

Publicistický styl v soustavě funkčních stylů

ALEXANDR STICH

(Praha)

Pražská funkčně strukturální stilistická teorie žije a funguje už téměř tři čtvrti století - dost dlouho na to, aby se tu a tam začala považovat za antikvitu, za něco muzeálního, co si zaslouží být odstraněno z cesty jako brzda a překážka a co má a může být nahrazeno něčím teoreticky konzistentnějším, pronikavějším a elegantnějším. Tento způsob myšlení a hodnocení se neprojevuje jen v úvahách o teoretických otázkách stylistiky, ale je vlastní mnoha oborům duchovních (humanitních) věd a je podle mého příznakem axiologického neklidu a bezradnosti nové doby vůbec. Ostatně, pražský strukturalismus si ve svých počátečních fázích nepočínal leckdy jinak (napjednostrannostmi v kritice českého brusičství, teorií mladogramatických atd.). Ale představa, že duchovní teoretický život lidstva a člověka se odehrává jen v cyklech oslnivých vzestupů a ponižujících pádů do nicoty zapomnění, má v sobě něco morbidního a bezútěšného. Je v tom pýcha generací, které mají právě tu výhodu, že mohou mluvit, zapomínajíce, že zakrátko další generace i je bude povalovat za muzeální fosilie. Historická Nemesis je v tom neúprosná a nemilosrdná. Zvláště doba, která se manifestuje i v rovině pojmenovávací jistou rozpačitostí, ba bezmocností - pojmenovává sama sebe i své duchovní snažení příliš často jen tím, že před to, co už tu bylo, předsune prefix *post-*, tedy právě tato doba by měla být v svých soudech o tom, co zdělila, víc než střídma, uvážlivá a všestranná.

Má proto podle mého soudu plnou legitimitu, jestliže usilujeme teoretické konstrukty, které jsme zdělili, podrobit reflexi bezpředsudečné a totální, tj. vážící na miskách hodnotících vah všechny pozitivní i negativní konstitutivní složky příslušné teorie. Tímto způsobem usiluji blížít se i k stylistické teorii pražské školy.

Její základní teoretické principy jsou mi dostatečně známy. Nazíráme-li je v jejich prvotní, zárodečné podobě, je mi jasné, že nebyly kompletní v tom smyslu, že nedokázaly postihnout plně všechny produkty jazykové aktivity, a že jiné nazíraly zjednodušeně a redukováně. Základní principy, o něž se teorie opírala, totiž respektování teleologičnosti jazykové komunikace a její sociální, nadindividuální povahu, se ukázaly dostatečně nosné, aby základní schéma bylo možno jednak doplňovat, jednak diferencovat a zjemňovat. (Namátkou tu připomeňme myšlenku komplexních stylů a stylů pomezích, myšlenku zcela osobitého statusu stylů uměleckých, rozšíření sítě stylistických kategorií i na nespisovné útvary jazyka atd.) Přitom zájem o nadindividuální stylové faktory a fenomény nikdy nezabýval tuto teorii jasnějším vědomím, že podíl kreativní individuality při produkci textů je neodmyslitelný a nutný aspekt jazykového dorozumívání (v intencích této teorie vždy bylo, že i zdánlivě tak absolutně depersonalizované, či lépe řečeno deindividualizované texty, jako jsou texty právně normativní, nesou ve své zformované, od procesu vzniku textu i od jeho autora odpoutané podobě zcela zřetelné a identifikovatelné rysy působení tzv. subjektivních slohotvorných faktorů.

Pražská stylistická teorie se v samém počátku spokojila se zcela hrubou a zjednodušenou triádou tří základních funkčních stylů, od počátku bylo však toto schéma otevřené a vyzývalo přímo k doplnění a k větší minucióznosti analytických a klasifikačních nástrojů.

Toto původní základní schéma počítalo, jak známo, se třemi elementárními makrostyly, jakými jsou vysoce abstraktními ohnisky, k nimž tendují jednotlivé, velice rozmanité konkrétní řečové realizace. Tyto jednotlivé základní styly byly samy konstituovány na principu dominance, a to dominance tu té, tu oné složky komunikačního schématu. Nejjasněji postřehnutelné a vymezitelné to bylo pro tvůrce této soustavy u funkčního stylu, který nazvali *odborným* - jeho selekční regulační potence byla odvozena z toho, že sdělovací závěr autora sdělování byl obsah sdělení, tedy poznávaná nebo proměňovaná objektivní realita. Odborný styl se jevil tak vyhraněný, limitovaný a zřetelný, že se od samého vznikového momentu této teorie jevil i jako diferencovatelný.

