



otus in verbo

vedecký časopis mladej generácie

Recenzovaný časopis Filozofickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici

Predseda vedeckej rady:

doc. PhDr. Michal ŠMIGEL, PhD. (Katedra histórie FF UMB v Banskej Bystrici)

Vedecká rada:

prof. PhDr. František ALABÁN, CSc. (Katedra hungaristiky FF UMB v Banskej Bystrici)

doc. PhDr. Zuzana BOHUŠOVÁ, PhD. (Katedra germanistiky FF UMB v Banskej Bystrici)

prof. PaedDr. Ivan ČILLÍK, CSc. (Katedra telesnej výchovy a športu FF UMB v Banskej Bystrici)

doc. PhDr. Vladimír ĎURČÍK, PhD. (Katedra etiky a aplikovanej etiky FF UMB v Banskej Bystrici)

prof. PaedDr. Karol GÖRNER, PhD. (Katedra telesnej výchovy a športu FF UMB v Banskej Bystrici)

doc. PhDr. Eva HOMOLOVÁ, PhD. (Katedra anglistiky a amerikanistiky FF UMB v Banskej Bystrici)

doc. PhDr. Katarína CHOVANCOVÁ, PhD. (Katedra romanistiky FF UMB v Banskej Bystrici)

doc. Ivan JANČOVIČ, PhD. (Katedra slovenskej literatúry a literárnej vedy FF UMB v Banskej Bystrici)

doc. PaedDr. Miroslav KMEŤ, PhD. (Katedra histórie FF UMB v Banskej Bystrici)

PhDr. Katarína KOŠTIALOVÁ, PhD. (Inštitút sociálnych a kultúrnych štúdií FF UMB v Banskej Bystrici)

doc. PhDr. Marta KOVÁČOVÁ, PhD. (Katedra slovanských jazykov FF UMB v Banskej Bystrici)

prof. PaedDr. Vladimír PATRÁŠ, CSc. (Katedra slovenského jazyka a komunikácie FF UMB v Banskej Bystrici)

prof. Gilles ROUET, CSc. (Katedra medzinárodných vzťahov a diplomacie FPVMV UMB v Banskej Bystrici)

doc. Mgr. Ulrich WOLLNER, PhD. (Katedra filozofie FF UMB v Banskej Bystrici)

Mgr. Jakub CHROBÁK, Ph.D. (Ústav bohemistiky a knihovníctví FPF SLU v Opave)

Ing. Mgr. Zdeňka JASTRZEMBSKÁ, Ph.D. (Katedra filozofie FF MU v Brne)

prof. PaedDr. Tomáš KAMPMILLER, PhD. (Katedra atletiky FTVŠ UK v Bratislave)

doc. PhDr. Jan RADIMSKÝ, Ph.D. (Ústav romanistiky FF JU v Českých Budějoviciach)

doc. PhDr. Pavol TIŠLIAR, PhD. (Katedra etnológie a muzeológie FF UK v Bratislave)

Šéfredaktorka:

Mgr. Martina KUBEALAKOVÁ, PhD. (Katedra slovenskej literatúry a literárnej vedy FF UMB v Banskej Bystrici)

Redakčná rada: PaedDr. Zuzana BARIAKOVÁ, PhD. (Katedra slovenskej literatúry a literárnej vedy FF UMB v Banskej Bystrici), doc. PhDr. Katarína CHOVANCOVÁ, PhD. (Katedra romanistiky FF UMB v Banskej Bystrici), PaedDr. Jaroslav KOMPÁN, PhD. (Katedra telesnej výchovy a športu FF UMB v Banskej Bystrici), Mgr. Lujza URBANCOVÁ, Ph.D. (Katedra slovenského jazyka a komunikácie FF UMB v Banskej Bystrici), PhDr. Ingrid BALÁŽOVÁ (referentka pre medzinárodné vzťahy a edičnú činnosť FF UMB v Banskej Bystrici), Mgr. Igor LALÍK (člen *ad hoc*, študent doktorandského štúdia)

Adresa redakcie:

Tajovského ulica 40, 974 01 Banská Bystrica

www.motus.umb.sk

E-adresa redakcie:

motusinverbo@umb.sk

www.motus.umb.sk

Návrh obálky:

© Igor Duda

Zuzana Bariaková

Martina Kubealaková

Grafická a technická redakcia:

Mgr. Martina Kubealaková, PhD.

Jazyková korektúra:

Mgr. Marika Arvensisová

Mgr. Katarína Barnová

Mgr. Radka Jančiová

Mgr. Igor Lalík

Ing. Bc. Barbora Prausová

PaedDr. Zuzana Bariaková, PhD.

doc. PhDr. Katarína Chovancová, PhD.

Mgr. Lujza Urbancová, Ph.D.

Mgr. Martina Kubealaková, PhD.

OBSAH

Etnológia

ANTROPOLOGIA A ROZVOJ: RIVALI ALEBO SPOJENCI? (TEORETICKO-METODOLOGICKÝ NÁČRT PROBLEMATIKY)

Veronika Mezeiová 8

Lingvistika

ŽURNALISTIKA – PUBLICISTIKA – POLITIKA – MÉDIÁ: DOTYKY A PRIENIKY

Katarína Barnová 17

ZU EINIGEN LEXIKOGRAPHISCHEN ASPEKTEN DES FREMDSPRACHENUNTERRICHTS

Josef Mišun 24

REKLAMA CÍLENÁ NA DĚTI A JEJÍ SOUČASNÉ POJETÍ S DŮRAZEM NA REKLAMU

Pavλίna Tesařová 38

LEXIKÁLNE PREVZATIA V SLOVENČINE Z JAZYKA JIDIŠ

Tamara Zajacová 47

Literárna veda

K NEPRÍTOMNOSTI OTCA V TVORBE VERONIKY ŠIKULOVEJ

Mária Majerčáková 57

SÚČASNÁ LITERATÚRA A MŔTVA POSTMODERNA

Róbert Špoták 64

Translatológia

LOKALIZACE PŘEKladu V APELATIVNÍCH TEXTECH

Eva Krátká 73

VARIA

XXIII. KOLOKVIUM MLADÝCH JAZYKOVEDCOV

Igor Lalík – Marika Arvensisová 82

CONTENT

Ethnology

- ANTHROPOLOGY AND DEVELOPMENT: RIVALS OR ALLIES? (THEORETICAL AND METHODOLOGICAL OUTLINE OF ISSUE)**
Veronika Mezeiová 8

Linguistics

- JOURNALISM – PUBLICISTICS – POLITICS – MEDIA: TOUCHES AND INTERSECTIONS**
Katarína Barnová 17

- ON LEXICOGRAPHICAL ASPECTS OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING**
Josef Mišun 24

- ADVERTISING TARGETED AT CHILDREN AND CURRENT APPROACH TO IT
WITH EMPHASIS ON CZECH AND GERMAN EXAMPLES**
Pavína Tesařová 38

- YIDDISH LOAN WORDS IN SLOVAK**
Tamara Zajacová 47

Literary Science

- THE ABSENCE OF THE FATHER IN VERONIKA ŠIKULOVÁ'S AUTHOR'S CONCEPTION**
Mária Majerčáková 57

- CONTEMPORARY LITERATURE AND DEAD POSTMODERNISM**
Róbert Špoták 64

Translatology

- LOCALIZATION OF TRANSLATION IN THE OPERATIVE TEXTS**
Eva Krátká 73

VARIA

- XXIII. YOUNG LINGUISTS' COLLOQUIUM**
Igor Lalík – Marika Arvensisová 82

Milé čitateľky a čitatelia,

V úvodnom slove tretieho ročníka ďakujeme všetkým, ktorí prejavili záujem publikovať v časopise *Motus in verbo*. Z dôvodu väčšieho počtu doručených príspevkov redakcia prvýkrát využila možnosť navrhnúť autorom a autorkám presun do nasledujúceho čísla. Príspevky, ktoré prešli recenzným konaním úspešne, sú zaradené do oboch čísel tohto ročníka. Tradične ďakujeme všetkým na príprave čísla zainteresovaným, osobitne predovšetkým osloveným recenzentom a recenzentkám. Na januárovom stretnutí vedeckej a redakčnej rady sa dohodlo, že v záujme podpory anonymity recenzného konania nebudeme v jednotlivých číslach zverejňovať meno recenzentov a recenzentiek. Zvažujeme zaradenie zoznamu recenzentov a recenzentiek v poslednom čísle ročníka. Každý do recenzného procesu zapojený však dostane potvrdenie o účasti v recenznom procese.

Veríme, že pre nás všetkých je dobrou správou podpísanie licenčnej zmluvy medzi časopisom *Motus in verbo* (v zastúpení pani rektorky) a EBSCO Publishing, Inc., ktorou sa otvoril proces zaradenia časopisu do medzinárodnej databázy.

Prvé číslo tretieho ročníka je tvorené ôsmimi príspevkami z oblasti etnológie, lingvistiky, literatúry a translatológie. V závere čísla, v časti *Varia*, si svoje miesto našla aj krátka správa z tohoročného *Kolokvia mladých jazykovedcov*.

Veríme, že obsahová náplň časopisu naplní Vaše očakávania a sprostredkuje Vám nové (i zaujímavé) informácie, pohľady či názory na riešený problém.

**Martina Kubealaková
Igor Lalík**

**ANTROPOLÓGIA A ROZVOJ: RIVALI ALEBO SPOJENCI?
(TEORETICKO-METODOLOGICKÝ NÁČRT PROBLEMATIKY)
ANTHROPOLOGY AND DEVELOPMENT: RIVALS OR ALLIES?
(THEORETICAL AND METHODOLOGICAL OUTLINE OF ISSUE)**

Veronika Mezeiová

Inštitút sociálnych a kultúrnych štúdií FF UMB v Banskej Bystrici

3.1.3 etnológia, 3. rok štúdia

veronika.mezeiova@umb.sk

Školiteľka: **prof. PhDr. Zuzana Beňušková, CSc. (zbenuskova@ukf.sk)**

Kľúčové slová

sociálna antropológia, rozvoj, rozvojový diskurz, prístup zameraný na aktéra, participatívny prístup, etnografia

Key words

social anthropology, development, development discourse, actor-oriented approach, participative perspective, ethnography

Predmetom príspevku je predstavenie vzťahu sociálnej antropológie a rozvoja ako praktiky aj myslenia, tak ako je konštruovaný v anglosaskom akademickom priestore. Za posledné dve dekády sa názory sociálnych antropológov na rozvoj rozchádzajú v prístupe praktického alebo akademického angažovania sa. Na jednej strane antropológovia – praktici, pracujúci vo vládných aj mimovládnych rozvojových organizáciách, demonštrujú prínos disciplíny v rozvojovej práci, na druhej strane antropológovia – akademici, zástancovia radikálnej kritiky myšlienky rozvoja, považujú koncept rozvoja za morálne, politicky aj filozoficky zavádzajúci (Gardner – Lewis, 1996, s. 153). Long napríklad podčiarkuje komplikovanosť vzájomného vzťahu antropológie a rozvoja rozdelením získaných antropológických poznatkov v kontexte rozvoja na „vedomosti pre porozumenie“ a „vedomosti pre akciu“ (Long a Long in Lewis, 2005, s. 474). Zástanca postmoderného dekonštruktivismu Fergusson priostruje a rozvoju prisudzuje nálepku „zlého dvojčaťa antropológie“. Do akej miery je takého čierno-biele nazeranie na vzťah antropológie a rozvoja legitímne a čo môže antropológia ponúknuť v rozvoji? Zámerom tohto príspevku nie je problematizovať vzájomný vzťah antropológie a rozvoja, ale predstaviť ho v kontexte širších historických, politických a kultúrnych procesov a pokúsiť sa ponúknuť odpovede na stanovené otázky (1).

Koncept rozvoja sa v súčasnej podobe začal používať po druhej svetovej vojne a stal sa jednou z dominantných myšlienok 20. storočia. Vo svojej podstate je **rozvoj** značne problematický a v rôznych obdobiach mu boli prisudzované rôzne významy. Pojem vstúpil do oficiálneho používania v roku 1949, keď prezident USA Harry Truman vo svojom inauguračnom prejave hovoril o potrebe obnovy nerozvinutých častí sveta [*underdeveloped areas*] poskytnutím finančnej pomoci a presunom moderných technológií do týchto oblastí (Lewis, 2005; Cardoso, 2007). Koncept rozvoja zahŕňal snahy a praktiky, ktoré mali priniesť predovšetkým pozitívne zmeny spojené s pokrokom v krajinách „tretieho sveta“ (2) – v Afrike, Ázii a Južnej Amerike – a bol spájaný predovšetkým s ekonomickým rastom.

Hlavné rozvojové teórie (3) predstavujú dôležitý kontext, v ktorom sa vyvíjal rozvojový diskurz (4). Sociálni antropológovia, ktorí sa stali súčasťou tohto diskurzu, prakticky využívali svoje vedomosti už v období kolonializmu. Od 30. rokov 20. storočia úzko participovali na prvých rozvojových snahách kolonizátorov, ktorých cieľom bola zmena v ľudskom správaní za účelom zlepšenia sociálnych, ekonomických a technologických podmienok (Cardoso, 2007, s. 104). Pomáhali

zavádzať najmä európske technológie, administratívny systém, vzdelanie a náboženstvo, formálne či neformálne spolupracovali s odborníkmi z verejnej správy a boli nimi najímaní, aby viedli výskumy o pôvodných obyvateľoch za účelom efektívnejšej správy územia kolónie a jej obyvateľov. História antropológických intervencií v oblasti rozvoja sa v istej miere prekrýva s dejinami aplikovanej antropológie, ktorá predstavuje praktické využitie antropológických metód a poznatkov (5).

Niektorí antropológovia však ostávali pri výskume rozvojových vplyvov bez praktických aplikácií a venovali sa výskumu sociálnej zmeny ako takej. Pristupovali k štúdiu plánovanej zmeny v súvislosti s meniacimi sa paradigmami. V raných fázach disciplíny, v kontexte teoretických prístupov evolucionizmu, difuzionizmu aj funkcionalizmu, pretrvávala tendencia študovať spoločnosti ako statické, antropológovia kládli veľmi malý dôraz na ich zmenu v čase. Tento trend sa zmenil po druhej svetovej vojne, keď sa začali zaujímať o dôsledky kultúrneho kontaktu kolonizátorov a členov lokálnych spoločenstiev na koloniálnych územiach. Vo svojich prácach sa čoraz viac zameriavali na historický kontext komunit a vysvetľovanie procesov sociálnej a politickej zmeny (Lewis, 2005, s. 476).

Rozvoj a sociálna zmena

Rozvoj je definovaný mnohými spôsobmi z dôvodu multiplicity aktérov, ktorí sú poverení úlohou rozvoja (Navrátilová, 2009, s. 16). Za najvšeobecnejšiu definíciu rozvoja je v kontexte tohto príspevku J. N. Pieters-ova (2001, s. 3), ktorá uvádza: „Rozvoj môžeme definovať ako organizovanú intervenciu do kolektívnych záležitostí podľa štandardov zlepšenia. Čo je mienené týmto zlepšením a aký druh intervencie je vhodný, sa prirodzene mení podľa triedy, kultúrno-historického kontextu a vzťahov moci.“ Ide teda o proces zmeny, sprostredkovaný nejakou formou ľudskej intervencie.

Zmena začala byť vnímaná ako neoddeliteľná súčasť spoločnosti, čo formovalo aj vzťah medzi antropológiou a rozvojom. Podľa francúzskeho antropológa Oliviera de Sardana, ktorý zastáva názor, že štúdium súčasného rozvoja by malo byť jedným z hlavných záujmov antropológie rozvoja, je „rozvoj len ďalšia forma sociálnej zmeny a nemôže byť pochopený oddelene od sociálnej zmeny“ (de Sardan, 2005, s. 24). Analýza činností spojených s rozvojom a všeobecných reakcií na tieto aktivity by nemala byť oddelená od štúdia lokálnej dynamiky, endogénnych procesov, od neformálnych procesov zmien, a preto antropológia rozvoja nemôže byť oddelená od antropológie sociálnej zmeny (de Sardan, 2005, s. 24).

Sociálni antropológovia Gardner a Lewis vo svojom súbornom prehľade venovanom antropológii rozvoja vymedzili tri hlavné oblasti vzájomnej interakcie antropológie a rozvoja, ktoré voľne rámcujú štúdium rozvoja (Gardner – Lewis, 1996, s. 52). Podľa nich sa antropológovia od počiatkov disciplíny sústreďovali a stále sa zameriavajú na:

1. sociálne a kultúrne efekty ekonomických zmien,
2. sociálne a kultúrne efekty rozvojových projektov (a ich zlyhávanie),
3. internú činnosť, praktiky a diskurzy v tzv. rozvojovom priemysle.

Vymedzené sféry zahŕňajú praktické i teoretické príspevky antropológov k rozvoju a v ich medziach možno uchopiť vzťah antropológie a rozvoja v historickom i socio-politickom kontexte. Olivier de Sardan (2005) a neskôr na neho nadväzujúci zástupcovia anglofónnej vetvy antropológov David Mosse a David Lewis (2006) zarámcovali tento vzťah do troch hlavných prístupov sociálnych antropológov k štúdiu rozvoja: inštrumentálneho, dekonštruktivistického a populistického. Podrobným pohľadom na tieto prístupy možno odhaliť vývoj predmetnej interakcie od počiatkov jeho formovania až po súčasné chápanie pozície a vzťahu antropológov k rozvoju.

Inštrumentálny prístup

Angažovanie sa antropológov v rozvojových programoch a projektoch sa rozšírilo zmenou orientácie rozvojových intervencií z výhradne ekonomických perspektív smerom k širším sociálnym a kultúrnym aspektom rozvoja, ktoré kládli dôraz na zníženie chudoby a zlepšenie životných

podmienok v rozvojových krajinách. V 70. rokoch, na pozadí novej paradigmy závislosti, ktorá kritizovala modernizačnú teóriu a predovšetkým jej etnocentrické snahy nadradujúce západné poznatky a technológie, antropológovia najmä z marxistického tábora poukazovali na nerovné pozície medzi rozvinutým Severom a zaostalým Juhom (Lewis, 2005, s. 475). Zameriavali sa na výskum sociálnych a kultúrnych efektov ekonomických zmien (modernizácie, urbanizácie, industrializácie) v menej rozvinutých oblastiach sveta. Práve v tomto období sa sformovala subdisciplína antropológie, tzv. **rozvojová antropológia**, ktorej zástupcovia boli motivovaní altruistickou túžbou odsúdiť vykorisťovanie a pomáhať mladým štátom, ktoré dosiahli nezávislosť (Cardoso, 2007, s. 105).

Narastajúcou inštitucionalizáciou rozvoja a vznikom rozvojových agentúr a organizácií sa rozširoval aj záujem sociálnych antropológov o participáciu v rozvojových projektoch. V 70. – 80. rokoch sa vo Veľkej Británii stal rozvojový sektor jedným z dominantných zamestnávateľov aplikovaných antropológov. Nová politika ekonomického neoliberalizmu okresala rozpočty univerzít a podfinancovanie zasiahlo aj kabinety antropológie. K ich neistote prispieval aj nárast multidisciplinarity rozvojových štúdií a s tým spojený vznik nových disciplín, ktoré sa venovali rozvoju, čo malo priamy vplyv na zvýšené angažovanie antropológov v rozvojových „biznis“ agentúrach. Zároveň stupňujúca sa profesionalizácia rozvojového priemyslu znamenala nárast pracovných príležitostí pre antropológov v rozvojových organizáciách. Rozvojová antropológia vytvorila špecifickú inštitucionálnu bázu v mnohých krajinách Severnej Ameriky a Európy. Vznikla napríklad *Komisia rozvojovej antropológie*, ktorá propagovala a podporovala zainteresovanie antropológie v rozvoji krajín tretieho sveta. V 70. rokoch vznikol *Inštitút rozvojovej antropológie* v New Yorku, ktorý bol od svojho začiatku vedúcou inštitúciou na poli aplikovateľnosti rozvojovej antropológie. Neskôr vznikali študijné programy, ktoré mali pripraviť študentov na dráhu praktikov rozvoja. Antropológovia boli v rámci krátkodobých pracovných záväzkov alebo dlhodobej spolupráce zamestnávaní v rozširujúcej sa oblasti sociálneho rozvoja v inštitúciách ako *Organizácia pre medzinárodný rozvoj*, *OSN*, v súkromných konzultantských firmách a v 90. rokoch sa rozmachom neziskového sektora rozšírilo ďalšie pole ich uplatnenia (Lewis, 2005, s. 476).

Antropológovia pracovali ako aplikovaní výskumníci, konzultanti, manažéri alebo úradníci. Tieto rôzne roly boli sprevádzané rôznymi osobnými a inštitucionálnymi motiváciami pre ich priame zainteresovanie v rozvoji – ako záväzok voči sociálnemu progresu, záujem o uplatňovanie perspektívy akčného výskumu alebo to bola ich odpoveď na tlaky v akademickom živote, súvisiace práve s nedostatkom pracovných miest v akademickom sfére. Záujmy antropológov boli inštrumentalizované pre potreby rozvojových organizácií. Boli prinútení prijať inštrumentálnu racionalitu, ktorá charakterizuje tieto politické svety, a produkovali vedomosti, ktoré boli normatívne, prediktívne a použiteľné v posilňovaní rozvojovej efektívnosti (Lewis – Mosse, 2006, s. 3).

Populistický prístup

Druhý mód antropológického zaangažovania v rozvoji je viac ideologický a populistický než inštrumentálny. Obhajuje **participatívne formy rozvoja**, ktoré vo svojich prácach propaguje antropológ Robert Chambers, ktorý v 70. rokoch predstavil metódu rýchlej vidieckej expertízy (*Rapid Rural Appraisal*), neskôr pretvorenú do prístupu participatívnej vidieckej expertízy (*Participatory Rural Appraisal Approach*), ako takmer výhradný zdroj „rozvojárskych“ vedomostí o lokálnych, zvlášť rurálnych komunitách. Dekáda 80. rokov 20. storočia dokonca zvykne byť nazývaná aj „participatívnou dekadou“. Nárast vplyvu sociálnych hnutí, neziskových organizácií a komunitne založených organizácií je výrazom tohto „obratu ku komunitě“, ktorý je v 90. rokoch ďalej „intenzifikovaný vynorením sa skutočnej globálnej občianskej sféry“ (Navrátilová, 2009, s. 107).

Participatívne postupy predstavujú nástroje zapojenia cieľovej komunity do rozvojového snaženia. Podľa Davida Mossea dominantné chápanie participácie znamená v mainstreamovej komunitě „inkorporáciu vedomostí a zručností lokálneho obyvateľstva do plánovania projektov skrz techniky participatívneho učenia a plánovania“ (Mosse, 2004, s. 16) s tým, že participatívne prístupy majú byť nástrojom na redukciu dominancie v prospech posilnenia pozície tých najchudobnejších (Mosse, 2004, s. 16). Lokálne vedomosti v tomto prístupe predstavujú základňu pre alternatívne

modely rozvoja, ktoré slúžia ako základ rozhodovania, pričom „lokálne vedenie je definované ako suma skúseností, vedomostí a zručností určitej skupiny“ (Mukherjee, 1998, s. 25). Za ideál participatívneho prístupu je označovaný proces zapojenia rurálneho obyvateľstva do procesu budovania lokálnych poznatkov ako spôsob učenia sa od obyvateľov rurálnych oblastí, ako skúmať, analyzovať a ohodnotiť limity a príležitosti (Mukherjee, 1998, s. 29). Projektívni aktéri nie sú pasívnymi facilitátormi produkcie lokálnych poznatkov a plánovania, ale aktívne tieto procesy ovplyvňujú a utvárajú. Projektívni experti vlastnia výskumné nástroje, vyberajú témy, nahrávajú informácie a pod. Ako uvádza Mukherjee (1998, s. 25), participatívne metódy sa usilujú o „a) zohľadnenie lokálneho systému poznania; b) inkorporáciu dedinského diverzity; c) zapojenie komunit do zlepšenia ich vlastnej situácie; d) profesionálny, hodnotný a uspokojujúci proces zbierania, analyzovania a využívania rurálnych informácií ako základu pre rozvoj“.

Olivier de Sardan (2005, s. 9) rozlišuje medzi ideologickým populizmom, ktorého klasickým príkladom je práve participatívny prístup reprezentovaný Chambersovou knihou z roku 1983 (6), a metodologickým populizmom, ktorý sám zastáva a ktorý podľa neho tvorí podstatu antropologického výskumu. Zatiaľ čo *ideologický populizmus* romanticky zdôrazňuje všeobecné miestne zručnosti, vedomosti a skúsenosti a systematicky idealizuje tieto kompetencie ľudí v zmysle autonómie alebo odporu, *metodologický populizmus* zastáva tvrdenie, že miestne iniciatívy [*grassroots*] a sociálni aktéri majú isté vedomosti, zručnosti a stratégie, ktoré treba objaviť bez komentovania ich hodnoty alebo kvality (de Sardan, 2005, s. 9). Predpojatosť vlastná ideologickému populizmu znemožňuje vedecké postupy, metodologický pohľad označuje za pozitívny faktor, ktorý otvára nové možnosti výskumu. Problémom je, že oba bývajú v prácach mnohých autorov spájané dohromady, pričom mnohé takéto práce podliehajú súběžne ideologickému populizmu tým, že idealizujú zručnosti miestnych aktérov a zároveň dosahujú inovatívne výsledky práve vďaka metodologickému populizmu, ktorý umiestňuje úlohu opísať konanie a pragmatické a kognitívne zdroje, ktoré majú aktéri bez ohľadu na stupeň vlády alebo straty, v ktorom žijú (de Sardan, 2005, s. 10).

Dekonštruktivistický prístup

Tretia antropologická orientácia na rozvoj je kritická a dekonštruktivistická. Mainstreamová antropológia v priebehu 80. rokov podstúpila éru prehodnocovania prístupov, pričom diskusia týkajúca sa najmä reprezentatívnosti a textuality vychádzala z kritických prác Clifforda a Markusa. V sociálnych vedách začala prevládať špecifická ideológia označovaná ako postmodernizmus, postštrukturalizmus alebo dekonštruktivizmus. Postmoderná antropológia zaoberajúca sa problematikou rozvoja sa špecializovala na analýzu **rozvojového diskurzu** a samu seba označila za **antropológiu rozvoja**, čím sa vymedzila voči inštrumentálnej rozvojovej antropológii. Antropológia rozvoja filozoficky vychádza najmä z prác francúzskeho filozofa M. Foucaulta a analyzuje rozvoj ako „diskurz“ – teda systém vedomostí, praktík, techník a mocenských vzťahov, ktoré určujú a limitujú opis a konanie [*agency*] v rámci svojej oblasti pôsobenia. Uplatňujúc tento prístup je rozvoj vnímaný ako historicky špecifický diskurz nadvlády Západu nad „rozvojovým“ svetom (Lewis – Mosse, 2006, s. 14).

Hlavní predstavitelia dekonštruktivistického prístupu v antropológii Hobart, Fergusson a Escobar vo svojich publikáciách presadzujú potrebu reflexívneho prístupu k etnografickému textu. Arturo Escobar vo svojom slávnom diele *Encountering Development* (1995) predstavuje jednu z najvplyvnejších narácií o rozvojovom priemysle. Koncept praktickej aplikovanej antropológie sa vysúva do úzadia. Podľa Escobara sa aplikovaná rozvojová antropológia stala predmetom „dominantného diskurzu“ a rozprúdila debatu o potenciáli antropológie apelovať na jej hegemoniu a upriamiť pozornosť na iné menej viditeľné diskurzy (Lewis, 2005).

S postmoderným obratom v antropológii súvisí aj zmena objektu štúdia antropológie rozvoja. Rozvoj už nie je vnímaný ako vonkajšia sila, ktorá pôsobí na reálne subjekty antropologických výskumov. Aj keď väčšina štúdií sa orientuje na prijímateľov plánovaných zmien, pozornosť

antropológov sa čím ďalej tým viac obracia na štúdium činnosti rozvojových inštitúcií, politických procesov a ideológií ako oblastí hodných etnografických prieskumov. Ich práce problematizujú a dekonštruujú úplnú podstatu poňatia rozvoja a analyzujú ho ako diskurz, čo sa nepozdáva tvorcom rozvojových politík, pretože dochádza ku kritike epistemologických predpokladov ich práce. Sociálne reality sú v týchto podmienkach znásobené a menia sa podľa kontextu. Autori už nehľadajú objektívnu pravdu o rozvoji a jeho vplyvoch, ale snažia sa pochopiť spôsoby, ako je rozvoj sociálne konštruovaný a, naopak, ako konštruuje svoje subjekty (de Sardan 2005; Mosse – Lewis, 2006).

Ďalší predstaviteľ dekonštruktivizmu Anfred tvrdí, že imperializmus bol premenovaný na rozvoj a vo svojej práci prezentuje 5 charakteristík rozvojového diskurzu: 1 – ide o prístup „oni-majú-problém-my-máme-riešenie“; 2 – oslobodenie od protikladných faktov; 3 – rozvojový expert je agent; 4 – rozvojový agent ako muž; 5 – vylúčenie pôvodných skúseností a vedomostí (In: de Sardan, 2006, s. 6 – 7). Zároveň však zdôrazňuje, že tieto tvrdenia nie sú opodstatnené, pretože nie sú podložené empirickými dátami, sú bez kvalifikovaného pohľadu a nekladú dôraz na možné protiargumenty.

Gardner a Lewis predstavili 2 možné riešenia/reformy rozvoja zvnútra, pričom predstavili tzv. alternatívny rozvoj a navrhli zrušenie hraníc, ktoré existujú medzi tými, ktorí riadia rozvoj [*developers*], a tými, ktorí majú byť rozvíjaní [*developed*] (Gardner – Lewis, 1996, s. 128).

Podľa de Sardana dekonštruktivistické prístupy nie sú o nič menej ideologické ako tie populistické. Formu postštrukturalistickej analýzy považuje za ideologický dekonštruktivizmus, pričom zdôrazňuje, že nadradovanie lokálneho vedenia a ponížovanie vedeckého poznania sú prístupy nebezpečne presiaknuté populizmom. „Ideologický dekonštruktivizmus ponúka diabolský obraz rozvojového sveta, ktorý kladie malý dôraz na nesúdržnosť, neistoty a protirečenia/nezrovnalosti“ (de Sardan, 2006, s. 7). Tvrdí, že postštrukturalisti v skutočnosti spojili dekonštruktivistický prístup s populistickým prístupom a prichádza s návrhom, aby bolo k určitým analýzám rozvojového diskurzu pristupované nie ako k postmoderným alebo postštrukturalistickým, ale z hľadiska metodologického dekonštruktivizmu, ktorý kladie do protikladu k Escobarovmu ideologickému dekonštruktivizmu. Inými slovami, ideologický dekonštruktivizmus zlyháva na tom, že neskúma vzťah medzi rétorikou a mobilizujúcimi zjednodušeniami rozvojových politík a svetom, ako je zažívaný a ako mu rozumejú rozvojoví aktéri. Oba prístupy odkláňajú pozornosť od zložitosti stratégií ako inštitucionálnych praktík, od sociálneho života rozvojových projektov, organizácií a profesionálov v rozvoji, od rozmanitosti záujmov v rámci rôznych strategických modelov a od perspektívy samotných aktérov (Mosse, 2004, s. 23).

Súčasný trendy v antropológii rozvoja

V protiklade k zmieneným prístupom súčasní francúzski sociálni antropológovia zdôrazňujú neinštrumentálne a nenormatívne výskumné prístupy. Odmietajú formovať vzťah medzi zámermi rozvoja a jeho výsledkami, stratégiami a praktikami v jednoduchých inštrumentálnych termínoch (ako napr. lepšia implementácia) a namiesto toho kladú rovnocenný dôraz na sociálne procesy rozvojových politík, neformálne vzťahy a životné situácie rozvojových aktérov (Mosse – Lewis, 2006, s. 9). Snažia sa uplatňovať viac empirický a etnografický prístup.

Olivier de Sardan, na rozdiel od nadradovania ľudových zručností populistickými prístupmi alebo odsudzovania rozvojových konfigurácií a ich diskurzu dekonštruktivistickým prístupom, sa zameriava na **analýzu zapletenej sociálnej logiky** [*entangled social logic*]. Navrhne skúmať vzťah medzi oboma svetmi – populistami aj dekonštruktivistami – medzi konkrétnymi prvkami oboch svetov, prostredníctvom empirického výskumu zvlášť okolo styčných bodov, kde sa tieto prvky prelínajú. Takýto prístup označuje za metodologický interakcionizmus, v podobnom zmysle ako metodologický dekonštruktivizmus a metodologický populizmus (de Sardan, 2005, s. 11). „Interakcionizmus má dlhú vedeckú históriu, termín metodologický interakcionizmus môžeme použiť na určenie analýz, ktoré vnímajú sociálne interakcie ako prednostnú empirickú „cestu““ (de Sardan, 2005, s. 12). Interakcionizmus je niekedy chápaný ako skupina formálnych pravidiel ovládaných interakciami alebo predstavuje situácie interakcií (de Sardan, 2005, s. 12).

Práce uplatňujúce prístup zapletenej sociálnej logiky sa snažia vyhýbať fixácii na interakciu, skôr využívajú interakciu ako užitočný analytický nástroj skúmaného fenoménu. Interakcie sú spracované vo forme prípadových štúdií ako produktívne sondy do sociálnej reality; ako významy dešifrovaných konkrétnych sociálnych situácií – rovnako z hľadiska stratégií aktérov a z hľadiska kontextuálnych obmedzení; aj ako významy praktík a koncepcií štrukturálnych fenoménov (de Sardan, 2005, s. 12). Tento prístup má v antropológii rozvoja opodstatnené miesto práve preto, že rozvoj má špecifickú tendenciu produkovať veľké množstvo interakcií a zvlášť interakcií medzi aktérmi, ktorí majú rôzne statusy, produkujú rôzne aktivity a nerovnaké ciele a sú vďačným objektom etnografického štúdia rozvoja.

Obrat k metodológii: prístup zameraný na aktéra

Súčasní výskumníci sa nesnažia celkom opustiť dekonštruktivistické perspektívy, ale snažia sa ich premeniť viac na metodologické ako ideologické – ako prostriedok k analýze vzájomných interakcií, ideí a vzťahov v rozvojových oblastiach.

Prístup zameraný na aktéra [*actor-oriented approach*] sa vyvíjal na Manchesterskej škole antropológie a jeho hlavným zástancam je Norman Long. Jeho cieľom je „etnografické porozumenie tzv. ‚sociálneho života‘ rozvojových projektov (od formovania ich koncepcie až po ich realizáciu) a životných skúseností rôzne situovaných a ovplyvňovaných sociálnych aktérov“ (Long, 2004, s. 15 – 16). Tento prístup zdôrazňuje spôsoby, akými sú produkované a vyjednávané rozvojové úmysly v praxi a aké rôzne významy majú rozvojové procesy a interakcie pre rozličných aktérov zaangażovaných v rozvoji. Umožňuje napríklad pochopiť spôsoby, ako sú činné vládne úrady a rozvojové organizácie a odкрýva napr. rozdiely medzi ich formálnymi rozvojovými zámermi a cieľmi a realizovanými praktikami a stratégiami vedenými aktérmi z rôznych organizačných úrovní. „Tento prístup zahŕňa vzťah rozvojových politík a praxe nie ako inštrumentálny alebo pretlmočený scenár ideí, ale ako neusporiadaný a prístupný každému, v rámci ktorého sú procesy nekontrolovateľné a výsledky sú neisté. Koncept intervencií teda vyžaduje dekonštrukciu, aby bolo jasné, o čo v ňom ide – že je to pokračujúci, sociálne konštruovaný a dohadovaný proces, nie len jednoduché prevedenie a realizovanie špecifického plánu akcií s očakávanými výsledkami“ (Mosse – Lewis, 2006, s. 10).

Prístup sa zameriava na štúdium stretov medzi rôznymi sociálnymi svetmi a revitalizuje konvenčné prístupy k rozvoju. S entuziazmom bol prijatý v aplikovaných oblastiach, ako sú napríklad rurálne štúdiá zamerané na rozvoj poľnohospodárstva, komunikačné štúdiá, participatívna vidiecka expertíza alebo analýzy stakeholderov. Základnými koncepciami prístupu zameraného na aktéra sú *konanie [agency]*, *sociálni aktéri*, *myšlienka zložených realít, aréna*, kde sa stretávajú rôzne *životné svety a diskurzy*, *idea styčných plôch [interface encounter]* v zmysle diskontinuit záujmov, hodnôt, vedomostí, moci a štruktúrovanej heterogenity. Ide o dynamický prístup v antropológii, ktorý je zameraný na terénny výskum, jeho výstupom sú kritické prípadové štúdiá a podáva zrozumiteľný pohľad na konflikty, vyjednávania, nezhody a nedorozumenia vznikajúce v rámci rozvojových procesov (Long, 2004).

Olivier de Sardan poukazuje na to, že prístup zameraný na aktéra a interakcionalistické prístupy nenavrhuje redukcionistické predpoklady, upozorňuje na kontextuálne obmedzenia, zvyrazňuje konjunkturalne (náhodné zhody) a štrukturálne javy (In: Mosse – Lewis, 2006).

Záverom. Antropológia a rozvoj: rivali alebo spojenci?

Predkladaný prehľadový materiál objasňuje vzťah antropológie a rozvoja vo svetle viacerých ideologicko-metodologických prístupov, ktorý má od svojho počiatku rozmanité podoby. Zatiaľ čo v raných fázach spoločného kompromitovania rozvojoví antropológovia úzko spolupracovali s tvorcami rozvojových politík, neskôr ich kolaboráciu oslabil kritika prístupov k štúdiu rozvoja ako hegemonickéj nadvlády bohatého Severu nad chudobným Juhom bez účasti miestnych aktérov. Perspektívu rozvoja zhora-nadol nahradil tzv. alternatívny rozvoj s participatívnymi prístupmi vyzdvihujúcimi úlohu vedomostí, skúseností a zručností miestneho obyvateľstva v rozvoji. Post-

štrukturalisti 90. rokov 20. storočia dekonštruovali úplnú podstatu poňatia rozvoja a analyzovali ho ako diskurz. Súčasný trend smeruje k uplatňovaniu nenormatívneho, empirického a etnografického prístupu k štúdiu rozvoja.

Úloha antropológie v rozvoji je nesporná. Nemožno na ňu nazerať čierno-bielou optikou súboja dobra a zla. Antropológia rozvoja poukazuje na analýzu vzájomných vzťahov a interakcií medzi sociálnymi aktérmi patriacimi do rôznych kultúr alebo subkultúr. Snaží sa inventarizovať jednotlivé obmedzenia, ktorým podliehajú všetci aktéri, a dekodovať stratégie, ktoré rozvíjajú aktéri podľa toho, aký majú dostupný manévrovací priestor. Sociálna antropológia zmeny a rozvoja zahŕňa hlboko empirické, viac dimenzionálne a diachronické štúdium sociálnych skupín a ich interakcií, kombinujúc analýzu sociálnych praktík a vedomia.

Antropológia môže významne prispieť k intelektuálnej výzve lepšej konceptualizácie vzťahov medzi medzinárodnými modelmi rozvojových politík a praxou, udalosťami a významnými výsledkami, ktoré sú očakávané alebo legitimizované. Súčasne nám umožňuje sledovať odkazy širšej politickej ekonomiky medzinárodných nerovností, ktoré rámujú svet rozvojových agentúr a samotných inštitúcií.

Záverom, vychádzajúc z teoreticko-metodologického a historicko-spoločenského kontextu a z empirických štúdií, v rámci ktorých sa formoval a stále formuje vzťah antropológie a rozvoja, možno v piatich bodoch zosumarizovať úlohu antropológie a etnografie ako jej hlavného metodologického nástroja v štúdiu rozvoja (Gradner – Lewis, 2005; Mosse – Lewis, 2006; de Sardan, 2005):

- 1) Etnografia môže pomôcť odhaliť zložité a členité chápanie rozvoja, pričom môže pomôcť objasniť oblasti rozvojovej praxe, ktoré sú skryté alebo zamlčované rozvojovými politikami, ale sú dôležité pre pochopenie toho, ako sa udalosti odvíjajú v špecifických podmienkach a prečo dané intervencie fungujú alebo nie.
- 2) Antropológia rozvoja môže vniesť čerstvý náhľad na sociálne procesy rozvojových politík a stratégií, ponúkajúc metodologický dekonštrukcionizmus, ktorý upozorňuje na povahu jazyka stratégií (na diskurz) a odhaľuje, ako fungujú konkrétne strategické idey – riadenie, participácia, občianska spoločnosť, fair trade alebo rodová rovnosť – u podporovateľov rozvoja (úradníkov a príjemcov stratégií, výskumníkov a subjektov výskumu) a pri falošných politických konexiách, pričom vytvára spoločné reality z heterogénnych sietí.
- 3) Antropológia rozvoja ukazuje, ako sa menia strategické modely podľa aktérov, ktorí sa v nich angažujú (vládni úradníci, zamestnanci poskytujúci rozvojovú pomoc, terénni pracovníci alebo členovia komunity), aby sa stali súčasťou ich vlastných sociálnych a politických trajektórií. Je samozrejmé, že politické modely a návrhy rozvojového programu musia byť premenené do praxe. Musia byť tlmočené do pestrej logiky zámerov, cieľov a ambícií mnohých ľudí a inštitúcií, ktoré ich spájajú a ktoré im prepožičiavajú vzhľad solídnosti a všeobecnej zhody.
- 4) Sociálne procesy rozvoja poukazujú a zdôrazňujú význam rol (úloh) improvizovaných medziinštitucionálnych a medzikultúrnych sprostredkovateľov, tzv. brokerov, ktorí existujú na rôznych úrovniach.
- 5) Etnografické výskumy a štúdie odhaľujú komplexnú sadu do značnej miery skrytých osobných, komunitných či systémových cieľov, ktoré koexistujú popri oficiálnych cieľoch alebo verejných predpisoch. Osvetľujú, ako spôsoby rétoriky a postupov slúžia cieľom, ktoré sa točia okolo zachovávanía pravidiel, administratívneho poriadku a vzťahov sponzorov a ktoré pomáhajú konštruovať a udržiavať sociálne a profesionálne identity a štruktúru moci a autority.

