imenski i glagolski frazemi koje susrećemo u tisku iz oba razdoblja su: *rok od roku, s prázdnýma rukama, časová tíseň, černá smrt, marná práce, černý humor, na stará kolena, na smrtelném loži, den D, vrhnout stín na něco, zplakat nad výdělkem, leje jako z konve, dat se dohromady, oddělit zrno od plev, zamotat hlavu někomu, balit si kufry, šedá eminence ...*

Često se koriste kulturološki obojani književni frazemi, odnosno frazemi koji imaju izvor u literaturi, mitologiji ili drugim oblicima kulture, uključujući i vjerske frazeme. Takvi su frazemi, na primjer, *ošklivé káčátko, Kunderův volant dějin, bojovat s větrnými mlýny* i drugi. Čestim korištenjem tih frazema, oni prestaju biti knjižni i postaju stilistički neutralni i stereotipni. Mogu biti objašnjeni ili neobjašnjeni, autor može spomenuti izvor frazema ili pak računati s općom kulturom čitatelja. Od 90-ih su godina 20. stoljeća češći frazemi s religijskom tematikom i biblizmi, kao što su *Boží soud* i drugi.

Upravo je namjerna promjena ustaljenih frazema karakteristika novinarskog stila. Takva promjena služi aktualizaciji teksta i jačanju njegove persuazivne funkcije. Minářová navodi četiri vrste promjene frazeološke strukture (Minářová 2011: 221): supstitucija (jedan

komponent frazema se zamijeni drugim, ali bez promjene izvornog značenja cijelog spoja), supstitucija s kontaminacijom (dva frazema se križaju, odnosno spajaju se komponenti dvaju različitih frazema), transformacija (frazemi i paremije se prenose u drugi kontekst i njihovo izvorno značenje se na taj način može proširiti ili suziti) te osamostaljivanje komponenata frazema, odnosno formalna defrazeologizacija (autor koristi samo jedan od komponenata danog frazema, a pretpostavlja se razumljivost cijelog izraza). Različite modifikacije frazema susrećemo u člancima iz 2000. godine: *stat se terčem kritiky* (od *stát se terčem pomluv/vtipů/posměchu*, prema tome *být předmětem kritiky*), *mít na přilepšenou* (od *dát (někomu) něco na přilepšenou*, prema tome *dát někomu trochu peněz n. chutného jídla, lahůdku ap. a zlepšit n. zpestřit tak jeho materiální situaci*), *dostane vás oklikou* (od *dovédět se něco oklikou*, prema tome *nepřímo*), *prasknout jak dětské chrastítko* (od *být jak chrastítko*, prema tome *velmi hubený, slabý a křehký*), *drogy mají volnou cestu* (od *mít otevřenou cestu k něčemu/někomu/někam*, prema tome *mít k něčemu, k někomu někým snadný přístup*).

Slikovito izražavanje

Slikovito izražavanje odnosi se na čitav niz stilističkih figura, kao što su metafora, metonimija, personifikacija, sinegdoha, epitet, hiperbola i druge i služi većoj emocionalnosti i ekspresivnosti izražavanja te jače utječe na adresata od neutralnih izraza. Cijele rečenice, surečenice, pa i čitavi tekstovi mogu biti metafora, na način da jedna slika izaziva drugu, ta opet sljedeću itd. Takvo izražajno sredstvo naziva se proširena metafora, a nalazimo je u člancima iz 2000. godine: *Gigant se domluví se současným velkým hráčem na trhu, případně ji koupí a poté se prakticky stane diktátorem trhu, kterému se přizpůsobí menší subjekty nebo Intelektuál už nesoutěží s Bohem o lepší uspořádání světa, nevynalézá dokonalejší recept, netočí volantem dějin ani nediktuje pravidla, ale jen pokorně naslouchá a upozorňuje na nebezpečí, která - zůstaneme-li u této metafory - Bůh přehlédl ili: „Don B.“ sice bojoval se větrnými mlýny, ale donkichoti bývají moudrými šašky a vědí, že současnou komerční mlýnici roztáčí nejméně hodnotová nejistota, aby před námi nějak přehlušila svůj neřád.*

