**3. Pragmatická dimenze a pragmatická analýza textu**

**3.1 Hledání definice pragmatiky**

 Jelikož má pragmatická lingvistika velmi široký záběr, zpočátku do ní lingvisté zařazovali všechny oblasti výzkumu, které se nevešly do tehdejších tradičních disciplín, jako jsou fonetika, morfologie, lexikologie, syntax a stylistika. Kvůli mnohosti zkoumaných témat je také obtížné pragmatickou lingvistiku jednoznačně definovat. Dostupné definice zdaleka nejsou plně vystihující, pragmatická lingvistika se spíše vymezuje souborem témat, která stojí v centru pozornosti badatelů orientujících se na práci s autentickým jazykovým materiálem.

*Pragmatická lingvistika / pragmatika se tedy vymezuje jako lingvistická disciplína studující texty a proces jejich tvorby z hlediska záměrů a cílů produktora (mluvčího, pisatele), z hlediska účinků na recipienta (adresáta, příjemce), se zřetelem ke komunikační situaci* (Machová, in Machová; Šamalová (Eds.), 2007, s. 11). Mluvení je běžnou lidskou činností, a je tedy možno k němu přistupovat jako k součásti jednání.

Pragmatika studuje faktory, které řídí naše řečové jednání v sociální interakci, a účinky našeho výběru na ostatní komunikanty. Zkoumá pravidla sociální interakce a jejich odraz v řeči. Podle Levinsona (1983, s. 21) je pragmatika disciplínou, která se zabývá vztahy mezi jazykem a kontextem, které jsou relevantní pro porozumění textu.

Jeho definice zmiňuje slovo kontext – disciplína si všímá nejen jazykové produkce a recepce, ale i složek mimojazykových (místo a čas, osobnost produktora). Vedle termínu vnitřní a vnější kontext se užívá často termínu komunikační situace.

Švehlová (in Machová; Švehlová, 2001, s. 80) nabízí další tři možné definice pragmatiky:

*Pragmatika je teorie nekonvencionalizovaných složek verbální mezilidské komunikace.*

Z této teorie vyplývá, že pragmatika se zabývá i různými odchylkami a nepravidelnostmi, které jsou přítomny v mezilidské komunikaci. Lze říci, že v popředí zájmu stojí skutečná komunikace, která se neřídí vždy důsledně pravidly.

*Pragmatika studuje schopnost produktora užít větu v kontextu, v němž je vhodná, náležitá, přiměřená.*

Každý komunikant se snaží pomocí svých promluv dosáhnout určitých cílů, volí tedy takové jazykové prostředky, které mu to umožní. K rozvoji pragmatiky přispěl i fakt, že si lingvisté uvědomili, že pro pochopení smyslu textu je důležitá i znalost mimojazykových faktorů komunikace.

*Pragmatika studuje jazyk z funkčního hlediska.*

Jazyk je systém, jehož hlavní funkcí je dorozumívání. Pragmatika zkoumá, jak dorozumívání funguje, jak se odráží vztah mezi komunikanty a komunikátem v samotném komunikátu.

Pragmatika je interdisciplinární lingvistická disciplína, úzce propojená s ostatními vědami jazykovými i společenskými. Velmi blízká je např. psycholingvistika, která se zabývá vztahem jazyka a myšlení. Hlavními tématy *psycholingvistiky* jsou např. nabývání mateřského jazyka, učení se cizím jazykům, uspořádání slovní zásoby a fungování gramatiky ve vztahu k myšlení, poruchy produkce a recepce řeči. Většina otázek řešených v rámci psycholingvistiky hraje významnou roli i v pragmatice. Další příbuzná disciplína, *sociolingvistika*, zkoumá vliv prostředí na jazyk jednotlivce. Mluvčí je ovlivněn místem, odkud pochází – konkrétní jazyk je jeho mateřštinou, mluví určitým nářečím, na řeč má vliv i to, jakého dosáhl vzdělání, v jakém profesním a zájmovém prostředí se pohybuje. Tytéž faktory jsou důležité i pro pragmatiku. *Textová lingvistika* se zabývá vznikem, stavbou a fungováním textů. Za text se považuje nejen text psaný, ale i mluvený (pro ten se někdy užívá termínu diskurz). Textová lingvistika se orientuje na vztahy mezi větami, uspořádání informací v textu. Pragmatika rovněž pracuje s celými nebo relativně ucelenými texty, jednotlivé výpovědi vytržené z kontextu nedávají při pragmatické interpretaci smysl, mohou být zavádějící.