Poznámky

- (1) Problematiku rozvoja rozpracúvame v dizertačnej práci, v rámci ktorej skúmame a analyzujeme faktory lokálneho rozvoja vidieckeho spoločenstva s fokusom na spoločenský a kultúrny život. Skúmame podoby rozvoja na lokálnej (mikro) úrovni. Zaujímajú nás nielen hybné či brzdiace prvky rozvoja ako zmeny, ktorá má procesualný a kvalitatívny charakter, ale aj rozvojový diskurz, ktorý uplatňujú zástupcovia miestnej samosprávy a inštitúcií. V tomto kontexte nás preto zaujímajú prístupy sociálnej antropológie k rozvoju v teoreticko-metodologickom a historickom kontexte.
- (2) Pojmom *tretí svet* sa označoval kontrast v rozvoji medzi jednotlivými krajinami v období studenej vojny a zahŕňal krajiny africké, ázijské a krajiny Latinskej Ameriky. Patrili doň aj krajiny kapitalistické (napr. Venezuela), komunistické (napr. Severná Kórea), štáty veľmi chudobné (napr. Mali), ale aj veľmi bohaté (napr. Saudská Arábia). Medzi krajiny tzv. prvého sveta patrí kapitalistický západ (USA, krajiny západnej Európy), krajiny tzv. druhého sveta tvoria bývalé socialistické štáty (Rusko, východný blok). Vzhľadom na zmeny v politickom usporiadaní sveta a prílišnú simplifikáciu sa tento pojem v súčasnosti považuje za neaktuálny a nesprávny (Dudáš, 2007, s. 10).
- (3) Teóriu môžeme všeobecne charakterizovať ako kritiku, revíziu a zhrnutie doterajšieho vedenia vo forme všeobecných tvrdení (Pieterse, 2001, s. 2). Do polovice 70. rokov prevládala *modernizačná teória* s predzvesťou nástupu *neomodernizačnej perspektívy* a rôzne varianty *školy závislosti* (t. j. ich štrukturalistická a neomarxistická vetva). V druhej polovici 70. rokov sa podarilo inštitucionálne ukotviť *teóriu základných potrieb* a začína sa tiež konštituovať vplyvná perspektíva trvalo udržateľného rozvoja. Nasledujú *teórie ľudského rozvoja*, *teórie alternatívneho rozvoja* a *antirozvoja* a nakoniec postmoderný obrat predstavujúci tzv. postrozvoj (viac Pieterse, 2001).
- (4) Diskurz chápeme v zhode s Gažovičovou definíciou ako „používaný jazyk alebo v širšom poňatí ako ľudské významotvorné praktiky, prípadne ako konkrétny spôsob chápania a rozprávania o svete, pričom diskurz nie je iba pasívnym nositeľom reflexie sveta vôkol nás, ale aj jeho aktívnym spolutvorcom. Prostredníctvom jazyka jednotlivé objekty nadobúdajú svoj zmysel a identitu“ (Gažovič, 2012, s. 23).
- (5) Pozri tiež *Inštrumentálny prístup* antropológie k rozvoju v tomto príspevku.
- (6) CHAMBERS, R. 1983. *Rural Development : Putting the last first*. Prentice Hall, 1983. 246 p.

Literatúra

- CARDOSO, Joanna Gomes. 2007. Applied and Academic Anthropology in Development: Distance or Engagement? In: *Antropologia, Escala e Memória*, 2007, č. 2, s. 102 – 117. ISSN-e 0874-1123
- De SARDAN, Olivier Jean Pierre. 2006. *Anthropology and Development : Understanding Contemporary Social Change*. London : Zed Books, 2006. 243 p. ISBN 978-1-84277-417-5
- DUDÁŠ, Tomáš a kol. 2007. *Rozvojová pomoc a spolupráca. Vybrané kapitoly*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2007. 232 s. ISBN 978-80-225-2393-6
- ESCOBAR, Arturo. 1995. *Encountering development : the making and unmaking of Third World*. Princeton, NJ : Princeton University Press, 1995. 344 p. ISBN 9781400839926
- GARDNER, Katy – LEWIS, David. 1996. *Anthropology, development and the post-modern challenge*. London : Pluto press, 1996. 208 p. ISBN-10: 0745307477
- GAŽOVIČ, Ondrej. 2012. Slovak Aid – oficiálna rozvojová pomoc ako nástroj konštituovania identity SR? In: *Medzinárodné vzťahy*, 2012, č. 1, s. 22 – 46. ISSN 0323-1844. Dostupné na: www.mezinarodnivztahy.com/article/download/429/441 [2014-02-14]
- GOW, David. 1996. The Anthropology of Development: Discourse, Agency, and Culture. In: *Anthropological Quarterly*, roč. 69, 1996, č. 3, s. 165 – 173. ISSN 0003-5491
- LEWIS, David. 2005. Anthropology and development : the uneasy relationship. In: Carrier, G. James (ed.): *A handbook of economic anthropology*. Cheltenham : Edward Elgar, 2005, pp. 472 – 486. ISBN 1843761750. Dostupné na: <http://eprints.lse.ac.uk/253/> [2014-02-14]
- MOSSE, David – LEWIS, David (ed.). 2006. *Development Brokers and Translators : The Ethnography of Aid and Agencies*. Bloomfield Connecticut : Kumarian Press, 2006. 251 p. ISBN 156549217X

- LONG, Norman. 2004. Actors, interfaces and development intervention: meanings, purposes and powers. In: Kontinen, Tiina (ed.): *Development Intervention*. University of Helsinki : Center for Activity Theory and Developmental Work Research and Institute for Development Studies, 2004, pp. 14 – 36. ISBN 952-10-1939-5
- MOSSE, David. 2001. 'People's Knowledge', Participation and Patronage : Operation and Representation in Rural Development. In: Cooke, B. – Kothar, U.: *Participation: The New Tyranny?* London : Zed Books, 2001, pp. 16 – 35. ISBN 1-85649-794-1
- MUKHAERJEE, Neela. 1998. *Participatory Rural Appraisal: Methodology and Applications*. New Dehli : Concept Publishing Company, 1998. 160 p. ISBN 81-7022-637-6
- NAVRÁTILOVÁ, Alice. 2009. *Dispozitiv rozvoje : trendy v rozvoji rozvoj v trendu?* [Dizertačná práca.] Brno : Fakulta sociálnych štúdií, Masarykova univerzita, 2009. 191 s.
- NAZ, Farzana. 2006. Arturo Escobar and the development discourse: An overview. In: *Asian Affairs*, vol. 28, 2006, No. 3, pp. 64 – 84. ISSN 1477-1500
Dostupné na : <http://www.cdrb.org/journal/2006/3/4.pdf> [2014-02-14]
- O'DRISCOLL, Erin. 2009. Applying the Uncomfortable Science: the Role of Anthropology in Development. In: *Durham Anthropology Journal*, vol. 16, 2009, pp. 13 – 21. ISSN 1742-2930
- PIETERSE, Jan Nederveen. 2001. *Development Theory : Deconstructions Reconstructions*. Delhi : Vistaar, 2001. 195 p. ISBN 0-7619-5293-4

Summary

The paper describes the relationship between social anthropology and development, that is, since its inception rated as ambiguous and ambivalent. It presented forms of engagement of social anthropologists in development projects, while it distinguishes three basic approaches anthropology to development: instrumental, populist, and deconstructionist. In form of overview study it approaches a discourse widespread especially in the Western Anglo-Saxon academic society, while its theoretical and methodological assumptions are applicable in the study of development in the Central European context. Paper identifies the basic theoretical and methodological postulates and current trends in anthropology of development and social change.

ŽURNALISTIKA – PUBLICISTIKA – POLITIKA – MÉDIÁ: DOTYKY A PRIENIKY **JOURNALISM – PUBLICISTICS – POLITICS – MEDIA: TOUCHES AND INTERSECTIONS**

Katarína Barnová

Katedra slovenského jazyka a komunikácie FF UMB v Banskej Bystrici

2.1.33. všeobecná jazykoveda, 4. rok štúdia, denná forma štúdia

barnova.katarina@gmail.com

Školiteľ: **prof. PaedDr. Vladimír Patráš, CSc. (vladimir.patras@umb.sk)**

Kľúčové slová

žurnalistika, publicistika, médiá, politika

Key words

journalism, publicistics, media, politics

Úvod

Súčasná moderná spoločnosť poskytuje verejnosti otvorený prístup k informáciám. Nezastupiteľnú úlohu v tomto prípade zohrávajú médiá a žurnalistika, príp. publicistika, prinášajúce informácie zo všetkých oblastí spoločenského života (prevažne z politicko-spoločenského). Pre percipientov nepredstavujú len významný zdroj informácií, ale intenzívne zasahujú do ich hodnotovej a postojovej orientácie.

Žurnalistika a publicistika sú kľúčovými pojmami štúdie. Vzhľadom na to, že vo vedeckých disciplínach dochádza k nejednotnosti a nejednoznačnosti percepcie týchto termínov, sústreďujeme pozornosť predovšetkým na špecifikáciu daných pojmov z pohľadu žurnalistickej a štylistickej teórie. Štúdia sa zároveň zameriava aj na vzájomne prepojený vzťah žurnalistika – publicistika – médiá – politika.

Žurnalistika a publicistika vo všeobecnosti

Názory na používanie termínov žurnalistika a publicistika sa rôznia. V minulosti sa v niektorých prípadoch obidva termíny stotožňovali, príp. sa s určitými výhradami prijímali (i dnes prijímajú) ako synonymá (1), v iných prípadoch sa žurnalistika nadradzovala nad publicistiku, publicistika sa vnímala ako zložka žurnalistiky. Pri vymedzení publicistiky a žurnalistiky je dôležité vnímať aj historický aspekt, pretože mnohé chápania publicistiky a žurnalistiky v minulosti už v súčasnosti strácajú (stratili) svoju opodstatnenosť. *Slovník cudzích slov* (2005) definuje publicistiku ako „žurnalistickú, prípadne spisovateľskú činnosť uplatňujúcu sa v hromadných oznamovacích prostriedkoch, informujúcu o časových otázkach a komentujúcu ich“. Daný pojem pomenúva „súhrn časopisov (určitého zamerania, obdobia a i.) a osôb, ktoré ich píše al. vedú“. Žurnalistika je synonymným pomenovaním pre novinárstvo (SCS, 2005; Tušer, 2010; Jiráček – Köpplová, 2009). Podľa J. V. Bečku (1973), ktorý sa venoval printovým médiám, primárnou úlohou žurnalistiky je informovať a formovať čitateľov. Noviny informujú čitateľa o domácich a zahraničných udalostiach, o veciach, ktoré potrebuje, ale aj ktoré by mal vedieť. Zároveň formujú adresáta v postoji k politickému daniu, v jeho konaní ako občana, v jeho kultúrnom rozhlade a v postoji k vedeckému a technickému rozvoju. Autor pod pojem žurnalistika zahŕňa dennú tlač a všetko s ňou súvisiace, publicistika predstavuje periodickú tlač a všetko s ňou súvisiace (2). Publicistika sa v porovnaní so žurnalistikou chápe ako širší pojem (Mistrík, 1997). Podľa Veľasa (1983) je podstatou žurnalistiky pohotovo informovať o aktuálnych javoch spoločenskej reality, autenticky ich zobrazovať a hodnotiť prostredníctvom prejavov usporiadaných do žurnalistických celkov, ktoré sa masovo a pravidelne šíria a ovplyvňujú tak názory, postoje a činnosť ľudí. Publicistika tu plní základné poslanie a úlohy žurnalistiky pomocou

špecifických prostriedkov tak, že ovplyvňuje myslenie, názory a postoje ľudí, formuje ich myslenie a verejnú mienku.

Mediálna komunikácia vymedzuje žurnalistiku (3) primárne ako:

1. špecifickú profesijnú činnosť, ktorá zahŕňa pravidelný a sústavný zber, triedenie, spracovanie a distribúciu aktuálnych oznamov časovej povahy, tematicky zameraných na oblasť politickú, ekonomickú, kultúrnu, spoločenskú, športovú a pod., teda spravodajstvo. Zároveň predstavuje nadčasovú tvorbu, ktorá nie je viazaná na zber nových faktov, ale spočíva vo verejne dostupnom a zrozumiteľnom výklade už známych faktov, príp. v sústavnej prezentácii argumentácie alebo subjektívneho postoja či názoru, teda publicistiku; (4)
2. pravidelne zverejňovaný súbor výsledkov takejto činnosti (podobu denníkovej či časopiseckej produkcie, rozhlasového a televízneho vysielania alebo internetovej prezentácie);
3. spoločenskú inštitúciu zúčastňujú sa na sa na konštituovaní verejného priestoru v liberálnodemokratických spoločnostiach a na sprostredkovaní agend (agenda-setting/utváranie tém) (Reifová et al., 2004, s. 322).

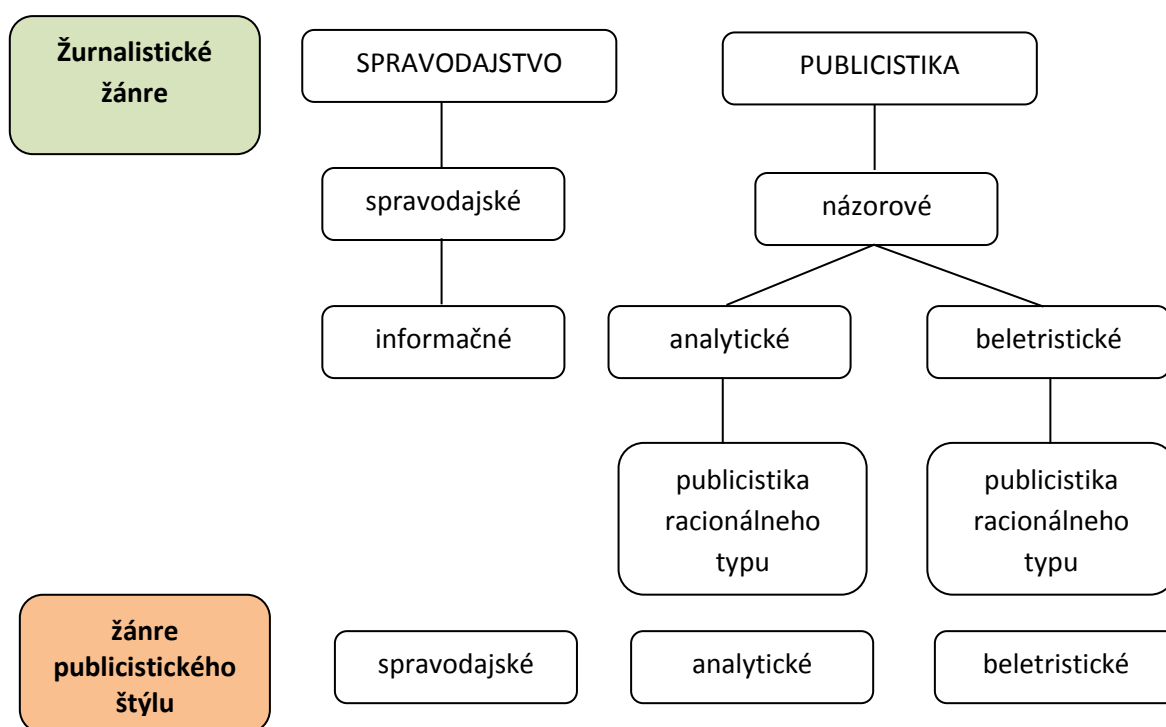
K podobným úvahám sa pripájajú J. Jirák a B. Köpplová (2009), ktorí považujú žurnalistiku za svojbytný typ verejnej komunikácie založený na systematickom vyhľadávaní, spracovaní a distribuovaní oznamov informujúcich o podstatných a zaujímavých udalostiach, analyzujúcich či doplňujúcich informácie o udalostiach, ponúkajúcich určitý názor na svet okolo nás, poskytujúcich zábavu a rozptýlenie. Okrem tohto vymedzenia označujú žurnalistiku ako povolanie a študijný odbor, pričom akcent kladú predovšetkým na žurnalistiku ako „svojbytný typ verejnej komunikácie, príp. svojbytný typ mediálnej produkcie“ (spravodajstvo, aktuálna publicistika a i) a „svojbytný typ profesie“ (Jirák – Köpplová, 2009, s. 78, 173), ktorá sa zaoberá produkciou týchto obsahov. Novinári sú „nositeľmi a garantmi tejto verejnej komunikácie“ (Jirák – Köpplová, 2009, s. 173). J. Vojtek (2013, s. 9) charakterizuje žurnalistiku ako „špecifickú tvorivú činnosť, ktorá relatívne v krátkych intervaloch (v periodickej tlači denne, týždenne, dvojtyždenne, v rozhlase a televízii niekoľkokrát za deň, aj každú hodinu či polhodinu, na internete ešte hustejšie) informuje o aktuálnom spoločenskom (blízkom) dianí, aby sa v ňom priestorovo rozptýlená verejnosť mohla orientovať. Jej výsledkom sú noviny a časopisy, resp. novinárske relácie vo filme, rozhlase, televízii a tzv. nových médiách“. S. Ruß-Mohl a H. Bakičová (2005, s. 21) vnímajú žurnalistiku ako povolanie so slovami: „Nie všetko, čo médiá prinášajú, je žurnalistika“ [preložila autorka]. Povolanie „novinár“ nie je dnes právne chránené a garanciou slobody slova a tlače sa vlastne novinárom môže nazývať každý. K najdôležitejším funkciám žurnalistiky radia informovanie, formulovanie a zverejňovanie, agenda setting, kritiku a kontrolu, zábavu, vzdelanie, socializáciu a „vedenie“, integráciu, pričom poukazujú na rozdiely a posuny v uplatňovaní jednotlivých funkcií. J. Rusnák a kol. (2010, s. 166) (5) rozlišujú publicistiku v širšom a užšom význame. V širšom význame ju označujú ako „žurnalistickú tvorbu a časti žurnalistickej produkcie, ktoré sú určené na uverejnenie, v užšom ju definujú ako druh novinárskych prejavov, v ktorom autor zaujíma isté stanovisko, objasňuje udalosti. Publicistika preto obsahuje názor, hodnotenie...“.

Explicíi pojmov žurnalistika – publicistika sa venuje aj P. Valček (2011, s. 271), ktorý pod publicistikou rozumie „profesionálnu aktivitu, zameranú na získavanie poznatkov a informácií o určitom predmete (napr. p. politická, p. literárna, p. vedecká) a tvorbu médií pre uverejňovanie (publikovanie) názorov, postojov a stanovísk k predmetu prostredníctvom technických prostriedkov, ktoré sú na to určené (polygrafických a elektronických oznamovacích – aj tzv. masovokomunikačných – prostriedkov). Charakterizuje ju osobitý publicistický štýl, ktorý sa ako odborný funkčný štýl formuje kultúrno-historicky a spoločensko-politicky na báze prirodzených médií“. Autor nechápe publicistiku v porovnaní so žurnalistikou (6) ako osobitú profesiu, ale ako „súbor schopností, daností a spoločensky vysoko kultivovaných komunikačných postupov a metód výmeny názorov, postojov, stanovísk aj informácií vo vnútri najrozličnejších profesionálnych odborov ľudskej činnosti“. Z uvedeného vyplýva, že publicistika nezahŕňa iba „povolanie či spoločenské postavenie, ale predovšetkým vysoko kultivovaný odbor ľudskej činnosti, sústreďujúci historicky akumulované, praktické aj teoretické skúsenosti a znalosti média sociálnej komunikácie vôbec a práce s medializovaným textom, nie iba tzv. masovokomunikačných médií“. (Valček, 2011, s. 271).

Percepcia žurnalistiky a publicistiky z pohľadu dvoch odlišných koncepcií (s dôrazom na extenziu a intenziu pojmov)

Z uvedených charakteristík vyplýva viacero nezrovnalostí. Za zásadnú považujeme nejednotnosť percepcie žurnalistiky a publicistiky z pohľadu dvoch odlišných koncepcií – štylistickej a žurnalistickej. Kým štylistická koncepcia chápe publicistiku ako širší pojem, teória žurnalistiky a mediálnej komunikácie to vymedzuje presne naopak. Súčasná žurnalistická teória člení žurnalistiku na dve rovnocenné zložky – spravodajstvo a publicistiku – a na základe tohto aj žurnalistické žánre. Štylistická koncepcia člení publicistické žánre na spravodajské, analytické a beletristické, čo demonštruje nasledovný obrázok:

Obr. 1 Klasifikácia žánrov z pohľadu žurnalistickej teórie a štylistickej koncepcie (7)



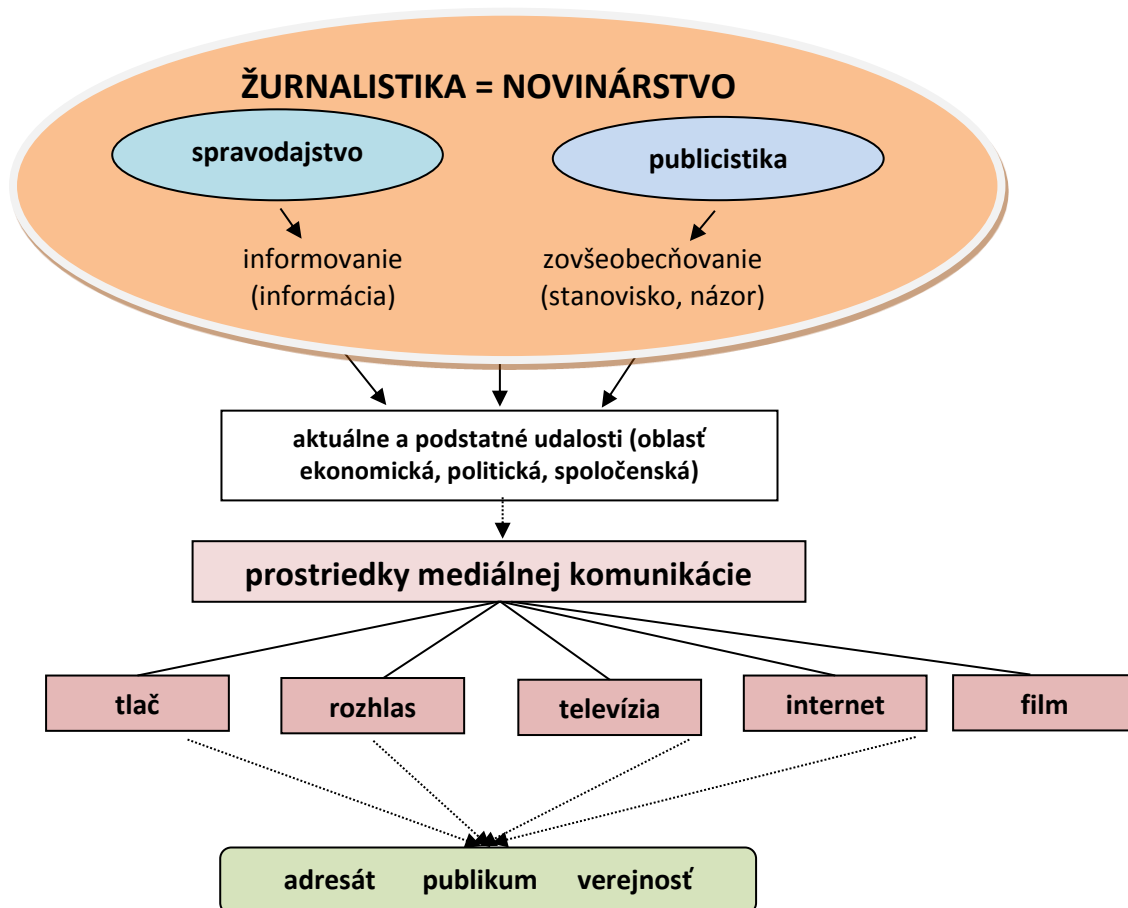
Rozdiel je v tom, že spravodajské prejavy sú v štylistickom ponímaní podradené publicistickým žánrom (resp. publicistickému štýlu), kým v žurnalistickej a mediálnej teórii ide o rovnocenné zložky. Podobný názor zdieľa aj M. Horváth (2011), podľa ktorého súčasná teória žurnalistiky prisudzuje pojmu väčšiu *extenziu*, zatiaľ čo funkčná štylistika vyčleňuje publicistický štýl ako primárny a štýl žurnalistických a štýl spravodajských prejavov ako sekundárne. Upozorňuje na pomerne časté neadekvátne zamieňanie uvedených pojmov v prospech jednej alebo druhej konceptuálnej teórie, čo neprispieva k napredovaniu ani v jednej vedeckej disciplíne. M. Horváth (2012), zaoberajúc sa užšie danou problematikou, v rámci extenzie pojmov za čiastočnú elimináciu terminologického nedostatku teórie štylistiky označuje členenie žurnalistiky, resp. žurnalistického štýlu podľa Minářovej (8). Zavedením jej klasifikácie aj do slovenskej jazykovednej štylistiky „sa odstráni (aspoň čiastočne) terminologická nejednoznačnosť a vzájomné kríženie analyzovaných terminologických pomenovaní“ (Horváth, 2012, s. 91). Popri extenzii sa autor koncentruje aj na porovnanie *intenzie* pojmov, pričom vychádza z charakteristiky P. Valčka (pozri Žurnalistika a publicistika vo všeobecnosti). Okrem uvedenia rozdielu medzi publicistikou a žurnalistikou (9) sa orientuje aj na analýzu termínov žurnalista – publicista. Kým žurnalistu vníma ako „prakticky každého člena tvorivého tímu redakcie, ktorý sa podieľa na finálnej podobe masmediálneho produktu“ (Horváth, 2012, s. 92), publicista nemusí nevyhnutne pôsobiť ako interný či externý zamestnanec určitého média. Predpokladá sa však, že bude disponovať „dostatočnými intelektovými,

morálnymi i štylistickými schopnosťami“ (Horváth, 2012, s. 93). Na zreteľnú diskrepanciu termínov reaguje aj J. Mlacek (2005, s. 224), ktorý vzhľadom na dominantné postavenie názov presadzovaných novinármi a novinovedcami v samotnej praxi vyslovuje názor, že „k prehodnoteniu tejto terminologizácie bude musieť prísť aj v samej lingvistike“. (10)

Ďalšiu nezrovnalosť predstavuje nefunkčnosť niektorých definícií. Pripomínáme, že pri komparácii termínov je vhodné zamerať sa nielen na technicko-technologický vývin, ale aj na vývin a tlak spoločnosti a doby, v ktorých sa zrkadlia ich významové posuny. Do úzadia v tomto prípade ustupujú (doslova sa funkčne vytrácajú) definície J. V. Bečku a Š. Veľasa (11), pretože v súčasnosti nemožno hovoriť „o nabádaní adresáta k politickej činnosti, o formovaní adresáta v jeho konaní ako občana či o masovom šírení informácií, ktoré ovplyvňujú činnosť ľudí“. (12, zvýraz. K. B.) V tomto prípade nekonfrontujeme len zmeny týkajúce sa vymedzenia publicistiky a žurnalistiky. Značné obmeny sa prejavili tiež v súvislosti s používaním termínov masovo, masová komunikácia a pod. Hoci sa v mediálnej odbornej literatúre stále prezentuje termín masová komunikácia, mnohé (novšie) publikácie či články z mediálnej oblasti (13) daný termín nahrádzajú termínom „mediálna komunikácia“ (Reifová et al., 2005, s. 102) (14) a pojem masovosť (súvisiaci s *masovým publikom*) sa postupne z mediálnej terminologickej sústavy vytráca.

S ohľadom na jednotlivé definície a prezentované skutočnosti konštatujeme, že vzťah žurnalistika – publicistika významovo zjednocujú pojmy informácia a stanovisko, názor, ktoré z nášho pohľadu pretrvávajú aj v súčasnosti. Žurnalistika, ktorá je synonymom pre novinárstvo, tvorí súhrnný názov pre spravodajstvo a publicistiku. Explikujeme ju ako špecifickú (profesijnú) činnosť, ktorá pravidelne informuje o aktuálnych spoločenských udalostiach (spravodajstvo), ktoré objasňuje a ku ktorým vyjadruje istý subjektívny názor (publicistika). Publicistika ako zložka novinárskej tvorby je „súhrn novinárskych prejavov o aktuálnych udalostiach, v ktorých sú javy východiskom pre zovšeobecňovanie“. (Tušer, 2010, s. 212). Naše videnie približuje nasledovná schéma, pri tvorbe ktorej sme sa opierali o zvolené definície.

Obr. 2 Náčrt vzťahu žurnalistika – publicistika – médiá



Žurnalistika – politika – médiá: interferencia

Pútavú záležitosť, ktorá sa na pozadí historicko-spoločenského kontextu stala pravidelne sledovaným fenoménom zo strany žurnalistiky, médií, vedeckých odborníkov i laických pozorovateľov, predstavuje politika, bežne označovaná ako „umenie možného“. Novinárstvo prostredníctvom médií každodenne prináša širokej verejnosti aktuálne a požadované informácie o politickom dianí, politických procesoch a pod., pričom je však determinované politickým prostredím. Nemecký sociológ J. Ernst (1988, podľa McNair, 2004) pri skúmaní vzťahu politika a žurnalistika vyvodzuje tvrdenie, že správy sú produktom predpojatosti odvodenej od vedomostí, ktoré majú novinári o vlastnom politickom prostredí a tlaku, ktorým toto prostredie zasahuje do ich práce. B. McNair (2004, s. 84) závislosť od prostredia potvrdzuje slovami Lenina: „Nie je možné žiť v spoločnosti a byť od nej nezávislý,“ a stotožňuje sa s jeho vyhlásením o novinároch ako neslobodných činiteľoch a zároveň dodáva, že to „platí pre demokratické i nedemokratické spoločnosti“. Mieru, v ktorej politické prostredie utvára novinársku prácu, a mieru novinárskej schopnosti odolávať tomuto stvárňovaniu a konať nezávisle od politického sveta podmieňujú tieto faktory: podstata politického systému, politická kultúra, ekonomický vzťah k štátu a význam oznamovacích prostriedkov (McNair, 2004).

Mnohí novinári sú sami politicky činní alebo mnohé médiá sú vlastnené politickými stranami, čím sa priamo stávajú nástrojom utvárania politickej mienky. Politici a politické strany používajú médiá a novinárov na presadenie vlastných záujmov a mocenských ambícií. Žurnalistika a médiá sú časťou politického systému: fungujú ako sprostredkovatelia politických rozhodnutí a poskytujú priestor pre rezonanciu politiky (Ruß-Mohl – Bakičová, 2005).

Médiá a žurnalistika sú nielen poskytovateľmi informácií, „javiskom a kulisami verejného života“ (Ruß-Mohl – Bakičová, 2005, s. 26), ale ovplyvňujú a spoluutvárajú spoločnosť, ktorej sú súčasťou. Hoci sa na jednej strane zdôrazňuje fakt, že médiá a žurnalistiku treba chápať ako samostatné spoločenské faktory, fungujúce na základe vlastných pravidiel (porov. Ruß-Mohl – Bakičová, 2005), stotožňujeme sa s názorom D. Quaila (1999), že médiá sú integrované do života väčšiny spoločností natoľko, že nie je možné na ne nazerať ako na nezávislý zdroj moci alebo vplyvu. Ich aktivity prispôsobujú potrebám, záujmom a cieľom mnohých činiteľov v spoločnosti. Téma, že médiá sú v podstate závislé od ďalších inštitucionálnych mechanizmov v spoločnosti, neodporuje skutočnosti, že ostatné inštitúcie môžu (prinajmenšom krátkodobo) závisieť od médií.

Na záver

Pre vzťah žurnalistika – publicistika – politika – médiá je príznačná interferencia. Uvedené pojmy vnímame ako vzájomne prepojené zložky, ktoré sú súčasťou jednej „množiny“ a fungujú vo vzájomnej kooperácii. Hoci na ne môžeme nazerať aj ako na samostatné časti (s vlastnými plánmi a zámermi), ich prepojenosť a v určitom zmysle aj závislosť nemožno vylúčiť. Politici sú pre žurnalistiku a médiá dôležitým zdrojom informácií, novinári a médiá „slúžia“ zase politikom ako komunikačný prostriedok s verejnosťou, a preto ich politici považujú za „kľúčových hráčov“ pri utváraní verejnej mienky.

Poznámky

- (1) V tomto prípade vychádzame aj z konzultácií s J. Findrom, s ktorým sme diskutovali o rozdielnosti daných termínov. J. Findra nepoukázal na závažný rozdiel medzi publicistikou a žurnalistikou. Žurnalistiku vníma ako novšie zavedený pojem. Uprednostňuje však používanie pojmu *publicistika* a z neho odvodzovaných *publicistický štýl*, *publicistický text*, *publicistický žáner*.
- (2) Ak nazerať na publicistiku a žurnalistiku v minulom období, mohli by sme sa s definíciou J. V. Bečku stotožniť. V súčasnosti však táto definícia stráca svoju opodstatnenosť.
- (3) Z franc. jour = deň, pochádza z lat. diurna = denný.

- (4) Rozdelenie žurnalistiky na spravodajstvo a publicistiku uvádza aj A. Tušer vo svojej monografii *Ako sa robia noviny* (2010), pred pojmom žurnalistika však uprednostňuje pojem novinárstvo.
- (5) Hoci autori takto vymedzujú rozhlasovú/televíznu publicistiku, domnievame sa, že toto vymedzenie je adekvátne aj pre tlačenu publicistiku.
- (6) Podľa P. Valčeka je žurnalistika samostatná, vysoko autonómna a pomerne rozsiahla profesionálna oblasť masovokomunikačných prostriedkov.
- (7) Zo žurnalistickej teórie uvádzame klasifikáciu A. Tušera (2010, s. 125), v rámci štylistickej koncepcie uprednostňujeme trichotomickú klasifikáciu J. Mistríka a J. Findru.
- (8) E. Minářová (2011, s. 171) považuje žurnalistický štýl za nadradený pojem pre: 1. spravodajský štýl, 2. publicistický štýl analytický a 3. publicistický štýl beletristický.
- (9) M. Horváth (2012, s. 92) vymedzuje žurnalistiku ako „vysoko profesionalizovanú oblasť zámerného a cieľavedomého využívania masovokomunikačných prostriedkov (masmédií) na sprístupňovanie informácií a faktov širšieho spoločenského významu hromadnému a do veľkej miery anonymnému adresátovi spravidla bez možnosti priamej spätnej väzby“. Pri explikácii publicistiky vychádza od P. Valčeka.
- (10) Týmto nespochybňujeme ani jednu z uvedených teórií, iba poukazujeme na rozdielnosť a nejednotnosť daných termínov v rozličných konceptuálnych teóriách. Hoci má každá teória vlastný uhol pohľadu, stotožňujeme sa s názorom M. Horvátha (2012, s. 91), že „termíny žurnalistika a publicistika nemožno chápať ako synonymá, a teda ich voľne zamieňať“. Tým zároveň zdôrazňujeme potrebu skorého zjednotia používania pojmov vo vedeckovýskumných disciplínach.
- (11) Uviedli sme ich práve v spojitosti s 50. rokmi 20. storočia, ktoré sa viažu k výskumu v rámci dizertačnej práce, pretože s ohľadom na obdobie sa tieto definície významovo uplatňovali.
- (12) Autori sa vo všeobecnosti orientovali na socialistickú žurnalistiku a publicistiku, z čoho vyplýva ich štylizácia, pretože spadala do teórie žurnalistiky a štylistiky v danom období.
- (13) Príkladom môžu byť aj olomoucké zborníky *Média a text* (I., II., III., IV.).
- (14) Podľa Reifovej et al. (2010, s. 102) mediálna komunikácia v priebehu 90. rokov 20. storočia postupne nahrádza pojem masová komunikácia, ktorá nadobúda špecifický význam ako označenie pre historicky podmienené obdobie ľudského dorozumievania a terminologicky sa odlišuje od pojmu mediálna komunikácia. Masová komunikácia akcentuje spoločenský rozmer komunikácie, jej dosah a mediálne účinky, kým mediálna komunikácia zdôrazňuje priebeh komunikačného správania, zvlášť prítomnosť komunikačného činiteľa (média), ktorého povaha ovplyvňuje očakávanie (apercepciu) zo strany publika a ktorého technológie a organizačná podoba majú vplyv na vznik a konečnú podobu mediálneho produktu.

Literatúra

- BEČKA, Josef Václav. 1973. *Jazyk a styl novin*. Praha : Novinář, 1973. 216 s.
- ERNST, Josef. 1988. The structure of political communication. In: McNAIR, Brian. 2004. *Sociologie žurnalistiky*. Praha : Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6
- JIRÁK, Ján – KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009. *Masová média*. Praha : Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3
- HORVÁTH, Miloš. 2011. Konštantné a variantné v súčasnej žurnalistike z pohľadu percipienta. In: *Otázky žurnalistiky*, 2011, č. 1 – 2, s. 124 – 134. ISSN 0322-7049
- HORVÁTH, Miloš. 2012. O extenzii a intenzii pojmov (termínov) žurnalistika a publicistika. In: *Štúdia Academica Slovaca 41*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2012. ISBN 978-80-223-3270-5. Dostupné na internete: http://e-slovak.sk/zborniky/SAS_41_2012.pdf [2014-04-02]
- KOL. AUTOROV. 2005. Publicistika. In: *Slovník cudzích slov*. Bratislava : Veda, 2005. Dostupné na internete: <http://slovniky.korpus.sk/?w=publicistika&s=exact&c=yf02&d=kssj4&d=psp&d=scs&d=sss&d=peciar&d=ma&d=hssjv&d=obce&d=priezviska&d=un&d=locutio&d=pskcs&d=psken&ie=utf-8&oe=utf-8> [2013-12-29]

- KOL. AUTOROV. 2005. Žurnalistika. In: *Slovník cudzích slov*. Bratislava : Veda, 2005. Dostupné na internete:
<http://slovníky.korpus.sk/?w=%C5%BEurnalistika&s=exact&c=mc6d&d=kssj4&d=psp&d=scs&d=sss&d=peciar&d=ma&d=hssjV&d=bernolak&d=obce&d=priezviska&d=un&d=locutio&d=pskcs&d=psken&ie=utf-8&oe=utf-8> [2013-12-29]
- MISTRÍK, Jozef. 1997. *Štylistika*. Bratislava : SPN, 1997. 600 s. ISBN 80-08-02529-8
- MLACEK, Jozef. 2005. Žurnalistická frazeológia. In: *Frazeologické štúdie IV*. Bratislava : Veda, 2005, s. 222 – 228. ISBN 978-80-224-0865-3
- McNAIR, Brian. 2004. *Sociologie žurnalistiky*. Praha : Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6
- McQUAIL, Denis. 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999. 448 s. ISBN 80-7178-200-9
- REIFOVÁ, Irena et al. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7
- RUß-MOHL, Stephan – BAKIČOVÁ, Hana. 2005. *Žurnalistika*. Praha : Grada Publishing, 2005. 316 s. ISBN 80-247-0158-8
- TUŠER, Andrej. 2010. *Ako sa robia noviny*. 4. prepracované vydanie. Bratislava : Bratislavská vysoká škola práva; Žilina : EUROKÓDEX, 2010. 288 s. ISBN 978-80-89447-23-7
- VALČEK, Peter. 2011. *Slovník teórie médií A – Ž*. Bratislava : Literárne informačné centrum, 2011. 352 s. ISBN 978-80-8119-042-1
- VELÁS, Štefan. 1983. *Novinárska publicistika I.: publicistika racionálneho typu*. Bratislava : SPN, 1983. 247 s.
- VOJTEK, Juraj. 2013. Masmédiom noviny vo svete a u nás. In: *Masmediálne štúdia v kocke*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2013, s. 8 – 45. ISBN 978-80-8105-445-7

Summary

The article is focused on explanation of Slovak terms “journalism” and “publicistics” and points out the diverse understanding of these terms from different conceptual theories – theories of journalism (or media theory) and theories of stylistics. The article is focused on the journalism – politics – media relationship and their interconnections.

Journalism, that brings every day new information about political life and political events, is determined by political environment. The relationship between journalism, media and politics is interconnected – journalists and media need politicians as an important source of information. Politicians consider journalists and media as an important way of communication with public and as a “key players” of public opinion shaping.

ZU EINIGEN LEXIKOGRAPHISCHEN ASPEKTEN DES FREMDSPRACHENUNTERRICHTS
ON LEXICOGRAPHICAL ASPECTS OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING
NIKTORÉ LEXIKOGRAFICKÉ ASPEKTY VYUČOVANIA CUDZÍCH JAZYKOV

Josef Mišun

Katedra germanistiky FF OU v Ostravě

7310V105 nemecký jazyk, 3. rok štúdia, externá forma štúdia

josef.misun@seznam.cz

Školiteľka: **prof. Priv.-Doz. PhDr. Lenka Vaňková, Dr. (lenka.vankova@osu.cz)**

Klíčové slová

lexikografia, slovník, kolokácia, vyučovanie cudzích jazykov

Key words

lexicography, vocabulary, collocations, foreign languages teaching

Schlüsselworte

Lexikographie, Wörterbuch, Kollokation, Fremdsprachenunterricht

1. Einleitung

Im Prinzip alle Studenten, abgesehen von ihrem Alter, Geschlecht, Ausbildung oder Tätigkeitsfeld, verwenden bei dem Erlernen einer Fremdsprache u. A. verschiedene Wörterbücher, die ihnen Hilfe bei dem Erwerb der gegebenen Sprache leisten sollen, sei es bei dem Memorieren der neuen Vokabeln, bei Übersetzungen allerlei Art oder bei der Überprüfung der Rechtschreibung eines Wortes. Die Wörterbücher, der Gegenstand der lexikographischen Forschung, stellen zweifellos einen bedeutsamen und festen Bestandteil des L2-Erwerbs und L2-Unterrichts dar (1). Die Herausforderung mit einem Wörterbuch (zumindest ein wenig) richtig und tauglich arbeiten zu können stellt demzufolge eine *conditio sine qua non* dar, wobei von den (Fremd)Sprachlehrern auch entsprechendes lexikographisches Können und Wissen erwartet wird.

Vokabeln sind die eigentlichen Bausteine einer Sprache und das Aneignen von einem adäquaten Vokabular ist demzufolge als eine unausweichliche Komponente des L2-Erwerbs und L2-Unterrichts zu verstehen. Es kann sich in bestimmten Zusammenhängen als praktisch und nützlich erweisen, die einzustudierenden Vokabeln nicht als einzelne, isolierte Lexeme zu lernen, sondern zusammen mit einem oder zwei anderen Lexemen, mit denen das gegebene Lexem in der jeweiligen Sprache häufig anzutreffen ist, also in einem typischen Kontext, in einer charakteristischen, frequentiert vorkommenden Situation. Dadurch werden die Problematik und die Spezifität der Kollokationen, Phraseologismen und Mehrwortlexika und damit die Relevanz der lexikalischen und lexikographischen Kenntnisse aktuell. Unter Kollokation wird hier eine inhaltliche Kombinierbarkeit sprachlicher Einheiten verstanden (z.B. *dick + Buch*, aber nicht: *dick + Haus*), gewissermaßen synonymisch mit Fügung und Idiom, und unter Phraseologismus eine eigentümliche Wortprägung, Wortverbindung oder syntaktische Fügung, deren Gesamtbedeutung sich nicht aus den Einzelbedeutungen der Wörter ableiten lässt (z. B. *Angsthase* = sehr ängstlicher Mensch), wiederum teilweise synonymisch mit Idiom, wobei Idiom als eine feste Verbindung, feste Wendung, [Rede]Wendung, Wortgruppe bzw. als eine eigentümliche Sprache, Sprechweise einer regional oder sozial abgegrenzten Gruppe zu verstehen ist.