Druhý styl, *umělecký*, byl podle názoru pražských funkčních strukturalistů dominován koncentrací na sdělovací nástroj, na jazyk. Záhy se poznalo, že postulovat umělecký styl jakožto entitu tak soudržnou, že by bylo možné uvažovat o jeho jednotě (třeba v mnohosti), není reálné, vezmeme-li v úvahu dalekosáhlé diskrepance konkrétních realizací tohoto styl organizujícího principu i v pohledu synchronním, o perspektivě diachronní pak už ani nemluvě. Začalo

se proto mluvit v plurálu, o uměleckých stylech. Navíc se ukázalo, že orientace na jazykový znak sám není jako explikativní moment dostatečně silná, že totiž na organizujícím principu se výrazně podílí i orientace na samého produktora textů (o tom svědčí i nepopíratelná úloha toho, čemu se v jazykovědě říká *expresse*, i v zdánlivě tak „objektivních“ textech, jaké produkoval klasický realismus evropských literatur posledních dvou století).

Třetí styl nazvali tvůrci pražské teorie *hovorovým*. Sám termín se neukázal jako nejšťastnější, měl matoucí a zavádějící konotace a následkem velice složité, ba anomální české jazykové situace se dostal do obtížně překonatelné kontroverze s termínem *hovorová čeština* - tedy něčím, co je z úplně jiné pojmové oblasti, co míří k diferenciaci národního jazyka jako vnitřně členité struktury útvarů. Postupně se tedy, nejdříve vlastně jako synonymum, začalo užívat termínu *styl prostě sdělovací*.

Připomeneme-li si pozoruhodný příspěvek J.Bartmiňského (1990), snadno zjistíme, že uvedený koncept pražský má s polským stylistickým uvažováním výrazné styčné body. Představa fixovaná termínem *styl potoczny* je slučitelná s českou představou *stylu prostě sdělovacího*, a i názor o centrálním postavení tohoto stylu geneticky i strukturně je s pražským chápáním zcela sourodá. Bartmiňski ještě zjišťuje *styl administracyjny* – obdoby najdeme v stylistickém uvažování slovenském, ruském, někdy i českém. Spor o to, zda je účelné akceptovat tento styl jako součást základního schématu, není principiální, jde spíše o to, jak hluboko chceme v první fázi analýzy sestupovat.

Stěží však lze akceptovat pátý styl J.Bartmiňského (1990), totiž *styl oficjalny*, chápeme-li ho ve shodě s autorem této teorie v podstatě jako jistou deformovanou, degenerovanou podobu komunikace, kterou plodí politická totalita. Cenný je však poukaz na existenci tzv. oficiálního stylu v tom, že poukazuje na potřebu i v teorii konstituovat jakýsi další základní funkční styl, který by pokrýval stabilizovanou a silně produktivní komunikační sféru, kterou pod ostatní styly bez násilí subsumovat nelze. Jistou instrukci k tomu, kde najít cestu k tomuto stylu, ukazuje nepřímou i J.Bartmiňski sám, když píše: „W efekcie przyjął on [tj. styl oficjalny] funkcje nie tylko regulatywne, lecz także perswazyjne i nawet kreatywne[...], właściwe językowi reklamy i propagandy”. Zde se objevuje základní pojem persvazivity, implikující adresáta projevu jakožto dominantního činitele slohového dění. To tvůrcům pražské stylistické teorie v první fázi uniklo - mj. proto, že negovala tehdy, v onom škodlivém sebevědomí nových teorií, o němž jsem mluvil na začátku, všechno, co přinesla česká stylistika, většinou empirická a školsky zaměřená, od Jungmannovy Slovesnosti z r. 1820 po puristu J.Hallera,

jehož strukturalisté pokládali za svého úhlavního antipoda, a že ignorovali tradiční rétoriku, pokládající ji za neplodnou antikvitu.

