



OPEN ACCESS

**JANA HOFFMANNOVÁ, JIŘÍ HOMOLÁČ, ELIŠKA CHVALOVSKÁ,
LUCIE JÍLKOVÁ, PETR KADERKA, PETR MAREŠ, KAMILA MRÁZKOVÁ:
STYLISTIKA MLUVENÉ A PSANÉ ČEŠTINY**

Praha: Academia, 2016, 510 stran

ISBN 978-80-200-2566-1.

Monografie *Stylistika mluvené a psané češtiny* navazuje na tradice pražské funkční stylistiky. Pojetí stylistiky zde může být charakterizováno pojmy ‚selektivní‘ a ‚funkční‘ — existenci stylu zakládá „výběr z určitého souboru možných vyjádření“ (s. 13) podmíněný především funkcí textu. Styl charakterizují autoři na obecné rovině jako „soubor obvyklých a příznačných způsobů volby výrazových prostředků a soubor způsobů uspořádání (organizace) zvolených prostředků, který se uplatňuje v určité komunikační sféře“ (s. 14). Tento soubor prostředků a jejich organizaci však nechápou staticky, ale ukazují vždy na probíhající změny a vývojové tendence v rámci dané komunikační sféry.

Komunikační sféry, jejichž vymezení vychází ze základních sociálních sfér, představují základní organizační princip publikace. Autoři se věnují sedmi sférám: běžné každodenní komunikaci, komunikaci institucionální (administrativní), odborné (vědecké), školní, mediální, reklamní a literární. Ačkoli nebylo možné postihnout v knize všechny komunikační sféry, popis vybraných komunikačních situací poskytuje zároveň metodologii, kterou lze uplatnit obecně při stylistické charakteristice textů (resp. textů jako reprezentantů určité komunikační sféry).

Jednotlivé stylové faktory nevnímají autoři izolovaně, ale jako ‚konstelaci‘, tedy jako soubor faktorů, které „na sebe vzájemně působí a zároveň vstupují do hierarchických relací“ (s. 17). I funkce textu je zde, na rozdíl od tradičního pojetí ‚funkčních stylů‘, chápána jako jeden z faktorů, které vytvářejí tuto hierarchickou konstelaci, a nikoli jako faktor apriorně nejdůležitější. Stylové faktory zahrnují vedle cílů a funkcí komunikace také faktory spojené s účastníky komunikace (jejich počet, vzájemné vztahy a druh kontaktu mezi nimi, interakčnost komunikace a symetrii či asymetrii mezi komunikanty), faktory spojené s charakteristikou situace (ne/veřejnost, ne/oficiálnost) a dále ne/připravenost a mluvenost nebo psanost. Přihlíží se také k tématu a kódu.

Každá z kapitol monografie se věnuje jedné komunikační sféře. Jsou vždy popsány dosavadní přístupy k danému stylu, je charakterizována příslušná komunikační sféra (komunikační cíle, sociální a komunikační role účastníků komunikace, kódy a normy, typy komunikačních situací) a její styl (dominantní funkce, druhy kontaktu mezi komunikanty, a/symetrie jejich vztahu, interakčnost, ne/připravenost a ne/veřejnost projevu, výrazové prostředky). Autoři komentují také vývojové tendence patrné v dané sféře. Každý styl ilustrují komentované ukázky.

Nejvíce prostoru je věnováno sféře běžné každodenní komunikace. Srovnání se staršími stylistickými publikacemi zde zřetelně ukazuje, jak velkou pozornost věnuje *Stylistika mluvené a psané češtiny* mluveným projevům, zejména nepřipraveným a dialogickým, a psaným textům, které jsou mluveností ovlivněny.¹ Autorky kapitoly, Jana

1 Srov. např. Marie Čechová — Marie Krčmová — Eva Minářová: *Současná stylistika* (2008, 4. revidované vydání). Praha: Nakladatelství Lidové noviny.