Čermák (2006) weist darauf hin, dass der Begriff Kollokation einen der bedeutsamsten und zentralen Termini der modernen Korpuslinguistik darstellt. Er fasst Kollokation als den ersten Schlüssel auf, dank dem wir in der Lage sind, die Weise, die Regeln und die Grenzen des Verhaltens

von Lexemen zu erkennen und zu bestimmen, was uns in der linguistischen (und somit zugleich in der lexikographischen) Erforschung weiter führt. Einerseits bilden sich durch die Verkettung von

Kollokationen Sätze und höhere textuelle Einheiten, mit denen sich vornehmlich Syntax und teilweise auch Morphologie beschäftigen – diese Linie führt zu der Erkenntnis der Regeln für Textaufbau. Andererseits führt das Studium von Vergleichen und Kollokationen zu einer anderen Linie – zu der Bedeutung, die Čermák als das eigentliche Hauptziel jeder linguistischen Erkenntnis definiert. Sowohl die ganze Vergangenheit, als auch die Gegenwart der Lexikographie wird gerade auf diesem Studium aufgebaut. Für die Erkenntnis der Bedeutung von Wörtern, von Lexemen, wird demzufolge keine Syntax gebraucht – man kann über diese Lexeme eigentlich alles aus ihren Kollokationen erkennen (vgl. Čermák, 2006, S. 9).

Wie der gegenwärtige Status der lexikographischen Forschung ist, wie die Beziehung eines Laien zu einem Wörterbuch aussehen kann, was für eine Rolle ein Wörterbuch bei dem Fremdsprachenunterricht spielt, einige Aspekte der Wörterbuchdidaktik, die Problematik der Kollokationen und Phraseologismen in einem Wörterbuch und phraseologischer Wörterbücher im Allgemeinen und schließlich das Phänomen des sog. sprachlichen Commonsense – das sind die Problembereiche, mit denen sich die vorgelegte Arbeit auseinandersetzen versucht.

2. Der aktuelle Status der Lexikographie

In Anlehnung an Wiegand (1989, S. 246) kann festgestellt werden, dass die Frage nach dem gegenwärtigen Status der Lexikographie und ihrem Verhältnis zu anderen Disziplinen erst dann richtig zu beantworten ist, wenn man möglicherweise präzise und exakt definiert, was unter Lexikographie selbst zu verstehen ist. Im Allgemeinen wird unter Lexikographie Wörterbuchlehre verstanden. Laut Duden (2) ist Lexikographie eine „[Wissenschaft von der] Aufzeichnung und Erklärung des Wortschatzes in Form eines Wörterbuchs“. Das elektronische Wörterbuch DWDS (Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache des 20. Jahrhunderts) (3) versteht unter Lexikographie eine „Wissenschaft von der Zusammenstellung eines Wörterbuches, Lexikons“.

Wiegand problematisiert und erörtert detailliert eine mögliche Definition von Lexikographie (vgl. Wiegand, 1989, S. 246ff.). Er diskutiert und bestreitet die Tatsache, dass Lexikographie als eine Wissenschaft zu interpretieren ist: „Die Lexikographie ist in den allermeisten Ländern derzeit keine eigenständige akademische Disziplin, da es keine speziellen Studiengänge für Lexikographie mit einem spezifischen, anerkannten akademischen Abschluss gibt“ (Wiegand, 1989, S. 257), was jedoch in der vorgelegten Arbeit weder näher fokussiert, noch weiter analysiert wird (4).

In seiner oben zitierten Studie schließt Wiegand zusammen, dass die gesamte Sprachlexikographie einen homogenen empirischen Gegenstandsbereich der Wörterbuchforschung bildet, der in vier Forschungsgebiete aufgegliedert werden kann: die Wörterbuchbenutzerforschung, die kritische, die historische und die systematische Wörterbuchforschung. Es ist in diesem Zusammenhang selbstverständlich, dass die wissenschaftliche Sprachlexikographie in verschiedenen lexikographischen Prozessen und in unterschiedlichem Ausmaß auch Ergebnisse aus anderen akademischen Disziplinen berücksichtigt (vgl. Wiegand, 1989, S. 271f.).

3. Lexikographie und L2-Erwerb und L2-Unterricht

Das Phänomen Wörterbuch ist sehr eng mit Sprache und Kultur überhaupt verbunden, da Lexikographie eigentlich permanent alle Arten von Sprache und Schrift begleitet. Die Entstehung der Lexikographie hängt einerseits sehr eng mit der Entstehung und Entwicklung von Dichtung, Religion, Bildungswesen bzw. Sprachwissenschaft zusammen, andererseits dient die Wörterbuchlehre der Befriedigung von Nachschlagbedürfnissen und Dokumentationsprojekten. Eine elementare Aufgabe der lexikographischen Arbeit stellt die Erarbeitung der Fremdsprachen dar. Ein kultureller, wirtschaftlicher oder politischer Kontakt mit Menschen, die eine andere, fremde Sprache benutzen, lässt sich nicht vermeiden und kreiert u. A. den Bedarf nach zweisprachigen Wörterbüchern (vgl. Hausmann, 1989, S. 1ff.).

Übrigens weist Hausmann darauf hin, dass die zweisprachigen Wörterbücher dem sog. Gesetz der Monodirektionalität unterliegen – ein und dasselbe Wörterbuch ist typischerweise immer nur für einen beteiligten Sprecher gut geeignet und der andere Sprecher muss ein anderes, nämlich sein eigenes, lexikographisches Hilfsmittel verwenden – bidirektionale Wörterbücher seien eine Fiktion. Daneben zeigt es sich als unvermeidbar, die früher entstandenen Wörterbücher immer wieder zu aktualisieren – die Sprache entwickelt und verwandelt sich konstant und so entfernen wir uns sowohl von der in einem Wörterbuch dokumentierten Sprache, als auch von der Kommentarsprache des gegebenen Wörterbuches. Somit ist die lexikographische Arbeit ein unendlicher Prozess (vgl. Hausmann, 1989, S. 14).

Der Gebrauch von Wörterbüchern und der (Fremd)Sprachenunterricht hängen eng zusammen und haben eigentlich eine gemeinsame Geschichte. Wie bereits oben angedeutet, stellen Wörterbücher verschiedener Art ein bedeutsames Hilfsmittel für L2-Erwerb und L2-Unterricht dar. „Currently the dictionary is regarded as one of several ‘teaching aids’ (with textbook, grammar exercises, visual aids, games, tests, etc.) as well as a potential ‘liberator’ in the trends towards individualised instruction. Under the influence of a new ‘eclectic’ spirit which stresses the similarities rather than differences between foreign-language and mother-tongue teaching, we must keep an open mind about the various dictionary types, especially the distinction between the mono- and interlingual dictionary“ (Hartmann, 1989, S. 181).

Die Fragen danach, welche Wörterbuchtypen für den Fremdsprachenunterricht besonders nötig oder nützlich sind, wurden zum Gegenstand einer permanenten und intensiven Diskussion und die Meinungen, was ein Fremdsprachenwörterbuch beinhalten sollte, sind zahlreich und unterschiedlich sowohl unter Wörterbuchautoren, als auch unter Lehrern und Studenten. Auch die Diskrepanz zwischen einem modernen, wissenschaftlich konzipierten Wörterbuch und den Möglichkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten eines (nicht nur) laienhaften Benutzers sind als ein aktuelles Problem zu verstehen. „There is a real danger of opening the gap which is known to exist between the sophistication of some features of dictionary design and the user’s often rudimentary skills“ (Cowie, 1981, S. 206, zitiert nach Hartmann, 1989, S. 182).

Gerade bei Mehrwortlexika, Phraseologismen oder Kollokationen begegnen wir in der alltäglichen Praxis des Fremdsprachenunterrichts zahlreichen Schwierigkeiten. Unter welchem Lemma (d.h. Stichwort in einem Nachschlagewerk [besonders Wörterbuch oder Lexikon]) soll der Student/die Studentin das betroffene Lexem (d.h. Einheit des Wortschatzes, die die begriffliche Bedeutung trägt) nachschlagen? In diesen Fällen manifestiert es sich, wie kompliziert die Arbeit mit einem Wörterbuch sein kann und wie notwendig es ist, dass sich einerseits die Fremdsprachenlehrer und die Studierenden die lexikographischen Grundkenntnisse aneignen und dass andererseits die (meistens) limitierten Fähigkeiten und Fertigkeiten der laienhaften Benutzer bei der Wörterbuchproduktion in Betracht gezogen werden sollten.

In Anlehnung an Hartmann (1989, S. 184f.) kann behauptet werden, dass mehrere Autoren in der letzteren Zeit darauf hingewiesen haben, dass bei der Wörterbuchproduktion die „reference skills“ und „reference needs“ eines typischen Benutzers beachtet werden sollen/müssen. Die Annahme, dass für einen solchen Modellbenutzer ein „all-purpose school dictionary“ am besten geeignet ist, erweist sich als nicht ganz richtig. Es wäre vielleicht mehr sinnvoll, Wörterbücher für spezifische Zwecke bzw. Sprachfertigkeiten anzubieten, seien es die produktiven (Schreiben) oder die reproduktiven (Lesen) Fähigkeiten. Als ein seltenes, gelungenes Beispiel wird „Oxford Advanced Learners Dictionary“ erwähnt, das neue Wege und innovative Aspekte präsentiert, insbesondere zahlreiche illustrative idiomatische Beispiele, die (nicht nur) den Prozess des Schreibens wesentlich erleichtern (5).

Einen weiteren interessanten Aspekt stellt in diesem Zusammenhang die Frage dar, wie breit, wie umfangreich der in dem gegebenen Wörterbuch festgehaltene Wortschatz sein sollte. Sollte der Umfang der enthaltenen Lemmata dem erwarteten Niveau eines Benutzers (Anfänger, Fortgeschrittene usw.) angepasst werden? Die Versuche, in einem vornehmlich für Anfänger konzipierten Wörterbuch die Anzahl von Einträgen auf Grund- und Kernlemmata zu minimalisieren, erweisen sich in diesem Sinne als nicht besonders glücklich, da gerade die am häufigsten

anzutreffenden oder vorkommenden Wörter sehr oft die am meisten polysemen und/oder idiomatischen sind (6).

Wahrscheinlich alle Lexikographen würden der Forderung zustimmen, dass bei der Produktion eines Wörterbuches der beabsichtigte Benutzer und seine spezifischen Bedürfnisse immer beachtet werden sollten. Die Realisation dieser Prämisse ist jedoch nicht so einfach durchzuführen, da über die Wörterbuchbenutzer und ihre Bedürfnisse relativ wenig bekannt ist. „Neben [...] lexikographischen Stereotypen und reduzierten Benutzererwartungen existiert bei (Meta-)Lexikographen ein allgemeines, eher vorthoretisches Wissen über Benutzer und Benutzung von Wörterbüchern [...]. In vielen Fällen ist dieses Wissen nur vage und vorläufig“ (Püschel, 1989, S. 128).

Es ist also besonders wichtig, einen laienhaften Benutzer („common reader“) zu bestimmen. Es ist eigentlich jemand, der niemals in dem Bereich der Wörterbuchbenutzung ausgebildet bzw. trainiert wurde und der über keine Kenntnisse über verschiedene Typen von Wörterbüchern verfügt. So einer Modellbenutzer wird ein Wörterbuch in dem Moment aufschlagen, wenn er (sie) bei einer reproduktiven (Lesen) oder produktiven (Schreiben) Tätigkeit einem sprachlichen Problem begegnen wird, dessen Klärung er (sie) von dem Wörterbuch erwartet. „Zur Laienbenutzung zählt also die im Dienst von Textproduktion und Textreproduktion stehende Wörterbuchbenutzung von Wissenschaftlern und Nichtwissenschaftlern, von Muttersprachlern und Fremdsprachlern, von Kundigen und Geschulten wie von Unkundigen und Ungeschulten, von Personen, die im privaten wie beruflichen Rahmen nachschlagen“ (Püschel, 1989, S. 129).

Es kann allgemein festgestellt werden, dass Wörterbücher primär für kommunikative Zwecke gebraucht werden – diese Aufgabe hat wohl bei der Entstehung der Lexikographie gestanden (vgl. oben). Selbstverständlich können Wörterbücher auch für andere, sekundäre Zwecke gebraucht werden. Gerade bei dem L2-Erwerb und L2-Unterricht werden solche (sekundären) Ziele verfolgt – die Lernenden schlagen ein Wörterbuch auf, um ihren Lernprozess und dessen Ergebnisse zu unterstützen und dadurch ihre Sprachkenntnisse zu verbessern. Als andere Beispiele seien erwähnt etwa die Konsultation eines Wörterbuches bei einem Scrabblespiel, bei dem Lösen von Kreuzworträtseln oder vielleicht bei der Suche nach der Herkunft und Bedeutung eines Namens.

Es ist generell zwischen einem muttersprachlichen und einem fremdsprachlichen (Laien)Benutzer zu unterscheiden. Beschäftigt man sich mit dem Fremdsprachenunterricht, dann hat man mit dem letzteren zu tun. Der fremdsprachliche Wörterbuchbenutzer, der darum bemüht ist, sich eine Fremdsprache anzueignen, hat zwischen einem monolingualen und einem bilingualen Wörterbuch auszuwählen. Es ist anzunehmen (7), dass die meisten Lernenden (und vor allem dann die Anfänger und die „pre-intermediate“ Studenten) ein bilinguales, also ein Übersetzungswörterbuch bevorzugen. Die monolingualen Wörterbücher (Bedeutungswörterbuch etwa) werden in der Regel von den fortgeschrittenen Studenten aufgeschlagen, die in der Lage sind, eine in der gegebenen Fremdsprache angegebene Definition eines unbekanntes Lexems zu verstehen und/oder nach einem synonymischen oder antonymischen Ausdruck zu suchen.

Diese (und viele andere) Aspekte und Zusammenhänge sollen/müssen dann von den Lexikographen beachtet werden, wenn sie ein benutzerfreundliches und nützliches Wörterbuch zusammenstellen wollen (8). Wie bereits oben angedeutet wurde, ist in diesem Zusammenhang die Problematik von Kollokationen und Phraseologismen zu erwähnen, also die Notwendigkeit, die dargestellten Lemmata in einem typischen oder spezifischen Kontext festzuhalten. „Auf diese Weise soll dem Benutzer entsprechend seiner Muttersprache und der aktuellen Übersetzungsrichtung das nötige Maß an relevanter Information geboten werden: Das Wörterbuch darf nicht zu wenig, aber auch nicht zu viel Informationen enthalten. Überinformation ist unnötiger Ballast, der das Wörterbuch benutzerunfreundlich macht, da er den Nachschlagenden behindert“ (Püschel, 1989, S. 132).

4. Wörterbücher und Kollokationen (und Phraseologismen, Idiome und Mehrwortlexika)

Wie bereits oben angeklungen, kommen Lexeme (Wörter, Vokabeln) in einer (Fremd)Sprache häufig als Bestandteile einer aus zwei oder mehr Lexemen bestehenden Wortgruppe,

Wortverbindung, also in der Form eines Syntagmas (d.h. Verknüpfung von Wörtern zu Wortgruppen, Wortverbindungen, z. B. von „in“ und „Eile“ zu „in Eile“). Für einen (Fremd)Sprache Lernenden oder einen Wörterbuchbenutzer im Allgemeinen ist es dementsprechend nützlich, wenn dieser Aspekt bei dem Prozess der Wörterbuchzusammenstellung berücksichtigt wird, so dass die Informationen über typische idiomatische, phraseologische oder kollokative Kombinationen des gerade nachgeschlagenen Lemmas offensichtlich werden. Übrigens kann dasselbe über die Mehrwortlexika festgestellt werden, d.h. über verschiedene aus zwei oder mehr Lexemen bestehenden Komposita – werden die potentiellen, frequentierten Kompositionsmöglichkeiten eines gerade nachgeschlagenen Lemmas in einem Wörterbuch festgehalten, so wird der Benutzer mit sehr relevanten und nützlichen Informationen konfrontiert.

Unter Berücksichtigung von Čermák kann behauptet werden, dass relevante Kollokationen als eine sehr bedeutsame Erkenntnisquelle und ein grundlegendes Instrument für die Identifikation von typischen Wortkombinationen, aus denen der übliche Sprachusus besteht, zu verstehen sind. In dem Bereich der Lexikographie ist dank der Erkenntnis des Phänomens Kollokation eine Verbesserung der allgemeinen Qualität der modernen praktischen Wörterbücher zu beobachten und die Zusammenstellung eines Wörterbuches ohne aus einem Korpus extrahierten Kollokationen nicht mehr denkbar. Es entstehen sogar spezifische Wörterbücher von Kollokationen (z.B. Klégr et al. 2005 für die tschechische Sprache) (9).

Die Problematik der Mehrwortlexika und deren Einarbeitung in ein Wörterbuch stellt ein schwieriges Phänomen dar. Unter welchem Lemma sollten die kompositionellen Kombinationsmöglichkeiten festgehalten werden? – so lautet die Grundfrage. Die Skala der sich anbietenden Antworten reicht von der Möglichkeit, die potentiellen Kompositionsvarianten immer nur unter einem Lemma (etwa dem Grundwort) anzugeben, bis hin zu dem Vorschlag eine bestehende Kompositionspotenz bei jedem betroffenem Lemma festzuhalten. Die von den Wörterbuchverfassern ausgewählte Einstellung spiegelt eigentlich ihre Erwartung an dem theoretischen (Vor)Wissen eines Wörterbuchbenutzers wider, wobei es des Öfteren so aussieht, dass das gegebene Wörterbuch für einen (ausgebildeten) Muttersprachler gedacht wurde, da es einfach für einen Fremdsprachler zu kompliziert oder zu unüberschaubar erscheint.

Auch Burger erörtert diese Problematik in seiner Studie über Phraseologismen in allgemeinen einsprachigen Wörterbüchern und stellt in diesem Kontext fest, dass häufig verschiedene formale Kriterien für die Zuordnung verwendet werden. Als ein illustratives Beispiel erwähnt er „Duden GW“ (d.h. das große Wörterbuch der deutschen Sprache), wo idiomatische Ausdrücke immer (nur) unter dem ersten auftretenden Substantiv aufgeführt werden und wenn kein Substantiv in der gegebenen Wortverbindung ist, dann unter dem ersten sinntragenden Wort, so z.B. in „frieren wie ein Schneider“ unter „Schneider“ (also nicht unter „frieren“), in „durch dick und dünn“ unter „dick“ (und nicht unter „dünn“) und schließlich in „die Engel im Himmel singen hören“ nur unter „Engel“ (aber nicht unter „Himmel“) (vgl. Burger, 1989, S. 593ff.) (9). Burger meint, dass der Kompromiss zwischen optimaler Benutzerfreundlichkeit und platzsparender ökonomischer Einstellung folgendermaßen aussehen könnte: „Vollidiomatische Phraseologismen werden nur unter einer Komponente lemmatisiert. Bei den anderen Komponenten ist der Phraseologismus am Ende der Artikel mit Verweis ausgeführt. Die Auswahl der relevanten Komponente sollte nicht nach semantischen Prinzipien erfolgen [...], da dieses Prinzip am meisten Vorwissen voraussetzt“ (Burger, 1989, S. 595).

Die Behandlung phraseologischer Wortverbindungen stellt an die Wörterbuchverfasser große Anforderungen, mit denen sie sich unterschiedlich erfolgreich zu helfen wissen. Burger stellt in diesem Zusammenhang fest: „Global gesprochen ist die Phraseologie in den großen deutschen Wörterbüchern systematischer berücksichtigt als in den entsprechenden französischen, und dort immer noch genauer als in den englischen“ (Burger, 1989, S. 593). Burger meint zugleich, dass die kleinen Wörterbücher die Phraseologie häufig besser behandeln als die großen und dass es eigentlich noch kein existierendes Wörterbuch gibt, das im Hinblick auf die Phraseologie als voll befriedigend gelten könnte (vgl. Burger, 1989, S. 593).

In seinem Beitrag über phraseologische Wörterbücher weist Schemann darauf hin, dass von den zahlreichen Wörterbüchern, die verschiedene phraseologische Wortverbindungen festhalten, nur einige den Terminus phraseologisch im Titel führen, was begrifflicherweise (nicht nur) für einen

laienhaften Wörterbuchbenutzer Verwirrung stiften kann (vgl. Schemann, 1989, S. 1019). Unter Phraseologismus versteht Schemann eine Einheit, die aus mehreren Elementen besteht, wobei es gilt, dass die Gesamtbedeutung dieser Elemente verschieden ist als die Summe der Bedeutung der einzelnen Elemente (vgl. Schemann, 1989, S. 1020). Wie auch die verschiedenen Wörterbücher, die phraseologische Wendungen aufführen, heißen mögen, lassen sie sich daran erkennen, dass ihr Schwerpunkt in den mehrgliedrigen übertragenen Ausdrücken liegt.

Auch die Präsentation der phraseologischen Ausdrücke in den einzelnen Wörterbüchern ist genauso unterschiedlich wie ihre Betitelung. Schemann meint, dass ein zentrales Problem für die Lexikographen die Bedeutungsangabe darstellt. Sie kann auf verschiedenen Wegen erfolgen: 1) durch eine Definition, 2) durch eine Umschreibung, 3) durch die Angabe von möglichst bedeutungsähnlichen, synonymischen Lexemen oder Lexemverbindungen und 4) durch ein oder mehrere Beispiele. Übrigens kann ein Lexem seine volle Bedeutung nur vor dem Hintergrund der gesamten Kontextkonstellation realisieren, was bereits für ein nicht-idiomatisches Lexem gilt, und doppelt so für einen phraseologischen Ausdruck (vgl. Schemann, 1989, S. 1022).

Einen nächsten interessanten Aspekt der Problematik der phraseologischen Wörterbücher stellt die Weise dar, auf die die Beziehungen der phraseologischen Wendungen untereinander zum Ausdruck gebracht werden. Eine der häufigsten ist die sog. Stichwortmethode – es werden ausgewählte Ausdrücke aufgeführt, in denen das Stichwort als Kernelement angesehen wird, mit dem bestimmte semantische Beziehungen zusammenhängen. Ein weiteres Mittel stellen dann Verweise dar, wobei ein Ausdruck auf einen oder mehrere weitere Ausdrücke verweisen kann – in einem bilingualen Wörterbuch kann dieses Verweissystem von einer Sprache zu einer anderen erfolgen (vgl. Schemann, 1989, S. 1027f.).

Das Thema von Phraseologismen in ein- oder zweisprachigen Wörterbüchern diskutiert auch Bergerová (2010, S. 55ff.). In Anlehnung an Wiegand und andere Autoren stellt Bergerová fest, dass die Diskrepanz zwischen metalexikographischer Theorie und phraseologischer Forschung auf der einen Seite und kommerzieller lexikographischer Praxis auf der anderen am größten gerade auf dem Gebiet der lexikographischen Bearbeitung von Phraseologismen sei. Eine (radikale) Verbesserung der kritisierten Situation könnten vielleicht elektronische Wörterbücher bringen, da sie das klassische Problem, nämlich den Mangel an Platz für wichtige morphosyntaktische, semantische sowie pragmatische Aspekte, Besonderheiten, Präferenzen oder Restriktionen, lösen. Allerdings muss zunächst, um dieses Desideratum zu erfüllen, eine Unmenge von Daten organisiert und analysiert werden (vgl. Bergerová, 2010, S. 55) (11).

Die makrostrukturelle Ebene der phraseologischen Wörterbücher erörternd erhebt auch Bergerová die Frage, nach welchen Kriterien einzelne Phraseologismen den jeweiligen Sprichwörtern zugeordnet werden, ob sich man nur nach grammatisch-alphabetischen Ordnungsprinzipien oder doch auch nach bestimmten semantischen Kriterien richten sollte. Auch sie stellt fest, dass wenn semantische Kriterien für die Lemmatisierung bevorzugt werden, geschieht es dann in der Regel so, dass der gegebene Phraseologismus unter dem ersten semantisch signifikanten Wort zu finden ist, was jedoch für den Benutzer zu häufig unlösbaren Problemen führen kann. In diesem Kontext stimmt Bergerová den oben angeführten Ausführungen von Burger zu, indem sie vorschlägt, dass immer der Idiomatisierungsgrad berücksichtigt werden sollte, d.h. vollidiomatische Phraseologismen werden nur unter einer Komponente entsprechend dem grammatisch-alphabetischen Ordnungsprinzip lemmatisiert, teilidiomatische Phraseologismen werden unter der nichtidiomatisierten Komponente aufgeführt und schließlich nichtidiomatische Phraseologismen (z.B. Kollokationen) werden unter allen Komponenten festgehalten (vgl. Bergerová, 2010, S. 57).

Was die mikrostrukturelle Ebene anbelangt, so lautet die Frage, ob phraseologische Wortverbindungen als solche unter den einzelnen Lemmata gekennzeichnet werden (sollen) und ob es unterschiedliche Markierung für verschiedene Phraseologismen (etwa Idiom oder Sprichwort) gibt und wo sie eventuell platziert werden. In der modernen Lexikographie werden Phraseologismen in der Regel in einer abstrakten Grundform angeführt, also nicht in einem Modellsatz. So wird beispielsweise die Grundform „jemanden auf die Palme bringen“ bevorzugt, lieber als „seine Nachricht hat mich auf die Palme gebracht“. Einen weiteren bedeutsamen Aspekt stellt auf der mikrostrukturellen Ebene auch die typographische Gestaltung dar, also das Kriterium

der Übersichtlichkeit und Benutzerfreundlichkeit, das gerade bei Lemmata mit hoher phraseologischer Potenz besonders wichtig sein kann (vgl. Bergerová, 2010, S. 58).

5. Common-sense-Kompetenz und Sprachdidaktik

In seiner sprachdidaktisch angelegten Studie (12) erörtert Helmuth Feilke einen weiteren, mit der Problematik von L2-Erwerb und L2-Unterricht (und dadurch auch zumindest teilweise mit dem Phänomen Kollokationen, Phraseologismen, Idiome und Mehrwortlexika) zusammenhängenden und korrelierenden Aspekt der Sprachwissenschaft und Sprachdidaktik. Wie bereits oben angedeutet wurde, könnte es bei dem Aneignen von Vokabeln effektiver sein, sie nicht als isolierte, kontextlose Lexeme zu lernen, sondern in Verbindung mit einem oder mehreren anderen Lexemen, mit denen das einzustudierende Wort frequentiert und typisch vorkommt. So könnte es beispielsweise nützlicher erscheinen, eine Wendung wie „ Mittagessen zubereiten“ zu memorieren als lediglich das Lexem „Mittagessen“. Die breitere und komplexere Kenntnis eines einzustudierenden Wortschatzes in diesem Sinne könnte zu besseren Ergebnissen und nützlicheren und flexibleren Fähigkeiten und Fertigkeiten sowohl bei den reproduktiven, als auch bei den produktiven sprachlichen Aktivitäten und somit zu einem tieferen und besseren Spracheverstehen und Sprachekönnen führen.

Feilke spricht in diesem Zusammenhang über die Entwicklung der sogenannten Common-sense-Kompetenz. Es geht darum, das sprachliche Können so zu entwickeln, dass man ein Normverstehen, ein Norminstinkt sozusagen, entwickelt und erwirbt, was einem ermöglicht, solche sprachlichen Äußerungen zu produzieren, die nicht nur grammatisch, sondern auch semantisch korrekt sind. Es ist Feilke beizupflichten, wenn er meint: „Oft wird erst im Non-Sense und im komischen Bruch der Normalerwartungen die Obligation des „Common sense“ bewusst. [...] Als Normabweichungen werden sie auch im Erst- und Zweitspracherwerb beobachtet und geben in diesem Forschungs-Kontext Hinweise auf die Schwierigkeiten bei dem Erwerb eines 'natürlichen' sprachlichen Könnens“ (Feilke, 2008, S. 2).

„Common sense“ wird dann weiter von Feilke als „gesunder Menschenverstand“, also „ein Urteilsvermögen, das im Unterschied zu analytisch reflexiven, wissenschaftlichen Erkenntnis aus der alltäglichen Erfahrung erwachsen ist. Er ist ein praktischer, bewährter Sinn, gewissermaßen das 'knowing how' unseres Alltags“ trefflich definiert. So einer sprachlichen Common-sense-Kompetenz werden bestimmte Qualitäten zugeschrieben. Erstens ist sie sozial normativ, in dem Sinne dass sie eine Norm für alle zu dem gegebenen sozialen System Zugehörigen darstellt – die „anderen“ erkennen an meiner Verhaltens- und/oder Redeweise, ob ich „einer von ihnen“ bin. Zweitens ist sie selektiv – das heißt, dass der Sprecher in der jeweiligen Situation unter den sich potentiell anbietenden sprachlichen Möglichkeiten gerade jene auswählt, die für die gegebene Situation am besten passt und der Norm entspricht. Diese Präferenz muss erlernt werden, sie erwächst zugleich aus der sprachlichen Praxis, was verständlicherweise bei einer interkulturellen Kommunikation sowohl wichtig, als auch schwierig ist. Feilke (2008, S. 4) meint dazu: „Selbst der, der es gut meint, der freundlich sein möchte und direkt und aufrichtig sagt, was er sagen möchte, kommt [...] nicht automatisch zum richtigen Verhalten.“

Demzufolge vermutet Feilke, dass es typisch bzw. wahrscheinlich für einen ausländischen Sprecher (einen Fremdsprachler also) ist, gerade diese Commonsense-Typik zu verfehlen. Das Kennen des typischen Ausdrucks eröffnet die soziale Chance zum Verstehen. Ob das entsprechende Ausdrucks-Verhalten semantisch als ein sinnvolles Handeln erkennbar wird, hängt außerdem von dem typischen Gebrauch bzw. der typischen Interpretation des Ausdrucks ab. Hiermit gelangen wir an die Grenzen des (klassischen) Vokabellernens, bzw. wir werden uns dessen Beschränkung bewusst. In Bezug auf die oben diskutierte Problematik und Spezifität von Kollokationen, Phraseologismen usw. stellt dann Feilke (2008, S. 9) abschließend fest: „Die Analyse der Common-sense-Kompetenz verdeutlicht, dass die grundlegenden Zusammenhänge des Entstehens solcher Ausdrücke (z.B. außer Rand und Band geraten) weit über den Bereich der Idiomatik und Phraseologie im traditionellen Sinne hinausreichen und das gesamte 'natürliche' sprachliche Können betreffen.“ Diese Thesen könnten sehr aufschlussreich und bahnbrechend sowohl für die lexikographische

Produktion von (nicht nur) phraseologischen Wörterbüchern, als auch für den Bereich des L2-Erwerbs und L2-Unterrichts sein.

6. Zur Typologie von Kollokationen (mit einigen Beispielen)

Der Begriff der Kollokation wurde in die Sprachwissenschaft in den 30-er Jahren des 20. Jahrhunderts von J. R. Firth eingeführt und später von J. Sinclair und M. A. K. Halliday weiter ausgeführt. In der tschechischen Sprache beschäftigt sich mit diesem linguistischen Phänomen besonders František Čermák. Was die lexikalischen Kombinationen in einem Text anbelangt, so können in Anlehnung an Čermák (2006, S. 12) grundsätzlich folgende Typen von Kollokationen unterschieden werden:

1. Systemische Kollokationen, darunter regelmäßige und unregelmäßige. Die regelmäßigen systemischen Kollokationen stellen die begrifflichen, d.h. terminologischen Kollokationen dar, also bestimmte festgelegte Termini, sehr häufig beispielsweise in Chemie (die Schwefelsäure), sowie die (Mehrwort-)Nomina propria (Eigennamen), so z.B. die Kanarischen Inseln. Unter unregelmäßigen systemischen Kollokationen sind dann idiomatische Kollokationen (Idiome und Phraseme) zu verstehen (z.B. brachliegen). Sowohl bei den unregelmäßigen idiomatischen Kollokationen, als auch bei den terminologischen Kollokationen entsteht das Problem der Stabilisierung, des Stabilisiertwerdens der betroffenen Kollokation – das kann heute mit Hilfe von Korpora überprüft werden.
2. Textuelle Kollokationen, die wiederum in regelmäßige und unregelmäßige eingeteilt werden können. Die regelmäßigen textuellen Kollokationen stellen die üblichen Kollokationen (z.B. der Sommerurlaub – also eigentlich grammatisch-semantische Kombinationen) und die analytischen Formen (z.B. ich habe gespielt, es wurde gesagt – eigentlich grammatische, analytische Mehrwortkombinationen von Einwortlexemen) dar. Unter unregelmäßigen textuellen Kollokationen sind sowohl individuelle metaphorische Kollokationen (Autorenmetapher), als auch zufällige (Nachbar) Kombinationen von Lexemen, die zufälligerweise (infolge der Wortfolge) innerhalb einer Texteinheit nebeneinander erscheinen, zu verstehen (13).
3. Textuell-systemische Kollokationen – d.h. übliche usuelle Kollokationen (wie z.B. klein schneiden oder fein schneiden), die im Prinzip als eine Übergangsform zwischen den Termin- und usuellen Kollokationen zu interpretieren sind.

Nicht alle kombinatorischen Möglichkeiten innerhalb eines Textes bilden Kollokationen. Es kann zugleich festgestellt werden, dass die Grenzen zwischen den einzelnen Typen von Kollokationen, bzw. zwischen einer Kollokation und Nicht-Kollokation nicht scharf zu ziehen sind. Innerhalb eines Korpus gibt es eine ganze Menge von Kollokationen und Kombinationen (14). Es ist deshalb notwendig, sie in einem Korpus mathematisch festzuhalten, mit Hilfe von verschiedenen assoziativen Quoten. So misst z.B. die Quote MI-score (15) das Maß der gegenseitigen Information, also die Stärke der Assoziation zwischen zwei Lexemen – es geht im Prinzip um die Wahrscheinlichkeit der gemeinsamen Erscheinung von den zwei untersuchten Lexemen. Der sogenannte T-test (oder T-score) (16) ist ein Test, der auf dem Unterschied zwischen der festgestellten und der vorausgesetzten Erscheinung einer Kollokation aufgebaut ist und das Maß der Kollokabilität von a und b beschreibt (vgl. Čermák, 2006, S. 13).

Hnátková (2006, S. 143) versteht unter Kollokabilität formale und semantische Vereinbarkeit, also die Fähigkeit von Lexemen sich miteinander (in derselben Funktion) zu verknüpfen. Die Kollokabilität von meisten Lexemen ist sehr umfangreich. Die lexikalische Einheit bindet an sich eine bestimmte Anzahl von sprachlichen Elementen, die dann zu den Bestandteilen des Kollokationsparadigmas dieser lexikalischen Einheit werden. In phraseologischen Verbindungen wird dagegen die Kollokabilität des gegebenen Lexems stark beschränkt, es wird in diesem Zusammenhang der Begriff der Monokollokabilität eingeführt. Hnátková gibt als Beispiel das tschechische Adjektiv „širý“ an, das eigentlich nur in einigen Phrasemen einzutreffen ist (z.B. spät

pod širým nebem – unter freiem Himmel schlafen, bloudit širým světem – durch die weite Welt bummeln). In der deutschen Sprache können als geeignete illustrative Beispiele z.B. das Kompositum „das Danaergeschenk“ oder die Verbindung „der Gordische Knoten“ angeführt werden – die Adjektive Danaer und Gordisch werden lediglich in den angegebenen Phrasemen verwendet.

Unter Kompatibilität ist die semantische Vereinbarkeit der Elemente in einem Text zu verstehen, die auf dem Vorhandensein zumindest von einem semantischen Zug, der den einzelnen Komponenten des betroffenen Syntagmas gemeinsam ist, aufgebaut wird. Bei der Inkompatibilität gibt es keine gemeinsame semantische Relation und solche textuellen Elemente können nicht vereinbart werden, mit anderen Worten, sie kommen innerhalb eines Textes nicht miteinander (nebeneinander) vor. So gibt es z.B. bei den Lexemen „Schreibmaschine, -tisch und -waren“ den gemeinsamen semantischen Zug des Schreibens – sie sind also kompatibel. Eine Verbindung wie „Schreibbaum“ ist dagegen nicht möglich, da die zugrundeliegenden Lexeme über keinen gemeinsamen semantischen Zug verfügen und demzufolge als inkompatibel zu interpretieren sind (vgl. Hnátková, 2006, S. 145). Es ist in diesem Kontext zugleich festzustellen, dass Kollokationen eigentlich eine Grenzerscheinung zwischen der lexikalischen und grammatischen Ebene der Sprache darstellen und dass es dementsprechend kompliziert ist, sie systematisch zu definieren und zu klassifizieren.

7. Kollokationswörterbücher und „kollokative faux amis“

Weiter kann es in diesem Zusammenhang behauptet werden, dass die (immer tiefere) Erkenntnis von Kollokationen zu einer qualitativen Verbesserung von modernen praktischen Wörterbüchern führt und dass die Arbeit mit Kollokationen (und Korpora) einen festen Bestandteil der lexikographischen Arbeit darstellt. Es entstehen spezifische Kollokationswörterbücher (z.B. Klégr et al. 2005 für die tschechische Sprache, wo bereits mit Korpusdaten gearbeitet wurde).

So ist es zu einem Anliegen an moderne Wörterbücher geworden, dass sie die Bedeutung des nachgeschlagenen Lemmas erklären und daneben einige Beispiele für seinen Gebrauch, ein paar vorbildliche, exemplarische Sätze etwa, festlegen sollen. Auf diesem Prinzip wurde auch „*Česko-německý kontextový, synonymický a kolokační slovník*“ (Tschechisch-Deutsches Kontext-, Synonym- und Kollokationswörterbuch) Linguatools aufgebaut, in dessen Datenbank 850.000 Sätze und deren Übersetzungen gespeichert werden. Das neue Linguatools „Deutsch-Tschechische Kontext-Wörterbuch“ umfasst za. 50.000 Übersetzungen von Wörtern und Wortverbindungen und dazu noch ein Satzarchiv mit über 4 Millionen zweisprachigen Beispielsätzen. Auf diese Weise wird es möglich nachzuschlagen, wie bestimmte Wörter oder Wortverbindungen in einem bestimmten Kontext gebraucht werden. So kann der Wörterbuchbenutzer z.B. feststellen, mit welchem Verb ein Substantiv gewöhnlich gebraucht oder mit welchem Adjektiv ein Substantiv üblicherweise verbunden wird. Auch die Autoren von dem technischen bzw. ökonomischen Wörterbuch von Fraus geben in dem Vorwort an, dass bei der Entstehung dieser Wörterbücher gerade die Problematik von Kollokationen intensiv in Betracht gezogen wurde (17).

Uwe Quasthoff (18) meint zu dem Thema Kollokationswörterbücher, dass „während es für das Englische mehrere Kollokationswörterbücher (cf. Benson et al. 1997, Hill/Lewis 1997, Crowther 2002) gibt, ist dies für das Deutsche nicht der Fall. Andererseits liefern die automatisch ermittelten Wortkookkurrenzen auf den ersten Blick die für solch ein Wörterbuch notwendigen nötigen Rohdaten. Unter Zugrundelegung des Kollokationsbegriffs von F. Hausmann (cf. Hausmann 1985) (19) wurde das Kollokationswörterbuch (ähnlich dem Sachgruppenwörterbuch) als Wortfindungswörterbuch konzipiert, allerdings mit einem größeren Schwerpunkt auf der Nutzung durch Fremdsprachler“ (Quasthoff, 2009, S. 7) (20).

Klégr und Šaldová (2006) weisen darauf hin, dass die Bedeutung der kontrastiven Analyse von Kollokationen im Zusammenhang mit anwachsender und zunehmender Anwendung von parallelen Korpora weiter wachsen wird, insbesondere in dem Fremdsprachenunterricht (vor allem das Englische) und in der Übersetzungslexikographie. Bei der Arbeit an Kollokationswörterbüchern zeigt es sich, wie schwierig es sein kann, die Kriterien für die Auswahl von Kollokationen zu

bestimmen und festzulegen. Grundsätzlich kann unter folgenden Möglichkeiten unterschieden werden (nach Klégr und Šaldová, 2006, S. 168):

- typische Kollokationen, bzw. Kollokationen im engeren Sinne des Wortes
- die am meisten frequentierten Kollokationen (aus Korpusdaten erhoben)
- statistisch bedeutsame Kollokationen
- kognitive Kollokationen
- Kollokationen in ihrem ganzen Umfang

Alle diese Möglichkeiten erweisen sich in bestimmten Aspekten als problematisch. Typische Kollokationen sind unter Kollokationen des gegebenen Wortes verhältnismäßig selten und die Entscheidung, was als eine typische Kollokation zu verstehen ist, ist arbiträr. Bei den am meisten frequentierten Kollokationen ist es gewöhnlich, dass sie für das betroffene Wort die am wenigsten kennzeichnend sind. Statistisch bedeutsame Kollokationen sind ähnlich wie typische Kollokationen relativ selten und ein aus solchen Kollokationen zusammengesetztes Stichwort wäre für (Wörterbuch)Benutzer nicht besonders hilfreich. Kognitive Kollokationen reflektieren meistens nicht das wirkliche Auftreten in der Sprache/im Korpus, sondern sie spiegeln subjektive Vorstellungen der Sprecher wider. Kollokationen in ihrem ganzen Umfang festzuhalten würde zu viel Platz einnehmen und wäre für Benutzer verwirrend (vgl. Klégr und Šaldová, 2006, S. 169).

Ein anderes, mit dem oben skizzierten Kontext im engen Zusammenhang stehendes Problem stellen die sog. trügerischen Kollokationen – faux amis („false friends“) dar. Dieser Terminus wird oft für zwei ähnliche Wörter aus unterschiedlichen Sprachen benutzt, bei denen Benutzer irrtümlich dieselbe Bedeutung voraussetzen. Der Begriff „kollokative faux amis“ bezeichnet jene Situationen, wo - der ursprünglichen Erwartung zuwider – die Ausgangskollokation nicht buchstäblich mit Hilfe von Standardäquivalenten in die Zielsprache übersetzt werden darf.

Klégr und Šaldová (2006, S. 173ff.) unterscheiden drei Klassen von solchen trügerischen Kollokationen des Typs Verb – Substantiv:

1. Transpositionelle kollokative faux amis – diese Kollokationen erfordern eine grammatische Verschiebung zwischen der Ausgangs- und Zielkollokation, z.B. inspect a school – provést inspekci ve škole (eine Inspektion in der Schule durchführen) (21).
2. Modulatorische kollokative faux amis – sie erfordern eine lexikalische Modifikation. Ein Segment der Kollokation wird mit einem Ausdruck übersetzt, der nicht sein Standardäquivalent ist, z.B. dance the soles off – protancovat boty (seine Schuhe durchtanzen).
3. Adaptive kollokative faux amis – so eine Kollokation erfordert Umformulieren, weil es das gegebene Wort in dem Kontext der Zielsprache nicht gibt, z.B. reconstitute dried milk – rozmíchat sušené mléko ve vodě (Trockenmilch im Wasser verrühren).

