

Není překvapivé, že slovní zásoba češtiny se v různých typech textu liší. V tzv. krásné literatuře (třeba v románech či poezii) se objevují častěji jiné výrazy než např. v odborných textech, protože tyto texty mají jiný obsah i cíl. Snad každý uživatel češtiny se pravidelně setkává s publicistickými texty, ať už na internetu na zpravodajských portálech, nebo postaru v tištěných papírových novinách. Jak tedy vypadá jazyk publicistiky? Jaká přídavná jména, která specifikují a charakterizují lidi, věci či události, se zde nejčastěji používají?

V rozhraní KonText (kontext.korpus.cz) lze pomocí několika kroků snadno vytvořit seznam nejčastějších českých adjektiv v publicistických textech. Zvolte si aktuální korpus SYN2015, a než začnete vyhledávat, upřesněte hledání pomocí tlačítka Vybrat texty (NMG: **Publicistika**). Pak zvolte typ dotazu CQL a kliknutím na Vložit tag otevřete okno, v němž si můžete vybrat **konkrétní slovní druh** (v našem případě adjektiva). Po vyhledání stačí kliknout na Frekvence > Lemmata a obratem dostanete **seznam nejčastějších adjektiv** v publicistice. Která slova jsou pro publicistiku typická? Můžete si také zkusit tentýž seznam vytvořit pro další dva typy textů (beletrii a oborovou literaturu) a výsledky porovnat.

✂-----

Není překvapivé, že slovní zásoba češtiny se v různých typech textu liší. V tzv. krásné literatuře (třeba v románech či poezii) se objevují častěji jiné výrazy než např. v odborných textech, protože tyto texty mají jiný obsah i cíl. Snad každý uživatel češtiny se pravidelně setkává s publicistickými texty, ať už na internetu na zpravodajských portálech, nebo postaru v tištěných papírových novinách. Jak tedy vypadá jazyk publicistiky? Jaká přídavná jména, která specifikují a charakterizují lidi, věci či události, se zde nejčastěji používají?

V rozhraní KonText (kontext.korpus.cz) lze pomocí několika kroků snadno vytvořit seznam nejčastějších českých adjektiv v publicistických textech. Zvolte si aktuální korpus SYN2015, a než začnete vyhledávat, upřesněte hledání pomocí tlačítka Vybrat texty (NMG: **Publicistika**). Pak zvolte typ dotazu CQL a kliknutím na Vložit tag otevřete okno, v němž si můžete vybrat **konkrétní slovní druh** (v našem případě adjektiva). Po vyhledání stačí kliknout na Frekvence > Lemmata a obratem dostanete **seznam nejčastějších adjektiv** v publicistice. Která slova jsou pro publicistiku typická? Můžete si také zkusit tentýž seznam vytvořit pro další dva typy textů (beletrii a oborovou literaturu) a výsledky porovnat.

✂-----

Není překvapivé, že slovní zásoba češtiny se v různých typech textu liší. V tzv. krásné literatuře (třeba v románech či poezii) se objevují častěji jiné výrazy než např. v odborných textech, protože tyto texty mají jiný obsah i cíl. Snad každý uživatel češtiny se pravidelně setkává s publicistickými texty, ať už na internetu na zpravodajských portálech, nebo postaru v tištěných papírových novinách. Jak tedy vypadá jazyk publicistiky? Jaká přídavná jména, která specifikují a charakterizují lidi, věci či události, se zde nejčastěji používají?

V rozhraní KonText (kontext.korpus.cz) lze pomocí několika kroků snadno vytvořit seznam nejčastějších českých adjektiv v publicistických textech. Zvolte si aktuální korpus SYN2015, a než začnete vyhledávat, upřesněte hledání pomocí tlačítka Vybrat texty (NMG: **Publicistika**). Pak zvolte typ dotazu CQL a kliknutím na Vložit tag otevřete okno, v němž si můžete vybrat **konkrétní slovní druh** (v našem případě adjektiva). Po vyhledání stačí kliknout na Frekvence > Lemmata a obratem dostanete **seznam nejčastějších adjektiv** v publicistice. Která slova jsou pro publicistiku typická? Můžete si také zkusit tentýž seznam vytvořit pro další dva typy textů (beletrii a oborovou literaturu) a výsledky porovnat.