

## ROZBOR NEUMĚLECKÉHO TEXTU

### Porovnání uměleckého a neuměleckého textu:

- **odhalit souvislost/nesouvislost obou textů, tvrzení zdůvodnit**

(Souvislost bývá zcela zřetelná, např. dílo + jeho recenze, dílo + komentář z ČSFD, dílo + objednávka daného díla pro knihovnu, dílo + encyklopedické heslo o autorovi apod.)

### Charakteristika neuměleckého textu:

- **určit funkční styl**
  - prostě sdělovací:
    - + **řít jeho znaky**
    - styl běžné komunikace
    - funkce je prostě sdělná (dorozumět se)
    - projevy mají jednoduchou větnou stavbu
    - hovorový jazyk, nespisovný jazyk
  - administrativní (úřední, jednací):
    - slouží ke komunikaci mezi jednotlivcem a institucí, nebo mezi dvěma institucemi
    - převažuje písemná forma
    - neutrální výrazy, bez emocí
    - ustálená forma (formuláře) – urychlení komunikace
    - objevují se fráze a klišé
    - přesnost, jednoznačnost, úplnost, pravdivost údajů
    - osoba autora ustupuje do pozadí
  - odborný:
    - funkce je odborně sdělná
    - je to styl věcné komunikace
    - neuplatňuje se citovost
    - poskytuje hlubší odborné poučení
    - věcná správnost, objektivnost, úplnost, přesnost, přehlednost
    - vyskytují se termíny, jejich vysvětlení, citace z jiné literatury
    - důkladná připravenost
  - publicistický:
    - styl hromadných sdělovacích prostředků (novin, rozhlasu, televize)
    - cílem je informovat o aktuálních věcech, zapůsobit na adresáta, přesvědčit ho o něčem
    - všeobecná přístupnost, srozumitelnost
    - pravdivost, přesvědčivost, aktuálnost
    - poutavost a zajímavost v obsahu i ve formě

- **určit slohový útvar** (výběr nejčastějších, mohou se objevit i jiné)

prostě sdělovací funkční styl:

inzerát = krátké textové či obrazové sdělení, které je obvykle za úplaty zveřejněno v nějakém vhodném informačním médiu - např. v tisku, na veřejné vývěsce, na internetu, někdy i v rozhlasu či v televizi. Zadavatel inzerátu se nazývá inzerent. Soubor všech inzerátů se označuje slovem inzerce. Činnost sama se pak nazývá inzerování.

komentář = vyjadřuje názor autora k nějakému problému v minulosti nebo současnosti. Na rozdíl od zpravodajství se v něm projevuje osobní styl autora, který často vyjadřuje nesouhlas. Využívá se v něm zabarvených jazykových prostředků.

osobní dopis = písemnost, kterou odesílatel zasílá svým známým, spolupracovníkům, podřízeným, přátelům obvykle k nějaké příležitosti (jubileum, svatba, povýšení, pozvání,...). Vždy obsahuje oslovení a vlastoruční podpis.

projev, proslov = řeč pronášená při mimořádných příležitostech. Navazuje přímý kontakt řečníka s posluchačem, využívá zvukové prostředky (tempo, hlasitost, rytmus)

administrativní funkční styl:

formulář = blanket, tiskopis, dotazník. Listinný dokument, na kterém je předtištěn text a další grafické údaje (rámečky, kolonky) pro písemné vyplnění dat a údajů.

řád = stanovení podmínek, práv a povinností v určité oblasti (školní řád, přepravní řád, právní řád, domovní řád)

úřední dopis = písemná zpráva předaná odesílatelem určitému adresátovi. Má být napsaný strojově, spisovným jazykem. Formální stránka se řídí danými pravidly.

odborný funkční styl:

encyklopedické heslo = jedna součást naučného slovníku. Podává poměrně úzce tematické informace, snaží se přiblížit předmět hlouběji a podrobněji. Bývá doplněno o ilustrace, grafy apod. Často odkazuje na související hesla. Hesla za sebou bývají řazena abecedně.