Zusammenfassend kann es zu diesem Thema behauptet werden, dass die kollokativen faux amis für Lexikographie, Translatologie, Fremdsprachenunterricht usw. einen nützlichen Begriff darstellen, der darauf aufmerksam macht, dass es faux amis nicht nur auf der Wortebene geben kann. Im Vergleich mit (klassischen) trügerischen Wörtern bilden die trügerischen Kollokationen eine dynamische Einheit (Ganzheit), die zu identifizieren, zu beschreiben, auszulegen und zu interpretieren viel schwieriger ist.

8. Fazit

Die vorgelegte, zugegebenermaßen relativ kurze Studie hat sich das Ziel gesetzt, einige lexikographische Aspekte des Fremdsprachenunterrichts zu erörtern. Es handelt sich dabei primär um diejenigen linguistischen Phänomene, die bei dem Prozess des L2-Erwerbs und L2-Unterrichts aktuell relevant sind bzw. potentiell von Belang sein könnten/sollten. So wird zunächst der aktuelle Stand der lexikographischen Forschung fokussiert, wobei Lexikographie generell als Wörterbuchlehre verstanden und somit als eine essenzielle Komponente des (Fremd)Sprachunterrichts aufgefasst

wird, abgesehen davon, ob und/oder wie ihre exakte Definition, korrekte Abgrenzung und überhaupt ihre Identität als eine selbstständige wissenschaftliche Disziplin interpretiert bzw. problematisiert werden.

Weiter werden einige Aspekte der Wörterbuchdidaktik dargelegt, so etwa die Problematik der laienhaften Wörterbuchbenutzung. Es lässt sich in diesem Kontext eine bestimmte Diskrepanz zwischen den Erwartungen, Ambitionen und Vorstellungen der Wörterbuchproduzenten auf der einen Seite und den Möglichkeiten, Bedürfnissen, Fertigkeiten, Fähigkeiten und schließlich Kenntnissen eines durchschnittlichen Benutzers auf der anderen Seite konstatieren. Diese aufschlussreiche Feststellung sollte bei der Wörterbuchentstehung und -bildung permanent berücksichtigt werden, möglicherweise mit dem Resultat, dass für spezifische Zielgruppen adäquate Wörterbuchtypen gezielt entwickelt würden. Damit korreliert das Problem der zweisprachigen Wörterbücher und der sog. Monodirektionalität (von den meisten Fremdsprachelernenden wird die Bedeutung eines unbekanntes Wortes in einem zweisprachigen (Übersetzung)Wörterbuch nachgeschlagen). Das daraus hervorgehende Desideratum heißt demzufolge eine optimale Benutzerfreundlichkeit und kompetente Ausgewogenheit in Bezug auf die Bedürfnisse der Nachschlagenden und unter Berücksichtigung ihres faktischen lexikographischen Wissens und Könnens.

Ein nächstes, mit den oben angeklungenen Tatsachen eng zusammenhängendes sprachliches Phänomen repräsentieren Phraseologismen und Kollokationen. Sie stellen einen bedeutsamen Aspekt der Wörterbuchlehre dar, zusammen mit Begriffen wie kollokative faux amis und/oder Common-sense-Kompetenz. Kollokationen werden von einigen Autoren als ein zentraler Terminus der modernen (Korpus)Linguistik aufgefasst und die immer komplexere Erkenntnis von Kollokationen kann zu einer qualitativen Verbesserung von heutigen Wörterbüchern einen wesentlichen Beitrag leisten. Mit der raschen Entwicklung der modernen (Computer)Technologien und elektronischen Wörterbüchern wurde ein bisher geradezu traditionelles und gewissermaßen symptomatisches Problem der Wörterbuchzusammenstellung und der damit verbundenen und intensiv diskutierten Kriterien endgültig gelöst – nämlich der Platzmangel. Die elektronische Bearbeitung von Daten, sowie der Aufschwung der Korpuslinguistik eröffnen neue Horizonte für lexikographische Erforschung und somit für ihre praktische Anwendung (nicht nur) auf dem Gebiet der Fremdsprachendidaktik.

Auf Grund dieser Schlussfolgerungen lässt es sich resümierend behaupten, dass die Wörterbuchlehre einen festen und unentbehrlichen Bestandteil der theoretischen Ausbildung und zugleich der praktischen Vorbereitung der künftigen (Fremd)Sprachenlehrer darstellen sollte, da sie offensichtlich zu der alltäglichen pädagogischen und didaktischen Praxis gehört, indem sie sowohl den Pädagogen, als auch den Lernenden effiziente Lerninstrumente zur Verfügung stellt und dadurch den ganzen Prozess des L2-Erwerbs und L2-Unterrichts begleitet und unterstützt.

Bemerkungen

- (1) Unter L2-Erwerb und L2-Unterricht ist „second language acquiring and second language teaching“, also Aneignung und Unterrichten einer zweiten Sprache zu verstehen.
- (2) zugänglich unter www.duden.de
- (3) zugänglich unter www.dwds.de
- (4) Übrigens stellt Wiegand fest, dass die Wörterbuchforschung in meisten Staaten Europas keine akademische Disziplin mit offiziellem Status ist, dass aber ihre akademische Existenz durchgehend bejaht werden muss, was sich vornehmlich darin zeigt, dass es Wissenschaftler gibt, die sich für Lexikographie interessieren, die verschiedene Lehrveranstaltungen über Lexikographie und Wörterbücher organisieren und die schließlich mannigfaltige Studien, Zeitschriften usw. publizieren bzw. herausgeben (Wiegand, 1989, S. 267).
- (5) Gerade solche kontextuellen Kollokationen sind daneben für die Erweiterung des Wortschatzes, mit anderen Worten für die Aneignung von Vokabeln, besonders geeignet.
- (6) Übrigens selbst das Problem, was als Grundwortschatz definiert werden sollte und wie dieser aus dem Gesamtwortschatz einer Sprache zu isolieren wäre, ist fraglich (vgl. Hartmann, 1989, S. 186).
- (7) und es beweist auch die vieljährige Lehrpraxis des Autors dieses Beitrags

- (8) Dementsprechend werden die einzelnen phonetischen, morphologischen, syntaktischen und semantischen Angaben bearbeitet.
- (9) Auch auf dem Gebiet der Pädagogik und Didaktik, insbesondere des (Fremd)Sprachenunterrichts, spielt die Problematik von Kollokationen eine konstant zunehmende Rolle (vgl. Čermák, 2006, S. 14).
- (10) Dass so eine (platzsparende) Konzeption für einen fremdsprachigen Benutzer als benutzerunfreundlich erscheint und zu breites (Vor)Wissen so eines Benutzers antizipiert, wurde bereits betont.
- (11) Dabei ist nicht nur die dynamische Entwicklung der elektronischen Medien, sondern auch die mit enormen Mengen an Daten arbeitende Korpuslinguistik besonders behilflich.
- (12) Diese Studie ist unter [http://ge.uni-giessen.de/geb/volltexte/2008/6144/pdf/Sprachlicher Commonsense. pdf](http://ge.uni-giessen.de/geb/volltexte/2008/6144/pdf/Sprachlicher%20Commonsense.pdf) zugänglich.
- (13) Allerdings erscheint es angemessener, bei der zufälligen (Nachbar)Kombination nicht über Kollokationen, sondern über Mehrwortlexeme zu sprechen.
- (14) Auch in einem Wörterbuch gibt es eigentlich mehr Kollokationen und Kombinationen als einzelne Wörter.
- (15) MI-score: aus dem Englischen „mutual information score“, d.h. die Quote der gegenseitigen Information.
- (16) T-test: ein Begriff aus der mathematischen Statistik, er bezeichnet eine Gruppe von Hypothesentests mit t-verteilter Testprüfgröße.
- (17) Für das Englische sind bereits auch einige Kollokationswörterbücher entstanden, darunter z.B. „Oxford Collocations Dictionary for Learners of English“ oder „ Macmillan Collocations Dictionary“. Einige moderne allgemeine Wörterbücher sind dann darum bemüht, die relevanten Kollokationen im Rahmen der einzelnen Stichwörter anzuführen, so z.B. „Longman Dictionary of Contemporary English“.
- (18) 2009 – zugänglich unter: http://www.linguistik-online.de/39_09/quasthoff.html
- (19) Die Abkürzung „cf.“ bezeichnet in Texten einen Hinweis auf andere Texte und kommt aus dem lateinischen Wort „confer“, d.h. „vergleiche“ – es stellt somit eine Alternative zu der deutschen Abkürzung „vgl.“ dar.
- (20) „Die Auswahl der Stichwörter erfolgt frequenzbasiert für die Wortklassen Substantiv (S), Verb (V) und Adjektiv/Adverb (A). Bei einer vorgesehenen Anzahl von etwa 4'500 Stichwörtern erfolgte deren Auswahl strikt frequenzbasiert mit Hilfe des Korpus. Nicht berücksichtigt werden Eigennamen, deren Ableitungen (wie *US-Präsident*) sowie verbliebene Wörter, für die sich keine Kollokationen finden ließen. [...] Die Anordnung der Kollokationen erfolgt wieder sortiert nach syntaktischen und semantischen Kriterien. Zunächst werden die Kollokationen nach Wortarten sortiert, die Verben zusätzlich nach der syntaktischen Rolle des Stichwortes. Größer verbleibende Gruppen werden nach semantischen Kriterien weiter unterteilt“ (Quasthoff, 2009, S. 8).
- (21) Beispiele nach Klégr und Šaldová (2006, S. 173ff.).

Literaturverzeichnis (Literatúra)

- BÉJOINT, Henri. 1989 – 1991. The Teaching of Dictionary Use : Present State and Future Tasks. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 208 – 215. ISBN 978-3-11-020334-9
- BERGEROVÁ, Hana. 2010. Phraseologie in deutsch-tschechischen und tschechisch-deutschen (lerner-)lexikographischen Texten auf dem Prüfstand. Eine Fallstudie anhand von Phraseologismen zum Ausdruck der Emotion Ärger. In: *Studia Germanistica* č. 6. Ostrava : Acta Facultatis Philosophicae Universitatis Ostraviensis, 2010, S. 55 – 67. ISSN 1803-408X
- BLATNÁ, Renata. 2006. Víceslovné předložky ve funkci víceslovných spojek. In: Čermák, F. – Šulc, M. (eds.): *Kolokace*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2006, S. 17 – 35. ISBN 80-7106-863-2

- BURGER, Harald. 1989 – 1991. Phraseologismen im allgemeinen einsprachigen Wörterbuch. In: Hausmann Franz Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 593 – 599. ISBN 978-3-11-020334-9
- ČERMÁK, František. 2005. Kolokace v lingvistice. In: Čermák, F. – Šulc, M. (eds.): *Kolokace*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2006, S. 9 – 16. ISBN 80-7106-863-2
- ČERMÁK, František. 2006. Polysémie a kolokace: případ adjektiva měkký. In: Čermák, F. – Šulc, M. (eds.): *Kolokace*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2006, S. 56 – 93. ISBN 80-7106-863-2
- ČERMÁK, František – BLATNÁ, Renata a kol. 1995. *Manuál lexikografie*. Jinočany : Nakladatelství H+H, 1995. 283 s. ISBN 80-85787-23-7
- ČERMÁK, František – ŠULC, Michal (eds.). 2006. *Kolokace*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2006. 452 s. ISBN 80-7106-863-2
- FEILKE, Helmuth: *Sprachlicher Commonsense und Kommunikation*. Zugänglich on-line unter: [http://ge.uni-giessen.de/geb/volltexte/2008/6144/pdf/Sprachlicher Commonsense.pdf](http://ge.uni-giessen.de/geb/volltexte/2008/6144/pdf/Sprachlicher_Commonsense.pdf). [Zugriff: 2014-02-11]
- HARTMANN, Reinhard Rudolf Karl. 1989 – 1991. *The Dictionary as an Aid to Foreign-Language Teaching*. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 181 – 189. ISBN 978-3-11-020334-9
- Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.). 1989 – 1991. *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991. 1048 S. ISBN 978-3-11-020334-9
- HAUSMANN, Franz Josef. 1989 – 1991. Die gesellschaftlichen Aufgaben der Lexikographie in Geschichte und Gegenwart. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 1 – 19. ISBN 978-3-11-020334-9
- HNÁTKOVÁ, Milena. 2006. Typy a povaha komponentů neslovesných frazémů z hlediska lexikálního obsazení. In: Čermák, F. – Šulc, M. (eds.): *Kolokace*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2006, S. 142 – 167. ISBN 80-7106-863-2
- KLÉGR, Aleš – ŠALDOVÁ, Pavlína. 2006. Kolokační faux amis. In: Čermák, F. – Šulc, M. (eds.): *Kolokace*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2006, S. 168 – 177. ISBN 80-7106-863-2
- PÜSCHEL, Ulrich. 1989 – 1991. Wörterbücher und Laienbenutzung. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 128 – 135. ISBN 978-3-11-020334-9
- QUASTHOFF, Uwe. 2009. *Korpusbasierte Wörterbucharbeit mit den Daten des Projekts Deutscher Wortschatz*. Leipzig, 2009. Zugänglich on-line unter: http://www.linguistik-online.de/39_09/quasthoff.html. [Zugriff: 2014-02-11]
- SCHEMANN, Hans. 1989 – 1991. Das phraseologische Wörterbuch. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 1019 – 1033. ISBN 978-3-11-020334-9
- WIEGAND, Herbert Ernst. 1989 – 1991. Aspekte der Makrostruktur im allgemeinen einsprachigen Wörterbuch: alphabetische Anordnungsformen und ihre Probleme. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 371 – 408. ISBN 978-3-11-020334-9
- WIEGAND, Herbert Ernst. 1989 – 1991. Der Begriff der Mikrostruktur: Geschichte, Probleme, Perspektiven. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur*

Lexikographie, Berlin. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 409 – 461. ISBN 978-3-11-020334-9

WIEGAND, Herbert Ernst. 1989 – 1991. Der gegenwärtige Status der Lexikographie und ihr Verhältnis zu anderen Disziplinen. In: Hausmann, Franz Josef – Reichmann, Oskar – Wiegand, Herbert Ernst – Zgusta, Ladislav (Hrsg.): *Wörterbücher, Dictionaries, Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1989 – 1991, S. 246 – 280. ISBN 978-3-11-020334-9

Webseiten:

[URL1]: Deutscher Wortschatz. Portal. 1998 – 2013. Universität Leipzig. [Zugriff: 2014-02-11]. URL <<http://wortschatz.uni-leipzig.de/>>

[URL2]: Duden On-line. Bibliographisches Institut GmbH, 2013. [Zugriff: 2014-02-11]. URL <<http://www.duden.de/>>

[URL3]: DWDS. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften. [Zugriff: 2014-02-11]. URL <<http://www.dwds.de/>>

Resumé

Predložený článok sa zaoberá niektorými lexikografickými aspektami vyučovania cudzích jazykov. Sústreďuje sa na aktuálny stav lexikografického výskumu, všíma si vzdelávaciu úlohu slovníkov, opisuje vzťah laika k slovníku, vysvetľuje problematiku kolokácií a frazeologizmov a diskutuje fenomén takzvanej jazykovej kompetencie zdravého ľudského rozumu.

Summary

The submitted paper deals with some lexicographical aspects of the process of foreign language teaching. It focuses on the contemporary situation in lexicographical research, deals with the educational role of a dictionary, describes a layperson's relationship to a dictionary, addresses the issue of collocations and phraseologisms and discusses the phenomenon of the so called language common sense competence.

REKLAMA CÍLENÁ NA DĚTI A JEJÍ SOUČASNÉ POJETÍ S DŮRAZEM NA REKLAMU ČESKOU A NĚMECKOU

**ADVERTISING TARGETED AT CHILDREN AND CURRENT APPROACH TO IT
WITH EMPHASIS ON CZECH AND GERMAN EXAMPLES**

Pavλίna Tesařová

Ústav germanistiky, nordistiky a nederlandistiky FF MU v Brně

nemecký jazyk, 4. rok štúdia, denná forma štúdia

tesarova.pav@mail.muni.cz

Školitelka: **doc. PhDr. Jiřina Malá, CSc. (jimala@phil.muni.cz)**

Klíčové slová

reklama pre deti, jazykové prostriedky, nemčina, čeština

Key words

advertising for children, linguistic devices, German, Czech

Svět současné reklamy

Člověk v moderním světě je ať již vědomě či nevědomě obklopen reklamním poselstvím na každém rohu. Uvádí se, že člověk žijící v hlavním městě se setká denně s bezmála třemi tisíci reklamních sdělení. Obyvatel menších sídel pak asi s o pětinu menším množstvím. Vědomě z nich dokáže zpracovat jen asi okolo 2,5 procent (Vilém Rubeš, rozhovor pro ČRo1, 13. 12. 2013). Děti žijí s námi, proto jsou vystavené tomuto fenoménu naprosto ve stejné míře. Je třeba ale dodat, že děti dekódují jako apel pouze specifická reklamní sdělení, odlišná od těch cílených na dospělou populaci. Cílem této studie je zmapovat zákonitosti jazyka reklamy určené cílové skupině dětem. Vychází se přitom z reklamy české a německé, které jsou si ve své struktuře v zásadě podobné, v některých případech se jedná dokonce o jazykové mutace.

Vymezení cílové skupiny s ohledem na druhy médií

Je na místě definovat věkové rozmezí pro zařazení právě do této skupiny, přičemž dolní i horní hranice mohou být neostré. Zatímco některé starší studie z konce osmdesátých let minulého století charakterizují dětství jako věk mezi sedmým a dvanáctým rokem života (Schmidt, 1987, s. 25), v téže době se objevuje nejprve v angloamerickém světě pojem „skippie“ (1), který rozšiřuje skupinu dětí na věk od šesti do čtrnácti let (Lange – Didszuweit, 1997, s. 48). V současnosti se dolní věková hranice v souvislosti s dětskou reklamou posunula ještě níže, a to dokonce do předškolního věku, obvykle v rozmezí tří až šesti let věku (Ogilvy – Mather, 2012, s. 6). Kategorie adolescentů nad čtrnáct let již nebývá řazena mezi děti, ačkoliv formálně se jedná o mezistupeň mezi dětstvím a dospělostí. Této kategorii se věnují početné samostatné tematické studie (např. Kinard, 2006; Meyer, 2004).

V rámci této rozsáhlé věkové skupiny, pokud vezmeme v úvahu nejširší hranice, tedy tři až čtrnáct let, je pro bližší specifikaci smysluplné rozdělit si tyto na další tři podskupiny: předškolní věk (3 – 7 let), raný školní věk (8 – 11 let) a pozdější školní věk nebo také předpubertální fázi (12 – 14 let). Druhy médií, skrze která na děti reklama působí, se dle výše uvedených podskupin totiž významně liší. Zatímco pro nejmladší věkovou skupinu je takřka výlučně určena reklama televizní, neboť děti ještě neumí číst, pro raný školní věk stoupá na významu reklama internetová, i když televize stále zůstává hlavním zdrojem reklamního působení. Pro poslední skupinu se preference otáčejí ve prospěch internetu a nových médií, tabletů a především smartphonů, kde se uvádí, že třetinou uživatelů smartphonů jsou právě děti (Ogilvy – Mather, 2012, s. 6). V Německu je to dokonce

40 procent (IZI, 2012, s. 54). Údaje institutu IZI z roku 2012 uvádějí, že 76 % dětí do třinácti let v Německu má své vlastní mobilní zařízení (IZI, 2012, s. 48).

Společenské a etické pozadí

Na tomto místě je třeba si uvědomit komplexnost sociodemografických, společensko-historických a marketingově strategických změn, které se za posledních několik desetiletí odehrály. V dnešní převážně individualisticky orientované společnosti, která je zaměřena výrazně na výkon, vyrůstají děti obvykle v menších rodinách, než tomu bylo dříve, a rodiče mají tendenci poskytnout svému dítěti vše. Druhý extrém spočívá v zaneprázdněnosti a vytíženosti rodičů, kteří nechávají děti růst volně bez restrikcí (viz např. koncept volné výchovy nevychova.cz). V těchto případech získávají média, potažmo reklama, obrovskou moc. Dávají starostlivým rodičům i volně vyrůstajícím dětem jasnou a nejsprávnější volbu sáhnout právě po jejich produktu, neboť kritičnost myšlení těchto osob může být snížena a to marketingovým expertům nahrává. Rozhodující slovo mají jakožto dospělí vždy rodiče, a proto by měli uvažovat realisticky, do jaké míry jsou prezentovaná reklamní poselství slučitelná s realitou a měli by být rovněž schopni a ochotni dětem vysvětlovat a vymezovat hranice, které jsou pro konkrétní rodinu ještě přijatelné. Ačkoliv je reklama pro děti v České Republice i Německu legislativně ošetřena (v ČR Zákonem o regulaci reklamy 138/2002 Sb., §2c, jehož doslovné znění s rozšiřujícími specifikacemi platí i v Německu, kde je součástí Jugendmedienschutz-Staatsvertrag JMStV z roku 2002, §6) (2), diskutuje se velmi často o etičnosti reklamy cílené na děti. Čtyřicet procent českých firem má proto navíc své vlastní etické kodexy, kterými se řídí (Ogilvy – Mather, 2012, s. 9). Ani tyto však nezaručují dokonalou ochranu před neetičností, neboť hranice toho, co ještě je a již není přípustné, se individuálně výrazně odlišují. Rodiče jsou tedy v přístupu k médiím, potažmo reklamě, nezastupitelným vzorem pro své děti.

Takzvaná reklama „below the line“ nemá ostré hranice a nelze ji tedy jasně identifikovat jako reklamu přímou. Objevuje se ale stále častěji ve formě „product placement“ v pořadích určených dané cílové skupině. Moderátoři pořadů nosí oblečení s oblíbenými dětskými postavičkami, na stole mají jakoby mimochodem položen ovocný nápoj některé ze známých značek, děti používají hračky s viditelným logem výrobce, používají elektroniku s jasně identifikovatelným logem firmy apod.

V souvislosti s etikou se rovněž hovoří o reklamě na potraviny a nápoje, které obsahují nadměrné množství cukru a tuku a jsou tedy ve větší míře pro děti nevhodné a mohou mít vliv například na dětskou obezitu. Ačkoliv se výrobci hájí absencí relevantních studií prokazujících souvislost mezi reklamou (nikoliv samotnou konzumací) a obezitou u dětí, jedná se o otázku přinejmenším spornou. V Německu udělila spotřebitelská organizace Foodwatch v roce 2013 po páté anticeny za nejvíce problematické reklamy na potraviny určené dětem, které vykazují zvláště agresivní reklamní marketingové strategie (*Stuttgarter Zeitung*, 18. 5. 2013) (3).

Speciální produkty pro děti

Lange (2002 s. 826) zmiňuje tři důvody, proč je dětský konzument atraktivní z hlediska produktového marketingu. Zaprvé, děti jsou cílem primárního trhu, kdy jsou vytvářeny speciální dětské produkty, které si z větší části děti samy kupují. Zadruhé, děti mají výrazný potenciál v souvislosti s ovlivněním dospělého a přesvědčením jej ke koupi daného produktu (takovýto trh je dnes označován jako „nagging market“ (4). A zatřetí je kladen důraz na orientaci na budoucnost, kdy dnešní dětský zákazník bude brzy dospělým zákazníkem s předpokládanou větší kupní silou.

Relevantní úvahou je nyní druh reklamovaného produktu. Nejčastěji reklamovanými artikly určenými dle výše uvedené charakteristiky přímo dětskému spotřebiteli jakožto primárnímu příjemci reklamního sdělení jsou potraviny (cukrovinky, cereálie, nápoje, mléčné výrobky), hračky, dětská elektronika, oblečení, volnočasové aktivity. Reklama cílená nepřímou na děti, ale na jejich rodiče, nicméně týkající se bezprostředně produktů určených dětem, jsou například farmaceutika (potravinové doplňky a vitamíny pro děti, očkovací vakcíny).

Dle šetření Ogilvy – Mather (2012, s. 7) je jednoznačně nejdůležitějším kritériem pro úspěšnost dětské reklamy vizuální stránka. Následuje snadná zapamatovatelnost a vhodné umístění,

čili volba média, ale také vhodná poloha zboží přímo v obchodě (merchandising). Intenzita a délka kampaně mají pouze zanedbatelný vliv. Co se týče konkrétních metod oslovení na vizuální bázi, pak vedou oblíbené postavy a hrdinové z filmů a seriálů pro děti. V Německu to jsou v následujícím pořadí Bořek stavitel, SpongeBob, Auta, Barbie (IZI, 2012, s. 25). Tohoto fenoménu jsou si výrobci dobře vědomi a jako běžnou formu propagace volí tzv. „licensing“ čili licenční smlouvu, na jejím základě mají svolení majitele práv používat danou postavu jakožto motiv svých výrobků. V Česku je příkladem výrobce porcelánu Thun, který je výhradním majitelem práv pro užití motivů Krtka na dětském porcelánu (online, 10. 1. 2013). Pro spojení tematického světa plného oblíbených hrdinů, zábavy a hraček s reklamou se užívá výrazu „bonding“, což je prvotně z psychologického hlediska chápáno jako utváření pouta mezi matkou a dítětem.

Vnější podoba reklamy ruku v ruce s jazykovými prostředky

Vizuální stránka reklamy, podobně jako slogan, se dokáže zapsat do paměti a být znovu vyvolána při každém opětovném setkání s produktem (Janich, 2001, s. 60). Fialová kráva neomylně asociuje čokoládu Milka, byť se v televizi nebo na billboardu může objevit samotná. Takovéto asociace dětí v souvislosti se značkou narůstají geometrickou řadou s věkem. Uvádí se, že desetileté dítě zná tři sta až čtyři sta značek (zeit.de, 19. 5. 2013).

Co se týče volby vyjadřovacích prostředků, žádoucí je jasné, stručné, nemnohoznačné sdělení. Zajímavá je rovněž práce s nadsázkou. Zatímco v reklamách pro dospělé je právě ironie a nadsázka častým společníkem především reklamy typu „mood advertising“ (5), v reklamě určené dětem by se nemusela setkat s pochopením sdělení a tudíž přílišným ohlasem. Ačkoliv se má dle psychologických studií všeobecně za to, že děti rozumí nadsázce až mezi osmým a desátým rokem života, existují také studie (Recchia, 2010) dokazující, že již čtyř až šestileté děti dokáží rozluštit alespoň některá ze sdělení řečených pomocí nadsázky, hyperboly.

Zvuková stránka reklamy pro děti je jedním z nejnápadnějších znaků televizní, potažmo i internetové reklamy. Melodie a rytmus jsou podkladem pro jazykovou figuru rým, která bývá v tomto druhu reklamy velice produktivní a to zejména rým nejjednodušší, sdružený. Souvisí se snadnou zapamatovatelností, která je podpořena rytmikou a chytlavou hudbou. Děti bývají odmala zvyklé na písničky, básničky a říkadla, proto je jim jejich kombinace blízka i v odlišných kontextech. Jakožto příklad uveďme českou a německou variantu televizní a internetové reklamy pudinku Paula od firmy Dr. Oetker (6). Cílovou skupinou jsou děti mladšího školního věku, dle klasifikace výše, 8 – 11 let.

CZ: Paula to je hvězda, která se ti nezdá. Dělá pudink strakatý, jdi do Pauly taky ty. Vanilka a čoko- čokoláda. Jenom tohle Paula ráda. Paula brýle nasadí, do pohody tě naladí.

DE: Die Paula ist ´ne Kuh, die macht nicht einfach "Muh". Die macht ´nen Pudding, der hat Flecken, den kannst du löffeln und auch schmecken. Vanille, Schoko, Schoko, Vanille, neu von Paula mit der Brille! Paulas Pudding, Superstar, coole Flecken! Alles Klar?

(překlad: Paula je kráva, která nedělá jen „bů“. Dělá strakatý pudink, který se dá mlsat/ nabírat lžící a taky chutná. Vanilka, čokoláda, čokoláda, vanilka, nově od Pauly s brýlemi! Paulin pudink, superstar, super fleky, je to jasné?)

V obou případech se jedná o jednoduchý sdružený rým na pozadí téže hudby. Česká varianta je z větší části rytmicky přizpůsobeným volným překladem německého originálu. Verbální i neverbální stránka jsou sladěny.

V českém televizním spotu na čokoládovou pomazánku Nutella, který je věnován nejstarší skupině dětí, tedy 12 – 14 let, jsou hlavními protagonisty máma, táta a chlapec této věkové skupiny při běžné společné snídani u stolu. Úvodní text „*Takové normální ráno*“ v tradičních barvách Nutelly uvádí diváka do situace.

Je nejrychlejší ve fotbale a první ve třídě kdo si našel slečnu. Ale když přijde na vstávání, po kom to ten kluk asi má?! Ale smysl pro humor má rozhodně po tátovi. Nutella, ráno dělá den.

Máma charakterizuje svého syna, zatímco ten spí u stolu u snídaně společně s tátou. Pak otevře sklenici nové Nutelly a oba jsou rázem vzhůru a mažou si ji na chleba. V tomto spotu jde především o vylíčení každodenní situace, ve které se recipient snadno rozpozná a identifikuje se s ní. Produkt je pak řešením, které dodá energii, aby byl pohodový celý den, navíc v idylické rodinné atmosféře. Tento formát reklamy lze označit termínem „slice of life“, neboť zobrazuje reálnou životní situaci, se kterou se značná část publika snadno ztotožní a vidí v ní analogii ze svého života.

Ve stejném duchu se nese i německá verze reklamy ze série „Takové normální ráno“, zde „*Ein ganz normaler Morgen*“. Chlapec 12 – 14 let (A) sedí u stolu, maže si Nutellu na chleba a přemýšlí, kam dal dopis pro svou vyvolenou. Na schodech jej najde jeho starší sestra (B) a chystá se to prozradit rodičům. Bratr jí přistrčí talíř s namazaným chlebem, s tím, že je to pro ni. Ona se zamyslí a řekne rodičům něco jiného a společně si s bratrem dají každý půl krajíce chleba s Nutellou.

A: Wo ist denn der Brief für Hanna? Na toll! B: Mama, papa, wisst ihr schon was heißt das. A: Hier, für dich. B: Ich, eh, ich kam früher aus der Schule. Off: Nutella, der Morgen macht den Tag.

Překlad: A: Kde jen je ten dopis pro Hannu? No skvěle! B: Mami, tati, víte co je? A: Tady, to je pro tebe. B: Já, no, já jsem přišla dřív ze školy. Komentář: Nutella, ráno dělá den.

V české i německé verzi je grafická stránka spotu sladěna, v obou vystupuje rodina při ranní snídani. Slogan značky Nutella je rovněž doslovným překladem z německého originálu. Oba spoty lze zařadit do kategorie „slice of life“.

Celoanimovaný český reklamní spot na tvarohový dezert Matylida je příkladem využití rýmu v původní české reklamě. Tentokrát díky volbě jazykových prostředků cílí na děti starší, ve věkové skupině 12-14 let.

Já jsem kráva, co tvaroh dětem nese, na tu moji dobrotu se každé jenom třese. To jsou teda řeči, každý ví, že u mlsných jazyčků jogurt vítězí. Máme sklady, spojme naše vnady, tvaroh jogurt dohromady, to budou grády. Ty krávo, ty krávo, nápad úžasnej, tvaroh s jogurtem bude suprovej. Bůů, hou, bůů, hou, Matylida je to pravý, sváča z Poděbrad, dej si ji pro zdraví. Matylida frčí, rýmy tě učí.

Dominantním rysem je použití obecné češtiny namísto spisovného jazyka, která se běžně užívá při neformální mluvené komunikaci. V hláskosloví přídatných jmen se objevují typické koncovky -ej, úžasnej, suprovej. Ve středním rodu je použito nespisovné koncovky -ý, to pravý. Nápadným rysem je i užití vulgarismu „ty krávo“, který má v této konkrétní situaci dvojí interpretaci. Ta prvotní na vizuální bázi souvisí se skutečností, že se jedna zpívající kráva obrací k druhé a jedná se tedy o pouhé oslovení zvířete bez negativní konotace. Druhá souvisí s vyjádřením údivu nad úžasným nápadem spojit tvaroh s jogurtem do jednoho dezertu. Text je stylisticky přizpůsoben mluvě cílové skupiny předpubertálních dětí, které s oblibou užívají dvojsmyslných vyjádření. Celý spot je ve formě rapu, který je teenagerům rovněž blízký. Závěrečný komentář „Matylida frčí, rýmy tě učí“ zdůrazňuje hlavní prvek spotu, tedy rým, který se děti díky této reklamě naučí a navíc zdůrazňuje stylovost a image Matylidy, moderně stylizovaného maskota kampaně a zároveň výrobek samotný.

V původním českém celoanimovaném spotu na dětské trvanlivé mléko Tatra Kravík se opět vyskytuje jednoduchý sdružený rým. Cílovou skupinou jsou děti 3 – 11 let. Nalézáme zde zvířecí postavičky, podobně jako v mnoha jiných spotech orientovaných na mladší věkové skupiny dětí.

Kravík tě zdraví a sportovat ho baví, lumpárny má Kravík rád, se šnekem je kamarád.

V další původní české reklamě na limonádovnik a sirupy od Kofoly prezentované pod značkou Bublino je v rámci téhož spotu použito češtiny i slovenštiny zároveň. Repliky si předává pět dětí a jedna mladá žena (nejspíše maminka). Hlavní cílovou skupinou jsou děti 6 – 14 let.

Jéééé..! Bublino! Bublino, Bublino.

Vikina má mimino! Ty si mega šišino!

Ja chcem veľa bublinek! No, a nabubláš si do plínek! Já nie som „doplínek“!

A já si dám malinu! Budem plavat na linu. Zavaríme zmrzlinu.

Já chci tu, co pije Fanta! Nacpem slona do trabanta. Do čoho?

Pořid' si limonádovnik a sirupy od Kofoly. Bublino, krindy pindy limonáda.

Inspirováno autentickým současným folklorem a sběrem říkadel bez mravnostní cenzury, které nalézáme v díle Votruby (Votruba, 2009), je ve spotu kreativně použito jednoduchého sdruženého rýmu na základě volných asociací. Kombinace celých replik českých a cizojazyčných (byť se jedná o slovenštinu) v aktuální reklamě pro děti je jevem ojedinělým. V současné době, kdy slovenštině rozumí stále méně českých dětí s sebou nese tento krok možné riziko nepochopení sdělení právě u cílové skupiny. Čím více neznámých slov (ať už cizojazyčných nebo pro danou skupinu příliš obtížných, neobvyklých a nesrozumitelných) se v reklamě vyskytuje, tím menší pozornost na sebe z hlediska jazykového reklamní sdělení upoutá a recipient se soustředí pak především na stránku vizuální a zvukovou. Humornou formou je zde jazykové nepochopení dokonce explicitně vyjádřeno a to zajímavým a v reklamě vzácným jevem, který je označován jako mondegreen (7). Jedná se o jev, kdy dochází k chybě na úrovni přenosu při kódování či dekódování jazykového sdělení, jednoduše přeřeknutí či v tomto případě přeslechnutí. Zde se jedná o přeslechnutí mylnou segmentací textu. Slovenský chlapec nepochopil české předložkové spojení „do plínek“ a slovo si vyložil jako ve skutečnosti neexistující podstatné jméno „doplínek“, které považuje za hanlivé označení sebe sama a brání se mu. Přizpůsobení se jazyku dětí, včetně nedokonalé výslovnosti (zde rotacismus), můžeme sledovat i ve výslovnosti alveolární vibranty „r“, která ve jméně „Franta“ chybí a slyšíme jej jako „Fanta“. Slovo „limonádovnik“, které patří nově pod ochrannou známku tohoto výrobce, lze považovat za okazionalismus, respektive neologismus, který je nově vytvořen z původního českého slova limonáda. Jde o složené podstatné jméno označující přístroj na výrobu limonády. Ve sloganu se vyskytuje lidová rýmová dadaistická dvojice nebo také dvojslovo „krindy pindy“. Původně odvozeno od „krista pána“ ve smyslu povzdechu, je v tomto případě užito dvouslovného vyjádření v naprosto odlišném významu a blíží se spíše nevinnému dětskému zaklínadlu bez známky odkazu k původnímu významu. Zdůrazňuje především hravost a nápaditost při výrobě vlastní limonády za pomoci reklamovaného sirupu a přístroje, což může asociovat „vykouzlení“ nápoje.

Dítě se mezi prvními slovy učí obvykle vedle pojmenování nejbližších členů rodiny také citoslovce. Seznamuje se se zvuky zvířat, zvuky okolního světa, jsou mu tedy blízké. Ve spojení s hudbou se opět jedná o účinný prostředek zapamatování reklamy a daného výrobku. Využívá toho i firma Kelloggs v celoanimované reklamě na sníadaňové cereálie Honey Bsss Loops. Tato reklamní píseň se objevuje v mnoha jazykových mutacích, vedle anglického originálu také ve verzi francouzské, italské nebo německé. Cílová skupina je v tomto případě široká a oslovuje děti ve věku 3-14 let.

DE: *Die Sonne weckt uns auf. Es ist schön, es ist Tag. Es ist Zeit für Honey Loops. Miam, miam, miam. Knusprig. Crunch, crunch, crunch. Meine honigsüße Umarmung am Morgen.*

(překlad: Slunce nás probudí. Je krásně, je den. Je čas na Honey Loops. Mňam, mňam, mňam. Křupavé. Křup, křup, křup. Moje medově sladké objetí po ránu.)

Zajímavým faktem je použití cizích (nikoliv německých) citoslovcí. Pro libou chuť při jídle, tedy česky „mňam“, se v němčině užívá „hmm (mm)“, francouzsky pak „miam“. Křupnutí vyjadřuje německé „knirsch“, zde anglické „crunch“. Je zřejmé, že úprava anglického originálu textu písně vyžadovala, při zachování rytmu, volbu specifických jazykových prostředků, kterým byla dána

přednost před uplatněním čistě domácích výrazů. V tomto případě doplněno o jasný vizuální efekt pochutnávání si a křupání v reklamním spotu nijak neubírá na efektivnosti sdělení i vůči dětskému příjemci. Cizojazyčná slova, zejména anglicizmy, jsou reklamou hojně využívané prostředky, které dodávají punc výjimečnosti, atraktivity, módnosti a udávají krok s dobou kladoucí důraz na globálnost a internacionalizaci. Jsou zkrátka v kurzu a „in“.

Podobně je tomu např. v internetové reklamě na pudink Dr. Oetkera, kdy je v hlavním textu *Schau ‚was es Neues gibt oder probier‘ ‚kuhle‘ Spiele auf www.paula-welt.de* (překlad: Podívej se co je nového a vyzkoušej báječné hry na www.paula-welt.de) použito hovorového jazyka s nápadným množstvím apostrofů a neexistující slovo „kuhl“, které evokuje anglické „cool“ a zároveň německé „Kuh“, tedy krávu Paulu, maskota reklamovaného pudinku stejnojmenného názvu. Slovní hříčky, okazionalismy a novotvary jsou pro dětskou reklamu typické. Podněcují fantazii, mají vtip, děti si je snadno zapamatují.

Nejmladší věkové kategorii dětí od tří let je určena reklamní písnička jogurtu značky Yoplait. V jednoduché animaci a dospělým hlasem zřetelně zpívané písničce je klasickým vyprávěcím stylem známým z pohádek představován příběh zvířátek ze statku.

O jednom malém telátku, o kravičce a prasátku, o pejskovi, slepičce, koťátku je tahle písnička. To telátko se jmenuje Johanka a malá je a jeho máma Jolana teď houpe nohama.

Refrén: Jou jou Yoplait jou, jo jogurty dobré jsou, jou jou Yoplait jou, všichni se radujou. Ta Johanka je zvědavá, ta pořád někam utíká a pozoruje přes oves, jak do něj skáče pes. Pes Yoplík štěká na měsíc, ať je mlíčka ještě víc a vepřík chrochtí ví ví ví, jogurt je nejlepší. 4x Refrén: Jou jou Yoplait jou, jo jogurty dobré jsou, jou jou Yoplait jou, všichni se radujou.

Diminutiva neboli zdobněliny názvů zvířat a jednoduchá slovní zásoba, kterou znají dobře již nejmenší děti, přispívá k snadnému zapamatování textu a značky jogurtu, která je umně a nenásilně zakomponována do textu a obklopena citoslovci jásání, jou, jou. Efekt je umocněn refrémem uprostřed písně a dokonce čtvrtým opakováním na konci písně. Název produktu se tedy objeví v jeden a tři čtvrtě minutovém spotu celkem desetkrát, což by v klasickém spotu působilo velmi rušivě.

Na podobnou koncepci vsadil rovněž výrobce smetanového krému Bobík v celooanimované reklamní písničce. Je určena primárně dětem od 7 – 11 let.

Refrén: Mňam, mňam, Bobík, roztančí tě s kamarády

Mňam, mňam, Bobík, tři, dva, jedna, teď

Nahoru a dolů, celou noc až do rána

Protančíme spolu smetanový dance

Dopředu i dozadu, rukama i nohama

Ne-skon-čí-me

Malí nebo velcí, holky, kluci, dospělí

Bílí, černí, žlutí, smetanový svět

V Africe i v Asii nebo taky v Americe

Ne-skon-čí-me

Netančí kdo závidí, morous nebo protiva

Nevadí a nevadí, smetanový svět

Doprava a doleva hýbeme se ostošest

Ve dvouapůlminutovém spotu, kde je kladen důraz na pohyb (děti podle této písničky mohou vytvořit skupinové vystoupení s pohybovými prvky) je několikrát zopakován refrén a název produktu Bobík se zde objevuje dokonce osmáctkrát. Kromě citoslovcí „mňam“ se zde objevuje označení směru, části lidského těla, názvy světadílů a označení ras. Dalo by se tedy říci, že má písnička rovněž vzdělávací charakter pro cílovou skupinu mladších školních dětí.

Výrobci těchto produktů určených dětem mají na svých stránkách často různé kvízy, interaktivní hry, skládky a doplňovačky, které si kladou za cíl intenzivní práci s inzerovaným produktem začleněným do hry. Nabízejí ovšem i výherní soutěže za sběr obalů, víček, případně jinou formu losování. Takováto reklama je označovaná v německém kontextu jako aleatorní (Bruhn – Homburg, 2004, s. 891) (8).