Personifikaciju, odnosno pripisivanje ljudskih osobina neživim stvarima, kao jedno od jezičnih sredstava karakterističnih za novinarski stil, koja tekstove čini ekspresivnijima i zanimljivijima za čitatelje, vidimo u vijestima kako iz razdoblja „normalizacije“, tako i iz 2000. godine: *oživit počítač, elektronický průmysl proklamuje, žňová technika se odstěhovala do..., katastr pociťuje rozmáry léta, ...aby se počasí umoudřilo* (1984. godina), *...aby globalizace*

probíhala „s rozumem“, obavy panují, dobré zdraví americké ekonomiky, rafinérie operují na českém trhu, revoluce přišla, firma vstupuje na trh, ceny se pohybují v křivkách (2000. godina). Neki od spomenutih izraza (*dobré zdraví ekonomiky, revoluce přišla, firma vstupuje na trh, ceny se pohybují*) su pomodni, često se ponavljaju, a time postaju i sredstva automatizacije.

Metafora se rjeđe pojavljuje u novinama iz razdoblja „normalizacije“, a kada se pojavljuje, obično su to automatizirani izrazi (na primjer, usporedba *socialistická cesta - cesta pokroku*), ili je metafora označena navodnicima (*symbolická páska byla poslední „překážkou“ na cestě metra do Holešovic, nebývá příliš praktické směnu „kouskovat“ přestávkami*).

U beletrističkim publicističkim tekstovima pojavljuju se sinonimi, metafore, asocijacije ili slikoviti opisi pojedinih gradova, institucija i pojmova kako bi se izbjeglo ponavljanje riječi, a članci postali zanimljiviji za čitatelja. Korištenje takvih izraza je češće u novinama iz 2000. godine, u kojima je publicistički beletristički podstil općenito zastupljeniji, dok u razdoblju „normalizacije“ prevladavaju informativne vijesti. Tako nalazimo na izraze: *blikající médium* (metafora za televize), *následník trůnu (princ)*, *metropola na Temži (Londýn)*, *metropola* (umjesto *Praha*), *tajemná bytost (smrt)*, „*královna*“ *sportů (atletika)*, „*Kolumbie Evropy*“ (naziv za Kosovo zbog trgovine drogom) i druge.

Socijalistički tisak obilježavaju česta preuveličavanja, odnosno hiperbole, književne figure, kojima se namjerno preuveličava određeni pojam kako bi se naglasila pojedina pozitivna osobnost ili skrenula pozornost na pojedinu negativnu pojavu. Susrećemo ih u sljedećem obliku: *vřele sympatie, nezapomenutelné chvíle, přátelům nejvěrnějším, horečné zbrojení, nejožehavější problémy, podporuje s hlubokým přesvědčením, jsou výrazem jeho pevné vůle, víra v tvořivé síly, vyspělost a moudrost našeho lidu, hluboce aktuální smysl, vynikající obsluha, nejlepší mechanizátoři družstva*. Hiperbole su obično karakteristične za stil reklame u oba razdoblja i služe uvjeravanju čitateljstva u prednosti određenog proizvoda ili usluge te lakšoj prodaji određenog proizvoda.

Zanimljive su igre riječi iz oba razdoblja, koja pridonose aktualnosti članaka. Takva je rečenica iz 1984. godine: *místo piva, tu se čepovala řízná muzika*, u kojoj se izrazi koji pripadaju rječniku vezanom uz piće (*čepovat, řízné pivo*) koriste u glazbenoj komunikacijskoj sferi. U vijestima iz 2000. godine pak nailazimo na: *osvěžit se na obchodních jednání Juicem od EuroTelu se určitě vyplatí*, gdje je naziv poduzeća izjednačen s engleskom riječi *juice*, koja znači *sok*.

Osim spomenutih jezičnih figura, u člancima iz oba razdoblja pojavljuje se sinegdoha, odnosno korištenje dijela za označavanje cjeline ili obrnuto (*ID Soft se rozhodl, západní Evropa zjistí, ...*), metafora u smislu spoja dva izraza, od kojih svaki pripada različitoj komunikacijskoj

sferi (*lidské zdroje*), eufemizam (*zesnulý chorvatský prezident*) i oksimoron, odnosno spoj riječi sa suprotnim značenjem (*ráj narkomafie*).