Hoffmannová a Lucie Jílková, akcentují v charakteristice této sféry interakční povahu komunikace a perspektivu každodennosti. Zabývají se jednak každodenními mluvenými dialogy, jednak každodenní psanou komunikací, včetně komunikace elektronické. Vedle detailního vymezení obou stylů obsahuje kapitola ukázky různých typů dialogů (a/symetrické věcné rozhovory, a/symetrické konverzační dialogy, doprovodné rozhovory při různých činnostech, rozhovory zprostředkované apod.)² a psané komunikace (soukromé dopisy, e-maily, internetové diskuse, chat, blog apod.). Rozbor ukázek ilustruje pojetí stylových faktorů jako hierarchicky uspořádané ‚konstelace‘. Např. v rozhovoru dvou kamarádek nad rozpleteným svetrem (s. 70–71) je dobře vidět hierarchii funkcí rozhovoru (funkce informační se kombinuje s funkcí fatickou), symetrii vztahu mezi účastníky, jejich přímý a bezprostřední kontakt, nevěřejný a interaktivní charakter dialogu. Autorky ukazují, jak se stylové faktory promítají do volby jazykových prostředků (užívání termínů a deiktických výrazů, kontaktních výrazů nebo prostředků navazování replik apod.), zmiňují i důležitost výrazových prostředků mimojazykových.

Autorky si všímají také vzájemného ovlivňování jednotlivých komunikačních sfér: centrální postavení stylu běžného dorozumívání podtrhuje i skutečnost, že „proniká a stále více asi bude pronikat i do dalších komunikačních sfér; tedy už ne jen do umělecké literatury, ale i do publicistiky, do reklamy, do komunikace odborné, školní, náboženské, možná i administrativní“ (s. 78). Posouvání hranic mezi soukromým a veřejným, mezi sférou běžného dorozumívání a jinými komunikačními sférami (zejména hospodářskou a institucionální) pozorují autorky také u elektronické komunikace.

Stejně jako kapitola o běžné každodenní komunikaci jsou uspořádány i další kapitoly, které se věnují jednotlivým vybraným komunikačním sférám. Pojetí těchto sfér je přitom často širší, než je obvyklé. Kapitola o institucionální komunikaci (Jiří Homoláč a Kamila Mrázková) tak zahrnuje kromě klasických administrativních textů a právních dokumentů i mluvenou institucionální komunikaci (ilustrovanou transkriptem zasedání městského zastupitelstva). Autoři ukazují také na vícejazyčnost a sémiotickou heterogenost institucionální komunikace. Zajímavý je postřeh, že „[v]edle tradičního způsobu standardizace shora... probíhá dnes ve sféře institucionální komunikace také standardizace ‚horizontální‘“ (s. 157), spojená s dostupností vzorů dokumentů na internetu. Pokud jde o výběr jazykových prostředků, všímají si autoři také potřeby „ostENZE ‚autoritativnosti‘“ institucionální komunikace (s. 163) a s ní související problematiky srozumitelnosti.

Také sféra odborné komunikace (Petr Kaderka) je pojímána široce. Zahrnuje vedle tradičních žánrů také mluvený projev (přednáška) a hybridní vědecký žánr poster (vědecký plakát). V otázkách normy pracuje autor kapitoly s pojmy příslušnosti k diskurzivní komunitě a intersubjektivnosti. Zajímavé je, že autor připojuje k výkladu o žánrech odborné komunikace také komentáře k oborovým specifickým humanitním a přírodovědným.

Sféra školní komunikace (Eliška Chvalovská) zahrnuje nejen projevy učitelů jako dominantních mluvčích, ale také projevy žáků. Autorka zdůrazňuje dialogičnost

2 U mluvených dialogů jde převážně o ukázky z korpusu nahrávek a transkriptů vybudovaného v Ústavu pro jazyk český.



školní komunikace. Projevy žáků dostaly značný prostor i v ukázkách psaných žánrů této komunikační sféry. Ve vývojových tendencích se opět zmiňuje vliv techniky a narůstající neformálnost školní komunikace.