Shrnutí

Na základě konkrétních příkladů se ukazuje, že nejproduktivnějším jazykovým prostředkem v reklamě cílené na děti, bez ohledu na specifikaci věkové podskupiny, se stává rým, a to především rým jednoduchý, sdružený. Na pozadí chytlavé melodie tvoří společně s vizuální stránkou sladěný celek, který se vyznačuje snadnou zapamatovatelností. Nejmladší cílové skupině, předškolním dětem od tří do sedmi let, jsou určeny spoty převážně celoanimované, s bohatým zastoupením zvířecích motivů, říkadla a písniček, které jsou jim blízké tím, že je znají již z dřívějších pohádek a vyprávění rodičů, tudíž jsou pro ně snadno akceptovatelné i ve formě reklamy. Pro věkovou skupinu sedm až dvanáct let je charakteristické objevování, poznávání a učení se okolnímu světu. Spoty spojující opět melodii a učení se novým věcem se stávají atraktivními. Pro nejstarší cílovou skupinu, děti předpubertálního věku mezi dvanácti a čtrnácti lety, jsou určeny spoty, které se mluvou přibližují jejich komunikačním vzorcům, za využití hovorového jazyka, slovních hříček, dvojsmyslů, někdy dokonce vulgarismů. Druhým typem spotů pro tuto cílovou skupinu jsou spoty podobající se strukturou spotům pro dospělé, zejména z kategorie slice of life, které se blíží reálnému životu, a proto se s nimi lze poměrně snadno identifikovat. Rozdíly mezi českou a německou reklamou pro děti jsou jen zanedbatelné a lze je hodnotit jako marginální.

Recepce reklamy pro děti

Podle zjištění několika studií (Sander, 2009, s. 44) včetně komplexní zprávy „Werberezeption 2006“ vydané Centrálním spolkem německého reklamního hospodářství (9), nevnímají děti reklamní bloky v televizním vysílání na rozdíl od dospělé populace jako rušivý prvek. Naopak je berou jako součást programu, součást poznávání světa. Je tedy nasnadě nezanedbatelný vliv médií, jakožto i reklamy, na utváření osobnosti dítěte jako budoucího člověka začleněného do fungující společnosti.

Poznámky

- (1) „school kid with income and purchasing power“ z angl. školou povinné dítě s příjmy a kupní silou
- (2) Reklama nesmí, pokud jde o osoby mladší 18 let,
 - a) podporovat chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj,
 - b) doporučovat ke koupi výrobky nebo služby s využitím jejich nezkušenosti nebo důvěřivosti,
 - c) nabádat, aby přemlouvaly své rodiče nebo zákonné zástupce nebo jiné osoby ke koupi výrobků nebo služeb,
 - d) využívat jejich zvláštní důvěry vůči jejich rodičům nebo zákonným zástupcům nebo jiným osobám,
 - e) nevhodným způsobem je ukazovat v nebezpečných situacích.
- (3) Anticena pro rok 2013 náleží produktům v následujícím pořadí: nápoj Capri Sonne, pudink Paula od Dr. Oetkera, sніdaňové cereálie Kosmo-Stars od Nestlé, bramborové lupínky Pom-Bär.
- (4) „nag“ z angl. otravovat, rýpat
- (5) Jedná se o reklamu zdůrazňující atmosféru, příběh před čistou prezentací produktu. Produkt v takovýchto reklamách se objevuje pouze okrajově a spoluutváří atmosféru, případně se produkt recipientovi odhalí až na samém konci reklamního spotu.
- (6) Výrobek má své speciální internetové stránky, které obsahují online hry a aktivity pro děti, soutěže, aplikace pro stažení do chytrých telefonů. V sekci pro rodiče a učitele jsou ke stažení pracovní listy využitelné při výuce. Na otázku etičnosti reklamy zakomponované do učebních a studijních materiálů pro školní děti poukázala při udělování anticen i výše zmiňovaná organizace Foodwatch v Německu. Zdroj internetové reklamy <http://www.e-paula.cz>, <http://www.paula-welt.de> [2014-01-08].

- (7) Novinář Jon Carroll vytvořil pojem mondegreen na základě přeslechnutí v písni „They have slain the Earl of Moray and laid him on the green“, kde slyšel „They have slain the Earl of Moray and Lady Mondegreen“.
- (8) V německém kontextu je termín „aleatorische Werbung“ používána pro výherní hry a losování odměn, které nepodléhají úřednímu doзору, pokud pořadatel nevyvíjí psychologický nátlak ke koupi výrobku. Anglický ekvivalent „aleatory advertising“ se téměř neobjevuje, není v reklamním odvětví zaveden. Podobně je tomu také v českém prostředí, kde je termín „aleatorní“ užíván jen v právnickém kontextu ve spojení „aleatorní smlouva“ či v hudební vědě „aleatorní hudba“ ve významu „nesoucí prvky náhodnosti, nejistoty, improvizace“.
- (9) Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW)

Literatúra

- BECKER, Ulrich. 2006. *Werberezeption. Die neue Intermedia-Studie der ZMG*. Frankfurt am M. : ZMG. [online]. Dostupné na <http://www.pms-tz.de/downloads/werberezeption.pdf> [2014-01-17]
- BRUHN, Manfred – HOMBURG, Christian. 2004. *Gabler Lexikon Marketing*. 2. Aufl. Wiesbaden : Gabler, 2004. 891 S. ISBN 978-340-9299-718
- JANICH, Nina. 2001. *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. 2. Aufl. Tübingen : Narr, 2001. 271 S. ISBN 3-8233-4974-0
- KINARD, Brian Russ. 2006. *A comparison of advertising, social, and cognitive predictors of adolescent and adult risk behaviors*. [Thesis (Ph. D.)]. Mississippi State University. Department of Marketing, Quantitative Analysis and Business Law, 2006. 210 p. ISBN 9780542607608
- LANGE, Andreas. 2002. Werbung zwischen Sein und Werden-Inszenierungsmuster von Kindheit und Kindern in der komerzialisierten Gesellschaft. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte, Produktionen und Rezeptionen, Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 2006. S. 821 – 840. ISBN 3-531-13823-5
- LANGE, Reiner – DIDSZUWEIT, J. Reiner. 1997. *Kinder, Werbung und Konsum: Theoretische Grundlagen und didaktische Anregungen*. Offenbach : Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, 1997. 68 S. ISBN 39-321-9403-9
- MEYER, Wilhelm. 2004. Tabakwerbung und Gesundheitspolitik. In: *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, 224, 2004, 1/2, S. 135 – 151. ISSN 0021-4027
- OGILVY – MATHER. 2012. *Děti a reklama*. [online]. Dostupné na www.ogilvy.cz/data/files/study/1456_studie_ogilymather_deti%20a%20reklama.pdf [2013-12-17]
- ORDE, Heike von. 2012. *Grunddaten Kinder und Medien 2012*. [online]. Dostupné na http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Kinder_u_Medien_2012_de.pdf [2014-01-08]
- RECCHIA, E. Holly – HOWE, Nina – ROSS, S. Hildy – ALEXANDER, Stephanie. 2010. Children's understanding and production of verbal irony in family conversations. In: *The British Journal of Developmental Psychology*, 6, 2010, 28, pp. 255 – 274. ISSN 0261-510X
- SANDER, Uwe. 2009. Werbung und ihre Wirkung bei Kindern. In: Gottberg, Joachim von – Rosenstock, Roland (Hg.): *Werbung aus allen Richtungen. Crossmediale Markenstrategien als Herausforderung für den Jugendschutz*. München : Kopaed, 2009, S. 39 – 44. ISBN 978-3-86736-065-4
- SCHMIDT, Marcus. 1987. *Kinderwerbung in Kinderzeitschriften. Eine Inhaltsanalyse der Werbebotschaften in drei ausgewählten Titeln*. Frankfurt am Main, Bern, New York, Paris : Peter Lang. Europäische Hochschulschriften, 1987. 268 S. ISBN 978-3-8204-0245-2
- Schmähpreis für das dreiste Kindermarketing. In: *Stuttgarter Zeitung*. [Online]. Dostupné na www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.verbraucherschutz-schmaehpreis-fuer-das-dreiste-kindermarketing.a16c9593-5e42-4e10-b974-162d45bc2a7d.html. [2013-05-18]
- Süße Geschäfte. In: *Zeit*. [Online]. Dostupné na www.zeit.de/2013/20/kinder-marketing-werbung. [2013-05-19]
- Vilém Rubeš: *Vánoce jsou v reklamní branži jedním z vrcholů sezóny* [online audio]. Dostupné na www.rozhlas.cz/radiozurnal/host/_zprava/1291043 [2013-12-13]

VOTRUBA, Adam. 2009. *Namažeme školu špekem: současná folklorní poezie dětí*. Vyd. 1. Praha : Plot, 2009. Sanitka. ISBN 978-80-7428-013-9

Webové stránky výrobků užitých v příkladech:

<http://www.e-paula.cz/main/> [2014-01-10]

<http://www.paula-welt.de/main/> [2014-01-10]

<http://www.thun.cz/sekce/29-porcelan-pro-deti.html> [2014-01-11]

<http://www.nutella.de/>[2014-03-11]

<http://www.ferrero.cz/web-tv/Nutella>[2014-03-11]

<http://www.biomatylda.cz/>[2014-03-12]

<http://www.bublimo.com/>[2014-03-12]

<http://www.yoplait.com/>[2014-03-14]

<https://www.brumik.cz/>[2014-03-14]

Summary

The article deals with the genre of contemporary advertising targeting children. It uses examples from the Czech Republic and Germany, defines the target audience by age and presents preferences of respective age groups with respect to the type of media used for advertising. The article also pays attention to the sociodemographic factors in the background of marketing strategies. Ethical issues are also mentioned. The study sheds light on the reasons why a certain target group is attractive and with the aid of examples it exposes the principles of advertising targeting children from the visual, perceptual and linguistic point of view.

LEXIKÁLNE PREVZATIA V SLOVENČINE Z JAZYKA JIDIŠ **YIDDISH LOAN WORDS IN SLOVAK**

Tamara Zajacová

Katedra germanistiky FF UMB v Banskej Bystrici

2.1.33 všeobecná jazykoveda, 3. rok štúdia, denná forma štúdia

tamara.zajacova@umb.sk

Školiteľka: **doc. PhDr. Zuzana Bohušová, PhD. (zuzana.bohusova@umb.sk)**

Konzultant: **prof. Dr. phil. habil. Wolfgang Schulze (wolfgang.schulze@umb.sk)**

Klíčové slová

prevzatia, jidiš, slovenčina, jidizmy, jidizmus

Key words

loan words, Yiddish, Slovak, "jidizmy", "jidizmus"

Schlüsselwörter

lexikalische Entlehnungen, Jiddisch, Slowakisch, Jiddismus, Jiddismen

Na úvod

Preberanie cudzích jazykových prvkov do slovenského jazyka je fenomén známy od raných fáz kreovania slovenčiny. Najpočetnejšiu skupinu prevzatých slov tvoria latinizmy a germanizmy, teda jazykové prvky do slovenčiny prevzaté v rôznych vlnách približne od 10. do 16. storočia z latinčiny a nemčiny. Mnoho výpožičiek prebrala slovenčina aj z maďarčiny či češtiny, v týchto prípadoch hovoríme o hungarizmoch a čechizmoch (bohemizmoch), ktoré do slovenčiny v najintenzívnejšej miere prenikali v období od 14. do 16. storočia. V slovnej zásobe slovenčiny nájdeme i menej početné slová z jazyka ruského, poľského, francúzskeho či arabského (rusizmy, polonizmy, galicizmy, arabizmy) a v posledných dvoch desaťročiach v relatívne veľkom počte aj anglicizmy či amerikanizmy. Počas historického vývinu slovenčiny však do jej slovnej zásoby prenikali i slová z jazyka, ktorý mal na Slovensku tisíce používateľov, no stál v tieni väčších a známejších jazykov. „Nenápadnosť“ jazyka jidiš veľmi často súvisela so skutočnosťou, že jeho používatelia boli takmer vždy minimálne bilingválni a okrem jidiš (často ako svojho materinského jazyka) ovládali buď nemčinu, maďarčinu, slovenčinu, alebo hebrejčinu, čo sa prejavovalo častým používaním výrazov z jazyka jidiš v ich bežných prehovoroch v maďarskom, nemeckom či slovenskom prostredí.

V predkladanom príspevku si kladieme za cieľ poukázať na niekoľko konkrétnych príkladov jidizmov ako lexikálnych prevzatí z jazyka jidiš do slovenčiny, ako aj na priblíženie samotného spôsobu prevzatia slovných výpožičiek pochádzajúcich z jazyka jidiš. Výber konkrétnych jednotiek je selektívny a slúži len ako demonštrácia výskytu jidizmov v slovenčine. Osobitný dôraz je kladený na poukázanie rozdielu medzi prevzatiami z jazyka hebrejského a z jazyka jidiš, ako aj na úskalia presného určenia pôvodu slov používaných v slovenskom jazyku.

1. Zavedenie pojmov „jidizmy“ a „jidizmus“ do lexikónu slovenského jazyka

Z príkladov uvedených v úvode môžeme vyvodiť tvrdenie, že jazykové prvky, do slovenčiny prevzaté z cudzieho jazyka, označujeme termínom utvoreným pomocou sufixu *-izmy* (resp. *-izmus*). Na základe tohto modelu označovania prevzatých slov z jedného jazyka do druhého budeme v tejto práci používať pojem/pojmy jidizmus a jidizmy, ktorý/é pomenúva/jú jazykový/é prvok/prvky prevzatý/é do slovenčiny z jazyka jidiš. Pri tvorbe termínu jidizmus vychádzame zo základového slova „jid“ (porov. nem. Jidd, angl. Yid), ktoré v jazyku jidiš označuje príslušníka židovského národa, žijúceho na teritóriu strednej a východnej Európy a používajúceho jazyk jidiš. Z koreňa „jid“ tak môžeme vytvoriť odvodeniny „jidistika“ (vedný odbor zaoberajúci sa výskumom jazyka jidiš,

v nemčine „Jiddistik“), „jidista“ (vedec zaoberajúci sa výskum jazyka jidiš, v nemčine „Jiddist“), ako aj označenie samotného jazyka „Jidov“ (jidiš, v slovenčine nesklonné, stredného rodu, ale aj mužského rodu, v nemčine stredného rodu „das Jiddisch“). V tejto súvislosti chceme upozorniť na pojmy judaizmus (židovské náboženstvo), judaista (stúpenec židovského náboženstva, študent judaistiky) a judaistika (vedný odbor zaoberajúci sa jazykom, náboženstvom, dejinami a kultúrou Židov), ktoré sú vytvorené od základového slova „juda“ (z hebr. *Jehuda*), čo je označenie jedného z dvanástich kmeňov Izraela a neskôr i historického územia Palestíny. V rámci judaistiky (judaistických štúdií) možno ďalej vyčleniť dve samostatné filologické disciplíny, a to hebrejistiku (hebraistiku) a jidistikú, z ktorých prvá sa zaoberá výskumom klasického a moderného hebrejského jazyka, v súčasnosti používaného predovšetkým v Izraeli, zatiaľ čo druhá upriamila svoju pozornosť na výskum jazyka jidiš (používaného v strednej a východnej Európe, v súčasnosti najmä v Amerike) a literárnych textov v ňom utvorených. (1)

Napriek mnohým rizikám spojených so zavedením nového termínu do lexikónu slovenského jazyka si dovoľujeme vysloviť presvedčenie, že termíny jidizmus a jidizmy spĺňajú kritériá tvorby nových slov v slovenčine: navrhované pojmy vhodne a účelne pomenúvajú objekt výskumu v predkladanej práci (kritérium funkčnosti) a sú utvorené systémovo pomocou produktívnych prípon *-izmus*, *-izmy* (kritérium systémovosti), čím podporujú pravidelnosť a systémovosť slovenského jazyka. (porov. Dolník, 2000, s. 43) Funkčnosť pojmu jidizmy potvrdzuje i jeho ustálené používanie v nemeckej jazykovej oblasti, kde sa termín „Jiddismen“ používa na označenie približne tisíc slov do nemčiny prevzatých z jazyka jidiš. Táto suma prevzatí je však orientačná a varíruje vzhľadom na rôzne geografické oblasti Nemecka a Rakúska, ako aj vzhľadom na rôzne sociálne vrstvy používateľov nemeckého jazyka. Tento fakt sa odráža aj v samotných lexikografických dielach. Štandardné slovníkové dielo nemeckého jazyka *Duden Universalwörterbuch* (2006) uvádza niekoľko desiatok prevzatých slov z jazyka jidiš, pričom Hans Peter Althaus z univerzity v Trieri (Nemecko) vo svojej práci *Kleines Lexikon deutscher Wörter jiddischer Herkunft* (2003) dokladá viac než tisícsto nemeckých slov, prevzatých alebo utvorených podľa jazyka jidiš.

Jidizmy v slovenčine, podobne ako jidizmy v susedných slovanských jazykoch, nie sú masovým fenoménom. Najviac ich možno nájsť v poľskom a ukrajinskom jazyku, čo súvisí s vysokým počtom židovského obyvateľstva obývajúcего tieto krajiny (pred 1. svetovou vojnou žilo v Poľsku viac ako tri milióny Židov, na Ukrajine niekoľko stotisíc Židov). Údaje o počte prevzatých jednotiek z jazyka jidiš v českom jazyku nie sú doposiaľ známe, no vzhľadom na geografickú blízkosť používateľov českého a slovenského jazyka a len mierne prevýšenie počtu židovského obyvateľstva v týchto jazykových oblastiach v prospech Slovenska nepredpokladáme veľké rozdiely v počte prevzatých slov z jazyka jidiš. (2)

Hoci výskyt lexém s kvalifikátorom pôvodu <jidiš> sa v slovenských slovníkoch vyskytuje len minimálne a nepresahuje sumu jednej až dvoch desiatok slov, na základe našich výskumov sa domnievame, že slovenčina prevzala z jazyka jidiš takmer desaťnásobok doposiaľ takto označených lexikálnych výpožičiek. Z uvedeného výpočtu je zrejmé, že v našom výskume pristupujeme k vybraným jednotkám odlišným spôsobom ako doterajšie slovníkové diela slovenského jazyka.

2. Príklady lexikálnych jednotiek prevzatých z jidiš do slovenčiny

Jednou z najdôležitejších otázok pri výskume lexikálnych prevzatí v slovenčine z jazyka jidiš je otázka, ktoré lexikálne jednotky v slovenčine možno považovať za jidizmy. Termínom jidizmy budeme primárne označovať tie lexikálne prevzatia, ktoré prenikli do slovnej zásoby slovenčiny priamo z jazyka jidiš, teda priamym kontaktom používateľov jazyka jidiš s používateľmi slovenského jazyka. Je však veľmi dôležité pripomenúť, že tento typ prevzatia v sebe zahŕňa slová, ktoré si vytvoril jidiš sám vlastnými slovotvornými postupmi, ale i slová, ktoré mali svoj pôvod v iných jazykoch (najčastejšie v stredovekej nemčine, ale aj v hebrejčine či aramejčine), no približne v 10. – 12. storočí (teda v ranej časti vývoja) sa postupne stali súčasťou (a neskôr centrom) slovnej zásoby jazyka jidiš. Skutočnosť, že časť slovnej zásoby jedného jazyka (stredovekej nemčiny, hebrejčiny) sa stala materiálnou bázou slovnej zásoby iného jazyka (jidiš), odkazuje na históriu vzniku jazyka jidiš, ktorej sa však v tomto

článku nemôžeme obširnejšie venovať. Zo slov, ktoré slovenčina prebrala priamo z jazyka jidiš, uvádzame niekoľko príkladov: (3)

barches – z jid. *barches*: „slávnostné pečivo (pletienka) pripravované podľa žid. náboženských predpisov a konzumované na šábes (v sobotu)“, v českých nárečiach sa používa slovo **barchesák** na označenie zemiakovej placky (porov. *Slovník nespisovné češtiny*, 2009, s. 57);

čurbes – z jid. *tschorbajs*: „veselá hlučná a neviazaná zábava“, ide o hybridné slovo vytvorené z róm. *čor* (zlodej) a jid. *bajs* (dom, krčma), prenesenie významu zo zlodejskej krčmy na hlučnú a neviazanú zábavu;

icík – z jid. *itzik*: v jidiš obľúbené mužské meno (pôvodne Izák), v slovenčine rozšírenie významu na „všeobecné označenie všetkých Židov“, v slovenčine tiež hovorové, zastar., aj expresívne (prezývka);

jarcajt – z jid. *jarcajt*: „výročný deň úmrtia blízkeho príbuzného, deň pamiatky predkov podľa židovského kalendára“. Tento jidizmus je utvorený z nem. *jahr* a nem. *zeit* a je jedným z mála slov označujúcich religiózny život Židov, ktoré majú svoj pôvod v jidiš (nie v hebrejčine) a nemajú hebrejský ekvivalent;

kapores – z jid. *kappora*: „mŕtvy, umierajúci, ale aj nepoužiteľný, naničhodný“, význam je utvorený podľa židovského zvyku, keď v predvečer Dňa zmierenia bol zabitý kohút na znak obety;

klezmer – z jid. *klesmer*: „tradičná ľudová hudba východoeurópskych Židov, charakteristická prudkými zmenami tempa, častou improvizáciou a textami v jazyku jidiš, ktorá sa hrala pri svadbách a iných slávnostiach“;

pajesy – z jid. *pejá*, *pejes*: „bokombrady, vlasy rastúce na spánkoch, ktoré si nechávajú narásť ortodoxní Židia“. Pôvodne sa pajesy vnímali ako symbol neobrobených okrajov poľa, na ktorých sa nechávalo obilie ako dar pre chudobných a vdovy;

šábes – z jid. *schabes*: „siedmy deň v týždni (sobota), deň pokoja a bohoslužieb, kedy Židia nepracujú“. Keďže sa podľa židovskej tradície nový deň začína po západe slnka, šábes sa začína v piatok večer a končí v sobotu popoludní;

šames – z jid. *schammes*: „pomocník v synagóge, pomáhajúci rabínovi pri rôznych bohoslužobných úkonoch“;

šiksa – z jid. *schikse*: „dievča iného náboženského vyznania, mladá nežidovka“, ortodoxní Židia slovom *šiksy* označovali ženy, ktoré nedodržiavali rituálne pravidlá stravovania (kóšer) a ktoré nežili pobožne či nectili náboženské zvyky.

Okrem lexikálnych výpožičiek, ktoré slovenčina z jidiš prevzala priamo, budeme kvalifikátorom jidizmy označovať i také lexikálne prevzatia, ktoré majú svoj pôvod v jazyku jidiš, no do slovnej zásoby slovenčiny prenikli prostredníctvom iného (sprostredkujúceho) jazyka. Najpočetnejšiu skupinu jidizmov do slovenčiny prevzatých z iného jazyka tvoria lexémy prevzaté prostredníctvom nemeckého jazyka:

balebos – z nem. *balbost*, a to z jid. *balbos*: „hostinský, majiteľ domu i hlava rodiny“, používa sa i vo význame majiteľ obchodu alebo schopný manažér;

čachre – z nem. *schachern*, a to z jid. *sachern*: „pokútne, podvodné obchodovanie, čierny obchod, nečestné konanie, obyčajne s cieľom získať (pre seba) výhody či finančný profit“;

dales – z nem. *dalles*, a to z jid. *dalles*: „nedostatok peňazí, finančná tieseň, núdza, bieda“;

éces – z nem. *ezzes*, a to z jid. *eizes*: „tipy, rady, návod na riešenie niečoho, odporúčania“;

gauner – z nem. *gauner*, a to z jid. *ganef*: „podvodník, klamár, kto koná nečestne, podlo, ale i zlý, naničhodný, podlý človek“;

kibicovať – z nem. *kiebitzen*, a to z jid. *kobesch*: „kto sa prizera hre v karty a zasahuje do nej nežiadanými poznámkami, radami“; význam je odvodený od výrazného zvuku tokania čajky obyčajnej (kiwit), dnes všeobecné označenie toho, kto nežiaduco zasahuje do nejakej činnosti svojimi pripomienkami, ale sám sa jej aktívne nezúčastňuje;

šlamastika – z nem. *schlammassel*, a to z jid. *schlemasl*, *schlimasl*: „neprijemná, ťažká situácia, smola, nešťastie, neprijemnosť“, hybridné kompozitum vytvorené z nem. *schlimm* (zlý) a jid. *másl* (šťastie);

šmelinár – z nem. *schmeller*, a to z jid. *schmeller*: „podvodník, ten, kto vedie čierny, pokútny obchod s nedostatkovým tovarom, predražuje tovar s cieľom vyššieho zisku, priekupník“.

Okrem nemčiny sa v úlohe sprostredkujúceho jazyka mohli ocitnúť i susedné slovanské jazyky. V severozápadných nárečiach slovenčiny sa používajú slová pôvodom z jazyka jidiš, ktoré sa do slovenčiny mohli dostať prostredníctvom češtiny, v spišskom a šarišskom nárečí (ale aj v subštandardnej slovenčine) zas môžeme nájsť jidizmy sprostredkované cez poľštinu či ukrajinčinu:

majzel – z čes. *majzl*, a to z jid. *masl*: „šťastie, mať nezaslúžené šťastie“, známe aj z ustálenej väzby **masl tov!** (veľa šťastia), ktoré sa používa pri slávnostiach, gratuláciách a radostných príležitostiach; **melouch** – z čes. *melouch*, a to z jid. *meloche*, *maloche*: „práca na čierne, príležitostná práca, ale i ťažká, fyzicky náročná práca“;

nebach – z čes. *nébich*, a to z jid. *nebbich*: „nešikovný človek, nešťastník, chudák, ale aj bezvýznamný človek“;

rambajs – z čes. *rambajs*, a to z jid. *rombajs*: pôvodne cigánsky dom, dnes vo význame „hluk, neporiadok, chaos, krik“;

bábele – z poľ. *babele*, a to z jid. *babeleh*; pôvodný význam bol babička, no židovské (potom i nežidovské) matky ho používali aj vo význame „miláčik, zlatičko“ a zvykli tak hovoriť svojim deťom, hybridné slovo vytvorené z poľ. *babe* (babička) a jid. *-eleh* (sufix so zjemňujúcim významom, používa sa na vyjadrenie zdobnenia, pozitívneho vzťahu);

paskudnik – z poľ./ukr. *paskudny/-nik*, a to z jid. *paskudnik*: „potvora“, pôvodne škaredý, hnusný, nepodarený, podlý či pokazený, hybridné slovo z poľ./ukr. *paskudny* a z jid. *-nik* (sufix, príznačnosť životnosti);

nudnik – z poľ./ukr. *nudny*, a to z jid. *nudnik*: „človek, ktorý ostatných nudí“, hybridné slovo vytvorené pomocou sufixu typického pre jidiš *-nik*.

Na základe uvedených príkladov môžeme dedukovať, že v slovnej zásobe súčasnej slovenčiny existujú slová s pôvodom v jazyku jidiš alebo slová vytvorené pomocou slovotvorných postupov podľa vzoru slov v jazyku jidiš a že tieto slová boli do slovenčiny prevzaté priamym kontaktom s jazykom jidiš alebo sprostredkované cez iný jazyk. Napriek tomu, že väčšina uvedených jidizmov patrila a stále patrí do aktívnej slovnej zásoby používateľov slovenského jazyka, tematike lexikálnych prevzatí z jazyka jidiš slovenská jazykoveda doteraz nevenovala vyššiu pozornosť. Následne sa preto pokúsime pomenovať dôvody doterajšieho „neodhalenia“ lexikálnych prevzatí z jazyka jidiš v slovenských slovníkových dielach.

3. Dôvody neoznačenia jidizmov v slovenských lexikónoch

Nazdávame sa, že jednou z hlavných príčin nízkeho počtu výskytu hesiel s kvalifikátorom pôvodu jidiš v slovenských slovníkoch je nevedenie si skutočnosti, že sa mnoho slov hebrejského či nemeckého pôvodu stalo jadrom slovnej zásoby jazyka jidiš, ktorý bol súčasťou jazykového koloritu slovenského vidieka a slovenských miest v období od polovice 18. storočia do začiatku 20. storočia a vytvoril tak veľmi priaznivé predpoklady na prienik týchto slov do slovnej zásoby slovenčiny. Znamená to, že mnoho slov prevzatých z jazyka jidiš slovenské slovníky považujú za hebrejizmy či germanizmy. Ako príklad uvidíme slovo **mešuge** (bláznivý, pomätený), ktorého pôvod je v *Akademickom slovníku cudzích slov* (2005) uvedený kvalifikátorom <hebr.>, čím tento slovník uviedol len neúplné informácie. Slovo **mešuge** má síce svoj pôvod v hebrejskom slove *mesuga*, no približne v období medzi 12. – 15. storočím sa stalo pevnou súčasťou slovnej zásoby jazyka jidiš (podobne ako sa latinské slovo *claustrum* stalo súčasťou nemčiny (*kloster*) a potom preniklo do slovenčiny ako germanizmus (porov. Krajčovič, 1988, s. 169)), odkiaľ ho v rozmedzí 18. – 19. storočia mohla prevziať slovenčina prostredníctvom židovského obyvateľstva žijúceho v slovenských mestách. Správnosť našich úvah potvrdzuje i nemecký slovník *Duden Universalwörterbuch* (2006) či *Slovník nespisovné češtiny* (2009), ktoré pri hesle **mešuge** uvádzajú prevzatie z jazyka jidiš. Je preto vysoko nepravdepodobné, že by slovenčina prevzala slovo **mešuge** priamo z jazyka hebrejského a čeština s nemčinou z jazyka jidiš. S neúplnými (či nepresnými) informáciami pri udávaní skutočného putovania slova do slovenského jazyka sme sa stretli aj pri lexéme **haky-baky** (jid. *hakol-bakol*) vo význame „ťažko čitateľné písmo, čarbanica“, pri ktorom *Slovník súčasného slovenského jazyka* (2011, s. 37) uvádza prevzatie z nemčiny, ktorá ho utvorila na základe výrazu prevzatého z hebrejčiny.

V tomto reťazci je však vynechaný jazyk jidiš, ktorý s vysokou pravdepodobnosťou zohral sprostredkujúcu funkciu medzi jazykom nemeckým a hebrejským. Nepredpokladáme, že by v tomto prípade mohlo ísť o hebrejizmus, keďže tie boli, na rozdiel od jidizmov, do slovenčiny (ale aj nemčiny či češtiny) prevzaté predovšetkým písomným stykom. Táto skutočnosť súvisí so samotným charakterom hebrejského jazyka, ktorý slúžil ako jazyk liturgický (a teda písomne zaznamenaný) a nehodný používania v bežnej hovorovej komunikácii, a jazyka jidiš používaného v ústnej komunikácii židovského obyvateľstva.

Z uvedených nepresností sa dá vyčítať, aká komplikovaná môže byť cesta preberania a aké náročné môže byť odhaľovanie kontaktných zón, prostredníctvom ktorých sa slová z jidiš mohli dostať do slovnej zásoby používateľov slovenčiny. Nazdávame sa, že táto skutočnosť súvisí aj so samotnou exotickosťou jazyka jidiš, ktorý síce patrí medzi germánske jazyky, no jeho nositelia boli v dejinách kresťanskej Európy často prijímaní s nevôľou a neochotou bližšieho kontaktu a prekonania kultúrnych rozdielov daných odlišným spôsobom života, odlišným hodnotovým systémom či dodržiavaním stáročia živených tradícií. Napokon, faktor exotickosti bol prítomný aj pri označovaní lexikálnych prevzatí z iných, slovenčine vzdialenejších jazykov. Nepresnosť či neúplnosť informácií pri udávaní pôvodu slov v slovenských lexikónoch deklaruje aj Jana Rakšányiová vo výskume holandských slov v slovenčine: „Domnienka, že **manekýn** alebo **bulvár** pochádzajú z francúzštiny, sa hlbším etymologickým skúmaním ukáže ako omyl. Francúzština si výrazy *mannequin* a *boulevard* vytvorila podľa dostupnej odbornej literatúry z holandského *mannetje* (v stredovekej holandčine *mannekijn*) a *bolwerk* (v staršej podobe *bolwerc*).“ (Rakšányiová, 2007, s. 140). Pre porovnanie, *Slovník súčasného slovenského jazyka* (2006, s. 381) pri slove *bulvár* uvádza kodifikátor pôvodu <fr.<germ.>. Uvedené nepresnosti si vysvetľujeme tým, že hlavným cieľom sledovaných slovníkov je výklad významu jednotlivých hesiel a nie informácie o ich pôvode či ceste prevzatia do slovenčiny. Taktiež si uvedomujeme, že výkladové slovníky nemôžu nahrádzať slovníky etymologické, a preto v nich informácie o pôvode slov ani nemôžu byť úplné a vyčerpávajúce.

Jedným z ďalších dôvodov, prečo v starších vydaniach slovenských lexikografických príručiek nájdeme len minimálny počet prevzatí s kvalifikátorom pôvodu <jidiš>, je skutočnosť, že odhaľovanie informácií o pôvode slov nie je nemenná záležitosť a že pomocou moderných technológií možno spresniť či korigovať informácie podané v publikáciách staršieho dáta. Potvrzuje to i vydanie zatiaľ dvoch zväzkov *Slovníka súčasného slovenského jazyka* (2006, 2011), v ktorých došlo k prehodnoteniu informácií o pôvode alebo sprostredkovaní niektorých slov. Ako príklad môžeme uviesť už skôr spomenuté heslo **barches**, ktorého pôvod *Akademický slovník cudzích slov* udáva kvalifikátorom <hebr.>, *Slovník súčasného slovenského jazyka* však už kvalifikátorom <jidiš>, alebo heslo **čachre**, pri ktorom *Akademický slovník cudzích slov* uvádza sprostredkované prevzatie prostredníctvom nemčiny z hebrejčiny, *Slovník súčasného slovenského jazyka* však už sprostredkované prevzatie prostredníctvom nemčiny z jidiš. Vyskytol sa dokonca i prípad, keď sa v *Slovníku súčasného slovenského jazyka* objavili heslá s pôvodom v jazyku jidiš, ktoré slovníky slovenského jazyka neuviedli ešte nikdy predtým: porov. heslá **éces**, **écesgéber** (2006, s. 858).

Odhaľovanie a výskum jidizmov v slovenčine tak vo veľkej miere sťažuje fakt, že slovenčina nedisponuje etymologickým slovníkom, ktorý by výrazným spôsobom napomohol osvetliť nejasnosti pri rekonštrukcii lexikálnych prevzatí z jazyka jidiš do slovenčiny. Ako ďalší „hendikep“ pri výskume jidizmov v slovenčine sa ukazuje i nekompletné spracovanie slovnej zásoby súčasného slovenského jazyka (spracované sú heslá po písmeno L) či chýbajúci posledný zväzok *Slovníka slovenských nárečí* (spracované po písmeno P). Keďže už aj letmý pohľad na jidizmy prezentované v tomto príspevku poukazuje na skutočnosť, že väčšinu lexikálnych výpožičiek z jazyka jidiš možno zaradiť do subštandardnej či hovorovej vrstvy slovnej zásoby a ďalšiu veľkú skupinu prevzatí z jazyka jidiš tvoria argotické výrazy z prostredia potulných obchodníkov či spoločensky deklasovaných skupín obyvateľstva, kardinálnou otázkou výskumu sa stáva otázka overovania pôvodu jidizmov v slovenčine.

Z načrtnutých dôvodov neexistencie slovenského etymologického slovníka, nekompletného spracovania nespisovnej vrstvy slovnej zásoby slovenského jazyka, ako aj možnosti rôznych etymologických omylov a nepresností v slovenských lexikografických príručkách (predovšetkým staršieho dáta) je hlavnou metódou odhaľovania a výskumu jidizmov v slovenčine metóda

komparácie údajov o pôvode či sprostredkovaní slov uvedených v slovenských i cudzojazyčných sekundárnych dielach. Pri vyhodnocovaní nami sledovaných informácií sa preto vo svojom výskume mnohokrát opierame o údaje uvedené v dielach nemeckej, českej či anglickej proveniencie a porovnávame historické a sociologické pozadie putovania jidizmov do jednotlivých jazykov. Hlavnými zdrojmi vyexcerpovaných hesiel sú predovšetkým slovníkové diela slovenského a nemeckého jazyka, slovenský národný korpus, sekundárna literatúra a internetový vyhľadávač Google obsahujúci množstvo slovenských textov rôzneho žánru. Slovenský národný korpus a internetový vyhľadávač využívame do tej miery, že jidizmy nájdene v slovníkoch iných jazykov (nemeckých, poľských, českých či slovníkoch rakúskej nemčiny) overujeme hľadaním výskytu v textoch v slovenskom jazyku. Metóda overovania výskytu jidizmov v slovenskom národnom korpuse a prostredníctvom internetového vyhľadávača sa ukázala ako veľmi účinná najmä pri skupine argotických výrazov pochádzajúcich z jazyka jidiš, ktorá tvorí veľkú časť jidizmov odhalených naším výskumom. Skutočnosť, že veľká časť vyexcerpovaných jidizmov patrí medzi argotické výrazy, napokon objasňuje aj ich neuvádzanie v kodifikačných príručkách slovenčiny, no zároveň sťažuje bežnému používateľovi jazyka ich odhalenie.

Posledným, avšak veľmi hodnotným a veľmi raritným zdrojom pri vyhľadávaní jidizmov v slovenčine sú samotní používatelia jazyka jidiš, ktorých na Slovensku v súčasnosti síce nežije veľa, no ako používatelia slovenského jazyka (aktívne) a jazyka jidiš (ako materinského jazyka, dnes už pasívne) môžu poskytnúť významné informácie o slovách používaných v oboch jazykoch súčasne. Takíto informanti upriamili našu pozornosť aj na jidizmy, ktoré sme nenašli zaznamenané ani v cudzojazyčných, ani v slovenských lexikografických dielach, napr. *búbele* (miláčik, zlatičko), *šábesgój* (podľa slov informantky nežidovský chlapec, ktorý jej na šábese nosieval školskú tašku do školy, keďže ona ako Židovka nemohla v tento deň vykonávať žiadnu fyzickú prácu), *šábesdeklík* (pokrývka hlavy, ktorú Židia nosievajú počas modlitieb, pobožní stále, nazýva sa aj *kippa*, *jarmulka*), *kreplech* (trojalebo štvoruholníkové taštičky z cesta plnené mäsom, syrom, tvarohom alebo lekvárom), *kugl* (jedlo pripravené zo zemiakov a upečené v rúre, podobá sa na tortu, ale je slanej chuti), *latkes* (haruľa pôvodne servírovaná na Chanuku, dnes však už počas celého roka, zemiakové placky). (4)

4. Jidizmy verzus hebrejizmy

Pri tematizovaní prevzatých slov z jazyka jidiš, ktoré majú svoj pôvod v hebrejčine, sa otvára otázka vzťahu jidizmov k slovám prevzatým z hebrejčiny. *Slovník súčasného slovenského jazyka* (2011, s. 61) vysvetľuje termín hebrejizmy ako jazykové prvky (slovo, výraz, syntaktickú konštrukciu) prevzaté z hebrejčiny do iného jazyka alebo podľa hebrejčiny v inom jazyku utvorené. Na príkladoch už skôr uvedených sme však poukázali na možnosť, že kvalifikátor pôvodu v lexikografických príručkách nemusí byť vždy uvedený správne alebo úplne, a preto údaje o pôvode či sprostredkovaní budeme overovať porovnávaním informácií o pôvode uvádzaných v lexikografických príručkách iných jazykov. Metóda komparácie údajov o pôvode slov v dôveryhodných cudzojazyčných zdrojoch sa nám javí ako vhodná a účinná cesta, ako potvrdiť, vyvrátiť alebo spresniť informácie uvedené v slovenských slovníkoch. Nezhôd v údajoch o pôvode slov uvedených v slovenských, nemeckých či českých slovníkoch sme našli niekoľko:

bajgel – z jid. *bejgel*: „orechové a makové rožky (charakteristické bratislavské zákusky), pajgle“; *Slovník súčasného slovenského jazyka* uvádza pôvod tohto slova v nemčine, „jidista“ Leo Rosten v diele *Jiddisch. Eine kleine Enzyklopädie* uvádza pôvod v jid. *bejgn*, *bejgel* (Rosten, 2006, s. 81);

chochmes – z jid. *chochmes*: „schopnosť vynásť sa, rozum, dôvtip, prefíkanosť“; *Slovník súčasného slovenského jazyka* uvádza pôvod v hebrejčine, *Slovník nespisovné češtiny v jidiš*;

čurbes – z jid. *čorbajs*: „veselá hlučná a neviazaná zábava, veľký krik, veľká zvada, bitka“; *Slovník súčasného slovenského jazyka* uvádza pôvod v hebrejčine, *Slovník spisovného jazyka českého* avšak v jidiš;

kóšer – z jid. *košer*: „pokrm vyhovujúci rituálnym predpisom judaizmu o čistote jedla“, *Slovník súčasného slovenského jazyka* uvádza pôvod z hebrejčiny, *Duden Universalwörterbuch* uvádza prevzatie z jidiš;

maces – z jid. *macó, macá*: „nekvasený chlieb v tvare tenkých plátkov (žid. veľkonočné pečivo)“, *Akademický slovník cudzích slov* uvádza pôvod v hebrejčine, *Duden Universalwörterbuch* uvádza prevzatie z jidiš;

mešuge – z jid. *mešugo*: „pomätený, pochabý, bláznivý“; *Akademický slovník cudzích slov* uvádza pôvod v hebrejčine, *Duden Universalwörterbuch* uvádza prevzatie z jidiš;

šmok – z jid. *šmoo*: „novinár bez vlastného náhľadu“, uvádza *Slovník slovenského jazyka* bez udania pôvodu, *Slovník nespisovné češtiny* udáva pôvod v jazyku jidiš;

šmírovať – z jid. *šmíro*: „špehovať, slediť, dávať pozor, ale i tajne pozorovať“, nachádza sa v textoch slovenského národného korpusu, avšak toto heslo neobsahuje žiadny zo slovenských slovníkov, *Duden* i *Slovník nespisovné češtiny* uvádzajú pôvod v jidiš;

techtle mechtle – z jid. *tachtlmachtl*: „podvodné konanie, machle, machinácie, ale aj utajovaný pomer medzi mužom a ženou“, výskyt v *Slovníku slovenského jazyka* bez udania pôvodu, *Slovník nespisovné češtiny* uvádza pôvod v jidiš.

Pri diferencovaní jidizmov od hebrejizmov je preto veľmi dôležité uvedomiť si, že existuje skupina slov, ktorých označenie ako jidizmy by nebolo úplne korektné. Pri slovách, ktoré označíme ako jidizmy, totiž predpokladáme, že boli používané Jidmi (Židmi obývajúcimi strednú a východnú Európu a komunikujúcimi jazykom jidiš), že sa tieto slová v jazyku jidiš zdomácnili (stratili príznak cudzosti) a že sa napokon ich používaním vo verejnom živote a komunikácii s nežidovským obyvateľstvom dostali do slovnej zásoby používateľov slovenčiny. Za jidizmy preto **nebudeme** považovať hebrejské výrazy, ktoré sú priamo či nepriamo spojené s textami z *Biblie* (biblizmy), pretože *Biblia* (*Starý a Nový zákon*) nie je dielom viery židovskej, ale kresťanskej, a preto logicky ani výrazy z nej nepatria do registra slov používaných Jidmi. (5) Ako príklad uvedieme slová *amen, hosana, aleluja, manna, Jehova, cherubín, serafín, Judáš, judáš* a ďalšie.