Posuđenice

Posuđenice odražavaju doba, ekonomsku i političku situaciju, ali i znanstveni i tehnički napredak. Zbog toga u člancima iz 2000. godine nailazimo na veći broj posuđenica, prvenstveno iz engleskog jezika, ali i iz klasičnih jezika, iz latinskog i grčkog. Manja pojavnost engleskih posuđenica u razdoblju „normalizacije“ ovisi i o komunističkoj cenzuri, koja je vrlo rijetko dopuštala engleske riječi jer su one odraz zapada i kapitalizma i mogla bi imati neželjeni utjecaj na čitateljstvo. U vijestima iz 1984. godine pojavljuje se nekoliko riječi iz latinskog i grčkog jezika (*fraktura, meliorační, vakuum, schéma, gestor*), francuskih (*depo*) ili njemačkih posuđenica (*šturmování*), ali najčešće se pojavljuju riječi posuđene iz ruskog jezika, koje odražavaju tadašnju stvarnost (*pionýr, úderník, pětiletka, sovět, ...*). Posuđenice, uključujući i strane frazeme i idiome (npr. *a priori, přichytit in flagranti, „peccatum mutum“*) iz klasičnih jezika pojavljuju se najčešće u publicističkom stilu beletrističkom i analitičkom i to obično u vijestima iz kulture, u recenziji književnih djela, kazališnih predstava i drugih oblika kulture ili u publicističkim mišljenjima i komentarima o različitim temama (*absurdita, groteskně, melodramatické balení, panevropský, protetika, paliativní, relativizace hodnot, esencijalizmus, sociální konstruktivismus, redikovat, alternativní způsob existence, provokativní výzva patriarchálně-machistické společnosti, latentní homosexualita, esencijalizmus, konstruktivnizmus* a jiné). Druge su posuđenice iz klasičnih jezika vezane za područje prava, politike i znanosti, pogotovo medicine (*verdikt, reciproční, interpelovat, syndrom, genetika, prevence, plebiscita, fraktura, demokracie, pandemie, ...*). Engleske riječi nalazimo u člancima iz 2000. godine, vezanim za elektroničke medije, Internet ili računalne igre (*multiplayer/singleplayer mód, deathmatch, team deathmatch, levely, hardcore, grafický engine, naeditovat, databáze, displej, web*), uz automobilsku industriju (*airbag, off-road, verze wagon*) ili u žutom tisku, u člancima o poznatim osobama (*party, topmodelka, moderátorka, celebrity, sitcom, aféra, skandál*). Engleskim su riječima označeni i novi glazbeni smjerovi i pojmovi iz filmske industrije (*house parties, soulové a housové akce, DJs, science fiction, westerny, americké road movie*).

Često se u novinarskim tekstovima iz 2000. godine pojavljuje engleska fraza *happy end*, koja označava sretnu budućnost. Posuđenice prodiru u novinarski stil iz raznih komunikacijskih

sfera – ekonomske, tržišne, financijske, iz rječnika vezanog za računalnu tehniku, marketing, ali i iz područja sporta. To su posuđenice koje označavaju nove sportove, kao, na primjer, *bowling, welnes, squash, skejt* i drugi.

Posuđenice se mogu pojaviti u svom izvornom obliku ili sa češkim pravopisom ili nastavcima, a neke riječi dopuštaju oba oblika. To ovisi o frekvenciji korištenja određene riječi. Ako se određena riječ koristi često, odnosno njena je frekvencija velika, obično se ta riječ nalazi u rječniku u počešćenoj verziji. U analiziranim člancima nalazimo engleske izraze s češkim nastavcima ili drugim morfološkim elementima (na primjer, s češkim prefiksima). Takvi su izrazi: *levely, naeditovat, topmodelka, paparazziové, soulové, housové akce, databáze, displej, happy endy, westerny, lídr*. Sve se češće koriste složenice s internacionalnim riječima, koje označavaju neku novu stvarnost, kao što je Europska unija u člancima iz 2000. godine: *europoslanci, europolitika, eurotrh, eurofondy*, trgovina drogama: *narkomafie, narkomafián, protinarkotické, narkorodiny* ili sve češće spominjana seksualnost i istospolne zajednice: *gay-komunita, „gay-family“, sexuologové, bisexuálové, homosexuálové* i dr.