Studenti mívají jisté zkušenosti s další příbuznou disciplínou, a to *rétorikou*. Antické trivium, které tvořilo základ vzdělání, bylo reprezentováno právě *rétorikou, dialektikou a gramatikou* (o jejich proměnách v průběhu staletí blíže pojednává Kraus, 1998, 2004). Při pragmatické analýze textu de facto vycházíme ze všech těchto disciplín, okruh pragmatických zkoumání je tedy širší. Navíc rétorika má poněkud preskriptivní charakter, doporučuje řečníkovi, jak svou řeč nejlépe formulovat z hlediska účinku na adresáta. Pragmatika naopak zkoumá texty již vytvořené. Věnuje se také účinku na adresáta, ale už v situaci, kdy je text komunikován a zasazen do kontextu.

**Aktivita 3.1: Definice pragmatiky**

Studenti na střední škole nebudou schopni definici pragmatiky sami sestavit, lze ale ještě před vlastním zahájením výkladu společně analyzovat příbuzná slova. Možná studenti budou schopni vysvětlit, jakého člověka označíme za pragmatika, co je to pragmatický přístup k životu, eventuelně budou znát i filozofii pragmatismu.

# Komentář k aktivitě 3.1

*Pragmatismus je subjektivně idealistický filozofický směr, pokládající za hlavní kritérium mravnosti našeho jednání a pravdivosti poznání jeho užitečnost. Pravda je to, co „lépe pracuje“, co je prakticky užitečné; zde však nejde o potvrzení objektivní pravdy kritériem praxe, ale o to, co lépe vyhovuje jedinci, co uspokojuje jeho zájmy* (Klimeš, 1981).

 Studenti pravděpodobně správně popíší pragmatika jako člověka, který uvažuje z hlediska užitku (účel světí prostředky), který se chová racionálně. Je možno zavést diskusi, zda je tato vlastnost kladná či záporná.

 Po tomto úvodu učitel přejde k pragmatické lingvistice, studentům už je v tom momentě jasné, že se bude jednat mimo jiné o to, jak pomocí jazyka dosáhnout komunikačních cílů.

*Pragma* znamená řecky čin, v rámci pragmatické lingvistiky budeme přistupovat k mluvení jako k jednání.

**3.2 Pragmatická analýza textu a její důležitost ve výuce**

V současnosti se neustále upozorňuje na důležitost tzv. funkční gramotnosti. Funkční gramotnost zahrnuje vedle matematické a přírodovědné gramotnosti pro nás důležitou gramotnost čtenářskou. Čtenářská gramotnost znamená schopnost porozumět psanému textu, přemýšlet o něm a používat jej k dosahování určitých cílů, k rozvoji vlastních schopností a vědomostí a k aktivnímu začlenění do života společnosti. Jak ukazují současné výzkumy v rámci PISA, české děti mívají právě v této oblasti obtíže (Koucký a kol., 2004). Pedagogové se proto snaží upravit výuku tak, aby byla právě tato kompetence rozvíjena. Jedná se o schopnost pracovat s textem, získat z něho informace, utřídit je, vystihnout to nejpodstatnější z textu, aplikovat nově získané poznatky na konkrétní praktické úlohy apod. V pragmatice ovšem nejde jen o analýzu textu psaných, často jsou předmětem jejího zájmu právě texty mluvené. Vedle čtenářské dovednosti je tak rozvíjena i dovednost naslouchat (dovednost naslouchat rozebírá podrobně např. Křivohlavý, 1993, dovednost čtenářskou a naslouchání Šebesta, 1999).