odborný článek, referát = informující nebo hodnotící zpráva kratšího rozsahu, obvykle o odborném tématu z oblasti politických, společenských, přírodních věd. Pro přehlednost bývá členěn do odstavců podle jednotlivých témat.

výklad = postihuje a vysvětluje vnitřní souvislosti a vztahy, objasňuje podstatu jevu, podmínky vzniku, vývoj, trvání jevu, jeho následky. Je základem učebnic, odborných časopisů a článků.

publicistický funkční styl:

článek = žánr obsahující jasné, věcné, logické a srozumitelné vyjádření myšlenky nebo popis události. Hledá souvislosti, příčiny a následky, které třídí a analyzuje.

medailón = subjektivně laděný portrét nějaké osobnosti, obsahuje základní biografické údaje, většinou vzniká k nějaké příležitosti

recenze = písemný kritický posudek uměleckého nebo vědeckého díla. Autor recenze je recenzent.

reklama = placená nebo neplacená propagace výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky. Cílem je obvykle zvýšení prodeje. Rozlišujeme r. televizní, novinovou, internetovou, rozhlasovou, plakátovou.

reportáž = popisuje a zobrazuje skutečnost na základě konkrétních faktů získaných přímou účastí. Měla by vyvolat názornou představu prostředí. Autor – reportér událost popisuje a zároveň hodnotí. Základními znaky jsou věcnost, důraz na detail, objektivnost.

- **určit slohový postup užítý v textu**

- ve většině textů se prolíná více slohových postupů

informační:                   - nejjednodušší, podává fakta ve věcných souvislostech (místo, čas)  
                                      - např. osobní dopis, pozvánka

vyprávěcí:                   - vypráví nějaký děj, událost nebo příběh  
                                      - snaha o zajímavost, upoutat čtenáře, napětí, pestrost  
                                      - pracuje se zde s dějovými prvky  
                                      - v neuměleckých textech málo častý; např. recenze (shrnutí děje)

popisný:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- popisuje buď vnější znaky nějakého objektu, nebo pracovní postup nějakého děje</li> <li>- důležitá je volba pořadí při popisu jednotlivých částí</li> <li>- např. inzerát, formulář, referát</li> </ul>
charakterizační:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- popis vnitřní = soubor vlastností osoby, zvířete nebo věci</li> <li>- např. recenze</li> </ul>
výkladový:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vysvětluje podstatu jevu, nejenom jeho vnější znaky</li> <li>- naznačuje souvislosti a příčinné jevy</li> <li>- např. referát, výklad, encyklopedické heslo</li> </ul>
úvahový:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vyjadřuje vlastní názory na problém</li> <li>- využívá srovnání, hodnocení</li> <li>- snaží se z daných faktů vyvodit logické závěry, které mohou být ovlivněny našimi city a postoji</li> <li>- např. komentář, medailón</li> </ul>

- **určit výskyt textu**

Kde je možné na daný text narazit?

- zdroj bývá uveden pod textem, pokud není, odhadneme (např. noviny, časopis, encyklopedie, učebnice, nějaký úřad – škola, pošta, banka) a zdůvodníme

- **odhadnout předpokládaného příjemce textu**

Komu je text určen?

- soukromé osobě X veřejné osobě X instituci, dítěti X dospělému, laikovi X odborníkovi, ženě X muži apod.

---

Následující body jsou nadstavba pro češtinářské fajnšmekry:

- **postihnout slohotvorné činitele**

objektivní: prostředí, situace, kontakt s adresátem, míra připravenosti, míra oficiálnosti

subjektivní: věk autora, životní zkušenosti, povahové rysy, momentální nálada

→ určit převládající činitele

- **charakterizovat výstavbu textu – horizontální a vertikální členění**

- grafické typy členění textu

horizontální členění: = text je členěný na odstavce, zarovnán k levému okraji, titulek, název kapitoly

- může se vyskytovat u všech funkčních stylů

- typické pro publicistický a prostě sdělovací f. s.

vertikální členění: = odrážky, číslování, typy písma, ilustrační obrázky

- používá se ke zpřehlednění textu

- typické pro administrativní a odborný f. s. (nejčastěji učebnice), někdy u publicistického

- někdy zarovnání na střed