

Aude Brunel
Jovanka Šotolová

Stylistická analýza českých a francouzských textů



FILOZOFICKÁ FAKULTA
UNIVERZITY KARLOVY
V PRAZE



Stylistická analýza českých a francouzských textů

**Aude Brunel
Jovanka Šotolová**

Stylistická analýza českých a francouzských textů

Příprava a výroba této publikace byla financována z grantu
OPPA CZ.2.17/3.1.00/32137

Inovace a rozvoj studijního programu
Překladařství a tlumočnictví
na Ústavu translologie FF UK v Praze



Evropský sociální fond
Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti

Obsah

Úvod	6
1. Funkční styl odborný	9
úvod	
komentované texty:	
Topol bílý – <i>Populus alba</i> L.	18
<i>Populus alba</i> – Peuplier blanc	22
La spiruline	25
<i>Chlorella pyrenoidosa</i>	30
Salade de chicorée / Čekankový salát	35
14–18. Les refus de la Guerre	49
2. Funkční styl administrativní	54
úvod	
komentované texty:	
Článek 42 konsolidovaného znění Smlouvy o Evropské unii	62
Lettre du président de Teamstaers Canada	71
Bulletin individuel – traduction du formulaire de recensement	76
3. Funkční styl publicistický	83
úvod	
komentované texty:	
Ve Springfieldu je rušno / La fin des Simpson n’aura pas lieu	92
Ce que l’indépendance de « 60 » nous a permis de révéler	98
Návrat do krásného světa hmyzu: nový Volkswagen Brouk	104
Les bons tuyaux des petits vieux	110
Dans l’atelier de Philippe Sollers, le dinosaure	114
Metafory v publicistických textech o fotbale	121
Funkční styl publicistický – reklama	127
úvod	
komentované texty:	
Reklamní slogany	130
4. Další komentované texty	135
úvod	
Discours de François Hollande	136
Discours de Jean-Luc Marion, lors de sa réception à l’Académie française	141
Script du film <i>La Haine</i>	145

Úvod

Stylistická analýza textu

komentáře k vybraným textům

Materiály ke kursu *Kontrastivní stylistika francouzštiny a češtiny*
vyučovanému na Ústavu translatologie FF UK

Tato publikace má sloužit jako úvod do problematiky stylistické, popřípadě translatologické analýzy textu. Zaměřili jsme se v ní na texty, s nimiž nejčastěji pracují studenti v bakalářském programu na Ústavu translatologie: komunikáty funkčních stylů odborného, administrativního, publicistického. Další texty – dva příklady projevů a dialogovou listinu francouzského filmu – uvádíme na ukázkou, jakým směrem se dále práce s textem může odvíjet. Zcela stranou jsme ponechali komunikáty dvou funkčních stylů: prostěsdělovacího a uměleckého. Texty umělecké – literární, esejistické, básnické, dramatické, scénář komiksu atd. – nezařazujeme zejména proto, že jejich analýza sice staví na základech, které zde předkládáme, ale je většinou mnohem komplexnější, nezřídka se i překlad řídí trochu jinými pravidly a vychází z jiných požadavků.

Úvodní texty ke každé ze tří hlavních kapitol podávají pouze rychlé shrnutí dané problematiky z vybraných a při výuce doporučovaných odborných publikací. Snažili jsme se především stručně a přehledně uvést hlavní body, jež bývá třeba u textů daných funkčních stylů analyzovat. S uvedenou terminologií se dále v komentářích většinou pracuje již bez vysvětlování. Úvodní texty mají českou a francouzskou část a nabízejí tak srovnání, případně doplnění české a francouzské oborové terminologie.

Texty vybrané do této publikace rozhodně nepokrývají celé spektrum možných variant. Snažili jsme se předložit dostatečně pestrý vzorek textů, zároveň také aspoň trochu reprezentativní z hlediska námětů a různorodosti jejich zpracování.

Komentáře, které nabízíme, většinou nepodávají kompletní analýzu textu: našim záměrem bylo zaměřit se spíše na prvky, které například daný text ozvláštňují, a dále pokusit se na každém z textů ukázat trochu jiný přístup. Vzorový postup, jakým se analýza provádí, je na Ústavu translatologie standardně probírán v několika kursech – nejen v předmětech Kontrastivní lexikologie a stylistika, ale i dalších, věnovaných přímo metodice a praxi překladu. Nástin takového přístupu ukazuje i na následující dvoustraně uvedený plán stylistické analýzy textu.

Stylistická analýza textu pro překladatele (postup)

1. Opakované a důkladné přečtení textu

2. Všeobecná charakteristika textu, uplatnění subjektivních a objektivních slohotvorných činitelů

Dominantní komunikativní funkce textu

Textový typ. Intencionálnost textu

Pragmatická složka výstavby textu:

Pragmatika a záměr vysílatele

Pragmatika příjemce. Akceptabilita textu

Pragmatika místa (situace a prostředí) a času

Podnět ke komunikaci

Kanáel, médium, přenos (psaný a mluvený text). Užitý kód komunikace. Intersemiotičnost textu

Účinek textu

Téma a obsah textu, presupozice. Informativnost textu

3. Ráz textu

připravený/nepřipravený,

monologický/dialogický, veřejný (oficiální)/neveřejný,

pojmový/expresivní, explicitní/implicitní,

jednoznačný/víceznačný, s podtextem,

s převahou vyjadřování přímého/nepřímého, úplného/neúplného

4. Stylová oblast – funkční styl

Slohový útvar, žánr

Slohový postup, modifikace

5. Jazykový útvar (spisovný/nespisovný)

6. Zásady stylizace

subjektivnost/objektivnost,

aktualizace/automatizace, polarita, pestrost,

plasticita, přiměřenost vyjádření, ladění,

frazovitost, banalita, jednotnost stylu (změny registrů)

7. Výstavba a členění textu

Vztah jazykových prostředků a tematických prvků. Intertextualita

Kompozice, horizontální a vertikální členění. Koherence. Prostředky koheze

Řeč přímá, nepřímá, polopřímá, nevlastní přímá, řeč vypravěče, řeč postav, smíšená řeč

Opakování, kontrast, gradace

Modalita textu, určenost (kvantifikace), negace

8. Výběr výrazových prostředků lexikálních a slovtvorných

Užitá pojmenování

Tvoření slov

Eufemismy, dysfemismy, deminutiva. Expresivní a nociónální slova

Synonyma, antonyma, homonyma

Přímá a nepřímá pojmenování, obrazná pojmenování

Slova přejatá, módní, neologismy, archaismy, historismy

Frazémy

Odborná terminologie, profesionalismy, slangy, argot

Opakování lexikálních jednotek

9. Výběr výrazových prostředků fonetických a morfologických

Frekvence slovních druhů

Sourodost a nesourodost prostředků

Užití variantních tvarů

Volba tvarů. Gramatické kategorie a jejich vzájemné transpozice

10. Výběr výrazových prostředků syntaktických

Věty z hlediska komunikativní funkce, věty z hlediska predikace, věty jednoduché a souvětí, souvětí souřadné a podřadné. Struktura vět. Výpovědi nevětě

Délka syntaktické jednotky. Šíře výrazu

Spojovací výrazy, spojení syndetické a asyndetické, opakování spojek. Řetězení větných celků

Vyjádření jmenné a slovesné

Analytické predikáty

Polovětné konstrukce

Nasyčenost, sevřenost (kondenzace) textu, dynamika, konkrétnost

Napětí ve větě, vyváženost

Příčleňování a osamostatňování větných členů

Nadbytečnost a úspornost ve výstavbě věty, nepravidelnosti

Slovosled a větosled

Modalita

Expresivní syntaktické konstrukce

Literatura

VRBOVÁ, Alena. *Stylistika pro překladatele*. Praha : UK v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2003, s. 9–11.

Kapitola 1

Funkční styl odborný

Český vědecký a odborný styl se vymezuje na pozadí obecné stylistické teorie pěti funkčních stylů. Jeho charakteristické rysy lze nejlépe popsat v protikladu k funkcím ostatních funkčních stylů – tím je zdůrazněna jeho výlučnost.

Konstitutivní funkcí vědeckého stylu je být nástrojem rozvoje lidského poznání a posouvání jeho hranic. Důležitá je jeho intelektualizační funkce. Vědecký styl je kvalifikován jako nejnáročnější ze všech vzhledem ke své přesnosti, určitosti, pojmovosti.

Funkce vědeckého stylu má však rovněž velmi významný rozměr sociální, interakční, komunikační, jímž je odborný funkční styl spojen s dalšími styly – běžně mluveným, jednacím, administrativním, publicistickým a uměleckým.

Zahrnuje texty **vědecké** (přinášejí nové poznatky určené primárně vědeckým pracovníkům v dané užší specializaci), **naučné** (adresátem jsou plně vzdělaní pracovníci v daném širším oboru, jejichž zaměření je méně specializované a/nebo kteří se zabývají praktickými aplikacemi), **popularizační**, jež bývají různého stupně populárnosti (prezentování poznatků obecněji přístupnou formou, záleží ale na tom, zda autorem je vědec, nebo publicista, a také na tom, na jaký okruh adresátů je text zaměřen), **učební** (skripta, učebnice atd.).

Jiným faktorem je okolnost, zda jde o text s obsahem převážně teoretickým (případně úvahovým) nebo materiálovým a/nebo experimentálním.

Participační rámec vědeckého textu zahrnuje **autora**, který text produkuje, **čtenáře**, kteří text interpretují a k nimž se autor obrací, a zároveň **hlasy jiných vědců**, které autor cituje, z nichž vychází, s nimiž polemizuje, které kritizuje atp.

Texty zaměřené popularizačně bývají založeny na strategické vágnosti, tj. záměrné nepřesnosti, obsahují i vyjádření, která nejsou přísně vědecká, nýbrž mohou být i obrazná. Jejich charakteristickým rysem je autorovo navazování na společné znalosti (s předpokládaným čtenářem).

Funkční styl odborný

- styl vědecký
- prakticky odborný
- populárně-naučný
- učební
- esejistický

funkce odborně sdělná

kompozice

- promyšlená
- rozpracovaná v horizontální linii (horizontální členění – monotematické kapitoly, provázanost odstavců je myšlenková, koheze)
- vertikální (poznámky, odkazy, resumé...), prostředky umožňující orientaci (mezititulky, popř. desetinné třídění; konektory, textové orientátory)

slohový postup

- výkladový
- úvahový
- odborný popis
- (vyprávěcí – u prací popularizujících)

spisovnost odborného vyjadřování

- zejména psaný text exteriorizuje sdělení, odděluje je od individuality mluvčího

větná stavba

- často složitá: dlouhé věty a souvětí, často syntakticky složité
- hierarchizace se projevuje v rozvržení do oddílů, kapitol, podkapitol
- orientaci v textu napomáhá i grafika, interpunkční znaménka
- specifický repertoár předložkových a spojovacích výrazů
- aktuální členění – základní pořádek je objektivní (réma na konci výpovědi, stává se tématem následující výpovědi)
- tendence k ekonomičnosti vyjádření bez redundantních informací a balastu slov
 - a) prostředky syntaktické kondenzace (kumulace informace do jednoduchých vět pomocí konstrukcí infinitivních nebo využitím dějových substantiv a adjektiv, v malé míře i konstrukce přechodníkové (0,6% slovesných tvarů – více než v jiných typech textů))
 - b) kondenzace informací vytvářením sdělení nespojitého (v podobě tezí)
 - c) mezinárodně uznávané značky a symboly

morfologie

- spisovnost
- deiktická zájmena (posilují koheznost textu)
- vysoká četnost přítomnosti – souvisí s nadčasovostí obsahu sdělení a jeho obecností (minimální užití futura)
- větší repertoár spojek (než např. v administrativních textech)
- vyšší míra opisného pasiva

slovní zásoba

- nejcharakterističtější složka
- specifická vrstva lexikálních jednotek: termíny, odborné názvy (většinou substantivní pojmenování) – tvoří odbornou stylovou vrstvu
- termíny – profesionalismy – slangové výrazy (nejsou přesné hranice)

termín = pojmenování, které je v rámci disciplíny jednoznačným pojmenováním pojmu

- je nociónální, neexpresivní, má funkci nominální a kognitivní
- v rámci oboru je ustálený, je buď definován nebo fixován konvencí
- bývá přesně identifikovatelný nezávisle na kontextu
- terminologie směřuje k internacionalizaci
- v terminologii v zásadě není synonymie (výjimkou jsou domácí a přejaté termíny, popřípadě explicitní a zestručněné termíny)

- homonymie, polysémie jsou nežádoucí (objevuje se však polysémie při přenesení termínu z jedné oblasti do druhé; polysémie: *kanál, šum, vstup*; homonymie: *pedologie*)
- neemotivnost
- zapojení termínu do textu: termíny jsou výrazy se stálou stylovou hodnotou, tj. příznak „příslušnost k odbornému vyjadřování“ je u nich patrný i mimo vlastní text

česká a mezinárodní terminologie, často paralelní

- české termíny
 - a) zanikly: *umnice* (logika), *lučba* (chemie)
 - b) ustupují: *zdravověda, uměnověda, mravověda*
 - c) udržují se běžně v oblastech, kde má obor rozvinutou literaturu popularizační
 - d) i dnes se kalkují termíny cizí: *uživatelská přítulnost Linuxu, paměť* (počítačová)
- výrazy s rysy termínů, ale nepřijaté kodifikací, např. staré řemeslnické názvy dnes nahrazené českými pojmenováními (*šupléra – posuvné měřítko*), jsou užívány jen v mluvené pracovní komunikaci
- zkratková slova (vznikají v mluvené pracovní komunikaci): *áro* (v psaném textu ARO), *jípka* (JIP)
- univerbizované podoby víceslovných pojmenování (*kožař – kožní lékař*) – jsou na okraji spisovnosti, některé už hovorově spisovné – vědecký text se jim vyhýbá
- v nových a rozvíjejících se oborech vznikají nové termíny, často jsou přejímány nebo adaptovány termíny cizí (*resetovat, chatovat, zalogovat se*) – jde původně o výrazy profesní nebo slangové, které se velmi rychle zobecňují, protože jsou funkční

Registry vědeckého vyjadřování

Klasická představa (a požadavek) „jednotnosti“ spisovného jazyka (nejen) vědecké komunikace neodpovídá dnešní skutečnosti. Je třeba ji chápat diferencovaně, relativizovaně k jednotlivým typům a podtypům komunikace, tedy jako způsob vyjadřování v určité komunikační situaci. Například hranice mezi oblastí toho, co lze nazývat pracovní, profesní slang, a výrazivem standardním, spisovným, je snadno průchodná. Platí to zejména o vědách přírodních a medicínských s rozsáhlou činností experimentální, laboratorní, anebo například o vyjadřování IT odborníků.

V oblasti mluvených projevů bývají plně spisovné dnes jen přednášky a připravené referáty; v rozhlasových a televizních relacích se přirozeně objevují, byť nestejně u různých mluvčích, prvky jazyka běžně mluveného, podobně jako v méně formálních diskusích, prezentacích vědeckých poznatků. Hlavní doménou čistě spisovného vyjadřování jsou dnes i ve vědě texty tištěné.

Specifické potřeby odborného vyjadřování v těsné souvislosti s vlivy cizojazyčnými působí jistě adaptační změny v české gramatice (jevy, které nejsou vlastní flektivnímu jazyku, např. *pH-metr, RNA-viry*, nesklonnost některých substantiv), vede k vytváření textů s prostředky neязыkovými (tabulky, vzorce, schémata). Vysokou frekvenci mají akronyma (iniciálové zkratky typu *DNA, HIV*) přecházejí i do běžné komunikace (*AIDS, aidsu*).

Autor

- autorský plurál (*Tato fakta ukážeme na následujícím příkladě...*)
- plurál inkluzivní, zahrnující autora i čtenáře do jedné kategorie (*Věnujme se nyní podrobněji...; Pokusme se skloubit uvedené údaje a vyjde nám...*)

- neosobní vyjádření – pasivní konstrukce, opisné pasivum bez uvedení činitele děje (*V článku jsou připomenuty základy teorie...; Tato část je věnována...*), zvrtné pasivum (*Všeobecně se má za to...; Pokládá se za možné, že...*)
- autor volí vyjádření v 1. os. sg., pokud vystupuje se svými názory

Čtenář

- autor se ke čtenáři obrací výběrem tématu a jeho zpracováním, jeho zakotvením v tradici, stylizací svého výkladu, dále nepřímými oslovenými, rétorickými otázkami, metatextovými komentáři
- autor může se čtenářem vyjednávat, pokud předpokládá jeho těžkosti při dešifraci textu (*Jsem si vědom, toho, že předkládaná práce nepředstavuje snadnou četbu.*)
- autor se snaží získat souhlas čtenáře nepřímým oslovováním (*Poznámka by u čtenáře mohla vyvolat – věřím, že mylný – dojem... Abych tento případný dojem rozptýlil...*)
- autor navazuje kontakt, když se dovolává společných znalostí (*Jak asi řada čtenářů tuší...*)
- úzce odborné – ezoterické auditorium × širší, exoterické publikum

Autorské strategie

- strategie zdvořilosti – napětí vznikající například při uvedení nových poznatků, jež popírají předchozí vědecké závěry, se tlumí a zmírňuje (*Obvykle se má za to, že... Avšak...; Často se uvádí, že... Avšak...; Skleníkový efekt nejčastěji spojujeme s... Ukazuje se však, že...; S podobnými zjištěními je možné polemizovat...; Tento výčet často vede k pochybnostem, pokusíme se proto tuto problematiku vymezit přesněji*);
- strategie kritické a polemické – kritika zdvořilá (*Člověk by měl být opatrnější při posuzování podobných jevů*), kritika připouštějící částečnou oprávněnost tvrzení (*S autorem souhlasím v tom, že... Nemohu však přijmout jeho vymezení...*), kritika gradující (*To nejdůležitější ovšem nejsou jeho věcné omyly... Závažnější je, že...*), kritika ironizující (*Pokud autoři zároveň tvrdí, že... pak asi nezbyvá než věřit v postupné vysazování nových biologických druhů na zeměkouli ufony...*);
- strategie uvolnění – obraznost vyjádření (metaforická pojmenování, frazeologická spojení, přirovnání atp.) nepatří k hlavním rysům vědeckého diskursu, ale v případě potřeby ozvláštňuje styl a osvěžuje výklad. Důležité je zachovat vhodnou míru těchto prostředků, aby výklad nebyl trivializován a nepůsobil jako příliš familiární. Uvolňující argumentace zahrnuje i vtipy, anekdoty, postranní poznámky, přísloví, kolokvialismy a další prostředky citovosti a obraznosti, jež mohou být proneseny spíše jen na okraj, anebo i tvořit celou osu výkladu. Tuto strategii je třeba posuzovat také na specifické kulturního prostředí – je častější ve vědách humanitních, přirozenější ve sděleních ústních;
- strategie kompoziční – strategie titulků: zobecnění, zpřesnění, obraznost, názornost.

Český vědecký text v mezinárodní diskursní komunitě

Kontakty se světovou vědou, potřeba komunikovat v cizích jazycích, převážně v angličtině, ovlivňují jazykové, stylové a kompoziční normy a zvyklosti českého vědeckého vyjadřování. Francouzská, německá a anglofonní tradice vědeckého diskursu jsou rozdílné, přičemž mezinárodní prostředí je ovlivněno zejména anglosaskými normami. Vědecké texty psané německy jsou méně orientovány k tomu, aby se snadno četly, počítá se s tím, že čtenář musí vynaložit úsilí, aby text dešifroval. Naopak v anglicky mluvících zemích se předpokládá, že autor píše jasně a čtivě.

Český vědecký text není orientován primárně na čtenáře, nýbrž na obsah sdělení, na jeho předmět. Chce podat logicky uspořádaný, formulovaný, a pokud možno úplný, nenapadnutelný výklad daného jevu. Je to monolog bez dialogického zřetele.

Rysy „německého“ odborného diskursu jsou typické i pro jazyk a styl české vědy: digresivnost textu (odbočky porušující lineárnost textu), syntaxická složitost, velký počet nominalizací a složenin, pasivum, neosobní konstrukce, hypotetická modalita textu.

Vysoká míra modalizovanosti, především jistotní, znamená nízký stupeň formulační asertivnosti, pozitivnosti a persvazivnosti (přesvědčivosti), a tedy jistou skromnost, opatrnost, zdrženlivost, předjímání výtek možného oponenta, defenzivní pozice (*snad, asi, možná, zdá se, patrně, podle našeho názoru, ...by snad bylo možné interpretovat jako...*).

Kompoziční vzorce a uspořádání výkladu bývají v českém vědeckém textu poměrně volné. V důsledku toho bývá český text méně přehledný, český autor poskytuje čtenáři méně metatextových orientačních signálů, jimiž by ho informoval o tom, co v textu právě dělá – čtenář si tuto informaci musí z textu sám vyvodit.

Les langues de spécialité et les langues techniques

Correspondant à l'accroissement et à la spécialisation des diverses activités professionnelles et extra-professionnelles, réparties en différents métiers, sciences et spécialités, les langues de spécialité et les langues techniques se sont développées et diversifiées à côté de la langue commune. Si l'ancien français fut l'époque des registres régionaux (dialectes), le moyen français la période où s'affirmèrent les différenciations sociales (sociolectes), le français actuel est caractérisé par l'imposant développement des langues de spécialité et des langues techniques (technolectes).

Chaque secteur professionnel, technique, scientifique etc. possède une langue adaptée à sa spécialisation. Le vocabulaire qui en est l'élément essentiel et constitutif, peut s'amplifier démesurément.

On appelle « langue de spécialité » ou « langue technique » un registre qui provient de l'approfondissement des connaissances et des réalisations techniques dans un secteur donné de l'activité humaine et qui est utilisé, quand la communication a trait à cette spécialisation, par des locuteurs qui possèdent ces connaissances et participent à ces réalisations, totalement ou partiellement. Une telle langue est donc définie par le domaine où elle est employée. L'origine géographique et le groupe social dont ils font partie ont aussi peu d'importance que leur culture générale. Aussi les langues de spécialité et les langues techniques ne situent les sujets communicants que d'un point de vue professionnel, sur une échelle qui va de la totale ignorance à la maîtrise suprême. Le caractère spécifique d'une langue spéciale donnée augmente dans la mesure où le cercle de ses utilisateurs diminue.

Le rôle d'une langue spéciale se manifeste surtout dans sa fonction de verbaliser les progrès scientifiques ou techniques (nouvelles méthodes, connaissances, découvertes, inventions, etc.) : alors que la compréhension dans la langue commune repose sur l'emploi de mots de haute fréquence, la communication aux avant-postes de la science et de la technique exige la création incessante de nouvelles désignations ; ce sont des termes qui commencent nécessairement par être des néologismes spécifiques, désignant de nouvelles choses pour la première fois et qui ont, de ce fait, une fréquence minimale. Contrairement au dictionnaire de langue qui peut laisser les mots rares de côté, un dictionnaire des termes techniques ou scientifiques doit insister sur les vocables dont le nombre d'occurrences ne dépasse pas cette fréquence minimale.

Un texte scientifique doit être logique (pour montrer la validité du travail), clair (pour être compris du plus grand nombre), concis (pour ne pas diluer le message), précis (pour ne rien omettre du message), objectif (pour laisser le lecteur juger seul de la qualité du travail).

Le style scientifique est différent du style littéraire par l'objectivité, la sobriété ; la primauté de la précision sur l'esthétique ; l'utilisation restreinte des temps des verbes. Le style scientifique est différent du langage de laboratoire par la primauté de la précision et la clarté sur la conclusion.

morphosyntaxe

- structures relativement restreintes et très stéréotypées :
- l'utilisation des **temps verbaux** est souvent limité au présent actif et passif, le temps de la constatation et de la description de valeur générale ; il y a également recours au passé composé et au futur simple
- pour les **personnes du verbe**, ce sont les 3^e personnes du sg et du pl qui prédominent, notamment dans les textes écrits, l'expression favorise également le pronom impersonnel // et le réfléchi *se* (qui semble éliminer les interlocuteurs) : la présentation impersonnelle des faits répond le mieux

à l'objectivité (*il est certain ; il est probable ; il s'en suit que... ; reste à savoir si... ; La distillation du pétrole se fait dans de hautes tours ; le liquide obtenu s'écoule vers les plateaux inférieurs...*)

- la **construction de la phrase** est simple, le point esthétique est absolument sans importance dans la communication qui vise uniquement à donner une information claire ; la plupart des phrases sont construites sur le schéma de base de la phrase déclarative (*A est x ; A a x ; A fait x*) ; les phrases courtes et coordonnées prédominent, les propositions incidentes sont essentiellement limitées aux relatives et aux constructions avec infinitif ou participe ; sont éliminés dans les textes écrits certains types de phrases comme l'interjection, l'interrogation directe, le souhait
- l'importance de l'élément verbal diminue au profit de l'**expression nominale** : la nominalisation consiste à exprimer l'action par un substantif verbal au lieu d'un verbe ce qui a pour double conséquence de a) condenser des phrases entières en une seule et de b) restreindre l'expression de l'action à un verbe auxiliaire dont la fonction est plus grammaticale que sémantique (*On inverse le pas de l'hélice. Cela freine l'aérotrain. → Le freinage de l'aérotrain de fait par l'inversion du pas de l'hélice.*)

lexique

- pourcentage élevé de mots non motivés ou partiellement motivés
- pourcentage élevé des emprunts (les hellénismes et les latinismes – « mots savants » – sont dus à la tradition savante, mais aussi au fait que ce genre de néologismes se prête le mieux à une utilisation internationale)
- souvent, les mots techniques et scientifiques s'écartent de la norme graphique et/ou phonétique (*hardware, gneiss, zeugma, watt, trichloréthylène*)
- les mots sont formés avec des préfixes et des suffixes spécifiques, à base gréco-latine (*a-, bis-, iso-, méta-, syn-, typo-... ; -algie, -cide, -fuge, -morphe, -phobe, -ptère, -vore...*)
- beaucoup de sciences ont créé des systèmes complets de classification à l'aide d'un affixe spécifique (la chimie, la botanique, la zoologie, la médecine...)
- des séries entières de désignations formant des catégories peuvent être créées avec certains affixes spécifiques (en physique : *électron, neutron, proton, photon, positon* ; en chimie : *nylon, dralon, perlon* ; en linguistique : *phonème, monème, morphème, lexème, sémème...* ; en philosophie et politique : *existentialisme, gaullisme, structuralisme, européisme...*)
- un grand nombre de termes sont internationaux, dans certains secteurs, le problème de la terminologie est résolu par l'adoption d'une nomenclature internationale systématique à base néo-latine (botanique, zoologie, médecine, minéralogie, paléontologie...) ; au XX^e siècle est venue s'ajouter l'internationalisation de nomenclatures entières sur la base de l'anglais qui prédomine dans toutes les langues techniques (physique théorique, informatique, technologies)
 - a) un fort pourcentage de mots composés relevant de la formule terme générique + terme(s) différenciateur(s) :
 - b) l'association d'un substantif et d'un adjectif (*champ magnétique, réaction nucléaire, ressources budgétaires, chat siamois*)
 - c) composition syntagmatique (*machine à coudre, appareil à calculer, outil à laver électrique à tête interchangeable pour exécutions normales*)
 - d) mots composés avec des éléments grecs et latins (*macrophotographie, radiodiffusion, télescope, agroécosystème*)

- un pourcentage élevé d'abréviations (*informations* → *infos*, *acide chlorique* + *acide formique* → *chloroforme*, *salaire minimum interprofessionnel de croissance* → *smic*, *service d'appel en paiement contre vérification* → *PCV*)

sémantique

Les langues spéciales se distinguent des autres registres par une qualité qu'ils doivent à la précision exigée par l'information scientifique, technique, professionnelle etc. : les termes sont en principe **monoréférentiels** (se réfèrent à un seul phénomène de la réalité extralinguistique) – par contre, le mot de la langue commune possède un champ sémantique plus large, il est souvent polysémique. Les langues spéciales ne peuvent remplir leur rôle qu'avec des mots sémantiquement monovalents. Néanmoins, les mêmes lexèmes peuvent devenir polyvalents ou ambivalents, en langue commune, et revêtir diverses significations. Seul l'ensemble du contexte du discours permet d'actualiser, dans chacun des cas, l'une des significations (*chaîne* : *tenir un chien à la chaîne*, *le travail à la chaîne*, *la chaîne de la bicyclette*...). Dans les langues spéciales, à l'intérieur d'un système donné, un mot est a priori associé à une seule signification : le lexème *chaîne*, employé comme terme technique, aura une autre signification en géologie, géographie, anatomie, architecture, physique, cybernétique, linguistique ou dans les techniques de radiodiffusion.

Il n'y a pas de vrais **synonymes** dans la langue commune, tandis qu'il en existe dans les langues spéciales (*astronaute* = *cosmonaute* = *pilote du cosmos* = *navigateur spatial* = *spationaute* ; *apesanteur* = *non-pesanteur* = *agravité*, *impondérabilité* = *absence de pesanteur* ; *flottement monétaire* = *floating* = *flottation* = *fluctuation de la monnaie*).

divers

En médecine – langue spéciale × langue commune : *veine buccale* – *veine de la bouche*. A souligner surtout en comparaison avec le tchèque : *Variola vera* (lat.) → *variole* (fr.) → (*pravé, černé*) *neštovice* (tch.) ; *sinusite* → *sinusitida, zánět dutin*.

En chimie, la nomenclature tchèque diffère de celle, internationale, utilisée en français : *chlorid sodný* → *chlorure de sodium*, *oxid uhličtý* → *dioxyde de carbone*, *oxid uhelnatý* → *monoxyde de carbone*, *kyselina dusičná* → *acide nitrique*, *kyselina dusitá* → *acide nitrique III*, *acide nitreux*...

Les constructions juxtaposées sont peu maniables en français et tendent à s'abrèger : l'abrégement peut se faire par l'élimination des éléments fonctionnels qui marquent les relations = des raccourcis syntagmatiques : *ruban de coton de type standard* → *ruban coton standard* ; *commutateur pour le choix du ruban de carbone ou du ruban de tissu* → *commutateur ruban carbone – ruban tissu*.

Certaines langues spéciales ont beaucoup de termes communs avec des régiolectes : soit parce que telle spécialité est liée à une région donnée qui participe donc à la création d'une terminologie locale (par. ex. le vocabulaire de la mine où l'on retrouve une forte proportion de wallonismes, ou la langue de la marine qui contient de nombreux « normandismes »), soit parce que les objets désignés présentent une si grande diversité que les désignations régionales permettent une plus grande précision de la nomenclature.

le plan (la structure du texte)

le texte scientifique se décompose en sections bien distinctes – pour un article, les sections obligatoires seront : Introduction ; Matériel et Méthodes, Résultats ; Discussion. Des recommandations sont adressées aux auteurs désireux de publier les résultats de leurs recherches, elles impliquent des données concernant la structure d'un document écrit qui doit se composer de : Titre ; Résumé suivi des mots-clés ; Introduction ; Matériel et Méthodes ; Résultats ; Discussion ; Remerciements ; Références ; Illustrations ; Légendes des figures, etc.

le paragraphe

A l'intérieur de ces sections, l'unité de base est le paragraphe, composé de plusieurs phrases. Un paragraphe est formé d'une seule idée directrice et plusieurs idées-arguments. L'idée directrice indique le thème du paragraphe ; elle est placée en tête, ou en fin de paragraphe.

L'argumentaire : les idées-arguments développent l'idée directrice. Elles peuvent être les étapes d'une succession d'actions, une série d'idées qui vont dans le même sens et s'ajoutent les unes aux autres, une série d'arguments et de contre-arguments, ou les différentes étapes d'un raisonnement.

Les liens logiques soulignent au besoin les relations entre les arguments et entre les arguments et l'idée directrice. L'articulation logique entre les éléments de la communication écrite (les mots, les groupes de mots, les termes, les phrases) est toujours exprimée de façon implicite – par la ponctuation (à l'oral, par l'intonation). Elle peut être renforcée de façon explicite par les mots de liaison. Il est toujours recommandé d'être aussi explicite que possible dans un contexte complexe. Il est inutile et incorrect d'associer deux mots de liaison pour exprimer la même relation.

Literatura

DESJEUX, Marie-France; MARY, Jean-Yves; DESJEUX, Jehan-François. *Guide pratique de la communication scientifique*.

Paris: Ellipses, 1997.

ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha: NLN, 2008, s. 209–229.

ČMEJRKOVÁ, Světlá; DANĚŠ, František; SVĚTLÁ, Jindra. *Jak napsat odborný text*. Praha: Leda, 1999.

MULLER, Bodo. *Le français d'aujourd'hui*. Trad. de l'allemand par Anie Elsass. Paris: Klincksieck, 1985, pp. 186–212.

TEXT 1

Topol bílý, *Populus alba* L.

POPULUS ALBA L. - topol bílý / topoľ biely

Autor Věra Jašková | 25. 7. 2010 | 1,973x |

Syn.: topol linda

Čeleď: *Salicaceae* Mirbel - vrbovité

Rozšíření: Střední, jižní a východní Evropa, přes Sibiř až po Jenisej, dále z Malé, Přední a Střední Asie až po západní Himálaj. V České republice hojně rozšířený zejména v nížinách.

Ekologie: Roste v lužních lesích, pobřežních křovinách a na říčních náplavech. Sekundárně pak v lomech, pískovnách, cihelnách, na náspech a na dalších místech s obnaženým povrchem. V měkkém luhu vytváří společenstva s vrbou bílou (*Salix alba*) a topolem černým (*Populus nigra*). Světломilná dřevina, pouze mladí jedinci snášejí slabší zástín. Velmi dobře snáší změny vodního režimu a je také odolný k dlouhotrvajícím záplavám. Nemá příliš velké nároky na půdu, ovšem největších rozměrů dosahuje a nejlépe se mu daří na písčitohlinitých živných náplavech. Z našich dřevin je jedním z nejodolnějších k zasažení.

Popis: Strom dorůstající 20–35 m výšky, na suchých stanovištích pak pouze keř. Kořenový systém je všestranně rozvinutý. Má široký kmen, rozložitou velkou korunu a bělošedou až zelenošedou borku, která je ve stáří tmavě šedá až černavá a hrubě rozpukaná. Letorosty jsou oblé, bělošedě plstnaté, vejcovité pupeny jsou také plstnaté. Listy jsou na líci lysé a lesklé, na rubu pak plstnaté, přičemž tvar listů je různý. Listy na dlouhých výhonech a výmladcích jsou 3–5 laločné, 4–12 cm dlouhé a na rubu běloplstnaté. Na krátkých větvíčkách jsou listy okrouhle vejčité, 3–6 cm dlouhé, hrubě zubaté a na rubu tence plstnaté. Řapík je polooblý, 3–5 cm dlouhý a také plstnatý. Samičí jehnědy jsou až 5 cm dlouhé a zelené, s rezavými listeny a dvěma červenými čnělkami a žlutými bliznami. Samčí jehnědy jsou o něco větší, 3–7 cm dlouhé, šedé s červenými prašníky. Kvete v březnu a v dubnu před olistěním a každoročně bohatě plodí. Plody v cca 5–10 cm dlouhých jehnědách jsou kuželovitě vejcovité, 0,3–0,5 cm dlouhé, s velkým počtem ochmýřených semen.

Využití: V sadovnictví se objevuje v několika kultivarech, z nichž nejznámější je 'Pyramidalis' s kuželovitou korunou. Kůra z mladých větví obsahuje glykosidy salicin a populin, které se používají proti horečce a při onemocnění močového měchýře.

zdroj

<http://botany.cz/cs/populus-alba/>

KOMENTÁŘ 1

Text „Topol bílý“ je veřejný, připravený, psaný.

Byl publikovaný na webových stránkách botany.cz, které obsahují téměř 5000 článků pojednávajících o floře v České republice i v zahraničí a tématech s ní spojených jako ochrana přírody. Čtenářem může být kdokoli se zájmem o přírodu, případně ten, kdo před cestou do ciziny shání informace o rostlinstvu v dané zemi, fotograf, žák nebo student, a zejména každý, kdo do internetového vyhledávače zadá například výraz „topol“. Autorka článku je uvedena v záhlaví stránky.

S ohledem na čtenáře (návštěvníka stránky) je článek psaný stručně a přehledně, uvádí nejdůležitější údaje, nezabíhá do nadbytečných detailů.

Informace jsou rozděleny do pododdílů, jejichž rámec je společný pro většinu článků tohoto webu (struktura stránky napodobuje encyklopedické heslo). Jsou sdělovány věcně ve větách, které obsahují maximum výrazů z dané terminologické oblasti (typickým postupem je výčet), naproti tomu způsob propojení informací je koncizní, suchý, bez jakékoli snahy o jazykové ozvláštnění výpovědi: konektory se zde takřka nevyskytují (nahrazuje je přehledné grafické zpracování textu), slovesa se nejčastěji omezují na neutrální a obecné „být“.

Biotop (rozšíření) je popsán s využitím toponym (*Střední, jižní a východní Evropa; Sibiř; Jenisej; Malá, Přední a Střední Asie; západní Himálaj; Česká republika*) a termínů z oblasti biogeografie (*v lužních lesích, pobřežních křovinách a na říčních náplavech; v lomech, pískovnách, cihelnách, na náspech a na dalších místech s obnaženým povrchem; v měkkém luhu*), pedologie (*píščitohlinité živné náplavy*), klimatologie.

Terminologie užitá při popisu rostliny pokrývá zejména oblast botaniky, obsahuje i údaje o velikosti a rozměrech udané v metrických jednotkách, podrobně jsou rozvedeny údaje o barvě, tvaru a charakteru jednotlivých částí rostliny (*široký kmen; rozložitá velká koruna; bělošedá až zelenošedá borka, ve stáří tmavě šedá až černavá a hrubě rozpukaná; vejcovité plstnaté pupeny; listy na lici lysé a lesklé, na rubu plstnaté, okrouhle vejčité, hrubě zubaté*).

V závěru článku najdeme stručnou informaci o využití rostliny v lékařství a léčitelství (termín onemocnění močového měchýře je volen s ohledem na porozumění běžného čtenáře, v lékařské diagnostice by pravděpodobně musel být upřesněn, například *cystitida – zánět močového měchýře*),¹ které vycházejí z uvedení chemických názvů sloučenin (*glykosidy, salicin, populin*).

Horizontální členění textu je vyznačeno především graficky: článek neobsahuje tzv. členicí signály (viz níže). Logické konektory (s výjimkou spojky *a* a předložky *až*) se v textu takřka nevyskytují, častější je užití členicích prostředků (*pak, také*), nahrazuje je přehledné grafické zpracování textu – pro znázornění jsou v úryvku dole zvýrazněny výrazy, které uvádějí novou informaci:

Strom dorůstající 20–35 m výšky, na suchých stanovištích pak pouze keř.

Kořenový systém je všestranně rozvinutý.

Má široký kmen, rozložitou velkou korunu a bělošedou až zelenošedou borku, která je ve stáří tmavě šedá až černavá a hrubě rozpukaná.

Letorosty jsou oblé, bělošedě plstnaté, vejcovité pupeny jsou také plstnaté.

1 Podrobně například na <http://www.uzis.cz/cz/mkn/N30-N39.html>.

Listy jsou na líci lysé a lesklé, na rubu pak plstnaté, přičemž tvar listů je různý. Listy na dlouhých výhonech a výmladcích jsou 3–5 laločné, 4–12 cm dlouhé a na rubu běloplstnaté. Na krátkých větvičkách jsou listy okrouhle vejčité, 3–6 cm dlouhé, hrubě zubaté a na rubu tence plstnaté.

Řapík je polooblý, 3–5 cm dlouhý a také plstnatý.

Samičí jehnědy jsou až 5 cm dlouhé a zelené, s rezavými listeny a dvěma červenými čnělkami a žlutými bliznami.

Samčí jehnědy jsou o něco větší, 3–7 cm dlouhé, šedé s červenými prašníky. Kvete v březnu a v dubnu před olistěním a každoročně bohatě plodí.

Plody v cca 5–10 cm dlouhých jehnědách jsou kuželovitě vejcovité, 0,3–0,5 cm dlouhé, s velkým počtem ochmýřených semen.

Aktuální členění je charakteristické pro daný typ textu, a ačkoli v jiném kontextu by mohlo působit příznakově až expresivně, zde je na místě (převvedeme-li stručné věty do neutrálního vyjádření, zněly by spíše takto: *Topol bílý je strom dorůstající 20–35 m výšky [...]. Má všestranně rozvinutý kořenový systém. Má široký kmen, rozložitou velkou korunu [...].*

Převažuje formulace, kde je rozvíjeno rozštěpené téma – námětem textu je topol (francouzská teorie užívá označení „hyperthème“), každá věta o něm uvádí vždy novou informaci. Z tohoto „rytmu“ vybočuje níže uvedená věta, kde tématem je nevyjádřený subjekt (*topol bílý*). Na tomto místě dochází k nepatrnému zmatení adresáta – čtenáře, jenž by mohl za podmět věty považovat podmět věty předchozí (*kořenový systém*):

Kořenový systém je všestranně rozvinutý. Má široký kmen, rozložitou velkou korunu a bělošedou až zelenošedou borku, která je ve stáří tmavě šedá až černavá a hrubě rozpukaná.

Text musí být především jednoznačný a přesný, proto se nevyhýbá opakování výrazů, jež by v jiném kontextu mohlo být považováno za stylisticky nevhodné. V níže uvedené pasáži je nicméně jeden ze tří výskytů výrazů list redundantní (*přičemž tvar listů je různý* – mohlo být uvedeno i *přičemž jejich tvar je různý*):

Listy jsou na líci lysé a lesklé, na rubu pak plstnaté, přičemž tvar listů je různý. Listy na dlouhých výhonech a výmladcích jsou 3–5 laločné, 4–12 cm dlouhé a na rubu běloplstnaté.

Slovesa se nejčastěji omezují na neutrální a obecné *být*, popřípadě *mít*, výjimkou není věta averbální (*Strom dorůstající 20–35 m výšky, na suchých stanovištích pak pouze keř*):

Strom dorůstající 20–35 m výšky, na suchých stanovištích pak pouze keř. Kořenový systém je všestranně rozvinutý.

Má široký kmen, rozložitou velkou korunu a bělošedou až zelenošedou borku, která je ve stáří tmavě šedá až černavá a hrubě rozpukaná. Letorosty jsou oblé, bělošedě plstnaté, vejcovité pupeny jsou také plstnaté. Listy jsou na líci lysé a lesklé, na rubu pak plstnaté, přičemž tvar listů je různý. Listy na dlouhých výhonech a výmladcích jsou 3–5 laločné, 4–12 cm dlouhé a na rubu běloplstnaté. Na krátkých větvičkách jsou listy okrouhle vejčité, 3–6 cm dlouhé, hrubě zubaté a na rubu tence plstnaté. Řapík je polooblý, 3–5 cm dlouhý a také plstnatý. Samičí jehnědy jsou až 5 cm dlouhé a zelené, s rezavými listeny a dvěma červenými čnělkami a žlutými bliznami. Samčí jehnědy jsou o něco větší, 3–7 cm dlouhé, šedé s červenými prašníky. Kvete v březnu a v dubnu před olistěním a každoročně bohatě plodí. Plody v cca 5–10 cm dlouhých jehnědách jsou kuželovitě vejcovité, 0,3–0,5 cm dlouhé, s velkým počtem ochmýřených semen.

koherence textu

aktuální členění větné – tematická posloupnost

Souvislost mezi dvěma (a více) výpověďmi se vytváří mj. díky tomu, že výpověď se ve smyslu aktuálního členění vnitřně dále člení. Zatímco kontextově nezapojené réma (jádro výpovědi) přináší novou informaci,

téma (východisko) zapojuje výpověď do jistého kontextu. Tematická část má tedy zvláštní význam pro koherenci textu. Mechanismus opakování a substituce větných členů, výpovědí a jejich částí, kterým se výpovědi zapojují do jistého kontextu, rozprostírá v textech často velmi složité tematické posloupnosti a sítě.