 Hloubková pragmatická analýza je poměrně náročná na čas; práce s jedním textem může trvat i celou hodinu. Žáci jsou zvyklí na komplexní rozbory jazykové (gramatické) a interpretaci textu považují za záležitost spíše literární. I v literatuře se spoléhají především na interpretace literárních děl předkládané učitelem a zřídka bývají sami schopni odhalit smysl díla. Proto v  následující kapitole prezentuji návod krok za krokem, na co všechno se může učitel ve výuce při pragmatickém rozboru textu zaměřit. Není vždy nutno provést komplexní analýzu, je možno vybrat jen určité segmenty, např. odhalit manipulativní aspekty, věnovat se zdvořilosti, všímat si pouze neverbální složky textu apod.

Pomocí pragmatické analýzy můžeme usilovat o odhalení smyslu textu, odkrytí záměru autora. Podrobná analýza nám pomůže ubránit se komunikační manipulaci, jestliže prohlédneme strategii a komunikační techniky autora.

Pro cvičné provádění pragmatické analýzy můžeme použít různé autentické texty. Výběr vhodného textu z didaktického hlediska je důležitý. Klasická pragmatická analýza se obvykle neprovádí s texty uměleckými (literárními), i když ani to není vyloučené, dobře zvolený dialog z literárního díla určitě přináší zajímavé momenty. Důležité je zvážit atraktivitu tématu pro studenty. Text by neměl být příliš dlouhý. Vhodné jsou např. články z novin, ale je nutné dát pozor na srozumitelnost a adekvátnost vzhledem k věku studentů. Mnoho prostoru k interpretaci nabízejí reklamní texty. Dialogické texty se snadno získávají např. z internetu, nebo je možné je nahrát a přepsat. Už hotové přepisy dialogických textů nabízejí korpusy, např. ORAL a DIALOG. Korpusy jsou de facto jazykové materiály převedené do elektronické podoby, se kterými mohou uživatelé pracovat jako s autentickými texty. Získat dialogické autentické materiály je zvláště obtížné, proto mluvených korpusů existuje omezené množství (více o korpusové lingvistice a práci s korpusy např. Čermák, Schmiedtová, 2004).

Pro přehlednost užívám čtyř kroků pragmatické analýzy, která je aplikovatelná na psaný i mluvený text a je srozumitelná i pro studenty.

**3.3 Situace kolem vzniku textu**

Nejprve popíšeme situaci kolem vzniku textu. Pokud máme nějaké informace o jeho autorovi, zamyslíme se nad tím, které rysy autorovy osobnosti měly na tvorbu textu největší vliv. Důležité je např. v jakém psychickém stavu se autor pravděpodobně nacházel, ale i trvalejší osobnostní rysy (věk, vzdělání, pohlaví, politická orientace). Osobnostní rysy jsou důležité i u předpokládaného publika – komu je text určen? Jaký je vztah autora k publiku?

Studenti pravděpodobně nebudou schopni postupovat sami bez návodných otázek, ptáme se tedy: *Kde takový text můžete nalézt a proč se tak domníváte?* (e. g. – určitý text vykazuje rysy bulvárního tisku, jiný text je reklama, jiný je soukromý dopis…). Dále se dotazujeme na autora: *Co o něm můžete říci?* *Pokud nemáme jasné indicie, jak si autora představíte a proč ?* (např. reklamní text vytvořil spíše člověk zaměstnaný v reklamní agentuře než člověk pracující na vývoji produktu apod.). Takto společně získáme úvodní informaci, která utváří rámec pro další kroky analýzy. Jednotlivé body je možno zaznamenat na tabuli. Je možné, že se občas vyskytnou různé názory studentů – nevyvracíme je, pokud je nelze pokládat za zcela neadekvátní a pomýlené. Studenti by měli být schopni dojít k závěrům až po provedení všech kroků analýzy.

**3.4 Záměr autora**

Druhým bodem analýzy je snaha vydedukovat záměr autora. Se stoprocentní jistotou záměr nelze stanovit nikdy, ale analýza řečové strategie nám může hodně pomoci. Autor k dosažení svého záměru volí komunikativní strategii, která nejlépe odpovídá jeho cílům – to nám připomene i filozofii pragmatismu. Autor může volit strategie, které působí na adresáta pozitivně: např. je zdvořilý, kooperativní, snaží se zalichotit adresátovi, slibuje, nabízí adresátovi výhody. Některé z těchto strategií už hraničí s manipulací, kdy se autor snaží získat pro sebe výhody na úkor adresáta, ten si to však nemusí uvědomit. Mezi strategie, které mohou za určitých situací vést k cíli, ale zároveň jsou adresátem vnímány negativně, patří např. agresivita, psychické vydírání, ponižování, urážky.