Stil reklame

Stil reklama razlikuje se u reklama iz 1984. i 2000. godine, no najviše zbog svoje kompozicije i grafičkog izgleda. U ranijem su razdoblju reklame kraće i slične oglasima, dok na prijelomu tisućljeća one zauzimaju i cijele stranice novina, grafički su zanimljivije, tekst može biti u određenom obliku, koji odgovara temi reklame. U oba su razdoblja korištene hiperbole, koje odgovaraju stilu reklame. Izrazito se ističu pozitivne vrijednosti proizvoda koji se reklamira. Tako u reklamama za novi automobil iz 2000. godine susrećemo izraze poput *pocit naprostého bezpečí díky, vynikající brzda, vůz se vždy přizpůsobí vašim požadavkům, vynikající jízdní vlastnosti* i dr. U reklamama iz kasnijeg razdoblja češće su metafore i kreativnost izražavanja, dok su reklame u razdoblju normalizacije jednostavnije i jezik je neutralniji.

5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada bio je pokazati utjecaj društvenopolitičke situacije dva razdoblja češke povijesti (1984. i 2000. godina) na novinarski stil, odnosno na vokabular korišten u člancima iz dnevnog tiska.

U skladu s političkom situacijom u prvom ispitanom razdoblju, odnosno sa strogim komunističkim režimom koji je koristio medije kako bi upravljao mišljenjem masa i kako bi narod odgajao u duhu socijalizma, u tisku se pojavljuju automatizirani izrazi koji apeliraju na simboličke vrijednosti poput ljubavi, časti, mira, sreće, zajedništva i koji su u pravilu povezani sa socijalističkim društvom u kojem se živjelo, dok su Zapad i kapitalistički svijet okarakterizirani suprotnim, negativnim, vrijednostima. U novinskim tekstovima iz 2000. godine javlja se tendencija za tabloidizacijom medija, odnosno stavljanjem na prvo mjesto u novinama zabavne i skandalozne vijesti, prije svega o osobama iz javnog života, te vijesti iz crne kronike, a zanemarivanje informativnih i obrazovnih članaka u novinama.

Potpuno različite društvene stvarnosti pojavljuju se u člancima u različitim razdobljima – u vrijeme „normalizacije“ označeni su izrazima *pionýři*, *pětiletka*, *spartakiáda* te brojne kratice koje označavaju komunističku stranku, državne organizacije i druge institucije u zemlji dok su u kasnijem razdoblju, 2000. godine, to novi izrazi koji se pojavljuju padom socijalizma poput *sametová revoluce*, *pád železné opony*, ali i izrazi povezani s Europskom unijom, koji zanimaju čitatelje upravo zato što je i Češka republika bila kandidat za ulazak u uniju, te temom globalizacije. U prvom je razdoblju odnos autora prema društvenim temama specifičnim za društvo „normalizacije“ emocionalniji i angažiraniji, dok se u drugom razdoblju autor racionalnije odnosi prema izrazima koji se odnose na političku prošlost.

U usporedbi leksika u člancima iz oba razdoblja odražava se i ekonomska situacija te tehnološki i znanstveni napredak. U prvom su razdoblju članci iz područja gospodarstva usmjereni na zemljodjelstvo, tešku industriju i proizvodnju u tvornicama te na istraživanja u svemiru, dok se na prelasku u novo tisućljeće pisalo o privatnom poduzetništvu i konkurentskoj ekonomiji tržišta, o novostima iz područja financija te o sve prisutnijem internetu. Autori novinskih članaka u prvom razdoblju angažirano ističu vrijednosti tadašnje industrije te na taj način pokazuju čitateljima funkcionalnost socijalističkog društva, dok u drugom razdoblju oni opisuju novine u gospodarstvu i uvode čitatelja u nove mogućnosti tehnologije.

Novinarski stil karakterizira i česta pojava frazema, slikovitog izražavanja i posuđenica. U kasnijem se razdoblju pokazuje tendencija miješanja publicističkog stila sa književnoumjetničkim te prema tome i ulazak beletrističkih i publicističkih elemenata u informativni stil vijesti. Zbog toga je u drugom ispitanom razdoblju češća pojava frazema i metafora, koje se u socijalističkom tisku pojavljuju ili kao automatizirane ili označene navodnicima. S druge su strane u vrijeme normalizacije zastupljenije hiperbole, kojima se želio postići veći utjecaj na čitatelja. Također, u kasnijem su razdoblju sve češće posuđenice iz

engleskog jezika koje označavaju novu tehnologiju, sportove, glazbene smjerove i filmsku industriju, a koje su u vrijeme komunističke cenzure bile nepoželjne jer odražavaju zapadnu kapitalističku kulturu. Upotreba posuđenica iz ostalih jezika, prije svega klasičnih, u oba razdoblja ovisi o pripadnosti pojedinom publicističkom podstilu te temi o kojoj se piše.