Hned v počátcích pražské teorie se objevoval termín *novinářský jazyk*, resp. *styl*, zdůrazňovala se však jeho polyfunkčnost a připomínala se především jeho potřeba ustálených vyjadřovacích formulí. Za samostatný, z hlediska schématu konstitutivní útvar se nepokládal. U V. Mathesiuse (1942) a po válce u Fr. Trávnička (1953) se objevily pokusy včlenit do teoretického konstruktů jakožto *novinářský styl* něco, co se odvolávalo na instrumentář tradiční rétoriky, ale tyto pokusy neměly nijak velký ohlas.

V roce 1954 se na významné stylistické konferenci poprvé v Československu objevilo, jako neologismus, slovní spojení *publicistický styl* a jako jeho základní, formulující funkce byla určena funkce agitační (Hausenblas 1955). Údoby tohoto terminologického spojení se uplatnily v stylistice polské, srbochorvatské, slovinské a jinde v centrální a východní Evropě, včetně bývalé NDR, západní lingvostylistické tradici zůstal tento termín vcelku cizí (např. do angličtiny se nedá vlastně přeložit - chce-li např. Čech sdělit anglickému čtenáři své úvahy na toto téma, musí se uchýlit k velmi vágním synonymům, popř. k explikaci, např. *persuasive style*). Neologismy typu Galperinova (1971) návrhu *publicistic style* zůstávají pro západního čtenáře jakousi exotickou zvláštností a kuriózní pozoruhodností. V stylistikách středoevropských a východoevropských stylistikách zůstával tento termín konotován tím, že šlo vlastně o import tradice lingvostylistiky sovětské a tam že byl tento termín-pojem leckdy velmi zúženě, utilitárně a zjednodušeně pojímán v duchu totalitní ideologizace. Nahledě na tyto zvnějšku přicházející simplifikace a deformace se však seriózním prohloubováním tohoto pojmu a empirickými výzkumy, které na tyto obecné úvahy navazovaly, ukazovalo, že jádro myšlenky je zdravé a plodné a že tušení nutnosti doplnit staré pražské strukturalistické schéma o další konstitutivní člen odpovídá jazykové i stylové komunikací realitě samé.

Vážnou překážkou na cestě k vypracování jakéhosi obecněji přijatelného a racionálně uchopitelného pojetí představy *publicistického stylu* se ukázala jakási až fascinace málo vyhrocenou, avšak tím utkvěleji zakořeněnou představou že to, co má tento termín označovat, nějak fatálně a bytostně souvisí s novinami, žurnalistikou v moderním chápání těchto jevů. Těžko se pak dalo něco postavit proti námitkám, opírajícím se o prostý *common sense*, že najít nějaké podstatné lingvostylistické parametry, které by ve vyšší jednotu spojovaly novinovou zprávu, článek, komentář, fejeton, inzerát, interviewů, básniček a povídek psaných pro noviny a publikovaných v nich, je velice obtížné, ba

nemožné. Z hlediska diachronního se dokonce ozřejmila evidentní skutečnost, že je nepřekonatelná lingvistilistická diskrepance mezi českými novinami staršího období, až hluboko do první poloviny 19. století, a mezi žurnalistikou, jak se manifestuje přibližně právě od tohoto časového mezníku dále. Teoretická neujasněnost a mlhavost v chápání toho, co se vlastně oním „publicistickým stylem“, který všichni přijímali a proklamativně uznávali, mělo dost tíživé následky i pro základní díla věnovaná popisu jazyka a stylistiky se dotýkající spíše okrajově.

Lze to ukázat například na praxi základního a teoreticky jinak vyborně fundovaného díla nové české lexikografie, čtyřsvazkového *Slovníku spisovného jazyka českého z let 1958-1970*. Do soustavy stylistických kvalifikátorů zavedli autoři tohoto slovníku i kvalifikátor „publicistický“ (zkratkou „publ.“). Shromáždili se všechen heslový a příkladový materiál z nové češtiny, jemuž se takové kvalifikace dostalo, s překvapením zjistíme, že zkratka „publ.“ tam slouží jako jakýsi kryptický instrument jazykové kritiky pro lexikální jednotky nějak obsahově podezřelé, defektní, zbavené ostrých sémantických kontur, otřelé a vyprazdňené stereotypním užíváním a nadužíváním, atd. Tedy že je to zkratka pro něco, co je velmi blízké „oficiálnímu stylu“ J.Bartmiňského.