Tyto strategie jsou v textu, který podrobně zkoumáme jako nezaujatí pozorovatelé, snadno rozpoznatelné – jiná je situace, pokud na člověka text působí tehdy, když je osobně zaangažován – pak je náchylnější k tomu, aby manipulaci neodhalil. Většina textů v sobě obsahuje určité prvky, které nejsou úplně korektní. Pro prvotní nácvik analýzy je dobré začínat s texty, kde je záměr průhledný, např. reklamou, bulvárním sdělením či dialogem, kde se evidentně jedná o manipulativní strategii.

**3.5 Produkce**

V další části analýzy se zaměříme na samotnou produkci – tvorbu textu. V této části se budou naše postřehy opírat o konkrétní zpracování tématu. Budeme si všímat stylistických faktorů, jazykového kódu užívaného autorem. Důležité jsou slohotvorné činitele (Čechová a kol., 1997): Zda jde o text mluvený, či psaný, připravený, nebo nepřipravený, monologický, či dialogický. Pokud se jedná o mluvenou produkci, důležité je i místo, kde komunikace probíhá, a čas, neopomíjíme tedy kontextové faktory. Musíme si všímat příčiny a účelu používaných prostředků: Mluví autor spisovně či užívá nespisovný kód (obecnou češtinu, slang, nářečí)? Jaký sleduje volbou jazykových prostředků cíl? Užívá cizí slova, aby jeho projev působil erudovaně? Používá familiérní výrazy, aby se přiblížil adresátovi? Užívá klišé? Je jeho projev srozumitelný? Dává produktor najevo emoce? Užívá kontaktních prostředků, aby vtáhl adresáta do komunikace? Argumentuje, či spíše manipuluje? Pokud se jedná o mluvený projev, jaká je neverbální složka jeho komunikace? Užívá hodně či málo gest? Jak působí mimika jeho obličeje? Je tón hlasu přátelský, nebo agresivní? Další informace tkví v samotném médiu, které nám text zprostředkovává. Novinová zpráva bude mít jistě jinou formu než stejná informace v mluveném médiu. Jinak je tato zpráva podávána v bulvárních novinách, jinak v seriózním tisku. Vliv na tvorbu textu má i skutečnost, že text navazuje na jiné texty – např. v novinách se autor vyjadřuje k tématu, o kterém už čtenář základní informace získal dříve.

 Studenty opět přivedeme návodnými otázkami k žádaným odpovědím. Tato část analýzy je pro studenty nejobtížnější, snad proto, že je z jejich hlediska nejméně zábavná a vyžaduje velmi pozorné čtení textu. Na druhou stranu studenti, kteří mají určitou zkušenost se slohovou výukou, by měli umět zhodnotit jazykovou stránku projevu a popsat stylovou hodnotu užitých lexémů. O něco více problémů způsobuje zpravidla syntax, studenti sice většinou rozpoznají délku vět, ale nejsou schopni posoudit, jaký je výsledný efekt na dynamičnost textu, dokáží rozlišit, zda je text koherentní, ale nejsou s to určit, jakými prostředky bylo koherence dosaženo. Naopak velmi dobře jde studentům posuzování grafické a neverbální složky komunikátu.

**3.6. Interpretace**

V poslední části zhodnotíme naše vnímání textu (percepci). Pokračujeme návodnými otázkami. Splnil text Vaše očekávání? Podařilo se podle Vás splnit produktorovi svůj komunikační záměr? Možná, že někdo jiný by na text mohl reagovat odlišně – pokuste se zachytit i jiné možné interpretace, než je ta Vaše. Jaký je smysl textu? Studenty baví fakt, že oni teď vystupují jako „erudovaní“ čtenáři. Rádi odpovídají stylem: „*Já bych na tuto reklamu neskočil, výrobek bych si nekoupil, ale jiní ano…“* Je třeba dávat pozor na tendenci mladých přisuzovat snadnou zmanipulovatelnost starším generacím a ženám. Někdy je třeba studenty trochu usměrnit: *„Starší ženy se sice nechají zmanipulovat a koupí si tuto polévku z otřesné reklamy, ale vy nemanipulovatelní mladí muži se pak zadlužíte na auto za tři sta tisíc…!“*