Základní dvě možnosti rozvíjení tématu jsou:

- tematizace rématu (réma se stává tématem výpovědi): *Petr se vydal na **nádraží**. **Tady** ho čekali **dva muži**. (**Dva muži**) **Pozdravili a předali mu peníze**. **Ty** vzápětí zmizely v tašce.*
- průběžné téma (ve výpovědích je totéž téma): ***Anna** má dlouhé vlasy, jiskřivý pohled a milý úsměv. (**Anna**) Hodně čte. (**Anna**) Pracuje do úmoru. (**Anna**) Nedovede odpočívat. (**Anna**) Má ráda lidi.*

Další možnosti:

- rozvíjení rozštěpeného tématu (réma výpovědi se štěpí, části rématu se stávají tématy dalších výpovědí): *Král měl **tři dcery**. **Jedna** byla hezká. **Druhá** vynikala hloupostí. **A ta třetí** nosila přeliv.*
- derivační tematizace rématu (réma se stává tématem následující výpovědi, přičemž výraz v této výpovědi je obecnější než výraz v pozici rématu výpovědi předcházející): ***Moje žena šla do divadla s trvalou**. Přesto mě její vlasy učarovaly.*

(progression thématique: linéaire, à thème constant, à thème éclaté = à thèmes dérivés)

členicí signály (connecteurs textuels)

- počátkové (iniciační): *nejprve, nejdříve, na začátek...*
- koncové (terminativní): *konečně, nakonec, na závěr...*
- sekvenční: *za prvé – za druhé; nejprve – dále – nakonec; napřed – potom; a) – b)...*

hyperthème

Le thème à valeur englobant, l'hyperthème, est repris en sous-parties, ce qui entraîne une variété dans les rhèmes. C'est le type idéal pour la structure tabulaire de la description : on découvre les parties constitutives d'un tout. L'hyperthème peut être implicite.²

Literatura

GREPL, Miroslav; KARLÍK, Petr. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: NLN, 2008, pp. 674, 682.

2 <http://emile.simonnet.free.fr/siften/grtex/progres.htm>

TEXTE 2

Populus alba - Peuplier blanc

A - Caractéristiques biologiques :

Arbre de 20 à 30 m dont la longévité varie entre 300 et 400 ans.

Il rejette facilement de souche, drageonne abondamment, et bouture plus ou moins facilement.

La floraison s'effectue en mars et avril, avant la feuillaison. C'est une espèce pionnière.

B - Descriptions morphologiques :

Son tronc est droit ou flexueux, parfois cannelé et blanc verdâtre avec un houppier ample et de grosses branches étalées blanches.

L'écorce jeune est grisâtre, à grosses lenticelles losangiques. Elle devient en suite épaisse et crevassée, noirâtre à la base.

Les feuilles, sur des rameaux gris-blanc et pubescents, sont très polymorphes, ovales, sinueuses ou lobées dentées, blanches tomenteuses dessous et vert sombre dessus.

Les chatons sont denses et pendants. Les mâles sont poilus gris et rouges et les chatons femelles sont plus longs, grêles, glabres et vert pâle.

Les fruits sont des capsules à graines cotonneuses.

C - Descriptions de son biotope :

C'est une espèce commune dans la région méditerranéenne et les vallées du Rhône, du Rhin, de la Loire et de la Garonne (spontanéité incertaine).

Le peuplier blanc est thermophile, il résiste à la sécheresse et au vent.

Cette espèce préfère les situations ensoleillées et est mésohygrophile.

On le trouve au bord des eaux et dans les forêts ripicoles.

D - Utilités et usages variés :

Les feuilles et l'écorce sont fébrifuges ; les bourgeons sont diurétiques, antiseptiques, toniques et astringents.

On l'utilise en pâte à papier, panneaux de fibres ou de particules, emballages, contre-plaqué, allumette, mais aussi en menuiserie et charpente.

C'est un combustible très médiocre et il produit un charbon de bois de très mauvaise qualité.

Zdroj

<http://www2.promhaies.net/especes/espece10.php>

COMMENTAIRE 2

Texte écrit, publié sur le site <http://www.promhaies.net/>, site d'une association se présentant comme « pour des actions en faveur de la haie et de l'arbre champêtre », c'est-à-dire pour la promotion et le maintien de l'utilisation des haies dans la campagne française (le bocage).

Le site de l'association présente plusieurs sous-sections (revue de presse, bulletin d'infos, actualité, etc.) et parmi ces dernières, on trouve un répertoire intitulé « espèces de nos régions », regroupant des articles consacrés aux différentes espèces de la région dans laquelle se trouve le siège de l'association (la région Poitou-Charentes). Il s'agit d'articles individuels, consacrés à une espèce donnée. Les espèces sont encore réparties selon un sous-classement : arbre, intermédiaire et buisson. L'ensemble de ces articles ne dépasse pas le nombre de 100. Il ne s'agit donc pas d'une énumération encyclopédique référant toutes les espèces existantes mais d'une sélection des espèces les plus connues et rencontrées.

Chaque article présente une espèce spécifique, en faisant appel à un vocabulaire spécialisé.

Ici, un article sur le peuplier blanc.

L'auteur de l'article n'est pas indiqué. Le copyright mentionné en fin de page appartient à l'association. Il s'agit donc d'articles écrits par les membres de l'association, de textes originaux.

Le lecteur pourra être un quidam quelconque, ayant besoin d'informations sur une espèce particulière et renvoyé sur ces pages par un moteur de recherche. C'est donc un lecteur laïque, non-spécialiste.

Cependant, le lecteur pourra être également un visiteur des pages de l'association. Dans ce cas-là, c'est une personne déjà intéressée par la thématique et en partie familiarisée avec le vocabulaire spécifique utilisé.

Bien que cet article soit publié sur le portail d'une association « militante », engagée et revendiquant des idées, l'article *Peuplier blanc* est écrit de manière tout à fait objective, avec une exigence élevée de précision et de structuration.

La présentation des informations se fait selon un découpage, une structure définie et formelle. Ce découpage en paragraphes est identique pour chaque article dédié à une espèce particulière.

L'article se décompose en quatre paragraphes, dénommés selon les lettres A, B, C, D :

A. Caractéristiques biologiques, B. Description morphologique, C. Description de son biotope, D. Utilité et usages variés.

Chaque paragraphe est composé de phrases simples apportant une information concrète. Le retour à la ligne après chaque phrase accentue une construction basée sur l'énumération. A chaque information correspond une unité phrastique, séparée de la suivante par un signe graphique, le retour de ligne.

C - Descriptions de son biotope :

C'est une espèce commune dans la région méditerranéenne et les vallées du Rhône, du Rhin, de la Loire et de la Garonne (spontanéité incertaine).//

Le peuplier blanc est thermophile, il résiste à la sécheresse et au vent.//

Cette espèce préfère les situations ensoleillées et est mésohygrophile.//

On le trouve au bord des eaux et dans les forêts ripicoles.//

Les verbes utilisés sont en général des verbes simples, du registre courant avec une prédominance marquée du verbe « être ». Ils servent les principes de la description et de l'énumération.

B – Descriptions morphologiques :

Son tronc est droit ou flexueux, parfois cannelé et blanc verdâtre avec un houppier ample et de grosses branches étalées blanches.

L'écorce jeune est grisâtre, à grosses lenticelles losangiques. Elle devient en suite épaisse et crevassée, noirâtre à la base. Les feuilles, sur des rameaux gris-blanc et pubescents, sont très polymorphes, ovales, sinueuses ou lobées dentées, blanches tomenteuses dessous et vert sombre dessus.

Les chatons sont denses et pendants. Les mâles sont poilus gris et rouges et les chatons femelles sont plus longs, grêles, glabres et vert pâle.

Les fruits sont des capsules à graines cotonneuses.

C – Descriptions de son biotope :

C'est une espèce commune dans la région méditerranéenne et les vallées du Rhône, du Rhin, de la Loire et de la Garonne (spontanéité incertaine).

Le peuplier blanc est thermophile, il résiste à la sécheresse et au vent.

Cette espèce préfère les situations ensoleillées et est mésohygrophile.

On le trouve au bord des eaux et dans les forêts ripicoles.

D – Utilités et usages variés :

Les feuilles et l'écorce sont fébrifuges ; les bourgeons sont diurétiques, antiseptiques, toniques et astringents.

On l'utilise en pâte à papier, panneaux de fibres ou de particules, emballages, contre-plaqué, allumette, mais aussi en menuiserie et charpente.

C'est un combustible très médiocre et il produit un charbon de bois de très mauvaise qualité.

Le vocabulaire est spécialisé. Il est issu du domaine de la botanique. Le lecteur laïc trouvera cependant en complément de la section consacrée aux espèces d'arbres, un lexique expliquant les termes spécialisés de la botanique. Ce lexique, par ordre alphabétique, est très dense et comporte plusieurs centaines d'entrées.

Ce vocabulaire de la botanique côtoie en appoint un vocabulaire descriptif avec des unités de mesure, des couleurs, des formes et des informations géographiques.

Le dernier paragraphe sur l'utilité et les usages du peuplier blanc présente un vocabulaire appartenant au domaine de la médecine et du bâtiment.

Le texte ne présente qu'une seule périphrase permettant d'explicitier un terme spécialisé :

Les feuilles, sur des rameaux gris-blanc et pubescents, sont très polymorphes, ovales, sinueuses ou lobées dentées, blanches tomenteuses dessous et vert sombre dessus.

Le vocabulaire est précis, spécialisé et non-commun, en botanique mais aussi dans les autres terminologies présentes. Il n'y a aucune intention de vulgarisation. Le lecteur laïc sera incité à utiliser le lexique complémentaire et élargir ainsi ses connaissances.

Grâce à ce lexique et à la simplicité du texte au niveau syntaxique, le lecteur laïc parviendra facilement à s'orienter et à comprendre toutes ces informations nouvelles et spécialisées.

TEXTE 3

La spiruline

Avec la spiruline vous bénéficiez d'un apport complet en vitamines, minéraux, oligo-éléments, enzymes, acides gras essentiels, protéines essentielles (acides aminés), pour faire face aux moments difficiles. Découvrez cette algue extraite des lacs des hauts plateaux andins 100% naturelle, sans additifs, sans conservateurs, ni colorants et cultivée en eaux douces.

La voie des Andes...

La spiruline est considérée depuis des années comme un complément alimentaire sain et efficace par un nombre grandissant de personnes, convaincu par les résultats obtenus à la suite d'une cure. Cependant son utilisation remonte à des temps beaucoup plus anciens. Ainsi, les Incas en consommaient déjà comme un aliment à part entière.

Connaissant la difficile existence de ces populations (agriculture, altitude...) perchées à des altitudes moyennes de 2500 m, on peut se faire une idée de leur besoin énergétique pour lutter contre la rudesse de leur activité.

La spiruline est extraite des lacs puis séchée à l'air sec et pur de la cordillère des Andes et bénéficie d'un ensoleillement constant de 12h à une température douce (40 °C). Cet ensoleillement favorise la photosynthèse optimisant la concentration et la préservation des vitamines et phytonutriments qui en fait la qualité première de la spiruline.

Composition de l'algue spiruline

Véritable concentré d'énergie, la spiruline par son apport en fer, en vitamine B₁₂, en bêta-carotène sera d'un grand intérêt pour les sportifs(ves) notamment sur le plan de l'oxygénation des muscles, les acides gras essentiels intervenant quant à eux dans l'intégrité des cellules, indispensable au bon fonctionnement du système immunitaire.

Les vitamines : A (provitamine A), B₁, B₂, B₃, B₅, B₆, B₈, B₉ (acide folique), B₁₂, E (biotine) couvrent une grande majorité des besoins nutritionnels journaliers, de surcroît lorsque ces besoins se trouvent augmentés, comme c'est le cas lors de régimes minceur, chez la femme enceinte ou chez les végétariens.

Des minéraux et des oligo-éléments tels que le fer, le magnésium, manganèse, phosphore, molybdène, sélénium, zinc, cuivre pour éviter les carences nutritionnelles.

Les pigments comme la chlorophylle, le bêta-carotène, les caroténoïdes, superoxyde dismutase : Ces sont de puissants antioxydants qui luttent activement contre les radicaux libres responsables du vieillissement des cellules et qui s'accumulent abondamment lors des efforts physiques intenses, amplifiant les courbatures et les crampes.

Consultez nos dossiers minéraux et oligo-éléments

Dosage

Conseil d'utilisation : doser progressivement, avant les repas en une ou plusieurs fois dans la journée.

– les 2 premiers jours : 1 comprimé/jour

- le troisième et le quatrième jours : 2 comprimés/jour
- Ensuite tous les 2 jours un comprimé en plus, jusqu'à ce que la dose souhaitée de 3 à 6 comprimés/jour soit atteinte.

Il existe de la spiruline sous forme d'aiguillettes, plus savoureuse que les poudres ou les comprimés.

- Acheter de la Spiruline Biologique chez Anastore
- Acheter de la Spiruline Fenioux chez DietBoutique

Minceur

En support d'un régime minceur prendre la spiruline une demi-heure avant le repas avec un grand verre d'eau.

Adultes : 3 à 6 comprimés/jour

Enfants : 1 à 3 comprimés/jour

Précaution d'emploi

En cas de traitement anticoagulant, la spiruline peut aggraver les effets du traitement.

Pour les diabétiques : la spiruline a un effet régulateur sur le taux de glycémie et peut renforcer les effets de l'insuline ou du traitement hypoglycémiant de synthèse. Dans les deux cas prévenir votre médecin.

Autres bienfaits de la spiruline...

- Faire le plein d'énergie
- Nettoyer son corps des impuretés
- Augmenter l'endurance
- Améliorer sa résistance
- Éviter les carences alimentaires
- En période de convalescence
- Retrouver la vitalité
- Redonner de l'éclat aux cheveux à la peau et aux ongles
- Mieux supporter les règles, la ménopause et la grossesse

Petit truc...

Accompagnez chaque prise de spiruline avec un jus de fruit pour faciliter encore plus l'assimilation de certains composant notamment le Fer.

Attention : Les algues marines renferment beaucoup de substances y compris des métaux lourds ! Restez donc vigilant si vous en consommez sous une forme non dénaturé et si vous n'êtes pas sûr de sa provenance. En France la plupart des lots de spiruline vendues dans les commerces sont issues de bassins d'eaux douces, le risque de contamination par les métaux lourds est donc nul.

Venez discuter de la spiruline sur notre forum nutrition du sport.

- Acheter de la Spiruline Biologique chez Anastore
- Acheter de la Spiruline Fenioux chez DietBoutique

Zdroj

<http://www.nutri-site.com/dossier-nutrition--spiruline--1--93.html>

COMMENTAIRE 3

Texte écrit, publié sur le site <http://www.nutri-site.com>. Ce site présente des conseils pour les sportifs, « un seul objectif, le plaisir et la forme ». Il se compose de divers dossiers sur le sport et les performances, sur le fitness et le bien-être mais également sur la nutrition. L'article sur l'algue spiruline fait partie de la section « Nutrition du sport ». Les dossiers préparés proposent des liens directs commerciaux sur des sites de vente partenaires. Les articles ont donc un double objectif, informatif et commercial.

Le lecteur doit être informé mais également influencé et persuadé afin de devenir client.

L'article est composé de plusieurs parties. Une partie d'introduction sur le produit, informations générales qui seront développées par la suite, suivie d'une rapide mise au point historique, géographique et agricole. Une deuxième partie intitulée « Composition de l'algue spiruline » énumère la liste des éléments entrant dans la composition de l'algue. La troisième partie intitulée « Dosage » présente son mode d'utilisation.

Texte spécialisé

Le texte fait appel à plusieurs lexiques spécialisés. La terminologie prépondérante se réfère à la biologie, à la nutrition et à quelques reprises également, à la chimie.

Véritable concentré d'énergie, la spiruline par son apport en fer, en vitamine B12, en bêta-carotène sera d'un grand intérêt pour les sportifs(ves) notamment sur le plan de l'oxygénation des muscles, les acides gras essentiels intervenant quand à eux dans l'intégrité des cellules, indispensable au bon fonctionnement du système immunitaire.

Les vitamines : A (provitamine A), B1, B2, B3, B5, B6, B8, B9 (acide folique), B12, E (biotine) couvrent une grande majorité des besoins nutritionnels journaliers, de surcroît lorsque ces besoins se trouvent augmentés, comme c'est le cas lors de régimes minceur, chez la femme enceinte ou chez les végétariens.

Des minéraux et des oligo-éléments tels que le fer, le magnésium, manganèse, phosphore, molybdène, sélénium, zinc, cuivre pour éviter les carences nutritionnelles.

Les pigments comme la chlorophylle, le bêta-carotène, les caroténoïdes, superoxyde dismutase : Ces sont de puissants antioxydants qui luttent activement contre les radicaux libres responsables du vieillissement des cellules et qui s'accumulent abondamment lors des efforts physiques intenses, amplifiant les courbatures et les crampes.

Par extension, on trouve également un vocabulaire relatif à la médecine et à la pharmaceutique.

Tout le paragraphe intitulé « Dosage » reprend largement la structure des fiches médicaments.

Posologie : *Conseil d'utilisation*

Contre-indications : *Précaution d'emploi*

Indications : *Minceur, Autres bienfaits de la spiruline...*

Mise en garde : *Attention*

Les autres lexiques spécialisés présents concernent l'histoire, la géographie, l'agriculture.

Texte commercial

L'article a un but commercial. Cet objectif cependant n'est pas mis en avant par la composition et le contenu de l'article, présenté comme un dossier scientifique. Il se manifeste par des ajouts subtils et par un style attrayant et dirigé vers le lecteur.

Les ajouts se référant au style commercial sont bien entendus les liens vers les sites d'achat partenaires, présents à deux reprises dans le texte. A cela il faut ajouter les bandeaux publicitaires concernant le produit décrit, la spiruline.

Le lecteur est directement impliqué car l'article s'adresse à lui, par l'utilisation de la 2^e personne du pluriel.

- *vous bénéficiez d'un apport complet*
- *Découvrez cette algue*
- *Accompagnez chaque prise de spiruline*
- *Venez discuter de la spiruline sur notre forum nutrition du sport.*
- *Consultez nos dossiers minéraux et oligo-éléments*

Les deux dernières invitations renforcent l'idée d'un lecteur-partenaire, adoucissent le style persuasif qui ne doit pas ressembler à des slogans publicitaires.

Ces sont les deux seuls procédés stylistiques directs utilisés pour convaincre le lecteur. Ils restent cependant essentiels dans l'appréciation du texte.

Composition stylistique de l'ensemble

Le texte utilise principalement deux procédés de présentation de l'information qui permettent de mêler les intentions persuasives aux données scientifiques.

Dans de courts paragraphes (en introduction généralement), il transmet une information appuyée par des données scientifiques précises. C'est un style destiné à persuader le lecteur, argumentatif.

Véritable concentré d'énergie, la spiruline par son apport en fer, en vitamine B12, en bêta-carotène sera d'un grand intérêt pour les sportifs(ves) notamment sur le plan de l'oxygénation des muscles, les acides gras essentiels intervenant quand à eux dans l'intégrité des cellules, indispensable au bon fonctionnement du système immunitaire.

On trouve aussi plusieurs énumérations qui permettent de communiquer un grand nombre d'informations, d'accentuer les points positifs du produit présenté.

Les vitamines : A (provitamine A), B1, B2, B3, B5, B6, B8, B9 (acide folique), B12, E (biotine) couvrent une grande majorité des besoins nutritionnels journaliers, de surcroît lorsque ces besoins se trouvent augmentés, comme c'est le cas lors de régimes minceur, chez la femme enceinte ou chez les végétariens.

Des minéraux et des oligo-éléments tels que le fer, le magnésium, manganèse, phosphore, molybdène, sélénium, zinc, cuivre pour éviter les carences nutritionnelles.

Ces énumérations sont parfois organisées par une mise en page significative qui permet une lecture facile et une mise en avant des avantages de la spiruline.

Autres bienfaits de la spiruline ...

- *Faire le plein d'énergie*
- *Nettoyer son corps des impuretés*
- *Augmenter l'endurance*
- *Améliorer sa résistance*
- *Éviter les carences alimentaires*
- *En période de convalescence*
- *Retrouver la vitalité*
- *Redonner de l'éclat aux cheveux à la peau et aux ongles*
- *Mieux supporter les règles, la ménopause et la grossesse*

Savant mélange de données informatives et persuasives, le texte respecte son double rôle, celui d'apporter des informations concrètes sur le produit décrit et celui de convaincre le lecteur de la nécessité de s'en procurer.

TEXT 4

Řasa *Chlorella pyrenoidosa*

Chlorella Pyrenoidosa je jednobuněčná sladkovodní řasa, která se pěstuje v teplém klimatickém pásmu. Řasa je nejbohatším zdrojem chlorofylu (rostlinné barvivo) na světě. Chlorofyl má protizánětlivý a deodorační účinek, urychluje hojení ran a zánětů. Jedna tableta řasy *Chlorella Pyrenoidosa* obsahuje milióny chlorellových buněk, které se podílí na ozdravení našeho těla. Vlákna řasy váže toxický odpad ze stravy (těžké kovy, amalgam z plomb, jedy, usazeniny na stěnách střev) a odvádí je z těla. *Chlorella* nám také předává kompletní spektrum výživných látek (vitamíny, minerály, stopové prvky, enzymy, rostlinné bílkoviny). Užitečné vlastnosti chlorelly jsou odbornou veřejností sledovány již od roku 1890. Obsahuje růstový faktor CGF, dále na vitamíny, minerály, aminokyseliny, nukleové kyseliny a další látky nezbytné pro dobrý zrak.

Velikost balení: 300 g = 1200 tablet, každá tableta váží 250 mg. Balení vystačí na 3 měsíce. Kvalitní 100% řasa, žádné přísady!

Chlorella

Chlorella stimuluje imunitní systém, pomáhá regenerovat tkáň, celkově zbavuje tělo toxických látek, napomáhá hojení a celkovému ozdravení organismu. *Chlorella pyrenoidosa* obnovuje acido-alkalickou rovnováhu.

Chlorella se uplatňuje při léčbě alergie, kožních, srdečních, revmatických a zažívacích potíží, působí proti virovým infekcím. *Chlorella* pomáhá při léčbě cukrovky, osteoporózy a jiných nemocí. *Chlorella* účinně čistí střeva. *Chlorella* pomáhá také při prevenci i léčbě rakoviny včetně rakoviny tlustého střeva.

Chlorella je vhodným doplňkem zdravé výživy.

Chlorella Pyrenoidosa pomáhá povzbudit metabolismus, čistit organismus a dodává do těla vše to, co mu chybí. Sladkovodní řasa **chlorella** je v tomto směru ideálním pomocníkem.

Co *Chlorella pyrenoidosa* umí?

Užívání tabletek *chlorella pyrenoidosa* má velký vliv na naše zdraví. *Chlorella* totiž dokáže:

Chlorella pomáhá zvýšit celkovou odolnost organismu

Chlorella chrání buňky a tkáň před působením volných radikálů

Chlorella reguluje hladinu cholesterolu a tlak krve

Chlorella je vhodným potravinovým doplňkem pro prevenci nádorových onemocnění

Chlorella podporuje regeneraci tkání při poškození

Chlorella slouží jako prevence při chorobách srdce a cév

Chlorella zvyšuje účinnost inzulínu a kontroluje hladinu cukru v krvi

Chlorella dokáže eliminovat lépe se vypořádat se stresovými situacemi a vyčerpáním

Chlorella pomáhá řešit zánětlivá onemocnění vnitřních orgánů a kloubní onemocnění

Proč je chlorella tak unikátní?

Nejúčinnější látkou chlorelly je takzvaný růstový faktor – Chlorella Growth Factor, CGF. Extrakt ze sladkovodní řasy díky tomuto faktoru obsahuje aminokyseliny, peptidy, glykoproteiny, polyamidy, některé vitaminy, minerální látky a stopové prvky.

Chlorella patří k nejstarším organismům na Zemi. Ze všech rostlin obsahuje nejvíc chlorofylu. Chlorella pyrenoidosa je nejhodnotnější z potravinářsky využitelných řas a nutričně nejbohatší. Řasa chlorella pyrenoidosa Green Ways se pěstuje na Tchaj-wanu. Množí se v čisté filtrované vodě.

Chlorelový prášek je slisován do tabletek, které drží svůj tvar, protože řasa je přirozeně lepivá. Chlorella pyrenoidosa Green Ways je 100% přírodní bez chemických barviv, plniv, pojiv, což dokazuje i sytě smaragdová zelená barva tabletek.

Chlorella nabízí komplexní výživu ve formě, která je pro lidský organismus dobře využitelná. Omlazuje organismus očištěnou. Chlorella pyrenoidosa podporuje buněčnou regeneraci, zvyšuje kapacitu imunitního systému a je prevencí řady onemocnění.

Zdroj

<http://www.chlorella.wz.cz/>

KOMENTÁŘ 4

Text je připravený, psaný, používá spisovný jazyk.

Byl publikován na stránkách <http://www.chlorella.wz.cz/>: popis řasy a jejího působení na zdraví člověka má nalákat ke koupi produktu firmy Green Ways. Záměrem autora textu je představit kvality produktu – primární funkce textu je reklamní, propagační. Ta je však částečně skrytá tím, že s ohledem na charakter produktu (potravinový doplněk prodáváný v podstatě jako lék) autor text stylizuje jako odborný text. Tím výrobku dodává na věrohodnosti: nápodobou příbalového letáku, který doprovází komerční balení léčiv, zařazuje svůj produkt do určité skupiny zboží.

Je zde posílen apel na adresáta – vedle funkce informativní se uplatňuje i funkce ovlivňovací, získávací a přesvědčovací.

Prvky stylu reklamy: adresnost sdělení, snaha o bezprostřednost a působivost, propojení verbální a vizuální stránky informace, snaha o úplnost věcných informací a snadnou orientaci adresáta v textu (přehlednost, grafické zvýraznění, jasnost, srozumitelnost), snaha o záměrnou stylizaci přímého kontaktu s adresáty. Text ale neobsahuje výzvu, slogan, alegorii, prosté, metonymické ani metaforické přirovnání, není výrazně expresivní ani hyperbolický (s výjimkou zdůrazňování jedinečnosti produktu).

Prvky odborného stylu: charakteristické je užití terminologie, v tomto případě dokonce latinský název popisované řasy. Promyšlená kompozice textu se odráží v grafické úpravě, informace jsou předány přehledně, postupně „dávkovány“ (představení produktu, jeho přednosti, jedinečnost...) a systematicky představeny v oddílech oddělených nadpisy (*Chlorella pyrenoidosa*, *Co Chlorella pyrenoidosa umí?*, *Proč je chlorella tak unikátní?*). V textu se dobře orientuje: věty jsou převážně krátké, s jednoduchou stavbou, bez redundantních informací a zbytečných slov. Aktuální členění je schematické (tématem věty je nejčastěji popisovaná řasa, což napomáhá přehlednosti sdělení a koheznosti textu; zároveň má tato stylizace textu účinek zdůraznění). V jedné části textu jsou informace kondenzovány do sdělení nespojitého (výčet graficky znázorněný v podobě seznamu). Prézens jako jediný použitý slovesný čas evokuje nadčasovost obsahu sdělení, jeho obecnost.

Prvky reklamního a odborného stylu se prolínají. Zatímco důraz na přehledné a vyčerpávající předání informací je pro obě stylové oblasti společný, jinde se v tomto textu projevuje střet obou stylistických rovin: například zakončení čistě „technického“ sdělení (*Velikost balení: 300 g = 1200 tablet, každá tableta váží 250 mg. Balení vystačí na 3 měsíce.*) propagačním zvoláním (*Kvalitní 100% řasa, žádné přísady!*). Podobně nápadný (a pro odborný text většinou nepřijatelný) je důraz na jedinečnost produktu, kdy některé možnosti i pravdivé údaje v souhrnu a kontextu dalších užitých jazykových prostředků působí přehnaně: *Řasa je nejbohatším zdrojem chlorofylu (rostlinné barvivo) na světě. Chlorofyl má protizánětlivý a deodorační účinek, urychluje hojení ran a zánětů. Jedna tableta řasy Chlorella Pyrenoidosa obsahuje milióny chlorellových buněk, které se podílí na ozdravení našeho těla. Vlákna řasy váže toxický odpad ze stravy (těžké kovy, amalgam z plomb, jedy, usazeniny na stěnách střev) a odvádí je z těla. Chlorella nám také předává kompletní spektrum výživných látek (vitamíny, minerály, stopové prvky, enzymy, rostlinné bílkoviny). Užitečné vlastnosti chlorelly jsou odbornou veřejností sledovány již od roku 1890.*

Poznámka: Text je publikovaný na „firemní“ webové stránce a je vidět, že neprošel redakční úpravou, a ani autor/ka nemá s publikováním velkou zkušenost. Článek obsahuje gramatické chyby a prohršky proti normě kodifikované v *Pravidlech českého pravopisu* („buněk, které se podílí“, „milión“), není sjednoceno uvádění latinského názvu („Chlorella Pyrenoidosa“ – „Chlorella pyrenoidosa“ – „chlorella pyrenoidosa“), lze najít i formulační nedotaženost („Obsahuje růstový faktor CGF, dále na vitaminy...“). Výraznou charakteristikou je i časté opakování již jednou uvedeného sdělení – zde může jít o nedostatek, ale i o záměr autora/ky textu připomenout důležité informace víckrát za účelem zdůraznění, případně o předpoklad, že málokdo bude číst text celý a že se proto hodí některé údaje uvést vícekrát.

Termíny

- termíny (vyznačené níže v úryvku) jsou převážně substantivní, naopak slovesa užitá ve větách, které termíny obsahují, mají většinou význam obecný a autor se nesnaží je příliš obměňovat (*být, pěstovat, obsahovat, předávat, odvádět, vázat, sledovat*)
- výrazy z oblasti profesní mluvy (v úryvku dole vyznačeny stojatým písmem): *plomba* – termín je *výplň (fotokompozitní, amalgámová atd.)*, *stěny střev* – termín je *střevní stěna*
- případně napodobující vědecký diskurz: *kompletní spektrum, ozdravení...*

Chlorella Pyrenoidosa je jednobuněčná sladkovodní řasa, která se pěstuje v teplém klimatickém pásmu. Řasa je nejbohatším zdrojem chlorofylu (rostlinné barvivo) na světě. Chlorofyl má protizánětlivý a deodorační účinek, urychluje hojení ran a zánětů. Jedna tableta řasy Chlorella Pyrenoidosa obsahuje milióny chlorellových buněk, které se podílí na ozdravení našeho těla. Vláknina řasy váže toxický odpad ze stravy (těžké kovy, amalgam z plomb, jedy, usazeniny na stěnách střev) a odvádí je z těla. Chlorella nám také předává kompletní spektrum výživných látek (vitamíny, minerály, stopové prvky, enzymy, rostlinné bílkoviny). Užitečné vlastnosti chlorelly jsou odbornou veřejností sledovány již od roku 1890. Obsahuje růstový faktor CGF, dále vitamíny, minerály, aminokyseliny, nukleové kyseliny a další látky nezbytné pro dobrý zrak.

Synonyma

Terminologie v zásadě nepřipouští synonymii (výjimkou jsou domácí a přeжатé termíny, popřípadě explicitní a zestručněné termíny). I v tomto textu se autor/ka nesnaží nahradit výraz *Chlorella pyrenoidosa* synonymním vyjádřením, což adresát nebude považovat za stylistický prohršek, ani to nebude ztěžovat čtení a příjem informací.

V odborném textu se nepovažuje za stylistickou chybu opakování (v textu dole např. užití tvarů slovesa *být*; podobně termín *Chlorella pyrenoidosa* může být zaměněn za obecnější *řasa*, ale nejčastěji zůstává v původní podobě, popřípadě je uveden ve zkrácené podobě *Chlorella*).

Chlorella pyrenoidosa je nejhodnotnější z potravinářsky využitelných řas a nutričně nejbohatší. Řasa chlorella pyrenoidosa Green Ways se pěstuje na Tchaj-wanu. Množí se v čisté filtrované vodě. Chlorellový prášek je slisován do tabletek, které drží svůj tvar, protože řasa je přirozeně lepivá. Chlorella pyrenoidosa Green Ways je 100% přírodní bez chemických barviv, plniv, pojiv, což dokazuje i sytě smaragdová zelená barva tabletek. Chlorella nabízí komplexní výživu ve formě, která je pro lidský organismus dobře využitelná. Omlazuje organismus očistou. Chlorella pyrenoidosa podporuje buněčnou regeneraci, zvyšuje kapacitu imunitního systému a je prevencí řady onemocnění.

Značky, zkratky, číselné údaje

Důraz na jasné a přehledné zprostředkování informací; text je psaný úsporně, použití symbolů a číselných údajů napomáhá systematizovat sdělení.

Velikost balení: 300 g = 1200 tablet, každá tableta váží 250 mg. Balení vystačí na 3 měsíce.

Kvalitní 100% řasa, žádné přísady!

Struktura textu – grafická úprava, koherence

Přehledný způsob předání informace je důležitý, aby se adresát v textu rychle a snadno orientoval. Často jsou uplatněny výčty – at jen v rámci věty (*Obsahuje růstový faktor CGF, dále na vitamíny, minerály, aminokyseliny, nukleové kyseliny a další látky nezbytné pro dobrý zrak.*), nebo uvedené v závorce: *Chlorella nám také předává kompletní spektrum výživných látek (vitamíny, minerály, stopové prvky, enzymy, rostlinné bílkoviny)*, jindy rozvedené v několika větách v celém odstavci (*Chlorella se uplatňuje při léčbě alergie, kožních, srdečních, revmatických a zažívacích potíží, působí proti virovým infekcím. Chlorella pomáhá při léčbě cukrovky, osteoporózy a jiných nemocí. Chlorella účinně čistí střeva. Chlorella pomáhá také při prevenci i léčbě rakoviny včetně rakoviny tlustého střeva.*), případně jako samostatný oddíl textu:

Užívání tabletek chlorella pyrenoidosa má velký vliv na naše zdraví. Chlorella totiž dokáže:

Chlorella pomáhá zvýšit celkovou odolnost organismu

Chlorella chrání buňky a tkáň před působením volných radikálů

Chlorella reguluje hladinu cholesterolu a tlak krve

Chlorella je vhodným potravinovým doplňkem pro prevenci nádorových onemocnění

Chlorella podporuje regeneraci tkání při poškození

Chlorella slouží jako prevence při chorobách srdce a cév

Chlorella zvyšuje účinnost inzulínu a kontroluje hladinu cukru v krvi

Chlorella dokáže eliminovat lépe se vypořádat se stresovými situacemi a vyčerpáním

Chlorella pomáhá řešit zánětlivá onemocnění vnitřních orgánů a kloubní onemocnění

TEXT 5/1

Salade de chicorée frisée et de pommes de terre, vinaigrette au bleu

Préparation 30 min

Cuisson 15 min

Portion(s) 4

Type de plat : Salades

Ingrédient principal : Herbes, plantes et légumes, Produits laitiers

Mode de préparation : SUR LA CUISINIÈRE

Autres critères : Riche en fibres

Ce plat sera encore meilleur si vous choisissez une laitue croquante et légèrement amère. Vous pouvez mélanger tous les ingrédients dans un grand bol ou les disposer dans quatre assiettes individuelles. Les oignons marinés à la hollandaise sont particulièrement délicieux.

Ingrédients

1 ½ lb (750 g) de petites pommes de terre nouvelles

1 chicorée frisée ou scarole

1 botte de radis tranchés

75 ml (1/3 tasse) d'oignons marinés

Vinaigrette au bleu:

4 oz (125 g) de fromage bleu

1 ½ c. à soupe (22 ml) de vinaigre de cidre

1 c. à thé (5 ml) de moutarde

¼ c. à thé (1 ml) de poivre noir

1/3 tasse (75 ml) de babeurre

¼ tasse (60 ml) d'huile végétale

¼ tasse (60 ml) de ciboulette ou oignon vert haché finement

Préparation

Faites cuire les pommes de terre dans une casserole d'eau bouillante salée de 12 à 15 minutes ; laissez-les tiédir, pelez-les et coupez les plus grosses en deux.

Vinaigrette au bleu

Écrasez le fromage bleu en le mélangeant au vinaigre, à la moutarde et au poivre noir ; en fouettant, incorporez le babeurre et l'huile. Ajoutez la ciboulette.

Parez la chicorée frisée en retirant les bouts foncés durs ; déchirez-la grossièrement. Ajoutez les pommes de terre, les radis, les oignons marinés et la vinaigrette au bleu.

Information nutritionnelle

1 portion : environ 376 calories, 11 g de protéines, 23 g de gras total (7 g de gras saturé), 34 g de glucides, 5 g de fibres, 23 mg de cholestérol, 814 mg de sodium, 1079 mg de potassium.

Calories : 376/portion

Zdroj

<http://www.madame.ca/madame/client/fr/Cuisine/DetailRecette.asp?idRe=21644&idSM=147>

TEXT 5/II

Salade de chicorée, pacanes et fromage bleu

Ingrédients

2 poires mûres, coupées en deux, dénoyautées et tranchées

1 tête de chicorée

50 g de petites feuilles d'épinard, lavées et égouttées

¼ tasse de noix de pacanes

1 avocat, pelé, dénoyauté et tranché

1 paquet de 125 g de Fromage Bleu Extra-Crémeux Castello®

Méthode

1. Couper la base de la chicorée, puis faites des tranches d'environ un pouce à partir de la base. Séparer toutes les côtes et mélanger la chicorée aux épinards, les deux poires et les noix.
2. Déposer dans un saladier, incorporer les cubes de fromage avec assez d'huile et un peu de jus de citron pour donner une bonne vinaigrette.

Donne 4 portions

Fromage Bleu Extra-Crémeux Castello®

Zdroj

<http://www.rosenborgcanadafrancais.com/getrecipe.php?recipeid=383>

Čekankový salát s plísňovým sýrem a pršutem

Autor receptu: F.O.O.D.

Zařazení receptu: Zdravě i chutně, Salát

Ingredience

Dýňová semínka oloupaná: 2 lžíce
Olej z hořčičných semínek: 2,5 lžíce
Vinný ocet červený: 1 lžíce
Pažitka jemně nasekaná: ½ svazku
Mořská sůl
Černý pepř drcený
Puky čekanky rozpůlené: 3 ks
Měkký sýr s modrou plísní: 100 g
Pršut: 6 plátek

Postup přípravy receptu: Čekankový salát s plísňovým sýrem a pršutem

Doba přípravy: 15 minut

Obtížnost: Snadné

Dýňová semínka pražte krátce na suché nepřilnavé pánvi na středním plameni za občasného promíchávání asi 3 až 4 minuty. Prošlehejte olej, ocet a nasekanou pažitku. Vsypete dýňová semínka, osolte a opepřete. Čekanku, sýr a pršut rozložte na talíř, zakápněte zálivkou, posypte drceným pepřem a podávejte, nejlépe s křupavým čerstvým pečivem.

Zdroj

<http://www.recepty.cz/recept/cekankovy-salat-s-plisnovym-syrem-a-prsutem-145480>

KOMENTÁŘ 5

Všechny tři texty popisují jednoduchý recept na přípravu salátu z čekanky a plísňového sýra. Dohledali jsme je na internetu při zadání dvou klíčových pojmů (požadovaný pokrm a suroviny, které má případný kuchař po ruce): *salát čekanka plísňový sýr* (*salade chicorée „fromage bleu“*, přičemž výraz *fromage bleu* jsme zadali v uvozovkách, abychom výsledky vyhledávání zúžili na toto slovní spojení).

Český recept „Čekankový salát s plísňovým sýrem a pršutem“ byl původně publikován v časopise *F.O.O.D.* („V časopise *F.O.O.D.* se dozvíte základní informace i zajímavosti ze světa vysoké gastronomie, na druhé straně nahlédnete profesionálům pod pokličku u nich doma,“ uvádí se v internetové prezentaci tohoto kulinářského magazínu).¹ Z hlediska obsahu (nezaměřuje se pouze na recepty, přináší i reportáže a další články o regionálních kuchyních, zajímavých restauracích či vinařských oblastech) i grafického zpracování (atraktivní grafická úprava, barevný tisk na lesklém křídovém papíře, bohatý obrazový doprovod s důrazem na velmi kvalitní fotografie) se řadí ke dnes populárním magazínům, periodikům určeným náročnějšímu čtenáři připravenému si za kvalitu textů a jejich líbivé podání připlatit.

Vydavatelem časopisu *F.O.O.D.* je Mladá fronta, jeden z největších vydavatelství domů v České republice, který vydává přes čtyřicet časopisů včetně odborných a dětských, deníky, online tituly a také knihy – tištěné i elektronické.

Francouzský recept „Salade de chicorée frisée et de pommes de terre, vinaigrette au bleu“ byl zveřejněn v internetové verzi kanadského (quebeckého) časopisu *Madame* (www.madame.cz), který patřil k titulům vydávaným montrealskou společností Transcontinental inc. zahrnující vydavatelství a zaměřené i na tisk, distribuci a marketing. Divize Transcontinental Media v květnu 2011 oznámila, že s vydáváním tištěného magazínu *Madame* končí.² Internetová verze je však dostupná i aktualizovaná nadále, patří mezi 300 dalších webových projektů, které Transcontinental zajišťuje.

Zatímco tedy *F.O.O.D.* je exkluzivní kulinářský magazín vyšší cenové kategorie s poměrně omezenou cílovou skupinou (lidé se zájmem o kuchařské recepty, kteří jsou ochotni za hezký časopis zaplatit odpovídající cenu), magazín *Madame* měl v původní tištěné verzi publikum širší – byl to časopis pro ženy s typickými tematickými rubrikami (zdraví, móda a krása, volný čas a kultura, rodina, partnerské vztahy, práce a zaměstnání, společnost... a také vaření), kde kuchařské recepty vycházely pravidelně, ale netvořily hlavní obsah čísla.

Webové stránky však fungují trochu jinak: přímých návštěvníků mívají méně (jen věrný čtenář se pravidelně vrací na vybraný web a hledá tam informace, jejichž obsah i způsob zpracování rámcově zná). Mnohem vyšší návštěvnost tyto projekty registrují prostřednictvím přístupů přes vyhledávače (francouzsky „moteurs de recherche“, např. *Google.com*, ale i *Google.fr* či *Google.cz*, *Yahoo.fr*, *Voila.fr*, *Seznam.cz* a další), případně přes další stránky jako *Wikipedia* či tematicky zaměřené weby. Teoreticky má tedy recept publikovaný

1 <http://www.mf.cz/produkty/f-o-o-d/>

2 <http://www.mastheadonline.com/news/2011/20110204944.shtml>

na webu *recepty.cz* (který převzal „náš“ text z časopisu *F.O.O.D.*) anebo *madame.ca* rovnocennou šanci na to, aby ho zájemce o návod na přípravu jídla z česky a rokfóru našel. Avšak i zobrazení odkazu na daný článek ve vyhledávači má samozřejmě svá pravidla a je podmíněn dalšími parametry.

Náš malý korpus jsme rozšířili ještě o třetí text, „Salade de chicorée, pacanes et fromage bleu“, recept publikovaný na francouzské verzi webových stránek potravinářské firmy Castello, přesněji výrobce sýrů. Značku Castello založil roku 1893 Rasmus Tholstrup, dnes patří dánské firmě Arla Food a.s., která distribuuje sýry do 130 zemí světa. Na internetu se podrobně představuje:

„Un nouveau nom... soutenu par un siècle d'expertise en fabrication de fromages. Vous verrez maintenant la célèbre marque de commerce Castello® remplacer le nom Rosenborg-Castello® sur notre gamme de Fromages Bleus de renom, fabriqués selon la plus haute tradition. Rassurez-vous, il s'agit là du seul changement – le goût incomparable de vos Fromages Bleus préférés ainsi que notre dévouement pour la qualité et notre savoir-faire demeurent les mêmes, et ce, depuis le jour où Rasmus Thorstrup a commencé la fabrication de fromages il y a près de 120 ans.

La nouvelle gamme de fromages fins Castello® offre toujours une polyvalence sans fin, rehaussant la saveur de vos recettes, de l'entrée jusqu'au dessert. Visitez www.houseofcastello.com pour des idées de recettes inspirantes utilisant du Fromage Bleu Castello®. Faites-en une occasion spéciale !”

Webové stránky³ popisující mj. historii firmy a vysvětlující podrobnosti dané značky (viz výše) nabízejí také celou škálu receptů, jak lze sýr použít při přípravě pokrmů. Slouží tedy jako jeden z marketingových produktů firmy.