Jedna z možností, jak se vymanit ze slepé uličky, do níž se tu lingvistilistické uvažování dostávalo, se otevírala tam, kde se výzkum začal orientovat na už uzavřená, a proto přehledná, transparentnější období vývoje jazyka. Pro vývoj teorie pražské školy v oblasti stylistiky je příznačná (zdánlivě) paradoxní okolnost, že na jedné straně měla pražská škola vždy mimořádně zjitřený cit a vnímavost pro jazykovou praxi své doby a pro konkrétní existenční formy současného fungování jazykové komunikace, na druhé straně však že svou teoretickou bázi v oblasti stylistiky vytvářela na velkých analýzách, kterým podrobovala především texty těch období minulosti, která byla pro novou češtinu rozhodující.

Jan Mukařovský (1958) v 30. letech vytvářel svůj koncept uměleckého stylu na textech významných obrozenských básníků, Miloty Zdirada Poláka a hlavně největšího českého romantika Karla Hynka Máchy (na jehož styl významně působil jazykový styl romantiků polských). Teorie odborného stylu se pevně konstituovala po několika dílčích synchronně na současnost orientovaných prací v rozsáhlém díle Milana Jelínka (1957), věnovaném jazykovému stylu české odborné prózy opět obrozenské, tj. z první poloviny 19. století. Pokud jde o *styl publicistický*, přímo se nabízelo zaměřit se na dílo novináře, kritika, básníka a politika Karla Havlíčka Borovského - veřejně působil v letech 1845-1851.

Ukázalo se, že Havlíčkovy texty jsou svými jazykově slohovými kvalitami blízké mnohým soudobým textům básnickým, esejistickým, beletristickým, homiletickým, ba i odborným (např. odborným polemikám), zatímco nic podstatného je nespojuje s texty publikovanými v jeho novinách a časopisech, pokud tyto texty měly cíl čistě informativní, jednoznačně cílí k uchopení denotátu. Proto také, měly-li se předběžné charakteristiky *publicistického stylu* konfrontovat s obdobně funkčně orientovanými texty v jiných slovanských jazycích, nebylo nutné je hledat v komunikátech zprostředkovaných médii novin, naopak, plodnou se ukázala konfrontace s dílem Edmunda Chojeckého, pokud jde o polštinu, Alexandra Gercena, pokud jde o ruštinu, Heinricha Heineho v němčině apod. Jev, který se v rámci tvořící se pražské stylistické teorie postupně vynořoval z původního amorfního chaosu, nepoukazoval tedy nutně k novinám, žurnalistice (třebaže v posledních dvou století se tohoto komunikačního média zmocnil dalekosáhle), v předchozích epochách naopak dominoval často v žánrech zdánlivě tak odlehklých, jako je náboženská a vzdělávatelná próza (např. ve spisech Čecha Tomáše ze Štítného v druhé polovině 14. století), v korespondenci (např. mistra Jana Husa), v občanské a politické poezii (např. v básnické tvorbě husitské, stejně jako v poezii novodobých básníků Sv. Čecha, Petra Bezruče nebo Viktora Dyka), v historických kronikách, v beletrii atd.

Zkušeností je dáno, že v jazykové komunikaci, veřejné, ale nejen v ní, existuje masivní množství komunikátů, přičemž jejich řada není uzavřena, nýbrž denně se rozmnožuje o nepřehledné množství mluvených i graficky fixovaných textů, které se nadají subsumovat pod kategorie slohu prostě sdělovacího, odborného nebo uměleckého. Jejich posláním je nejen sdělovat nějaký myšlenkový obsah v každodenní, elementární životní praxi nebo v oblasti nociónálního, přesně artikulovaného poznání, nebo sdělovat s primárním záměrem vyvolání estetického účinku. To, co má ona neuzavřená množina textů navíc, je taková organizace jazykových prostředků, takové lingvální ztvárnění, které samo, autonomně působí na adresátův postoj, vykonává na něho jistý mentální tlak, reguluje jeho mínění, cílení, popřípadě i jednání směrem, který autor předem zamýšlel, a který tedy plyne z jeho komunikační strategie. Jazykové projevy tohoto druhu tedy nejen něco objektivně sdělují, fixují vztah k denotátu, ale, popřípadě především jsou instrumentem k vytváření mínění. Tuto funkci postřehla, fixovala a analyzovala už antická rétorika termínem *persuasio*. Činnost spočívající v *persuadere*, *peithó*, registroval jako jeden z pólů lidské jazykové komunikace Quintilianus, a rozčlenil ji dále na *docere*, *delectare*, *movere*, a právě