Jednotlivé kroky pragmatické analýzy směřují k tomu, aby naše interpretace textu byla co nejadekvátnější. Interpretací zde rozumíme proces, kdy interpret ve své mysli přiřazuje textu význam, vytváří jeho smysl. Není to tedy pouze proces odhalování, nýbrž konstituování smyslu textu. Neexistuje jedna jediná správná interpretace, proto nebudeme dávat najevo nesouhlas pokaždé, když máme jiný názor.

Schopnost práce s autentickými texty a provádění pragmatické analýzy by se měla stát součástí komunikační kompetence a funkční gramotnosti každého studenta. V současnosti se ukazuje potřeba právě tyto schopnosti a dovednosti rozvíjet. Náročnost pragmatické analýzy lze samozřejmě přizpůsobit věku a typu studentů, není třeba trvat na akademickém pojetí, důležitější než přesné odborné vyjadřování je pro studenty pochopení smyslu textu.

# Aktivita 3.2: Pragmatická analýza mluveného textu

 Kromě analýzy dialogů a článků přímo ve třídě je možno uložit studentům sledování určitého televizního pořadu, analýza pak probíhá společně na základě poznámek, které si studenti připravili. Je třeba respektovat, že ne vždy mají všichni studenti v danou dobu přístup k televizi, je tedy možno domluvit sledování pořadu po skupinách. Vhodné jsou diskusní pořady, kde moderátor hovoří s různými hosty, pokud se jedná o politiky, často jsou diskuse vyhrocené, ale studenty nemusí vždy témata zajímat – opět je nutno vzít v potaz individuální charakteristiku studentů.

 Zajímavá je práce s pořady, v nichž bychom na první pohled manipulaci nehledali – např. pořady o vaření a bydlení často vnucují dražší životní styl, jsou de facto reklamou. U nich je důležitá vizuální složka, např. prezentace drahých výrobků apod.

**Aktivita 3.3: Pragmatická analýza psaného textu**

Proveďte se studenty pragmatickou analýzu níže otištěného textu:

***Dálkové studium třeba po internetu? Dnes již lze…***

*Kombinované studium se stalo oblíbeným způsobem, jak si doplnit vzdělání a získat titul i při práci či péči o rodinu.*

*Kombinované studium je vhodné pro ty, kdo neradi vysedávají na přednáškách a seminářích, a tím pádem musí své ostatní aktivity přizpůsobit škole. Při kombinovaném studiu si do školy zajdete jednou či dvakrát měsíčně, o to víc času však musíte věnovat samostudiu. Časté jsou také případy, kde se lidé vrací do školy, protože to vyžaduje jejich práce.*

*„Po středoškolském studiu jsem nastoupil do zaměstnání, tehdy jsem neměl další ambice ve studiu pokračovat, protože jsem potřeboval práci na plný úvazek. Časem jsem si uvědomil, že bych chtěl pracovat na jiné pozici, ale scházely mi odpovídající znalosti, proto jsem se rozhodl vrátit se do školy a vystudovat bakalářské studium kombinovanou formou,“ říká Pavel, který navíc měl štěstí v tom, že mu zaměstnavatel vyšel vstříc
a platil mu část školného.*

*Jana po dokončení střední školy váhala, zda jít do práce, nebo pokračovat ve studiu. Chtěla se však osamostatnit od rodičů a nakonec zvolila kombinované studium, při kterém skloubila jak školu, tak zaměstnání. „Vůbec toho nelituji, do školy chodím jeden víkend v měsíci, po večerech se věnuji samostudiu. Protože pracuji od pondělí do pátku, ostatní víkendy mám volné, takže mám čas i na zábavu, sport či výlet,“ uvádí výhody kombinovaného studia.*