Druhou skupinou slov, ktoré nepovažujeme za jidizmy, sú výrazy hebrejského a aramejského pôvodu týkajúce sa náboženského života židovského obyvateľstva. Hoci sa väčšina z nich stala pevnou súčasťou (centrom) slovnej zásoby jazyka jidiš, nedá sa jednoznačne určiť, či tieto slová prevzala slovenčina s účasťou jazyka jidiš alebo priamo z jazyka hebrejského. Z dôvodu veľmi tenkej hranice medzi jidizmami a hebrejizmami označujúcimi židovskú religiozitu preto za jidizmy **nebudeme** považovať:

- a) slová pomenúvajúce židovské náboženské sviatky: *Jom Kippur* (veľký židovský sviatok odpúšťania hriechov, ktorý sa slávi celodenným pôstom, Deň zmierenia), *Chanuka* (židovská osemdňová slávnosť na pamiatku víťazstva Makabejcov a znovuvysvätenia jeruzalemského chrámu), *Purim* (židovský sviatok radosti vzťahujúci sa na udalosti opísané v biblickej starozákonnej knihe Ester (odvrátenie záhuby Židov)), *Pesach* (jarné židovské sviatky, pri ktorých sa jedol baránok, oslavované na pamiatku odchodu Židov z Egypta), *Shawuot* (slávi sa sedem týždňov po Pesachu);
- b) slová pomenúvajúce predmety spojené s výkonom židovských náboženských rituálov: *almemor* (stupeň so zábradlím a čítacím pultom v strede priestoru synagógy), *chanukija* (deväťramenný svietnik, ktorý sa postupne zapaľuje počas osemdenného židovského sviatku Chanuka), *šofar* (židovský dychový nástroj z baranieho rohu používaný pri bohoslužbách);
- c) slová označujúce pomôcky pri vykonávaní židovských náboženských rituálov: *cicit* (strapce, ktorými je zakončený *talit*, modlitebný plášťik), *tefilin* (puzdierko obsahujúce pergamenové prúžky so štyrmi odsekmi zo *Starého zákona*, ktoré si židovskí muži pri rannom modlení vo všedný deň pripevňujú remeňkami na hlavu a na ľavú ruku);
- d) slová pomenúvajúce náboženské obrady a názvy modlitieb: *bar micva* (v židovskej tradícii slávnostné uvedenie trinásťročného chlapca medzi dospelých mužov), *bat micva* (v židovskej tradícii slávnostné uvedenie dvanásťročného dievčaťa medzi dospelé ženy), *bris* (obriezka chlapcov osem dní po narodení na znak zväzku s Bohom), *kadiš* (modlitba, ktorú odriekava chlapec pri čerstvom hrobe svojich rodičov a potom v synagóge pri ranných, popoludňajších a večerných bohoslužbách počas jedného roka a potom vo výročný deň úmrtia), *kiduš* (požehnanie na šábes a sviatočné dni, spravidla nad vínom alebo chudobní ľudia nad chlebom);

- e) slová spojené so židovským učením: *halacha* (systém židovských zákonov a zákonodarstva), *midraš* (typ výkladu *Starého zákona* beletrizujúcou formou, rozšírený v stredovekom judaizme), *kabala* (židovská mystika, ústnym tradovaním v stredoveku šírená ako tajná náuka), *mišna* (súbor téz náboženského práva a zvykov judaizmu vytvorený na základe *Pentateuchu* okolo r. 180 n. l.), *talmud* (rozsiahle dielo judaistického náboženstva obsahujúce komentáre a výklad k Mojžišovým piatim knihám *Starého zákona*), *tóra* (päť kníh Mojžišových, židovský náboženský zákon; ich zápis na zvitku na náboženské ciele a učenie nachádzajúce sa v ňom);
- f) slová označujúce organizačnú štruktúru či školské (náboženské) ustanovizne židovských komunít: *kehila* (náboženská obec), *sanhedrin* (najvyšší starožidovský vládny orgán (súd), synedron, skladajúci sa z kňazov, znalcov Písma a starších ľudí), *ješiva* (židovská vysoká rabínska škola), *cheder* (najnižší stupeň židovskej náboženskej školy, kde sa päťročné deti učia písať, čítať a rozumieť hebrejským textom), *melamed* (učiteľ v chederi).

Na záver

Hoci sme sa na viacerých miestach tohto textu zmienili o významnom podiele slovnej zásoby hebrejského jazyka na slovnej zásobe jazyka jidiš, pripomíname, že pôvodom „hebrejská“ časť slovnej zásoby jidiš je menej ako štvrtinová v porovnaní s účasťou slov pôvodom v stredovekej nemčine. Preto by sme chceli zdôrazniť, že hoci sa jazyk jidiš zapisuje hebrejskou abecedou a sprava doľava, neexistuje tu žiadna priama súvislosť medzi jazykom jidiš a jazykom hebrejským. Hebrejčina patriaca do semitskej jazykovej rodiny a príbuzná s aramejským, arabským či sýrskym jazykom funguje na iných princípoch a zákonitostiach ako jazyk jidiš, ktorý je jazykom germánskym a všeobecne vnímaným ako Tochttersprache (dcérsky jazyk) nemčiny, teda ako jazyk, ktorý má k nemčine bližšie ako akékoľvek iné germánske jazyky (porov. Mruškovič, 2008, s. 122). Fakt, že jidiš obsahuje penzum slov hebrejsko-aramejského pôvodu ho od jeho samotných začiatkov odlišoval od ostatných nemeckých dialektov, no právom mu ponechával atribút nemeckosti (*židovská* nemčina). Vytrhnutím z nemeckého jazykového priestoru, substitúciou frankofónnej zložky lexiky slovanskými prvkami a rozšírením jeho funkcií o literárny aspekt jidiš nadobúda vlastnosť samostatného jazyka, v ktorom však až 75 % slovnej zásoby tvorí lexika nemčiny. Na základe príslušnosti jazyka jidiš do skupiny germánskych jazykov a z toho vyplývajúcej dostupnosti sekundárnej literatúry a slovníkových diel v latinke v európskom priestore si na záver tohto príspevku dovoľujeme nesúhlasiť s podmienením ďalšieho výskumu jidizmov v slovenčine ovládaním hebrejského jazyka. Sme presvedčení, že v dobe pomerne ľahkej dostupnosti spoľahlivých elektronických transkribátorov hebrejských slov do latinky nepredstavuje (ne)ovládanie hebrejského jazyka pri skúmaní jidizmov v slovenčine tú najzásadnejšiu úlohu.

Poznámky

- (1) Najznámejšie výskumné strediská jazyka jidiš v geografickom priestore strednej a západnej Európy sa nachádzajú na univerzitách v nemeckých mestách Düsseldorf, Wuppertal, Trier, v rakúskom Salzburgu, v rámci judaistických štúdií v českom Olomouci či poľskej Varšave. Celosvetové centrum jidistiky *Yidisher visnshaftlekher institut YIVO* bolo založené v meste Vilnius, po druhej svetovej vojne však prenieslo svoje sídlo do New Yorku.
- (2) Porov. Mlynárik (2005, s. 79): „V ČSR bolo 446 židovských náboženských obcí, z toho na Slovensku 227, teda polovina. Vzhľadom k celkovému počtu obyvateľstva bola židovská sieť obcí na Slovensku značne hustší než v západných zemích ČSR; Židovstvo na Slovensku bolo relatívne početnejší a jeho váha ve slovenské spoločnosti vyšší.“
- (3) Pôvodné znenie jidizmov uvádzame z tvare, ktorý uvádza Leo Rosten v diele *Jiddisch. Eine kleine Enzyklopädie* a Hans Peter Althaus v dielach *Jiddische Wortgeschichten* a *Kleines Lexikon deutscher Wörter jiddischer Herkunft*. Zoznam skratiek použitých v príspevku: čes. – čeština, fr. – francúzština, germ. – germánske jazyky, hebr. – hebrejčina, jid. – jidiš, nem. – nemčina, poľ. – poľština, róm. – rómsky jazyk, ukr. – ukrajinčina.

- (4) Pripomíname, že informanti nemenovali slová používané (len) v jazyku jidiš, ale slová s pôvodom v jazyku jidiš, o ktorých mali vedomosť, že ich používalo aj ich nežidovské okolie.
- (5) Centrálnym dielom židovského náboženstva je *Tóra*, ktorá ale nie je úplne stotožniteľná so *Starým zákonom* (prvou časťou *Bible*) kresťanského náboženstva. Rozdiel totiž nastáva v spôsobe výkladu jednotlivých textov *Starého zákona*, ako aj polemikou „prekladateľnosti“ výrazov použitých v tomto diele. Ortodoxní Židia na rozdiel od kresťanov čítajú *Tóru* v pôvodnom jazyku, pretože ich preloženie, podľa ich názoru, automaticky musí viesť k významovým posunom, a teda k neoprávnenému zásahu do „slova Božieho“.

Literatúra

- ALTHAUS, Peter Hans. 2004. *Jiddische Wortgeschichten*. München : C. H. Beck, 2003. 175 S. ISBN 3-406-51065-5
- ALTHAUS, Peter Hans. 2003. *Kleines Lexikon deutscher Wörter jiddischer Herkunft*. München : C. H. Beck, 2003. 215 S. ISBN 3-406-49437-4
- ANETTOVÁ, Alena – HRUBANIČOVÁ, Ingrid – MICHALUS, Štefan a kol. 2004. *Synonymický slovník slovenčiny*. Red. M. Pisárčiková. 3. nezm. vyd. Bratislava : Veda, 2004. 998 s. ISBN 80-224-0801-8
- AVRAMOVOVÁ, Miroslava – BALÁŽOVÁ, Ľubica – ČIERNA, Mária a kol. 2011. *Slovník súčasného slovenského jazyka. H – L*. Ved. red. A. Jarošová – K. Buzássyová. Bratislava : Veda, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2011. 1087 s. ISBN 978-80-224-1172-1
- BALÁŽOVÁ, Ľubica – BOSÁK, Ján. 2005. *Akademický slovník cudzích slov*. 2. dopl. vyd. Bratislava : Mladé letá, 2005. 1054 s. ISBN 80-10-00381-6
- BALÁŽOVÁ, Ľubica – BUZÁSSYOVÁ, Klára – ČIERNA, Mária a kol. 2006. *Slovník súčasného slovenského jazyka. A – G*. Hl. red. K. Buzássyová – A. Jarošová. Bratislava : Veda, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2006. 1134 s. ISBN 978-80-224-0932-4
- DOLNÍK, Juraj. 2000. *Spisovná slovenčina a jej používatelia*. Bratislava : STIMUL, Centrum informatiky a vzdelávania FF UK, 2000. 215 s. ISBN 80-88982-36-7
- Duden. Deutsches Universalwörterbuch*. 2003. Mannheim : Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2003. 1900 S. ISBN 3-411-02176-4
- HAVRÁNEK, Bohuslav. 1989. *Slovník spisovného jazyka českého A – G*. Praha : Academia, 1989. 555 s.
- HUGO, Ján. 2009. *Slovník nespisovné češtiny*. Praha : Maxdorf, 2009. 501 s. ISBN 978-80-7345-198-1
- KRAJČOVIČ, Rudolf. 1988. *Vývin slovenského jazyka a dialektológia*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1988. 344 s.
- MLYNÁRIK, Ján. 2005. *Dejiny Židu na Slovensku*. Praha : Academia, 2005. 358 s. ISBN 80-200-1301-6
- MRUŠKOVIČ, Viliam. 2008. *Európa jazykov a národov na prahu tretieho tisícročia*. Martin : Matica slovenská, 2008, 517 s. ISBN 978-80-7090-858-7
- RAKŠÁNYIOVÁ, Jana. 2007. Holandské slová v slovenčine. In: *Kultúra slova*, roč. 41, 2007, č. 3, s. 140 – 146. ISSN 0023-5202
- ROSTEN, Leo. 2002. *Jiddisch. Eine kleine Enzyklopädie*. München : Deutscher Taschenbuch-Verlag, 2002. 638 S. ISBN 3-423-24327-1
- Slovník spisovného jazyka českého*. Dostupný online: <http://ssjc.ujc.cas.cz/> [2013-02-02]

Summary

The article **Yiddish Loan Words in Slovak** deals with the introduction of the terms “jidizmus” and “jidizmy” (as the words for Yiddish loan words in Slovak) into the lexicon of the Slovak language. As one hundred and fifty to two hundred words of Yiddish origin have been found during the research of all the levels of Slovak, and the Slovak language already has terms for loan words e. g. from German, Czech, Russian and even Hebrew and Arabic languages (compare Slovak words germanizmy, čechizmy, rusizmy, hebrejizmy, arabizmy), the author of the article has found the introduction of the term “jidizmy” convenient and fully legitimate. The specific examples of Yiddish loan words in Slovak will clarify the meaning of the specific words of Yiddish origin, as well as

the circumstances of the borrowing process into the Slovak language. Special attention is devoted to the differences between the Hebrew and Yiddish loan words in Slovak.

K NEPRÍTOMNOSTI OTCA V TVORBE VERONIKY ŠIKULOVEJ

THE ABSENCE OF THE FATHER IN VERONIKA ŠIKULOVÁ'S AUTHOR'S CONCEPTION

Mária Majerčáková

Katedra slovenskej literatúry a literárnej vedy FF UMB v Banskej Bystrici

2.1.27 slovenský jazyka a literatúra, 1. rok štúdia, denná forma štúdia

maria.majercakova@umb.sk

Školiteľka: **PhDr. Jana Kuzmíková, CSc. (jana.kuzmikova@gmail.com)**

Kľúčové slová

Veronika Šikulová, poetika, motív, *Domček jedným ťahom*, *Miesta v sieti*, *Mesačná dúha*

Key words

Veronika Šikulová, poetics, motif, *Domček jedným ťahom*, *Miesta v sieti*, *Mesačná dúha*

„Najkrajšie oči na svete mal náš tata. Rada by som niečo povedala o jeho očiach, len sa mi to nedarí“
(Šikulová, 2009, s. 21 – 22).

„Literárne diela sú väčšinou fikciami, no niekedy sa hlásia ku konkrétnym miestam a ľuďom a stávajú sa tak svojskými dokumentmi o ich živote“ (Jaslovský, 2010). Rovnakým prípadom je v istých súvislostiach tvorba súčasnej slovenskej spisovateľky Veroniky Šikulovej. Skutočnosť, že autorka je najstaršou dcérou spisovateľa Vincenta Šikulu, nie je nutné vo všeobecnosti pri pokuse o charakteristiku jej autorského rukopisu nijako zvyrazňovať, a to zo zrejmých dôvodov. Ak nás však zaujíma konkrétny dominujúci motív tvorby, ktorým je fyzická neprítomnosť otca, je potrebné odvolať sa na presný historický čas roku 2001, počas ktorého jeden (okrem iného) z najlepších narátorov v slovenskej literatúre druhej polovice 20. storočia nečakane zomrel (Jaslovský, 2010). Charakter autorkinej tvorby sa touto skutočnosťou výrazne nezmenil, no motivicky obohatil.

V dielach, ktoré Šikulová vydáva po roku 2001 (vynímame titul primárne určený detským čitateľom), na mnohých miestach vystupuje do popredia tematika, ktorá sa fixne viaže na spomínanú rodinnú tragédiu. V knihe *Mesačná dúha* (2002), ktorá je žánrovo a tematicky analógiou autorkinho debutu, nachádzame prvé z rozprávání tohto zamerania. „A tma, tá zlá smutná sviňa, vonku zaskuvíňa vietor, trtmarinahusarina, dnes si nedám deci vína, pripomína mi ťa. Kde bolo, tam bolo, bola jedna pyšná žena... Kde je teraz? Učupená pri tatkovom mokrom hrobe. Voda sa jej pod rukami sype, piesok leje, ba zavše tuším pení... Bože, tata, celý svet je nemý, potichu sa mení!“ (Šikulová, 2002, s. 64). Šikulová spracúva tento motív tradične (t. j. v intenciách predchádzajúcich textov), a tak na citovanom texte možno identifikovať niektoré zo základných prvkov jej autorského rukopisu. „Večné“ senzuálne vnímanie sveta, ktorého percepciu determinuje aktuálny pocit hlavnej hrdinky, spôsobuje situovanie rozprávania do priestoru tmy, atmosféru smútku dotvára „skuvíňanie“ vetra. Opis pocitu hlavnej hrdinky nie je nijako sentimentálny, hoci by to mohol čitateľ, takmer právom, v tejto situácii očakávať. Svedčí o tom jednak využitie expresívneho pomenovania pre tmú „A tma, tá zlá smutná sviňa...“ (Šikulová, 2002, s. 64) a taktiež situovanie slova, ktoré pripomína spojenie z ľudovej piesne „... trtmarinahusarina, dnes si nedám deci vína...“ (Šikulová, 2002, s. 64). Analyzujúc ukážku, nemožno tiež prehliadnúť slovné spojenia, ktoré sa primárne viažu so žánrom ľudovej rozprávky. Síce autorkin zámer nemožno nikdy pomenovať s istotou, uplatňovaná rozmanitosť (aj) na úrovni jazyka, môže byť pokusom o stvárnenie čo najautentickejších pocitov neistoty, strachu a smútku hlavnej hrdinky. Tá si síce neprestáva uvedomovať plynutie sveta okolo, no to už nie je pozitívne a „šikulovsky farebné“, pod vplyvom otcovej smrti sa odohráva výlučne v tichu a tme.

Motív fyzickej absencie otca dominuje najmä v poviedkovej knihe *Domček jedným ťahom* (2009), rozdelená je do dvoch väčších celkov *Je mi leto* a *Spoviedky*. „Veronika Šikulová sa v *Domčeku*

jedným ťahom predstavuje sama, nie ako prozaička či bývalá novinárka. Ale ako dcéra svojho otca Vincenta Šikulu“ (Lacová, 2012). Tematizovanou látkou sú opäť vo veľkej miere spomienky na detstvo, realizujúce sa cez prieniky myšlienok hlavnej protagonistky, spomedzi ktorých vystupujú do popredia spomínané pocity neustálych „smútkov“ nad stratou otca. „Ústrednou podprahovou témou rozprávania je neprítomný otec, ktorý sa sprítomňuje v každom obraze, akoby bol jeho neviditeľným svedkom“ (Podracká, 2010, s. 1).

Ak Šikulová v *Mesačnej dúhe* (2002) označila svet za miesto, ktoré sa otcovým odchodom zmenilo na „ticho a nemo plynúce“: „Bože, tato, celý svet je nemý, potichu sa mení!“ (Šikulová, 2002, s. 64), analogický priestor sa zobrazuje aj v spomínanej knihe z roku 2009. Jednou z najtypickejších a zároveň literárne veľmi atraktívnych poviedok tohto typu je próza z časti *Je mi leto*, ktorá nesie názov *Srrrrrrst*. Sužet poviedky nie je nijako komplikovaný, zhrnúť je ho možné nasledovne: dcéra po otcovej smrti navštevuje jeho dom i záhradu, teda priestory, ktoré sú plné spomienok naňho. Vezme kosu, kosí záhradu, plače, spomína na čas prežitý s otcom. Zaujímavým a v kontexte tematizovania opisovaného motívu najatraktívnejším je však spôsob štylizácie jazyka a využitie jeho obraznosti, symboliky. Úvod poviedky začína sčasti invenčne, a to najmä v spojitosti s tematizujúcim motívom v kontexte tvorby. „*Je mi leto. Tráva schne a na cestách je prach. Odkedy zomrel otec, všetci nejako ozleli. Aj ja. Zostarla a zoškaredla som*“ (Šikulová, 2009, s. 68). Opis senzuálneho vnímania „zloby a škaredosti“ okolitého sveta sa však v Šikulovej tvorbe neobjavil prvýkrát až v súvislosti s motivickým stvárnením otcovej smrti. Už v *Mesačnej dúhe* (2002) píše: „*Odkedy nám zomrela babička, všetci sme nejako ozleli*“ (s. 23), a tak možno pozorovať, že „ozlenie“ a negatívne pocity sa v percepcii hlavnej hrdinky vynárajú priamoúmerne so stratou blízkeho člena rodiny. Zaujímavé je, že rozprávačkino „vlastné ja“, vzťahujúce sa na smrť babičky, autorka vyjadruje cez prvú osobu plurálu, nevynímajúc pritom zvlášť hlavnú hrdinku. Zatiaľ čo v súvislosti so stratou otca píše najprv v tretej osobe plurálu, teda poukazuje na všetkých navôkol: „*Odkedy zomrel otec, všetci nejako ozleli*“ (Šikulová, 2009, s. 68), až následne, špeciálne upozorní aj na konkrétny individuálny dopad, a to nielen na vnútorné „ozlenie“ rozprávačky, no rozšíri ho aj na vnímanie jej vonkajšieho vzhľadu. Zrkadlom, ktoré je častým symbolom hľadania identity postavy (Hodrová, 2001), môže byť naznačená „stratenosť“ vplyvom otcovej smrti: „*Aj ja. Zostarla a zoškaredla som. Ráno som sa videla v zrkadle*“ (Šikulová, 2009, s. 68). Rozprávanie pokračuje následnou enumeráciou činností, ktoré sú až do určitého momentu vyjadrované akosi „stroho“, automaticky: „*Znovu som si navliekla staré oranžové krepové šaty, tie za dvadsať korún zo seknendu, a vybrala sa kosiť. Ešte neprebehlo dedičské, všetci by sme radi dedili, a ja teda, že aspoň „otcovu roľu“ pokosím*“ (Šikulová, 2009, s. 68). Strohosť opisu činností alebo prostredia v texte stabilne strieda clivota a akási „čitateľná citlivosť“, ktorá vzrastá s každým priamym či nepriamym spomenutím otca:

„*Po tatovi tu zostal neporiadok, neumyté poháre a obliate sako prehodené cez operadlo stoličky. Na okne schnú planty v téglíkoch od jogurtu, okolo sú popadané veľké suché muchy. Aj sklá sú samý mušačinec. Odomknem, zastavím sa v kuchyni a hľadám poklady. Nikto nepovie vitaj. Tak vítam. Prekutrem skriňu so zaváraninami, otvorím čalamádu, sadnem si na kanapu a na posedenie ju zjem. Je mi leto*“ (Šikulová, 2009, s. 68).

Autorka tieto opisy, napriek tomu, že navodzujú dojem len akejsi „strohosti“, situuje do prózy funkčne. Vnímanie šedosti okolia a opis činností, ktorých vykonávanie skôr pripomína nudnú či nutnú stereotypnosť, preruší v texte činnosť, ktorá je pre hlavnú hrdinku novou a ťažko zvládnuteľnou. „*Lahnem si na kanapu, dolu v meste zvonía zvony a voňajú polievky. Vo viniciach okolo domu sa motajú ľudia a ide traktor. Ktosi zakaše a vyruší bažanta. Vyjdem pred dom, svrčky. A potom už len kosím, kurníkšopa, bol by v tom čert, aby som sa to nenaučila, zaberat' do rytmu a neodťat' si nohu...*“ (Šikulová, 2009, s. 68). Samotné kosenie možno interpretovať ako symbol z viacerých dôvodov. Mnohokrát sa v prenesenom význame používa tiež v zmysle „smrť skosí človeka či ľudí“, a tak možno uvažovať aj nad tým, že si hlavná hrdinka úmyselne vezme do rúk práve kosu (jeden zo symbolov smrti) a jej používaním chce smrť akoby ovládať či „poraziť“. V kontexte tvorby však uvažujeme taktiež o tom, že činnosť kosenia sa vykonáva v záhrade – priestore, v ktorom otec rád pracoval, ktorý mu bol veľmi blízky.

„V lete sme chodievali na huby. V zime prikrmovať včely. Vždy sme mali na klavíri alebo na stole krásnu kyticu a nebola vždy od mamy, niekedy ju urobil náš tata, čo poznal všelijaké kvety aj kadejaké šepľety aj zelinky, celú tú Božiu čalamádu. Živočíchopis a rastlinopis týchto okršlekov mal v maličku. Poznal aj vtáky, ktoré lietali nad našou záhradou. Odvtedy ma všetky poznajú po mene“ (Šikulová, 2009, s. 21).

Zároveň však berieme do úvahy fakt, že definitívna strata otca bola pre dcéru taktiež novou okolnosťou, s ktorou sa potrebovala vyrovnáť, naučiť sa s ňou žiť. V tomto názore umocňuje aj následný dynamický opis deja, navodzujúci dojem gradácie. Šikulová:

„A potom už len kosím, kurnikšopa, bol by v tom čert, aby som sa to nenaučila, zaberat' do rytmu a neodťat' si nohu, to srrrrrst a ešte jedno srrrrrst, tráva si mi líha k nohám, nechávam za sebou také pravidelné útvary, kopčeky, že srrrrrst, proti srsti kosím, silno zaberám a pečie mi na tie šaty, na zohnutý chrbát pod nimi, na mňa celú aj dopoly aj do polí, nariekam v tráve, čo je vysoká, za domom, čo mi zomrel spolu s ním, snímam trávu, kosím, som siláčka, Vasilisa premúdra, čo už všetko vie, len to nemá odrazu komu povedať, a je jej leto a smutno a srrrrrst, vyruším zajačika, vtáčence, bažanty, preletí lietadlo, stratím osličku, moja, tvoja, jeho kosa aj kosáčik, pekne to okolo stromov povyzínam, opäť mácham s tou kosou prvý raz v živote, tata, som silná, keby si ma videl, toto je asi moja smrť aj srrrrrst, jej začiatok, myslím si...“ (Šikulová, 2009, s. 69).

Neukončenie výpovede „núti“ k prečítaniu odseku na jeden nádych, čomu napomáha aj fónická špecifickosť uvedenej ukážky. Textu totiž na viacerých miestach výraznejšie dominuje sykavka „s“: „... že srrrrrst, proti srsti kosím, silno zaberám [...] spolu s ním, snímam trávu, kosím, som siláčka, Vasilisa...“ (Šikulová, 2009, s. 69), a to autorke umožňuje zvyšovať autenticitu opisovanej činnosti, cez fónické navodzovanie zvuku kosy pri dotyku s trávou.

Suverenita postavy otca sa naplno prejavuje až v druhej časti poviedky. Šikulová postavu charakterizuje striedavo, a to spomienkami, ktoré viaže raz na vzťah k hlavnej hrdinke, inokedy samostatne, cez opis činností otca.

„Hocikedy ráno sme pili biele víno a niekedy aj spievali. Inokedy priniesol zo záhrady šalát a bol celý od blata. Kupoval semenka. V noci sme spolu telefonovali. Spíš? Nespím. Počuješ ma? Počujem. Haló! Inokedy sme išli spolu plávať. [...] Keď je mi leto a plávam, čudujem sa, že ho nevidím. [...] Hocikedy mi kázal dupať mu po chrbte. A potom kričal, ach a jaj. Bola som dievčatko“ (Šikulová, 2009, s. 69 – 70).

Uvedené opisy spomienok prerušuje konštatovanie o otcovej smrti: „Chodil po Modre a skoro ráno u nás vyzváňal. Kopal rovnako ako pán Ilečko. Potom raz neprišiel a zomrel. Nie na kanape v kuchyni, vo svojej pracovni na posteli“ (Šikulová, 2009, s. 71) a zároveň v závere poviedky autorka objasňuje úvodný zámer hlavnej hrdinky: „A ja som vzala kosu a myslela si, že sa z toho žiaľu vykosím. Je mi leto, už neviemkoľké odvtedy...“ (Šikulová, 2009, s. 71). Obraz „vykosenia sa“ zo žiaľu rámcuje poviedku a popri suverenite postavy otca dej výrazne dominuje.

Lexikálne a sémanticky netradičným je spojenie „je mi leto“, ktoré sa v poviedke vyskytuje niekoľkokrát a možno ho interpretovať rôzne, najmä však ako synonymný tvar vyjadrenia pocitu smútku, a tak výpoveď „je mi leto“ zastupuje konvenčné „je mi smutno“. Autorka ním ale môže vyjadriť plynutie istého času alebo dokonca rokov od smrti otca, čo možno pozorovať najmä na výpovediach: „A mne je leto aj ďalšie... [...] Je mi leto, už neviemkoľké odvtedy...“ (Šikulová, 2009, s. 69, 71). Zároveň je však toto spojenie sčasti možné považovať v kontexte tvorby za kontrastné, pretože autorkine „letá“ sú v textoch väčšinou plné farieb a vôní a evokujú pozitívne konotácie. Opak nastal pri tomto motivickom stvárňovaní otcovej neprítomnosti.

Skôr už bolo naznačené, že Šikulovej vnímanie sveta sa pod vplyvom otcovej smrti zmenilo na „tiché a nemo plyúce“. V tejto súvislosti možno nadviazať jednak na plynutie – princíp pohybu/životu, ktorý Šikulová stvárnila (aj) strohou enumeráciou činností, jednoducho, akoby hlavná hrdinka pochopila, že svet sa otcovou smrťou nezastavil a ona v ňom musí ďalej žiť, konať. Zároveň v opisovanej poviedke vystupuje do popredia výrazný princíp ticha, mlčania. Už v citovanej ukážke: „... dolu v meste zvonía zvony a voňajú polievky. Vo viniciach okolo domu sa motajú ľudia a ide traktor. Ktosi zakašle a vyruší bažanta“ (Šikulová, 2009, s. 68), možno pozorovať, že zvuk je pripísaný len neživým predmetom. Ak sa aj spája so živou bytosťou, v tomto prípade s človekom, ktorého identita nie je pre dej podstatná, môže pôsobiť rušivo. „Ktosi zakašle a vyruší bažanta“ (Šikulová,

2009, s. 68). Princíp mlčania má v literatúre svoje funkčné opodstatnenie, ktoré nadobúda najmä pri stvárňovaní zložitých situácií. V kontexte opisovanej poviedky sa stotožňujeme s názorom Stanislava Rakúsa, ktorý uvádza, že ak sa v reálnom živote mlčí mlčaním, v literatúre, konkrétne v próze, sa všetko, ešte aj efekt mlčania, dá dosiahnuť iba slovami (Rakús, 1995), čo potvrdzuje Šikulovej výpoveď z úvodu poviedky: „*Nikto nepovie vitaj. Tak vítam*“ (Šikulová, 2009, s. 69). Mlčanie, ako uvádza Rakús, nastupuje tam, kde nestačia slová, respektíve tam, kde by slová mohli zoslabovať prežívanie alebo dramatickosť ťažkých problémových udalostí. Energia slov sa potom sústreďuje na sprievodné a druhoradé javy. Podstata sa vyjadruje mlčaním (Rakús, 1995). Túto skutočnosť možno opäť privlastniť interpretovanému textu, ktorému dominuje dynamika činnosti: „*A potom už len kosím, kurníkšopa, bol by v tom čert, aby som sa to nenaučila, zaberat' do rytmu a neodtáť si nohu, to srrrrrst a ešte jedno srrrrrst, tráva si mi líha k nohám, nechávam za sebou také pravidelné útvary, kopčeky, že srrrrrst...*“ (Šikulová, 2009, s. 68 – 69). Šikulová s týmto princípom pracuje, pravdepodobne, zámerne a mlčanie výrazne narúša v druhej časti poviedky, ktorej primárne dominujú priame spomienky na otca. Už z ich opisu je zrejmé, že témami rozhovoru boli skôr všednosti ako „ťažké témy“: „*Hocikedy ráno sme pili biele víno a niekedy aj spievali. [...] V noci sme spolu telefonovali. Spíš? Nespím. Počuješ ma? Počujem. Haló! [...] Agáte povedal, že môže menej poslúchať, a mne, že by som mala viac a každého. [...] Inokedy som mu šla dohovárať, aby si nedal víno*“ (Šikulová, 2009, s. 69 – 70). O tom, že autorka pracuje s princípom (ne)komunikácie v istom zmysle cielene, môže vypovedať aj názor poetky a kritičky Dany Podrackej: „Napokon zostanú iba dve podstatné veci. Prvou je, či sme boli milovaní. Druhou, či sme mali bytostný rozhovor s niekým, koho sme milovali. Veronikina kniha hovorí o tom, že otec ju miloval, ale bytostný rozhovor sa neuskutočnil“ (Podracká, 2010, s. 1).

„*Celý život ju sužovalo, že sa nevie porozprávať s otcom. Celý jeden zo svojich vykurvených životov by dala za jeden jediný rozhovor s ním. Otec zomrel, nič ju tu nedrží. Možno kvôli rozhovoru by sa vrátila. Keď dospela, pochopila, že kľúč od dverí, ktoré pre ňu ostanú zatvorené, nosil tatko. Milovala ho*“ (Šikulová, 2009, s. 113). Podracká neuvažuje o mlčaní v texte v pravom slova zmysle, problém neuskutočnenia „bytostného rozhovoru“ povyšuje na jeden z dôvodov, pre ktorý vlastne Šikulová v rozsiahlej miere o otcovi píše.

Priestor záhrady má pri tematizovaní motívu fyzickej absencie otca v Šikulovej tvorbe stabilné miesto: „*Milovala otca. Zomrel. Potom si kúpila dom s obrovskou záhradou. Stále kutre v zemi, akoby ho v nej chcela nájsť*“ (Šikulová, 2009, s. 154). Svedčí o tom nielen interpretovaná poviedka, zároveň taktiež výpovede autorky situované v románe *Miesta v sieti* (2011). Zatiaľ čo sa v *Domčeku jedným ťahom* (2009) skúšala hlavná hrdinka zo svojho žiaľu „vykosiť“, v uvedenom románe naznačí, že tento „pokús“ bol pre ňu, pravdepodobne, prínosný. Priestor záhrady sa totiž stal po otcovej smrti „terapeutickým“ miestom:

„*... napokon keď mi zomrel tato ma to zrazilo k zemi a kúpila som si dom s obrovskou dvanásťárovou záhradou o ktorú sa treba starať polievať ju okopávať a strihať kríky a striekať stromčeky [...] a tak moja starostlivosť okrem líškania a zaliečania sa rastlinnostiam zahŕňa polievanie občasné kosenie a strihanie ruží a Božia nebeská čalamáda všetko ostatné a záhrada aký požičaj taký vráť mi všetko vracia je krásna...*“ (Šikulová, 2011, s. 159).

Spomienkovými textami na otcov život, spôsoby, povahu a „svet“ je *Domček jedným ťahom* (2009) doslova presýtený. Autorka tak vytvára svojský dokument o jeho živote. Ten tvorí jasnými, presnými opismi jeho správania:

„*Tato nemal rád slovo kupko. Vo vode si chladieval pivo. A doma v hrnci varil fazuľu. Keď na ňu zabudol, bachol hrniec do žihľavy a postavil na novú. [...] Na Vianoce zahral všetkým Modranom z kostolnej veže na lesnom rohu Tichú noc. Vtedy sa narodil Ježiško*“ (Šikulová, 2009, s. 20 – 21), ktoré strieda Šikulová s časťami vypovedajúcimi o ňom skôr „zjemnene“, citlivo, obrazne: „*Jemný a citlivý človek. Rozlišoval odtiene a počúval aj keď sa zdalo, že stále iba rozpráva. Počúval očami, ústami aj nosom. V živote ste nestretli takého citlivého a pozorného poslucháča*“ (Šikulová, 2009, s. 22). Vyskladať si mozaiku otcovho života vďaka Šikulovej tvorbe výrazne napomáha aj spomínaný román *Miesta v sieti* (2011), naračne stavaný zaujímavým rozprávačským trojhlasom (babky Jolany, mamy Alice, dcéry Verony), ktorý je opäť ladený biograficky. Už pri opise otcovho odchodu od rodiny sa dá pozorovať, že Šikulová v tomto románe píše o veciach dejúcich sa v rodine skôr s nadhľadom,

s čiastočným odstupom času. Ak pripustíme, že vývin vlastnej spisovateľskej osobnosti implikuje aj (tematicky) vývin tvorby opisovanej autorky, prítomnosť takýchto výpovedí je pochopiteľná. V románe *Clivotu za otcom* strieda aj pokus o racionálny náhľad naňho v častiach rozprávaných Veronou:

„... aj moja mama vždy sama a všetko utrafi na prvý raz vie si poradiť so životom tak sa tomu hovorí povie netráp sa je to len chlap a so žiadnym sa nenaťahuj lebo sa to naučila doma kde okrem dobrého oregapu nebol ani u nás nebol lebo písal a nosil túlavé topánky a nemal čas nemal čas privráviť sa dcéram a žene sa prihováral po svojom a popritom koľkých napísaných ľudí rozdýchchal [...] veď ich všetkých musel počúvať a počuť tak prečo nepovedal aspoň mne čo si myslel alebo aspoň o tom ako žiť a nezblázniť sa z toho...“ (Šikulová, 2011, s. 20).

Zároveň však v románe pod Aliciným rozprávaním nachádzame časť, ktorá opisuje otca v rovine, v ktorej sa Šikulová doposiaľ nepohybovala. Šikulová sa opisom tejto udalosti vrátila do času spoznania mamy a otca. Vo svojej tvorbe sa tak, pravdepodobne, snaží obsiahnuť takmer celý otcov život. A hoci sú tieto epizódky z jeho života opísané štylisticky pútavo, predsa len v kontexte tvorby autorky vyvstáva do popredia istá problematickosť.

„Za organom sedel mladý strapatý chlapec. Hneď prestal hrať, zbehol dolu a pozdravili sme sa. Mal menčestrové sako horčicovej farby, rozhalenku a ľahké nohavice. V ruke držal nejakú knižku. [...] Fara, stretnutie s čudným chlapcom, ktorý stále rozprával o hudbe. [...] Ten chlapec poznal všetky rastliny aj trávy po mene. Poznal aj vtáky po hlasoch a nejedného z nich vedel napodobniť. Doma mu hovorili čuvík, tak na Dubovej hovorili kuvikom. Bolo ich dvanásť detí a tuším každý z nich mal nejakú prezývku. [...] a tento chlapec nám čítal Puškina, Jesenina, ale niekedy nám čítal aj básne, ktoré sám napísal. Najviac sa mi páčila o tej vrbe: Vrba krivá / vždy sa díva / Do vody // Žlté vlasy / namáča si / Do vody // Včera na ňu ktosi liezol / zohla sa mu / ten sa zviezol / Do vody. [...] A možno som sa aj ja zamilovala...“ (Šikulová, 2011, s. 242).

Rozsiahly priestor venovaný otcovi v celej tvorbe si čitateľ môže, samozrejme, interpretovať rôzne, no najlogickejším je, že dôvod tohto tematického množstva vyvstal z pocitu smútku z otcovej straty. V tejto súvislosti Rakús uvádza, že dramatická či zložitá situácia, ktorej dopad na hlavných protagonistov bol značný, by mala mať v literatúre svoje logické pokračovanie a zároveň sa jej tematické stvárňovanie v určitom zmysle viaže na isté limity. Pod limitmi či obmedzeniami rozumie perцепčné schopnosti čitateľa, ktorý nedokáže byť pod vplyvom zložitej situácie dlhú dobu „dojatý“ a zároveň, ak sa raz v literatúre ťažká situácia stvární a začne sa motivicky prehlbovať, logickým by bolo jej tematické uzavretie (Rakús, 1995). Šikulovej tvorbe dominuje tematická presýtenosť tohto motívu a môže sa zdať, že efekt, ktorý chce autorka neustálymi spomienkami na otca vyvolať, nadobúda opačný význam. Ak totiž dochádza k takejto tematickej presýtenosti konkrétneho motívu, dramatická či zložitá situácia stráca postupne svoje opodstatnenie a jej efekt sa zoslabuje (Rakús, 1995). Na druhej strane však stojí Hodrovej konštatovanie, ktoré poukazuje na to, že existencia vracajúcich sa motívov posilňuje: „... koherenci textu a zároveň také jakousi proudnost díla. Podstatné prítom je, že motiv nikdy nezúštváva tíž [...] v novém kontextu, být jeho slovní podoba zúštváva táž, je vlastně proměněn, dostává nový význam“ (Hodrová, 2001, s. 735). Nie je naším zámerom jednoznačne hodnotiť, či konkrétna motivická presýtenosť uberá skutočne estetické hodnoty Šikulovej textov. No ten, kto túto autorku čitateľsky zažil, vie, že tematizovanie rodinného života sa Šikulová pokúša stvárňovať v istej hĺbke, čo samo o sebe predpokladá cyklické opakovanie konkrétnych motívov.

Autorka vydala v roku 2012 zbierku fragmentárnych próz *Diera do svetra*, ktorou tematicky i žánrovo nadviazala na svoj debut *Odtiene* (1997) a neskôr *Mesačnú dúhu* (2002). Analyzujúc uvedenú zbierku v kontexte opisovaného motívu, možno pozorovať, že Šikulová neupúšťa od svojej „večnej témy“, no sčasti sa (priestorovo i tematicky) snaží motív minimalizovať. V próze s názvom *Obrázok*, ktorá úvodným obsahom ani len nenaznačuje motivickosť otca: „Pri fontáne Di Trevi večer opaľujú chlapi dievčatá, akoby pumpovali bicyklové duše... Opierajú sa všelijaké hlavy o všelijaké plecica a voda, aká je zelená...“ (Šikulová, 2012, s. 112), nečakane odsekom autorka segmentuje text a vypovie: „Môj otec spí a niekedy to bolí... A v noci sa má spať a nie sa túlať, hovorí Miky Kováč... /A v noci sa má ľubiť a nie spať,/a v noci sa má túliť a nie spať,/a v noci sa má modliť a nie spať,/a Bože svitá, vráť sa späť, spať a spať a spať.../“ (Šikulová, 2012, s. 112). Domnievame sa, že autorka si

túto tematickú presýtenosť motívu (ne)prítomnosti otca vo vlastných textoch, pravdepodobne, uvedomuje, a preto sa ju postupne snaží minimalizovať.