ono *movere* je patrně jádro toho, co jsme se snažili a snažíme potřechnout a uchopit.

Funkce, ke které jsme tak dospěli, se v češtině nejpřiléhavěji pojmenuje zřejmě *ovlivňovací, persvazivní*. O jazykové prsvazi existuje dnes bohatá literatura, nejedno dílo má toto pojmenování přímo v titulu - dospělo se k tomu z různých východisek, v rámci různých humanitních oborů, a i to snad naznačuje, že cesta uvažování, která k němu dovedla, nebyla klamná. Je možné se pak ptát, zda by nebylo účelné vůbec rezignovat na termín *publicistický* jakožto zavádějící - pro to by mluvilo, že toto pojmenování navozuje nepřesnou představu, že máme co činit s něčím, co je omezeno jen na sféru veřejnou, a navíc je to tu i už připomenutá okolnost, že nás tento termín izoluje od stilistické tradice západoevropské. Bylo by ovšem možné utéct se k termínu stylu *persvazivního*. Protiargumentem je prostá zkušenost, že každá reterminologizace zvyšuje labilitu poznávacího i pedagogického působení humanitních věd a že konvenčnost a arbitrárnost jazykového znaku stejně brání tomu, aby sama sémantika jazykového znaku obsáhla celou podstatu označovaného jevu.

V soustavě základních funkčních stylů je styl *publicistický* vymezován především opozicí vůči stylu odbornému – toto tvrzení odporuje ustálenému, rozšířenému názoru, že *publicistický* styl v sobě absorbuje prostředky a postupy právě tohoto stylu; tato konfuze je však podle mého mínění právě jeden z neblahých následků směřování pojmu *publicistický styl* představy „to, co se také tiskne v novinách“. Naopak *publicistický styl* je prostupný se *stylem prostě sdělovacím* i se *styly uměleckými*, a to na rovině jednotlivých komunikátů i na rovině celých žánrových typů.

Ovlivňovací (persvazivní) funkci není záhodno směřovat nebo dokonce ztotožňovat s *funkcí apelovou* (ve smyslu bühlerovské triády). Jazykový apel je jedním ze základních způsobu, jimiž se *publicistická-ovlivňovací funkce* konkretizuje a realizuje (to je dáno už tím, že „cílem apelového jazykového projevu je vyzvat reakci u adresáta“). *Ovlivňovací funkci* však mohou sloužit vedle prostředků zřetelně a manifestačně apelových i mnohé prostředky jiné a nejen prostředky, nýbrž celé stilizační postupy a schémata.

Vratme se k opozici odborný - *publicistický*. Odborné projevy akcentují sdělení, denotát, ten je objektem i cílem komunikace, autor i adresát jsou zatlačováni do pozadí a leckdy anulováni úplně. Proti tomu *publicistický* projev akcentuje právě je (nejsou dokonce nijak ojedinělé případy, kdy právě objekt sdělení je vlastně nulový – může být notoricky znám, nebo je jen záminkou sdělování; skutečným cílem – je právě onen konativní efekt, jehož výsledným

stavem má být vytvoření jakési názorové aliance autora a adresáta. Proto se základní komunikační schéma v publicistických projevech někdy obohacuje o třetího partnera komunikace, pseudoadresáta (komunikace se pak jistým způsobem vlastně „teatralizuje” - skutečnému leč nepojmenovanému adresátovi se jaksi *ad oculos* „předvádí” komunikace autora s pseudoadresátem).