*Důležitý byl výběr školy, protože ne všude máte ideální podmínky,“ upozorňuje Jana a dodává: „Poptala jsem se známých a zjistila jsem, že na některých školách mají dálkaři problém se sháněním skript či špatným přístupem vyučujících. Já jsem si vybrala XCollege v Praze (*[*www.Xcollege.cz*](http://www.Xcollege.cz)*). Moc mi vyhovuje, že si přednášky můžu pustit na internetu. Často si je také nahraju do mp3 přehrávače a pak si je pouštím např. v autě nebo ve fitness. Před zkouškami navíc probíhají intenzivní přípravné kurzy, což se hodí, když mám pocit, že něčemu nerozumím nebo mám problém s určitou látkou.“*

*V současné době většina vysokých škol nabízí bakalářské i magisterské obory v rámci kombinovaného studia. Pokud tedy máte chuť studovat, ale obáváte se, že byste školní povinnosti neskloubili s prací, rodinou či jinou školou, podívejte se na nabídky vysokých škol a zajisté najdete obory, které vám vyhovují.*

**Komentář k aktivitě 3.3**

Situace kolem vzniku textu

Text byl získán z internetového lifestylového magazínu pro ženy, z rubriky *Chci být úspěšná*. Cílovým adresátem jsou pravděpodobně mladé ženy. Přístup k internetu naznačuje minimálně střední příjmovou skupinu, volba serveru naznačuje, že tyto ženy budou mít zájem pracovat na své image. Jde tedy o určitý typ žen, které by mohly mít zájem o vzdělávání a měly i dostatek finančních prostředků k realizaci svého zájmu. Autor není uveden, nicméně pravděpodobně se jedná o člověka, který má zkušenosti s psaním reklamních textů. Text se tváří jako článek s funkcí poradit, ve skutečnosti je reklamou.

Záměr a strategie produktora

Cílem textu je propagovat určitý produkt, v tomto případě konkrétní vzdělávací program konkrétní vysoké školy, a to i přesto, že text se v úvodu tváří, že půjde o obecné informace. V textu je připojen odkaz na stránky dané školy, je zde přítomen moment intertextovosti.

Jednou z hlavních strategií, které produktor uplatňuje, je apel na sebehodnocení a prestiž adresáta, na jeho „ješitnost“, ale i příslušnost k určité skupině lidí (mladí, úspěšní, vzdělaní). Produktor sice užívá spojení *doplnit vzdělání*, ale neopomene lákavější vyjádření *získat titul*. Ve výpovědích studentů, kteří dálkové studium doporučují, jsou slova, vyvolávající představu mladistvosti a dynamičnosti, modernosti: *přednášky jsou k dispozici na internetu nebo na MP3, k životnímu stylu patří i fitness, zábava, výlety…*Oproti tomu „klasická škola“ vyžaduje *vysedávání na přednáškách*, toto spojení vyvolává dojem nudy a neužitečnosti. Uplatňuje se zde i princip kontrastu – náš vzdělávací program je lepší než jiné, i když zde není přímá specifikace: *na některých školách mívají vyučující špatný přístup ke studentům…*Obecně se takto hovoří spíše o státních školách, kde na vyučující připadá větší množství studentů.

Další oblíbenou strategií je doporučení konkrétních lidí, toto doporučení vypadá jako rada od dobrých známých. Tito lidé jsou navíc prezentováni jako kladní hrdinové, jsou vzdělaní, moderní, úspěšní v práci i v životě. To, že si vzdělání doplňují až později, je vysvětlováno důvody, které na ně vrhají rovněž pozitivní světlo – *bylo nutno se osamostatnit, získat práci, stát se nejprve nezávislým…*Studenti vystupují pod konkrétními jmény (*Jana, Pavel*), čímž je dosaženo ještě vyšší míry autentičnosti.

Produktor v posledním odstavci vyvrací možné námitky adresáta, snaží se vyvolat dojem, že veškeré obavy jsou zbytečné – *studium lze skloubit s prací, rodinou i dalším studiem.* Přitom se obrací přímo na adresáta: *pokud máte chuť studovat*…Naopak o financích, které by v případě soukromé školy s vysokým školným mohly být problémem, se zde přímo nehovoří, pouze jeden ze studentů se nadšeně svěřuje, že mu školné hradí zaměstnavatel. V textu jsou tedy vyzdviženy pouze určité skutečnosti, zatímco o jiných je pomlčeno.