Literatúra

- BACHELARD, Gaston. 2009. *Poetika priestoru*. Praha : Malvern, 2009. 245 s. ISBN 978-80-86702-63-2
- ČÚZY, Ladislav. 1999. Z rodinného kruhu (V. Šikulová: Z obloka). In: *Slovo*, roč. 1, 1999, č. 34, s. 6. ISSN 1335-468X
- DRUGDOVÁ, Ilda. 1997. Správne korenie. (V. Šikulová: Odtiene). In: *Slovenské pohľady*, roč. 4 + 113, 1997, č. 9, s. 113 – 114. ISSN 1335-7786
- HODROVÁ, Daniela. a kol. 2001. *...na okraji chaosu... / Poetika literárneho diela 20. storočia*. Praha : Torst, 2001, 866 s. ISBN 80-7215-140-1
- JASLOVSKÝ, Michal. 2010. *Modra Vinca Šikulu* [online] 2010. [cit. 2013-03-08]. Dostupné na: <<http://kultura.sme.sk/c/5514579/miesta-literatury-modra-vincenta-sikulu.html>>
- KRČMÉRYOVÁ, Eleonóra. 2008. *Poznámky k prozaickej (de)generácii*. Bratislava : Stimul, 2008. 127 s. ISBN 978-80-89236-34-3
- LACOVÁ, Katarína. 2012. *Veronika Šikulová – Domček jedným ťahom*. [online] 2013. [cit. 2013-03-09]. Dostupné na: <<http://book.review.sk/recenzie/domcek-jednym-tahom>>
- PASTIER, Oleg. 2008. Clivá cverna za zelenou bránou. Rozhovor Olega Pastiera so spisovateľkou Veronikou Šikulovou. In: *Fragment*, roč. XXII, 2008, č. 3 – 4, s. 67 – 74. ISSN 1803-7895
- PODRACKÁ, Dana. 1997. Som osika, som kaňa. In: *Literárny týždenník*, roč. 10, 1997, č. 16, s. 6. ISSN 0862-5999
- PODRACKÁ, Dana. 2010. Veronika Šikulová: Domček jedným ťahom. In: *Knižná revue*, roč. XX, 2010, s. 1. ISSN 1210-1982
- RAKÚS, Stanislav. 1995. *Poetika prozaického textu*. Bratislava : Slovenský spisovateľ, 1995. 118 s. ISBN 80-220-0652-1
- SOUČKOVÁ, Marta. 2009. *P(r)ózy po roku 1989*. Bratislava : ARS POETICA, 2009. 418 s. ISBN 978-80-89283-28-6
- ŠIKULOVÁ, Veronika. 1997. *Odtiene*. Bratislava : Slovenský spisovateľ, 1997. 94 s. ISBN 80-220-0761-7
- ŠIKULOVÁ, Veronika. 1999. *Z obloka*. Bratislava : Slovenský spisovateľ, 1999. 166 s. ISBN 80-220-0983-0
- ŠIKULOVÁ, Veronika. 2002. *Mesačná dúha*. Bratislava : Slovenský spisovateľ. 2002, 95 s. ISBN 80-220-1186-X
- ŠIKULOVÁ, Veronika. 2009. *Domček jedným ťahom*. Bratislava : Slovart, 2009. 165 s. ISBN 978-80-8085-873-5
- ŠIKULOVÁ, Veronika. 2011. *Miesta v sieti*. Bratislava : Slovart, 2011. 333 s. ISBN 978-80-556-0271-4
- ŠIKULOVÁ, Veronika. 2012. *Diera do svetra*. Bratislava : Slovart, 2012. 126 s. ISBN 978-80-556-0674-3

Text pochádza z nepublikovanej záverečnej diplomovej práce *Poetika próz Veroniky Šikulovej (Z obloka, Domček jedným ťahom, Miesta v sieti)* KSLLV FF UMB v Banskej Bystrici 2013.

Summary

On the basis of analysis and interpretation of Veronika Šikulová's prosaic authorship, the attention in the study is concentrated on the motif of absence of the father. Šikulová works with this motif in original way (in sequence to her former authorship). We can see some steady features in her author's handwriting through the depicting of this motif. From these features, the most frequent are sensual perception of the reality and the using of the imagery (conspicuous symbolism) of the tongue. Sovereignty of the person of father in Šikulová's texts is manifesting also because of the consistent work of the author with the literary space. The study primary comes out mainly from the titles *Domček jedným ťahom* (2009) and *Miesta v sieti* (2011), but she also takes into consideration author's works *Odtiene* (1997), *Z obloka* (1999), *Mesačná dúha* (2002) and *Diera do svetra* (2012).

Secondary, the study is grounded on the literary theoretical publication of Stanislav Rakús called *Poetika prozaického textu* (1995).

SÚČASNÁ LITERATÚRA A MŔTVA POSTMODERNA CONTEMPORARY LITERATURE AND DEAD POSTMODERNISM

Róbert Špoták

Ústav literárnej a umeleckej komunikácie FF UKF v Nitre

2.1.6 estetika, 3. rok štúdia, denná forma štúdia

rspotak@gmail.com

Školiteľ: **prof. PhDr. Ľubomír Plesník, DrSc. (lplesnik@ukf.sk)**

Kľúčové slová

súčasnosť, postmoderna, román, teória

Key words

the present, postmodernism, novel, theory

„Ide o toto: nikdy sa neusiloval pochopiť, čím svet bol, vždy to, čím sa svet stával. Chcem povedať: to, čo ho na prítomnosti fascinovalo, boli znaky mutácií, ktoré danú prítomnosť rozkladali. To boli premeny, ktoré ho priťahovali: o chvíle, keď svet oddychoval, nestál.“

Alessandro Baricco: *Barbari*

Postmoderna je pravdepodobne v súčasnosti jedno z najpoužívanejších slov v humanitných vedách na Slovensku. V uvažovaní humanistiky ho nemožno obísť, nedá sa mu vyhnúť nijakým spôsobom. Zdá sa, akoby to bolo zaklínadlo, formulka, ktorou môžeme reagovať na čokoľvek. Všetko je možné označiť za prejav postmodernity v nezlomnej viere, že máme pravdu, že sa predsa nemôžeme myliť. Označenie postmoderna sa pre nás stalo samozrejmom súčasťou jazyka a nášho bežného života, niečím, čo tu už akosi predbežne je, čomu už predbežne rozumieme, ale čoho plné porozumenie nám možno práve preto uniká (v podobnom zmysle ako M. Heidegger hovorí o bytí, ktorému nemôžeme plne rozumieť práve pre jeho predprítomnosť).

Teória spracovala také množstvo disparátnych charakteristík postmodernity, že je skutočne možné čokoľvek označiť za prejav postmodernity a oprieť svoje tvrdenie o textové authority. Napokon, akékoľvek tvrdenie sa môže oprieť o *anything goes* (všetko sa hodí) P. K. Feyerabenda.

Smrť postmodernity

Pri interpretácii románov súčasného francúzskeho spisovateľa Michela Houellebecqa, ktorými sa zaoberáme už niekoľko rokov (1), sme spočiatku, samozrejme, usudzovali, že ide o postmoderné diela. Zistili sme však, že táto charakteristika nám nestačí, že je príliš všeobecná a široká a v konečnom dôsledku o diele nič nehovoriaca. Jeho romány síce vykazujú znaky postmodernity (ako napríklad cynizmus, irónia), ale sa nevyčerpávajú v postmoderných znakoch, nejde o diela typicky postmoderné ako, povedzme, Ecove, Lodgeove či Vonnegutove. Práve naopak, prevládajú v nich charakteristiky, ktoré vôbec postmoderné nie sú.

Zistili sme, že túto nevyriešenú otázku nie je možné obísť, preto sme na základe poznania Houellebecqových románov sformulovali hypotézu, že *súčasná literatúra už nie je postmoderná, súčasné umenie už nie je postmoderné, postmoderna nie je súčasnosť*. Po preštudovaní vhodnej literatúry sme však zistili, že nejde o žiadne prevratné zistenia. Už viac ako desať rokov sa totiž vo svete hovorí o tom, že postmoderna je za nami a v tomto názore panuje vzácny konsenzus. Živá diskusia prebieha o tom, čo postmodernu nahradilo, respektíve nahrádza. V našom záujme je preto predstaviť niekoľko názorov, ktoré sú v tejto diskusii relevantné.

Kam z postmoderny

Alan Kirby publikoval v roku 2006 v časopise *Philosophy Now* esej, v ktorej píše o konci postmoderny a o tom, čo ju strieda. Hovorí o pseudo-modernizme, neskôr termín transformuje na digimodernizmus a v roku 2009 vydáva rovnomennú monografiu. V eseji z roku 2006 uvádza viacero „dôkazov“ smrti postmoderny. Píše, že keď sa pozrieme na výber postmoderných textov, ktoré sa v štúdiu literatúry uvádzajú ako typické, zástupné, väčšina z nich bola napísaná pred narodením súčasných študentov. Sú to texty, ktoré vznikli v čase, keď bol svet úplne iný, a tým, čo je zásadne iné, je vplyv technológií na život človeka. A. Kirby vychádza z toho, že používanie internetu a vyspelých technológií, ako sú smartfóny, tablety a podobne, zmenilo spôsob vytvárania a recipovania textu, ba dokonca samotnú podstatu textu. V súčasnosti sa dôraz kladie na participatívnosť, aktívne zasahovanie recipienta do vytvárania textu, čoho dôkazom sú podľa Kirbyho blogy, interaktívne televízne programy ako reality show, ako aj digitalizácia mainstreamovej kinematografie, kde množstvo a intenzita efektov a formálna dokonalosť idú na úkor výpovede – obsahových kvalít. A. Kirby tiež uvažuje, že participácia diváka na vytváraní textu vždy existovala (aj v televízii, aj predtým v divadle, hudbe atď.; podobne ako metafikcia existovala vždy, ale nikdy nebola taká uprednostňovaná ako v postmoderne), ale teraz sa tento spôsob existencie textu posunul do kultúrneho centra. Ak predtým išlo o možnosť, teraz ide o nutnosť.

Participácia a rozhodovanie recipienta (aj keď v tomto prípade je vhodnejší výraz spotrebiteľ) je v skutočnosti len ilúzia a Kirby si to sčasti uvedomuje. Tu sa dostávame k markantným odlišnostiam, ktoré nastali medzi súčasnosťou a postmodernou:

„Kde Lyotard videl zánik Veľkých Príbehov, pseudo-modernizmus vidí ideológiu globalizovanej trhovej ekonomiky, ktorá narástla, ako musí každý akademik nesúhlasne rozpoznať, na úroveň výhradného a zdrvujúceho – monopolného, všetko zachvacujúceho, všetko vysvetľujúceho, všetko štrukturujúceho – regulátora celej spoločenskej aktivity. Samozrejme, že pseudo-modernizmus je konzumný a konformistický, je záležitosťou pohybu po svete, zatiaľ čo ten je darovaný alebo predaný“ (Kirby, 2006, s. 5) (2).

A. Kirby teda vidí hlavný rozdiel oproti postmoderne, respektíve príčinu zániku postmoderny v rozmachu technológií, ktoré zásadným spôsobom ovplyvňujú náš život. Zároveň naznačuje aj iný pohľad – práve v predchádzajúcom citáte –, že v súčasnosti je faktickým vládcom nad svetom trhovú ekonomiku. A tu sa dostávame k ďalšiemu hlásateľovi konca postmoderny. Jeffrey T. Nealon vo svojej monografii s názvom *Post-postmodernism or, the Cultural Logic of Just-in-Time Capitalism (Post-postmoderna alebo kultúrna logika Just-in-Time (3) kapitalizmu, 2012)* nadväzuje na jeden zo základných textov postmoderny – *Postmodernism: The Cultural Logic of Late Capitalism (Postmoderna: Kultúrna logika neskorého kapitalizmu, 1991)* amerického kritika a politológa Fredrica Jamesona.

Nealon vo svojej knihe tematizuje viacero symptómov, ktorými sa podľa neho vyznačuje prechod od postmoderny k post-postmoderne. Jeho uvažovanie je do veľkej miery postavené na vzťahoch kultúry, umenia a ekonomiky. V súvislosti so súčasnosťou hovorí o intenzifikácii, ktorú uvádza na príklade veľkého biznisu. Pokiaľ v období postfordizmu sa dôraz presunul z výroby a pozvoľného rastu na služby a snahu získať čo najväčší kapitál, tak v súčasnosti nejde o nič iné, len o zintenzívnenie toho istého. Stelesnením tejto intenzifikácie je Las Vegas, kde je všetko ešte intenzívnejšie, ešte bohatšie, ešte väčšie, ešte žiarivejšie. Predaj, služby aj mainstreamová kultúra sa riadi, ako zdôrazňuje Nealon, heslom: „Čo môžeš ponúknuť tomu, kto má všetko? Viac toho istého.“ Intenzifikácia súvisí s ďalšou kľúčovou vlastnosťou – zmenou v prístupe ku komoditám, čo Nealon vysvetľuje na príklade klasického rocku a jeho schopnosťou prežiť svoju dobu, čo je veľmi zvláštne vo svete, kde majú komodity čoraz kratší život. Analýzou tohto javu sa dostáva k zisteniu, že človek sa na rozdiel od predchádzajúceho obdobia definuje voči ostatnému, väčšinovému svetu nie odmietaním konzumu, ale individualizáciou prostredníctvom kupovania vybraných komodít – človek sa definuje cez komodity, ktoré nakupuje. V súčasnosti, na rozdiel od postmoderny, sa má človek produkovať sám prostredníctvom konzumovania, nákupu komodít. Súvisí to aj s tvrdením Alana Kirbyho, že technológie vytvorili autora z každého, každý sa podieľa na výrobe, produkovani, a teda aj na komodifikácii.

„Čo sa najradikálnejšie zmenilo v celku kultúry je samotný status autenticity, respektíve vzťah medzi spotrebou a autenticitou. V nie tak dávnej minulosti (aj v minulosti klasického rocku, ak sa dá veriť piesňam ako Satisfaction alebo Stairway to Heaven) bol vzťah medzi spotrebou komodít a osobnou autenticitou otvorene antagonistický: čím viac spotrebúvaš, tým viac si ako všetci ostatní, tým menej si autentický, a to najmä preto, že súbežne s produktmi kupuješ zväzujúce spoločenské normy (ako je to ironicky povedané/vyjadrené v Satisfaction – „on nemôže byť muž, pretože nekupuje / tie isté cigarety ako ja“). V ostatných dvadsiatich alebo tridsiatich rokoch však bola spotreba komodít predstavená v lepšom svetle ako súčasť individuácie a subverzie, v dôsledku čoho sa určitý štýl konzumu stal ľahkou a rýchlou cestou k autenticite“ (Nealon, 2012, s. 56) (4).

J. T. Nealon sa radikálnejšie vyjadruje aj k literárnej teórii, kde najskôr hovorí o dekonštrukcii ako metóde, ktorá už v súčasnosti nemá opodstatnenie, pretože vznikala ako reakcia na opresívny charakter tradičného štátu a prekonanie binárnych opozícií a logocentizmu, na ktorom bol založený. V súčasnosti je dekonštrukcia ako teória nepotrebná, pretože nemá proti čomu bojovať – celý globálny kapitalizmus prijal za svoj *modus operandi* práve dekonštrukciu, ktorá neustále prebieha. Nie je to akademická disciplína, ale bežná prax v súčasnosti, neustála transformácia, premena, nahrádzanie, preformulovanie. Oproti tomuto, takpovediac vonkajšiemu celospoločenskému pohľadu, potom ponúka aj pohľad dovnútra teórie. Najmä v kapitole o interpretácii autor uvažuje o konci éry „Veľkej teórie“ (5), o jej výraznom príklone k interpretácii a o posadnutosti významom, respektíve jeho nemožnosťou, neprístupnosťou. Po rokoch súperenia rôznych teórií o prístup k významu sa k slovu dostávajú iné pohľady. Uvádza viaceré príklady takéhoto „nového“ myslenia, z ktorých najpresvedčivejší je Alain Badiou vo svojej knihe *Manifesto for Philosophy (Manifest pre filozofiu, 1999)*. A. Badiou píše o tom, že filozofia sa pod vplyvom obratu k jazyku začala príliš podobáť na literárnu interpretáciu. A. Badiou preto navrhuje odklon od tejto tendencie, ktorý sa, ako píše J. Nealon, už deje aj medzi literárnymi vedcami. Je potrebné zdôrazniť, že interpretáciu J. Nealon chápe zúžene len ako hľadanie (respektíve v postmoderne skôr miznutie, skrývanie a unikanie) významu (6). Jeffrey Nealon je veľmi skeptický voči súčasnosti, píše o „preváraní“ toho minulého, o intenzifikácii a absolútnom a drvivom víťazstve kapitalizmu, ktorého princípy sa dostali do všetkých oblastí života. Uvažuje o konci teórie, o odvrátení pozornosti od významu a opätovnom návrate historického, sociologického či politického kontextu do uvažovania o literatúre (v ostatných umeniach podľa Nealona nikdy nebol dôraz na význam taký silný).

Pomerne odlišný pohľad reprezentuje dvojica mladých autorov z Holandska Timotheus Vermeulen a Robin van den Akker v článku *Notes on Metamodernism (Poznámky k metamoderne)* uverejnenom v časopise *Journal of Aesthetics & Culture* v roku 2010. Autori vychádzajú z toho, že niečo sa predsa len deje aj po proklamovanom konci histórie a konci umenia. Píšu o odklone od postmodernity, pretože súčasné kultúrne produkty od architektúry, cez politiku až po umenie sa už nedajú celkom dobre charakterizovať ako postmoderné. Píšu tiež o zániku postmodernity, ale nezdržiavajú sa obhajovaním tohto postoja; skôr ho vnímajú ako samozrejmosť, ako vec jasnú a potvrdenú viacerými teoretikmi (odkazujú aj na tých, ktorých sme spomínali v predchádzajúcich odsekoch). Skôr sa sústreďujú na vznik a vzostup novej moderny, ktorá je odlišná od tej predchádzajúcej, pretože je takpovediac „poučená“ postmodernou: „... táto moderna je charakterizovaná osciláciou medzi typicky modernou oddanosťou a výrazne postmoderným odstupom“ (Vermeulen – van den Akker, 2010, s. 2) (7).

Kultúra upúšťa od postmoderných postupov, ale nie celkom. Nejde o tvorbu podobnú moderne, ale osciluje medzi moderným entuziazmom a postmodernou iróniou, medzi nádejou a melanchóliou, medzi naivitou a poučenosťou, empatiou a apatiou, jednotou a pluralitou, totalitou a fragmentáciou, priezračnosťou a nejednoznačnosťou. Vermeulen a van den Akker označujú súčasnosť ako metamodernitu, nie však ako nejakú nadstavbu v zmysle metatextu. Vychádzajú z gréckeho termínu *metaxis* (*μεταξύ*), ktorý v preklade znamená „medzi“ a objavuje sa u Platóna ako charakteristika pozície človeka, ktorý sa vždy nachádza medzi dvoma pólmi. Vermeulen a van den Akker neodkazujú na celú tradíciu výkladu pojmu *metaxis*, ale ide im len o poukázanie na charakter metamodernity, ktorá je akoby pnutím medzi modernou túžbou po zmysle a postmoderným pochybovaním o zmysle vôbec.

Následne uvádzajú príklady, kde môžeme metamodernu nájsť, v akých rôznych štýloch, koexistujúcich vedľa seba (ako to bolo aj v moderne a postmoderne) sa manifestuje. Spomínajú napríklad performatizmus (8) vo výtvarnom umení, ale najdôležitejší sa im zdá neoromantizmus. Autori identifikujú romantické tendencie v súčasnom umení naprieč druhmi a žánrami. Metamoderna, podobne ako romantizmus, osciluje medzi dvoma pólmi; ale tu analógia nekončí. Čo majú všetky uvádzané prejavy spoločné, je ich používanie trópop mysticizmu, odcudzenia a najmä umeleckých prostriedkov a postupov, ktoré nie sú úplne ideálne pre to, čo chcú vyjadriť, respektíve diela nie sú dokonalým vyjadrením idey. Umelci metamoderny lavirujú medzi ideou a jej vyjadrením, medzi neuskutočniteľnosťou a uskutočnením. Snažia sa o ideál (moderny), ale zostávajú len pri snahe, pretože vedia (poučení postmodernou), že ideál je nedosiahnuteľný. Mohli by sme argumentovať tým, že aj postmoderna má v sebe nejednoznačnosť, ale Vermeulen a van den Akker uvádzajú, že ide o iný prípad – zatiaľ čo postmoderná nejednoznačnosť je na osi „ani jedno – ani druhé“, tu ide o nejednoznačnosť v zmysle „obidve – ani jedno“. Metamoderna aj postmoderna sa obracajú k irónii, pluralizmu a dekonštrukcii, ale odlišne. V metamoderne sa irónia viaže svojou podstatou k túžbe, kým v postmoderne sa viaže k apatii. Zatiaľ čo postmoderna dekonštruovala naše predpoklady, metamoderna ich skôr presmerúva alebo dokonca zvýrazňuje, posilňuje.

Umelci, ktorí sa teraz snažia obrátiť pozornosť k romantickému, to nerobia ako paródiu ani z nostalgie. Pozerajú späť s cieľom opätovne si uvedomiť budúcnosť, ktorá je stratená z dohľadu, a otvárať nové cesty, nové polia v mieste tých starých.

Vermeulen a van den Akker uzatvárajú svoju štúdiu snahou o opätovné definovanie metamoderny oproti moderne a postmoderne. Metamodernu charakterizujú ako atopické *metaxis* v opozícii k modernistickej utopickej syntaxi a postmodernistickej dystopickej parataxe. Moderna podľa nich preferovala časové usporiadanie, postmoderna priestorový chaos, zmätok a metamoderna by mala byť chápaná ako časopriestor, ktorý „je aj“ alebo „nie je ani“ usporiadaný, ani neusporiadaný (ako v rozprávke – ani nahá, ani oblečená). Pretože cieľom metamoderného človeka je sledovať neustále miznúci a strácajúci sa horizont.

Pri týchto autoroch sme nateraz svoje bádanie pozastavili, pretože nám to k tomu, čo potrebujeme pomenovať, stačí. Samozrejme, existujú aj ďalšie teórie o súčasnom vývoji – altermoderna (9), hypermoderna Gillesa Lipovetského, tekutá moderna Zygmunta Baumana (10), ale všetky sú viac-menej variáciou toho istého. V našom prostredí jediný (aspoň podľa našich vedomostí), kto reflektuje problematiku konca postmodernity, je český filozof Michael Hauser. Vo svojej monografii s názvom *Cesty z postmodernismu* (2012) píše o súčasnom stave kultúry a pokúša sa hľadať cesty, ktorými by sa mohla kultúra vydať z posledného štádia postmodernity. Pracuje s podobnými východiskami ako predchádzajúci autori (liberálna demokracia, trh, vzdelanosť, moderna verus postmoderna) a súčasnú situáciu pomenúva situáciou prechodu:

„... vnitřní rozštěpení pojmů sloužících k pojmenování dnešní situace se dá považovat za svědectví toho, že sama tato situace je rozštěpená a neurčitá. Neurčitost je její součástí a nelze ji odstranit. Je to neurčitost, která se týká její substance, odpovědi na otázku, co je to, co je kolem nás. Tato dějinná neurčitost se objevila vždy, když se stabilizované ekonomické, sociální a politické struktury dostali do zvláštní fáze, v níž jde sice stále o tytéž struktury, ale ty se přitom proměňují. Zachovávají si svou totožnost a zároveň ji ztrácejí. Tento stav se dá označit jako stav mezi-bytí, stav mezi dvěma ustálenými situacemi nebo dvěma určitými formami bytí. Naše situace již není postmoderní nebo liberálněkapitalistická, je to situace přechodu“ (Hauser, 2012, s. 16).

Odklon od postmodernity v románoch Michela Houellebecqa

Vo Francúzovych dielach sa dajú spozorovať viaceré z charakteristík a symptómov smrti postmodernity a prechodu k niečomu inému, o ktorých uvažujú už spomínaní autori.

Prvým zo symptómov, o ktorom hovorí Alan Kirby aj Jeffrey Nealon, je faktické ovládnutie sveta trhovou ekonomikou bez relevantných alternatív. V debute *Rozšírenie bojového poľa* (*Extension du domaine de la lutte*, 1994; česky 2004) Houellebecq prichádza s ideou, ktorú bude v ďalších dielach rozvíjať, a to, že všetky vzťahy v spoločnosti sú v súčasnosti budované na ekonomickom základe. Jeffrey Nealon píše o intenzifikácii v kapitalizme, ktorý sa nachádza vo fáze, kedy už nie je

možné hľadať nové geografické trhy. Houellebecq navrhuje otváranie nových trhov nie na geografickej báze – dej románu sa rozvíja okolo komodifikácie, ekonomizácie lásky a medziľudských vzťahov, čo môžeme interpretovať ako metaforu ekonomizácie všetkých oblastí ľudského života. V románe *Platforma* (*Plateforme*, 2001; česky 2008) autor prehľbuje svoj náhľad a naplno uplatňuje novú paradigmu. V texte tematizuje fenomén sexuálnej turistiky, ktorá je jednou cestovnou kanceláriou povýšená na hlavný turistický cieľ. Tento krok je motivovaný poznaním, že ide o segment ponúkajúci ideálnu výmennú situáciu:

„... na jednej strane máš milióny západákov, čo majú všetko, akorát nemôžu dosáhnout sexuálneho uspokojení: hľadajú, neustále hľadajú, jenže nic nenacházejí a jsou nešťastní až do morku kostí. Na druhé straně máš milióny lidí, kteří nemají nic, umírají hlady, dožívají se nízkého věku, žijí v podmínkách škodlivých zdraví a nemají na prodej nic jiného než svá těla a nenarušenou sexualitu. To se snadno, opravdu snadno chápe: ideální směnná situace. Prachy, které z toho koukají, jsou skoro nepředstavitelné: kam se hrabe informatika, biotechnologie nebo mediální průmysl; nedá se s tím srovnat žádný ekonomický sektor“ (Houellebecq, 2008, s. 194 – 195).

Evolučná zmena v románe *Možnosť ostrova* (*La Possibilité d'une île*, 2005; česky 2007), krajná intenzifikácia ľudského života, je prístupná úzkemu kruhu veľmi bohatých ľudí. Jeffrey Nealon píše o intenzifikácii kapitalizmu, ktorú uvádza na príklade Las Vegas, no jeho teória funkčne korešponduje aj s Houellebecqovými dielami.

Ďalší z motívov, ktorý sa vinie celou Houellebecqovou tvorbou, je kritika étosu šesťdesiatych rokov. Je to širší problém, ktorému je potrebné venovať sa z viacerých perspektív. Tu sa dotkneme len jednej, priamo súvisiacej s teóriou Jeffreyho Nealona. Na príklade rockovej hudby prichádza k poznaniu, že v súčasnosti sa ľudia neidentifikujú v protiklade s komoditami, ale prostredníctvom nich. Ide o generáciu vyrastajúcu v šesťdesiatych rokoch, a preto je podľa neho klasická rocková hudba neustále populárna i navzdory stále sa skracujúcej dobe životnosti komodít. Evokuje a sprítomňuje práve étos a mytológiu šesťdesiatych rokov ako čohosi výnimočného, dokonca aj pre ľudí, ktorí toto obdobie nezažili.

Houellebecq sa fenoménu šesťdesiatych rokov venuje najmä z pohľadu kritiky liberalizácie spoločnosti, ktorá súvisí s absolutizáciou požiadavky nadradenosti mladosti a krásy, vytvorením kultu tela a fyzickej príťažlivosti. Hovorí o tom, že ako prví doplácajú na tento vývoj práve tí, ktorí ho presadili. Uvedený motív autor naznačuje už v debute a rozpracúva ho najmä v románoch *Elementárne častice* (*Les particules élémentaires*, 1998; česky 2007) a *Možnosť ostrova*:

„Di Meola umřel čtrnáct dní po mém příjezdu; měl všude rozlezlou rakovinu a vypadal, že ho už nic moc nezajímá. Přesto se pokusil mě svést, ...; ale nenaléhal, myslím, že už začínal tělesně trpět. Už dvacet let hrál divadlo a o starém mudrci, duchovním zasvěcování atd., aby si narazil mladice. Je třeba uznat, že svou postavu sehrál až do konce. Čtrnáct dní po mém příjezdu si vzal jed, nějaký hodně mírný, který působil celé hodiny; potom svolal všechny právě přítomné návštěvníky a každému věnoval pár minut, trochu ve stylu ‚Sokratova smrt‘, chápeš. Kromě toho mluvil o Platonovi, ale i o Upanišadách, Lao-c‘, zkrátka obvyklej cirkus. [...] V jeho očích jsem neviděla žádnou duchovní zasvěcenost, žádnou moudrost; byl v nich jen strach“ (Houellebecq, 2007a, s. 191).

„Už asi deset minut jsem jim strašně chtěl říct, že bych se i já chtěl do tohohle světa dostat, propařit se s nimi do hlubin noci; skoro jsem je začal prosit, aby mě přibrali. Pak jsem náhodou zahlédl odraz svého obličej v zrcadle, a pochopil jsem. Bylo mi dávno čtyřicet; ksicht jsem měl ustaraný, strohý, poznamenaný životními zkušenostmi, zodpovědností, zármutky; rozhodně jsem nevypadal jako někdo, kdo by se mohl bavit; byl jsem odepsaný“ (Houellebecq, 2007b, s. 225).

V oboch románoch je tematizovaná túžba človeka po nesmrteľnosti, respektíve po odstránení procesu starnutia, ktorá je intenzifikovaná práve spomínaným vývojom v dvadsiatom storočí. Zmeny, ktoré priniesli šesťdesiate roky, urýchľujú výskum a vývoj v tejto oblasti.

Najväčšou inšpiráciou pre našu interpretáciu však bol text dvoch mladých teoretikov, ktorý sme uvádzali ako posledný. Houellebecqovo písanie totiž nie je zásadne nové alebo úplne odlišné od postmoderných textov. V jeho dielach môžeme identifikovať rovnako postmoderné postupy (ako cynizmus, ironia, skepsa, hyperbola, odcudzenosť, koniec dejín), ako aj môžeme nájsť aj novátorské prvky, ktoré nemožno k postmoderne zaradiť. Ide práve o pravdivosť, o naliehavosť, o túžbu po ideáli, napriek tomu, že vieme, že je nedosiahnuteľný. Pravdivosť v tom, že protagonista túži po

dobrom, naplnenom a „mäsitom“, plnokrvnom živote, ale dostáva sa mu len toho neduživého akože-života. Nerobí si z toho posmech, neuronizuje to, pravdivo trpí, hľadá východisko, vie, že nie je prvý ani nijako originálny, ale toto je to, o čo sa snaží, v tom je tá úprimnosť, v tom je to vzkriesenie romantizmu, o ktorom hovoria Vermeulen a van den Akker, a ktorý je z Houellebecqovho písania citeľný. V uvedomovaní si ideálu, ktorý hrdina nepozná, nevie, ako ho dosiahnuť, ale chce ho. Tu je aj miesto pre vízie budúcnosti, ktoré sú prítomné v románoch *Možnosť ostrova* a *Elementárne častice*, kde budúcnosť, resp. to, čo si ľudia od nej sľubovali, zostáva nenaplnené: „Už jsem věděl, že nikdo z neolidí nesvede najít řešení základní aporie; kdo se o to pokoušel, pokud tací vůbec byli, jsou nejspíše dávno po smrti“ (Houellebecq, 2007b, s. 340). K tomu, čo je u Houellebecqa označované ako bolestínske, nešťastné, bezvýchodiskové, nihilistické (11), nedospelé (viacerí teoretici označujú jeho písanie ako teenagerské náreky (12)), sa dá pristúpiť aj inak. Táto nevypelenosť, autobiografickosť, možno dokonca povedať až neumeleckosť, nevyumelkovanosť je možno práve zámer – podobne ako u výtvarníkov pracujúcich s nie celkom adekvátnymi prostriedkami, o ktorých píše Vermeulen a van den Akker.

U Houellebecqa nachádzame (v románoch *Elementárne častice* a *Možnosť ostrova*) aj *science fiction* motív prekročenia ľudskej existencie. Ťažko by bolo ale možné hovoriť o ňom ako len o postmodernej snahe o ozvláštnenie tzv. vysokej literatúry prvkami tzv. nízkeho žánru. U Houellebecqa nie je totiž *science fiction* odkazom na žáner sci-fi, motív je integrálnou súčasťou koncepcie diela, ignorujúc žánrové rozdiely, je použitý bez irónie, bez „žmurkania“ na insidera, len ako vyjadrenie naliehavej túžby po zmene, po inom. Myslíme si, že dôležitejšie ako to, že záver príbehu sa odohráva v budúcnosti, je to, že ide o veľký príbeh Európy, respektíve celej západnej kultúry. Bez ironizovania, bez hry, bez podvracania, ale naopak s pátosom – román *Platforma* končí tragickou smrťou Európana túžiaceho po zmene, *Elementárne častice* monumentálnou oslavou vedeckého pokroku, ktorý prináša nové zajtrajšky, *Možnosť ostrova* patetickým zneistením budúcnosti.

Záver – zlyhanie projektu postmodernity

Na začiatku sme vyslovili hypotézu, motivovanú empirickou čitateľskou skúsenosťou s románmi Michela Houellebecqa, že postmoderna (nech už v akýchkoľvek významových kontextoch a nuansách) je záležitosťou minulosti. Prostredníctvom analýzy textov viacerých teoretikov sme sa snažili vyjasniť kontúry toho, čo nazývame súčasnosťou, najsť iné pomenovania súčasnej umeleckej tvorby. Zistili sme, že v Houellebecqových dielach sa ukazujú aj témy, ktorými sa zaoberajú teoretici pri argumentácii o konci postmodernity. Sú to diela, ktoré sú štýlovo aj tematicky čiastočne ešte ukotvené v postmoderne, ale už predznamenávajúce niečo nové (13). U Houellebecqa je dôležitejšie to, čo dielo vypovedá, nie to, ako to robí. Rovnako je u neho citeľná rezignácia na modernistické a postmodernistické experimenty a môžeme uvažovať skôr o návrate k podstate písania – reflexii sveta, v ktorom žijeme (robí tak samozrejme postmodernou poučene). Naznačuje nielen to, že obdobie postmodernity je naozaj na svojom konci, ale aj skutočnosť, že, keby sme parafrázovali Lyotarda, projekt postmodernity zlyhal. Projekt postmodernity, v ktorom stratil význam Veľký naratív, v ktorom mantra liberalizácie predchla všetky oblasti ľudského života, ktorý stál na predstave trvalého ekonomického rastu, ktorého predstava konca dejín a konca umenia sa stala všeobecne prijímanou, sa ukázal byť ešte iluzórnejším ako projekt moderny spojený s inštitucionálnou kontrolou, všadeprítomným štátnym aparátom a fantáziou o jednote. Houellebecq popisuje našu situáciu, ktorá je situáciou prechodu (Hauser), prechodu od postmodernity k niečomu inému. Houellebecqova diagnostika a kritika západného spôsobu života je vlastne kritikou postmodernity (14) – nevydareného projektu postmodernity, na troskách ktorého vyrastá život. Naznačuje aj možné východiská z tejto situácie, v ktorých sa zaujímavo prepájajú dávne náboženské predstavy (najmä východných konceptov) s pokrokom modernej vedy, ktorá je vo svojich výsledkoch indiferentná k túžbam a potrebám ľudí.

Poznámky

- (1) Tvorbou M. Houellebecq sa sme začali zaoberať už v diplomovej práci a interpretácia jeho románov z rozličných hľadísk je aj témou našej pripravovanej dizertačnej práce.
- (2) „Where Lyotard saw the eclipse of Grand Narratives, pseudo-modernism sees the ideology of globalised market economics raised to the level of the sole and over-powering regulator of all social activity – monopolistic, all-engulfing, all-explaining, all-structuring, as every academic must disagreeably recognise. Pseudo-modernism is of course consumerist and conformist, a matter of moving around the world as it is given or sold“ (Kirby, 2006, s. 5).
- (3) *Just-in-Time* je ekonomický termín, ktorý sa nezvykne prekladať. Znamená taký prístup k výrobe, kde je všetko riadené aktuálnou potrebou. Vyrába sa len taký tovar a len také množstvo, ktoré je aktuálne potrebné.
- (4) „What’s changed most radically in culture at large is the very status of authenticity itself – or, more precisely, the relation between consumption and authenticity. In the not-so-recent past (even in the classic rock past, if songs like ‚Satisfaction‘ and ‚Stairway to Heaven‘ are to be believed), there was an outright antagonistic relation between commodity consumption and personal authenticity: the more you consume, the more you’re like everyone else, the less authentic you are, mostly because you’re simultaneously buying stifling social norms when you buy products (as ‚Satisfaction‘ ironically puts it, ‚he can’t be a man because he doesn’t smoke / the same cigarettes as me‘). In the past twenty or thirty years, however, the work of commodity consumption has been rebranded as part and parcel of the work of individuation and subversion, and thereby a certain style of consumption has become a royal road to authenticity“ (Nealon, 2012, s. 56).
- (5) O konci obdobia Veľkej teórie hovoria viacerí autori, medzi inými aj známy britský literárny teoretik Terry Eagleton v knihe *After Theory (Po teórii)*, 2004).
- (6) Nechceme tu zachádzať do podrobností, pretože to pre tento text nie je dôležité, ale kapitoly o interpretácii a literatúre z Nealonovej knihy by bolo vhodné v našom kontexte preložiť.
- (7) „... this modernism is characterized by the oscillation between a typically modern commitment and a markedly postmodern detachment“ (Vermeulen – van den Akker, 2010, s. 2).
- (8) „Eshelman popisuje performatizmus ako zámerný sebaklam vo viere v – alebo identifikovanie sa s – alebo riešenie niečoho navzdory tomu samému. Poukazuje napríklad na oživenie teizmu v umení a znovuobjavenie transparentnosti, pohybu a blízkosti v architektúre“ (Vermeulen – van den Akker, 2010, s. 6). „Eshelman describes performatism as the willful self-deceit to believe in – or identify with, or solve – something in spite of itself. He points, for example, to a revival of theism in the arts, and the reinvention of transparency, kinesic and impendency in architecture.“
- (9) „Altermodernismus lze definovat jako moment, od něhož pro nás začalo být možné vytvářet něco, co dává smysl z výchozí perspektivy určité heterochronie, neboli na základě představy lidské historie, jež sestává z plurality temporalit, představy opovrhující nostalgii po avantgardě a vlastně i po jakémkoliv jiné éře – pozitivní vize chaosu a spletitosti. Není to ani strnulý typ času ubírajícího se kupředu ve smyčkách (postmodernismus), ani lineární vize historie (modernismus), ale pozitivní zkušenost dezorientace prostřednictvím umělecké formy, která zkoumá veškeré dimenze přítomnosti a sleduje linie rozebíhající se do všech směrů času a prostoru. Z umělce se stává kulturní nomád: co zbývá z baudelaireovského modelu modernismu, je nepochybně tato *flânerie*, přetransformovaná do techniky na generování kreativity a získávání vědění“ (Bourriaud, 2011, s. 89 – 90).
- (10) Obaja autori problematiku rozvíjajú vo viacerých publikáciách; uvádzame ich v zozname literatúry.
- (11) „... celá Houellebecqova tvorba je o neustálych nenávisťných výpadoch proti spoločenskému správaniu a akejkoľvek forme vzťahu – ak nejde len o kapitalistickú výmenu. V jeho tvorbe nihilizmus často kombinuje politickú impotenciu a potešenie zo (samo)zničenia“ (Diken, 2009, s. 91). „... all Houellebecq’s fiction is about sustained acts of spite against sociality and every form of bonding – except, that is, capitalist exchange. In his work, nihilism often combines political impotence and enjoyment in (self)destruction.“

- (12) „... skutočne: zmes cynizmu, erotického fantazírovania, vulgárnosti a sebaľútosti – môže byť ešte niečo podobnejšie tínedžerovi?“ (Jeffery, 2011, s. 13). „... really: a mixture of cynicism, erotic fantasising, vulgarity and self-pity – how much more like a teenage boy could it get?“ Houellebecq sám to vyjadruje v románe *Možnosť ostrova* ústami jednej z postáv: „Jsem si zcela vědom zpátečnické povahy své práce; vím, že ji lze přirovnat k postoji adolescentů, kteří místo aby se utkali s problémy dospívání, ponoří se do své sbírky známek, do herbáře nebo čehokoli nablýskaného, pestrobarevného a omezeného“ (Houellebecq, 2007b, s. 112 – 113).
- (13) Práve uvedená „dvojdmost“ je dôvodom, prečo sú Houellebecqove romány vhodným materiálom pre uvažovanie o našej téme.
- (14) Celkom vhodná paralela by mohla byť s románom *Muž bez vlastností* (*Der Mann ohne Eigenschaften*, 1930 resp. 1943; česky 1980) Roberta Musila, kde ide o vystihnutie doby odchádzajúcej rakúsko-uhorskej monarchie.

Literatúra

- BADIOU, Alain. 1999. *Manifesto for Philosophy*. New York : State University of New York Press, 1999. 190 s. ISBN 978-0-7914-4220-3
- BARICCO, Alessandro. 2009. *Barbari*. Bratislava : Kalligram, 2009. 216 s. ISBN 978-80-8101-132-0
- BAUMAN, Zygmunt. 2008. *Tekuté časy. Život ve věku nejistoty*. Praha : Academia, 2008. 109 s. ISBN 80-200-1656-0
- BAUMAN, Zygmunt. 2010. *Umění života*. Praha : Academia, 2010. 152 s. ISBN 80-200-1869-4
- BAUMAN, Zygmunt. 2013. *Tekutá láska. O křehkosti lidských pout*. Praha : Academia, 2013. 155 s. ISBN 80-200-2270-7
- BOURRIAUD, Nicolas. 2011. Altermoderna. In: *Sešit pro umění, teorii a příbuzné zóny*, roč. 5, 2011, č. 10, s. 89.
- DIKEN, Bülent. 2009. *Nihilism*. Abingdon, New York : Routledge, 2009. 166 s. ISBN 0-203-88435-3
- EAGLETON, Terry. 2004. *After Theory*. New York : Basic Books, 2004. 231 s. ISBN 0-465-01 774-6
- HAUSER, Michael. 2012. *Cesty z postmodernismu*. Praha : FILOSOFIA, 2012. 282 s. ISBN 80-7007-382-7
- HOUELLEBECQ, Michel. 2004. *Rozšíření bitevního pole*. Praha : Mladá fronta, 2004. 154 s. ISBN 80-204-1072-4
- HOUELLEBECQ, Michel. 2007a. *Elementární částice*. Praha : Garamond, 2007a. 296 s. ISBN 978-80-86955-79-7
- HOUELLEBECQ, Michel. 2007b. *Možnost ostrova*. Praha : Odeon, 2007b. 344 s. ISBN 978-80-207-1236-3
- HOUELLEBECQ, Michel. 2008. *Platforma*. Praha : Garamond, 2008. 287 s. ISBN 978-80-7407-014-3
- JEFFERY, Ben. 2011. *Anti-Matter : Michel Houellebecq and Depressive Realism*. Winchester, Washington : Zero Books, 2011. 105 s. ISBN 978-1-84694-922-7
- KIRBY, Alan. 2006. The Death of Postmodernism and Beyond. In: *Philosophy Now*, 2006, č. 58, Dostupné na: http://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond [2014-01-27]
- KIRBY, Alan. 2009. Digimodernism. London : Continuum International Publishing Group Ltd, 2009. 282 s. ISBN 978-1-4411-7528-1
- LIPOVETSKY, Gilles. 1998. *Éra prázdnoty. Úvahy o současném individualismu*. Praha : Prostor, 1998. 311 s. ISBN 80-7260-085-0
- LIPOVETSKY, Gilles. 2007. *Paradoxní štěstí*. Praha : Prostor, 2007. 448 s. ISBN 80-7260-184-4
- LIPOVETSKY, Gilles. 2013. *Hypermoderní doba. Od požitku k úzkosti*. Praha : Prostor, 2013. 148 s. ISBN 80-7260-283-4
- NEALON, T. Jeffrey. 2012. *Post-postmodernism, or, The cultural logic of just-in-time capitalism*. Stanford : Stanford University Press, 2012. 227 s. ISBN 978-0-8047-8145-9
- VERMEULEN, Timotheus – VAN DEN AKKER, Robin. 2010. Notes on metamodernism. In: *Journal of Aesthetics & Culture*, roč. 2, 2010, č. 2. Dostupné na: <http://www.aestheticsandculture.net/index.php/jac/article/view/5677/0> [2014-01-27]

Summary

The study focuses on the issues of the end of postmodernism in relation to changes and trends in contemporary art and theory. The author tries to approach what comes after postmodernism using several various contemporary theoretical concepts by Alan Kirby, Jeffrey T. Nealon and Timotheus Vermeulen and Robin van den Akker. Author then relates these concepts to novels of contemporary French writer Michel Houellebecq. Finding the connections to the concepts of intensification and comodification, as well as New Romanticism, author confirms that Houellebecq is a writer, who cannot be reliably classified as postmodern author, but rather the author of era of transition.