Změny ve sféře mediální komunikace se projevují už v názvu kapitoly, kde autoři (Petr Mareš a Petr Kaderka) dali přednost termínu „mediální komunikace“ před pojmem „publicistický styl“, který mj. nezahrne uspokojivě všechny texty šířené pomocí masových médií. Nově se zde utváří terminologie, často pod vlivem angličtiny („online média“, „feature“, „crazy story“). Autoři poukazují na charakteristickou multimodálnost a hypertextovost mediálních textů, narůstající roli typografických prostředků v psaném textu, přejímání prostředků z jiných komunikačních sfér, kolokvializaci, ale také individuální kreativitu autora textu. Přes asymetrii vztahu mezi účastníky komunikace lze pozorovat posilování role recipientů a obecně interakčnosti.

Široké spektrum textů, které lze označit jako reklamu, musela naopak autorka kapitoly o sféře reklamní komunikace Kamila Mrázková zúžit na komerční, placenou a profesionální reklamu. Zaměřila se především na reklamu v periodickém tisku a audiovizuální reklamu, menší měrou pak na venkovní reklamu a jiné žánry. Velká část kapitoly je věnována výrazovým prostředkům na všech rovinách, včetně argumentačních postupů v reklamě. Jako trendy současné reklamy uvádí autorka multimodalitu, propojení se sociálními sítěmi a přesunutí reklamy na horizontální rovinu, tj. na samotné spotřebitele. Různé prostředky reklamy přitom často „koexistují ve stejném čase v různých žánrech či oblastech reklamy, ale také společně v téže kampani či reklamě“ (s. 395).

Sféra literární komunikace (Jana Hoffmannová) se výrazně odlišuje od všech ostatních sfér už dominantní estetickou funkcí, vysokou mírou variability komunikace a absencí takových norem, jakými se řídí komunikace v jiných sférách. To souvisí s důrazem na individualitu autora a recipienta a s otevřeností interpretace smyslu sdělení. Autorka kapitoly sice zdůrazňuje, že zde lze „postupovat pouze výběrově“ (s. 422); podařilo se jí však popsat řadu zajímavých tendencí v současné poezii, dramatu a próze: vedle tematicko-motivických tendencí zmiňuje např. důraz na modelování vyprávěče, resp. lyrického subjektu, hru s jazykem a kreativitu, metajazykové a metatextové reflexe a intertextovost, nebo pronikání prostředků mluvené češtiny do krásné literatury.

V úvodních kapitolách charakterizují autoři *Stylistiku mluvené a psané češtiny* jako deskriptivní práci, „která se snaží v relativní úplnosti postihnout aktuální charakteristiky komunikace ve vybraných sférách a výrazové prostředky užívané v příslušných komunikátech“ (s. 14). Těchto cílů autoři bezesporu dosáhli a kromě aktuálních charakteristik³ popsali také základní vývojové tendence ve sledovaných komunikačních sférách. Monografie zároveň prezentuje ucelenou a propracovanou koncepci stylu, opírající se o hierarchicky uspořádanou „konstelaci“ stylotvorných faktorů, které na sebe vzájemně působí. Tento přístup se uplatňuje nejen na obecné rovině charakteristiky jednotlivých komunikačních oblastí a stylů, ale také v analýze uká-

3 Analyzovány jsou vesměs texty vzniklé v uplynulých dvaceti letech, a kde je to relevantní, nacházíme i ukázky, které nejsou starší než dva roky.

zek a dokladů. Právě volba, rozmanitost, množství a rozsah analyzovaných ukázek spolu se srozumitelným, čtivým a jasně strukturovaným výkladem povedou jistě k vyplnění přání autorů, aby po knize sáhli kromě čtenářů vedených profesionálním zájmem také čtenáři laičtí. Stylistika je zde prezentována jako exaktní, ale zároveň zábavná vědní disciplína.



Markéta Malá | Ústav anglického jazyka a didaktiky, Filozofická fakulta Univerzity Karlovy |
nám. Jana Palacha 2, 116 38 Praha 1
marketa.mala@ff.cuni.cz