Produkce

Výchozí text je psaný, připravený, autor sice vede monolog, nicméně předpokládá určité reakce adresáta, na ty předem reaguje (viz vyvracení možných obav v posledním odstavci: *Pokud tedy máte chuť studovat, ale obáváte se, že byste školní povinnosti neskloubili s prací*…). Autor se vyjadřuje spisovně, volí srozumitelný jazyk, vyhýbá se odborné terminologii. V textu je užito několikrát spojení *skloubit něco s něčím* (např. školní povinnosti skloubit s prací), v tomto případě získává nádech klišé. Opakováním je právě na toto spojení kladen důraz.

V textu je užito přímé řeči, výpovědi konkrétních studentů dodávají textu na autentičnosti. Autor se rovněž několikrát přímo obrací na čtenáře, apeluje na něho: *Při kombinovaném studiu si do školy zajdete jednou či dvakrát měsíčně…*

Syntax je nekomplikovaná, text je díky užití sloves v aktivních tvarech dynamický. Grafické zpracování textu není nijak originální. Text je koherentní, odstavce jsou odsazeny, samostatné odstavce napomáhají srozumitelnosti a oddělují jednotlivé tematické celky – obecný úvod, výpovědi studentů, závěrečné shrnutí výhod dálkového studia. Jedno téma je rozvíjeno z několika úhlů.

K celkovému zhodnocení by bylo třeba okomentovat i vzhled celého portálu a obrázky, vyskytující se na webové stránce, dále umístění článku na stránce – v tomto případě se jednalo o hlavní článek.

Interpretace

Text je silně manipulativní, jedná se o reklamu. Autor se obrací přímo na adresáta, snaží se působit na jeho emoce – apelem na prestiž vyvolává jeho pozornost, vhodně vybranými výpověďmi studentů napomáhá k snížení možných obav ze strany adresáta. Vybírá určité informace jako stěžejní – *lze skloubit práci a školu, lze získat titul, být úspěšný*…Jiné důležité informace naopak zamlčuje, např. informace o výši školného.

Text může působit na cílovou skupinu, tj. mladé čtenářky internetových stánek pro ženy, zaměřených na kariéru a úspěch v práci. Text využívá i celospolečenského kontextu – v současnosti je velký důraz kladen právě na vzdělávání a získávání lepších pozic na pracovním trhu. Působení tohoto trendu na lidi (*bez titulu to nejde*) je často využíván právě v reklamách různých vzdělávacích institucí.

**Odkazy**

ČECHOVÁ, M. a kol. *Stylistika současné češtiny.* Praha: ISV, 1997.

ČERMÁK, F.; SCHMIEDTOVÁ, V. Český národní korpus. Základní charakteristika a širší souvislosti. *Národní knihovna – Knihovnická revue*, 2004, roč. 15, č. 3, s. 152–168.

KLIMEŠ, L. *Slovník cizích slov.* Praha: SPN, 1981.

KOUCKÝ, J. a kol.: *Učení pro život – Výsledky výzkumu OECD PISA 2003*, MŠMT, ÚIV a SVP ÚVRŠ PedF UK, 2004.

KRAUS, J. *Rétorika v evropské kultuře.* Praha: Academia, 1998.

KRAUS. J. *Rétorika a řečová kultura.* Praha: Karolinum, 2004.

KŘIVOHLAVÝ, J. *Povídej, naslouchám.* Praha: Návrat, 1993.

LEVINSON, S. C. *Pragmatics.* Cambridge: Cambridge University Press, 1983.

MACHOVÁ, S. Impulzy vedoucí ke vzniku pragmatické dimenze popisu řečové činnosti.In: Machová, S.; Šamalová, M. (Eds.): *Výuka pragmatických aspektů řečové komunikace ve vyšších třídách gymnázií a na SOŠ.* Praha: PedF UK, 2007.

ŠEBESTA, K. *Od jazyka ke komunikaci.* Praha: Karolinum, 1999.

ŠVEHLOVÁ, M. Pragmatická lingvistika.In Machová, S.; Švehlová, M. *Sémantika & pragmatická lingvistika.* Praha: PedF UK, 2001.