|  |  |
| --- | --- |
| **Název** | Stylistický rozbor textu – komentář |
| **Předmět, ročník** | Český jazyk a literatura, kvinta |
| **Tematická oblast** | Stylistika |
| **Anotace** | Pracovní list určený k procvičení stylistického rozboru a posílení čtenářské gramotnosti; obsahuje řešení |
| **Klíčová slova** | komentář, slohový postup, slohový útvar, funkční styl, slovní zásoba |
| **Autor** | Mgr. Jiří Kaňák |
| **Datum** | 3. listopadu 2013 |
| **Škola** | Gymnázium Jana Opletala, Litovel, Opletalova 189 |
| **Projekt** | EU peníze středním školám, reg. č.: CZ.1.07/1.5.00/34.0221 |

**Kdože to má k Hradu blíže?**

7. 6. 2012 Autor: Jakub Charvát

Otázka přímé volby prezidenta se stala v poslední době vděčným tématem mediálního diskurzu. Média a výzkumné agentury se předhánějí v prezentování informací, jak by prezidentské volby mohly dopadnout. Současně se ale ukazuje, že právě interpretace různých průzkumů činí novinářům nemalé problémy a v této oblasti mají česká média značné rezervy.

To ovšem představuje zásadní problém (a obecně nežádoucí jev), protože jsou to právě média, která nemalým způsobem ovlivňují utváření preferencí voličů. Proto by bylo žádoucí, aby se média snažila objektivně hodnotit data, která z průzkumů vyplývají. To se jim ale často nedaří (a to nejen v souvislosti z průzkumy ohledně prezidentské volby, často nesprávně interpretují i data z průzkumů vztahujících se k volbám sněmovním, krajským atd.).

Názornou ukázkou tohoto jevu může být článek „Švejnar má k Hradu blíže“ publikovaný na titulní straně Lidových novin v pondělí 28. května 2012, který na základě průzkumu provedeného agenturou Millward Brown konstatuje, že mírně navrch má Jan Švejnar, a v pomyslném žebříčku kandidátů tak na prvním místě vystřídal Jana Fischera – ačkoli informace zveřejněné v tomto průzkumu tomu jednoznačně nenasvědčují. O to zarážející je skutečnost, že v internetové verzi LN se dokonce z názvu ultimativně dozvídáme, že podle exkluzivního průzkumu pro LN „Švejnar by se stal prezidentem“.

Když ale pročítáme data z průzkumu, která LN zveřejnily, zjišťujeme, že Fischera by v prvním kole prezidentské volby volilo 21,4 % respondentů, zatímco Švejnara „jen“ 15,6 % respondentů. Současně je konstatováno, že Švejnar je jako kandidát nepřijatelný pro zhruba desetinu respondentů, zatímco Fischer pro 8,8 procenta respondentů. Tím máme další faktor, který do jisté míry ukazuje lepší výchozí pozici Fischera pro druhé kolo.

Interpretace převahy Jana Švejnara je v LN postavena na datech, která říkají, kolik voličů by v druhém podpořilo jiné kandidáty, pokud by jejich kandidát z kola prvního nepostoupil. Navíc hlavním argumentem pro vítězství Švejnara je, že by ve druhém kole získal 54 % hlasů voličů Fischera, zatímco Fischer pouze 53 % hlasů voličů Švejnara. Tato metoda ovšem naráží na skutečnost, že tištěné LN v tomtéž vydání zveřejnily článek „Volba prezidenta: Fischer a Švejnar jsou favorité i pro druhé kolo“. Podle zadaného průzkumu totiž vychází, že právě Fischer a Švejnar se těší nejvýraznější podpoře respondentů pro hlasování v prvním kole prezidentské volby (třetí v pořadí Karel Schwarzenberg by podle průzkumu získal zhruba 8,8 % hlasů, tedy asi polovinu hlasů ve srovnání se Švejnarem a asi dva a půlkrát méně než Fischer). Pokud tedy postoupí tito kandidáti do druhého kola, pak je zcela bezpředmětné počítat, kolik hlasů by se přelilo od Švejnara k Fischerovi a naopak.

Při snaze predikovat výsledky druhého kola nám příliš nepomůže ani tabulka, která ukazuje případné přesuny hlasů respondentů pro druhé kolo mezi jednotlivými kandidáty v případě, že v prvním kole preferovaný kandidát nepostoupí do kola druhého. Tato tabulka totiž nebere v potaz, že do druhého kola budou zřejmě postupovat pouze dva nejlepší kandidáti z kola prvního. Pokud by do druhého kola postoupili Fischer se Švejnarem, není z tohoto průzkumu jasné, jak by se zachovali voliči, jejichž kandidát do druhého kola nepostoupí a kteří svou druhou preferenci přidělili jiným kandidátům než Fischerovi se Švejnarem – není jasné, ke komu z nich by se přiklonili, případně zda by se rozhodli k druhému kolu nejít.