Podrobná analýza textů

Všechny tři články popisují postup při přípravě salátu. Jde o pokrm jednoduchý, ať už z hlediska množství potřebných přísad, anebo náročnosti výroby. O to zajímavější je, jak je recept představen: jeho zařazení v určité rubrice, grafické zpracování, doplnění o obrázky, symboly, fotografie o další podrobnosti.

Kuchařské recepty patří mezi tzv. komunikáty návodné, jež se běžně řadí k prakticky odborným popisným. Mají i některé rysy společné se stylem administrativním. Ve způsobu stylizace a publikování nacházíme i některé styčné charakteristiky s komunikáty publicistickými. Pro zjednodušení analýzy texty označíme římskými číslicemi I, II, III v pořadí, jak byly uvedeny a popsány výše.

Náležitosti kuchařského receptu

V kuchařských knihách, ale i ve většině jiných médií (kulinářská rubrika v časopise, webové stránky přinářející nabídku receptů) má kuchařský předpis víceméně pevnou základní strukturu a obvyklou úpravu. Jak autor, tak příjemce textu tuto běžnou formu prezentace receptu zná, a v podstatě i vyžaduje její dodržení. Uspadňuje a urychluje to totiž komunikaci v daném rámci: návod na přípravu jídla bývá sám o sobě složitý, s četnými popisnými prvky a „technickými“ detaily, proto přehledné zpracování podporuje porozumění a orientaci v textu. Sám kuchař se během přípravy pokrmu někdy k textu i několikrát vrací, přehledná struktura mu umožňuje napojit se v potřebném bodě a nemuset nutně číst stále od začátku.

Standardní kuchařský předpis obsahuje v úvodu požadované suroviny (ingredience), následuje popis přípravy pokrmu. Často je text doplněn o názornou informaci o času potřebném na přípravu, počtu osob,

3 <http://www.rosenborgcanadafrancais.com/index.php>

pro něž bude pokrm určen, případně o údaj o obtížnosti provedení. Výčet surovin bývá uveden heslovitě, formou seznamu obsahujícího přesné údaje o požadovaném množství v odpovídajících jednotkách.

Samotný návod na přípravu pokrmu mívá formu textu psaného v přehledných větách, členěných zejména pokyny k činnosti (slovesa) a používanými surovinami v daném množství (substantiva). Méně často bývá návod rozepsán přímo v bodech.

Věty jsou až stereotypní, není třeba dbát na stylistickou pestrost ani hledat synonymní, popřípadě obrazné, expresivní vyjádření: naopak. Vzhledem k tomu, že text je informačně maximálně nasycený, opakující se akce mohou být uvedeny stejnými formulacemi, což někdy vede i ke zdůraznění (*1. Nejdříve mléko s rozmíchanou moukou na mírném ohni za stálého míchání přivedeme do varu. 2. Povaříme asi 2 minuty, odstavíme a hustou kaši necháme za občasného zamíchání při pokojové teplotě vychladnout. 3. Mezitím dáme do misky změkklé máslo a utřeme s moučkovým cukrem a vanilkovým cukrem do pěny. 4. Po lžičkách do něj za stálého tření vmícháme vychladlou kaši. 5. Nakonec do hotového krému vmícháme vychladlou silnou kávu.*).

Přestože jsou věty z hlediska stylu prosté – jen čistě konstatují sled činností potřebných k přípravě pokrmu, každá z nich obsahuje mnoho důležitých informací: v textu kuchařského receptu většinou nelze přeskakovat, ba ani polevit v pozornosti. Výše uvedený postup při stylizaci a prezentaci návodu sice může vnímání textu a orientaci v něm zjednodušit, stejně ale při použití receptu k vaření budeme předpis číst několikrát, k jednotlivým bodům (částí věty) se budeme muset vracet.

Text receptu

Francouzský a český úzus stylizace receptu, tedy popisu přípravy, se liší zejména užitými slovesnými tvary. Vzhledem k tomu, že v popisu činnosti (vaření) je sloveso jako slovní druh zastoupeno bohatě, je volba konkrétního slovesného způsobu (indikativ nebo imperativ) a osoby (1. osoba plurálu, 2. osoba singuláru nebo plurálu, popřípadě infinitiv) důležitá a v textu výrazná, může působit i příznakově.

Ve francouzštině se v kuchařských receptech autor k adresátovi obrací nejčastěji formou infinitivu (text je popisnější, přístup autora k příjemci je méně osobní: ... *Mettre la crème fleurette dans un saladier et placer le tout au réfrigérateur.*...); v češtině je časté, že autor bere příjemce za svědka dané činnosti – postup popisuje v 1. os. pl. (*Na pánvi necháme rozehřát olej, opečeme na něm telecí maso nakrájené na nudličky a vybereme ho*) nebo volí přístup direktivnější, kdy autor příjemce oslovuje 2. osobou plurálu (vyká mu a používá rozkazovací způsob: *Dejte na pánvi rozehřát olej. Krájíce chleba nakrájejte na půlky a osmažte jako topinky.*...).

Nicméně v obou jazycích najdeme i další způsoby: ve francouzštině 2. os. pl. a rozkazovací způsob (*Dans une poêle, faites chauffer une noisette de beurre ou une cuillère à café d'huile. Une fois le beurre fondu ou l'huile chaude, cassez l'œuf dans la poêle sans crever le jaune.*...), v češtině infinitivní konstrukce (*Syrové brambory oloupat, nakrájet na malé, tenké kousky a osolit. V pánvi rozehřát dostatek olivového oleje.*...): častá je tato volba třeba v případě, že je postup rozepsán v bodech do jednotlivých kroků a text se blíží tzv. telegrafickému stylu (... *8. Přidat špagety a houby. Dobře promíchat. 9. Na pánvi rozehřát zbytek oleje. 10. Rozprostřít hmotu na pánev.*...), anebo, ve starších kuchařských knihách, i rozkazovací způsob, ale ve 2. os. sg. (*Dej k hovézímu masu vařit tři kapusty, tři růže karfiolu a tři celer. Když je to měkké, vyndej to. Kapustu rozkrájej na nudličky, celer na koláčky, karfiol nech v malých růžičkách a dej to do polévkové mísy.*...). O obecném uvolňování normy podobného typu komunikátů se zmiňuje např. Čechová (2008).

Náš víceméně náhodně zvolený korpus ukazuje dvě možnosti stylizace kuchařského receptu ve francouzštině (*Faites cuire les pommes de terre.*... – I; *Couper la base de la chicorée.*... – II), jeden v češtině (*Dýňová semínka pražte.*... – III).

Text I

Faites cuire les pommes de terre dans une casserole d'eau bouillante salée de 12 à 15 minutes ; laissez-les tiédir, pelez-les et coupez les plus grosses en deux.

Vinaigrette au bleu

Écrasez le fromage bleu en le mélangeant au vinaigre, à la moutarde et au poivre noir ; en fouettant, incorporez le babeurre et l'huile. Ajoutez la ciboulette.

Parez la chicorée frisée en retirant les bouts foncés durs ; déchirez-la grossièrement. Ajoutez les pommes de terre, les radis, les oignons marinés et la vinaigrette au bleu.

Předpis je psaný ve 2. osobě plurálu, v rozkazovacím způsobu. Věty působí logickým dojmem zejména proto, že formulace v podstatě kopíruje chronologii postupu v lineární rovině (bez odboček, přeskakování, zamlčování, jak je to možné například u popisu v literárním díle).

Autor využívá středníku tam, kde mu jde o spojení informací do jednoho větného celku: tečkou větný úsek ukončí, teprve když přechází k popisu činnosti s novou surovinou (*Ajoutez la ciboulette.*).

Množstevní údaje uvádí pro přehlednost číslovkou (*15 minutes*) nebo jinak specifikuje (*coupez les plus grosses en deux*), snad ani nezkušený kuchař nebude příliš váhat, co přesně znamená a jak se provede pokyn: *déchirez-la grossièrement*.

Výčet akcí popsaných v jednom větném úseku a podobně i několik ingrediencí přidávaných „v rámci jedné věty“ se podílí na tom, že celkově text návodu působí možná složitěji a zdlouhavěji než vlastně samotný postup je (*laissez-les tiédir, pelez-les et coupez les plus grosses en deux*): čtenář se v textu trochu ztrácí, složitost přípravy odrazuje (*..écrasez le fromage bleu en le mélangeant au vinaigre, à la moutarde et au poivre noir ; en fouettant, incorporez le babeurre et l'huile.*).

Text II

- 1. Couper la base de la chicorée, puis faites des tranches d'environ un pouce à partir de la base. Séparer toutes les côtes et mélanger la chicorée aux épinards, les deux poires et les noix.*
- 2. Déposer dans un saladier, incorporer les cubes de fromage avec assez d'huile et un peu de jus de citron pour donner une bonne vinaigrette.*

Předpis je psaný v infinitivu (oznamovací způsob slovesný), s výjimkou druhé věty prvního souvětí (*Couper la base de la chicorée, puis faites...*) – vybočení ze způsobu stylizace návodu je zde vnímáno jako chyba.

Množstevní údaje jsou spíše přibližné, autor nejspíš vychází z toho, že přesné podrobnosti byly zmíněny v soupisu potřebných surovin, případně je na kuchaři, jakou velikost například kostiček sýra zvolí (*des tranches d'environ un pouce à partir de la base; séparer toutes les côtes; incorporer les cubes de fromage; avec assez d'huile et un peu de jus de citron*), podobně nejasným, až subjektivním údajem může být charakteristika *pour donner une bonne vinaigrette*.

Ve srovnání s předchozím textem tento recept působí „přístupněji“ a snadněji, co se týče provedení. Je to hlavně důsledkem stručnějších, kratších formulací než jaké jsme popsali v Textu I.

Text III

Dýňová semínka pražte krátce na suché nepřilnavé pánvi na středním plameni za občasného promíchávání asi 3 až 4 minuty. Prošlehejte olej, ocet a nasekanou pažitku. Vsypte dýňová semínka, osolte a opepřete. Čekanku, sýr a pršut rozložte na talíř, zakápněte zálivkou, posypte drceným pepřem a podávejte, nejlépe s křupavým čerstvým pečivem.

Předpis je psaný ve 2. osobě plurálu, v rozkazovacím způsobu. I zde jednotlivé věty a souvětí (*Dýňová semínka pražte krátce na suché nepřilnavé pánvi na středním plameni za občasného promíchávání asi 3 až 4 minuty ... Vsypte dýňová semínka, osolte a opepřete.*) pouze popisují činnosti, které je potřeba provést s náležitými surovinami v daném množství – přesto jen některé působí na první přečtení jasně, jiné vyžadují soustředěné čtení, popřípadě i opakované prostudování, protože jsou informačně nasycené.

Poučení pro případný překlad

Jak jsme viděli, způsob psaní kuchařských receptů má sice svá daná pravidla, nicméně dosti volná například v tom, jak se autor k příjemci textu obrací. Při překladu bude nutné znát přesně představu zadavatele a předpokládanou cílovou skupinu. U standardního kuchařského receptu nebude tak důležité zachovat styl autora zdrojového textu, jako spíše přizpůsobit podobu cílového textu jeho příjemci a médiu, kde bude publikován. Zcela jinak vypadá kuchařský předpis pro děti nebo nezkušené kuchaře amatéry, jinak bude stylizován ve výpravné kuchaře pro gurmány, jinak v příručce pro pracovnice školních jídelen.

Základním požadavkem bude vždy přesné převedení informace. To může být složitější v případě, že jde o recept v cílové kultuře exotický, a proto obsahující i suroviny neznámé nebo nedostupné. V takové situaci bude překladatel (na základě pokynu zadavatele překladu nebo konzultace s ním) dohledávat údaje o tom, kde lze tyto konkrétní ingredience v daném místě sehnat, popřípadě čím je nahradit. Menším problémem se dnes jeví kompatibilita uvádění měr a vah: překladatel bude ve většině případů muset množstevní údaje převádět dle úzu dané země. Někdy se překladatel může setkat i se situací, že některé kuchařské postupy nejsou v cílové kultuře známy či časté. I tam bude muset tuto skutečnost zohlednit, nejčastěji rozvedením popisu dané činnosti tak, aby byla pro nového příjemce receptu pochopitelná a v důsledku i návod použitelný k přípravě daného pokrmu.

Kompozice textu, horizontální a vertikální členění

Prakticky každý komunikát je mnohvrstevnatým prostorem.

Detailně se této problematice věnují teoretické práce z oblasti literární vědy, komparatistiky či literárního překladu. Popisují, jak v tomto prostoru (konkrétního literárního díla) dochází ke koexistenci a vzájemné interakci dvou rozdílných typů textů – textu autorského (primárního) a textů účelových (sekundárních, paratextů). **Paratext** se dále dělí na vnější a vnitřní. Vnější sekundární texty verbální i neverbální povahy existují v okolí knihy a vstupují do procesu literární komunikace mezi autorem a příjemcem textu. Jsou to komunikáty veřejné, mediální (kritika, recenze, rozhovor) či privátní (korespondence). Podle určité terminologie (G. Genette) jsou nazývány též epitexty. Vnitřní paratexty (označované také jako peritexty) obklopují či vyplňují primární text v jeho bezprostřední blízkosti, jsou například součástí knihy jako celku. Mohou být verbální či neverbální povahy, veřejné (titul, jméno autora, tištěné věnování, prolog, epilog, komentáře či záložkové texty) či privátní (rukopisné věnování či psané poznámky).⁴

Další teoretickou oblastí, kde je kompozici textu a jeho **horizontálnímu a vertikálnímu členění** věnováno hodně pozornosti, jsou odborné texty a popis jejich stylové normy. Textová výstavba odborných komunikátů je důležitá pro dosažení jasnosti, zřetelnosti a jednoznačnosti sdělení. Promyšlená kompozice

4 Volně podle MÜLLEROVÁ, Lenka. *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v devadesátých letech 20. století*. Disertační práce. Vedoucí práce: doc. PhDr. Petr Poslední, CSc. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, 2009.

se odráží v rozpracování v horizontální linii (základní členění na název, úvod, stať, závěr; stavba kapitol, členění textu do odstavců tak, že jednotlivé úseky na sebe navazují myšlenkově, nikoli však pomocí konektorů; pomocí textových orientátorů je propracována koheznost celku). Vertikální členění odborného textu se projevuje v tom, že vedle vlastního výkladu tvořícího základní text obsahuje i některé další složky – vedlejší, doplňující, pomocné. Je výsledkem snahy o napojení daného textu i na jiné odborné komunikáty s podobnou tematikou pomocí aluze, parafráze, citace, poznámkového aparátu, seznamů literatury ap. Specifickým rysem vědeckých a odborných textů je i to, že se v nich objevují i prostředky jiných kódů, než je jazyk daného textu: tabulky, grafy, schémata, obrázky, které text doplňují, ilustrují. V projevech populárně naučných není stylová norma tolik závazná, zejména jejich horizontální uspořádání bývá volnější, rozšíření o prvky vertikální linie není obligatorní.

V teoretických popisech funkčního stylu publicistického se z hlediska **výstavby textu** (kompozice, popřípadě tektoniky) tradičně věnuje největší pozornost funkci a formulaci titulku, popřípadě mezititulků. Mimoto bývají popsány základní principy strukturování článku, kdy je zvýrazněn první odstavec (redakční úvod, tzv. perex, popřípadě úvod autorský, tzv. lead). První odstavec tak mívá nejčastěji funkci informativní, často také shrnuje, zobecňuje nebo uvádí. Publicistický text může mít kompozici specifickou, „není neobvyklé, že úvod v pravém slova smyslu jako expozice dalšího textu odpadá a úvodní orientující údaje jsou součástí střední části, popřípadě jsou uvedeny v závěru“.

Teoretická reflexe propojení verbální a vizuální stránky je bohatě rozpracována hlavně v pracích o reklamě, kde se projevuje snaha o snadnou orientaci adresáta v předkládaném sdělení vycházející především z funkce persvazivní (upoutat, přesvědčit adresáta), jež je u daných komunikátů přinejmenším rovnocenná s funkcí informativní.

Z popsaného teoretického rámce se pokusíme vyjít i v naší analýze.

Kuchařský recept, jak bylo uvedeno výše, je komunikát prakticky odborný s některými rysy stylu administrativního. Okolnostmi a detaily konkrétního zveřejnění (například nikoli v knize, ale v časopisu, v rámci širšího projektu na internetu, na určité webové stránce) se však blíží i k útvarům funkčního stylu publicistického. Způsob jeho publikování, a tedy prezentace daného sdělení příjemci, je do jisté míry specifický a předem daný. Stejně důležité je uvedení všech důležitých informací, jejich přehledné strukturování v rámci konkrétního dokumentu (stránky v knize nebo v časopise, v příslušném výseku webové stránky) a pokud možno i doplnění prvky neverbálními, jako je fotografie pokrmu, symbol pro znázornění časové náročnosti a požadované zručnosti či zkušenosti případného kuchaře.

Text I

Recept zabírá prostor celé přílušné webové stránky (jen záhlaví stránky je určeno pevnému rámci obsahujícímu název a logo elektronického časopisu a odkazy do vymezených rubrik (*Accueil – Cuisine – Santé* atd.) a po straně i přímo v textu jsou umístěny reklamní plochy, jež s obsahem článku nejsou tematicky provázané.

Recept je uveden velkým titulkem – názvem pokrmu. Pod ním se prostor dělí do úzkého levého sloupce a širokého středního sloupce, pásma pro hlavní text (pravý úzký sloupec je předurčen pro reklamní banner).

Tento recept není ilustrován žádnou fotografií, což ale na tomto webu není pravidlem – jiné recepty doplňují menší snímky hotového pokrmu.

V levém, užším sloupci jsou uvedeny informace *Préparation – Cuisson – Portions*, jež se načítají u všech receptů vždy doplněně o konkrétní údaj. Doprovázejí je symboly (hodinový ciferník pro první dva údaje, postavička pro počet porcí).

Střední sloupec obsahuje všechny další texty, jejichž repertoár je poměrně bohatý:

Úvodní prostor je určen zařazení receptu (bohužel tyto kategorie nejsou interaktivní, u webových stránek s novějším layoutem by se kliknutím na přiřazenou kategorii mohl čtenář dostat na výpis dalších článků se stejným parametrem): *Type de plat : Salades; Ingrédient principal : Herbes, plantes et légumes, Produits laitiers; Mode de préparation : SUR LA CUISINIÈRE; Autres critères : Riche en fibres.*

Dále je uvedeno speciální doporučení (*Ce plat sera encore meilleur si...; Vous pouvez mélanger tous les ingrédients dans un grand bol ou les disposer dans quatre assiettes individuelles; Les oignons marinés à la hollandaise sont particulièrement délicieux*). Takové rady bychom spíše čekali v závěru textu, neboť obsahují upřesnění, rozvedení informací, které teprve budou sděleny.

Dalším oddílem textu je klasicky rozepsaný seznam potřebných surovin s údajem o požadovaném množství. Suroviny jsou rozděleny, stejně jako následující návod k přípravě pokrmu, na dvě části (salát a zálivka).

Pod výčtem surovin následuje popis postupu při přípravě pokrmu – návod.

Posledním oddílem je velice podrobná informace o nutričních hodnotách daného pokrmu včetně energetické hodnoty (počtu kalorií).

Stránka končí ikonkami nabízejícími rychlou možnost, jak text sdílet (poslat vybranému příjemci), vytisknout nebo doplnit vlastním komentářem. Dole je uveden ještě odkaz na další recepty.

Text II

Ani design webové stránky výrobce sýrů Castello nevypadá příliš moderně. Vývoj technických možností elektronického (internetového) publikování jde totiž rychle dopředu a s jeho rozšiřujícími se možnostmi je spojená i neustálá inovace grafických programů a dalších nástrojů. Proto se design stránek na internetu bez přestání proměňuje, a s tím i představy a nároky jak provozovatelů webů, tak jejich návštěvníků: zatímco například tištěné noviny nebo časopisy přistupují ke změně grafického layoutu i po desítkách let, u internetových médií dochází k zásadnímu redesignu běžně i každé tři roky.

Web firmy Castello sice nevypadá příliš moderně, ale působí tradičním dojmem, což pravděpodobně mohl být i požadavek zadavatele na grafický návrh stránky. Ta má pevně formátovaný rozměr (dnes už ne tak často používané řešení, původně volené proto, že zajišťovalo stejné zobrazení na monitorech všech velikostí). Prostor rámuje tmavomodrý pás použitý nahoře i dole: nahoře je širší a zahrnuje velkoryse pouze logo firmy a slogan *Faites-en une occasion spéciale !* Pod tímto modrým pásem je užší zlatý pás, obsahující rozcestník (tzv. menu) webových stránek (*Accueil – Produits – Recettes – Historique – Prix* atd.).

Hlavní prostor stránky je podbarven bíle (připomíná tak stránku knihy) a obsahuje text vždy jednoho vybraného receptu (popřípadě jinou informaci dle volby přes zmíněné menu).

Recept i s požadovanými náležitostmi je sepsán a graficky zpracován tak, že působí jednoduše a stručně.

V záhlaví stojí titulek – název pokrmu vyvedený tučným písmem a kapitálkami. Tučně, ale menším typem písma a již ne kapitálkami jsou nadepsány i další dva oddíly textu: suroviny (*Ingrédients*) a postup (zde nazvaný poněkud nadneseně *Méthode*).

První je uveden seznam surovin s údaji o požadovaném množství, opět s využitím číslic a značek (*2 poires; 50 g; ¼ tasse*).

Následuje návod na přípravu pokrmu, tentokrát rozepsaný v bodech (zde dvou – nejprve se zpracovávají suroviny, v druhém kroku jsou vloženy do salátové mísy a nastává fáze dochucování).

Pod popisem přípravy je zvláště uveden předpokládaný počet porcí: *Donne 4 portions*.

Text je zakončen informací o tom, který z výrobků dané firmy je pro tento recept nevhodnější (Fromage Bleu Extra-Crèmeux Castello®) – propagační funkce tohoto pojetí stránek tak není nijak skrývána, naopak je ještě zdůrazněna.

Text III

Webový projekt Recepty.cz patří k elektronickým produktům vydavatelství Mladá fronta (jež mj. vydává i časopis F.O.O.D., odkud byl tento recept převzatý, – jak je ostatně uvedeno ještě před výčtem surovin). Grafika stránek pracuje s odstíny oranžové, žluté pro pozadí a podbarvení textu, doplněnými ještě o červené písmo. Nahoře a po pravé straně stránky je vyhrazený prostor pro reklamu, což je dnes často volené rozvržení.

Nejprve se zmíníme o grafickém pojetí úvodní stránky projektu. Ta celkově působí značně chaoticky: snaží se prezentovat příliš mnoho informací, grafika navíc netvoří pouze orientační podpůrný prvek, ale přeplněnost ještě podtrhuje. Najednou se tu představuje hned několik upoutávek na recepty, přičemž je většinou doprovázejí fotografie, a hlavní banner v záhlaví je dokonce pohyblivý.

Stránka začíná prostorem pro reklamní banner, pod ním je bílé podbarevný pás s „ručně“ vypsáním názvem stránky Recepty.cz (což je vlastně logo stránky a příslušného projektu), stejný pás pokračuje rozvedením hlavního menu, kde figurují žluté a oranžové symboly s explicitně rozepsanými názvy rubrik (*Úvod – Recepty – Články – Pomocníci – Kuchaři – App Store*). Pod tím je zbytečně předimenzovaný prostor okénka vyhledávacího formuláře: běžná součást webových stránek zde tvoří dominantu stránky. Koncepce layoutu pravděpodobně vychází z předpokladu, že nejčastější aktivitou návštěvníka tohoto webu bude hledání receptu na konkrétní pokrm. Celá tato úvodní plocha se opakuje na všech dalších stránkách, při pohybu (klikání) dovnitř, do obsahu webu.

Na stránce Úvod, kterou nyní popisujeme, následuje pod uvedeným prostorem hlavního rozhraní již zmíněný pohyblivý banner (*Doporučené recepty*) a vedle něj je ve stejné úrovni menší, jinak strukturovaná plocha *Oblíbené recepty tento týden*. Dvojnásobný prostor níže zabírá „mřížka“ (tabulka obsahující 3 × 3 pole) vybraných kategorií, kde jsou názvy doplněny symboly v podobě zjednodušeného obrázku (např. *Přílohy* – miska s čoučkou, *Nápoje* – tři skleničky s brčky). Pod tabulkou v hlavním prostoru stránky následuje další, užší banner pro „rychlou volbu“ (*Rychlá večeře – Zdravý oběd...*). Pod ním je další prostor věnovaný *Novým komentářům k receptům*, kde se načítají „anotace“ nejnovějších tří příspěvků doplněné ikonkou – grafické zpracování připomíná princip Facebooku (místo portrétní fotky je tu snímek jídla, následuje přesný čas vložení komentáře a jeho zkrácený text „upekla jsem to jako buchtu (3× tolik) a je to super“). Níže se zobrazují další plochy (*Nejnovější recepty; Oblíbení kuchaři; Diskuzní forum; Vstup do diskuse; Články; Vyzkoušejte pomocníky*). Spodní okraj stránky tvoří opět reklamní plocha, tentokrát věnovaná *Dalším webům Mladé fronty*. Celý tento prostor je informačně přesycen, jeho texty navíc nejsou sjednocené – neprošli jazykovou korekturou („diskuzní forum“ – „vstup do diskuse“). Celkový vizuální dojem ze stránky ještě tříští vedlejší pravý, o něco užší sloupec, obsahující plochy: *Oblíbené recepty tento týden; Fandíme webu Recepty.cz* („okénko“ do fanouškovské skupiny na Facebooku); *Videokuchařka; Menu dne; Rady a tipy; Vaše fotogalerie; Přečtete si*. V prostoru pro reklamu v krajním pravém sloupci stránky jsou zapracovány ještě plochy pro přihlášení registrovaných návštěvníků, vložení nového receptu, formulář umožňující založení uživatelského účtu...

Hlavním dojmem z takto koncipované stránky je odrazující množství možností, jak ji použít. Je jasné, že jde o web, publikující recepty, ale pokud bude návštěvník chtít pochopit jeho strukturu, bude tomu muset věnovat poměrně dost času. Těžko odhadnout, zda všechny rubriky zahrnují stejný, anebo zcela odlišný obsah, obtížně se orientuje v nabídce – v množství a řazení receptů. Místo jednoduchého klíče, jak najít konkrétní předpis anebo náhodný nápad na vaření, se nabízí nepřehledná směs kategorií. Projekt je zároveň kuchařskou knihou, ale i komunitním prostorem, nabízejícím možnost recepty sdílet, publikovat, komentovat. Tyto dvě možnosti využití však přehnaně kombinuje a výsledkem je, že spíše odrazuje složitým pojetím a různorodou klasifikací, než aby lákal na dobré jídlo.

Dále se zaměříme pouze na způsob zveřejnění daného receptu. Pod popsáním záhlavím stránky (reklama, logo a menu, vyhledávací formulář) je uveden vybraný recept: grafické pojetí imituje stránku v kroužkovém bloku, který má v pravém rohu menší červenou záložku *Hodnocení*. V pravém sloupci vedle „stránky z bloku“ s receptem je pět položek menu napodobujících rovněž záložky opravdového kroužkového bloku, ty nabízejí výběr mezi rubrikami *Recept – Foto – Video – Vyzkoušeli – Moje poznámky*. Samotný text receptu je uveden výrazným červeným nadpisem, pod ním je malým řezem písma udaný zdroj (*Autor receptu: F.O.O.D.*) a nechybí ani zařazení v rámci daného projektu (*Zařazení receptu: Zdravě i chutně, Salát*).

V tabulce přehledně představené Ingredience jsou často i velice detailně rozepsány a množství je uvedeno číselným údajem a danou měrnou jednotkou (*Dýňová semínka oloupaná 2 lžice; Pažitka jemně nasekaná ½ svazku*). Vpravo vedle tabulky je fotografie přiměřeného formátu. Na dané stránce bohužel přímo nevynikne, protože poněkud splývá s barevným řešením pozadí a grafické úpravy vůbec. Ani záběr není nejšťastněji zvolený (chybná dispozice: jídlo není hlavním motivem snímku, jako by fotografie upřednostňovala nádoby, na němž je pokrm servírován; detail pokrmu je nevýrazný a tak malý, že nabízí jen povšechný dojem, místo aby byl šikovně naaranžovaný s důrazem na zviditelnění všech přísad).

Následuje poněkud redundantní podtitulek *Postup přípravy receptu: Čekankový salát s plísňovým sýrem a pršutem*, vedle na stejné úrovni ukazují tři ikony doplněné popisky *Dobu přípravy, Obtížnost a Počet porcí*.

Samotný text receptu je stručný, ale dostatečně rozepisuje všechny podrobnosti přípravy (viz výše).

Stránka dále nabízí možnost *Oznámkujte recept jako ve škole* – graficky vyvedenou hodně výrazně, a přidat *Komentáře k receptu*.

Další prostor už je mimo graficky naznačenou „stránku z bloku“ a nabízí plochy *Vyzkoušejte podobný recept* (3 odkazy doplněné každý velkou fotkou pokrmu) a *Oblíbené recepty tento týden* – v podstatě tedy tutéž plochu, jež se na stránce Úvod načítá hned pod záhlavím.

Pro zpestření: ukázka francouzského středověkého kuchařského předpisu:

TEXTE

Recette du hérisson

Recette de cuisine proposée par un bourgeois de Paris en 1393

Recette originale du hérisson

Heriçon soit coupé par la gorge, escorché et effondré, puis refait comme poucin, puis pressié en une touaille et illec très bien essuié; et après ce rosti et mengé à la cameline, ou en pasté à la sauce de halebran. Notaque se le heriçon ne se veult destortillier, l'en le doit mettre en l'eau chaude, et lors il s'estendra.

Pour faire cameline, l'on broye gingembre, canelle et saffren et demye noix muguette : destrempé de vin, puis osté du mortier; puis aiez mie de pain blanc, sans bruler, trempé en eaue froide et broyez au mortier, destrempez de vin et coulez, puis boulez tout, et mettez au derrain du sucre roux : et ce est cameline d'yver. Et en esté la font autelle, mais elle n'est point boulie.

Recette rédigée en français actuel

Ingrédients

- un hérisson
- mie de pain blanc
- du vin
- gingembre, canelle, safran
- sucre doux

Préparation

Couper la tête du hérisson. Le dépouiller, et le vider et l'essuyer avec un linge. Le plonger dans l'eau chaude s'il ne se laisse pas dépouiller facilement. Le faire rôtir et servir à la cameline ou avec une sauce halebran.

Cameline

Broyer du gingembre de la canelle, du safran et une demi noix de muscade, mettre dans du vin. Griller de la mie de pain sans la brûler, la tremper dans de l'eau froide et la broyer. Mettre la mie de pain broyée dans du vin, passer au tamis. Mélanger le tout et faites-en une boule. Mettre du sucre doux par-dessus.

Zdroj

<http://www.recettes-de-cuisine-autrefois.com/viandes/herisson.html>

Literatura

ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha: NLN, 2008, pp. 212, 213, 242, 272.
 ČMEJRKOVÁ, Světlá; DANES, František; SVĚTLÁ, Jindra. *Jak napsat odborný text*. Praha: Leda, 1999, s. 223–234.

TEXTE 6

14-18. Les refus de la guerre Une histoire des mutins

André Loez

La Grande Guerre n'en finit pas, rétrospectivement, d'étonner : comment les soldats ont-ils pu tenir quatre ans dans l'enfer des tranchées ? Pourquoi se sont-ils battus ? La problématique divise encore les historiens. Selon les uns, incarnés par « l'École de Péronne » conduite par Stéphane Audoin-Rouzeau et Annette Becker, les « Poilus » auraient acquis une « culture de guerre », chargée de croisade patriotique et nourrie de la haine éprouvée à l'égard de l'ennemi. Selon les autres, à savoir le Collectif de Recherche International et de Débat sur la guerre de 1914-1918 (C.R.I.D. 14-18), cette thèse, dite du « consentement patriotique », ne tient pas, et il faut au contraire insister sur les divers mécanismes de contrainte intervenant dans la motivation des soldats, de la soumission à l'autorité à la coercition, tout en tenant compte des multiples formes de « refus de guerre ». En ce sens, les mutineries de 1917 constituent, à n'en pas douter, un sujet d'affrontement majeur entre ces deux clans de spécialistes.

A en croire l'interprétation « classique », initiée par Guy Pedroncini, les mutineries de 1917 auraient été limitées, et dans leur nombre, et dans la durée, outre de faire l'objet d'une répression tout aussi réduite, sachant que le général Pétain serait parvenu à redonner le moral aux troupes par une politique de concessions particulièrement habile. Bref, écrivait Pedroncini, « *les mutineries ne sont pas un refus de se battre, mais le refus d'une certaine manière de le faire* », ce dans le contexte très particulier des échecs désastreux de l'offensive du Chemin des Dames patronnée par le général Nivelle. L'École de Péronne a repris l'essentiel de ces conclusions à son compte : en définitive, les mutinés seraient « *les plus patriotes des soldats citoyens* », et auraient réclamé, par leur désobéissance, non pas l'arrêt des combats, mais les moyens de vaincre l'adversaire.

André Loez, pour sa part, s'inscrit en faux contre cette interprétation. A la suite d'une enquête minutieuse, il cherche à démontrer que les mutineries de 1917 s'inscrivent dans un esprit de « refus de guerre », ce qui est plus radical que les « réticences de guerre » prenant jusqu'alors des formes variées, de la désobéissance pure et simple à la crainte de se trouver affecté dans les secteurs réputés dangereux du front. La ténacité des « Poilus » tient alors beaucoup au resserrement des liens sociaux préexistants à la guerre, centrés sur la valeur du « courage » : il n'en demeure pas moins que la guerre est vécue comme une contrainte, dont on vise à en atténuer les dangers. Au fur et à mesure que le conflit se prolonge, la notion de « paix » même plus vague, s'assimilant de plus en plus à une simple « fin » de l'affrontement, ce qui nourrit plusieurs cas flagrants de désobéissances collectives au sein d'une unité, mais il n'y a pas de mutinerie *généralisée* : l'horizon d'attente reste stable, la répression reste visible, les régiments sont isolés, les combats conservent leur intensité.

Le printemps 1917 bouleverse la donne. La Révolution russe, l'entrée en guerre des États-Unis, la perception de troubles sociaux en Allemagne, les replis stratégiques effectués par l'armée allemande pour raccourcir ses lignes, laissent entendre une fin imminente des hostilités. A ce



titre, la troupe place de grands espoirs dans l'offensive Nivelles, qui accouche de la catastrophe que l'on sait. La « paix », de fantasme, devient alors une revendication excédée, qui aboutit à de nombreuses et diverses formes de mutineries. La nouvelle prolifération des idées pacifistes consécutive à la chute du tsarisme fournit un cadre idéologique, une nouvelle source de réflexion – qui n'est certes pas partagé par tous, loin s'en faut – tandis que la réduction, réelle ou imaginaire, des rations accentue le mécontentement. La perception, fondée ou non, d'un danger né de l'imminence d'une attaque contre les positions adverses, la crainte d'avoir à réprimer de prétendus désordres sociaux à l'arrière, sont les facteurs déterminants de l'entrée en désobéissance et de la mutinerie au niveau de l'unité : dès lors qu'elle est rendue publique, cette forme de refus a valeur d'exemple pour d'autres formations ressentant une inquiétude similaire.

Autrement dit, les mutineries se répandent parce qu'illustrant une porte de sortie de guerre dans un contexte radicalement nouveau et imprévu. Les autorités militaires, elles, de l'officier des tranchées aux plus hautes instances, ne saisissent pas immédiatement la portée des premiers cas de refus régimentaires de se battre, et la répression s'avère négligente. Or, cette relative apathie permet au mouvement de prospérer. Après tout, Hippolyte Taine avait prévenu, écrivant ces lignes relatives à la Révolution de 1789 et qui prennent, du même coup, une curieuse résonance prophétique : « *Pour la première fois, les misérables aperçoivent une issue ; ils s'élancent, d'abord par pelotons, puis en masse, et la révolte maintenant est universelle, comme autrefois la résignation* ».

Il n'y aura pas de révolte universelle. Les mutineries revêtent certes une apparence multiforme : manifestation bruyante, pétitions « légalistes », émeutes, dispersions, désertions, provocations sonores, défoulements festifs, instauration de rapports de force à l'égard des officiers. Elles touchent surtout l'infanterie, en première ligne, et se développent davantage chez les jeunes soldats, en toute hypothèse les moins soumis à la socialisation. Mais elles perdent en intensité, et s'éteignent, car la répression est active. Le mouvement, en effet, se heurte à l'incompréhension, la paranoïa des militaires, alors qu'il se délite faute de dynamique politique et sociale le soutenant, à l'inverse du cas russe. Au passage, André Loez tord le cou – enfin – à la légende faisant de Pétain le bienveillant restaurateur de l'ordre qui, dans sa grande sagesse, aurait réussi à calmer les ardeurs revendicatives des « Poilus » sans excès répressif : c'est sa nomination au poste de Nivelles qui contribue paradoxalement à discréditer davantage le Haut-Commandement, et ses premières directives visent bel et bien à relancer des offensives de grande ampleur ! Seule l'étendue de la désobéissance des troupes interdira aux généraux de persister dans une telle stratégie. Et si on ne fusille pas à tour de bras, la justice militaire multiplie les sanctions, tandis qu'on isole les mutins, on les disperse, on les mute aux colonies, tout en encerclant les unités « coupables » avec les forces coloniales et la cavalerie. Mais malgré leur échec, les mutineries n'en ont pas moins atteint un objectif essentiel : ralentir la tendance du Haut-Commandement à l'offensive. Ont-elles également poussé le gouvernement français à rechercher une paix de compromis avec le Reich ? En toute hypothèse, la venue de Clemenceau aux affaires va, au contraire, relancer la guerre à outrance. Le livre d'André Loez, appel à une recherche plus approfondie sur « l'espace social de la France en guerre », suscitera, on s'en doute, le débat, tant il remet radicalement en cause la notion de « culture de guerre » pour insister, au contraire, sur le maintien des inégalités et des contraintes sociales sur le front et à l'arrière...

Zdroj

<http://www.histobiblio.com/>

COMMENTAIRE 6

Texte écrit, publié sur le site <http://www.histobiblio.com/>. Ce site est le portail de l'association Historialis. Il a pour objectif de promouvoir les « publications touchant à l'actualité du livre d'histoire en général ». Il se veut une passerelle entre internet et les médias traditionnels. Pour cela, il suit l'actualité des publications historiques traditionnelles et présente des critiques et commentaires de ces ouvrages.

Le texte analysé est la critique du livre d'un historien sur la guerre de 14-18.

Le lecteur est une personne intéressée par l'Histoire, un lecteur qui cherche des ouvrages spécialisés historiques et qui consulte le site dans le but de choisir ses lectures.

Le texte est composé de six paragraphes. Le début de l'article présente la polémique amenée par le livre et fait le point sur les théories où s'affrontent deux écoles d'historiens. Puis il développe le point de vue de l'auteur.

Un texte spécialisé

Les champs sémantiques présents sont relatifs à l'Histoire (H) mais aussi à l'historiographie (HG), à la géographie (G), à l'armée (M) et à la politique (P).

Il n'y aura pas de révolte universelle (P). Les mutineries (M) revêtent certes une apparence multiforme : manifestation (P) bruyante, pétitions « légalistes » (P), émeutes (P), dispersions, désertions (M), provocations sonores, défoulements festifs, instauration de rapports de force à l'égard des officiers (M). Elles touchent surtout l'infanterie (M), en première ligne (M), et se développent davantage chez les jeunes soldats (M), en toute hypothèse les moins soumis à la socialisation (P). Mais elles perdent en intensité, et s'éteignent, car la répression est active. Le mouvement, en effet, se heurte à l'incompréhension, la paranoïa des militaires (M), alors qu'il se délite faute de dynamique politique et sociale (P) le soutenant, à l'inverse du cas russe (G). Au passage, André Loez (HG) tord le cou – enfin – à la légende faisant de Pétain (H) le bienveillant restaurateur de l'ordre qui, dans sa grande sagesse, aurait réussi à calmer les ardeurs revendicatives des « Poilus » (M-H) sans excès répressif : c'est sa nomination (P) au poste de Nivelle (H) qui contribue paradoxalement à discréditer davantage le Haut-Commandement (M), et ses premières directives (M) visent bel et bien à relancer des offensives (M) de grande ampleur ! Seule l'étendue de la désobéissance des troupes (M) interdira aux généraux (M) de persister dans une telle stratégie. Et si on ne fusille (M) pas à tour de bras, la justice militaire (M) multiplie les sanctions, tandis qu'on isole les mutins (M), on les disperse, on les mute aux colonies (G), tout en encerclant les unités (M) « coupables » avec les forces coloniales (H) et la cavalerie (M). Mais malgré leur échec, les mutineries n'en ont pas moins atteint un objectif essentiel : ralentir la tendance du Haut-Commandement (M) à l'offensive (M). Ont-elles également poussé le gouvernement français (P) à rechercher une paix de compromis avec le Reich (G) ? En toute hypothèse, la venue de Clemenceau (H) aux affaires va, au contraire, relancer la guerre (M) à outrance.

Comme on peut le voir dans l'extrait, les champs sémantiques s'entremêlent au cours du texte. Seule l'historiographie est davantage présente en début d'article puisque les premiers paragraphes font le point sur les différentes interprétations des historiens.

La Grande Guerre n'en finit pas, rétrospectivement, d'étonner : comment les soldats ont-ils pu tenir quatre ans dans l'enfer des tranchées ? Pourquoi se sont-ils battus ? La problématique divise encore les historiens. Selon les uns, incarnés par « l'École de Péronne » conduite par Stéphane Audoin-Rouzeau et Annette Becker, les « Poilus » auraient acquis une « culture de guerre », chargée de croisade patriotique et nourrie de la haine

éprouvée à l'égard de l'ennemi. Selon les autres, à savoir le Collectif de Recherche International et de Débat sur la guerre de 1914-1918 (C.R.I.D. 14-18), cette thèse, dite du « consentement patriotique », ne tient pas, et il faut au contraire insister sur les divers mécanismes de contrainte intervenant dans la motivation des soldats, de la soumission à l'autorité à la coercition, tout en tenant compte des multiples formes de « refus de guerre ». En ce sens, les mutineries de 1917 constituent, à n'en pas douter, un sujet d'affrontement majeur entre ces deux clans de spécialistes.

Le texte utilise donc un vocabulaire spécialisé, il fait aussi plusieurs fois référence à des événements précis de la Première Guerre mondiale. Le lecteur est censé connaître les faits car ils sont rappelés et rarement explicités.

[...] ce dans le contexte très particulier des échecs désastreux de l'offensive du Chemin des Dames patronnée par le général Nivelle.

A ce titre, la troupe place de grands espoirs dans l'offensive Nivelle, qui accouche de la catastrophe que l'on sait.

Le style de l'auteur est un style soutenu. Les phrases ont une syntaxe complexe, composées de plusieurs propositions subordonnées. Mais ces phrases composées sont toujours introduites et liées par des connecteurs logiques qui donnent toute sa logique à la structure du texte. Il s'agit aussi bien d'adverbes, de conjonctions de coordination, de subordination que de signes de ponctuation.

André Loez, pour sa part, s'inscrit en faux contre cette interprétation. A la suite d'une enquête minutieuse, il cherche à démontrer que les mutineries de 1917 s'inscrivent dans un esprit de « refus de guerre », ce qui est plus radical que les « réticences de guerre » prenant jusqu'alors des formes variées, de la désobéissance pure et simple à la crainte de se trouver affecté dans les secteurs réputés dangereux du front. La ténacité des « Poilus » tient alors beaucoup au resserrement des liens sociaux préexistant à la guerre, centrés sur la valeur du « courage » : il n'en demeure pas moins que la guerre est vécue comme une contrainte, dont on vise à en atténuer les dangers. Au fur et à mesure que le conflit se prolonge, la notion de « paix » même plus vague, s'assimilant de plus en plus à une simple « fin » de l'affrontement, ce qui nourrit plusieurs cas flagrants de désobéissances collectives au sein d'une unité, mais il n'y a pas de mutinerie généralisée : l'horizon d'attente reste stable, la répression reste visible, les régiments sont isolés, les combats conservent leur intensité.