LOKALIZACE PŘEKladu V APELATIVNÍCH TEXTECH

LOCALIZATION OF TRANSLATION IN THE OPERATIVE TEXTS

Eva Krátká

Ústav germánských studií FF UK v Praze

Germánské jazyky a literatury, 4. rok studia, kombinovaná forma studia

Kratka.evi@seznam.cz

Školitelka: **Prof. PhDr. Jana Rakšányiová, CSc. (raksanyiova@fphil.uniba.sk)**

Klíčová slova

lokalizace překladu, teorie skoposu, apelativní texty

Key words

localization of translation, skopos theory, operative texts

1. Úvod

Tématem příspěvku je lokalizace překladu. Nejprve definujeme pojem lokalizace. Následně pojednáváme o teorii skoposu, která s fenoménem lokalizace překladu úzce souvisí. Zvláštní pasáž článku je věnována teorii překladu v pojetí Jiřího Levého a Antona Popoviče. V další části textu analyzujeme čtyři případové studie. Zkoumání zaměříme na apelativní texty, a to z lingvistického úhlu pohledu. Například věnujeme v textech pozornost morfoloogické, lexikální a sémantické rovině jazyka.

Jako zdroje informací pro úvodní teoretickou část tohoto článku budou využity české i zahraniční odborné publikace. První případová studie je zaměřena na analýzu reklamy nizozemské společnosti ING, jedná se o produkt penzijního připojištění. V následující případové studii prezentujeme reklamní kampaň globálně působící korporace, firmy McDonalds. Bude analyzován reklamní text, který propaguje pokrm „McKřen“. Tématem třetí případové studie je webová stránka hotel „Kupec“, který se nachází u přehrady Lipno v jižních Čechách. Text byl zvolen s ohledem na skutečnost, že tento region navštěvuje mnoho zahraničních turistů. Cílem hoteliérů a dalších poskytovatelů služeb v této oblasti je oslovit nejen tuzemské, ale také zahraniční hosty. Ve čtvrté případové studii bude věnována pozornost reklamní kampani telekomunikační společnosti Vodafone, která působí v mnoha státech světa. Reklamní texty, o kterých pojednáváme v první, druhé a ve čtvrté případové studii, byly zvoleny vzhledem ke skutečnosti, že výše zmíněné korporace působí v mnoha regionech světa. Jejich intencí není nabídka služeb a produktů pouze v zemi, kde byla firma založena, ale také na ostatních lokálních trzích. Z tohoto tvrzení vyplývá, že je nezbytné přizpůsobit apelativní texty (reklamní texty, webové stránky apod.), jejichž prostřednictvím je inzerován nový produkt nebo služba na novém trhu, normám a kultuře cílového jazyka. Fenomén lokalizace překladu je proto možné objasnit na apelativních textech. Je třeba zdůraznit, že společnosti ING, McDonalds a Vodafone jsou přítomny v mnoha státech Evropské unie. Proto považujeme jejich apelativní texty za relevantní materiál k analýze problematiky lokalizace překladu.

V pojednání se pokusíme dát odpověď na otázku, do jaké míry splnila lokalizace překladu ve sledovaných případových studiích záměr autora textu. Zde je třeba zdůraznit, že účelem apelativních textů je motivovat recipienty k určitému jednání (např. ke koupi produktu). Podařilo se tvůrcům textů oslovit potenciální klienty? Výsledky zkoumání shrneme v závěrečné pasáži studie.

2. Termín lokalizace

V této části příspěvku bude objasněn pojem lokalizace překladu. Podle Reinharda Schälera, který se ve své studii s názvem *Für einen erfolgreichen Einsatz von Sprachtechnologien im Lokalisierungsbereich* zabývá problematikou lokalizace v translatologii, byl pojem zaveden globálně

působícími softwarovými společnostmi až v polovině 80. let 20. století. (1) Výše uvedené korporace nejprve definovaly lokalizaci jako proces přizpůsobení digitálního produktu potřebám nových trhů. Proces přizpůsobení měl být vymezen lingvistickou a kulturní oblastí (Schäler, 2003, s. 79). Později byl pojem lokalizace definován odlišným způsobem. A sice jako nabídka služeb a technologií pro management mnohojazyčnosti v globálním předávání informací (Schäler, 2003, s. 79).

Tématu lokalizace překladu je věnována pozornost také v odborné publikaci Translatologické kompetence adepta prekladatelství. Pojem je zde definován následovně: „Lokalizaci považuje Schmitt (1999) za přizpůsobení výrobku nebo služby a příslušné dokumentace kultuře určitého cizího trhu s cílem dosáhnout na tomto trhu úspěchu. V překladu jde o to, aby se z nadnárodního, globálního charakteru jevu vyzdvihly ty prvky, které jsou v souladu s domácími normami a konvencemi. Tím jsou apelativní a účinněji osloví příjemce“ (Rakšányiová, 2009, s. 25).

V této souvislosti je na místě zmínit kategorizaci textů v pojetí německé vědkyně Kathariny Reißové, která ve svém výkladu rozděluje texty na apelativní, informativní a expresivní. Liší se podle funkce. Účelem apelativních textů je motivovat recipienty k určitému jednání (např. ke koupi produktu nebo služby). Jak již lze odvodit z názvu, informativní texty mají příjemcům poskytnout informaci. V případě třetí kategorie se jedná o texty s uměleckou hodnotou. Lokalizace překladu je především vhodná pro texty, které zařazujeme mezi apelativní. Jak již bylo zmíněno, není v tomto případě cílem předat recipientovi exaktní informaci, která je obsažena ve výchozím textu. Originální text ve výchozím jazyce slouží v případě transformace apelativních textů do cílového jazyka jako předloha. Pro úplnost lze dodat, že mezi apelativní texty zařazujeme mimo jiné návody k použití nebo reklamní texty. Analýza konkrétních textů, kde se objevuje fenomén lokalizace překladu, bude tématem jedné z dalších pasáží článku.

Tématem lokalizace překladu se ve své publikaci *Exploring translation theories* zabývá Anthony Pym. Lokalizaci považuje za přizpůsobení produktu na nový, lokální. Pro konečné užití produktu na novém trhu jsou uplatněny lokální lingvistické, ekonomické a kulturní parametry. Podle tvrzení Pyma se fenomén lokalizace objevuje od 80. let 20. století. Tento nástroj k adaptaci produktu na novém lokálním trhu byl v té době využíván softwarovými společnostmi. Cílem firem působících v počítačovém průmyslu byla nejen lingvistická translace z výchozího do cílového jazyka, ale při implementaci softwarových produktů na nový trh byla nezbytná také technická expertíza a participace marketingových expertů. Z výše uvedeného vyplývá, že lokalizace je proces, jehož součástí je nejen překlad, ale i široká škála dalších úkolů (včetně jazykových dovedností, informačních technologií a marketingu). Produkt, který je uváděn na nový trh, je třeba přizpůsobit nejen z lingvistického hlediska, ale také uplatněním dalších relevantních parametrů, které odpovídají zvyklostem cílové kultury (např. nastavení data a času) (Pym, 2010, s. 120 – 122). Fenomén lokalizace překladu je v současné době využíván při vytváření multilingválních webových stránek (Pym, 2010, s. 126).

Nabízí se otázka, jakými lingvistickými prostředky je možné dosáhnout lokalizace překladu. Během procesu translace je možné zdůraznit prvky jazyka na lexikální, morfologické, syntaktické i sémantické úrovni, které jsou charakteristické pro danou jazykovou a kulturní oblast. Toto tvrzení lze dokázat mimo jiné na základě následujících příkladů. Chceme-li ilustrovat fenomén lokalizace překladu na lexikální úrovni jazyka, je možné zmínit apelativní texty, ve kterých je použita slovní zásoba typická pro dialekt v rámci cílového jazyka. Konkrétním případem lokalizace překladu v morfologické rovině jazyka je použití správné osoby verba pro oslovení recipientů textu v cílovém jazyce. Např. v některých nizozemských apelativních textech autoři textů recipienty oslovují druhou osobou singuláru (tykání), zatímco v českých textech je u sloves nutné použít druhou osobu plurálu (vykání). V opačném případě příjemci textu (např. reklamního sloganu) interpretují sdělení jako nezdvořilé. Aby bylo možné co nejučinněji apelovat na recipienty textu v cílovém jazyce, lze na syntaktické úrovni jazyka apelativní text strukturovat podle norem, které jsou akceptovány v dané jazykové oblasti. Autoři textu např. mohou využít subjektivní slovosled, kde réma stojí na začátku věty a téma stojí až na konci věty. V tomto případě je kladen důraz na nově sdělovanou skutečnost (mimo jiné název inzerovaného produktu). O informaci známé z předchozího kontextu je pojednáno až následně. V sémantické rovině jazyka mohou tvůrci textů pracovat s pojetím znaků v teorii

Charlese S. Peirce, který rozděluje znaky na indexy, ikony a symboly. Příklad uvádíme v jedné z případových studií tohoto článku.

Další pasáž textu je zaměřena na stručný výklad teorie skoposu.

3. Teorie skoposu

Teorie skoposu je německá translatologická teorie, která byla v 80. letech 20. století formulována Katharinou Reißovou a Hansem J. Vermeerem. Jedná se o funkční teorii překladu, což znamená, že klíčový je účel translace, skopos (Reiß – Vermeer, 1984, s. 29). Termín skopos je řeckého původu. V rámci této teorie zaujímá v procesu translace zásadní pozici cílový text. Překladatel by měl být obeznámen s tím, pro jaké recipienty je text určen. Cílový text je třeba přizpůsobit jeho funkci. Výchozí text slouží výlučně jako předloha pro tvorbu textu v cílovém jazyce. Výše uvedená teorie je často aplikována při translaci apelativních textů. Teorie skoposu je považována za prospektivní, jelikož je orientována na cílový text (Reiß – Vermeer, 1984, s. 78 – 79). V případě překladu podle pravidel teorie skoposu se nejedná pouze o mezijazykový překlad, ale také o mezikulturní translaci (Reiß – Vermeer, 1984, s. 120).

4. Teorie překladu v pojetí Jiřího Levého a Antona Popoviče

Teorii překladu v České a Slovenské republice tématizovala řada autorů. Mezi nejvýznamnější z nich patří Jiří Levý a Anton Popovič. Za nejdůležitější hledisko v teorii překladu považuje Levý hledisko funkční. Před samotným procesem translace je nutné stanovit, jakou funkci má plnit překlad v cílovém jazyce, píše ve svém známém díle *Umění překladu* (Levý, 1998, s. 26). Překlad má podle mínění Levého vždy vztah k předloze (Levý, 1998, s. 33). „Protože překlad je vždy ve vztahu k předloze, může být jeho metoda touto relací definována jaksi ‚jednosměrně‘, podle postavení na lineární stupnici mezi dvěma extrémy: metodou překladu ‚věrného‘ a ‚volného‘, metodou ‚retrospektivní‘ a ‚perspektivní‘, resp. ‚receptivní‘ a ‚adaptivní‘ atd.“ (Levý, 1998, s. 33) Zda translátor transformuje text podle metody retrospektivní nebo perspektivní, závisí na funkci, kterou má text splnit v cílovém jazyce (funkční hledisko). Pro úplnost je nezbytné dodat, že Jiří Levý ve svých dílech tématizuje zejména překlad uměleckých textů. Ve výše uvedeném díle Levý prezentuje úlohu překladatele v procesu translace. Doslova píše: „Překladatel má k textu poměr interpreta, proto text nejen překládá, ale také vykládá, tj. zlogičtjuje, dokresluje, intelektualizuje. Tím jej často zbavuje umělecky účinného napětí mezi myšlenkou a jejím vyjádřením“ (Levý, 1998, s. 145).

V rámci slovenské translatologie byl významným představitelem Anton Popovič, který je autorem díla *Výraz a překlad*. Ve svém výkladu rozlišuje mezi tzv. věrným a volným překladem. Pro úplnost je třeba doplnit, že věrný překlad by měl v maximální možné míře odpovídat originálnímu textu ve výchozím jazyce. Volný překlad je více přizpůsoben funkci textu v cílovém jazyce. V pojetí Popoviče je smyslem překladu přenos ideově-estetické hodnoty z jednoho jazyka do druhého (Popovič, 1968, s. 27). Dílo Popoviče je zaměřeno především na zkoumání uměleckých textů. Při procesu translace dochází podle Popoviče k posunu jednotlivých složek a struktury v textu. Doslova píše: „Všechno, co v překladu vzniká nebo zaniká se zřetelem na původ, je možné vysvětlit pojmem posunu“ (Popovič, 1968, s. 28). „Mezi překladem a originálem je především vztah díla a jeho provedení v jiném jazykovém materiálu, proto konstantou tohoto vztahu je jeho konkretizace v mysli vnímatele, tedy výsledný dojem,“ uvádí Popovič (1968, s. 30). V díle *Překlad a výraz* je také tématizován fenomén lokalizace překladu. Pojem je objasněn na konkrétním příkladu Gogolova *Revizora* do slovenského jazyka. Text byl přeložen Ferencíkem na počátku 70. let 20. století. Lokalizace překladu ve výše zmíněném díle spočívá v přesunu děje do prostředí slovenského města Martin. Divadelní hra se rovněž liší protagonisty, kteří v díle vystupují (Slováci místo Rusů, komisař z Vídně apod.) (Popovič, 1968, s. 48). Z výše uvedeného vyplývá, že Popovič prezentuje lokalizaci překladu v souvislosti s uměleckými texty.

5. Lokalizace překladu v apelativních textech

V následující části práce uvedeme případové studie, ve kterých je možné vysledovat lokalizaci překladu. Jedná se o apelativní texty. Budou analyzovány reklamní texty nejen nizozemské společnosti, ale také jiných korporací s globální působností.

5.1. Případová studie

V této pasáži se budeme zabývat zkoumáním reklamního textu nizozemské firmy ING. Společnost inzerovala produkt zaměřený na penzijní připojištění. Text vyšel 23. 4. 2012 v českém denním tisku, v novinách Metro. Na titulní straně zmíněného vydání deníku byla publikována reklama se sdělením v nizozemském jazyce. Text na první straně byl zároveň doplněn sdělením v českém jazyce. Na třetí straně téhož vydání deníku byl uveřejněn článek z titulní strany, který byl přeložen do češtiny. Otázka zní: Jakými jazykovými prostředky bylo dosaženo lokalizace překladu?. Intencí autorů sledovaného apelativního textu bylo využití homonyma (tedy slova stejně znějícího, které se liší významem). Konkrétně se jedná o slovo „chrochtat“. S tímto verbem je v českém jazyce kromě základního významu, tj. vydávat chrochtavý zvuk, spojena konotace „chrochtat“ – mít se dobře. Tvůrci reklamní kampaně se domnívali, že pro většinu recipientů, kterým byla reklama určena, je nizozemština spojena s asociací jazyka, v němž je souhláska „ch“ a „g“ (vyslovuje se jako ch) velmi frekventovaná. Z tohoto důvodu autoři textu pracují v analyzovaném reklamním sdělení s výše uvedeným homonymem. Jinými slovy, pokud se čtenáři, kteří se s reklamou na penzijní připojištění seznámili, rozhodnou pro tento produkt, budou v penzi stejně dobře zajištěni jako Holanďani. Otázkou je, zda je recipientům slogan srozumitelný. Domníváme se, že mnoho lidí v České republice neví, že se v nizozemštině vyskytuje ostrý zvuk „ch“, který v mluvené podobě připomíná chrochtání. Pokud recipient, který reklamu čte, tuto informaci nezná, ztrácí reklama vtip a originalitu. Dále je reklama doplněna mottem „Holandská penze“. Podle našeho názoru není většině recipientů v České republice známo, na jakém principu je „Holandská penze“ založena. Z tohoto úhlu pohledu není jisté, že reklama na produkt společnosti ING splnila svůj účel, kterým bylo motivovat příjemce textu k zájmu o předmětnou službu ING.



Zdroj: deník Metro, 23. 4. 2012

5.2. Případová studie

Předmětem analýzy v této případové studii je reklamní slogan korporace s globálním působením, společnosti McDonalds, na produkt Mckřen. Před několika měsíci se v České republice objevila reklama s následujícím sdělením: „Kde křen pojíždajó, tam se dobře majó! Tož okoštuj to

u Mekáča!“ I v tomto apelativním textu je možné najít znaky lokalizace překladu. Název reklamy zní „Lidovky“. Tento pojem má značná část recipientů spojený s konotací lidových neboli nízkých cen. Ve výše zmíněném reklamním sdělení je fenomén lokalizace překladu zřejmý na úrovni lexikální a morfologické. Tvůrci textu využili moravské nářečí, nejedná se tedy o spisovnou češtinu. Z morfologického hlediska jsou pro dialekt charakteristické odlišné koncovky tvarů sloves i substantiv. Pojídajó, majó (3. osoba, plurál) místo pojídají a mají ve správně používané spisovné češtině. Z lexikálního úhlu pohledu je v reklamním sloganu zmíněna slovní zásoba typická pro dialekt. Jedná se o slova tož a okoštovat. V novinovém inzerátu byl text doprovázen ilustracemi ve stylu moravských lidových ornamentů. Z lingvistického hlediska se jedná o fenomén lokalizace překladu na úrovni sémantické. V teorii Charlese S. Peirce, který rozděluje jazykové znaky na ikony, indexy a symboly, se jedná v případě moravských ornamentů v reklamním textu o ikon. Existuje vnější podobnost mezi znakem (ornamenty v reklamním textu) a zastupovanou skutečností (reálné lidové ornamenty nacházející se na Moravě).

Z fonologického hlediska je možné konstatovat, že se slogan rýmuje (pojídajó, majó). Cílem společnosti bylo oslovení konzumentů v České republice. Otázkou zůstává, do jaké míry se záměr reklamy podařilo splnit. Faktem je, že dialektem, který se ve sloganu objevuje, se mluví pouze v některých regionech na Moravě. Text proto nemusí oslovit recipienty v jiných oblastech České republiky.



Zdroj: www.mcdonalds.cz

5.3. Případová studie

Lokalizaci překladu nenajdeme výhradně v reklamních sloganech, ale rovněž v jiných textových žánrech. Mimo jiné na webových stránkách obchodních společností. V následující případové studii se budeme zabývat analýzou webové stránky hotelu, který se nachází u Lipenské přehrady. Sledovaná webová stránka je k dispozici v několika jazykových verzích. Z tohoto důvodu byla vybrána pro účely této případové studie. Region Lipno je často navštěvován zahraničními turisty, informace o ubytovacích zařízeních jsou na internetu obvykle dostupné v několika jazykových mutacích. Předmětem zkoumání bude webová stránka hotelu Kupec. Zaměříme se na porovnání české verze s německou a nizozemskou. Firmy, které se zaměřují na obchod se zahraničními klienty, své informační a propagační materiály zpravidla překládají z výchozího do cílových jazyků recipientů. V případě lokalizace překladu slouží materiál ve výchozím jazyce jako předloha pro vytvoření textu v cílovém jazyce. Nejedná se obvykle o doslovný překlad. Cílem je zachování stejné funkce textu v obou nebo více jazycích. V tomto případě tedy apelovat na recipienta, aby zakoupil inzerovaný produkt nebo službu (např. pobyt v hotelu). Jedná se v této případové studii (webové stránky hotelu Kupec) o lokalizaci překladu? Na tuto otázku se pokusíme nalézt odpověď v následující části textu. Studujeme-li web hotelu Kupec, můžeme konstatovat, že česká verze této webové stránky je nejpodrobnější. Obsahuje navíc informace o letních aktivitách. Kromě toho má hotel pro české klienty v nabídce speciální pobytový balíček Týden na Lipně s průvodcem Grenzgenial. Podle

informace na webových stránkách ubytovacího zařízení není výše zmíněný balíček pro německé ani nizozemské hosty k dispozici. Ostatní sdělení na webu hotelu jsou obsahově totožná.

Analyzujeme-li verzi webových stránek, která je určena nizozemsky mluvícím návštěvníkům, docházíme k závěru, že se zde vyskytují posuny v překladu na úrovni lexika (slovní zásoby). Toto tvrzení lze doložit na několika příkladech. Text obsahuje mimo jiné informace o aktuální předpovědi počasí. V nizozemské verzi se objevují názvy dní u předpovědi počasí v češtině, stejně jako v německém textu. V důsledku toho je sdělení nizozemsky mluvícím příjemcům textu nesrozumitelné. V informačních textech na webu hotelu se vyskytuje více jazykových posunů na lexikální úrovni. Např. slovo Aktualitäten je německé, nikoli nizozemské. Ubytovací zařízení na svých stránkách popisuje silvestrovskou nabídku pobytů. Již pro první větu textu je charakteristické nekorektní použití slovní zásoby. Kombinace slov Mr Kupec (2) je v nizozemštině syntagmaticky nekompatibilní, pravděpodobně ji autoři textu použili na základě anglické verze sdělení. Ve větě je dále napsáno: „... en we willen u nogmaals welkom hier graag.“ V českém překladu věta znamená: „Ještě jednou bychom vás zde rádi přivítali.“ Ve větě se vyskytují posuny na lexikální i syntaktické úrovni jazyka. Ze syntaktického hlediska by měl být upraven slovosled. Sloveso v infinitivu by v tomto případě mělo stát podle lingvistických pravidel nizozemštiny na konci věty. Rovněž je možné konstatovat, že ve výše uvedené větě není druhé verbum (welkom) v infinitivu. Jedná se o posun v oblasti lexika. Co se týče německé verze webových stránek hotelu, najdeme pouze několik odlišností mezi českou a německou verzí. V textu, který recipienty informuje o podrobnostech silvestrovských pobytů, je zmíněno jméno pana Kupce. V české verzi tomu tak není. Autoři pravděpodobně chtěli zdůraznit rodinnou atmosféru hotelu, kterou hosté z německy mluvících zemí ocení. V tomto bodě je patrná lokalizace překladu.

Na základě zkoumání webových stránek výše zmíněného hotelu dojdeme k závěru, že překlad české verze do cílového jazyka (němčina a nizozemština) vykazuje pouze minimum znaků lokalizace překladu. Všechny uvedené verze jsou obsahově téměř totožné.

5.4. Případová studie

V rámci této případové studie budeme zkoumat aktuální reklamní kampaň telekomunikační společnosti Vodafone, která působí globálně v mnoha státech světa. V nejnovější reklamě na produkty a služby firmy můžeme najít znaky lokalizace překladu. Na webové stránce společnosti je možné najít ilustraci, kde je vyobrazen Krakonoš, několik dalších postav, sojka, cedule s nápisem „Tady je Krakonošovo“ a stojan s turistickým značením tras. (3) V tomto případě byla použita metoda lokalizace překladu. Originální text byl pouze předlohou pro tvorbu reklamy v cílovém jazyce (v češtině). Věta „Tady je Krakonošovo“ se objevila již před několika desítkami let ve známém večerníčku pro děti Krkonošská pohádka. Tento televizní pořad byl diváky přijat velmi pozitivně. Z tohoto důvodu pravděpodobně vznikla tato reklamní kampaň společnosti Vodafone.

Zaměříme-li se na analýzu některých jazykových znaků přítomných ve sledované reklamě, najdeme zde ikony (viz terminologie v teorii lingvisty Charlese S. Peirce). Např. Krakonoš na reklamním plakátu firmy Vodafone odkazuje k postavě Krakonoše ze známého večerníčku. Také sojka vystupuje v Krkonošské pohádce v roli pomocnice Krakonoše. Turistické značky, které jsou vyobrazeny na ilustraci na reklamě Vodafone, vyvolají u většiny recipientů asociaci na turistické značení cest používané na horách v České republice.

Shrneme-li výše uvedené informace, je možné konstatovat, že v reklamní kampani firmy Vodafone najdeme znaky lokalizace překladu na úrovni lexika a z hlediska sémiotického. Na základě sledované případové studie je možné dojít k závěru, že lokalizace překladu se nevyskytuje výhradně v textech, ale může být využita i v obrazovém materiálu, který je v některých případech součástí apelativního textu (reklamní sdělení). Domníváme se, že výše analyzovaný apelativní text může oslovit zejména české a slovenské recipienty, kteří znají večerníček Krkonošská pohádka.



Zdroj: <https://cs-cz.facebook.com/vodafoneCZ/>

6. Závěr

V tomto textu jsme prezentovali čtyři případové studie. Na základě analýzy textů je možné konstatovat, že lokalizace překladu je možná v různých rovinách jazyka. Fenomén lokalizace lze nalézt na lexikální úrovni. V první případové studii se jedná o použití homonyma (chrochtejte si), zatímco v reklamní kampani globálně působícího řetězce McDonalds byl využit moravský dialekt. Na základě čtvrté případové studie lze zjistit, že lokalizace překladu se může objevit i v sémantické oblasti lingvistiky. V reklamě telekomunikační společnosti Vodafone se podle teorie Charlese S. Peirce objevují ikony (postava Krakonoše v reklamě odkazuje ke stejnojmenné pohádkové bytosti známé z večerníčka Krkonošská pohádka). V souvislosti s reklamní kampaní nadnárodní společnosti McDonalds, která byla tématem druhé případové studie, lze dovodit závěr, že lokalizaci překladu lze uskutečnit i v morfologické rovině jazyka. Jak již bylo uvedeno, může se jednat například o koncovky slovesných tvarů. Z příkladu webových stránek ubytovacího zařízení na Lipně vyplývá nezbytnost dodržení pravidel správného slovosledu v oblasti syntaxe. V opačném případě se může jednat o posun v překladu do cílového jazyka, který může mít za následek nesprávnou interpretaci textu oslovenou cílovou skupinou.

V článku jsme také hledali odpověď na otázku, do jaké míry splnila lokalizace překladu ve sledovaných textech intenci autorů. Ve třetí případové studii se v cílovém textu vyskytují posuny na úrovni lexika i syntaxe, což může způsobit nezáměr potenciálních zahraničních klientů o inzerované služby. Jako problematické se jeví rovněž použití dialektu v reklamní kampani, která je určena pro celý český trh. Mnozí rodilí mluvčí českého jazyka nepovažují moravské nářečí za symbol vytříbeného jazyka. Na základě zkoumání jsme došli k výsledku, že v některých případech nebyla lokalizace překladu v apelativních textech adekvátně použita. Na závěr je možné dodat, že míra apelativnosti zkoumaných textů je různá a často nemusí splnit záměr tvůrců textu.

Poznámky

- (1) Schäler, Reinhard: *Für einen erfolgreichen Einsatz von Sprachtechnologien im Lokalisierungsbereich*, s. 79.
- (2) Dostupné na: http://www.hotel-lipno.cz/nl_silvester-im-hotel-kupec,190.html. [2014-02-02]
- (3) Dostupné na: <https://cs-cz.facebook.com/vodafoneCZ/photos/a.10150704550061812.428351.176688316811/10152038310011812/?type=1>. [2014-02-02]

Literatura

- LEVÝ, Jiří. 1998. *Umění překladu*. Praha : Nakladatelství Ivo Železný, 1998. 398 s. ISBN 80-237-3539-X
- POPOVIČ, Anton. 1968. *Preklad a výraz*. Bratislava : Vydavateľstvo Slovenskej Akadémie Vied, 1968. 252 s.
- PYM, Anthony. 2010. *Exploring translation theories*. New York : Routledge, 2010. 186 s. ISBN 0-415-55362-8
- RAKŠÁNYIOVÁ, Jana. 2009. *Translatologické kompetencie adepta prekladateľstva*. Bratislava : Slovenská technická univerzita, 2009. 53 s. ISBN 978-80-227-3042-6
- REIß, Katharina – VERMEER, J. Hans. 1984. *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen : M.Niemeyer, 1984. 245 s. ISBN 3-484-30147-3
- Reklamní kampaň ING. In: *Deník Metro*, 23. 4. 2012.
- SCHÄLER, Reinhard. 2003. Für einen erfolgreichen Einsatz von Sprachtechnologien im Lokalisierungsbereich. In: *LDV Forum*, roč. 2003, č. 1, 2, s. 78 – 102. ISSN 0175-1336

Internetové zdroje:

- Reklamní kampaň McDonalds. Dostupné na: <http://www.mcdonalds.cz/> [2013-04-10]
- Reklamní kampaň Vodafone. Dostupné na: <https://cs-cz.facebook.com/vodafoneCZ/photos/a.10150704550061812.428351.176688316811/10152038310011812/?type=1> [2013-12-05]
- Webová stránka hotelu Kupec. Dostupné na: http://www.hotel-lipno.cz/nl_silvester-im-hotel-kupec,190.html [2013-12-14]

Summary

This article deals with the problem of localization in the operative texts translation. I suppose that the above mentioned phenomenon is closely connected to the Skopos theory. The intention of the operative text is to motivate recipients to do a particular action (e.g. to purchase product). The aim of this paper is to analyze the localization of translation on different levels of the language – in morphology, syntax, semantics etc. Four case studies are analyzed in the paper. The question is to which extent the localization of translation fulfilled the intention of the authors of the texts. I came to the conclusion that in some cases the localization was not used correctly.

VARIA

XXIII. KOLOKVIUM MLADÝCH JAZYKOVEDCOV

XXIII. YOUNG LINGUISTS' COLLOQUIUM

Igor Lalík

Katedra slovenského jazyka a komunikácie FF UMB v Banskej Bystrici

2.1.33 všeobecná jazykoveda, 2. rok štúdia, denná forma štúdia

igor.lalik@umb.sk

Školiteľ: **doc. PhDr. Ján Chorvát, PhD. (jan.chorvat@umb.sk)**

Marika Arvensisová

Katedra slovenského jazyka a komunikácie FF UMB v Banskej Bystrici

2.1.33 všeobecná jazykoveda, 1. rok štúdia, denná forma štúdia

marika.arvensisova@umb.sk

Školiteľ: **prof. PaedDr. Vladimír Patráš, CSc. (vladimir.patras@umb.sk)**

Klíúčové slová

kolokvium, konferencia, lingvistika, langue, parole, komunikácia

Key words

colloquium, conference, linguistics, langue, parole, communication

Slovenská jazykovedná spoločnosť pri Jazykovednom ústave Ľudovíta Štúra Slovenskej akadémie vied v spolupráci s Katedrou slovenského jazyka a literatúry Univerzity Cyrila a Metoda v Trnave pripravili už 23. ročník kolokvia, ktoré ponúka mladým jazykovedcom (študentom, doktorandom, vedecko-výskumným pracovníkom a i.) priestor na prezentáciu a následnú možnosť publikovania výsledkov svojich výskumných úsilí (zborníky Varia). Rovnako toto podujatie nabáda na odbornú diskusiu a sprostredkúva priamu spätnú väzbu začínajúcim lingvistom.

Kolokvium mladých jazykovedcov sa konalo 20. – 22. novembra 2013 v priestoroch Kongresového centra Modra – Harmónia. Už 23. ročník kolokvia v prostredí malebných, hoci upršaných, Malých Karpát prišla svojimi referátmi a diskusnými podnetmi podporiť päťdesiatka mladých jazykovedcov z celého Slovenska, Českej republiky, Srbska i Poľska. Prednášajúci sa venovali rozmanitým jazykovedným, literárnym, translatologickým či komparatívnym otázkam, ktoré vzbudzovali pozornosť poslucháčov.

Tohtoročné Kolokvium mladých jazykovedcov sa otvorilo v stredu, dňa 20. novembra, a to príhovorom Mgr. Viery Luptákovej, PhD. z trnavskej Univerzity Cyrila a Metoda, ktorým

privítala prítomných kolokvialistov. Po srdečnom otvorení začalo plenárne rokovanie v sekcii, ktoré svojím príspevkom *Jazyk v bilingválnej česko-slovenskej rodine* otvorila **A. Holečková**. Poslucháčom predniesla analýzu frekvencie používania českého a slovenského jazyka medzi jednotlivými členmi rodiny. Po nej nasledovali tri príspevky venujúce sa figuratívnosti v jazyku. **M. Magdolen** predstavila *Obrazné pomenovania v terminológii masmediálnej komunikácie*, **P. Fojtů** sa venovala zaujímavej téme *Frazeologizmus „Tu je pes zakopaný“ v európskom jazykovom areáli* a **K. Bobeková** prezentovala tému *Význam a symbolika farieb v slovenskej frazeológii*. Vo svojom príspevku sa konkrétne venovala polarite bielej a čiernej farby vo frazeológii. Prvý okruh referátov zavŕšil **P. Petráš** s témou venovanou analýze jazykového prejavu moderátorov televízneho a rozhlasového spravodajstva, ktorú koncízne spracoval v príspevku *Intonácia pripravených prejavov v televíznom a rozhlasovom spravodajstve*.

Po krátkej prestávke pokračovalo kolokvium druhým blokom referátov, ktorý príspevkom *Žena v nemeckých názvoch rastlín* otvorila kolegyňa z Banskej Bystrice **A. Hurtová**, venujúca sa rôznym (ľudovým)

pomenovaniam rastlín v nemeckom jazyku. **V. Štěpánová** v príspevku *Jak se vyslovuje Slovensko?* načrtla problematiku ortoepie niektorých lexikálnych jednotiek. Ďalej nasledovali dva príspevky, ktoré kládli pozornosť na obrazné pomenovania. **I. Lalík** sa venoval obraznosti v konkrétnom prostredí reklamnej komunikácie s aplikáciou na hodnoty človeka a prostredníctvom originálnej prezentácie hovoril o téme *Obraznosť ako reprezentant hodnotových orientácií reklamy*. Problematike jazykového obrazu sveta, tvorby a preferencii metaforických výrazov (v intenciách vekovej podmienenosti) sa z pohľadu kognitívnej lingvistiky venovala **M. Matiová**, ktorá predniesla príspevok s názvom *Preferencia doslovných alebo metaforických významov*. Stredajšiu prednáškovú časť kolokvia zavŕšila netradičnejšia, no predsa aktuálna tematika slovenského posunkového jazyka. **M. Arvensisová** predstavila, interpretovala, definovala i názorne predviedla *Štylistické črty a charakteristiky (slovenského) posunkového jazyka*. Ako posledný pred publikom vystúpil **R. Vojtechovský**, ktorý vo svojom príspevku *Negácia v slovenskom posunkovom jazyku* uvažoval o spôsoboch tvorenia záporov v komunikácii Nepočujúcich. Po krátkej diskusii bola prvá prednášková časť tohtoročného kolokvia ukončená a jednotliví účastníci sa mohli ponoriť do (tematicky neviazanej) vzájomnej diskusie, či spríjemniť si večer vlastnými aktivitami. Nasledujúci deň, štvrtok 21. novembra, bol taktiež vďaka pútavým témam výnimočný. Prvý blok započala svojím príspevkom **Z. Týrová**, ktorá prezentovala tému *Jazyková situácia mladých Slovákov vo Vojvodine (prirodzený bilingvismus)*. Komparatívnym aspektom v jazykovom páre slovenčina-srbčina sa venovala aj **J. Uhláriková**, ktorá priblížila *Vymedzovacie zámená v slovenských a srbských frazémach*. Nasledovalo vystúpenie banskobystrického kolegu **A. Timka** v anglickom jazyku, ktorý sa vo svojej téme *Franglais ako sociolingvistický fenomén* venoval vplyvu anglického jazyka na francúzsky jazyk (najmä medzi mladou generáciou) a z toho prirodzene vyplývajúcejmu jazykovému útvaru franglais. **S. Sebők** vo svojom výstupe prezentoval príspevok *Dynamika používania jazykovedných*

pojmov z pohľadu agentnosti. Prvý okruh tém zakončila **L. Palková** príspevkom *Sonda do sprievodných javov slovotvornej univerbizácie*. Po diskusii a krátkej prestávke pokračovala druhá doobedná časť kolokvia. Ako prvá v nej vystúpila **V. Perovská** a vyjadrila sa *K problematike transformovaných štruktúr vo Valenčnom slovníku slovenských slovies na korpusovom základe*. Nasledujúce príspevky v tejto časti sa niesli v duchu cudzojazyčnosti a komparatívnej lingvistiky. **M. Malanowska-Statkiewicz** problematiku slovotvorby v komparácii českého a poľského jazyka a predniesla príspevok *Nazwy nosicielei cech fizycznych i behawioralnych w języku czeskim i polskim – paradygmat słowotwórczy*. Ako ďalšia vystúpila **N. Olexová** s príspevkom na tému *Verballe Kollokationen* a druhú časť zavŕšila **H. Bogdanová** s témou komparácie systému slovenského a japonského jazyka s názvom *Tense-aspect system in Japanese and Slovak language*.

Po krátkej diskusnej prestávke sa otvoril ďalší blok prednášok, ktorý bol rozdelený na samostatné sekcie – Sekciu A a Sekciu B. Nás najväčšími oslovili príspevky z prvého bloku, pričom predstavujeme niektoré z nich.

V prvej sekcii vystúpila **D. Tekeliová**, ktorá sa v príspevku *František Šujanský – folklorista a jazykovedec* venovala osobnosti známeho rímskokatolíckeho kňaza a národného pracovníka. Po nej pred publikum predstúpila **G. Babušová** rozprávajúca na tému *Úroveň komunikačných činností žáků na 1. stupni základní školy*, ktorou rozpútala zaujímavú diskusiu. Ďalšou vystupujúcou bola **D. Petrakovičová**, ktorá sa v referáte *Nárečová vinohradnícka terminológia Malokarpatského regiónu – z dotazníka Vinárstvo J. R. Nižňanského* ponorila do živej problematiky dialektizmov. Kolegyňa **A. Záborská** z Banskej Bystrice uzavrela Sekciu A problematikou prekladu vlastných podstatných mien v príspevku *Z problematiky prekladu proprií v diele P. Pullmana Jantárový d'alekohľad*.

Po skončení jednotlivých sekcií sa približne o 17. hodine streli všetci účastníci a účastníčky pri slávnostnej večeri, ktorú priateľsky a srdečne otvoril Jaromír Krško z Banskej Bystrice. Aj vďaka tomu, že je docent Krško najvernejším účastníkom Kolokvia mladých jazykovedcov, zaslúžil sa o ctené slovo. Jeho

motivačný a inšpiratívny prejav sa dotýkal podávania „jazykovedného žezla“ z generácie na generáciu a úprimne tak oslovil všetkých prítomných. Po spoločnej večeri nastala rozprava, počas ktorej si zúčastnení vymenili osobné skúsenosti a rady pre ďalšie výskumné zámery.

Nasledujúci deň, v piatok, odznelo ešte niekoľko pútavých príspevkov. Ranný blok otvorili kolegyne z Čiech. **M. Pytlíková** sa v príspevku *Výkladové poznámky v nejstarším českém biblickém překlade* zamerala na tému českého prekladu Knihy kníh. **J. Zděnková** pokračovala v tejto tematike referátom *K minulým časům ve staročeské Bibli kladrubské*. Biblickú tematiku uzatvorila v prvom bloku **K. Voleková** príspevkom *K marginálním výkladům ve staročeské Bibli kladrubské*. Ďalšou prezentujúcou bola **L. Prejzová** s príspevkom nazvaným *Slovosledné vlastnosti kondicionálového auxiliáru ve staré češtině*.

V Modre sa stretla takmer nadpolovičná väčšina prihlásených účastníkov. Záver vedecko-spoločenského podujatia patril samotným organizátorom, ktorí sa rozlúčili slovami vďaky a hodnotiac, že kolokvium

splnilo svoj účel. Všetci prítomní boli nadšení a odmenou pre organizačný tím bola hromadná spokojnosť a záujem o ďalší ročník. I z tohto dôvodu kladne oceňujeme prácu organizačného tímu, ktorý usporiadal podujatie na vysokej spoločenskej úrovni. Tím ľudí sa flexibilne dokázal prispôbiť požiadavkám prednášajúcich účastníkov, ktorým bola ponúknutá možnosť (seba)prezentácie. Mladí vedci tak mohli smelo predstaviť svoje záujmy, činnosť či výsledky výskumných zámernov.

XXIII. kolokvium mladých jazykovedcov hodnotíme ako podujatie, na ktorom nechýbali mladí lingvisti nadšení pre jazyk a vedu. Všetky príspevky sa vyznačovali vysokým profesijným záujmom samotných prednášateľov a obsahovali mnoho funkčných a podnetných informácií. Tie najpodnetnejšie tematiky sme koncízne uviedli v našom príspevku.

O tom, že lingvistika je dámou ponúkajúcou priestor (nielen) začínajúcim výskumníkom, svedčí skutočnosť, že kolokvium je už niekoľko rokov stabilne živou a príťažlivou vedeckou a spoločenskou udalosťou roka.



otus in verbo

vedecký časopis mladej generácie

Vydáva	Filozofická fakulta Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici Tajovského ulica 40 974 01 Banská Bystrica Slovenská republika
E-adresa redakcie	motusinverbo@umb.sk
Webová stránka	www.motus.umb.sk
Periodicita	dvakrát ročne
Rozsah	85 strán
Formát	A4, online
Ročník	tretí
Číslo	prvé
Rok vydania	2014
ISSN	1339-0392

Oznamujeme všetkým, ktorí by chceli prispieť do najbližšieho čísla časopisu, že uzávierka príspevkov je 15. 9. 2014. Príspevky upravené podľa pokynov posielajte na adresu motusinverbo@umb.sk. V prípade väčšieho záujmu si redakcia vyhradzuje právo presunúť zaslané príspevky do ďalšieho čísla.

www.motus.umb.sk