Publicistický styl vytváří svým funkčním zacílením z užitého jazykového materiálu jakousi základní jazykovou publicistickou osnovu (ratsr), tato osnova zajišťuje navázání a udržování kontaktu s adresátem, v ní se uplatňuje hodnotící postoj autorův a vytváří axiologická osa textu, a ona také absorbuje a organizuje apelové složky jazykového ztvárnění (apel může být mentální, emocionální a akční; může být manifestován nebo zastírán, skryt). Persvazivní složky textu se mohou vázat na složky čisté sdělovací, nociónální, vrstvit se na ně a prorůstat jimi, a nebo se mohou oddělovat, autonomizovat, vytvářet uvnitř makrotextu vlastní, příznakově persvazivní řečové mikrosekvence. Publicistické persvazivní funkci slouží potenciálně elementy všech složek jazykové struktury, nejvíce však bývají exploatovány prostředky roviny lexikální a frazeologické, roviny gramatické (včetně morfologické) a roviny textové výstavby.

Na závěr ještě jednu poznámku. Na rozdíl od funkčního stylu odborného, který je v moderní době čím dál víc internacionalizován, unifikován, v oblasti *stylu publicistického* bývají mezi jednotlivými národními jazyky značné, někdy přímo propastné diference - proto je překládání publicistických textů značně náročné až ošidné (např. publicistický text ruský přeložený do češtiny do slova otrocky, může působit značně rozdílně, někdy přímo opačně, než zamýšlel autor). Je proto studium této stylové kategorie i námětem a úkolem stylistiky praktické.

Literatura

Bartmiński J., 1990, *Problemy stylu*. — *Folklor – język – poetyka*, Wrocław.

Galperin I.R., 1971, *Stylistics*, Moscow

Hausenblas K., 1955, *K základním pojmům jazykové stylistiky*, „Slovo a slovesnost” XVI, s. 1-15.

Jelínek M., 1957, *O jazyce a stylu novin*, Praha.

Mathesius V., 1942, *Řeč a sloh*, Praha.

Mukařovský J., 1958, *K otázce individuálního stylu v literatuře*, „Česká literatura” VI, s. 254-269.

Trávníček F., 1953, *O jazykovém slohu*, Praha.

Der publizistische Stil im System der funktionellen Stile

In der Prager Schule hat man von Anfang an drei funktionelle Grundstile abgeteilt: den künstlerischen, den umgangssprachlichen und den spezialistischen Stil. Diese Triade war jedoch nicht endgültig, denn schon vor dem zweiten Weltkrieg V.Mathesius (und nach dem Kriege F.Trávníček) haben eine Erweiterung der Triade um den journalistischen Stil vorgeschlagen (novinářský styl). Jedoch wurde der Vorschlag abgelehnt.

K.Hausenblas hat im Jahre 1954 eigene Konzeption des Stils, dessen fundamentale Funktion die Agitation war, vorgebracht. Er benannte diesen Stil - publizistischer Stil. Leider er stieß bei der Beschreibung dieses Stils auf Hindernisse, weil es eben schwer ist, gleichwertige Merkmale bei solchen Äusserungen wie Information, Artikel, Kommentar, Erzählung oder Märchen, die in der Presse publiziert sind, zu finden. Vom historischen Standpunkt aus, hat diese Schwierigkeit die Andersartigkeit der tschechischen Presse des XIX. und XX. Jahrhunderts vergrößert.

Die nächstfolgenden Forscher dieses Stils haben auf die Tatsache aufmerksam gemacht, dass er vor allem Persuasionsfunktion und Agitationsfunktion ausübt. Deswegen hat man ihn in Opposition zu dem spezialistischen Stil definiert. Am Ende hat man festgestellt, dass der publizistische Stil einen speziellen sprachlichen Grundinhalt hat (ratsr), der ihm Kontaktaufnahme und Erhalten des Kontakts mit dem Empfänger sichert. Der Grundinhalt enthält ein Wertungsverhältnis des Autors auch die axiologische Achse des Textes, welche die Appellstruktur der Verlautbarung organisiert. Den Persuasionsteil verrichten verschiedene Textelemente z.B.: umgangssprachliche, sachliche usw., um welche herum sich die Makrotextelemente zeigen können, die der persuasischen, rhetorischen Mikrosequenz eigen sind. Diese Elemente können in jeder Textebene vorkommen: von der lexikalischen und grammatischen Ebene beginnend, auf der Komposition des Textes endend.