Un texte subjectif

Le texte se présente comme un texte spécialisé, référant la sortie d'un ouvrage d'histoire. Cependant, il est évident qu'il présente également des éléments subjectifs, la critique du livre en question est une critique partielle qui défend la thèse de l'auteur.

Dans les deux premiers paragraphes, l'auteur de l'article fait le point sur les thèses des différents historiens.

En introduction, nous avons deux questions. Elles ont pour but d'attirer l'attention du lecteur (ce sont des questions que le lecteur s'est certainement posées) et surtout de présenter la polémique d'une façon neutre. Il faut cependant remarquer le traitement stylistique différent employé dans la présentation des deux thèses principales. La description de la première thèse se fait au conditionnel. Dans le style journalistique, l'emploi du conditionnel marque l'incertitude des sources. En revanche, la deuxième thèse utilise le présent, temps du réel.

La Grande Guerre n'en finit pas, rétrospectivement, d'étonner : comment les soldats ont-ils pu tenir quatre ans dans l'enfer des tranchées ? Pourquoi se sont-ils battus ? La problématique divise encore les historiens. Selon les

uns, incarnés par « l'Ecole de Péronne » conduite par Stéphane Audoin-Rouzeau et Annette Becker, les « Poilus » auraient acquis une « culture de guerre », chargée de croisade patriotique et nourrie de la haine éprouvée à l'égard de l'ennemi. Selon les autres, à savoir le Collectif de Recherche International et de Débat sur la guerre de 1914-1918 (C.R.I.D. 14-18), cette thèse, dite du « consentement patriotique », ne tient pas, et il faut au contraire insister sur les divers mécanismes de contrainte intervenant dans la motivation des soldats, de la soumission à l'autorité à la coercition, tout en tenant compte des multiples formes de « refus de guerre ». En ce sens, les mutineries de 1917 constituent, à n'en pas douter, un sujet d'affrontement majeur entre ces deux clans de spécialistes.

De la même façon, le temps employé pour présenter la thèse d'André Loez est le présent. Ici, il a une valeur presque atemporelle, de vérité générale.

Dans les faits historiques rapportés par la suite (et qui font référence à la thèse d'André Loez), l'auteur de l'article a choisi d'employer le présent narratif. Cela renforce la valeur de vérité générale évoquée précédemment.

Enfin, certains choix stylistiques, expressions utilisées marquent la subjectivité du discours.

A la suite d'une enquête minutieuse, il cherche à démontrer que les mutineries de 1917 s'inscrivent dans un esprit de « refus de guerre »

A ce titre, la troupe place de grands espoirs dans l'offensive Nivelle, qui accouche de la catastrophe que l'on sait. tant il remet radicalement en cause la notion de « culture de guerre »

Au passage, André Loez tord le cou – enfin – à la légende faisant de Pétain le bienveillant restaurateur de l'ordre qui, dans sa grande sagesse, aurait réussi à calmer les ardeurs revendicatives des « Poilus » sans excès répressif

On remarquera dans la dernière citation le retour à l'emploi du conditionnel, qui amène le doute sur une version historique pourtant commune.

L'apposition de l'adverbe *enfin* entre tirets pose ouvertement la position de l'auteur de l'article.

Texte spécialisé consacré à un ouvrage historique, l'essai présenté est également un texte engagé qui cherche à mettre en évidence et à justifier la thèse d'un auteur par rapport à d'autres écoles d'historiens.

Kapitola 2

Funkční styl administrativní

- zahrnuje projevy administrativně-právní, hospodářsko-administrativní
- styl administrativní je sdělovací a zpravovací funkcí svázán se stylem prakticky odborným, vyděluje se z něho však funkcí regulativní a operativní
- podstyly: styl jednací, styl direktivní, styl inzerce (ten bývá řazen i do zpravodajské publicistiky)
- hranice stylu administrativního s ostatními styly věcnými (odborným a publicistickým) není zcela zřetelná, zařazení je vždy závislé na převládající funkci komunikátu

funkce administrativních textů

- řídicí, regulativní, direktivní, operativní
- sdělovací, zpravovací

normy administrativní komunikace

- normy v oblasti formální i obsahové – administrativní komunikáty by měly být věcně správné, bez nežádoucích informačních vynechávek, a tedy i jednoznačné a účelně stylizované, zároveň také formálně dokonalé; snaha o snadnost, rychlost a jednotnost vyhotovení, ekonomičnost a stručnost vyjádření, popř. zpracování vyžádaných údajů (proto jsou texty často standardizované)
- převažuje písemný charakter administrativních projevů
- požadována věcná správnost a výstižnost, maximální objektivnost
- dodržování předepsaných norem → autor má relativně malou možnost stylové volby, žánr i jazykové prostředky jsou předem určeny funkčními činiteli, textové matrice jsou petrifikované, žádné úsilí o pestrost, variantnost, expresivnost a názornost
- část norem je nadnárodní (EU)
- úřední korespondence – prototypy textů, modely
- předpisy se týkají obsahové a jazykové stránky textů, ale např. u úřední korespondence i formátu papíru, rozvržení textu, grafické úpravy
- především u písemností typu formuláře grafická úprava supluje prostředky syntaktické
- autor (pisatel, mluvčí) administrativního textu zpravidla ustupuje do pozadí, také osobní vztah ke konkrétnímu adresátovi bývá zastřen: adresát může být „neosobní“, institucionální, bývá jím „právní osoba“ (podnik, ústav, úřad)
- projevy jsou zbavené subjektivnosti pisatele i vztahu k adresátovi
- v poslední době se ale začínají některé žánry administrativní sféry proměňovat – jde-li v nich o získání adresáta (nabídky, pozvánky, upomínky, urgencye), obsahují i prvky pozitivního subjektivního hodnocení, pokusy o originalitu vyjádření, o odlišnost od konvencionalizovaného, popř. normalizovaného sdělení

stylová norma administrativních textů

Textová výstavba administrativní komunikace je velmi pevná:

- heslovité vyjadřování (dotazníky a jiné formuláře)
- textové vzorce bez variabilních prvků

syntagmatická a syntaktická rovina

- úsilí o **stereotypní, úsporné, ale explicitní a jednoznačné vyjádření** (ustálené obraty, spojení, fráze – šablony, které se celé zařazují do textu): *na základě předběžného jednání...; smlouva vstupuje v platnost...; děkujeme předem za kladné vyřízení žádosti...*
- **zhuštěné** vyjadřování jednoduchou větou s vyšší frekvencí **jmenných konstrukcí**
- větné ekvivalenty (věty jednočlenné), popř. dvojčlenné věty **s elipsou sloves**
- někdy potlačeno vyjadřování souvislé – **agramatická** vyjádření, hesla (tj. útvary po formální stránce neúplné) → vysvětlující výrazy v přístavkovém vztahu
- **jednoznačné spojky a předložky**, knižní i vícesložkové předložkové a spojovací výrazy (*oproti; dle*)
- avšak nivelizace původních předložek postihuje i oblast administrativní (nediferencované užití předložky *na* na úkor jiných předložek: *žádost na vedení; zaslát na ředitelství*)
- časté jsou sekundární předložky a předložkové výrazy (*zásluhou; následkem; vlivem; v důsledku; vzhledem k; v souvislosti s...*), spojovací výrazy (*zatímco; jakožto; a tudíž...*), ožívuje se užívání výrazů považovaných za zastaralé (*stran; z titulu; potažmo...*)
- formule (*níže podepsaný; výše jmenovaný...*)
- užívání **pasivních konstrukcí** místo zvrtného pasiva nebo aktiva (*smlouva byla vrácena; bude hovořeno; je zmiňováno*)
- postavení patientu v podmětu (*je zpracováván seznam*)
- **multiverbizované jednotky**, zvláště rozložené vazby slovesně-jmenné (*provádět sběr; konat poradú*)
- kondenzované vyjadřování je někdy obtížné na recepci a interpretaci, protože je **přetížené**, skládá se z bohatě rozvitých vět nebo složených „tasemnicovitých“ vět typu „1Vh, který 2Vv, který 3Vv, jež 4Vv...“

morfologická rovina

Texty jsou zásadně spisovné, užívá se tvarů neutrálních, popř. knižních (odchylky od spisovné kodifikace jsou zpravidla způsobeny autorovou neznalostí pravidel, podobně těžké prvky hyperkorektní).

Specifika ve využití **slovních druhů** a **tvarů**:

Komunikáty mají nedějový charakter a jsou zaměřené na fakta, proto je pro ně příznačná:

- vyšší frekvence jmen: substantiv ve spojení s tzv. syntaktickými adjektivy (ve funkci atributu), a naopak nižší frekvence určitých slovesných tvarů
- zvýšená frekvence číslovek, číslovkových výrazů
- z pádů je častý genitiv a nominativ adnominální (*podání hlášení vedení podniku*), nominativ jmenovací (*UK Praha; OÚ Benešov*), a rovněž i vokativ (potřeba oslovit adresáta)
- deverbativní adjektiva (*splatný; vyhotovený; zajišťující; odstoupivší*)
- z určitých slovesných tvarů: indikativ všech časů a neosobní tvary sloves (3. os.)
- při oslovení adresáta/adresátů se zpravidla užívá forma vykání, případně 2. os. pl.; 1. os. pl. se užívá v souvislosti s činností odesílatele (*žádáme Vás*)
- nezvratné adjektivum (*ředitel chválí pracovníky*), opisné pasivum (*byli vyznamenáni*)
- imperativ (u pokynů, příkazů a zákazů), užívá se i infinitiv (direktivní příkazy, zákazy)
- nedějová slovesa (*být; mít*), modální slovesa (*muset; moci*), modální predikativa (*Jje/ nutno; možno; třeba*) – souvisí s funkcí direktivní, popř. doporučující, a operativní

lexikální stránka

Neutrální, jednoznačná pojmenování, často i víceslovná, termíny (věcnost, přesnost); slovní zásoba je relativně chudá:

- **termíny** – terminologie vlastní, ale i dalších oborů, podle zaměření komunikátu; **měnové jednotky, číselné údaje, názvy** osobní, místní, institucí a výrobků
- **zkratky** (snaha o rychlost zpracování a ekonomičnost vyjádření), **zkratková slova**, někdy i ne zcela spisovná (*zamini; jipka*), a jejich odvozeniny (*eseročkový*), **značky** (měly by být identifikovatelné autorem i adresátem projevu)
- **univerbizované výrazy** (snaha o jazykovou ekonomii: *dvouhodinovka; pětiletka; jednoročák; sešivačka*)
- **profesionalismy a slangismy** (*doručenka; výdejka; vykryt požadavky; navýšit finance; předzajistit suroviny*)

Prostředky zhuštěné větné stavby, jmenné konstrukce, rozložené konstrukce slovesně-jmenné, multi-verbizovaná vyjádření – mají v administrativní oblasti specifické funkce, nelze je odmítat jako nevhodné, pokud však nejsou v projevech kumulovány nepatříčně: jazykové prostředky je třeba vybírat s ohledem na stylové činitele.

Mnohé vyjadřovací nedostatky vyplývají z nedokonalých překladů zahraničních textů, zvláště mezinárodně platných dokumentů, a šíří se do projevů jiných.

Některé z administrativních prostředků pronikají nezáměrně i záměrně nejen do publicistiky a vůbec do médií, ale i do sféry prostěsdělovací. Tím komunikaci formalizují.

Slohové útvary administrativní komunikace

Tematicko-obsahová disparátnost této oblasti se odráží v žánrové rozmanitosti. Žánry se liší jazykově (syntax, kompoziční stavba).

Pouze v některých žánrových formách administrativního stylu (předpisy, výnosy) převládají dlouhé věty – delší než v publicistice nebo odborných textech. To neplatí například pro prostá úřední oznámení a běžné zprávy.

Slohové útvary a žánrové formy:

- protokol, zápis, rozsudek; smlouva a jiné dokumenty právní povahy; žádost, životopis, posudek; objednávka, nabídka, podnikový dopis, oběžník, hlášení, výkaz, stvrzenka, faktura, upomínka; zpráva, oznámení, inzerát...
- dělení podle způsobu vyjadřování: útvary textové; útvary heslovité (formuláře, seznamy, dotazníky, vysvědčení...)
- dělení podle zaměření: informační a dokumentární (zpráva, oznámení, hlášení, smlouva, protokol); normativní a direktivní (zákon, vyhláška); propagační (pozvánka, plakát, inzerát)
- většina útvarů má však z hlediska funkcí charakter smíšený

Le style administratif

La spécificité du style administratif : textes explicites, rédigés dans une langue correcte, avec un vocabulaire exact.

L'intrusion de l'économie dans l'Administration et l'emprunt fréquent de termes anglo-saxons (dans les domaines de la fiscalité, de la technologie, du marketing, de la communication...) : *invoker le « bottom up » plutôt que le « top-down »*.

Le développement des relations internationales, les mécanismes administratifs de la communauté européenne, les efforts d'unification linguistique de la « francophonie » constituent en outre autant de facteurs qui militent d'ores et déjà en faveur d'un langage administratif relativement unifié et adapté à ses divers et nouveaux objets.

Extension singulière des processus verbaux dans l'activité administrative : la communication orale (téléphone, magnétophone, interphone), écrite – l'importance de l'informatisation (messagerie de réseau, Internet et Intranet), ses conséquences en termes de simplification du style, dans la mesure où le contenu de l'information, écrit en style télégraphique avec des codes spécifiques, émoticônes :-), enrichi de renvois en liens « hypertexte », risque en effet d'être privilégié au détriment de la forme.

Le style administratif peut être bon, passable, exécration – sa qualité diffère du degré de formation de ceux qui l'utilisent, de la valeur des structures administratives, de leur solidité, de l'expérience de leurs agents, de la nature des missions et attributions des uns et des autres.

Les services en contact direct avec la vie des affaires sont moins traditionalistes et formalistes que les services de personnel, les vieilles disciplines rédactionnelles du ministère des Armées paraîtront antédiluviennes au commissariat au Plan, la prose moyenne des bureaux de préfecture différera quelque peu de celle de l'Inspection des Finances ou de la Cour des Comptes...

Le style puise dans les archétypes (un respect passif de la tradition). Il est également conditionné par le système de prise de décision de l'Administration, qui implique une « validation » de la rédaction d'origine à chaque étape et à tous les échelons de la chaîne administrative ; c'est ainsi qu'une note rédigée initialement par « l'homme de base » du bureau, va connaître toute une série de modifications (ajouts ou suppressions) en franchissant les différents niveaux hiérarchiques (chef de bureau, sous-directeur, chef de Service) jusqu'au directeur, voire jusqu'au ministre.

Le respect de la hiérarchie apparaît toujours dans les écrits de l'administration

et se traduit essentiellement par certaines formules qui illustrent la relation entre l'expéditeur et le destinataire :

- supérieur > subordonné : *Je (vous) fais savoir que... ; J'attire votre attention sur... ; Je fais connaître à... ; Je suggère que... ; J'ordonne que... ; Je sollicite... ; Je tiens à... ; Je (vous) signale que... ; J'adresse à... ; Je me permets de... ; J'observe que... ; Je propose que... ; Je remarque que... ; Je suggère que... ; Je constate que... ; Je soumetts... ; Je note que... ; Je suis reconnaissant à... de... ; Je (vous) prie de... ; Je rends compte à... ; Je demande que... ; J'expose quelque chose à... ; J'engage quelqu'un à... ; J'invite quelqu'un à... ; Je convie quelqu'un à... ; J'enjoins quelqu'un de... ; J'attache de l'importance à... ; Je rappelle que...*
- subordonné > supérieur : *J'attire votre attention sur... ; Je suggère que... ; Je sollicite... ; Je (vous) signale que... ; Je me permets de... ; Je propose que... ; Je suggère que... ; Je soumetts... ; Je suis reconnaissant à... de... ; Je rends compte à... ; J'expose quelque chose à...*

Le principe de la responsabilité : le courrier des fonctionnaires qui ont une délégation de pouvoir doit être clairement perçu comme engageant leur responsabilité. C'est pourquoi les formules anonymes qui pourraient prêter à confusion sont à éviter et les lettres sont toujours rédigées à la première personne du singulier.

Il arrive que l'administration ne puisse pas faire état de ses sources de renseignement (discrétion, absence de certitude absolue...). Ainsi, lorsqu'on voudra mentionner des éléments de ce type, on utilisera des formules telles que : *Il m'a été signalé que...* ; *J'ai appris que...* ; *Il m'a été rapporté que...* ; *Il me revient que...* ; *Il a été porté à ma connaissance...* ; *Je viens d'être saisi de...* ; *Mon attention a été attirée sur...*

Le principe de neutralité : le style administratif est un style neutre dont toute originalité littéraire est exclue. Les expressions telles que *J'ai le plaisir de...* ; *J'ai l'honneur de...* sont permises, mais on veillera à éviter toute formulation excessive.

Par ailleurs, l'administration doit commettre le moins d'erreurs possible, le courrier administratif ne doit contenir que des faits et des informations connues et avérées. En cas de doute, on utilisera le conditionnel : *Il semblerait que...* ; *Des fautes auraient été commises lors... / dans...* Également, des formules du type : *Sans vouloir préjuger de...* ; *Bien que...* ; *Il n'est pas impossible que...* permettent de respecter le principe de prudence.

Le bon style administratif se reconnaîtra généralement aux caractéristiques suivantes :

Une certaine tenue le différencie du style des affaires et de la correspondance privée. Le délégué de l'autorité publique se doit d'écrire en français et sous une forme telle que le ton du document permette au lecteur d'en identifier le caractère officiel. Lié au sérieux et à la rigueur qui doivent accompagner les affaires et interventions de la puissance publique, ce léger formalisme originel n'implique en soi ni l'emphase ni redondance.

La politesse, dans tous les cas, doit marquer la littérature administrative. Indice d'une civilisation et facteur d'assouplissement des relations sociales, la politesse du style, corollaire de sa qualité, est liée à l'exercice de l'autorité. La politesse et la courtoisie n'excluent pas la fermeté. Les rapports d'administrateurs à administrés s'identifiant sur ce plan des affaires de l'État à ceux de supérieurs à subordonnés, il est bon que ces rapports manifestent la considération de ceux-là pour ceux-ci. En outre, la façon dont les choses sont dites aide souvent, comme le savent bien ministres et parlementaires, à les faire accepter.

L'objectivité. Les réactions et considérations subjectives dont adjectifs et épithètes sont la marque prépondérante n'ont guère place dans les documents officiels. Les documents conservent une unité relative de ton, avec son absence de passion et de violence verbale cette prudente retenue et cette neutralité où on peut trouver la marque d'une certaine inhumanité.

L'homogénéité de l'expression. Conséquence de la nature pyramidale et hiérarchique de la fonction publique, le recours à la 1^{ère} personne du sg distingue les documents destinés aux tiers. Alors que dans les affaires on utilise indifféremment le « Je » et le « Nous » indéterminé, l'Administration s'en tiendra au « Je » puisque si c'est rarement le détenteur du pouvoir qui la signe, elle le sera par ses représentants et toujours en son nom. Dans les rapports internes, l'Administration avait autrefois l'habitude d'utiliser la 3^{ème} personne lorsqu'on s'adressait à un supérieur hiérarchique (*J'ai l'honneur de demander à Monsieur le Ministre...* ; *Si Monsieur le Directeur partage cette manière de voir...*) – ce tour indirect n'est plus de saison.

Le rédacteur doit être fidèle au mode d'expression adoptée, soit que l'on recoure à la 1^{ère} personne du sg ou du pl, soit que l'on s'en tienne, dans le cas des comptes rendus, notes ou rapports documentaires, à la 3^{ème} personne du sg et au pronom personnel indéterminé. Quand ces documents ont pour objet de provoquer une décision en exposant les solutions possibles, le rédacteur utilisera le conditionnel. De toute façon, il n'y aura pas, dans cette littérature, de mélange de genres ni de juxtaposition de modes différents d'exposition.

La clarté et la concision. Dans ses manifestations écrites, l'Administration n'a pas pour objet de dissenter sur un plan théorique ou spéculatif ni de s'adresser à une élite intellectuelle, mais de préparer ou de prendre des décisions, c'est-à-dire d'agir à un degré quelconque sur la vie publique, sur celles de groupes de citoyens, ou de citoyens isolés. Or, sous peine de neutraliser elle-même, l'action doit s'exprimer avec **netteté et simplicité**. Les interventions administratives doivent se traduire d'une façon suffisamment claire pour être comprises par ceux qu'elles concernent, qui peuvent appartenir aux milieux sociaux les plus variés. Et surtout pour ceux – fonctionnaires, municipaux – qui ont à les appliquer et à les commenter aux autres. Elles doivent être assez concises pour éviter tout flottement dans leur interprétation.

Caractéristiques formelles

La phrase administrative :

- est une phrase volontiers longue ;
- respecte l'accord des temps (quand l'usage ne l'a point aboli) : *Je souhaiterais qu'il comparût... ; Il faudrait qu'il vînt...* ;
- se plaît abusivement aux tournures hypothétiques et dubitatives (les locutions ménageant le possible et l'avenir : *au cas ; dans l'hypothèse de ; sous réserve de ; à condition que* ; les locutions d'explicitations : *compte tenu de ; eu égard à ; il est entendu que ; dans ces conditions*, dont le but commun est de donner à l'intervention un caractère délibéré et limité quant au temps, à l'espace et aux personnes qui ne risque pas, soit de lui donner une portée trop générale, soit de la rendre inopérante du fait d'une précision insuffisante ou d'une simple impossibilité d'exécution (l'abus de ses clauses restrictives devient un alibi de fuite, au lieu de circonscrire nettement la question, il permet de n'y pas répondre ou de répondre à côté. Le recours à la forme conditionnelle manifeste une défiance de l'action concrète, de même inspiration.) ;
- aime trop les tournures négatives (*il n'est pas question de ; douteux que ; je ne me dissimule pas ; je ne sous-estime pas ; il n'est pas besoin de mentionner*) ;
- se complaît dans la passivité impersonnelle et répugne à l'interrogation directe – le goût de l'objectivité et de la neutralité conduit à un usage quelque peu excessif des tournures impersonnelles : *le dossier aura fait l'objet d'un examen attentif ; compte tenu de la position de la question ; l'intéressé aura été mis dans l'obligation de...* Les points d'interrogation sont ignorés car l'Administration est censée répondre aux questions et n'avoir pas à les poser. Lorsqu'ils interrogent, les documents administratifs le font indirectement (*La question se pose de savoir si... ; Il s'agit de préciser comment...*) ou, sous une forme personnelle et affirmative recourant à des verbes auxiliaires (*Il vous appartient de décider, s'il y a lieu de... ; Je vous serais obligé de m'indiquer la suite à réserver / l'interprétation à donner...*). La phrase administrative s'adressant à un destinataire déterminé, la locution introduisant la question lui confère un caractère à la fois plus délibéré, plus officiel et plus poli ;
- se méfie du pronom personnel indéfini : « on » ne s'y rencontre guère : pour atténuer le caractère indéterminé et vague de ce « on », l'expression sera personnalisée (*j'ai été saisi de... ; mon attention a été appelée sur... ; il m'a été demandé... ; il vous a été recommandé de...*) ;

- évite les répétitions ;
- commence très souvent par une locution adverbiale ;
- est « polie » dans les deux sens du terme – la courtoisie administrative exige des locutions verbales au conditionnel (*bien vouloir ; prier de ; être obligé de*), l'absence de tout qualificatif vif ou désagréable témoigne de l'objectivité mesurée qui donne au style administratif son ton le plus caractéristique. La politesse fera appel à d'aimables euphémismes, où le pronom indéfini servira, cette fois, à amortir ce que pourrait avoir de trop direct une critique personnelle (*il est regrettable que... ; on ne s'explique pas très bien comment... ; il ne saurait échapper à...*) ;
- la nominalisation permet une condensation de l'information dans une seule phrase, grammaticalement simple, et donne à l'énoncé un aspect d'objectivité et de compétence technique et scientifique, ce qui est en fait un procédé particulièrement apprécié de l'administration et de la presse – dans les deux cas, il s'agit de transmettre un matériel élaboré, basé sur des faits, à des récepteurs usant de la langue commune, qui veulent (ou doivent) être informés de façon précise, claire et objective : *Le Ministre des Finances a dit au Président de la République qu'il est inquiet parce que les prix persistent à augmenter bien qu'on ait bloqué les salaires. Le Ministre des Finances a fait part au Président de la République de son inquiétude devant la persistance de l'augmentation des prix en dépit du blocage des salaires.*

Documents administratifs

8 sortes principales de documents administratifs : bordereaux et fiches de transmission ; lettres ; notes ; comptes rendus ; rapports ; instructions ; circulaires ; décisions

Les lettres administratives incluent le timbre, la signature et, si nécessaire, les pièces jointes.

La formule de politesse tient compte du rapport hiérarchique entre l'expéditeur et le destinataire. (*Veillez agréer* est plus élégant que *Je vous prie d'agréer* ou *Agréez*. La formule *...l'expression de ma haute considération* s'utilise pour s'adresser à un supérieur, tandis que *...l'assurance de ma haute considération* s'utilise pour s'adresser à un égal.)

Hiérarchie de la courtoisie :

Veillez agréer...

- *mes salutations les meilleures*
- *mes salutations distinguées*
- *mes salutations respectueuses*
- *l'assurance de mes sentiments les meilleurs*
- *l'assurance de mes sentiments distingués*
- *l'assurance de mes sentiments respectueux*
- *l'assurance de ma haute considération*
- *l'assurance de ma plus haute considération*
- *l'assurance de ma parfaite considération*
- *l'assurance de ma considération distinguée*
- *l'assurance de ma considération très distinguée.*

Quelques formules d'usage :

- Ministres : *ma très haute considération* ;
- Secrétaire général : *ma haute considération* ;
- Directeur général : *ma considération très distinguée*.
- Une femme qui écrit à un homme veillera à ne pas utiliser une formule de politesse contenant le mot *sentiments*.

Literatura

CATHERINE, Robert. *Le style administratif*. Paris: Albin Michel, 1988.

ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha: NLN, 2008, s. 230–243.

Guide de rédaction. [online]. Disponible sur http://www.gouvernement.lu/publications/luxembourg/guide_redaction/Guide_redac_2006_2.pdf. [Cité le 20. 10. 2011].

TEXT 7

**DISPOSITIONS CONCERNANT
LA POLITIQUE DE SÉCURITÉ
ET DE DÉFENSE COMMUNE**

Article 42

1. La politique de sécurité et de défense commune fait partie intégrante de la politique étrangère et de sécurité commune. Elle assure à l'Union une capacité opérationnelle s'appuyant sur des moyens civils et militaires. L'Union peut y avoir recours dans des missions en dehors de l'Union afin d'assurer le maintien de la paix, la prévention des conflits et le renforcement de la sécurité internationale conformément aux principes de la charte des Nations unies. L'exécution de ces tâches repose sur les capacités fournies par les États membres.

2. La politique de sécurité et de défense commune inclut la définition progressive d'une politique de défense commune de l'Union. Elle conduira à une défense commune, dès lors que le Conseil européen, statuant à l'unanimité, en aura décidé ainsi. Il recommande, dans ce cas, aux États membres d'adopter une décision dans ce sens conformément à leurs règles constitutionnelles respectives.

La politique de l'Union au sens de la présente section n'affecte pas le caractère spécifique de la politique de sécurité et de défense de certains États membres, elle respecte les obligations découlant du traité de l'Atlantique Nord pour certains États membres qui considèrent que leur défense commune est réalisée dans le cadre de l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord (OTAN) et elle est compatible avec la politique commune de sécurité et de défense arrêtée dans ce cadre.

**USTANOVENÍ O SPOLEČNÉ
BEZPEČNOSTNÍ A OBRANNÉ
POLITICE**

Článek 42

1. Společná bezpečnostní a obranná politika je nedílnou součástí společné zahraniční a bezpečnostní politiky. Zajišťuje Unii operativní schopnost, která se opírá o civilní a vojenské prostředky. Unie je může použít pro mise vedené mimo území Unie k udržení míru, předcházení konfliktům a posílení mezinárodní bezpečnosti v souladu se zásadami Charty Organizace spojených národů. Plnění těchto úkolů je založeno na využití schopností poskytnutých členskými státy.

2. Společná bezpečnostní a obranná politika zahrnuje postupné vymezení společné obranné politiky Unie. Ta povede ke společné obraně, jakmile o tom Evropská rada jednomyslně rozhodne. V tomto případě doporučí členskými státem přijetí takového rozhodnutí v souladu s jejich ústavními předpisy.

Politika Unie podle tohoto oddílu se nedotýká zvláštní povahy bezpečnostní a obranné politiky některých členských států a uznává závazky některých členských států uskutečňujících svou společnou obranu v rámci Organizace Severoatlantické smlouvy (NATO), které vyplývají ze Severoatlantické smlouvy a které jsou v souladu se společnou bezpečnostní a obrannou politikou vytvořenou v tomto rámci.

3. Les États membres mettent à la disposition de l'Union, pour la mise en œuvre de la politique de sécurité et de défense commune, des capacités civiles et militaires pour contribuer aux objectifs définis par le Conseil. Les États membres qui constituent entre eux des forces multinationales peuvent aussi les mettre à la disposition de la politique de sécurité et de défense commune.

Les États membres s'engagent à améliorer progressivement leurs capacités militaires. L'Agence dans le domaine du développement des capacités de défense, de la recherche, des acquisitions et de l'armement (ci-après dénommée „Agence européenne de défense“) identifie les besoins opérationnels, promeut des mesures pour les satisfaire, contribue à identifier et, le cas échéant, mettre en œuvre toute mesure utile pour renforcer la base industrielle et technologique du secteur de la défense, participe à la définition d'une politique européenne des capacités et de l'armement, et assiste le Conseil dans l'évaluation de l'amélioration des capacités militaires.

4. Les décisions relatives à la politique de sécurité et de défense commune, y compris celles portant sur le lancement d'une mission visée au présent article, sont adoptées par le Conseil statuant à l'unanimité, sur proposition du haut représentant de l'Union pour les affaires étrangères et la politique de sécurité ou sur initiative d'un État membre. Le haut représentant peut proposer de recourir aux moyens nationaux ainsi qu'aux instruments de l'Union, le cas échéant conjointement avec la Commission.

5. Le Conseil peut confier la réalisation d'une mission, dans le cadre de l'Union, à un groupe d'États membres afin de préserver les valeurs de l'Union et de servir ses intérêts. La réalisation d'une telle mission est régie par l'article 44.

3. Pro provádění společné bezpečnostní a obranné politiky dávají členské státy Unii k dispozici civilní a vojenské schopnosti, aby přispěly k plnění cílů vymezených Radou. Členské státy, které mezi sebou ustavily mnohonárodní síly, je mohou rovněž dát k dispozici společné bezpečnostní a obranné politice.

Členské státy se zavazují, že budou své vojenské schopnosti postupně zdokonalovat. Agentura pro oblast rozvoje obranných schopností, výzkumu, pořízování a vyzbrojování (dále jen „Evropská obranná agentura“) určuje operativní potřeby, podporuje opatření k jejich uspokojování, přispívá k určení a případně k provádění všech účelných opatření pro posílení výrobní a technologické základny v oblasti obrany, podílí se na vymezení evropské politiky schopností a vyzbrojování a napomáhá Radě při hodnocení zlepšování vojenských schopností.

4. Rozhodnutí týkající se společné bezpečnostní a obranné politiky včetně těch, která se týkají zahájení mise podle tohoto článku, přijímá Rada jednomyslně na návrh vysokého představitele Unie pro zahraniční věci a bezpečnostní politiku nebo z podnětu některého členského státu. Vysoký představitel může, případně společně s Komisí, navrhnout, aby byly využity vnitrostátní prostředky i nástroje Unie.

5. K zachování hodnot Unie a službě jejím zájmům může Rada v rámci Unie pověřit provedením mise skupinu členských států. Provádění této mise se řídí článkem 44.

6. Les États membres qui remplissent des critères plus élevés de capacités militaires et qui ont souscrit des engagements plus contraignants en la matière en vue des missions les plus exigeantes, établissent une coopération structurée permanente dans le cadre de l'Union. Cette coopération est régie par l'article 46. Elle n'affecte pas les dispositions de l'article 43.

7. Au cas où un État membre serait l'objet d'une agression armée sur son territoire, les autres États membres lui doivent aide et assistance par tous les moyens en leur pouvoir, conformément à l'article 51 de la charte des Nations unies. Cela n'affecte pas le caractère spécifique de la politique de sécurité et de défense de certains États membres.

Les engagements et la coopération dans ce domaine demeurent conformes aux engagements souscrits au sein de l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord, qui reste, pour les États qui en sont membres, le fondement de leur défense collective et l'instance de sa mise en œuvre.

6. Členské státy, jejichž vojenské schopnosti splňují vyšší kritéria a které přijaly v této oblasti přísnější závazky s ohledem na vedení těch nejnáročnějších misí, naváží v rámci Unie stálou strukturovanou spolupráci. Tato spolupráce se řídí článkem 46. Nedotýká se článku 43.

7. Pokud se členský stát stane na svém území cílem ozbrojeného napadení, poskytnou mu ostatní členské státy pomoc a podporu všemi prostředky, které jsou v jejich moci, v souladu s článkem 51 Charty Organizace spojených národů. Tím není dotčena zvláštní povaha bezpečnostní a obranné politiky některých členských států.

Závazky a spolupráce v této oblasti jsou v souladu se závazky v rámci Organizace Severoatlantické smlouvy, která zůstává pro ty členské státy, které jsou jejími členy, základem jejich společné obrany a forem pro její provádění.

Zdroj

Článek 42 konsolidovaného znění Smlouvy o Evropské unii a Smlouvy o fungování Evropské unie. Dostupný z <http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=fr&lng1=fr,cs&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,ga,hu,it,lt,lv,mt,nl,pl,pt,ro,sk,sl,sv,&val=511119:cs&page=1&hwords=valeurs+de+%27Union+et+de+servir+ses+int%C3%A9r%C3%AAts~>

KOMENTÁŘ 7

„Článek 42“, přesněji článek 42 konsolidovaného znění Smlouvy o Evropské unii, je typickým příkladem tzv. „bruselských“ textů – tzn. textů vytvářených v rámci nejrůznějších orgánů Evropské unie, jejichž cílem a posláním je informovat a také stanovovat pravidla, vytvářet právní předpisy, směrnice a další dokumenty potřebné a nutné pro činnost všech jejích subjektů. Námětem těchto textů bývá sjednocení postupů, definování vizí a idejí, zaujetí stanoviska k určitým jevům a problémům, apod.

Jazyk textů je účelový, jejich výrazným rysem je objektivnost. Základním požadavkem – a podmínkou (vy)užití těchto textů – je srozumitelnost a jasnost: formulace musí být jednoznačné, nepřipouštět jiný než zamýšlený výklad. Přitom ne nutně musí jít o srozumitelnost „obyčejnému“ čtenáři. Přesnosti sdělení se dosahuje někdy až příliš nápadnou explicitností: volí se explicitní pojmenování, precizní syntaktické konstrukce, spojovací výrazy a sekundární předložky (*zásluhou, v důsledku, se zřetelem, nehledě*), opakování není vnímáno jako stylistický prohrěšek, ale naopak jako nutnost.

Texty pojednávají o do jisté míry uzavřené tematicce: z toho plynou jisté formulační stereotypy a nutnost vytvoření (a striktního dodržování) závazné terminologie. Ta se neomezuje jen na termíny, ale zahrnuje také ustálená slovní spojení, někdy i větné části či celky (výrazové formule, jazykové a konstrukční šablony) – tendence k jejich užití je silnější než v odborném stylu.

Vzhledem k tomu, že jsou tyto texty součástí daného komunikačního rámce (jasně vymezená skupina tvůrců textů i adresátů těchto komunikátů,¹ jejíž jednotliví účastníci se sice mohou měnit, ale předpokladem zapojení do spolupráce je, že se každý nový účastník s pravidly, normami i okolnostmi komunikace podrobně seznámí – jinak nemůže být právoplatným členem skupiny: to se týká všech postů od diplomatů a státníků až po asistenty; překladatele a tlumočníky nevylučuje), působí někdy až dojmem šifrovaného jazyka: bez znalosti principů komunikace mohou paradoxně pro laika být i špatně srozumitelné.

Zajímavým aspektem těchto textů je specifický přístup k autorství, a potažmo i ke stanovení, která z různých jazykových variant textů má být považována za zdrojový text. Autorem textu je v naprosté většině případů skupina, často i instituce, popřípadě sama Evropská unie nebo její jednotlivé orgány. Vzhledem k tomu, že status „úředního a pracovního“ jazyka EU má dnes 23 jazyků,² veškeré důležité dokumenty se překládají a tlumočí do všech těchto jazyků. Všechny tyto jazykové verze mají stejnou právní platnost a závaznost, a jsou tedy rovnocenné.³ (V níže uvedené podrobné analýze budeme uvádět francouzskou

-
- 1 Zatímco tvůrci textů tvoří jasnou skupinu, s adresáty je to složitější: EU zamýšlí texty explicitně pro občany (proto mj. dbá na jejich dostupnost ve všech jazycích), ale reálně se ví, že právní texty nakonec budou číst jen právníci a politici – obdobný paradox je s vnitrostátní legislativou.
 - 2 Kromě kategorie „úředního a pracovního“ jazyka EU existuje ještě kategorie „procedurálních jazyků“ – zahrnuje angličtinu, francouzštinu, němčinu.
 - 3 Zdrojový text nelze určit, leda detektivní metodou: původní Smlouvy se překládaly z francouzštiny, ale novější úpravy (znění Amsterodamské a Lisabonské smlouvy) už asi z angličtiny. Dnešní text je mozaikou různě starých částí. U takto důležitých dokumentů určitě byla koordinace mezi týmy, takže čeští překladatelé se inspirovali řešeními překladatelů do francouzštiny, němčiny atd. Český překlad evropského textu z anglické verze by měl teoreticky dopadnout zcela stejně jako překlad z francouzské verze. Dokumenty se s touto perspektivou už vytvářejí.

verzi textu jako první čistě pro přehlednost, při komentování textů nebudeme užívat běžné terminologie originál a překlad, popřípadě zdrojový a cílový text.)

Požadavek objektivnosti s sebou nese nutnost vyloučit jakékoli subjektivní úvahy nebo hodnocení. S tím souvisí i posun do abstraktní polohy na rovině jazyka, promítající se do volby lexikálních, syntaktických a stylistických prostředků: užívají se pasivní konstrukce, abstraktní substantiva, verbonominální spojení místo plnovýznamových sloves. Zajímavé je srovnání češtiny a francouzštiny: situace v obou jazycích je obdobná. Na rozdíl například od publicistického stylu, kde je jmenné vyjadřování ve francouzštině běžné, v češtině by ale při doslovném překladu takové formulace mohly působit zbytečně složitě, nešikovně, nesrozumitelně, směšně, ironicky atp.

Jedním z prostředků, které zajišťují přehlednost, jednoznačnost a srozumitelnost těchto komunikátů, je jejich z velké části závazná formální struktura a grafická úprava: je konvenční, daná tradicí, často má charakter normativní. Dokumenty nezřídka ostatně doplňují i výčty, grafy, tabulky, schémata.

Ačkoli obecně jsou texty administrativně-právního stylu formulovány čistě účelově, a tedy jazykem spisovným a neutrálním, pro některé tyto komunikáty⁴ je charakteristická i rovina knižní až archaická a výjimkou není ani patos, který se promítá jak do obsahu sdělení, tak právě i do volby jazykových prostředků. Pak se můžeme setkat například i s přechodníky, výrazy s rysem nadsázky (*Unie, vědoma si svého duchovního a morálního dědictví; Inspirující se evropským kulturním odkazem...*).

Francouzština a čeština v těchto textech často vykazují podobné rysy, vyplývající z toho, že formulace musí být jednoznačná, stručná, jasná a přesná, aby připouštěla jen jediný výklad. Požadavky na stylistiku textu se tak zásadně liší od situace známé u textů funkčního stylu uměleckého, publicistického, ale do jisté míry i odborného (zejména například populárně naučných textů).

Dále se zastavíme u některých výrazných rysů tohoto textu.

Detailní rozbor daného textu

I náš analyzovaný text má nadpis (čistě sdělující téma, a tedy odlišný například od novinového titulku; zároveň předesílající obsah textu natolik jasně a podrobně, že adresát ví, o čem dokument pojednává, aniž by ho musel studovat).

Nadpis zároveň může figurovat jako zástupný prostředek v seznamech dokumentů, kde bude právě podle této jasné formulace snadno identifikovatelný a dohledatelný: *Dispositions concernant la politique de sécurité et de défense commune / Ustanovení o společné bezpečnosti a obranné politice*, je zařazený do určité nomenklatury (*Article 42 / Článek 42*).⁵

Dále je text dokumentu členěný do číslovaných odstavců – každý takový odstavec přináší další vymezení, upřesnění, rozvedení dané tematiky.

V obou jazycích tak vidíme, že autor textu se v nejmenším případě nevyhýbá opakování určitého výrazu nebo slovního spojení někdy i odpovídajícího větnému celku. Opakování v těchto komunikátech nemá ani platnost stylistického prostředku k ozvláštňení textu – postupy a prostředky, hojně užívané v textech

4 Přesněji: jen ve striktně určených částech dokumentů: u psaných textů je to preambule a závěrečné formulace, u mluvených projevů rétorický styl soudní řeči.

5 hlava V, oddíl 2 (Ustanovení o společné bezpečnosti a obranné politice), tento oddíl obsahuje články 42–46, dostupné z <http://eur-lex.europa.eu>.

uměleckého a publicistického stylu, jako paralelismus, gradace, aliterace, ve funkčním stylu administrativním nejsou přípustné. Opakování v daných dokumentech adresát buď ani nevnímá, nebo je přijímá jako nutný prostředek podporující jednoznačnost textu. Často se užívají, a opakují, i výše zmíněné tzv. formulační šablony.

Hned v prvním odstavci textu se na malém prostoru opakují výrazy „sécurité“, „commun“, „Union“, „assurer“, „capacité“ – autor nemá potřebu, a ani možnost je nahrazovat synonymy nebo opisem:

La politique de sécurité et de défense commune fait partie intégrante de la politique étrangère et de sécurité commune. Elle assure à l'Union une capacité opérationnelle s'appuyant sur des moyens civils et militaires. L'Union peut y avoir recours dans des missions en dehors de l'Union afin d'assurer le maintien de la paix, la prévention des conflits et le renforcement de la sécurité internationale conformément aux principes de la charte des Nations unies. L'exécution de ces tâches repose sur les capacités fournies par les États membres.

Obdobně i v češtině – ekvivalentními, rovněž opakujícími se termíny budou výrazy „společný“, „bezpečnostní“ a „bezpečnost“, „Unie“, „schopnost“:

Společná bezpečnostní a obranná politika je nedílnou součástí společné zahraniční a bezpečnostní politiky. Zajišťuje Unii operativní schopnost, která se opírá o civilní a vojenské prostředky. Unie je může použít pro mise vedené mimo území Unie k udržení míru, předcházení konfliktům a posílení mezinárodní bezpečnosti v souladu se zásadami Charty Organizace spojených národů. Plnění těchto úkolů je založeno na využití schopností poskytnutých členskými státy.

Jedným momentem, kdy obě jazykové verze při porovnání ztrácejí podobu identické kopie, je francouzské *Elle assure [...] une capacité opérationnelle; afin d'assurer le maintien de la paix* a proti tomu české *Zajišťuje Unii operativní schopnost; k udržení míru*. Francouzský výraz „assurer“ má v tomto odstavci českého textu dva různé ekvivalenty – první je také sloveso v činném rodě (*elle assure / zajišťuje*), ve druhém případě jsou místo spojení slovesa se třemi různými substantivy *assurer le maintien de la paix, la prévention des conflits et le renforcement de la sécurité internationale* v češtině tři slovesná substantiva *udržení míru, předcházení konfliktům a posílení mezinárodní bezpečnosti*.

