

Posudek diplomové práce Veroniky Pauzerové  
**Lexikální kreativita v inzerátech a v reklamě**  
(PF JU České Budějovice, 2007, 70 stran)

Diplomandka se ve své práci věnuje jazyku inzerátů publikovaných ve francouzském tisku, a to v oblasti bydlení, zaměstnání a seznámení, přičemž inzerát chápe jako jeden z typů reklamy. Jazykový materiál zkoumá především z hlediska lexikálního, stranou ovšem nezůstávají ani kritéria stylistická. Práce je rozdělena na dvě části: teoretickou, které se věnují první tři kapitoly a praktickou, zpracovanou v kapitole čtvrté.

První kapitola teoretické části se zabývá lexikální kreativitou a základním pojmy spojenými s tvořením slov. Hned v úvodu kapitoly diplomandka píše: „*Lexikální kreativita, neboli pestrost slovní zásoby a její původ...*“ (str. 4); jedná se zde o poněkud netradiční pojetí pojmu lexikální kreativita. Kreativitu v jazyce chápeme obvykle jako schopnost tvořit (teoreticky) neomezené množství jednotek a rozumět jim na základě produktivních pravidel – v případě lexikální kreativity jde o lexikální jednotky. Formulace V. Pauzerové je tedy značně vágní a zavádějící. V této kapitole se diplomandka opírá o doporučenou literaturu a informuje o jednotlivých slovtvorných postupech. Zde bych vytkl některé drobné detaily: str. 9 – *langue familiée* místo správného *langue familière* (tato chyba se opakuje na více místech); str. 9 V. Pauzerová píše: „...*v normě mluvené se [sigla] čtou tak, že se skládají názvy písmen v abecedě.*“ Toto neplatí ve všech případech, jak by z obecně formulované věty vyplývalo – viz např. *OTAN*, *SMIC*, atd., které se čtou tak, jako by to byla běžná slova. Teoretický výklad v rámci této kapitoly je pojat obecně, konsensuálně, nekonfrontačně, nemám tedy k němu dalších poznámek.

Druhá kapitola je věnována reklamě, přičemž ji diplomandka analyzuje jak z hlediska sociologického, tak i z hlediska jazykovědného. Je chvályhodné, že si klade otázku vztahu reklamy a funkčního stylu a ve shodě s odbornou literaturou chápe reklamu (inzerci) jako charakteristický útvar publicistického stylu. Pozor na str. 15: termín funkce apelová není synonymem pro termín funkce konotativní, nýbrž konativní.

Praktická část je věnována analýze excerpovaných lexémů. Tyto diplomandka rozebírá s hlediska morfologického, formálního, z hlediska kolokací a z hlediska stylové příznakovosti.

V některých ohledech jsou klasifikační kritéria navržená diplomandkou poněkud nejasná. Postrádám zde například explicitní definici pojmu kolokace a kolokabilita. Není mi proto zcela jasné, co zakládá tvrzení na str. 28: „*nejnižší kolokabilitu mají srovnatelně číslovky a slovesa*“; pojem kolokabilita je nutno chápat potenciálně, jako úhrn možných jiných lexémů, s nimiž se daný lexém může v celém systému kombinovat, je dána sémanticko-syntaktickými vlastnostmi lexému. Diplomandka zřejmě chápe pojem spíše jako počet slov, která se v jejím korpusu vyskytla ve spojení s daným slovem, ovšem i tak nemají kvantitativní tvrzení typu str. 28 příliš velkou informační hodnotu. Za závažné a hrubé pochybení je nutno považovat řazení předložek *avec* a *à* mezi spojky (str. 28). K určitému nepochopení zřejmě došlo u participia slovesa *comptant* (str. 28): tento tvar se vyskytuje zpravidla ve spojeních *appartement en parfait état cpt : entrée, séjour double, cuisine équipée, 3 belles chambres, sdb, wc, séparé, nbreux placards*. *Comptant* se nevztahuje k *état*, ale k *appartement* a uvádí výčet místností, které byt čítá. V tomto smyslu je i překlad uvedený na str. 58 (*stav bytu čítá*) nesprávný. Vše co následuje za dvojtečkou pak patří do syntagmatu s *comptant* a mělo by tedy dle metody V. Pauzerové být uvedeno v tabulce kolokability.

Další výhradu mám k užívání výrazu etymologie – nejčastěji se výrazu užívá pro označení jazykovědné disciplíny zabývající se původem slov a vývojem významů a forem, a

to do nejstaršího možného data. Nazývat etymologií tvrzení, že např. tvar *appt* je zkratka od *appartement* užívaná v současných inzerátech, není dle mého názoru zcela konvenční.

Na str. 29 dochází k závažné desinterpretaci citované literatury (Chloupek a kol., 1990: 81). Při výkladu o stylově příznakových slovech cituje diplomandka stať věnovanou nikoli lexikální stránce textu, ale syntaktické, proto je celý předposlední odstavec na str. 29 zejména ve svém závěru nesrozumitelný. Tato desinterpretace má své důsledky pro kritéria dělení slov na stylově příznaková, kam diplomandka řadí zkratku, kompozitum nebo výpůjčku a nepříznaková, kam řadí všechna ostatní. Není jasné, na základě čeho se tak diplomandka rozhoduje. Výpůjčka *parking* je potom diplomandkou řazena mezi slova stylově příznaková, kdežto výpůjčka *kitchenette* (nikoli *kitchinette*) mezi nepříznaková. Podobně slovo *semaine* je na str. 36 řazeno do příznakových, na str. 41 do nepříznakových. Otázce stylistické příznakovosti lexémů se věnuje odborná literatura relativně podrobně (např. Čechová a kol., 2003: 139 et sqq., či již zmíněný Chloupek, 1990: 141 et sqq.), kritéria dělení by bylo bývalo vhodné přepracovat na základě uvedených pramenů.

Kapitoly 4.3 a 4.5 považuji za celkem zdařilé.

Bibliografie je kompletní a citovaná dle platných norem.

Další poznámky:

str. 24 – *salaire* není výpůjčka (aspoň ne tak jako *no limite*, jedná se o učené slovo latinského původu)

str. 24 – *la groupe* – místo správně *le groupe*

str. 27 (a jinde) – *hoteur sous plafond* místo správně *hauteur sous plafond*

str. 35 – *référances* místo správně *références*

str. 58 – zkratka *bel imm.* znamená *bel immeuble*

str. 63 – zkratka *angloph.* znamená spíše *anglophone* než *anglophile*

str. 63 - zkratka *tr. ouvert* znamená spíše *très ouvert* než *trop ouvert*.

Diplomandka provedla sondu do lexika současné francouzské inzerce z oblasti bydlení, zaměstnání a seznámení. Přesto, že práce obsahuje četné problematické pasáže (viz výše), povedlo se V. Pauzerové dojít k určitým relevantním závěrům, zejména pokud jde o celkové charakteristiky lexikálních a stylistických jevů v inzerci. Práce má logickou strukturu a je doplněna přehlednými tabulkami.

Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji klasifikovat známkou **velmi dobře**.

V Českých Budějovicích dne 14. května 2007

Mgr. Ondřej Pešek, Ph.D., v. r.