6.LITERATURA

6.1. Primarna literatura

1. *Mladá fronta*, Praha: Mladá fronta, 2. V. 1984.
2. *Mladá fronta*, Praha: Mladá fronta, 28. IX. 1984., vikend prilog
3. *Mladá fronta*, Praha: Mladá fronta, 3. X. 1984., modni prilog
4. *Mladá fronta*, Praha: Mladá fronta, 5. X. 1984.
5. *Mladá fronta*, Praha: Mladá fronta, 8. X. 1984.
6. *Mladá fronta*, Praha: Mladá fronta, 5. XI. 1984.
7. *Mladá fronta*, Praha: Mladá fronta, 7. XII. 1984.
8. *Mladá fronta DNES - Pražské vydání*, Praha: MaFra, 1. IV. 2000.
9. *Mladá fronta DNES - Pražské vydání*, Praha: MaFra, 7. IV. 2000.
10. *Mladá fronta DNES - Pražské vydání*, Praha: MaFra, 5. VIII. 2000.
11. *Mladá fronta DNES - Pražské vydání*, Praha: MaFra, 10. VIII. 2000.
12. *Mladá fronta DNES - Pražské vydání*, Praha: MaFra, 11. VIII. 2000.
13. *Mladá fronta DNES - Pražské vydání*, Praha: MaFra, 19. VIII. 2000.
14. *Mladá fronta DNES - Pražské vydání*, Praha: MaFra, 7. X. 2000.
15. *Právo*, Praha: Borgis, 3. II. 2000.
16. *Právo*, Praha: Borgis, 6. III. 2000.
17. *Právo*, Praha: Borgis, 15. III. 2000.
18. *Právo*, Praha: Borgis, 20. III. 2000.
19. *Právo*, Praha: Borgis, 24. III. 2000.
20. *Právo*, Praha: Borgis, 2. V. 2000.
21. *Právo*, Praha: Borgis, 22. V. 2000.
22. *Rudé právo*, 2. V. 1984. [online]
23. *Rudé právo*, 14. VII. 1984. [online]
24. *Rudé právo*, 21. VIII. 1984. [online]
25. *Rudé právo*, 5. IX. 1984. [online]

6.2. Sekundarna literatura

1. Bečka, Josef V. (1992): *Česká stylistika*, Praha: Academia
2. Benda, J. (2007): *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*, Praha: Karolinum
3. J. Bartošek, „Jazyk žurnalistiky“, u: F. Daneš a kol. (1997): *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia
4. Bednařík, P, Jirák, J., Kópplová, B. (2011): *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*, Praha: Grada Publishing a.s.
5. Čechová, M., Minářová, E., Krčmová, M., Chloupek, J.(2008.): *Současná stylistika*. Praha: ISV
6. Havránek, B., Jedlička, A. (1960): *Česká mluvnice*. Praha: SPN
7. Havránek, B. (1963): *Studie o spisovném jazyce*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd
8. *Hrvatski jezični portal*, <http://hjp.novi-liber.hr/index.php?show=search>
9. Jedlička, A., Formánková, Rejmánková (1970), *Základy české stylistiky*. Praha: SPN
10. Končelík, J., Večeřa, P., Orság, P. (2010): *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál
11. Minářová, E. (2011): *Stylistika pro žurnalisty*, Praha: Grada Publishing a.s.
12. Silić, J. (2006): *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Zagreb: Disput
13. Vernel, P. (2010): *Vývojové trendy v českých médiích*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského
14. Zima, J. (1961): *Expresivita slova v současné češtině*, Praha: ČSAV