Zmínili jsme se výše také o tzv. formulačních šablonách – jde o prostředky konvenční, často i normativní (zejména pokud jde o šablony konstrukční, užívané například k členění textu), ustálené – přestože se také využívají často, rovněž v těchto textech nemohou být vnímány negativně, například jako stylisticky nevhodné, popřípadě získat aspekt jazykových klišé. Naopak, v daných komunikátech jsou funkční a opodstatněné, podobně jako výrazně explicitní formulace pomáhají dosáhnout přesnosti a jednoznačnosti vyjádření. Podíváme se na ně v rámci druhého odstavce 2. bodu analyzovaného textu a uvedeme ustálené formulace i formulační šablony různého stupně fixace: *au sens de la présente section; n'affecte pas le caractère spécifique; elle respecte les obligations; les obligations découlant du traité; États membres qui considèrent que; leur défense est réalisée dans le cadre de; elle est compatible avec; la politique [...] arrêtée dans ce cadre; podle tohoto oddílu; se nedotýká zvláštní povahy...; uznává závazky; uskutečňujících svou společnou obranu v rámci; vyplývají z...; jsou v souladu s...; vytvořenou v tomto rámci*.

Výraznou složkou textu jsou také termíny spjaté s danou tematickou a situační oblastí, dále názvy a zkratky. Přestože jde v některých případech o prostředky srozumitelné a obecně známé, v textu jsou většinou přesně definovány, zkratky se užívají až po uvedení plného názvu a signalizaci, že tento je dále zkracován daným způsobem: *l'Union; la politique de sécurité et de défense; les États membres; le traité de l'Atlantique Nord; l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord (OTAN); Unie; bezpečnostní a obranná politika; členské státy; Organizace Severoatlantické smlouvy (NATO); Severoatlantická smlouva*.

Klíčové termíny musí být ve všech textech EU shodné a dohledatelné. Termín musí odpovídat ve všech textech, nepřipouští se synonyma, opisy ani doplňky.

Termíny se stávají i jazykové prostředky, které v jiných textech tuto vlastnost nemají. Pro nezasvěceného adresáta tak tyto dokumenty mohou někdy vynívat jako špatně srozumitelné, absurdní či dokonce směšné: *Agentura pro oblast rozvoje obranných schopností, výzkumu, pořízování a vyzbrojování (dále jen „Evropská obranná agentura“)* určuje operativní potřeby, podporuje opatření k jejich uspokojování, přispívá k určení a případně k provádění všech účelných opatření pro posílení výrobní a technologické základny v oblasti obrany, podílí se na vymezení evropské politiky schopností a vyzbrojování a napomáhá Radě při hodnocení zlepšování vojenských schopností. – Taková formulace může být na jedné straně precizní, vyčerpávající definicí, zakládající terminologii pro užití v dalších dokumentech a vymežující poslání a pracovní náplň určité instituce, na straně druhé však i nicneřikající frází, pokud by se objevila v jiném prostředí a při neznalosti problematiky. Pak by mohla být typickým příkladem Havlova „ptydepe“, popřípadě ukázkou francouzského „langue de bois“, prázdného jazyka úředníků vyznačujícího se užíváním termínů a šablon, jež mohou pojmenovávat cosi přesného, anebo nemusejí znamenat takřka nic.

V obou jazycích pozorujeme tendenci k nominálnímu vyjadřování – slovesa se často omezují na ta s nejširším a zcela obecným významem („être“, „avoir“ / „být“, „mít“), ale také například „inclure“, „affecter“, „découler“, „adopter“, „mettre en œuvre“, „reposer“ / „zahrnovat“, „dotýkat se“, „vyplývat“, „přijímat“, „provádět“, „spočívat“ – jež mají v těchto typech textů zcela specifické užití vycházející z jejich širokého uplatnění jednak v důsledku toho, že jde o polysémické lexémy, jednak proto, že pojmenovávají právě ty činnosti a situace, které jsou často námětem daných textů.

Časté jsou pasivní konstrukce: *capacités fournies par les États membres; La réalisation d'une telle mission est régie par l'article 44; Cette coopération est régie par l'article 46; Plnění těchto úkolů je založeno na...; Tím není dotčena zvláštní povaha...*

Formulace bývají až nezvykle kondenzované (kondenzace jmenné): *les autres États membres lui doivent aide et assistance par tous les moyens en leur pouvoir; Les décisions [...], y compris celles portant sur le lancement d'une mission visée au présent article...; doporučit [...] přijetí takového rozhodnutí; napomáhá [...] při hodnocení zlepšování...* Přitom konkrétní místa, kde ke kondenzaci dochází, nemusejí být ve francouzském a českém textu totožná. Přestože pojednávají o tomtéž a i když se celkově zdá, že oba jazyky sahají k tomuto jazykovému prostředku v obdobné míře: jejich rozložení v textu se nemusí překrývat, jako například zde: *Les États membres mettent à la disposition de l'Union, pour la mise en œuvre de la politique de sécurité et de défense commune, des capacités civiles et militaires pour contribuer aux objectifs définis par le Conseil / Pro provádění společné bezpečnostní a obranné politiky dávají členské státy Unii k dispozici civilní a vojenské schopnosti, aby přispěly k plnění cílů vymezených Radou.* Ve dvou případech je formulace postavena stejně (*mettent à la disposition / dávají [...] k dispozici; pour la mise en œuvre de la politique / pro provádění společné [...] politiky*), v jednom případě čeština volí raději vedlejší větu (*pour contribuer aux objectifs / aby přispěly k plnění cílů*). Což je ovšem právě v případě francouzské vazby „faire qc pour...“ zcela běžné, dokonce natolik, že zejména u textů náležejících k jiným funkčním stylům v češtině hrozí v dané situaci nebezpečí stylisticky nevhodné a gramaticky nesprávné vedlejší věty účelové („Přijel do Paříže, aby tam zemřel.“). Podobně u formulace *les autres États membres lui doivent aide et assistance par tous les moyens en leur pouvoir / poskytnou mu ostatní členské státy pomoc a podporu všemi prostředky, které jsou v jejich moci* figuruje v české verzi vedlejší věta přívlastková, ačkoli by teoreticky bylo možné užít spojení „prostředky v jejich moci“ – věta je ale už tak saturovaná substantivy, že by bez rozvolnění větou vedlejší, a hlavně i užití slovesa, působila nesrozumitelně.

Tendence ke kondenzaci, a tedy nejčastěji nominalizaci, vede k výskytu formulací, jež by v komunikátech jiných funkčních stylů byly vnímány jako stylisticky nevhodné: *assiste le Conseil dans l'évaluation de l'amélioration des capacités militaires / napomáhá Radě při hodnocení zlepšování vojenských schopností.*

Zajímavé je sledovat v tomto textu například i funkci členů a zájmen. Jejich užití je jedním ze základních prostředků koheze a koherence textu. Tam, kde si francouzština „pomáhá“ nezbytným užitím určitého a neurčitého členu, osobních a někdy i přivlastňovacích zájmen, vystačí si čeština často jen s promyšleným uplatněním slovosledu, respektujícím zásady funkční větné perspektivy: *La politique de sécurité et de défense commune inclut la définition progressive d'une politique de défense commune de l'Union. / Společná bezpečnostní a obranná politika zahrnuje postupné vymezení společné obranné politiky Unie.*

Naproti tomu v češtině vidíme větší potřebu upřesňovat užitím ukazovacích zájmen: *Elle conduira à une défense commune, dès lors que le Conseil européen, statuant à l'unanimité, en aura décidé ainsi. Il recommande, dans ce cas, aux États membres d'adopter une décision dans ce sens conformément à leurs règles constitutionnelles respectives. / Ta povede ke společné obraně, jakmile o tom Evropská rada jednomyslně rozhodne. V tomto případě doporučí členským státům přijetí takového rozhodnutí v souladu s jejich ústavními předpisy.*

Ve významných právních textech je závazné dodržet ve všech jazykových verzích počet vět (nelze je spojovat, ani rozdělovat) – a to zejména kvůli případné citaci, jež se uvádí ve tvaru: článek X, 3. věta.

Koherenci a kohezi textu podporuje i užití interpunkce. Interpunkce naznačuje, kde i při tichém čtení máme v textu udělat pauzu, a tím napovídá, jak větný celek správně rozčlenit na případné segmenty. Ve francouzštině, které se častěji daří nacházet formulace bez užití vedlejších vět, bude zejména čárek méně než v češtině, kde je navíc povinné oddělit například vedlejší větu čárkou „z obou stran“: *Le haut représentant peut proposer de recourir aux moyens nationaux ainsi qu'aux instruments de l'Union, le cas échéant conjointement avec la Commission. / Vysoký představitel může, případně společně s Komisí, navrhnout, aby byly využity vnitrostátní prostředky i nástroje Unie.*

Podobně: *Les engagements et la coopération dans ce domaine demeurent conformes aux engagements souscrits au sein de l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord, qui reste, pour les États qui en sont membres, le fondement de leur défense collective et l'instance de sa mise en œuvre. / Závazky a spolupráce v této oblasti jsou v souladu se závazky v rámci Organizace Severoatlantické smlouvy, která zůstává pro ty členské státy, které jsou jejími členy, základem jejich společné obrany a forem pro její provádění.*

Několik poznámek ke srovnání francouzské a české verze

Výše jsme uváděli, že jednotlivé jazykové verze musí být takřka identické: použití zavedených termínů je naprosto závazné a u důležitých dokumentů se při překladu nesmí ani krátit nebo rozvolňovat věty. Přesto i v analyzovaném článku narazíme na pár odlišností.

2. *La politique de sécurité et de défense commune inclut la définition progressive d'une politique de défense commune de l'Union. Elle conduira à une défense commune, dès lors que le Conseil européen, statuant à l'unanimité, en aura décidé ainsi. Il recommande, dans ce cas, aux États membres d'adopter une décision dans ce sens conformément à leurs règles constitutionnelles respectives.*

2. *Společná bezpečnostní a obranná politika zahrnuje postupné vymezení společné obranné politiky Unie. Ta povede ke společné obraně, jakmile o tom Evropská rada jednomyslně rozhodne. V tomto případě doporučí členským státům přijetí takového rozhodnutí v souladu s jejich ústavními předpisy.*

Výraz „respectives“ v české verzi chybí.

3. *Les États membres mettent à la disposition de l'Union, pour la mise en œuvre de la politique de sécurité et de défense commune, des capacités civiles et militaires pour contribuer aux objectifs définis par le Conseil. Les États membres qui constituent entre eux des forces multinationales peuvent aussi les mettre à la disposition de la politique de sécurité et de défense commune.*

3. *Pro provádění společné bezpečnostní a obranné politiky dávají členské státy Unii k dispozici **civilní a vojenské schopnosti**, aby přispěly k plnění cílů vymezených Radou. Členské státy, které mezi sebou ustavily mnohonárodní síly, je mohou rovněž dát k dispozici společné bezpečnostní a obranné politice.*

Užití termínu „schopnosti“ v češtině vyvolává pochybnosti. Možná by lepší variantou byly „prostředky“?

*Les États membres s'engagent à améliorer progressivement leurs capacités militaires. L'Agence dans le domaine du développement des capacités de défense, de la recherche, des **acquisitions** et de l'armement (ci-après dénommée „Agence européenne de défense“) identifie les besoins opérationnels, promeut des mesures pour les satisfaire, contribue à identifier et, le cas échéant, mettre en œuvre toute mesure utile pour renforcer la base industrielle et technologique du secteur de la défense, participe à la définition d'une politique européenne des capacités et de l'armement, et assiste le **Conseil** dans l'évaluation de l'amélioration des capacités militaires.*

Členské státy se zavazují, že budou své vojenské schopnosti postupně zdokonalovat. Agentura pro oblast rozvoje obranných schopností, výzkumu, **pořizování** a vyzbrojování (dále jen „Evropská obranná agentura“) určuje operativní potřeby, podporuje opatření k jejich uspokojování, přispívá k určení a případně k provádění všech účelných opatření pro posílení výrobní a technologické základny v oblasti obrany, podílí se na vymezení evropské politiky schopností a vyzbrojování a napomáhá **Radě** při hodnocení zlepšování vojenských schopností.

Výraz „pořizování“ se v češtině povinně váže s předmětem, který zde chybí, proto se termín nezdá být správný. V případě „Rady“ jde o terminologizované použití kapitálky: jde o Radu EU, nikoli Evropskou radu (to jsou dva různé orgány), stejně tak Unie, ačkoli je to zkrácený název.

5. *Le Conseil peut confier la réalisation d'une mission, dans le cadre de l'Union, à un groupe d'États membres afin de préserver les valeurs de l'Union et de servir ses **intérêts**. La réalisation d'une telle mission est régie par l'article 44.*

5. *K zachování hodnot Unie a službě **jejím zájmům** může Rada v rámci Unie pověřit provedením mise skupinu členských států. Provádění této mise se řídí článkem 44.*

Formulace „jejím zájmům“ se nezdá být ideální, snad by se dalo uvést „v jejím zájmu“, případně „k ochraně jejich zájmů“.

Les engagements et la coopération dans ce domaine demeurent conformes aux engagements souscrits au sein de l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord, qui reste, pour les États qui en sont membres, le fondement de leur défense collective et l'instance de sa mise en œuvre.

Závazky a spolupráce v této oblasti jsou v souladu se závazky v rámci Organizace Severoatlantické smlouvy, která zůstává pro ty členské státy, které jsou jejími členy, základem jejich společné obrany a forem pro její provádění.

V běžném textu by podobné opakování znělo absurdně, směšně, mohlo by být považováno za prostředek ironie. V tomto dokumentu jde o opakování odůvodněné a nutné.

Literatura

TOMÁŠEK, Michal. *Překlad v právní praxi*. Praha: Linde, 1998.

TEXTE 8



TEAMSTERS CANADA RAIL CONFERENCE
CONFÉRENCE FERROVIAIRE DE TEAMSTERS CANADA

D.J. Shewchuk
Président
President

1710-130 Rue Albert Street
Ottawa, ON - K1P 5G4

Tel: (613) 235-1828
Fax: (613) 235-1069
www.teamstersrail.ca

Douglas Finson
Vice-Président
Vice-President

Jim Flegel
Secrétaire-Trésorier
Secretary Treasurer

Le 3 décembre 2010

M. Fred Green
Président et chef de la direction
Chemin de fer Canadien Pacifique Limitée
Gulf Canada Square
401-9th Ave SW
Calgary, AB T2P 4Z4

Monsieur,

La présente fait suite à votre lettre de novembre 2010 adressée à l'ensemble des employés ainsi qu'à la lettre de M. Harris adressée aux présidents et présidents généraux (Canada) du syndicat concernant l'application de la politique révisée en matière de dispositifs électroniques personnels. Nous tenons à vous informer que nous avons pris connaissance de vos lettres et de la nouvelle politique de la compagnie (la « politique ») et, par la présente, donnons suite à la correspondance reçue.

Dans l'ensemble, nous reconnaissons que certains risques pour la sécurité font valoir l'importance que les travailleurs s'abstiennent d'utiliser un téléphone cellulaire à certains moments durant leurs quarts de travail. La compagnie affirme que la politique vise à assurer la sécurité à la fois de nos membres et du grand public. Nous ne pouvons appuyer cette politique comme elle se lit actuellement et nous ne pouvons accepter votre correspondance ou votre politique comme elles ont été rédigées. Vous avez soulevé un certain nombre de points dans vos lettres avec lesquels nous ne sommes pas en accord et que nous devons contester.

D'abord et avant tout, veuillez considérer cette lettre comme un avis en bonne et due forme de notre opposition totale à ce que vous avancez dans votre lettre administrative, à savoir que toute personne qui enfreint la politique sera congédiée sur-le-champ. À notre avis, une telle mesure est extrêmement déraisonnable, arbitraire et contraire à l'actuelle politique. De plus, nous soutenons que la correspondance représente une tentative de menacer ou d'intimider nos membres, ce qui va à l'encontre de la politique de la compagnie en matière de discrimination et de harcèlement.

Selon la politique en matière de dispositifs électroniques personnels, les superviseurs sont responsables d'avertir et d'encadrer les employés et/ou d'imposer des mesures disciplinaires à ceux qui ne s'y conforment pas.

.../2



M. F. Green
Le 3 décembre 2010
Page 2

Cet énoncé est reflété dans la politique et laisse entendre que les employés qui enfreignent la politique feront l'objet d'un avertissement ou de mesures disciplinaires progressives. On ne peut y conclure que l'employé sera carrément congédié, comme vous l'avez affirmé.

L'imposition de mesures disciplinaires collatérales n'est pas justifiée si les employés qui travaillent avec un employé utilisant un dispositif personnel ne sont pas au courant de l'utilisation de ce dispositif. De plus, il est de notre avis que toute mesure allant au-delà d'avertissements ou de mesures disciplinaires progressives, comme décrit dans la politique, serait carrément excessive.

Aussi, comme vous le savez bien, chaque cas doit être évalué individuellement, en tenant compte de l'ensemble des circonstances pertinentes. Selon nous, votre directive, comme formulée dans votre correspondance administrative, porte atteinte à l'obligation de mener une enquête juste et impartiale, laquelle obligation figure dans nos conventions collectives respectives et a été confirmée dans la jurisprudence arbitrale. Il est donc impératif que l'expression « sera congédiée », comme elle figure dans votre correspondance, soit retirée et remplacée par l'application appropriée de la politique, conformément à la décision rendue dans l'affaire KVP et à tout autre précédent jurisprudentiel.

Nous prétendons que la compagnie n'a pas adéquatement expliqué, fait valoir ou diffusé sa politique en matière de dispositifs électroniques personnels à nos membres. Aussi, nous contestons l'idée que nos membres sont les seuls responsables de toutes les enfreintes à la politique. La compagnie est responsable de fournir à nos membres – vos employés – des explications claires et concises relatives à ses politiques.

Nous vous réitérons notre volonté de travailler avec la compagnie pour améliorer la sécurité de nos membres et celle du grand public. Cependant, pour produire les fruits escomptés, les modalités de votre politique doivent être soumises à un examen conjoint pour en assurer le caractère raisonnable et l'efficacité.

Nous sommes prêts à discuter avec vous de possibles modifications à votre politique actuelle, mais nous nous réservons le droit de nous adresser aux tribunaux, s'il le faut, relativement à toute prise de position ou tout grief découlant de la politique ou de toute autre politique, mesure disciplinaire ou action de la compagnie.

Je vous remercie de votre attention à la présente.

Agréez, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Le président,



D.J. Shewchuk

cc : D Able, président général, CFTC
D. Olson, président général, CFTC
T. Beaver, président général, CFTC
D. Genereux, président général, CFTC
S. Brownlee, président général, CFTC
E. Harris, premier vice-président et chef de l'exploitation
R. Wilson, vice-président adjoint, Relations industrielles

COMMENTAIRE 8

Le texte est une lettre du président de Teamstaers Canada adressée au directeur de la compagnie ferroviaire Chemin de fer Canada Pacifique limitée. Teamstaers est une importante organisation syndicale présente dans les transports routier, ferroviaire, aérien et les imprimeries.

Cette lettre est une réponse à un courrier de la direction de la compagnie ferroviaire concernant l'utilisation d'appareils électroniques personnels (téléphones portables) par les employés au cours de leur temps de travail.

C'est une lettre à caractère administratif.

La lettre est écrite sur un papier à en-tête de l'organisation syndicale. Sont ici signalés le président, le vice-président et le secrétaire-trésorier du syndicat. Le papier comporte également les contacts et plusieurs éléments graphiques dont le logo.

Le nombre de pages du document est indiqué par le signe .../2 en fin de première page, le destinataire est répété en début de deuxième page. La lettre est signée, elle est envoyée en copie à différentes personnes explicitées en fin de courrier.

Tous ces éléments manifestent le caractère administratif du texte qui répond à des règles précises de mise en page.

Le style de la lettre appartient au registre normatif voire soutenu. La grammaire et l'orthographe du texte sont soignées et justes. On ne relève aucune erreur.

Le style respecte les formulations de politesse classiques en fin et début de texte.

Monsieur,

Je vous remercie de votre attention à la présente.

Agréés, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Les phrases sont majoritairement longues et complexes.

D'abord et avant tout, veuillez considérer cette lettre comme un avis en bonne et due forme de notre opposition totale à ce que vous avancez dans votre lettre administrative, à savoir que toute personne qui enfreint la politique sera congédiée sur-le-champ.

Selon nous, votre directive, comme formulée dans votre correspondance administrative, porte atteinte à l'obligation de mener une enquête juste et impartiale, laquelle obligation figure dans nos conventions collectives respectives et a été confirmée dans la jurisprudence arbitrale.

Nous relèverons ici différentes expressions, locutions stéréotypées courantes dans les lettres à caractère administratif.

Nous tenons à vous informer

par la présente,

veuillez considérer cette lettre

un avis en bonne et due forme

on ne peut y conclure

comme formulée dans votre correspondance administrative

Il est donc impératif

conformément à la décision rendue dans l'affaire KVP

Nous réitérons notre volonté

relativement à toute prise de position ou tout grief

L'emploi d'adverbes et de prépositions formant des liens logiques entre les différentes phrases (ainsi qu'à l'intérieur d'une même phrase) (1), l'utilisation fréquente de la voix passive (2) et de constructions neutres impersonnelles sur base modale ou avec les verbes être et avoir (3), la présence de subordonnées allant jusqu'à l'hypotaxe (4) sont autant d'éléments significatifs. On les retrouve tous dans les deux paragraphes suivants :

L'imposition de mesures disciplinaires collatérales n'est pas justifiée (2) si les employés qui travaillent avec un employé utilisant un dispositif personnel ne sont pas au courant de l'utilisation de ce dispositif (4). De plus (1), il est de notre avis (3) que toute mesure allant au-delà d'avertissements ou de mesures disciplinaires progressives, comme décrit dans la politique, serait carrément excessive (3).

Aussi (1), comme vous le savez bien, chaque cas doit être évalué (2) (3) individuellement, en tenant compte de (1) l'ensemble des circonstances pertinentes. Selon nous (1), votre directive, comme formulée dans votre correspondance administrative, porte atteinte à l'obligation de mener une enquête juste et impartiale, laquelle obligation figure dans nos conventions collectives respectives et a été confirmée (2) dans la jurisprudence arbitrale (4). Il est donc impératif (3) que l'expression « sera congédiée », comme elle figure dans votre correspondance, soit retirée et remplacée (2) par l'application appropriée de la politique, conformément (1) à la décision rendue dans l'affaire KVP et à tout autre précédent jurisprudentiel.

La récurrence de ces éléments met en évidence l'homogénéité du texte et sa rigueur. C'est un texte concis et précis qui doit expliquer clairement à son destinataire les raisons de son envoi.

Cependant, il faut noter ici que ce texte possède un caractère subjectif qui n'est pas caractéristique du style administratif. Nous relèverons les extraits suivants :

donnons suite à la correspondance reçue

Nous ne pouvons appuyer cette politique

nous ne pouvons accepter

nous ne sommes pas en accord et que nous devons contester

notre opposition totale

extrêmement déraisonnable, arbitraire et contraire

une tentative de menacer ou d'intimider nos membres

serait carrément excessive

porte atteinte à l'obligation de mener une enquête juste et impartiale

nous contestons

nous nous réservons le droit de nous adresser aux tribunaux

Il s'agit d'une lettre adressée en réponse à une décision de la direction de la société. Le syndicat s'oppose à cette décision et le fait savoir par le biais de cette lettre.

C'est pourquoi l'auteur utilise la première personne du pluriel et non des tournures impersonnelles (il parle au nom du syndicat et de ses membres), il met en avant leur position et leur désaccord. Ce dernier

ce manifeste par les négations (*nous ne pouvons appuyer ; nous ne pouvons accepter ; nous ne sommes pas en accord*) et le lexique employé (*nous contestons ; nous adresser aux tribunaux*). Les adjectifs et les verbes concernant la nouvelle politique de la société sont excessivement négatifs (*déraisonnable ; arbitraire et contraire ; menacer ou intimider nos membres ; carrément excessive ; porte atteinte*).

Et si l'auteur confirme en fin de lettre la volonté du syndicat d'entrer dans un processus de dialogue (*Nous vous réitérons notre volonté de travailler avec la compagnie ; Nous sommes prêts à discuter avec vous*), il garde une position ferme et sans compromis qui dépasse largement le cadre du document administratif.

C'est une prise de position, un avertissement envers la direction de la compagnie.

Respectant les normes du courrier administratif, cette lettre est également une prise de position déterminée, une sorte d'avertissement adressée par un puissant syndicat à la direction d'une société.

TEXTE 9

Formulář můžete vyplnit i na www.scitani.cz

SČÍTACÍ LIST OSOBY



Sčítání lidu, domů a bytů v roce 2011 probíhá na základě zákona č. 296/2009 Sb. Český statistický úřad Vás žádá o spolupráci formou vyplnění údajů do sčítacích formulářů, případně formou kontroly předvyplněných údajů. Ochrana individuálních a osobních údajů podle příslušných zákonů je zajištěna. Údaje budou využity výhradně ke statistickým účelům.

Vyplňuje sčítací komisař	IDENTIFIKACE	Číslo bytu	IDOB	Číslo domu	Pořadové číslo budovy	Vyplňuje sčítací komisař
	Okres				Kód okresu	
	Obec				PSC	
	Část obce				Sčítací obvod	
	Ulice				Číslo orient.	

PŘED VYPLNĚNÍM SČÍTACÍHO FORMULÁŘE SI, PROSÍM, POZORNĚ PŘEČTĚTE POKYNY K VYPLNĚNÍ A PŘILOŽENÉ VYSVĚTLIVKY

K vyplnění formuláře použijte černou nebo modrou propisovací tužku.

Z uvedených možností vyberte vždy **pouze jednu odpověď**, pokud není uvedena možnost více odpovědí.Vybranou odpověď označte **X**; chybně označené pole zcela přeškrtněte **■** a označte správně **X**. Text i číselné údaje zapisujte dle vzoru do určených vyplňovacích polí.

Chybně napsaný údaj přeškrtněte a správný napište na volné místo u příslušné otázky.

Vzory vyplnění: \otimes

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A Á Ā B C Ď D Ě E Ě F G H I Í J K L Ľ M N Ń

O Ő Ő P Q R Ŕ S Š Ť U Ů Ú Ů V W X Y Z Ž

Příjmení

Jméno

1. Rodné číslo

2. Datum narození

3. Pohlaví

/ → / / → muž žena

U trojmístné koncovky nechte poslední políčko prázdné.

den / měsíc / rok

4. Státní občanství

ČR jiné

máte-li jiné státní občanství, uveďte název státu ↓

bez státního občanství

5. Bydliště v rozhodný okamžik (26. 3. 2011) Uveďte, zda místo, kde skutečně bydlíte a kde jste členem domácnosti (bez ohledu na místo trvalého pobytu), je:

na adrese uvedené v záhlaví formuláře jinde v České republice uveďte přesnou adresu ↓

okres

obec

č.popis.

část obce

č.orient.

ulice

v jiném státě →
uveďte název

6. Bydliště jeden rok před sčítáním (26. 3. 2010)

Uveďte osoby narozené do 26. 3. 2010 včetně.

v obci uvedené v záhlaví formuláře jinde v České republice uveďte kde ↓

okres

obec

v jiném státě →
uveďte název

7. Bydliště matky v době narození Uveďte, zda

bydliště Vaší matky v době Vašeho narození bylo:

v obci uvedené v záhlaví formuláře jinde v České republice uveďte kde ↓

okres

obec

v jiném státě →
uveďte název

8. Rodinný stav

svobodný/svobodná ženatý/vdaná rozvedený/rozvedená vdovec/vdova

9. Registrované partnerství

(osob stejného pohlaví)

trvající zaniklé rozhodnutím soudu zaniklé úmrtím partnera/partnerky

10. Mateřský jazyk

Je možné uvést dva jazyky.

český slovenský romský polský německy znaková řeč jiný uveďte jaký →

OTOČTE, PROSÍM, A VYPLŇTE 2. STRANU FORMULÁŘE

Y
Y
Y
Y

XXXXX

11. Národnost

Uvedení údaje není povinné.
Je možné uvést dvě národnosti.

12. Náboženská víra Uvedení údaje není povinné. Při uvádění církve nebo náboženské společnosti registrované v ČR uveďte název dle vysvětlivek.

věřící - hlásící se k církvi, náboženské společnosti uveďte ke které ↓

věřící - nehlásící se k žádné církvi ani náboženské společnosti bez náboženské víry

13. Nejvyšší ukončené vzdělání Uvedou osoby 15leté a starší.

bez vzdělání úplné střední všeobecné (s maturitou) bakalářské (Bc., BcA.)
 neukončené základní vzdělání úplné střední odborné (s maturitou) magisterské (Ing., MUDr., JUDr., PhDr., Mgr. aj.)
 základní vzdělání nástavbové studium (vč. pomaturitního studia) doktorské (Ph.D., ThD., DrSc., CSc.)
 střední vč. vyučení (bez maturity) vyšší odborné vzdělání (absolutorium)

14. Obor vzdělání Uvedou osoby s vyšším než základním vzděláním (viz vysvětlivky).

15. Počet živě narozených dětí celkem žádné jedno dvě více
Uvedou pouze ženy 15leté a starší. → uveďte počet dětí

16. Počet živě narozených dětí v současném (posledním) manželství žádné jedno dvě více
Uvedou pouze ženy vdané, rozvedené nebo ovdovělé. → uveďte počet dětí

17. Ekonomická aktivita

ZAMĚSTNANÍ: zaměstnanci, zaměstnavatelé, samostatně činní, pomáhající pracující studenti a učni
 ženy na mateřské dovolené (28 nebo 37 týdnů), pokud před nástupem pracovaly pracující důchodci

NEZAMĚSTNANÍ: hledající první zaměstnání ostatní nezaměstnaní

EKONOMICKY NEAKTIVNÍ: nepracující důchodci ostatní s vlastním zdrojem obživy
 žáci, studenti, učni osoby v domácnosti, děti předškolního věku, ostatní závislé osoby

Otázky č. 18, 19 a 20 vyplňují zaměstnaní podle současného a nezaměstnaní podle posledního zaměstnání. Ekonomicky neaktivní žáci, studenti a učni pokračují otázkou č. 21. Hledající první zaměstnání a ostatní ekonomicky neaktivní již další otázky nevyplňují.

18. Zaměstnání

19. Postavení v zaměstnání

zaměstnanci podnikatelé bez zaměstnanců (OSVČ) pomáhající rodinní příslušníci
 podnikatelé se zaměstnanci (zaměstnavatelé) členové produkčních družstev

20. Odvětví ekonomické činnosti Uveďte název podle hlavní činnosti zaměstnavatele (viz vysvětlivky).

Otázky č. 21, 22, 23 a 24 o dojízdě/docházce do zaměstnání nebo školy vyplňují pouze zaměstnaní a žáci, studenti a učni. Pracující studenti a učni vyplňují údaje podle dojízdě/docházky do školy.

21. Místo pracoviště nebo školy na stejné adrese, jaká je v záhlaví formuláře jinde v České republice uveďte kde ↓
okres

obec

č.p./č.o. / ulice

v jiném státě uveďte název ↓

zaměstnání
bez stálého
pracoviště

O každodenní dojízdě nebo docházce do zaměstnání nebo školy uveďte:

22. Dopravní prostředek Uveďte dopravní prostředek/prostředky, které obvykle používáte při jedné cestě do zaměstnání nebo školy.

autobus (kromě MHD) automobil - spolucestující motocykl
 městská hromadná doprava vlak jiný
 automobil - řidič kolo žádný (pouze pěšky)

23. Doba trvání dojízdě/docházky Uveďte, jak dlouho Vám trvá jedna cesta do zaměstnání nebo školy.

do 14 min. 15 - 29 min. 30 - 44 min. 45 - 59 min. 60 - 89 min. 90 a více min.

Uveďte, jak často dojíždíte z obce svého bydliště do obce pracoviště:

24. Frekvence dojízdě do místa pracoviště nebo školy denně týdně 1 - 2x měsíčně jinak

..... Datum, jméno a příjmení osoby, která formulář vyplnila

DĚKUJEME VÁM ZA VYPLNĚNÍ SČÍTACÍHO LISTU OSOBY



SČÍTÁNÍ LIDU,
DOMŮ A BYTŮ
2011

Le formulaire peut être également rempli sur le site www.scitani.cz

BULLETIN INDIVIDUEL - TRADUCTION DU FORMULAIRE DE RECENSEMENT
 Veuillez remplir les renseignements dans le formulaire original en langue tchèque !!!



Le recensement de la population, des immeubles et maisons et des logements en 2011 est réalisé conformément à la loi n° 296/2009 Sb. L'Office tchèque des statistiques vous demande de coopérer en remplissant les formulaires de recensement, le cas échéant en vérifiant les renseignements préremplis. La protection des données individuelles et personnelles aux termes des lois correspondantes est garantie. Les données ne seront utilisées qu'à des fins statistiques.

A remplir par l'agent recenseur	IDENTIFICATION	N° du logement	IDOB	N° de l'immeuble	N° d'ordre du bâtiment	A remplir par l'agent recenseur
	District				Code du district	
	Commune				CP	
	Arrondissement, hameau				Circonscription de recensement	
	Rue				N° d'orient.	

AVANT DE REMPLIR LE FORMULAIRE DE RECENSEMENT, VEUILLEZ LIRE ATTENTIVEMENT LA NOTICE DE REMPLISSAGE ET LA NOTICE EXPLICATIVE EN ANNEXE

Pour remplir le formulaire, utilisez un stylo à bille bleu ou noir.

Parmi les options proposées, ne choisissez à chaque fois qu'une seule réponse s'il n'est pas mentionné que plusieurs réponses sont possibles.

Cochez la réponse choisie X : rayez entièrement une case cochée par erreur et cochez la bonne case X. Écrivez texte et chiffres dans les cases correspondantes selon les exemples. Rayez les données écrites par erreur et écrivez les données correctes à un endroit libre près de la question correspondante.

Exemple de remplissage: X 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A Á Ā B C Ď D ě E ě F G H I Í J K L Ľ M N Ń
O Ő Ó P Q R Ŕ S Š T Ů Ú Ů V W X Y Z Ž

Nom	
Prénom	
1. Numéro d'identification personnel	2. Date de naissance
→ Pour les nombres de fin à trois chiffres, laissez la dernière case vide.	→ jour / mois / année
3. Sexe masculin <input type="radio"/> féminin <input type="radio"/>	
4. Citoyenneté tchèque <input type="radio"/> autre si vous êtes ressortissant d'un autre État, indiquez son nom ↓ apatride <input type="radio"/>	
5. Domicile à la date clé (26/3/2011) Indiquez si l'endroit où vous résidez et où vous êtes membre du foyer (quel que soit le lieu de résidence principale) se trouve	
à l'adresse indiquée en tête du formulaire <input type="radio"/> ailleurs en République tchèque indiquez l'adresse exacte ↓	
district	
commune	
n° descriptif	arrondissement, hameau
n° d'orient.	rue
dans un autre État → indiquez lequel	
6. Domicile un an avant le recensement (26/03/2010) A indiquer pour les personnes nées avant le 26/03/2010 inclus.	
dans la commune mentionnée en tête du formulaire <input type="radio"/> ailleurs en République tchèque indiquez ici ↓	
district	
commune	
dans un autre État → indiquez lequel	
7. Domicile de la mère à la naissance Mentionnez si le domicile de votre mère au moment de votre naissance était:	
dans la commune mentionnée en tête du formulaire <input type="radio"/> ailleurs en République tchèque indiquez ici ↓	
district	
commune	
dans un autre État → indiquez lequel	
8. État matrimonial célibataire <input type="radio"/> marié/mariée <input type="radio"/> divorcé/divorcée <input type="radio"/> veuf/veuve <input type="radio"/>	
9. Partenariat déclaré (PACS) (personnes du même sexe) en cours <input type="radio"/> a pris fin sur décision de justice <input type="radio"/> a pris fin par décès du/de la partenaire <input type="radio"/>	
10. Langue maternelle tchèque <input type="radio"/> slovaque <input type="radio"/> rom <input type="radio"/> polonais <input type="radio"/> allemand <input type="radio"/> langue des signes <input type="radio"/>	
Il est possible d'indiquer deux langues. autre indiquez laquelle →	

VEUILLEZ TOURNER ET COMPLÉTER LA 2^e PAGE
DU FORMULAIRE

11. Nationalité <i>Il n'est pas obligatoire de mentionner cette information. Il est possible d'indiquer deux nationalités.</i>			
12. Confession religieuse <i>Il n'est pas obligatoire d'indiquer cette information. Si vous inscrivez une Église ou une société religieuse enregistrée en Rép. tchèque, indiquez son nom conformément à la notice explicative.</i> croyant - membre d'une Église, société religieuse indiquez laquelle ↓ croyant - membre d'aucune église ou société religieuse sans confession religieuse			
13. Plus haut niveau d'études atteint <i>À indiquer pour les personnes âgées de 15 ans et plus.</i>			
pas d'études	deuxième cycle de l'enseignement secondaire général complet (avec baccalauréat)	licence (Bc, BcA)	
premier cycle de l'enseignement secondaire inachevé	deuxième cycle de l'enseignement secondaire technologique ou professionnel complet (avec baccalauréat)	master (Ing., MUDr., JUDr., PhD., Mgr. etc.)	
premier cycle de l'enseignement secondaire	enseignement secondaire complémentaire (y compris diplôme post-baccalauréat)	doctorat (Ph.D., ThD., DrSc., CSc.)	
secondaire (y compris CAP, BEP)	enseignement supérieur technique ou professionnel (diplôme d'enseignement supérieur)		
14. Domaine d'études <i>À indiquer pour les personnes ayant fait des études secondaires de second cycle ou supérieures (voir notice explicative).</i>			
15. Nombre total d'enfants nés vivants aucun un deux plus → indiquez le nombre d'enfants <i>À indiquer uniquement pour les femmes de 15 ans et plus.</i>			
16. Nombre total d'enfants nés vivants dans le mariage actuel (le dernier) aucun un deux plus → indiquez le nombre d'enfants <i>À indiquer uniquement pour les femmes mariées, divorcées ou veuves.</i>			
17. Activité économique			
SALARIÉS:	salariés, chefs d'entreprise, travailleurs indépendants, aides femmes en congé de maternité (28 ou 37 semaines), si elles ont travaillé auparavant	étudiants et apprentis travailleurs retraités travailleurs	
CHÔMEURS:	demandeurs d'un premier emploi autres chômeurs		
INACTIFS:	retraités non travailleurs élèves, étudiants, apprentis	autres avec moyens d'existence propres personnes au foyer, enfants d'âge préscolaire, autres personnes dépendantes	

Les questions n° 18, 19 et 20 sont à remplir par les salariés selon leur emploi actuel et par les chômeurs selon leur dernier emploi. Les élèves, étudiants et apprentis économiquement inactifs continuent à la question n° 21. Les demandeurs d'un premier emploi et les autres économiquement inactifs ne remplissent pas les autres questions.

18. Emploi			
19. Position			
salariés	travailleurs indépendants sans salariés (travaillant à leur compte)	personnes aidant des membres de la famille	
travailleurs indépendants avec employés (chefs d'entreprise)	membres de coopératives de producteurs		
20. Secteur d'activité économique <i>Indiquez la désignation de l'activité principale de l'employeur (voir notice explicative).</i>			

Les questions n° 21, 22, 23 et 24 sur le trajet pour aller au travail ou à l'école ne sont à remplir que pour les salariés, les élèves, les étudiants et les apprentis. Les étudiants et apprentis qui travaillent remplissent les renseignements relatifs au trajet effectué pour se rendre dans leur établissement scolaire.

21. Lieu de travail ou établissement scolaire à la même adresse que celle figurant en tête du formulaire ailleurs en République tchèque indiquez où ↓ district commune n° d'ordre/ n° d'orien / rue dans un autre État indiquez lequel ↓ travail sans lieu de travail permanent			
--	--	--	--

Concernant le trajet parcouru pour se rendre au travail ou à l'école indiquez :

22. Mode de transport <i>Indiquez le(s) moyen(s) de transport que vous utilisez habituellement lors d'un trajet effectué pour vous rendre au travail ou à l'école</i>			
car (à l'exclusion des transports en commun urbains)	voiture - passager	motocyclette	
transports en commun urbains	train	autre	
voiture -conducteur	bicyclette	aucun (seulement à pied)	
23. Durée du trajet <i>Indiquez combien de temps vous prend un trajet pour vous rendre au travail ou à l'école</i>			
moins de 15 min.	15 - 29 min.	30 - 44 min.	45 - 59 min. 60 - 89 min. 90 min. et plus
Indiquez la fréquence de votre trajet entre la commune de votre domicile et la commune de votre lieu de travail :			
24. Fréquence du trajet vers le lieu de travail ou l'établissement scolaire quotidienne hebdomadaire 1 ou 2 fois par mois autre			

Date, prénom et nom de la personne qui a rempli le formulaire

MERCI D'AVOIR REMPLI LE BULLETIN INDIVIDUEL

COMMENTAIRE 9

Le document analysé est la traduction du formulaire de recensement réalisé sur le territoire tchèque en 2011.

Le document n'est pas un formulaire, il en est la traduction, le complément explicatif mis à la disposition des résidents francophones de République tchèque qui sont tenus de remplir et de remettre aux autorités compétentes le formulaire en langue tchèque, comme stipulé en dessous du titre :

Veillez remplir les renseignements dans le formulaire original en langue tchèque !!!

Cependant, dans sa présentation, le texte reprend exactement la structure et la mise en page du document d'origine. Il est constitué d'un premier cadre réservé à l'administration et de toute une série d'articles numérotés (de 1 à 24) sur deux pages.

Chaque article est délimité graphiquement par un cadre.

L'ensemble du texte a été traduit (même le cadre réservé à l'administration). C'est une obligation de toute traduction de document officiel.

Étant donné la nature de ce document (formulaire administratif), la majorité du texte est constituée de périphrases, intitulés, désignations et non de phrases construites. Seules les explications complémentaires constituent des phrases syntaxiques.

10. Langue maternelle

Il est possible d'indiquer deux langues.

*tchèque slovaque rom polonais allemand langue des signes autre
indiquez laquelle*

Avant de revenir sur les différents articles de ce questionnaire, intéressons-nous justement à ces quelques phrases explicatives.

A une ou deux exceptions près, il s'agit de phrases impératives, à la deuxième personne du pluriel (vouvoiement) adressées directement à la personne qui remplit le formulaire. Elles relèvent du style administratif. Elles sont soutenues, plutôt courtes, concises. Elles doivent expliquer clairement la démarche à suivre, sans risque d'interprétation erronée. Il est donc important de souligner leur caractère précis et univoque, conservé dans la langue cible.

*Cochez la réponse choisie; rayez entièrement une case cochée par erreur et cochez la bonne case.
indiquez le nombre d'enfants*

Le reste du texte est composé de sections en général formés de syntagmes nominaux.

Domicile à la date clé

Domicile un an avant le recensement

Domicile de la mère à la naissance

Concernant la traduction de ces sections, nous pouvons les répartir en trois catégories. Certaines relèveront des universaux de langage (1), d'autres de références communes (2) et enfin certaines seront spécifiques au cadre géographique et social tchèque (3) et posent un réel problème d'adaptation.

Domicile à la date clé (1)

district (3) commune (2) n° descriptif (3) n° d'orient. (3) arrondissement (2) hameau (3) rue (1) dans un autre Etat (1)

Ce sont ces dernières qui vont, bien entendu, se révéler les plus « intéressantes ».

Comme indiqué ci-dessus, le premier problème important concerne le découpage administratif du pays qui ne correspond pas toujours au découpage utilisé en France. Dans le cas présent, le(s) traducteur(s) a(ont) choisi, soit une terminologie neutre « district », soit une démarche explicative « n° descriptif », « n° d'orient ». Le problème ici se pose dans le choix du mot « hameau » pour « část obce ». Le mot hameau n'a aucune valeur administrative, il définit un petit groupement de maisons, exclusivement en milieu rural, en dehors d'un village. Il aurait été certainement ici plus judicieux d'appliquer le même parti pris explicatif que précédemment.

Un autre exemple de choix erroné apparaît dans l'ajout du sigle « PACS », qui doit servir ici d'explication supplémentaire à l'intitulé « Partenariat déclaré ». Cette explication n'était pas indispensable car « Partenariat déclaré » est explicité par l'indication en-dessous « (personnes du même sexe) ». Le PACS est un contrat (pacte) reconnu par les autorités françaises qui n'a aucune raison d'être utilisé dans le contexte tchèque. De plus, ce contrat peut concerner des personnes de sexe opposé, d'une même famille, etc.

Les autres sections comportant des problèmes de non-concordance sont les sections consacrées aux études et à la profession.