Logiku by tak mělo, kdyby agentura provádějící průzkum sestavila všechny možné kombinace dvojic pro druhé kolo, a tak zjistila, jak si jednotliví kandidáti stojí vůči sobě navzájem. V takovém případě by měl průzkum určitou (i když stále omezenou) vypovídací hodnotu. To se ale nestalo. LN tak zbytečně utrácely za vcelku nicneříkající průzkum. Co je smutnější, udělaly z tohoto průzkumu závěr, který z něj nikterak nevyplývá.

Přesto lze z průzkumu určitý závěr učinit, ačkoli ten není nikterak nový – spíše jen potvrzuje to, co již ukázaly průzkumy předchozí. A sice, že voliči jsou nyní v případě prezidentské volby připraveni preferovat nestranické kandidáty. I to byl pravděpodobně jeden z motivů, proč se Švejnar rozhodl vyhnout stranickým primárkám ČSSD, aby se tak vyhnul tomu, že bude do boje o Hrad nominován jednou z politických stran.

Vyjádřete hlavní myšlenku textu a cíl textu:

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

Co konkrétně autor novinářům vyčítá:

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

Charakterizujte obsahovou výstavbu textu:

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

Určete funkční styl a charakterizujte použitou slovní zásobu. Neznámá slova vyhledejte v SCS.

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

Odhadněte význam následujících slov. Následně ověřte podle SCS:

* diskurz ……………………………………………………………………………..
* interpretace ……………………………………………………………………………..
* ultimativní ……………………………………………………………………………..
* respondent ……………………………………………………………………………..
* predikovat ……………………………………………………………………………..

Vysvětlete použití uvozovek:

* „Švejnar má k hradu blíže“ ……….………………………………………………………
* „jen“ 15,6 % ………………………………………………………………………………

Charakterizujte text po syntaktické stránce:

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

Charakterizujte text po kompoziční stránce:

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

Určete slohový postup:

………………………………………………………………………………………………………..

V pátém odstavci vyhledejte prostředky organizace textu a vyvozování:

………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………..

**Vyjádřete hlavní myšlenku textu a cíl textu:**

Novinářské analýzy předvolební situace jsou špatné. Cílem textu je informovat a hodnotit, popř. vyjádřit nesouhlas.

**Co konkrétně autor novinářům vyčítá:**

Predikace výsledků je založena na špatných předpokladech, např. počtu voličů J. Švejnara či J. Fischera, kteří by dali hlas druhému kandidátovi ve druhém kole; není ani zřejmé, jak by se zachovali voliči jiných kandidátů ve druhém kole. Takto vedený průzkum nemá žádnou hodnotu

**Charakterizujte obsahovou výstavbu textu:**

1. úvod do problému – vady novinářské práce, 2. popis problému, 3. příklad dezinterpretace fakt, 4. důkaz dezinterpretace, 5. další důkazy, 6. závěr - návrh řešení a finální hodnocení novinářské práce, 7. pozitiva průzkumu

**Určete funkční styl a charakterizujte použitou slovní zásobu. Neznámá slova vyhledejte v SCS.**

* publicistický/odborný (termíny, přesné údaje, např. procenta)
* čistě spisovný jazyk
* terminologie/cizí slova – mediální diskurz, interpretace, ultimativně, respondent, predikovat
* publicistická slovní zásoba
* automatizované výrazy – např. utváření preferencí, vděčné téma, stranické primárky
* slangové výrazy - primárky

**Odhadněte význam následujících slov. Následně ověřte podle SCS:**

* diskurz – rozmluva, intelektuální postup
* interpretace - výklad
* ultimativní - rozhodný, krajní, bezpodmínečný; vydírající
* respondent – dotazovaný, účastník průzkumu
* predikovat - předpovídat

**Vysvětlete použití uvozovek:**

* „Švejnar má k hradu blíže“ – název článku
* „jen“ 15,6 % – „jen“ je myšleno relativně ve vztahu k jinému kandidátovi, tzn. v absolutním měřítku se nejedná o nízké preference

**Charakterizujte text po syntaktické stránce:**

* spíše složitější souvětí, bohatě rozvitá – vyjadřují složitější myšlenkovou stavbu (několik úrovní vedlejších vět), tzn. text je určen vzdělanějšímu čtenáři, který má bohatší čtenářské zkušenosti
* parcelace – v předposledním odstavci – …*vypovídací hodnotu. To se ale nestalo.*
* použití závorek – obsahují komentář k předchozímu textu (forma vsuvky)
* použití neosobní konstrukce – *je konstatováno…*
* použití autorského plurálu – *Tím máme další faktor*

**Charakterizujte text po kompoziční stránce:**

* klasická kompozice – úvod, stať, závěr, text je uveden titulkem, textu předchází datum a autor

**Určete slohový postup:**

* výkladový, úvahový

**V pátém odstavci vyhledejte prostředky organizace textu a vyvozování:**

* navíc… ovšem… totiž… tedy… pak…

Zdroj:

CHARVÁT, Jakub. Kdože to má k hradu blíže [online]. 2012-06-07 [cit. 2013-12-03]. Dostupné z WWW: <http://www.muptimes.cz/life/37-kdoze-to-ma-k-hradu-blize-komentar-k-clanku-lidovych-novin-svejnar-ma-k-hradu-blize>

<http://slovnik-cizich-slov.abz.cz/>