Sažetak

Stilistika je jezikoslovna disciplina, koja zajedno s tekstualnom lingvistikom pripada teoriji komunikacije. To je disciplina koja proučava jezik u pisanoj i usmenoj komunikaciji, objektivne i subjektivne faktore koji utječu na izbor jezičnih sredstava, analizira stilističke vrijednosti pojedinih jezičnih jedinica te ocjenjuje stil teksta kao cjeline. Češka stilistika razlikuje šest glavnih jezičnih stilova s obzirom na osnovnu funkciju koju vrše: stil svakodnevnog sporazumijevanja, znanstveni, administrativni, novinarski, umjetnički i retorički stil. Ovaj se rad bavi novinarskim stilom kao jednim od šest glavnih funkcionalnih stilova i proučava upravo utjecaj objektivnih faktora na izbor leksičkih jedinica u novinskim člancima iz dva vremenska perioda češke povijesti – razdoblju normalizacije, odnosno razdoblju ponovnog uspostavljanja strogog komunističkog režima sa cenzurom tiska i naglašenom persuazivnom i odgojnom funkcijom novinskih tekstova, koje traje od 1969. godine pa sve do 1989. godine te razdoblju nakon pada komunističkog režima, razdoblju prelaska u novo tisućljeće koje zbog političkih, ekonomskih i društvenih promjena donosi i brojne novine u način pisanja novinskih tekstova. U diplomskom radu analiziram leksik u 80 članaka iz češkog dnevnog tiska koji je izlazio u oba navedena razdoblja, odnosno iz novina *Rudé právo* i *Mladá fronta* i na taj način želim pokazati utjecaj društvenopolitičkih promjena u zemlji na način pisanja novinskih tekstova, odnosno na cjelokupnu promjenu novinarskog stila.

Ključne riječi: stilistika, novinarski stil, dnevni tisak, normalizacija, pad komunističkog režima

Anotace

Stylistika je lingvistická disciplína, která spolu s textovou lingvistikou patří k teorii komunikace. Její role je výzkum jazyku v psané a ústní komunikaci, určení objektivních a subjektivních faktorů které ovlivňují výběr jazykových prostředků, analýza stylistických hodnot jednotlivých jazykových jednotek a hodnocení stylu textu jako celku. Česká stylistika rozlišuje šest hlavních jazykových stylů vzhledem na primární funkce, kterou plní: styl prostředčlovací nebo běžnědorozumivací, odborný styl, administrativní styl, žurnalistický styl, umělecký styl a řečnický nebo rétorický styl. V této diplomové práci zabývám se žurnalistickým stylem jako jedním z šest hlavních funkčních stylů a zkoumám vliv objektivních faktorů na výběr jazykových prostředků v periodických člancích z dvou období českých dějin – období

normalizace, co znamená období obnovení přísného komunistického režimu s cenzurou textu a zdůrazněnou persvazivní a vzdělávací funkcí novinových textů, které trvá od roku 1969. do 1989. a období po pádě komunistického režimu, období přechodu do nového tisíciletí, které v důsledku politických, ekonomických a sociálních změn nese četné změny ve způsobu psaní žurnalistických textů. V diplomové práci analyzuji lexik z 80 článků několika čísel periodik denního tisku, který existoval v obou časových obdobích, tedy z novin *Rudé právo* a *Mladá fronta*. Cíl práce je ukázat vliv společenských a politických změn na způsob psaní žurnalistických textů, tedy na celkovou změnu publicistického stylu.

Klíčová slova: stylistika, žurnalistický styl, denní tisk, normalizace, pád komunistického režimu

Abstract

Stylistics is a linguistic discipline that together with the text linguistics forms a part in a theory of communication. It is a discipline that studies language in written and oral communication, objective and subjective factors influencing the choice of language resources, analyzes the stylistic value of individual language units and evaluates the style of the text as a whole unit. Czech stylistics distinguishes six main language styles according to its principal function: the style of everyday communication, scientific style, administrative style, journalistic style, artistic and rhetorical style. This thesis deals about journalistic style as one of the six main functional styles and studies the impact of the objective factors on the choice of lexical items in newspaper articles from two time periods of the Czech history – the period of normalization, which is the period of re-establishment of the strict communist regime that lasts from 1969 until 1989, characterized by censorship of the press and emphasized persuasive and educational function of newspaper articles. The other time period studied in this thesis is the period after the fall of communist regime, the period of transition to the new millennium that due to political, economic and social changes also brings a number of innovations in the newspaper texts. In this thesis, I'm analyzing the vocabulary in 80 articles of the Czech daily press which was published in both periods, of the newspapers *Rudé právo* and *Mladá fronta*. The goal of this thesis is to show the impact of social and political changes in the country on the way of writing newspaper articles and on the change of journalistic style in general.

Key words: stylistics, journalistic style, daily press, normalization, fall of communist regime