Pour la section concernant les études, le principe choisi est explicatif mais il utilise, en fonction des possibilités, les quelques correspondances existant entre les systèmes éducatifs tchèque et français : « premier cycle » et « deuxième cycle », « enseignement secondaire » et « enseignement supérieur », « baccalauréat ».

deuxième cycle de l'enseignement secondaire technologique et professionnel complet (avec baccalauréat)

enseignement supérieur technique ou professionnel (diplôme d'enseignement supérieur)

Pour les diplômes de l'enseignement supérieur, l'effort d'unification sur le plan européen permet une traduction aisée des différents titres délivrés.

Licence ; master ; doctorat

Pour la section professionnelle, le même principe a été appliqué, profitant également des quelques cas où la situation est équivalente dans les deux pays.

Salariés ; chefs d'entreprise ; travailleurs indépendants ; aides

retraités travailleurs

Si, grâce au parti pris choisi, nous pouvons apprécier la qualité de la traduction de ces sections délicates, nous remarquerons cependant quelques choix lexicaux contestables :

- *technologique* ; *technique*, absence d'unification
- *complet* à la place de « achevé » qui prend alors ici la valeur d'un anglicisme
- *position* à la place de « catégorie professionnelle »
- *personnes aidant des membres de la famille* aurait pu être remplacé par le nom aujourd'hui lexicalisé « aidants », c'est-à-dire, une personne aidant des membres de la famille. La périphrase explicative n'était pas ici indispensable
- *travail sans lieu de travail permanent*, afin d'éviter la répétition et l'imprécision, « emploi / activité professionnelle » sans lieu de travail permanent

Pour terminer, nous relèverons encore quelques erreurs mineures dans le texte français.

près de la question correspondantethe

Uved'te kde : indiquez ici (sur la deuxième page, traduit correctement : *indiquez où*)

Toutes les apostrophes sont inversées.

La ponctuation française n'est pas toujours respectée (espace avant les signes composés).

La traduction du formulaire du recensement effectué en République tchèque au printemps 2011 n'est pas un document officiel. C'est une aide apportée aux résidents francophones. Pour cette raison, nous pourrions apprécier la traduction dans son ensemble, l'effort d'adaptation effectué malgré les quelques erreurs et imprécisions contenues dans le texte.

Kapitola 3

Funkční styl publicistický

Označuje komunikáty vznikající v rámci veřejné činnosti spojené s mezilidskou mediální komunikací, při níž dochází k informování o aktuálních společenských a politických událostech a k jejich komentování.

Žurnalistika (někdy také novinářství) je nadřazené pojmenování zahrnující zpravodajství (které slouží k informování) a publicistiku (jež hodnotí, posuzuje, přesvědčuje).¹

Pro komunikáty publicistického stylu je charakteristické, že plní **funkce**:

– informativní, persvazivní,² působící, ovlivňovací.

Styl **psaných** textů (označovaný jako novinářský, žurnalistický, styl periodického textu) se liší od **mluvené** publicistiky (pořady vysílané rozhlasem a televizí). Do sféry publicistických projevů patří i oblast agitace, propagandy i dílčí stylové oblasti **reklamy**.

Funkční styl bývá dále dělen na zpravodajský, publicistický (analytický) a publicistický (beletristický).

Základní **zpravodajské** útvary (s dominantní funkcí informativní = zpravovací): zpráva, krátká zpráva (noticka), rozšířená zpráva (článek, referát, report), oznámení (= zpráva o budoucí události; výzva, inzerát), komuniké, publicistický referát, reportáž (stojí na přechodu mezi zpravodajskými a publicistickými (analytickými) útvary).

Základní **publicistické analytické** útvary (vedle informativní funkce plní i fci persvazivní neboli přesvědčovací, dále získávací, ovlivňovací, formativní): úvodník, komentář, glosa, novinářský posudek, novinářská recenze a kritika, interview, projev, proslov, diskuse, debata, polemika, reportáž.

Základní **publicistické beletristické** útvary (vedle funkce informativní a ovlivňovací plní při využívání prvků uměleckého stylu také funkci estetickou): fejeton, sloupek, črta, medailon, reportáž.

Některé komunikáty stojí na rozhraní dvou i více stylových oblastí; existují dále i útvary hybridní jako příběh (story), fraška (crazy story), fíčr (dramatizovaný příběh) aj.

Odborná literatura o publicistice uvádí i další klasifikaci podle různých kritérií a aspektů, definuje např. publicistiku analytickou, beletrizující, blábolivou, manipulátorskou, úvahovou, spekulativní, investigativní.

Specifickou oblast tvoří mluvená publicistika.

Ovlivňovací a přesvědčovací funkci má také **reklama**.

Publicistický styl je dynamický (neustále se vyvíjí), tematicky mnohotvárný, plní bohaté dílčí funkce s těžištěm ve zpravodajských a analytických útvarech.

1 Vymezení terminologie žurnalistika – publicistika viz ČECHOVÁ, 2008, s. 244.

2 Persvaze: získávání, ovlivňování, přesvědčování. Pojem persvaze zahrnuje v širším smyslu funkce přesvědčovací, získávací, ovlivňovací, vybízecí, hodnotící a uvědomovací. Cílem persvaze je formování vědomí recipientů a působení na veřejné mínění. Persvaze je konstituujícím rysem funkčního stylu publicistického, kam se v současné české stylistice řadí i texty reklamní a funkčního stylu rétorického.

Stručné novinové zprávy mají funkci informativní, přičemž mohou být strohé, nociónálně stylizované; jiné slohové útvary jsou informačně analytické s funkcí komunikační a zároveň získávací a ovlivňovací, kde se objektivní výkladové pasáže komentující střídají s objektivizovanými úvahami, objevují se i expresivně podbarvené glosy a fejetony (i beletrizované, případně tíhnoucí k familiárnosti). Publicistický styl má dost společných prvků se stylem odborným.

Specifická je publicistika politická, sportovní, s tématy společenskými a ekonomickými apod.

Jazyková stránka publicistických projevů

- ovlivněna základními funkcemi (**persvazivní, získávací a přesvědčovací**)
- publicistický text většinou vzniká v časovém presu a s minimální možnou přípravou (zpravodajství, sportovní reportáže)
- dbá na úroveň obsahovou a formální

Modelové, automatizované způsoby vyjadřování (vyplývají z opakujících se situací vzniku a publikování komunikátů): kompozice čísla novin, rozsah a sled rubrik. Z potřeby zaujmout je tato stereotypnost vyvažována **vědomým narušováním** (titulek, grafické zvýraznění, obrazový a další dokumentační materiál, a také volba jazykových prostředků – je třeba nacházet prostředky nové, stylově aktivní).

Dobové zakotvení se týká obsahu, ale i výrazu: sepětí stylové oblasti s dobou je výraznější než u jiných funkčních stylů.

Publicismy (osobité výrazové prostředky publicistické stylové vrstvy: *tunelovat; politické spektrum; časový horizont; praní špinavých peněz*) – jde o nehomogenní skupinu prostředků zahrnující někdy i nespisovné výrazy.

Stylová vrstva publicistická

- základem jazyka žurnalistiky je neutrální spisovná vrstva prostředků; všechny výrazové prostředky jiných vrstev spisovného jazyka, např. prostředky knižní nebo hovorové, a zejména prostředky za hranicemi spisovného jazyka se v publicistice stávají příznakovými a mohou funkčně vystupovat jako prostředky stylově aktivní
- relativně stálá, neměnná: ustálené, stereotypní konstrukce a obraty (projevem automatizace vyjadřování), dochází k formalizaci jazyka využívajícího charakteristických publicismů
- stabilizované výrazové prostředky se zároveň neustále obměňují – na adresáta působí svou novostí

osobité výrazové prostředky publicistické stylové vrstvy

obrazná vyjádření

(metafora, přirovnání, metonymie, synekdocha, personifikace)

- nová obrazná pojmenování a obrazná přirovnání = základní prostředek stylové aktivizace (*vláda chystá polštář pro železničáře; smršť lednových slev; šňůry aut před ospalou celnicí; zemědělci nafukují bublinu*)
- metaforika nebývá složitá, na rozdíl od metaforu umělecké lze m. publicistickou vždy jasně rozeznat a dešifrovat
- k nejčastějším postupům patří personifikace (*radnice se zlobí; lesy žalují*)
- porušení stereotypu: využívá se už existujících vyjádření a reminiscencí na ně (*svlékání ze železné košile; trh oponou trhnul*); aktualizované výrazy ale podléhají automatizaci...

- časté užití opakujících se výrazů vede k lexikalizaci, popř. ke vzniku ustálených obrazných rčení, často považovaných za novinářská klišé (*bitva o radar; bitva o zrno; otevřely se brány škol*) – jejich stylová aktivnost klesá
- na základě metaforické obraznosti, přímých příměrů a různých analogií vznikají často celé texty nebo jejich části – většinou jde o tzv. **taženou metaforu** (*V české společnosti kvete rasismus. Vláda nepochybně semena rasismu nezasévá. Svým postojem se však stará o to, aby tato nebezpečná rostlina měla dostatek živin a prorůstala všemi úrovněmi moci.*)
- časté je i spojení výrazů náležejících svou sémantikou do jiné komunikační sféry (*kolotoč spekulací; finanční injekce; režisérí ekonomiky*) a také parafráze kulturních frazémů, aluze literárních výroků, reminiscence kulturních a historických událostí

módní výrazy, výrazy odrážející dobu vzniku

(jednoslovná a víceslovná pojmenování, ustálená spojení užívaná s velkou frekvencí v politice, ekonomice, kultuře, ve sféře obchodní, finanční, státoprávní, diplomatické apod. – v daných oblastech patří tyto výrazy k oborové terminologii, s informacemi o dané oblasti se pak přenášejí do publicistiky): *podílové fondy; trh práce; daňový poplatník; prodejní řetězec*

- souvisí s tím i zvýšený výskyt přejatých slov, která jsou v určité době módní (*image; boss; firemní know how*) – jejich přílišné množství v určitých projevech může znesnadňovat plnění základní informativní funkce textu (viz též „*langue de bois*“)
- zejména hodnotící adjektiva v určitých spojeních přecházejí v novinářská klišé (*palčivé otázky; plodná diskuze; horký favorit; zahozená šance*)
- dobové publicismy: *ústavní mechanismus; tržní mechanismus; mechanismus boje proti korupci; navýšit povinnost senátorů; mapovat, zmapovat (situaci)* atd. – *Slovník spisovného jazyka českého* (1994) je zachycuje a označuje uvedením zkratky „*publ.*“
- publicismy, původně výrazy z odborné sféry, jež projdou desémantizací; v souvislosti s novým obrazným použitím se jejich význam dále rozšiřuje: *spektrum* – původně fyzikální termín, nově *spektrum úkolů*; a podobně: *artikulovat (problémy); filozofie (trhu); mantinel (diskuze); injekce (finanční); stimulace (podnikání; růstu)* ap.
- publicismy se někdy stávají slovy módními: *kauza (k. biolih); dopad (d. ekonomické reformy); monitorovat; scéna*. Módní jsou i publicistická pojmenování nových jevů a reálií (*emisní povolenka; spotřební koš; nemoc šílených krav*). Módní publicismy nalézáme i mezi frazémy

frazémy

v textech se objevují stylově protikladné frazémy – tradiční lidové a současně i knižní (literární, kulturní, mající původ v antické slovesnosti nebo v bibli); příznačná je jejich výrazná proměna a specifická funkce (*co Čech, to muzikant* → *co Čech, to vydavatel*)

- nejčastější jsou frazémy lidové a kolokviální, které jsou vlastní spontánní běžně mluvené komunikaci; hovorový ráz vnáší do stylu např. spojení *být jako ze škatulky; mlet svou; hrát pod psa*
- častá jsou ustálená (již téměř bezpříznaková) spojení: *husarský kousek; medvědí služba; tvrdý oříšek; šedá zóna*
- sportovní frazémy – nejen v textech mluveného a psaného sportovního zpravodajství a dalších textech se sportovní tematikou, ale pronikají i do jiných komunikátů: *nasadit latku vysoko; ladit formu*

- knižní, literární frazémy, biblismy, ustálená spojení z antiky, popř. s náboženskou tematikou (původní příznak knižnosti se ztrácí, frazémy stereotypností nabývají na nepříznakovosti): *nést trnovou korunu; obětní beránek; Achillova pata; trojský kůň*
- publicismy = ustálená spojení, která vznikají v žurnalistice či ve sféře politického nebo společenského života i v profesní sféře a která jsou žurnalisty maximálně využívána: *zorný úhel; klíčový význam; palčivá otázka; horké křeslo; korunovat úspěchem; vstoupit do dějin; sametová revoluce* (původně obrazné vyjádření, nyní už vnímáno jako termín), *stará struktura; pád železné opony; kráčet do Evropy* ap.
- také přísloví, rčení, pořekadla se inovují, uplatňují v nových souvislostech
- pro publicistiku je charakteristické nedokončení frazému, např. nedopovězení rčení, přísloví, pránostik, literárních výroků ap.: *jiný kraj (jiný mrav)*, nebo jejich aktualizace prostřednictvím substituce, kontaminace, transformace: *Je cosi shnilého ve státě evropském; Co na srdci, to na papíře*, popřípadě jejich postupné rozvíjení v širší kontext

výrazy zobecňující sdělení

proti obecné tendenci informovat věcně a výstižně (konkrétně a přesně) se v publicistice objevuje i záporná tendence protichůdná: vyjádření neurčitě, povšechně, obecně shrnující, zobecňující (oblíbené jsou výrazy *zdroje; síly; kruhy; veřejnost; subjekty; mechanismy; scéna; odpovědní činitelé*, z nichž některé jsou módní: *pořádek narušily asociální živly; široké kruhy veřejnosti; vyjádřila se odpovědná místa všech zainteresovaných kruhů*)

- autor projevu buď bližší informace nemá, nebo se vědomě snaží vyjadřovat „diplomatsky“
- často užívaná zneurčitění propozice nabývají charakteru fráze, typického automatizovaného prostředku těchto komunikátů

specifický shodný atribut

atribut publicistický, vytčený – výrazný syntaktický prostředek stylové aktivizace a aktualizace, je i prostředkem kondenzace vyjádření, představuje implicitnost (jednoduchý, stručný, přímý prostředek rychlého předání informace) – jeho užití je výhodnější oproti vyjádření opisem, vedlejší větou, popř. neshodným atributem explicitním

- *finanční rok; kariérní žebříček; vývozní úkoly; farmářské ceny; daňová zátež; cenová válka*
- některá spojení se stávají stereotypy, získávají charakter pojmu (*termínový kalendář; mléčné kvóty; kapitálová investice*)
- při vzniku kratšího, eliptického vyjádření bývá vynecháno jedno i více významových jader – pro neinformovaného adresáta tak může být spojení až nesrozumitelné (*startuje tenisová Anglie* = začíná turnaj ve Wimbledonu; *energetický balíček* = soubor opatření k úspoře energetiky; *pomlčková válka* = spor o psaní nového názvu státu s pomlčkou; *zelená poslankyně* = poslankyně strany zelených)

specificky publicistické parenteze, intertextovost

pro publicistiku jsou typické parenteze vyjadřující postoj jiných – vnášejí do stylu těchto projevů bezprostřednost sdělení, naléhavost argumentu, jsou prostředkem stylové aktivace

- připomínají obecné, popř. veřejné mínění – *jak se říká; je známo*
- dovolávají se svědectví jiného pramene – *jak (někdo, něco) řekl / napsal / uvedl / připomněl*

v různém rozsahu a s různou naléhavostí se v nich objevuje kladný nebo záporný postoj autora (*jak výstižně říkáme; jak správně uvádí*)

- některé parenteze jsou ustálené, stereotypní, nabývají charakteru publicistické fráze (*jak sdělila mluvčí policie; jak uvádějí dobře informované kruhy; jak to oznámil zdroj, který si nepřeje být jmenován*)
- uvozují přímou řeč nebo se jich užívá při předání myšlenky vyřčené někým jiným (*Naše nároky, pokračoval referující, neustále rostou.*)
- získávací a přesvědčovací funkce je zvýrazněna připomínkou myšlenek významných osobností, odvoláním se na trvale platné hodnoty i okřídlená rčení, popř. je tento prostředek projevem tendence opírat se o názor autority, integrovat cizí poznatky
- velmi časté jsou přímé citace s využitím uvozovek – publicistický komunikát tak bývá složený z částí jiných, je textem z textů = jeden z nejvýraznějších rysů současného publicistického stylu, zvl. stylu zpravodajského

specifické užití jiných jazykových prostředků

- zejména pro sportovní žurnalistiku jsou typické **syntaktické konstrukce** typu *mužstvo útočilo Dvořákem*
- pro úvodník, naléhavě přesvědčující politický komentář, pro sportovní zpravodajství je charakteristický **vytýkací opis** typu *byl to výborný hokej, který odvedli domácí; byl to dobrý kolektiv, který dokázal. . .*
- psaná publicistika využívá prostředků **kondenzačních**, zajišťujících sevřenou syntaktickou stavbu – konstrukce s nepůvodními předložkami (*díky*) a výrazy předložkové povahy, které mají charakter prostředků automatizovaných (*u příležitosti; v rámci; v zájmu; v duchu*); tato spojení jsou příznačná i pro oblast odbornou a pro stylovou sféru administrativní
- získávací a uvědomovací funkci podporují také prostředky signalizující **kontakt s adresátem** (*mějme nároky na kvalitu; učňme vše pro. . .; posuďte sami. . .*), stejnou funkci plní užití věty tázací, zvolací, přací, zvl. řečnické otázky, titulky
- rozšířeným jevem jsou tzv. **nepravé věty vedlejší**, nejčastěji vztahné věty přívlastkové, věty příslovecně časové ap., často jde o téměř mechanický syntaktický prostředek pro určité situace (*XY přijel (někam), kde se sešel s. . .; V diskusi vystoupil XY, který zdůraznil. . .; Zápas skončil nerozhodně, když ještě v poločase vedli domácí.*)
- zejména v oblasti politického zpravodajství dochází k hromadění přenášených informací, výpověď je často sémanticky nasycena spoustou údajů – převážně jde o hromadění **genitivních konstrukcí**, které vznikají lineárním řazením termínů a terminologických sousloví (*účastníci londýnského zasedání pracovní komise světového kongresu mírových sil. . .*); často se „uměle“ vytvářejí závislosti se slovy *otázka; problém; problematika* (*v popředí zájmu byly otázky plnění úkolů ve sféře problematiky ochrany životního prostředí. . .*)
- informační a persvazivní funkci posiluje záměrné užívání **emocionálních, expresivních** výrazů – jejich užití může být inherentní (např. deminutiva), adherentní i kontextové (*cenový bombónek*)
- **jazykové prostředky z jiných útvarů a poloútvárů národního jazyka** (základem jazyka žurnalistiky je neutrální spisovná vrstva prostředků, všechny výrazové prostředky jiných vrstev spisovného jazyka, např. prostředky **knížní** nebo **hovorové**, a zejména substandardní se v publicistice stávají příznakovými, jsou stylově aktivní); užití **nespisovnosti** v psané publicistice bývá motivované – vědomé, záměrné (navození autentičnosti prostředí a situace), někdy je projevem ekonomičnosti komunikace (univerbizované výrazy – *jazykovička; nezískovka; obchodák*); nespisovné jazykové prostředky jsou často uváděny v uvozovkách (výraznější persvaze); podíl **výrazů profesních a slangových** narůstá ve sportovním zpravodajství a v tisku lokálním; **obecná čeština** proniká do bezprostředního rozhlasového a televizního vysílání, v některých typech mluvené publicistiky dokonce obecná čeština převládá

- **metajazykový charakter vyjádření** – odráží jisté hodnotící metajazykové uvědomění autora, v psaném projevu je signalizováno užitím **uvozovek** (omlouvají nespisovnost i jinou příznakovost výrazu; ukazují na vědomé užití výrazu vnímaného autorem jako nevhodný při stylizaci oficiálního textu; objevují se v souvislosti s metaforičností vyjadřování, někdy s vyjádřením expresivním) – upozorňují na záměr autora, na možné konotace; podobně též intertextovost a parenteze

přejatá slova

cizí slova jsou odrazem doby, rozšiřujícího se poznání, technologického pokroku, měnících se společenských a politických poměrů; jsou vlastní odbornému vyjadřování, ale rychle se promítají i do publicistických textů; do publicistiky pronikají z různých oborů, zvl. ekonomiky, počítačové a jiné techniky ap., nové přejímky zachycuje i sportovní publicistika (nové sporty: *nordic walking, paintball*)

- současně s užíváním těchto výrazů dochází k počešťování jejich podoby (*byznys; manažer; lídr*)
- výskyt **slov přejatých** je v publicistice výrazný i tehdy, kdy se nabízejí české protějšky, adekvátní významově i funkčně (*brífink; párty; summit*), a to i v případech **frazémů** (*no comment; sui generis*)
- v poslední době je výrazné též rozšíření **kompozit** (včetně hybridních) – *europoslanec; euroregion; bionafta; biopotraviny*

Le traitement de l'événement

Il faut faire une distinction entre « l'événement brut » et « l'événement médiatique ».

L'événement brut est quelque chose qui se produit ou s'est produit, une modification de l'état du monde phénoménal qui se manifeste physiquement, qui est percevable, mais encore sans signification. Pour qu'il signifie, il faut évidemment qu'il soit perçu, mais aussi que s'exerce à son égard un discours qui le dotera de sens en l'intégrant dans un monde d'intelligibilité sociale.

L'événement médiatique est le résultat de l'un de ces discours qui transforment l'événement brut en événement susceptible d'être perçu et entendu par les récepteurs de l'information. Cependant l'activité de transformation de l'instance médiatique ne s'exerce pas n'importe comment. Elle dépend à la fois des propriétés potentielles de l'événement brut et du contrat de communication qui la lie au consommateur d'informations. Ainsi, l'événement médiatique se construit selon trois types de critères : d'**actualité**, puisque l'information médiatique doit rendre compte de ce qui advient dans une temporalité coexistente à celle du sujet-informateur-informé (principe de modification) ; d'**attente**, puisque l'information médiatique doit capter l'intérêt-attention du sujet-cible, et donc doit jouer avec son système d'attente, prévision/imprévision (principe de saillance) ; de **socialité**, puisque l'information médiatique doit traiter de ce qui surgit dans l'espace public, et dont il faut assurer le partage et la visibilité (principe de prégnance).

Trois finalités de base caractérisent le traitement de l'information :

- **rapporter** ce qui se passe ou s'est passé dans l'espace public, construisant ainsi un espace de médiatisation, appelé « événement rapporté ». Cet événement est constitué des actions et des faits qui en résultent, avec les êtres (actants) qui s'y trouvent impliqués ; on parle dans ce cas de « fait rapporté ». Mais il peut également être constitué de paroles, c'est-à-dire des déclarations et autres réactions verbales provenant des acteurs de la vie publique. On parle alors de « dit rapporté ». Le médiateur qui rapporte l'événement est dans ce cas représenté par la figure du « rapporteur » ;
- **commenter** le pourquoi et le comment de l'événement rapporté par des analyses et points de vue divers plus ou moins spécialisés et, éventuellement, justifier ses propres engagements ou prises de position. L'explication qui en est donnée peut porter soit sur le « fait rapporté », soit sur le « dit rapporté ». On parle ici d'« événement commenté ». Le médiateur qui explique est dans ce cas représenté par la figure du « commentateur » ;
- **provoquer la confrontation d'idées** à l'aide de différents dispositifs tels que tribunes d'opinion, interviews ou débats pour contribuer à la délibération sociale. On parle d'« événement provoqué ». Ici, le médiateur qui joue ce rôle est représenté par la figure du « provocateur-animateur ».

Description du « dit rapporté »

Il repose sur trois types d'opération : la sélection qui est faite sur le dit d'origine, l'identification d'éléments dont dépend le dit d'origine et la manière de rapporter.

La **sélection** peut être totale ou partielle. Totale, elle présente le dit in extenso, ce qui produit un effet d'objectivation, d'effacement du locuteur rapporteur et d'authentification du dit. Partielle, elle présente le dit rapporté de manière tronquée (extraits), ce qui produit un effet de subjectivation dans la mesure où est imposé au regard (ou à l'oreille) une partie seulement du dit d'origine.

L'**identification** des éléments dont dépend l'énonciation du dit d'origine peut être elle aussi totale (tous les éléments), partielle, ou elle peut ne pas être. Plus le locuteur qui rapporte identifie, plus il apporte un gage d'authentification de ce qui a été dit. A ne pas identifier l'auteur d'une déclaration il peut

se produire un effet d'assumption de l'énoncé par le journal, alors que si l'identification est faite, cela manifeste une mise à distance du journal.

La manière **de rapporter** : le discours d'origine peut être rapporté de différentes façons par le locuteur rapporteur :

- il peut être **cité** (la citation) – le dit d'origine est rapporté plus ou moins intégralement, dans une construction qui est censée le reproduire tel qu'il a été énoncé, avec des marques qui le désignent comme ayant une autonomie dans le dire du locuteur qui rapporte (ce qui correspond à ce qu'on appelle « le discours direct » dans la grammaire traditionnelle ou dans la stylistique portant sur des textes littéraires). Les marques les plus usitées sont les deux-points et les guillemets ;
- il peut être **intégré** – le dit d'origine est rapporté à la troisième personne (en « il ») dans une construction qui l'intègre partiellement au dire de celui qui rapporte, ce qui entraîne des modifications dans l'énoncé d'origine : les adjectifs, les pronoms ainsi que le temps verbal dépendent non pas du moment d'énonciation d'origine, mais du moment d'énonciation du locuteur qui rapporte. Ainsi : « Ma vie est en danger » sera rapporté : « Il a dit que sa vie était en danger » ou bien, comme dans le roman moderne, en deux énoncés séparés par un ou deux points : « Il a fini par le dire. Sa vie était en danger. » Ce dernier type de construction donne une certaine autonomie au dit rapporté, tout en l'intégrant au dire du locuteur qui rapporte (la grammaire traditionnelle parle de « style indirect » et de « style indirect libre ») ;
- il peut être « **narrativisé** » – le dit d'origine est rapporté de telle sorte qu'il s'intègre totalement, voire disparaît, dans le dire de celui qui rapporte. Le locuteur d'origine devient l'agent d'un acte de dire. Ainsi : « Je t'aime » pourra être rapporté : « Il lui a déclaré son amour », procédé que l'on trouve fréquemment dans les titres de journaux qui résument volontiers des longues déclarations (« Charles Pasqua et Philippe Séguin veulent réveiller leur association »). On voit que dans ce cas le dit d'origine subit une double transformation morphologique : la modalité d'énonciation se trouve reprise ou explicitée par un verbe de modalité (« déclaré », « précise », veulent »), et l'ensemble du dit d'origine se trouve résumé, la plupart du temps, par un nom (« amour », « association ») ou un verbe à l'infinitif (« réveiller ») ;
- il peut être **évoqué** (l'allusion) – le dit d'origine n'apparaît plus que comme une touche évocatrice de ce que le locuteur d'origine a dit ou, plus souvent, a l'habitude de dire. Cette façon, qui est souvent configurée par un mot ou un groupe de mots entre guillemets, tirets ou parenthèses, correspond à un « comme il dit », « comme on dit », ou « comme je me plais à dire ». Ainsi : « Vous n'allez pas me dire que c'est 'un détail' », le mot entre guillemets fait allusion à : « comme dit Le Pen » (allusion à la déclaration faite par cet homme politique français traitant les chambres à gaz relatives au génocide nazi de « détail » de l'Histoire). La presse utilise également ce procédé, soit en évoquant seulement un mot ou une expression de la déclaration d'origine (« comme il dit lui-même ») : Million juge la situation de l'emploi 'très préoccupante', soit en introduisant une expression qui est dans l'air du temps, sans que le locuteur d'origine ne l'ait employée (« comme on dit en ce moment ») : « Le premier ministre met l'accent sur le 'dialogue social' ».

La langue de bois³ (appelée parfois de manière humoristique xyloglossie ou xylolalie, du grec *xylon* : bois et *glossa* : langue ou λαλέω / *laleô* : parler) est une figure de rhétorique consistant à détourner la réalité par les mots.

C'est une forme d'expression qui, notamment en matière politique, vise à dissimuler une incompétence ou une réticence à aborder un sujet en proclamant des banalités abstraites, pompeuses, ou qui font appel davantage aux sentiments qu'aux faits.

Mais il ne s'agit pas toujours d'impressionner l'interlocuteur en passant pour plus savant qu'on l'est. La langue de bois en politique a en sus d'une utilité sophistiquée, une utilité diplomatique : les mots servent alors à neutraliser ou à adoucir les choses qu'ils qualifient. De ce point de vue elle est l'œuvre de la prudence et de la ruse qui sont les qualités cardinales du souverain.

Literatura

ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha: NLN, 2008, s. 244–270.

CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: Nathan, 1997.

3 http://fr.wikipedia.org/wiki/Langue_de_bois

Ve Springfieldu je rušno. Když se daběři nedomluví se studiem, Simpsonovi skončí

5. 10. 2011 | poslední aktualizace: 7. 10. 2011 09:07

Mediální konglomerát News Corporation, pod který patří studio 20th Century Fox produkující seriál Simpsonovi, chce výrazně šetřit. Daběři Simpsonů odmítli snížení mezd o 45 procent. Dosud byl každý z nich zvyklý na osm milionů dolarů (téměř 150 milionů korun) za sezonu.

Budoucnost animované rodinky Simpsonových je ohrožená.

Americká televizní společnost 20th Century Fox Television, která seriál populární na celém světě produkuje, v úterý podle agentury Reuters uvedla, že si výrobu dalších dílů za současného „obchodního modelu“ nemůže dovolit.

Televize patřící pod křídla mediálního konglomerátu News Corporation chce výrazně snížit odměny dabingovým hercům. Ti s tím ale nesouhlasí.

„Domníváme se, že tento brilantní seriál může a měl by pokračovat, ale nemůžeme vyrábět budoucí řady za těchto finančních podmínek,“ uvedla Fox v prohlášení, jímž reagovala na zprávy, že herci, kteří animovaným postavčkám satirické komedie propůjčují hlasy, odmítli navrhované snížení mezd o 45 procent.

„Doufáme, že budeme moct dosáhnout dohody s hlasovými herci tak, aby Simpsonovi mohli bavit diváky původními epizodami mnoho příštích let,“ uvádí se dále v prohlášení.

Simpsonovi v češtině

„Doufáme, že budeme moct dosáhnout dohody s hlasovými herci tak, aby Simpsonovi mohli bavit diváky původními epizodami mnoho příštích let,“ uvádí se dále v prohlášení.

Simpsonovi jsou nejdéle běžícím komediálním seriálem v amerických televizích. První díl byl odvysílán v prosinci 1989. Vysílá se ve více než stovce zemí v 50 jazykových mutacích a jeho tržby jdou do miliard dolarů.

Simpsonovi v angličtině

Prohlášení Fox následovalo po zprávě na serveru The Daily Beast, že šest klíčových dabingových herců má problémy se snížením svých odměn. Jsou mezi nimi Dan Castellaneta (Homer), Julie Kavnerová (Marge), Nancy Cartwrightová (Bart) i Yeardley Smithová (Líza).

Dosud byl každý z nich zvyklý na osm milionů dolarů (téměř 150 milionů korun) za sezonu. Pokud se na nových smlouvách nedohodnou, hrozí seriálu konec.

Autoři: ČTK, LR

Zdroj

<http://life.ihned.cz/film-a-divadlo/c1-53112310-ve-springfieldu-je-rusno-kdyz-se-daberi-nedomluvi-se-studiem-simpsonovi-skonci>

TEXTE 10/II

La fin des Simpson n'aura pas lieu

Mis à jour le 10/10/2011 à 17:52 | publié le 10/10/2011 à 17:34

Par lefigaro.fr

À la suite d'un conflit qui opposait la Fox et les acteurs jouant les voix des personnages, la direction de la chaîne a menacé d'arrêter la série. Un accord a été trouvé et deux saisons supplémentaires sont prévues.

Plus de peur que de mal. Au lieu de disparaître, Les Simpson sont repartis pour deux saisons de plus, les 24^e et 25^e, portant le total des épisodes à 559. Malgré son succès planétaire, les dirigeants de la Fox n'ont pas hésité à brandir l'ultimatum de l'arrêt de la série pourvue de 27 Emmy Awards. La cause : un différend financier avec les acteurs qui doublent les voix des personnages.

La chaîne qui alléguait des coûts de productions trop élevés, a demandé aux doubleurs de réduire leurs appointements de 45 %. Selon le site web Hollywood Reporter les acteurs ont accepté une réduction de salaire de 30 % sur les 440.000 dollars qu'ils percevaient pour chaque épisode. Leur nouvel appointement par épisode avoisinerait dorénavant les 330 000 dollars.

Créée en 1987 par James L. Brooks et Matt Groening, la série s'avère un véritable phénomène culturel suivie par des millions de téléspectateurs depuis sa diffusion en 1989. Ses personnages Homer, et Marge, les parents, et leurs enfants Bart, Lisa et Maggie forment une famille de «prolos» au grand cœur et sont devenus des stars internationales. La famille de Springfields, ville fictive, détient le record de longévité télévisuelle en matière de dessin animé. De manière satirique, la série politiquement incorrecte, dissèque la classe américaine moyenne s'adressant aussi bien aux enfants qu'aux adultes. Forte de son succès, la série a fait l'objet d'un long métrage en 2007, *The Simpsons Movie*.

Par lefigaro.fr

Zdroj

<http://www.lefigaro.fr/culture/2011/10/10/03004-20111010ARTFIG00585-la-fin-des-simpson-n-aura-pas-lieu.php>

KOMENTÁŘ 10

Oba články pojednávají o jedné události. Český byl zveřejněn o pět dní dříve, proto francouzský obsahuje informace i o tom, jak se záležitost vyvíjela dále. V této analýze nás ale bude zajímat především to, do jaké míry autor článku považuje svého čtenáře za obecně informovaného o pojmech a faktech, jež se v textu objevují.

Český článek vyšel v elektronické verzi tištěného deníku *Hospodářské noviny* (ihned.cz), francouzský v elektronické verzi tištěného deníku *Le Figaro*. Obě média jsou z hlediska čtenářské obce (a tedy i autorské strategie) v podstatě srovnatelná.

Ani u jednoho z článků není explicitně uveden autor: pod českým textem se uvádí *Autoři: ČTK, LR*, tedy odkaz na zdroj informace a značka autora; v případě francouzského textu je pod titulkem a znovu dole pod článkem uvedeno *Par lefigaro.fr*, čímž se rozumí, že za obsah a zpracování článku ručí redakce deníku.

Základní charakteristika článků

Oba texty referují o tom, že výroba dalších dílů známého amerického seriálu *Simpsonovi* možná bude ukončena. První článek uvádí, že producent zvažuje pozastavení či zastavení projektu, druhý článek zpravuje o tomtéž s odstupem několika dní, proto už popisuje dohru dané záležitosti: základní problém je dočasně vyřešen, blízká budoucnost seriálu je zajištěna. V obou verzích se přesně zmiňuje příčina události, totiž příliš vysoká cena televizního seriálu způsobená (pravděpodobně) nadsazenými požadavky dabérů na honorář.

Oba texty jsou čistě informativní, subjektivní přístup autorů se projevuje především v pasáži, kdy popisují daný televizní seriál. Samotnou událost (hrozba zastavení projektu) nekomentují, jen ji oznamují.

Společné rysy článků

Oba články vykazují některé ze základních charakteristik publicistických textů. Vedle funkce informativní, která převažuje, mají i funkci přesvědčovací a získávací, jež je patrná na první pohled: potřeba upoutat čtenáře, získat jeho pozornost, se nejmarkantněji projevuje ve stylizaci novinového titulků: *Ve Springfieldu je rušno [...] Simpsonovi končí; La fin des Simpson n'aura pas lieu.*

Dominantní informativní (zpravovací) funkce, a také objektivita a věrohodnost předkládané informace, je v obou textech posílena například:

- odvoláváním se na zdroje (*Americká televizní společnost 20th Century Fox Television, která seriál populární na celém světě produkuje, v úterý podle agentury Reuters uvedla; ...uvedla Fox v prohlášení, jímž reagovala na zprávy, že...; uvádí se dále v prohlášení; Prohlášení Fox následovalo po zprávě na serveru The Daily Beast; Selon Le site web Hollywood Reporter*),
- uvedením faktických detailů, jako přesný název producenta: *Mediální konglomerát News Corporation, pod který patří studio 20th Century Fox produkující seriál Simpsonovi; Americká televizní společnost 20th Century Fox Television, která seriál populární na celém světě produkuje; Televize patří pod křídla mediálního konglomerátu News Corporation*, popřípadě jmen dabérů: *Jsou mezi nimi Dan Castellaneta (Homer), Julie Kavnerová (Marge), Nancy Cartwrightová (Bart) i Yeardley Smithová (Líza)...*,
- zmiňováním přesných číselných údajů (*snížení mezd o 45 procent; První díl byl odvysílán v prosinci 1989; Vysílá se ve více než stovce zemí v 50 jazykových mutacích a jeho tržby jdou do miliard dolarů; šest klíčových*

dabingových herců; osm milionů dolarů (téměř 150 milionů korun) za sezonu; Les Simpson sont repartis pour deux saisons de plus, les 24^e et 25^e, portant le total des épisodes à 559; la série pourvue de 27 Emmy Awards; réduire leurs appointements de 45 %; une réduction de salaire de 30 % sur les 440.000 dollars qu'ils percevaient pour chaque épisode; Leur nouvel appointement par épisode avoisinerait dorénavant le 330 000 dollars; Créée en 1987 par James L Brooks et Matt Groening, la série...; suivie par des millions de téléspectateurs depuis sa diffusion en 1989; un long métrage en 2007).

Oba články obsahují jazykové prostředky aktualizací a ozvláštňující, mezi něž patří například publicismy, módní výrazy, klišé, expresivní výrazy, hodnotící výrazy, popřípadě intenzifikátory, jejichž relevance nemusí být vždy objektivní: *každý ... je zvyklý na osm milionů dolarů za sezonu; seriál populární na celém světě; brilantní seriál; šest klíčových herců má problémy se snížením svých odměn; pokud se nedohodnou, ... hrozí konec; À la suite d'un conflit qui opposait la Fox et les acteurs; la direction de la chaîne a menacé d'arrêter la série; un accord a été trouvé; plus de peur que de mal; les Simpson sont repartis pour deux saisons de plus; portant le total des épisodes à 559; son succès planétaire; les dirigeants de la Fox n'ont pas hésité à brandir l'ultimatum de l'arrêt de la série; la chaîne alléguait des coûts de productions trop élevés; leur nouvel appointement par épisode avoisinerait dorénavant le 330 000 dollars; la série s'avère un véritable phénomène culturel; une famille de «prolos» au grand cœur et sont devenus des stars internationales; la famille ... détient le record de longévité télévisuelle en matière de dessin animé; la série politiquement incorrecte dissèque la classe américaine moyenne s'adressant aussi bien aux enfants qu'aux adultes; forte de son succès, la série a fait l'objet d'un long métrage.*

Koherence a koheze

V obou textech je zajímavé sledovat základní prostředky zajišťující koherenci textu – ty můžeme identifikovat jak na základě souhrnu informací zmíněných v textu, tak na základě kontextu (článku; daného média; předpokládaných vědomostí čtenáře, s odvoláním na jeho kulturní rozhled). Kontext článku tvoří při elektronickém publikování – na webových stránkách daného deníku – jeho bezprostřední okolí (informace uvedené na stejné stránce, poblíž textu: obrázky, odkazy na související texty, někdy například i kontextová reklama).

Informace zmiňované přímo v textu jsou určitým způsobem uvedeny, strukturovány, zdůrazněny atp. Jeden ze základních postupů u novinářského článku je princip tzv. pyramidy (může stát špičkou nahoru, anebo dolů, což je častější: autor postupuje od hlavní informace k podrobnostem, tzn. že zprávu oznámí a dále rozvede, doplní detaily, komentářem a podobně. V obou našich článcích je toto schéma použito, u českého s tím rozdílem, že autor v závěru znovu zopakuje, co již bylo uvedeno v perexu a na začátku textu).

Vedle prostředků zajišťujících **koherenci na úrovni textu** (členění textu na odstavce, funkční větná perspektiva a tematická posloupnost), spolupůsobí na to, jak bude text čtenářem vnímán a pochopen, také **prostředky koheze**. Tedy jazykové prostředky zajišťující návaznost jednotlivých částí textu. Jsou to jednak prostředky koheze **lexikální** (zajišťují odkazování ke stejným informacím – nejčastěji jde o anaforu, odkázání na již uvedené například pomocí deixe, opakování výrazu, nahrazení synonymem nebo hyperonymem, pak tedy generalizací, tj. užitím obecnějšího pojmenování, nebo naopak konkretizací, tj. užitím specifitějšího pojmenování, popřípadě také vypouštění už známého, tj. nevyjádřený podmět, atp.), dále prostředky **gramatické** koheze (zajišťují návaznost textu pomocí gramatických prostředků, např. pronominalizace) a **konektory** (spojky, spojovací výrazy), které signalizují, v jakém vztahu jsou části textu (věty, souvětí, odstavce...) a v nich vyjádřené myšlenky.

Koheze na úrovni české věty *Americká televizní společnost 20th Century Fox Television, která seriál populární na celém světě produkuje, v úterý podle agentury Reuters uvedla, že si výrobu dalších dílů za současného „obchodního modelu“ nemůže dovolit.* je zajištěna například zde vyznačenými koncovkami sloves: 3. osoba sg, ženský rod – sloveso se vztahuje k podmětu „televizní společnost“, jenž je zároveň součástí východiska (tématu) souvětí, jehož jádrem (rématem) je informace „že si výrobu dalších dílů nemůže dovolit“. Pojem „Americká televizní společnost 20th Century Fox Television“ je v navazující vedlejší větě zastoupen zájmenem vztažným „který“ (anafora). To vše jsou prostředky, jež autor používá, aby sdělovaná informace byla smysluplná, pokud možno stručná a jasná.

Ve francouzské větě *Créée en 1987 par James L Brooks et Matt Groening, la série s'avère un véritable phénomène culturel suivie par des millions de téléspectateurs depuis sa diffusion en 1989.* je koheze zajištěna ženskými tvary slovesných přičestí, koncovkou slovesa „s'avérer“ (3. os. sg) a přivlastňovacím zájmenem „sa“. Navíc můžeme pozorovat jeden z typických vzorců francouzské větné struktury: apozice, neboli kataforické vyjádření („*créée ... la série s'avère un véritable phénomène*“) by při překladu bylo pravděpodobně převedeno v češtině běžnější formulací „televizní seriál vytvořený r. 1987 se stal kulturním fenoménem“.

V obou člancích jsou jako příčina problému, do kterého se producent televizního seriálu dostal, uvedeni herci, kteří v původní, americké verzi propůjčili kresleným postavám své hlasy. Za účelem zachování koherence textu a koheze jeho menších úseků, a zároveň ve snaze udržet pozornost čtenáře se autoři musí vyhnout opakování stále stejného pojmu (označení jejich profese), proto používají celou škálu možných obměn:

- *daběři*
- *daběři Simpsonů*
- *dabingoví herci*
- *herci, kteří animovaným postavičkám satirické komedie propůjčují hlasy*
- *hlasoví herci*
- *klíčoví dabingoví herci*
- *mezi nimi Dan Castellaneta (Homer), Julie Kavnerová (Marge), Nancy Cartwrightová (Bart) i Yeardley Smithová (Líza)*
- *každý z nich*
- *les acteurs jouant les voix des six personnages*
- *les acteurs qui doublent les voix des personnages*
- *les doubleurs*
- *les acteurs*

V čem se texty liší

Autor francouzského článku užívá výhradně krátkých vět – v souladu se základní poučkou novinářského stylu, která platí jak ve francouzském, tak v českém prostředí. Tento způsob stylizace autor opouští až v posledním odstavci, kdy se rozepisuje o historii a významu televizního seriálu.

