

https://web2.mlp.cz/koweb/00/03/34/76/32/skandalni_afera_josefa_holouska.pd

média - masová, tištěná, audiovizuální, internetová (nová, síťová)...

média seriózní x bulvární

Jakobsonův komunikační model

Laswellova formule

publicistický funkční styl

styl novinářský, žurnalistický či zpravodajský

mediální diskurz

Publicistický styl (E. Minářová): “zobecněné nadřazené označení pro stylové ztvárnění všech žurnalistických textů /.../, které vedle své funkce informativní (zpravovací, sdělné, komunikační) plní ještě funkci persvazivní, působící a ovlivňovací”

publicistika v užším slova smyslu

persvaze

demokratizace

infotainment

edutainment

politainment

confrotainment

<https://www.youtube.com/watch?v=Cndxrty0Jvw&t=14s>

Sféra psané mediální komunikace

Sféra mluvené mediální komunikace

prolínání psanosti a mluvenosti; střídání a mísení češtiny

noviny, časopisy, zpravodajské servery - **komplexy mediálních textů**

“Vedle samozřejmého požadavku pravdivosti a vysoké ideové úrovně nejdůležitějšími požadavky publicistického projevu jsou v obsahu **aktuálnost**, ve formě **působivost** na čtenáře nebo posluchače a přitom **obecná přístupnost**, v obsahu i formě **přesvědčivost**.”

nastolování agendy (agenda setting; agenda cutting)

personalizace tematiky mediálních textů

nesourodost, řetězení obsahů

obrácená pyramida

citace

background

Žánry

- zpráva, zpravodajský rozhovor, zpravodajská reportáž, zpravodajská anketa
- úvodník, komentář, glosa, publicistický rozhovor
- fejeton, sloupek, causerie, črta, beletrizovaná reportáž

medailon, příběh (story), feature

asymetrie; neexistence přímého kontaktu; omezená výměna rolí; zpětná vazba

připravenost x nepřipravenost

aktualizace-automatizace

B. Junková: “automatizované prostředky jsou nenápadné, očekávané a často tvoří ustálené modely, donichž je možné rychle dosadit konkrétní formulace; aktualizované prostředky jsou naopak nové, nebo alespoň použité v nových souvislostech, neočekávané a obvykle nápadné”

přejímání prostředků z jiných komunikačních sfér

obrazná pojmenování

individuální kreativita:

Upíchnout dítě je dnes skoro stejná výhra jako sehnat lístek na koncert Evy a Vaška. (MFD, 10. 3. 2009)

Ve světlém saku, tmavých kalhotách a s cigárem v ruce plul vláčně chodbou jako prošlý steak, jež zapomněli v supermarketu sundat z pultu. (Reflex, 2009, č. 43)

Jsou prostě lidé, kteří moc nečtou, a neuhrazené složenky je doma pálí jako žáha po svatomartinské huse. (MFD, 15.11. 2011)

Na tým, v němž se pro nejihočeské fanoušky obvykle skrývalo tolik půvabu jako v rybím tuku pro předškoláky dorazilo šest set lidí, (MFD, 16. 1. 2012)

Vývojové tendence - sféra psané komunikace (Mareš)

- a. přes zřetelně asymetrický vztah mezi účastníky komunikace se posilují pozice recipientů, kteří ve stále větším rozsahu reagují na uveřejněné texty svými komentáři a hodnoceními a prosazují se v mediálním prostoru (zvláště ve webových, ale také v tištěných komplexech mediálních textů), takže na jedné straně sekundárně získávají roli autorů a na druhé straně ovlivňují způsob psaní profesionálních žurnalistů
- b. stále vyšší hodnota se připisuje rychlé reakci na probíhající události. Právě rychlost při podávání informace tak zastiňuje její přesnost a úplnost i jazykovou propracovanost textu
- c. texty jsou jazykově i tematicky strukturovány tak, aby byly přehledné a snadno srozumitelné a aby základní a nejdůležitější informace byla umístěna už na jejich začátku. Dá se vyzorovat tendence ke zmenšování rozsahu textů, do popředí vystupují typografické prostředky (diferencovaná velikost a barva písma; zvýrazněné titulky a mezititulky), hojně se využívají diagramy, tabulky, mapy, kresby a zejména fotografie
- d. v jazykové složce mediálních textů se stále masivněji prosazuje neformálnost (kolokvializace), tedy volba prostředků, které se primárně uplatňují v běžné, zejména mluvené komunikaci (univerbizáty, expresivní výrazy, slangové výrazy apod.) Se zvyšujícím se výskytem těchto prostředků v mediálních textech se ovšem zároveň oslabuje až stírá jejich příznakost.

Vývojové tendence - sféra mluvené komunikace

- a. hypertextovost
- b. dialogizace
- c. kolokvializace
- d. multimodálnost
- e. žánrová hybridizace
- f. interakčnost