Český text je delší, i proto využívá mezititulky, aby byl článek přehlednější a vybízel čtenáře k pokračování v četbě. Obsahuje i rozvitá souvětí, věty jsou delší, členitější. Autorovi, a asi i korektorovi článku uniklo, že se celá jedna věta (tvořící odstavec) opakuje: „*Doufáme, že budeme moct dosáhnout dohody s hlasovými herci tak, aby Simpsonovi mohli bavit diváky původními epizodami mnoho příštích let,*“ *uvádí se dále v prohlášení.* (Důvodem případně mohla být nutnost naplnit předepsaný rozsah článku, úkol ztížený časovou tísní při psaní a editaci textu.)

Ze srovnání obou článků je vidět i rozdílný přístup autorů k tomu, co předpokládají za „bagage cognitif“ (česky mluvíme o kulturním základu, někdy označovaném za základní encyklopedické znalosti, v tomto případě hypotetického průměrně vzdělaného čtenáře) svého publika. Zatímco v českém textu je producent daného seriálu uveden přesně a hned několika různými variantami názvu či přibližného pojmenování (*mediální konglomerát News Corporation, pod který patří studio 20th Century Fox produkující seriál Simpsonovi; americká televizní společnost 20th Century Fox Television, která seriál populární na celém světě produkuje; televize patřící pod křídla mediálního konglomerátu News Corporation; Fox*), ve francouzském článku se objevuje pouze ve zcela prosté podobě, bez dalšího rozvádění: *la Fox; la direction de la chaîne; les dirigeants de la Fox; la chaîne*. Poznamenejme, že i po detailním rozvedení názvu („studio 20th Century Fox“) zůstává v českém textu použité stručné označení „Fox uvedla“ na hranici srozumitelnosti.

Nepříliš jasný důvod má užití uvozovek autora českého textu ve větě: *Americká televizní společnost 20th Century Fox Television, která seriál populární na celém světě produkuje, v úterý podle agentury Reuters uvedla, že si výrobu dalších dílů za současného „obchodního modelu“ nemůže dovolit*. Grafický prostředek zde může být vysvětlen jako vyjádření toho, že autor se od daného výrazu distancuje (může to být citace zdroje, v tomto případě však spíš jde o situaci, kdy autor daný výraz cituje s odstupem a upozorňuje na svůj přístup: ironický, znevěrohodňující, nesouhlasný...). Použití uvozovek pro uvedení výrazu „prolos“ ve francouzském článku má obdobný důvod: autor si je vědom, že tento jazykový prostředek patří do jiné stylové vrstvy, je to výraz ve slovníku označený charakteristikou „pop. et fam.“¹ a konotující komunikaci odehrávající se v jiném sociálním prostředí.

1 <http://www.cnrtl.fr/definition/prolo>

TEXTE 11

Ce que l'indépendance de « 60 » nous a permis de révéler

Aujourd'hui, l'indépendance de *60 Millions de consommateurs*, mensuel de l'Institut national de la consommation (INC), est menacée par un projet de privatisation. Voici quelques-uns des sujets les plus marquants révélés par « 60 ». Ils ont permis de modifier la législation, fait reculer les professionnels ou entraîné la répression des faits dénoncés.

2000-2005 : OGM, euro, maisons de retraite...

Novembre 2000. Stop aux **chèques payants**. Plusieurs banques s'apprêtent à tarifier les chèques, « 60 » déroule un argumentaire pour s'y opposer, et fait reculer les banquiers.

Septembre 2001. A la veille du passage à la monnaie unique, « 60 » dénonce les **euro-profiteurs** qui ont dopé leur prix avant le grand basculement. C'est la première fois qu'on soupçonne l'euro d'être inflationniste. Le retentissement dans la presse est immense, d'autant que les professionnels s'étaient engagés à geler les prix durant les trois mois du grand passage.

Janvier 2002. « 60 » publie une liste de 36 produits alimentaires courants contaminés aux **OGM** sur 103 analysés.

Janvier 2003. L'analyse des **céréales du petit-déjeuner** révèle une contamination inquiétante aux mycotoxines, produites par des moisissures : jusqu'à deux fois la dose journalière tolérable par les enfants !

Juin 2003. « 60 » révèle deux scandales financiers perpétrés par **La Poste** (placement Benefic) et **Carrefour** (placement Millenium) qui ont trompé plus de 300 000 épargnants. Ceux-ci croyaient avoir investi en toute sécurité dans un produit soi-disant garanti en capital, alors qu'ils ont perdu jusqu'à 30 %.

Contre rémunération, des tests sur des malades d'Alzheimer

Janvier 2004. Un dossier consacré aux **maisons de retraite** révèle que les DDASS ont abandonné ou presque les inspections dans les maisons de retraite, ouvrant la voie aux pratiques les plus indignes. Toutes les maisons épinglées dans le dossier de « 60 » seront au final fermées par décision de justice ou de l'administration.

L'une d'entre elles était dirigée par deux médecins qui testaient de nouvelles molécules sur les malades d'Alzheimer pour le compte de laboratoires pharmaceutiques, en contrepartie de substantielles rémunérations.

Janvier 2005. « 60 » enquête sur les magouilles dans le **diagnostic immobilier**, un marché naissant mais gangréné par l'incompétence et la corruption. La Répression des fraudes lancera dans la foulée une vaste enquête avec des milliers de procédures à la clé. La réglementation de la profession évoluera.

2006-2011 : éthylotests, alarmes de piscine, sel...

Février 2006. On apprend que les **éthylotests** utilisés par les automobilistes ne sont toujours pas fiables. En avril, que fumer du cannabis revient à ingurgiter sept fois plus de goudron et de

gaz carbonique que le tabac. En novembre, que 6 détecteurs de fumée sur 10 ne la détectent pas bien, la fumée !

Novembre 2007. « 60 » établit le palmarès des abus les plus scandaleux dans les contrats de **syndics**. Sur 100 contrats décryptés, 96 comportent des irrégularités ! Ce constat aboutira finalement à l'adoption d'un arrêté imposant la standardisation des contrats.

Des hausses de prix jusqu'à 48 %

Mars 2008. Avant même la diffusion du journal en kiosque, la « Liste noire des prix qui flambe » déclenche une telle bronca médiatique que le Premier ministre François Fillon convoque d'urgence une réunion interministérielle. L'enquête révèle des hausses allant jusqu'à 48 %.

Une cinquantaine d'enquêteurs de la Répression des fraudes sont envoyés dans les grandes surfaces pour vérifier ce coup de chaud sur les prix, dû à l'explosion des cours des matières premières agricoles.

Le gouvernement décide dans la foulée de reformer les relations fournisseurs-distributeurs, d'assouplir les règles d'urbanisme commercial et de créer une nouvelle autorité de la concurrence.

Mai 2008. Autre enquête qui entraînera une nouvelle loi : « 60 » envoie dans les grandes surfaces une dizaine de clients-mystère quasi surendettés se faire prêter sans grand problème des sommes qui les enfonceront encore plus. Christine Lagarde décidera l'année suivante d'exiger un dossier prouvant la solvabilité d'un emprunteur avant de lui accorder un **crédit revolving**.

Juillet 2008. « 60 » teste les **alarmes de piscine** et constate avec effroi qu'un seul dispositif de sécurité a été capable de détecter la chute d'un enfant ! Les autorités administratives et politiques sont saisies du péril.

Octobre 2008. « 60 » révèle les recettes des industriels pour augmenter les **prix** sans toucher au prix unitaire : il suffit de diminuer les quantités. Prince de Lu a rétréci, les petits pots Danette sont plus légers, le fromage blanc Jockey a perdu 100 gr. Cette mesquinerie à grande échelle aura un retentissement international.

Alerte sur les chaussures chinoises

Novembre 2008. Le magazine établit un bilan assez négatif sur l'évolution de la teneur en sel des produits de grande consommation sur 5 ans.

Le même mois, le site de « 60 » lance une alerte sanitaire, constatant que de nombreuses personnes sont brûlées par une substance qui se trouve dans certaines **chaussures d'origine chinoise**, le diméthylfumarate (DMF). Cette substance sera finalement interdite en décembre.

Février 2009. « 60 » livre les résultats d'un test sur les vêtements pour enfants : neuf d'entre eux contiennent des **phtalates**, substance chimique préoccupante, à un taux supérieur au seuil autorisé.

Juin 2009. « 60 » est le premier à évoquer dans ses colonnes le phénomène du goût amer constaté après la consommation de pignons de pin. Il faudra attendre septembre 2010 pour que le mystère soit enfin éclairci : une espèce chinoise de **pignons non-comestibles** est en cause.

Novembre 2009. « 60 » se lance dans un nouveau combat contre les **frais punitifs des banques**. L'enquête économique et juridique montre que les commissions d'intervention prélevées par les banques, pour honorer un paiement au-delà d'un découvert autorisé, sont usuraires, et donc illégales.

Mai 2010. « 60 » demande l'instauration pour certains produits d'une nouvelle façon d'indiquer le tarif : le **prix à l'usage**. Pour les lessives, par exemple, le meilleur prix pour comparer entre poudre, liquide et tablettes plus ou moins concentrés, c'est le prix du lavage. Cette mesure se développe peu à peu actuellement.

Juillet-août 2010. Nos analyses sur les **poissons** révèlent que 38 % des filets sont vendus sous une fausse appellation.

Octobre 2010. « 60 » publie une analyse détaillée du contenu des contrats d'**assurance** vie en euros, les plus « sécurisés », et les plus opaques jusque-là. L'on découvre avec surprise qu'ils contiennent des titres de créance douteuse, voire des actifs pourris.

Avril 2011. Plusieurs **teintures pour cheveux** contiennent des produits inquiétants, potentiellement toxiques. Certains échantillons contiennent jusqu'à quinze ingrédients préoccupants.

Septembre 2011. « 60 » publie son indice annuel du pouvoir d'achat par ménage. Il constate un recul de 0,6 % sur l'année écoulée et prévoit un recul de 0,4 % sur l'ensemble de l'année 2011 alors que l'Insee annonce une hausse de 1 %.

Aujourd'hui, l'indépendance de *60 Millions de consommateurs* est menacée par un projet de privatisation. Pour soutenir le magazine, une pétition est en ligne sur Soutenons60.org.

Lionel Maugain, journaliste, représentant du personnel au conseil d'administration, et **Fabienne Loiseau**, journaliste, représentante du personnel au comité d'entreprise.

Zdroj

<http://www.rue89.com/2011/09/22/ce-que-lindependance-de-60-nous-a-permis-de-reveler-222984>

COMMENTAIRE 11

Ce texte a été publié sur le site www.rue89.com qui est un blog d'information général. Ce site présente différents articles sur l'actualité. Ces articles sont écrits par des journalistes professionnels (la majorité d'entre eux travaillent ou ont travaillé pour le quotidien français *Libération*) ainsi que par divers spécialistes ou internautes appelés à réagir et à donner leur opinion.

C'est donc un site participatif, indépendant et souvent critique vis-à-vis du traitement classique de l'information.

L'article analysé présente un récapitulatif de l'action du magazine *60 Millions de consommateurs* qui est en passe aujourd'hui d'être privatisé.

Il est décomposé chronologiquement suivant deux périodes (2000–2005 et 2006–2011), chaque période étant elle-même découpée en 2 ou 3 paragraphes, facilitant la lecture de l'article.

Le choix du récapitulatif chronologique implique donc la structure du texte. De plus, chaque nouvel alinéa est introduit par une date (mois et année) marquant un événement important, un article du journal en question qui a engendré des conséquences sur le plan législatif ou économique.

On trouve ici plusieurs fonctions du style journalistique, liées tout au long de l'article.

Style informatif

L'article a bien sûr comme première fonction de faire le bilan de l'activité du journal *60 Millions de consommateurs*. Pour ce bilan, c'est la forme chronologique qui a été choisie. Les dates rythment donc la structure du texte. Elles sont indiquées en gras afin de renforcer leur rôle structurel. Les dates donnent une crédibilité, elles permettent aux journalistes de s'appuyer sur des faits concrets et véridiques.

Novembre 2000. Stop aux chèques payants. Plusieurs banques s'apprêtent à tarifer les chèques, « 60 » déroule un argumentaire pour s'y opposer, et fait reculer les banquiers.

Septembre 2001. A la veille du passage à la monnaie unique, « 60 » dénonce les euro-profiteurs qui ont dopé leur prix avant le grand basculement. C'est la première fois qu'on soupçonne l'euro d'être inflationniste. Le retentissement dans la presse est immense, d'autant que les professionnels s'étaient engagés à geler les prix durant les trois mois du grand passage.

Janvier 2002. « 60 » publie une liste de 36 produits alimentaires courants contaminés aux OGM sur 103 analysés.

Janvier 2003. L'analyse des céréales du petit-déjeuner révèle une contamination inquiétante aux mycotoxines, produites par des moisissures : jusqu'à deux fois la dose journalière tolérable par les enfants !

Juin 2003. « 60 » révèle deux scandales financiers perpétrés par La Poste (placement Benefic) et Carrefour (placement Millenium) qui ont trompé plus de 300 000 épargnants. Ceux-ci croyaient avoir investi en toute sécurité dans un produit soi-disant garanti en capital, alors qu'ils ont perdu jusqu'à 30 %.

On remarquera également la mise en gras pour chaque alinéa du thème principal. Le lecteur peut ainsi plus facilement s'orienter.

La mise en page et le choix structurel de l'article cherche avant tout à présenter des faits clairs, classés. Ils gagnent ainsi en véracité. Il ne s'agit pas ici de « littérature », il s'agit de faits concrets, irréfutables.

Style persuasif

Les informations données tout au long de l'article n'ont qu'un seul but, convaincre. Les faits concrets sont encadrés en début et fin d'article de deux éléments appartenant au style persuasif.

1. *Aujourd'hui, l'indépendance de 60 Millions de consommateurs, mensuel de l'Institut national de la consommation (INC), est menacée par un projet de privatisation. Voici quelques-uns des sujets les plus marquants révélés par « 60 ». Ils ont permis de modifier la législation, fait reculer les professionnels ou entraîné la répression des faits dénoncés.*

2. *Aujourd'hui, l'indépendance de 60 Millions de consommateurs est menacée par un projet de privatisation. Pour soutenir le magazine, une pétition est en ligne sur Soutenons60.org.*

Lionel Maugain, journaliste, représentant du personnel au conseil d'administration, et Fabienne Loiseau, journaliste, représentante du personnel au comité d'entreprise.

On sait par l'introduction et la conclusion de l'article que le but des auteurs est de nous convaincre du bien fondé de leur combat : lutter contre la privatisation du mensuel *60 Millions de consommateurs*.

Il faut noter également que les noms des auteurs sont suivis de leur fonction au sein du personnel du mensuel. Nous savons donc qu'ils prennent parti.

Le style persuasif exprimé par cette introduction et cette conclusion est direct, sans sous-entendu, franc envers le lecteur.

Outre ces deux éléments, il est nécessaire de relever d'autres aspects cherchant à influencer l'internaute, cette fois beaucoup moins directs et ouverts :

– l'utilisation du présent : présent narratif pour relater des faits passés, valeur de vérité générale

Février 2006. On apprend que les éthylotests utilisés par les automobilistes ne sont toujours pas fiables. En avril, que fumer du cannabis revient à ingurgiter sept fois plus de goudron et de gaz carbonique que le tabac. En novembre, que 6 détecteurs de fumée sur 10 ne la détectent pas bien, la fumée !

Novembre 2007. « 60 » établit le palmarès des abus les plus scandaleux dans les contrats de syndics. Sur 100 contrats décryptés, 96 comportent des irrégularités ! Ce constat aboutira finalement à l'adoption d'un arrêté imposant la standardisation des contrats.

– utilisation de verbes typiques pour le journalisme d'investigation
dénoncer, révéler, enquêter, apprendre, décider, constater, montrer, établir, etc.

– utilisation de mots antinomiques pour opposer la situation et l'action du mensuel

Janvier 2005. « 60 » enquête sur les magouilles dans le diagnostic immobilier, un marché naissant mais gangrené par l'incompétence et la corruption. La Répression des fraudes lancera dans la foulée une vaste enquête avec des milliers de procédures à la clé. La réglementation de la profession évoluera.

Autre enquête qui entraînera une nouvelle loi : « 60 » envoie dans les grandes surfaces une dizaine de clients-mystère quasi surendettés se faire prêter sans grand problème des sommes qui les enfonceront encore plus. Christine Lagarde décidera l'année suivante d'exiger un dossier prouvant la solvabilité d'un emprunteur avant de lui accorder un crédit revolving.

Vocabulaire utilisé

Pour clore cette analyse, on mettra en avant l'utilisation de certains mots ou expressions communes au style journalistique.

- Utilisation de l'abréviation « *60* », dans le titre, pour nommer le mensuel *60 Millions de consommateurs*, connu de tous.
- Utilisation du mot composé *crédit revolving*, emprunt à l'anglo-américain, fréquent dans le domaine de la finance.
- Utilisation de l'expression figée *actifs pourris*, courant dans les médias depuis la crise financière aux États-Unis.
- Utilisation de l'expression *bronca médiatique*, terme spécifique aux médias composé de deux mots, un nom emprunté à l'espagnol et un adjectif déterminant le contexte.

Le texte analysé est un article informatif qui fait le bilan d'une décennie d'activité du magazine *60 millions de consommateurs*. Il sert de plate-forme à ses auteurs qui veulent, en informant le public des risques encourus, garantir l'indépendance du journal et prolonger ainsi son action.

TEXT 12

Návrat do krásného světa hmyzu: nový Volkswagen Brouk

19. dubna 2011 0:37

Němci mu říkají Käfer, Britové a Američané Beetle, tedy brouk, Italové Maggiolino, Francouzi Coccinelle, Brazilci Fusca a my jednoduše Brouk. Nové vydání nejnámějšího auta světa se představilo hned na třech místech zeměkoule současně.

Premiéru nového Volkswagenu Beetle viděl Berlín, New York a Šanghaj. Právě poslední ze jmenovaných, tříadvacetimilionové ekonomické centrum Asie, je pro Volkswagen nejdůležitější. Novodobého brouka tu proto představil sám velký šéf koncernu VW Martin Winterkorn. Právě v Šanghaji byl u uvedení šéf designstudia Walter de Silva.

Brouk se svými tvary snaží vrátit ke kořenům, u kterých před pětasedmdesáti lety začala historie značky Volkswagen. Předchozí, trochu nevydařený pokus s hodně oblymi tvary z roku 1998 je zapomenut. Hlavně silueta je nezaměnitelná, broučí. Znalci v ní ale odhalí i jedno z prvních porscheí. Však taky Ferdinand Porsche stál díky Hitlerově objednavce za celým projektem původního brouka.

Tvůrci o novém broukovi říkají, že je svalnatější, dynamičtější. S nízkými okny, vypracovanými blatníky a výraznými prahy připomíná závodní hot rod. Vnitřek hraje na retro notu: plochá přístrojovka s lakovaným panelem (u vyšších výbav barvou karoserie) a v ní schránka na rukavice před spolujezdcem otevíraná vzhůru jako ve starém broukovi.

Třídveřový stylový hatchback měří bez pár milimetrů 4,3 metru, posádka do kufru naloží 310 litrů. Původní brouk měl vzduchem chlazený boxer u zadní nápravy, ten nový dostane pod přední kapotu na výběr motory od stejně legendárního bratrance Galfa.

Benzinová přeplňovaná TSIčka mají objemy 1,2 (105 koní), 1,4 (160 k) a dva litry (200 koní), nechybí diesely (1,6 TDI 105 koní a 2,0 140 k). V nabídce je i dvouspojkový automat DSG. Nová generace „beetla“ má být nejsportovnějším broukem a zároveň se pyšní i nejnižší spotřebou – při použití motoru 1,6 TDI se pohybuje kolem 4,3 litru na 100 km.

Na jednoduchost zakladatele rodu zapomeňte, vykulená světla mohou být bixenonová a mají LED diody, do přístrojovky může být zasazena navigace a střechu můžete mít prosklenou.

Novou kariéru má brouk odstartovat v září na severoamerickém trhu, na podzim pak dorazí do Evropy ve třech výbavových řadách: Beetle, Design a Sport. Původního „käfera“ prodal Volkswagen 21,5 milionu exemplářů. Jeho nástupce se poprvé objevil v roce 1998 a vzniklo jich přes milion.

František Dvořák iDNES.cz

zdroj

http://auto.idnes.cz/navrat-do-krasneho-sveta-hmyzu-novy-volkswagen-brouk-pfg-ak_aktual.aspx?c=A110419_003735_ak_aktual_fdv

KOMENTÁŘ 12

Publicistické články o automobilech, a zejména ty nejčastější, které představují nové typy vozů, mají dva výrazné rysy. Většinou obsahují značné procento specifické terminologie, jíž ne všichni adresáti zcela rozumějí, nicméně ji v textu tohoto druhu očekávají. Technický ráz textu, ale zejména také skutečnost, že základ sdělení se víceméně stále opakuje, vede autory těchto článků k potřebě oživit text. Podobně jako některé sportovní zpravodajské články i tyto komunikáty proto obsahují četná obrazná pojmenování, slovní hříčky a další aktualizací prostředky. Z některých z nich se dávno stala klišé, i přesto ale mohou text odlehčit: *DR1: čínská nákupní taška výhradně pro Itálii; Toyota Yaris TS – zuřivá nákupní taška; Sportovní verze „dámského přibližovačla“ Toyoty Yaris; BMW 1M Coupe je ostré auto; C5 – elegantní tichošlápek; Volkswagen eT!: dodávka budoucnosti věrná jak bernardýn; Nové BMW X5M: ztělesněná síla; V autobazarech se dají pořádit starší „bydlíky“ v solidním stavu (obytný přívěs; obytný vůz); Les belles mutantes (les voitures hybrides); Vivez l'expérience 159 (Alfa Romeo)...* Proto se na tento jev zaměříme i v komentáři zvoleného článku.

Tažená metafora vycházející ze vžitého označení daného typu Volkswagenu za „Brouka“ stojí na využití motivu brouka, a tedy lexémů se společným sémem z oblasti „brouk“, či obecněji „hmyz“ (svět hmyzu, brouk, broučí, vykulená světla – obrazné označení na základě podobnosti světlometů s vypouleným okem některých druhů hmyzu, např. mouchy).

Pro upoutání pozornosti čtenáře a oživení textu autor uvádí, jaká pojmenování se pro daný typ vozu ujala v dalších jazykových prostředích: německé „Käfer“ i portugalské „fusca“ znamená „brouk“, italské „maggiolino“ je „chroust“, francouzské „coccinelle“ je „slunéčko sedmítečné“.

Návrat do krásného světa hmyzu: nový Volkswagen Brouk

Němci mu říkají Käfer, Britové a Američané Beetle, tedy brouk, Italové Maggiolino, Francouzi Coccinelle, Brazílci Fusca a my jednoduše Brouk. Nové vydání nejznámějšího auta světa se představilo hned na třech místech zeměkoule současně.

Premiéru nového Volkswagenu Beetle viděl Berlín, New York a Šanghaj. Právě poslední ze jmenovaných, třidvačtímilionové ekonomické centrum Asie, je pro Volkswagen nejdůležitější. Novodobého brouka tu proto představil sám velký šéf koncernu VW Martin Winterkorn. Právě v Šanghaji byl u uvedení šéf designstudia Walter de Silva.

Brouk se svými tvary snaží vrátit ke kořenům, u kterých před pětasedmdesáti lety začala historie značky Volkswagen. Předchozí, trochu nevydařený pokus s hodně oblymi tvary z roku 1998 je zapomenut. Hlavně silueta je nezaměnitelná, broučí. Znalci v ní ale odhalí i jedno z prvních porsche. Však taky Ferdinand Porsche stál díky Hitlerově objednávce za celým projektem původního brouka.

Tvůrci o novém broukovi říkají, že je svalnatější, dynamičtější. S nízkými okny, vypracovanými blatníky a výraznými prahy připomíná závodní hot rod. Vnitřek hraje na retro notu: plochá přístrojovka s lakovaným panelem (u vyšších výbav barvou karoserie) a v ní schránka na rukavice před spolujezdcem otevíraná vzhůru jako ve starém broukovi.

Třídveřový stylový hatchback měří bez pár milimetrů 4,3 metru, posádka do kufru naloží 310 litrů. Původní brouk měl vzduchem chlazený boxer u zadní nápravy, ten nový dostane pod přední kapotu na výběr motory od stejně legendárního bratrance Golfa.

Benzinová přeplňovaná TSIčka mají objemy 1,2 (105 koní), 1,4 (160 k) a dva litry (200 koní), nechybí diesely (1,6 TDI 105 koní a 2,0 140 k). V nabídce je i dvouspojkový automat DSG. Nová generace „beetla“ má být nejsportovnějším broukem a zároveň se pyšní i nejnižší spotřebou – při použití motoru 1,6 TDI se pohybuje kolem 4,3 litru na 100 km.

Na jednoduchost zakladatele rodu zapomeňte, vykulená světla mohou být bixenonová a mají LED diody, do přístrojovky může být zasazena navigace a střechu můžete mít prosklenou.

Novou kariéru má brouk odstartovat v září na severoamerickém trhu, na podzim pak dorazí do Evropy ve třech výbavových řadách: Beetle, Design a Sport. Původního „kšfera“ prodal Volkswagen 21,5 milionu exemplářů. Jeho nástupce se poprvé objevil v roce 1998 a vzniklo jich přes milion.

Formulace vypůjčené z jiných oblastí než automobilový průmysl a zoologie:

- tisk, knižní trh: *Nové vydání nejznámějšího auta světa se představilo hned na třech místech zeměkoule současně.*
- divadlo, film: *Premiéru nového Volkswagenu Beetle viděl Berlín, New York a Šanghaj.*
- historie, sociologie: *Brouk se svými tvary snaží vrátit ke kořenům, u kterých před pětasedmdesáti lety začala historie značky Volkswagen.*
- sociologie, personalistika: *Novou kariéru má brouk odstartovat v září ... sám velký šéf koncernu*
- hudba, umění: *Vnitřek hraje na retro notu...*
- rodina, genealogie: *Nový [brouk] dostane pod přední kapotu na výběr motory od stejné legendárního bratrance Golfa. Nová generace „beetla“ má být nejsportovnějším broukem ... Na jednoduchost zakladatele rodu zapomeňte ... Jeho nástupce se poprvé objevil v roce 1998*
- sport: *Novou kariéru má brouk odstartovat v září na severoamerickém trhu.*

Personifikace (vychází nejčastěji z toho, že automobil je nazýván „broukem“):

- *Hlavně silueta je nezaměnitelná, broučí.*
- *Tvůrci o novém broukovi říkají, že je svalnatější, dynamičtější.*
- *S nízkými okny, vypracovanými blatníky a výraznými prahy připomíná závodní hot rod. (užití výrazů „vypracovaný“, „výrazný“ evokuje popis atraktivní ženy)*
- *Vnitřek hraje na retro notu.*
- *Nový [brouk] dostane pod přední kapotu na výběr motory od stejné legendárního bratrance Golfa*
- *Nová generace „beetla“ má být nejsportovnějším broukem a zároveň se pyšní i nejnižší spotřebou*
- *vykulená světla*
- *Novou kariéru má brouk odstartovat v září na severoamerickém trhu, na podzim pak dorazí do Evropy ve třech výbavových řadách*
- *Původního „kšfera“ prodal Volkswagen 21,5 milionu exemplářů*

Novotvary:

- *broučí silueta* – adjektivum „broučí“ odvozené od výrazu „brouk“ v přeneseném slova smyslu působí jako aktualizace
- *odhalí i jedno z prvních porsche* – slovo „porsche“ se častěji uvádí jako nesklonné

Odborné termíny a výrazy (i celé formulace) spadající do slangu automobilového prostředí:

- *závodní hot rod, vnitřek, plochá přístrojovka, lakovaný panel, vyšší výbava, karoserie, schránka na rukavice, třídvéřový stylový hatchback, kufr, do kufru naloží 310 litrů, vzduchem chlazený boxer u zadní nápravy, dostane*

pod přední kapotu na výběr ... motory, benzinová přeplňovaná TSIčka, diesely, dvouspojkový automat DSG, spotřeba, spotřeba se pohybuje kolem 4,3 litru na 100 km, motor 1,6 TDI, bixenonová světla, LED diody, přístrojovka, navigace, výbavová řada

Některé z těchto termínů jsou obecně srozumitelné, jiné dokáže dekódovat pouze adresát do dané tematicky zasvěcený. To ovšem není problém pouze komunikátů z prostředí automobilismu. Následující úryvek z článku publikovaného na stránce „Zdnet.fr / Business et Technologies“ bude pro přemíru zkratk – jež ne všechny jsou v závorce alespoň při prvním výskytu rozvedené, protože se předpokládá, že cílová skupina daného média jim rozumí – nepoučenému čtenáři nesrozumitelný. Jazykové kompetence tu přitom nejsou tou hlavní překážkou: zasvěcený čtenář si zkratku odvodí snadněji než profesionální překladatel či tlumočník, jemuž je téma vzdálené.

Text může postrádat koherenci nikoli proto, že by byl špatně stylizovaný, ale z důvodu nedostatečného zakotvení na obecně známých pojmech. Čtenář je jistě připraven si při četbě leccos odvodit, domyslet anebo i něco přeskočit, ale poměr prvků ztěžujících či neumožňujících pochopení textu nesmí překročit únosnou míru. Záleží ovšem na tom, pro jakého adresáta je daný komunikát určený.

ÚRYVEK I

DVD, VOD, SVOD : une année qui s'annonce décevante pour la vidéo¹

Publié le dimanche 06 novembre 2011

Les bilans des 9 premiers mois de l'année publiés respectivement par le DEG américain (Digital Entertainment Group) et par le CNC (Centre National du Cinéma et de l'image Animée) avec l'institut d'études GFK laissent entrevoir une année une fois de plus dans le rouge pour les ventes physiques et dématérialisées de vidéos.

En effet, les données publiées à fin septembre révèlent que le marché américain des ventes de vidéos (physiques et numériques) est en repli de 2,09 % alors que le marché français serait lui en repli de l'ordre de 4,6 %.

Global	2010	2011	Evolution
USA (million €)	9 095	8 905	-2,09 %
France (million €)	986	940	-4,62 %
Poids France/USA	10,8 %	10,6 %	

Sources : DEG pour les USA, estimations DHR pour la France

Alors que le DEG américain publie des chiffres consolidés pour la vidéo, la VOD et la SVOD, le CNC et GFK, mais aussi le SEVN (Syndicat de l'Édition Vidéo Numérique) ne communiquent

1 <http://www.zdnet.fr/blogs/digital-home-revolution/dvd-vod-svod-une-annee-qui-s-annonce-decevante-pour-la-video-39765398.htm>

que rarement sur des données consolidées : ainsi, aucune donnée concernant le chiffre d'affaires de la location au grand public n'est disponible. Pour ce qui est de la VOD et la SVOD, le baromètre établi par GFK n'est que rarement agrégé avec les ventes de DVD, en dehors de quelques rares communiqués de presse et du bilan annuel du CNC qui, comme son nom l'indique n'est publié qu'une fois par an ! Pourtant cette vision globale serait d'une grande utilité pour mieux accompagner le déploiement des nouvelles formes de consommation de la vidéo.

Vysvětlení zkratk nabízí například Wikipedia:²

La vidéo à la demande (VàD), vidéo sur demande (VsD) ou encore vidéo à la séance (définition juridique Service de média audiovisuel à la demande), souvent abrégée en Europe francophone en VoD (de l'anglais Video on Demand), est une technique de diffusion de contenus vidéo numériques bidirectionnelle (interactive) offerts ou vendus par les réseaux câblés, comme Internet, ou les réseaux non câblés, comme la téléphonie 3G.

Případně i anglická verze stejné stránky:

Video on Demand (VOD) or Audio and Video On Demand (AVOD) are systems which allow users to select and watch/listen to video or audio content on demand. IPTV technology is often used to bring video on demand to televisions and personal computers.

Zajímavé je srovnat, jak s termínem nakládají česká media. Například na „DigiZone.cz / nejlepší web o televizi a digitálním vysílání“, kde se dá předpokládat značná shoda v cílové skupině adresátů co do znalostí a zkušeností s produkty moderních technologií, byl uveřejněn článek, který termín i po vysvětlení důsledně uvádí rozepsaný (je však třeba přihlídnout k tomu, že text je z roku 2008):

ÚRYVEK II

Nejvíce služeb Video on Demand v Evropě poskytuje Francie³

21. 2. 2008 6:05 – Kateřina Kučerová

V roce 2007 došlo v Evropě k výraznému zvýšení počtu služeb videa na objednávku (tzv. Video on Demand). Zatímco na konci roku 2006 bylo v Evropě dostupných 142 služeb videa na objednávku, na konci loňského roku jich společnosti provozovaly již 258. Koncem loňského roku mohli služby „internetových videopůjčoven“ využívat obyvatelé 24 evropských zemí. Vyplývá to z průzkumu, který provedla Evropská audiovizuální observatoř ve spolupráci s francouzským vládním odborem Media Development Departement.

Průzkum zdůvodňuje velký nárůst počtu „internetových videopůjčoven“ skutečností, že řada televizních stanic začala tyto služby nabízet na svých internetových stránkách.

Evropskou zemí s největším počtem služeb Video on Demand zůstává Francie, kde v loňském roce zahájilo činnost osm videopůjčoven. V současnosti mohou Francouzi vybírat z 40 nabídek.

2 http://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o_%C3%A0_la_demande

3 <http://www.digizone.cz/aktuality/nejvice-sluzeb-video-on-demand-v-evrope/>

Druhou příčku v počtu provozovaných služeb Video on Demand získalo Nizozemí s 30 nabídkami, třetí je Německo s 26 a o čtvrtou příčku se dělí Velká Británie a Švédsko, které mají shodně po 16 službách. Třetinu všech služeb videa na objednávku v Evropě provozují společnosti ve Francii, Nizozemí a Německu.

Evropané nejčastěji využívají Video on Demand prostřednictvím internetu, 74 % všech služeb bylo v loňském roce odbaveno právě přes internet. 26 % je dostupných v rámci nabídek IPTV a 10 % potom prostřednictvím digitálního kabelového vysílání.

Zdroj: Broadband TV News

O dva roky později se objevila zpráva na známém webu „Lupa.cz / server o českém internetu“. Daný výraz je zde užitý v podobě *video-on-demand* bez překladu či přímého vysvětlení, nicméně článek dále podrobně popisuje, jak služba funguje: *internetové kino, koncept obvyklý u různých internetových půjčoven filmů, Film lze buď rovnou přehrát nebo si jej zájemci budou moci stáhnout na pevný disk ve formátu Windows Media Video, dodržení čtyřadvacetihodinové lhůty pohlíká DRM*. Princip „VoD“ tedy rozvádí velmi explicitně. Text tak bude přes užití daného výrazu srozumitelný i běžnému čtenáři.

Mimochodem, skutečnost, že i autorské zázemí internetového časopisu Lupa.cz tvoří lidé, kteří jsou se světem moderních technologií či v tomto případě také filmu svázáni mnohem více než čtenář do této problematiky zasvěcený pouze průměrně, prozrazuje užití dalších výrazů a názvů, aniž by byly přiblíženy: *série SAW, Gamer, popřípadě DRM* – zkratka označující formát zabezpečení dokumentu proti zneužití, vyskytující se často i v souvislosti s ochranou elektronických knih.

ÚRYVEK III

Ringier spustil video-on-demand službu Biják.cz⁴

29. 4. 2010 15:23 Jiří Macich ml.

Vydavatelství Ringier resp. jeho bulvární server Blesk.cz se pouští do provozu vlastní video-on-demand službu Biják.cz. Ta je prezentována jako první internetové kino, ale využívá koncept obvyklý u různých internetových půjčoven filmů, které se už na tuzemské scéně objevily. Ringier hodlá na Biják.cz nabízet každý týden vždy jeden film. Nabídka se má měnit vždy ve středu, aktuálně je k dispozici šestí díl série SAW. Nenechte se zmást tlačítkem „Koupit“ na stránkách služby Biják.cz, za poplatek si budete moci film přehrát po dobu 24 hodin.

Film lze buď rovnou přehrát nebo si jej zájemci budou moci stáhnout na pevný disk ve formátu Windows Media Video, dodržení čtyřadvacetihodinové lhůty pohlíká DRM. Za vypůjčení filmu se platí 69 korun prostřednictvím Premium SMS. Ringier tvrdí, že filmy bude nabízet několik měsíců před uvedením na DVD, ale šestý díl SAW je na DVD už nějakou dobu. I film Gamer, který byl nabízený minulý týden, se na pultech DVD půjčoven již objevil.

4 <http://www.lupa.cz/zpravicky/ringier-spustil-video-on-demand-sluzbu-bijak-cz/>

TEXTE 13

Les bons tuyaux des petits vieux

Les papis ont tout compris, investissant une filière que les jeunes ont désertée. Manière pour eux de tuer l'ennui et de compléter leur pension.

Les papis font de la résistance. Veulent pas (tous) partir à la retraite. Sur seniorsavotreservice.com, les petites annonces abondent de messieurs d'un âge certain qui se disent touche-à-tout et disponibles pour tous travaux de bricolage. Comme ces Retraités dépanneurs, à Gagny, les associations d'anciens ouvriers et artisans fleurissent, proposant leurs services aux particuliers, à coût réel. Chacun en fonction de ses capacités, ils proposent une intervention en jardinage, pose de papier peint, de carrelage ou de moquette.

Le nombre de retraités offrant leurs services pour réparer une fuite d'évier ou un ballon d'eau chaude est impressionnant. A croire qu'une génération entière de plombiers est passée comme un seul homme à la retraite.

On est vieux plus jeune, et plus longtemps

Les papis plombiers trouvent là le moyen de compléter opportunément une retraite souvent médiocre. Au passage, ils tuent un peu le morne ennui de la mise en inactivité forcée. Car on est vieux plus jeune. Et vieux plus longtemps. A 65 ans, on a souvent l'impression de n'en avoir que 50. Ce qui fait qu'en dépit des manifs pour abaisser l'âge de la retraite, encore un Français sur trois n'envisage pas de se mettre sur la touche avant 65 ans. D'ailleurs, on ne dit plus vieux. On dit seniors. Et on ne peut même pas reprocher à ces papis plombiers de voler le pain de qui que ce soit. Depuis le 1^{er} janvier 2009, les règles légales du cumul emploi-retraite ont été assouplies. Elles devraient l'être encore.

La plomberie n'attire plus, les jeunes préfèrent l'informatique

Reste qu'un jour, les vieux deviennent vieux pour de bon. Et dans l'incapacité d'intervenir sur les bidets ou les toilettes bouchées. Qui le fera ? En passe d'être reléguée dans les archives de l'histoire, la profession de plombier n'attire définitivement plus. Les jeunes préfèrent faire informaticien. C'est moins sale. Mais pas forcément un bon calcul !

Pour achever de s'en convaincre, il faut lire l'extrait du très sérieux blog de François Jeanne, journaliste expert et chroniqueur sur ZDNet.fr : « *Il faut exiger des recruteurs de jeunes informaticiens qu'ils cessent de jouer ainsi avec la vie professionnelle de générations entières de diplômés. Ceux-ci semblent d'ailleurs l'avoir compris, qui ne montrent plus un enthousiasme débordant pour ces formations. Aussi, comme tous les ministres de l'Education depuis trente ans, je vous le dis, amis jeunes : choisissez un métier manuel. Avec un CAP de plombier et si vous savez vous servir d'Excel, à vous l'avenir !* » Il faut dare-dare revaloriser le métier de plombier.

COMMENTAIRE 13

Cet article est paru dans l'hebdomadaire *Les Inrockuptibles*, magazine culturel de qualité, en marge de la culture de masse. L'article est également disponible sur le site internet du magazine.

Le public concerné est un public dont l'âge se situe entre 20 et 50 ans, intéressé par la culture mais aussi par les problèmes de société. C'est un public cultivé, souvent urbain.

L'article traite du problème du manque d'artisans en France et principalement de la difficulté de « trouver » un plombier. Pour remédier à ce problème, les plombiers (et autres bricoleurs) en âge de partir à la retraite continuent d'offrir leurs services au public.

L'article a un caractère informatif. Il explique une situation, un fait social nouveau. Pour cela il fait référence à plusieurs données chiffrées, cite des associations concernées et les commentaires d'un expert pour appuyer son argumentation.

Le sujet est traité avec humour et légèreté, son auteur glisse ça et là différentes références socio-culturelles, fait appel à plusieurs procédés stylistiques qui permettent de rendre le texte expressif et d'égayer la lecture. En cela, le style de l'article est assez caractéristique de l'hebdomadaire.

Texte journalistique, hautement expressif, qui, pour rendre vivantes et plus intéressantes les informations présentées, fait appel à des nombreuses locutions, décalages dans le registre et traits d'humour.

Nous relèverons ici plusieurs termes et procédés intéressants.

Les bons tuyaux des petits vieux

Jeu de mot sur la polysémie du mot « tuyau » :

1. tube par lequel s'écoule un gaz ou un liquide ; 2. renseignement secret

L'expression « petits vieux » donne une valeur affective à l'adjectif « vieux » utilisé ici comme base du groupe nominal.

L'utilisation des adjectifs « bons » et « vieux », adjectifs excessivement courants, appuie l'idée que l'on va traiter d'un sujet commun, quotidien.

Les papis font de la résistance

Le mot « papi » est une dénomination affectueuse utilisé par les enfants. Son utilisation dans la phrase précédente (*Les papis ont tout compris*) permet ici de savoir de qui on parle, alors que toute la phrase fait référence au titre d'un film *Papi fait de la résistance*.

Veulent pas (tous) partir à la retraite.

Absence du pronom personnel sujet et de la négation, procédé appartenant au registre populaire. Ces éliions évoque la retranscription du langage parlé. Elles font également référence au langage enfantin « Veux pas ». Dans le texte, elles apportent l'expressivité.

qui se disent touche-à-tout

Le mot « touche-à-tout » est un mot composé appartenant au registre populaire. Formé de deux mots liés par une préposition, c'est une synapsie, accentuée ici par l'utilisation de tirets.

A croire qu'une génération entière de plombiers est passée comme un seul homme à la retraite.

Ici encore, l'élision du verbe principal (« il faut croire que ») nous renvoie au registre populaire. L'utilisation de la locution « comme un seul homme » est caractéristique du style journalistique qui utilise fréquemment la phraséologie.

se mettre sur la touche avant 65 ans

Utilisation de la locution « (se) mettre sur la touche ». C'est une locution figurée qui trouve son inspiration dans le sport. La touche est la zone qui se trouve à l'extérieur des limites latérales du terrain de jeu. « Mettre sur la touche », c'est donc faire sortir du jeu, au plan figuré, mettre à l'écart.

En passe d'être reléguée dans les archives de l'histoire

Locution phraséologique courante dans la presse : sur le point d'être (dé)passé.

Il faut dare-dare revaloriser le métier de plombier.

Le mot « dare-dare » est un adverbe, mot composé original formé par la répétition du même élément et séparé par un trait d'union. L'élément « dare » est un élément indépendant qui ne forme pas de mot ni de base pour la formation d'autres mots (= base non autonome). Le Petit Robert signale la possibilité d'une origine d'onomatopée. C'est un mot du registre familier signifiant « précipitamment ».

Car on est vieux plus jeune. Et vieux plus longtemps.

Jeu sur l'antonymie des adjectifs « jeune » / « vieux », ainsi que celle de « vieux » et « longtemps », même s'il s'agit dans ce cas-là d'un adjectif et d'un adverbe. Ces deux mots, par leur définition, gardent, en effet, une relation d'antonymie.

D'ailleurs, on ne dit plus vieux. On dit seniors.

Il faut noter ici plusieurs éléments intéressants. Tout d'abord l'emploi familier du pronom sujet indéfini « on » à la place de « nous ». Cet emploi, s'il est courant à l'oral, a toujours un rôle spécifique à l'écrit. Ici, il permet d'insister sur la valeur générale de l'information et sur le côté commun de la pratique (dire « senior » au lieu de « vieux »). On remarquera ensuite l'ironie manifestée à propos de la pratique contemporaine de créer certains néologismes synonymes 'politiquement corrects' pour remplacer des mots pourtant courants qui semblent choquer.

cumul emploi-retraite

Néologisme dû à des changements de la situation politique et sociale. Il est composé de trois substantifs, dont deux reliés par un tiret. Cependant, le terme emploi-retraite ne peut être utilisé seul. Le tiret sert à mettre sur le même plan les deux substantifs par rapport à celui qui les précède : c'est le cumul (association) de deux choses, l'emploi + la retraite.

Les jeunes préfèrent faire informaticien.

Emprunt au registre familier ou populaire avec l'utilisation du verbe « faire » suivi immédiatement par la profession en question. Dans le registre normatif, on devrait avoir la phrase « les jeunes préfèrent devenir informaticien », avec l'utilisation d'un verbe d'état. Cet emprunt au registre familier et parlé sert à ajouter encore en expressivité.

« Il faut exiger des recruteurs de jeunes informaticiens qu'ils cessent de jouer ainsi avec la vie professionnelle de générations entières de diplômés. Ceux-ci semblent d'ailleurs l'avoir compris, qui ne montrent plus un enthousiasme débordant pour ces formations. Aussi, comme tous les ministres de l'Education depuis trente ans, je vous le dis, amis jeunes : choisissez un métier manuel. Avec un CAP de plombier et si vous savez vous servir d'Excel, à vous l'avenir ! »

En fin de texte pour appuyer l'argumentaire de l'auteur, on trouve la citation d'un expert. L'utilisation d'une citation d'un spécialiste du thème abordé dans un article de presse est une pratique extrêmement courante (l'autre possibilité est la citation d'un témoin, d'une personne directement concernée par la problématique). Elle crédite les thèses avancées par le journaliste. Le style de la citation se distingue du reste du texte. Le registre est soutenu, on ne rencontre pas de locution phraséologique, ni de référence culturelle ou autre qui permettent l'expressivité et les touches d'humour.

Texte journalistique, hautement expressif, qui, pour rendre vivantes et plus intéressantes les informations présentées, fait appel à des nombreuses locutions, décalages dans le registre et traits d'humour.

TEXTE 14

Dans l'atelier de Philippe Sollers, le dinosaure

Par Alexandre Fillon (Lire), publié le 14/02/2011 à 12:00

Lire a rendu visite à Philippe Sollers dans l'appartement où il a composé *Trésor d'amour*, son dernier roman.

L'ascenseur exigu s'élève lentement jusqu'au dernier étage de l'immeuble, boulevard de Port-Royal. « C'est la vie d'un dinosaure que vous venez voir », lance l'homme à l'œil espiègle qui ouvre la porte. Poser son manteau n'est pas aisé dans cette première pièce dont le sol est entièrement recouvert de hautes piles de ses nombreux livres. Les éditions de poche y côtoient les multiples traductions. Telle la version américaine de *Femmes* (1983, Folio). L'épais *Women* dont la couverture reproduit les mots de son ami Philip Roth. « Anybody out for a good time should read Philippe Sollers », préconise celui qui s'est amusé à le mettre en scène dans *Opération Shylock*. L'intéressé, lui, a la pudeur de se reconnaître « too French » pour les lecteurs américains !

L'auteur du *Parc* (1961, Points) occupe les lieux depuis 1963. De la fenêtre, il peut apercevoir la coupole du Val-de-Grâce ; il recommande vivement d'aller s'y promener. Sollers dit qu'il préfère ne pas habiter là où il travaille. Qu'il se rend ici chaque matin par le bus 83, arrive le plus tôt possible. A sept heures et demi à la belle saison, un peu plus tard en hiver, afin de « rentrer dans un certain silence ». La bibliothèque vitrée du salon qui sert de bureau est ornée d'un portrait en noir et blanc représentant James Joyce. Une somptueuse photographie prise et offerte par Gisèle Freund. A l'intérieur, outre des livres d'art, on repère le premier numéro de la revue trimestrielle *L'Infini*, daté hiver 1983. Laquelle, fabriquée, distribuée et diffusée par Gallimard, sort immanquablement depuis sans l'aide de la publicité. « C'est un peu *La lettre volée* », plaisante son directeur qui boucle le numéro 113.

Ce « fanatique du papier imprimé » attire votre attention sur un imposant Dictionnaire Ricci franco-chinois « envoyé aimablement par les jésuites de Taipei ». Un outil idéal pour apprendre le chinois, « si l'on dispose de plusieurs vies ». Sollers, on le sait, fourmille d'activités. Il y a l'écrivain, l'éditeur, le chroniqueur dont les articles paraissent dans *Le Journal du Dimanche* et *Le Nouvel Observateur*. On peut s'y perdre, ironise-t-il en évoquant ses IRM : ses « Identités Rapprochées Multiples » ! Ses textes, il continue de les taper sur une antique machine à écrire Hermes Media 3. Modèle que l'on trouve en effet sur sa table de travail. Juste au-dessous d'un poste de télévision des années soixante ou soixante-dix, laissé là pour signifier « le grand jadis » !

Pas question d'utiliser le moindre ordinateur, il a la chance de se « faire saisir » et ne veut « surtout rien voir ». Puisque, selon lui, « écrire c'est entendre ». Dans son fume-cigarette, Sollers glisse régulièrement une Camel sans filtre et s'assure auprès du discret photographe de Lire qu'elle ne sera pas censurée !

Il déjeune le moins possible en ville, sauf lorsqu'il se rend à La Closerie des Lilas située à deux pas. A quatorze heures, direction Gallimard pour rencontrer les auteurs qu'il publie dans la collection *L'Infini* à raison de cinq titres par an - Sollers recommande le dernier en date, *Double* de

Valentin Retz, qu'il trouve « drôle et caustique » -, faire le tri dans les manuscrits. « C'est vite vu », indique-t-il.

En fin de journée, à l'heure du J & B dont quelques bouteilles vides stationnent près du canapé, il s'accorde une pause au Montalembert. L'hôtel chic a supplanté le mythique bar du Pont-Royal où il écoutait Michel Leiris et Francis Bacon « parler de sorcières ». Puis retour chez lui pour le dîner. « Le vin m'attend », explique le Bordelais qui avoue une faiblesse pour un margaux, le Brane-Cantenac.

Philippe Sollers se considère comme un romancier, « ce qui ne m'est pas souvent accordé » ! Adepte de la « fiction continue », il s'inscrit dans la tradition du roman philosophique français qu'il juge « grandiose ». De ses livres, il préfère toujours le plus récent. *Treasure d'amour*, qui manqua de s'intituler « Delta », l'a occupé pendant deux ans et lui semble « plutôt bien composé ».

On y suivra à Venise un écrivain - qui lui ressemble fort - épris d'une beauté brune aux yeux noirs. Son « amie de cœur », son « enfant vénitienne », sa « sœur ». Elle s'appelle Minna Viscontini, a publié en italien un brillant petit essai sur les *Souvenirs d'égotisme* de Marie-Henri Beyle, devenu célèbre sous le nom de Stendhal.

Un génie de la littérature française dont Sollers a tout relu pour l'occasion, à nouveau frappé par son style, « un français à son plus haut niveau ». Au fil d'un texte qui mélange habilement romance, promenade littéraire et critique sociale acide, il en profite pour brocarder un XXI^e siècle réduit à survivre entre « l'argent exhibitionniste et le tourbillon des médias ». Philippe Sollers écrit tous les jours, « impavidement ». Son prochain roman est déjà en chantier. On apprendra juste que les héros en seront Manet et Picasso. « Si l'on a la première phrase, le reste suit », conclut le maestro.

Zdroj

http://www.lexpress.fr/culture/livre/dans-l-atelier-de-philippe-sollers-le-dinosaure_962234.html

KOMENTÁŘ 14

Referovaná řeč

V analýze vertikálního členění v textech stylu umělecké literatury se rozlišuje pásmo vypravěče a pásmo postav, a také řeč vypravěče a řeč postav. S vývojem literatury se však ostrá hranice mezi vypravěčem a postavami ruší, vedle „řeči vypravěče“, do níž se ve formě vedlejších vět začleňovala i referovaná, nepřímá řeč postav, a „přímé řeči“ postav se vytvořila také nevlastní přímá řeč, dnes označovaná jako řeč polopřímá a řeč smíšená.

Neznačená (nevlastní) přímá řeč se uplatňuje zejména jako prostředek vyjádření vnitřního monologu postav. Od přímé řeči se liší jen graficky – není signalizována uvozovkami.

Polopřímá řeč může být v textu jak vyjádřením vnitřního monologu, tak i dialogu formálně propojeného s pásmem vypravěče. S pásmem postav ji spojuje využívání všech slovesných časů, vedle indikativu se objevuje i imperativ (převedený do imperativu opisného), vyjadřuje subjektivní postoje a citové stavy postav (citoslovci, zvolacími větami), prostorovou a časovou orientaci promluvy z jejich hlediska pomocí deixe; slohové zabarvení je odrazem jazyka postav. S řečí vypravěče spojuje polopřímou řeč kromě grafické stránky i přesun vyjádření do třetí osoby a neutralizace času, v některých případech dominuje čas minulý. Celkově je polopřímá řeč poměrně složitý typ vyjádření a k identifikaci často slouží více než jeden znak.

Smíšená řeč má většinu charakteristických rysů vypravěče; na to, že jde o skrytou řeč postavy, upozorňují jen jednotlivé prvky, např. signály subjektivního hodnocení situace z hlediska postavy, vyjádření vztahů časových a místních. Jde o málo vyhraněný typ a při prolnutí vypravěče s postavami v dnešní literatuře mizí.

V úvodu ke kapitole „Funkční styl publicistický“ jsme popsali, jak s citovanou řečí může pracovat autor publicistického textu. V komentáři k tomuto článku se zaměříme pouze na tuto problematiku.

Alexandre Fillon, zastupující francouzský literární časopis *Lire*, se vypravil za spisovatelem Phillipem Sollersem a ten ho přijal ve svém bytě. Výsledkem novinářovy návštěvy není publikovaný rozhovor, ale spíše útvar na pomezí portrétu a reportáže, jakási zpráva z výpravy za známou osobností. Pro čtenáře to znamená, že autor článku vybral z výpovědi zpovídané osoby pouze to nejzajímavější, namísto dlouhého rozhovoru vznikl jen kratší článek, který původní materiál (komentář autora článku k osobnosti Philippa Sollerse, informace o spisovatelově životě, bibliografii, názorech a také samotný přepis rozhovoru) shrnuje. Když Fillon ve svém článku popisuje ono setkání, pro zvýšení autenticity textu se rozhodl doplnit jej o citace Sollersových slov. Mj. tedy musel vyřešit problém, jak citované přímé řeči uvádět, aby jen otrocky neopakoval „Philippe Sollers řekl“. Jednak tedy obměňuje uvozovací slovesa, tzv. verba dicendi: v našem článku najdeme spojení *il lance; préconise; dit; plaisante; s'assure; explique; conclut* a dále: *ironise-t-il; en évoquant; selon lui; indique-t-il*; a jednak hledá nejrůznější zástupná označení pro postavu, o níž článek pojednává. Ve francouzských teoriích se pro tento jev či prostředek (reformulation) užívá označení *paradigme désignationnel/définitionnel*. Pro jeho naplnění se uplatní synonymie, antonymie, hypo a hyperonymie, tropy, ale i další postupy:

- *L'homme à l'œil espiègle qui ouvre la porte*
- *L'intéressé, lui, a la pudeur de se reconnaître „too French“ pour les lecteurs américains !*

- *L'auteur du Parc* (1961, Points) occupe les lieux depuis 1963.
- « C'est un peu La lettre volée », plaisante son directeur qui boucle le numéro 113.
- Ce « fanatique du papier imprimé » attire votre attention
- Il y a l'écrivain, l'éditeur, le chroniqueur dont les articles paraissent dans *Le Journal du Dimanche* et *Le Nouvel Observateur*.
- « Le vin m'attend », explique le Bordelais qui avoue une faiblesse pour un margaux, le Brane-Cantenac.
- Adeptes de la « fiction continue »
- conclut le maestro.

Jen někdy autor přistupuje k uvedení jména – celého, nebo jen příjmení:

Sollers dit qu'il préfère ne pas habiter là où il travaille. Qu'il se rend ici chaque matin par le bus 83, arrive le plus tôt possible

Dans son fume-cigarette, Sollers glisse régulièrement une Camel sans filtre et [Sollers] s'assure auprès du discret photographe de Lire qu'elle ne sera pas censurée.

A quatorze heures, direction Gallimard pour rencontrer les auteurs qu'il publie dans la collection L'Infini à raison de cinq titres par an – Sollers recommande le dernier en date, Double de Valentin Retz, qu'il trouve « drôle et caustique » –, faire le tri dans les manuscrits. « C'est vite vu », indique-t-il.

Philippe Sollers se considère comme un romancier

Un génie de la littérature française dont Sollers a tout relu pour l'occasion, à nouveau frappé par son style, « un français à son plus haut niveau ».

Philippe Sollers écrit tous les jours

Nejčastěji osobu indikuje použití osobního zájmena „il“ a/nebo užití přivlastňovacích zájmen spjatých s touto osobou, v jednom případě však čtenář Sollerse musí interpretovat i ze zájmena „je“: *Philippe Sollers se considère comme un romancier, « ce qui ne m'est pas souvent accordé » !*, v jiném případě ze zájmena „on“: « *Si l'on a la première phrase, le reste suit* », conclut le maestro.

- *De la fenêtre, il peut apercevoir la coupole du Val-de-Grâce ; il recommande vivement d'aller s'y promener.*
- *On peut s'y perdre, ironise-t-il en évoquant ses IRM : ses « Identités Rapprochées Multiples » ! Ses textes, il continue de les taper sur une antique machine à écrire Hermes Media 3.*
- *Modèle que l'on trouve en effet sur sa table de travail. Juste au-dessous d'un poste de télévision des années soixante ou soixante-dix, laissé là [par lui] pour signifier « le grand jadis » !*
- *Pas question d'utiliser le moindre ordinateur, il a la chance de se « faire saisir » et [il] ne veut « surtout rien voir ». Puisque, selon lui, « écrire c'est entendre ».*
- *Il déjeune le moins possible en ville, sauf lorsqu'il se rend à La Closerie des Lilas située à deux pas.*
- *En fin de journée, à l'heure du J & B dont quelques bouteilles vides stationnent près du canapé, il s'accorde une pause au Montalembert. L'hôtel chic a supplanté le mythique bar du Pont-Royal où il écoutait Michel Leiris et Francis Bacon « parler de sorcières ». Puis retour chez lui pour le dîner.*
- *...il s'inscrit dans la tradition du roman philosophique français qu'il juge « grandiose ». De ses livres, il préfère toujours le plus récent. Trésor d'amour, qui manqua de s'intituler « Delta », l'a occupé pendant deux ans et lui semble « plutôt bien composé ».*
- *On y suivra à Venise un écrivain – qui lui ressemble fort – épris d'une beauté brune aux yeux noirs. Son « amie de cœur », son « enfant vénitienne », sa « sœur ». Elle s'appelle Minna Viscontini, a publié en italien un brillant petit essai sur les Souvenirs d'égotisme de Marie-Henri Beyle, devenu célèbre sous le nom de Stendhal.*

- *Au fil d'un texte qui mélange habilement romance, promenade littéraire et critique sociale acide, il en profite pour brocarder un XXI^e siècle réduit à survivre entre « l'argent exhibitionniste et le tourbillon des médias ».*
- *Son prochain roman est déjà en chantier. On apprendra juste que les héros en seront Manet et Picasso.*

V další části komentáře se věnujeme avizované problematice referované řeči:

« C'est la vie d'un dinosaure que vous venez voir », lance l'homme à l'œil espiègle qui ouvre la porte.

Hned v úvodu autor Sollerse cituje, avšak bez uvedení jeho jména. To totiž předeslal v titulu článku a také v perexu. Hned tato první přesná citace spisovatele, o němž text pojednává, vysvětluje titulek článku – čtenář pochopí, proč si autor dovolil nazvat Sollerse dinosaurem. Převzal totiž jeho vlastní sebecharakteristiku.

« Anybody out for a good time should read Philippe Sollers », préconise celui qui s'est amusé à le mettre en scène dans Opération Shylock.

K pochopení, kdo je subjektem užitého verba dicendi, tedy kdo se myslí oním „celui qui s'est amusé à le mettre en scène dans Opération Shylock“ stačí pozorně číst: jde o Sollersova přítele Philippa Rotha. K pochopení nastíněné situace je dobré vědět, že už několik let mají nakladatelé ve Francii, ale i například v USA, ve zvyku žádat známé autory o stručně formulovaná doporučení vydávaných knih. Podobně se už dlouho používají i vytržené citace z recenzí od slavných kritiků anebo uveřejněných v prestižních denících či časopisech. Tato praxe je občas kritizovaná, protože vede k paradoxu začarovaného kruhu, kde jeden spisovatel vyzývá potenciální adresáty ke čtení druhého, a ten mu to posléze zase může oplatit... Avšak zdá se, že je jako marketingový tah opodstatněná: taková věta uvedená na obálce knihy jako citace někoho ze slavných zřejmě skutečně dokáže knížku prodat.

Sollers dit qu'il préfère ne pas habiter là où il travaille. Qu'il se rend ici chaque matin par le bus 83, arrive le plus tôt possible. A sept heures et demi à la belle saison, un peu plus tard en hiver, afin de « rentrer dans un certain silence ». Poprvé se objevuje jméno spisovatele – v podobě bez uvedení křestního jména, což ve francouzském textu nemá žádný nezdvorný podtext. Jeho slova nejsou citována doslova, autor článku spíše shrnuje, co na toto téma Philippe Sollers uvedl. Jakmile ale začne uvádět podrobnosti (*il se rend ici chaque matin par le bus 83, arrive le plus tôt possible. A sept heures et demi à la belle saison, un peu plus tard en hiver*), je jasné, že jde sice o řeč nepřímou, ale inspirovanou konkrétní výpovědí. Jisti si autenticitou zachycení Sollersových slov můžeme být až tam, kde je autor vkládá do svého textu označená uvozovkami (*afin de « rentrer dans un certain silence »*).

La bibliothèque vitrée du salon qui sert de bureau est ornée d'un portrait en noir et blanc représentant James Joyce. Une somptueuse photographie prise et offerte par Gisèle Freund. A l'intérieur, outre des livres d'art, on repère le premier numéro de la revue trimestrielle L'Infini, daté hiver 1983. Laquelle, fabriquée, distribuée et diffusée par Gallimard, sort inmanquablement depuis sans l'aide de la publicité.

V této pasáži je zajímavé, jak autor článku přechází od popisu situace, jak ji vidí a podává Sollers, k pohledu z vlastní perspektivy: čtenář se spolu s autorem přesouvá z ulice zpět do bytu. Po referované Sollersově výpovědi autor nejprve byt charakterizuje neosobně, s využitím pasivních konstrukcí: *La bibliothèque [...] est ornée d'un portrait; Une somptueuse photographie prise et offerte par Gisèle Freund*. Dále pak větu formuluje s uplatněním zájmena „on“ (*on repère...*) – jež má výhodu tak širokého pojmového pole, že zahrnuje

všechny, kdo se dané scény konkrétně i hypoteticky účastní. Zde tedy obyvatelé bytu, autora popisu a také čtenáře, který se na návštěvě virtuálně podílí.

« *C'est un peu La lettre volée* », *plaisante son directeur qui boucle le numéro 113*.

Český čtenář by se v této pasáži mohl trochu ztráct. L'Infini je slavná literární revue, kterou Sollers založil a dodnes řídí: proto si autor článku může dovolit použít jen lakonické „son directeur“. V Sollersově citované zmínce « *C'est un peu La lettre volée* » jde o narážku na rovněž proslavené literární dílo, detektivní povídku, kterou vydal E. A. Poe v roce 1844 pod názvem *The Purloined Letter*, do češtiny se překládá jako *Odcizený dopis* nebo *Ukradený dopis*.

Ce « fanatique du papier imprimé » attire votre attention sur un imposant Dictionnaire Ricci franco-chinois « envoyé aimablement par les jésuites de Taipei ». Un outil idéal pour apprendre le chinois, « si l'on dispose de plusieurs vies ».

V další pasáži textu si můžeme všimnout různé funkce uvozovek: nejdříve uvádějí synonymní označení pro Philippa Sollerse – autor užitím uvozovek naznačuje určitý odstup od zvolených slov. Buď proto, že chce zdůraznit, že je nemyslí až tak vážně, aby je čtenář nechápal jako pejorativní, odsuzující nebo ironická, anebo by mohl chtít ukázat, že jde o přízvisko, jež bývá Sollersovi přisouzeno častěji, i jinými, případně dát průchod svému pocitu z bytu přeplněného tiskovinami a osobnosti, jež je se světem knih, časopisů, rukopisů nerozlučně spojená.

Další dva větné úseky jsou uvedené v uvozovkách proto, že jde opět o autentickou, pravděpodobně doslovnou citaci slov Ph. Sollerse. Ta tentokrát není vyznačena verbem dicendi, ani není explicitně uveden její původce, neboť jde o skutečnost snadno vyvoditelnou z kontextu.

On peut s'y perdre, ironise-t-il en évoquant ses IRM : ses « Identités Rapprochées Multiples » ! Ses textes, il continue de les taper sur une antique machine à écrire Hermes Media 3. Modèle que l'on trouve en effet sur sa table de travail. Juste au-dessous d'un poste de télévision des années soixante ou soixante-dix, laissé là pour signifier « le grand jadis » !

Pas question d'utiliser le moindre ordinateur, il a la chance de se « faire saisir » et ne veut « surtout rien voir ». Puisque, selon lui, « écrire c'est entendre ». Dans son fume-cigarette, Sollers glisse régulièrement une Camel sans filtre et s'assure auprès du discret photographe de Lire qu'elle ne sera pas censurée !

Poté, co Sollerse charakterizoval autor článku sám („l'écrivain, l'éditeur, le chroniqueur“), poskytuje k tomu ještě jeho vlastní komentář. „IRM“ zde má povahu termínu. Sollers ho uvádí v rozhovorech často a používá ho pro situace, kdy v jednom literárním díle na sebe vypravěč bere různé identity, čímž se prostor narace rozšiřuje, štěpí, nabývá nových souvislostí.

V následujícím popisu Sollersovy pracovní metody, pracovního prostředí a typických návyků autor článku parafrázuje jeho slova, některá uvádí v uvozovkách. Jsou to pravděpodobně ta, jež považuje za prvky vystihující spisovatelovu osobnost, popřípadě s nimiž se sám nechce ztotožnit.

Il déjeune le moins possible en ville, sauf lorsqu'il se rend à La Closerie des Lilas située à deux pas. A quatorze heures, direction Gallimard pour rencontrer les auteurs qu'il publie dans la collection L'Infini à raison de cinq titres par an – Sollers recommande le dernier en date, Double de Valentin Retz, qu'il trouve « drôle et caustique » –, faire le tri dans les manuscrits.

Autorův postup je stejný jako v pasážích, které jsme už popsali: popis je stylizován jako z pohledu třetí osoby, vypravěče, který se v textu nijak subjektivně neprojevuje, nehodnotí, „schováva se“ za přímé citace dané osobnosti, případně své formulace staví tak, že navozují dojem předávaného autentického vyprávění popisované osoby. Tohoto efektu docíluje užitím slov, jež pravděpodobně pronesl Sollers sám při charakterizaci jemu známé situace: ...*sauf lorsqu'il se rend [...] située à deux pas*, anebo například eliptické formulace, naznačující důvěrně známou, opakovanou událost: *A quatorze heures, direction Gallimard pour rencontrer les auteurs*. Opět zde autor článku jeden výrok dává do uvozovek, jde o Sollersovo osobní doporučení: « *drôle et caustique* ».

« *C'est vite vu* », *indique-t-il*.

Popsaný odstavec je završen citací v přímé řeči, její stručnost a údernost vytváří pěkný efekt na zakončení pasáže.

En fin de journée, à l'heure du J & B dont quelques bouteilles vides stationnent près du canapé, il s'accorde une pause au Montalembert. L'hôtel chic a supplanté le mythique bar du Pont-Royal où il écoutait Michel Leiris et Francis Bacon « parler de sorcières ». Puis retour chez lui pour le dîner. « Le vin m'attend », explique le Bordelais qui avoue une faiblesse pour un margaux, le Brane-Cantenac.

Opět vidíme přístup ke zpracování informací a konkrétně i referované řeči, jak jsme jej popsali výše.

Philippe Sollers se considère comme un romancier, « ce qui ne m'est pas souvent accordé » !

Popsané postupy se často na malém prostoru jediné věty či souvětí kříží: například první část tohoto souvětí je formulována z perspektivy autora článku, druhá část je citace Sollerova výroku o sobě samém. Podobně i věta zmiňující a posléze i hodnotící Sollersův román (ovšem opět slovy samotného spisovatele): *Trésor d'amour, qui manqua de s'intituler « Delta », l'a occupé pendant deux ans et lui semble « plutôt bien composé »*. Anebo: *Philippe Sollers écrit tous les jours, « impavidement »*.

« *Si l'on a la première phrase, le reste suit* », *conclut le maestro*.

I v závěru článku autor použije citaci přepsanou do přímé řeči. Výrok zpovídaného a popisovaného spisovatele hyperbolizuje označením jeho původce za „le maestro“.

Literatura

ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha: NLN, 2008, s. 305–308.

TEXTE 15/1

L'Olympique lyonnais s'est consumé à Barcelone L'OL a subi la plus cuisante défaite de son histoire en Ligue des champions en s'inclinant 5-2 face au Barça

BRUNO LESPRIT - Barcelone, Envoyé spécial

Zinédine Zidane a certes été un immense footballeur, mais il n'est pas du tout fiable comme parieur. **En pronostiquant** un exploit lyonnais (2-2) au Camp Nou de Barcelone, il a fait preuve d'un optimisme inconsidéré. Pour ce match retour de huitièmes de finale de la Ligue des champions, mercredi 11 mars, l'Olympique lyonnais avait comme obligation de ne pas perdre et d'inscrire au moins un but après le 1-1 de l'aller. « Zizou » a vu juste sur un point : comme il l'avait annoncé, **les Rhodaniens** ont marqué par deux fois, grâce à Makoun et Juninho. Malheureusement, Hugo Lloris a dû récupérer à cinq occasions le ballon au fond de ses filets.

Plus que sur un exploit, c'est sur **un miracle** qu'il fallait compter. Comme celui qui se produisit pour Metz en 1984, lorsque les Lorrains s'imposèrent 4-1 au **Camp Nou**. On ignore si les Lyonnais se sont rendus dans **la chapelle du stade** pour implorer la mansuétude de la vierge de Montserrat. Mais, cette fois, la patronne de la Catalogne a été sans pitié : dans **la cathédrale de 100 000 places**, l'OL a subi **la plus cuisante humiliation** de son histoire européenne (5-2). Au terme d'un match plus fou qu'une villa de Gaudi.

Les cintres du Camp Nou sont un peu comparables à ceux **de l'opéra**. La visibilité peut y être limitée, ici par la tribune de presse. Mais les spectateurs des hauteurs pouvaient jouir d'une seule moitié de terrain pendant la première mi-temps, car le ballon ne se hasarda jamais dans **le camp catalan**. En spectateurs, les Lyonnais, incapables de reproduire leur pressing du match aller pour **faire déjouer l'Hydre**, assistaient à une correction barcelonaise, sanctionnée par un score de jeu vidéo, pas moins de quatre buts inscrits en 43 minutes. Ce fut **une plongée en apnée dans l'enfer blaugrana**. Les deux joueurs gonflables géants placés derrière les buts de Lloris pouvaient danser, **le spectacle était au rendez-vous**. Et **la messe était dite**.

A cette déroute, deux raisons : la flamboyance de la plus séduisante équipe au monde et la confiture **d'une charnière centrale** (Cris-Boumsong) complètement dépassée par les événements. On trouvait tout de même un motif de satisfaction national, à deux semaines de Lituanie-France, match qualificatif pour la Coupe du monde : la forme éclatante de Thierry Henry, **auteur des deux premiers buts** et dernier passeur sur le troisième. Définitivement adopté, après des débuts difficiles au Barça, **le héros de la soirée est sorti sous les ovations**. Quant à **la superstar** argentine Lionel Messi, que des esprits mesquins avaient jugée décevante à Lyon, elle a inscrit un but de cour de récréation après s'être débarrassée de quatre patauds.

On croyait **la mise à mort** accomplie mais Barcelone, dont **la défense est aussi fébrile que l'attaque est percutante**, a **prolongé le supplice en redonnant un maigre espoir à sa victime**. **Piqués au vif**, les Lyonnais cessèrent d'être passifs, leur agressivité leur valut même de récolter force cartons jaunes (plus un rouge pour Juninho) et suspensions pour le chimérique tour d'après. Si Benzema avait été efficace, ils auraient pu revenir à 4-3 à la 83^e minute. Finalement, Seydou Keita **porta l'estocade** juste avant le coup de sifflet final.

« Nous sommes tombés sur plus fort que nous », s'est incliné Claude Puel, l'entraîneur de l'OL. Cette quatrième élimination consécutive en huitièmes de finale de la Ligue des champions confirme que Lyon n'a pas les moyens de ses ambitions. Dans la plus relevée des compétitions européennes, c'est une équipe moyenne. **Éliminé** en Coupe de France et en Coupe de la Ligue, le septuple champion de France n'a plus que la Ligue 1 pour occuper la fin de sa saison. Le titre national est l'objectif qu'il ne parvient pas à dépasser.

« Il faut que tout le monde se remobilise et se remette en question, a averti Claude Puel. Dimanche, il y a un match très important contre Auxerre. Il faut évacuer la déception le plus vite possible et défendre le titre qu'il faudra aller chercher. Ce sera très disputé. » Après la Catalogne, la Bourgogne. Retour sur la terre ferme de la Ligue 1. **Au Camp Nou**, les supporters lyonnais, philosophes, enviaient ces heureux Barcelonais de posséder pareille équipe.

Le Monde, Sports, vendredi, 13 mars 2009, p. 24

Zdroj

Dostupné z placeného archivu deníku Le Monde, nebo také na <http://www.algerie360.com/sport/lol-sest-consume-a-barcelone/>

TEXT 15/II

Taktika na obtíž. Brazilci zase nudili

DURBAN/PRAHA

Kdyby se ten zápas nehrál odpoledne, ale pozdě večer, dobře by se u něj usínalo. Šestašedesát tisíc fanoušků na stadionu v Durbanu si klidně mohlo na hodinku a půl zdřímnout a o nic důležitějšího by nepřišli.

Utkání fotbalistů Brazílie s Portugalskem skončilo bezbrankovou remízou a bavilo asi stejně jako šachová partie promítaná ve 3D. Diváci přítomni čekali, že měření sil míčových hraček z Jižní Ameriky s evropskými Brazilci bude spíš **ofenzivní orgií**.

„Byl to velmi těžký zápas, museli jsme dát do hry veškeré úsilí, ale hráči měli fantastický přístup. Byla to však jen kvalifikace pro další kolo a nyní už zase musíme přemýšlet o aktivnějším způsobu hry,“ připustil portugalský kouč Carlos Queiroz, že **defenzivní taktika** byla jeho záměrem.

Portugalci si zalezli na svou polovinu hřiště, rozhodnutí za každou cenu ubránit nerozhodný výsledek, který pro ně znamenal jistotu postupu mezi nejlepšími šestnácti týmů šampionátu. Brazilci tím dali jasný vzkaz, že se má snažit ona. „**Kanárci**“ však měli osmifinále jisté, a tak nikam nechvátali.

Sloni bojovali o postup marně. „Ale nemůžeme být spokojeni, chceme vždy vyhrávat. Bohužel jsme nemohli rozvinout své **technické kvality**, soupeř nám více nedovolil. A i kdybychom měli k dispozici Kakáa, bylo by to podobně obtížné,“ přiznal brazilský trenér Dunga, že by nepomohla ani přítomnost v minulém utkání vyloučené **hvězdy**.

Nakonec jsou oba soupeři spokojeni, protože si zahrají první kolo vyřazovací fáze turnaje. Brazílie jde z prvního místa tabulky. „Na hře se projevil, že oba týmy byly už prakticky kvalifikované,“ nevymlouval se **kapitán** Brazílie Lúcio.

Fanoušci si ale vyčítali, že raději nešli sledovat vítězství Pobřeží slonoviny 3:0 nad KLDL. **Sloni** totiž měli ještě teoretickou naději na postup, museli ovšem nasázet Severokorejčům alespoň devět gólů a spoléhat na výhru Brazílie. „Kdybychom se víc soustředili, mohli jsme dát víc gólů. Stejně by nám to ale nepomohlo,“ zlobil se **kanonýr** Didier Drogba.

Jeho Pobřeží slonoviny se stalo pátým z šesti afrických týmů, který na pořadatelském kontinentu skončil už v základní skupině.

NEJMÉNĚ ZAJÍMAVÉ ZÁPASY ŠAMPIONÁTU

NOVÝ ZÉLAND - Slovensko 1:1 V zápase sice padly dva góly, ale fanoušky určitě neoslňily svou krásou. Byly totiž téměř totožné. Dlouhý centr do vápna a **hlavička** umístěná k tyči. Jinak oba soupeři zápasili se základními fotbalovými dovednostmi - zpracováním, centry, přihrávkami či zakončením. Z **premiéry** Slováků na šampionátu prostě bolely oči. Nejzajímavějším momentem tak bylo nečekané vyrovnání **outsidera** z Nového Zélandu v nastaveném čase.

ANGLIE - Alžírsko 0:0 Angličané, jedni z předních favoritů mistrovství světa, ve svém druhém zápase předváděli velkou fotbalovou bídu. Trápili se v rozehrávce a africký soupeř jim v celkové bezbrannosti úspěšně notoval. Za celý zápas si větší šanci vytvořil jen ve 33. minutě anglický **záložník** Frank Lampard, ale jeho ránu levačkou zneškodnil brankář Alžírsko Mbuhli.

Bezradný byl i výkon **kanonýra** Manchesteru United Wayne Rooneyho, který je stále největším zklamáním afrického turnaje.

POBŘEŽÍ SLONOVINY - Portugalsko o:o Zápas „**Slonů**“ s evropskými Brazilci sliboval **akční ofenzivní hody**, ale nakonec byl jen strašně nudný. První zápas obou mužstev šampionátu se hrál ve znamení opatrnosti. Oba týmy se příliš bály riskovat. Jediným příjemným momentem byla pro fanoušky **dalekonosná dělovka** Cristiana Ronalda hned z počátku utkání.

URUGUAY - Francie o:o Zmar francouzských reprezentantů se ukázal hned v jejich úvodním zápase mistrovství světa. **Hvězdy** kolem **záložníka** Francka Ribéryho hrály navzdory oblíbenému heslu tří mušketýrů jen všechny za sebe a navíc pěkně mizerně. Pálily mimo a navzájem si balon moc nepůjčovaly. Ani Uruguayi se první utkání nepovedlo, ale na rozdíl od svých soupeřů se postupně zlepšovala a nakonec vyhrála skupinu A.

Lidové noviny, 26. června 2010, s. 18

Zdroj

http://www.lidovky.cz/tiskni.asp?r=ln_noviny&c=A100626_000061_ln_noviny_sko

KOMENTÁŘ 15

Metafory v publicistických textech o fotbale

Do prostředí fotbalu se promítají základní projevy lidského společenství od válčení přes náboženské ideologie až po ontologické otázky bytí a nebytí. Zjednodušeně lze považovat svět fotbalu za metaforu lidského života vůbec.

Z pohledu kognitivní lingvistiky jsou metafory základním stavebním kamenem konceptualizace obrazu světa v jazyce. V rámci lidské komunikace mají mnohem hlubší, obecně kognitivní funkci.

V žurnalistice, resp. publicistice se obrazná pojmenování hojně využívají ke stylistickému oživení sdělení. Fotbalová žurnalistika má v mnoha zemích svou vypracovanou stylistiku s typickými prostředky, jako je především metafora. Tento základní tropus je jedním z jazykových prvků, který může při překladu činit obtíže. Česká i francouzská sportovní žurnalistika je na obrazná pojmenování bohatá, proto se dají najít společné (popř. odlišné) jmenovatele metaforiky textů o fotbale v obou jazykových oblastech.

Dva výše uvedené články jsme vybrali z diplomové práce Lenky Tomáškové. Analýza se tentokrát věnuje pouze použitým obrazným pojmenováním, především metaforám (a okrajově i metonymií a synekdoš). Všechny metafory jsou vyznačeny, dále jsou rozčleněny podle sledovaných oblastí metaforizace v žurnalistických textech o kopané:

Fotbal je válka: *le ballon ne se hasardait jamais dans le camp catalan; la flamboyance de la plus séduisante équipe au monde et la déconfiture d'une charnière centrale (Cris-Bounsong) complètement dépassée par les événements; Barcelone, dont la défense est aussi fébrile que l'attaque est percutante; měření sil míčových hraček z Jižní Ameriky s evropskými Brazilci bude spíš ofenzivní orgií; defenzivní taktika byla jeho záměrem; kapitán Brazílie; kanonýr; záložník; zápas sliboval akční ofenzivní hody; dalekonosná dělovka;*

Vítězství je moc, prohra je pád: *l'OL a subi la plus cuisante humiliation de son histoire; Éliminé en Coupe de France;*

Fotbal je otázka života a smrti: *Ce fut une plongée en apnée dans l'enfer blaugrana; On croyait la mise à mort accomplie; Barcelone a prolongé le supplice en redonnant un maigre espoir à sa victime; Piqués au vif, les Lyonnais cessèrent d'être passifs; Seydou Keita porta l'estocade juste avant le coup de sifflet final;*

Fotbal je svátek; fotbal je víra: *c'est sur un miracle qu'il fallait compter; On ignore si les Lyonnais se sont rendus dans la chapelle du stade pour implorer la mansuétude de la vierge de Montserrat; la patronne de la Catalogne a été sans pitié: dans la cathédrale de 100 000 places; Et la messe était dite; měření sil míčových hraček z Jižní Ameriky s evropskými Brazilci bude spíš ofenzivní orgií;*

Fotbal je představení; fotbal je umění: *Les deux joueurs gonflables géants placés derrière les buts de Lloris pouvaient danser, le spectacle était au rendez-vous; Les cintres du Camp Nou sont un peu comparables à ceux de l'opéra; auteur des deux premiers buts; le héros de la soirée est sorti sous les ovations; la superstar argentine Lionel Messi; přítomnost v minulém utkání vyloučené hvězdy; Ž premiéry Slováků na šampionátu prostě bolely oči; Hvězdy kolem záložníka Francka Ribéryho; zápas sliboval akční ofenzivní hody;*

Fotbal je věda: *En pronostiquant un exploit lyonnais (2-2); nemohli rozvinout své technické kvality;*

Fotbal je obchod; fotbal je hostina: *zápas sliboval akční ofenzivní hody;*

Fotbal a jiné sporty: *vyrovnání outsidersa z Nového Zélandu;*

Metonymie a synekdocha: *au Camp Nou de Barcelone; les Rhodaniens ont marqué par deux fois; dans la cathédrale de 100 000 places; „Kanárci“; Sloni bojovali o postup; Dlouhý centr do vápna a hlavička umístěná k tyči.*

Literatura

články i komentář jsou citovány z práce TOMÁŠKOVÁ, Lenka. *Fotbalové metafory v českých a francouzských médiích a otázka jejich překladu*. Diplomová práce obhájená na ÚTRL FF UK, 2010.

Kapitola 3

Styl reklamy a inzerce

- obraz je často primární a verbální text sekundární, doprovodný
- grafika jako výrazový prostředek je mnohdy závažnější než stránka jazyková
- celkový styl reklamních textů plyne ze zamýšlené funkce a z cíle komunikace
- sdělení (o nové věci) je co nejstručnější, chce upoutat, přesvědčit adresáty, ovlivnit jejich rozhodování
- pro informativní a zároveň persvazivní funkci jsou tyto texty spojovány s publicistickým stylem, podobně jako většina textů propagačních
- texty inzerce oscilují mezi stylovou sférou publicistickou a administrativní
- přesvědčování v reklamě někdy překračuje přijatelnou mez, dochází k manipulaci adresátem, vnučování nabídky
- za informativností a persvazivností reklamních textů bývá zřejmá komercialita jejich původce
- reklamy bývají vytvořeny s ohledem na motivaci a chování adresátů (touha po životní harmonii, po trvalých hodnotách, apel na pocit jistoty, pohody, úspěchu)

volbu výrazových (jazykových) prostředků ovlivňují kromě funkce také faktory jako:

- adresnost sdělení (široký okruh adresátů, sociální nebo věková skupina, jednotlivec)
- snaha o bezprostřednost a působivost
- propojení verbální stránky s vizuální
- snaha o úplnost věcných informací
- snaha po stručnosti a ekonomičnosti sdělení
- snaha o snadnou orientaci adresáta v textu (přehlednost, srozumitelnost, zvýraznění)
- snaha o záměrnou stylizaci přímého kontaktu s adresáty
- ovlivňování myšlení a citů adresátů
- snaha o snadnou zapamatovatelnost, o kreativní vyjádření
- přihlídnutí k cílenému umístění reklamy (mluvená, psaná; leták, plakát, noviny, časopis, billboard, internet)

styl

- psané reklamy často využívají prostého nebo metaforického přirovnání, srovnání
- metafora (často i tažená metafora), metonymie, alegorie
- předstíraný dialog, např. forma „otázka – odpověď“
- imperativní, výzvové věty, reklamy s výzvou
- uplatnění, popř. modifikace tradičních lidových frazémů
- působivost textů zvyšuje opakování – anafora, epifora, epanastrofa, tedy původně básnické a rétorické prostředky
- modifikace literárních a kulturních předloh, aluze na ně; analogie známých výroků
- reklamní slogany, někdy i rýmované
- hra s jazykem, využití metajazyka
- specifikující a hodnotící adjektivní atributy (intenzifikující jazykové prostředky, ale i kvalifikující)
- expresivita, hyperboličnost

Communication et argumentation publicitaires

Il s'agit d'une situation de communication-interaction écrite très particulière et irréductible aux schémas généraux de la communication linguistique. En premier lieu, la prise de parole de l'instance émettrice étant payante, la moindre annonce nécessite un investissement élevé. En second lieu, il s'agit d'une communication différée dans l'espace et dans le temps, médiatisée et distanciée par ses supports – journaux et autres, avec des délais parfois longs entre la conception de l'annonce et sa lecture effective. De plus, il s'agit d'une communication sollicitative et aléatoire, en ce qu'elle s'adresse à un destinataire qui ne l'attend pas et qui n'est pas obligatoirement disposé à la recevoir. Ce destinataire doit donc être interpellé et convaincu instantanément de lire le message qu'on lui propose. Cette structure communicative, axée d'abord sur la recherche de l'établissement d'un contact, est un système avant tout phatique et impersonnel : l'instance émettrice est un contacteur en quête du plus grand nombre de contactés possible, qu'elle ne connaît pas (ou mal) et dont le seul point commun est d'être occasionnellement – avec tous les risques d'échec que cela comporte – exposés au même message.

La communication publicitaire est ambivalente. A la rhétorique verbale et iconique du texte-image s'ajoute l'ambivalence d'une production symbolique déterminée par le marché économique : l'émetteur finance sa propre prise de parole dans le but de déclencher un achat du destinataire-consommateur potentiel qui viendra compenser sa dépense communicative et assurer sa domination de la concurrence. En d'autres termes, communication symbolique et communication commerciale sont inséparables et ceci est source d'ambiguïtés potentielles : tantôt l'accent sera mis sur l'échange économique, tantôt sur l'échange symbolique. Le caractère commercial de la propagande publicitaire est souvent masqué : la dimension socio-économique de l'achat est gommée soigneusement au profit de valeurs comme la santé, la nature.

L'acte d'achat n'est qu'un effet ultime et il est précédé par une stratégie dans laquelle se concentre toute la persuasion publicitaire. La communication est alors régie par une intention de FAIRE CROIRE quelque chose au destinataire et FAIRE FAIRE quelque chose. Le passage du CROIRE au FAIRE ne peut être assuré que si le sujet-consommateur potentiel apprend quelque chose qu'il ne considère pas comme faux. Le discours publicitaire doit être assez crédible pour susciter une telle croyance et, en même temps, l'absence de toute réfutation de ce qu'il affirme. Ce blocage de la réfutation s'appuie sur le fait que la condition de sincérité est juridiquement garantie par la répression de la « publicité mensongère ».

En outre, la croyance est rendue possible par la manipulation des désirs profonds des sujets : on est d'autant plus crédule que ce qui est présenté correspond à nos désirs conscients et inconscients. Plus précisément, comment le SAVOIR sur le produit se transforme-t-il en VOULOIR ? Ceci est rendu possible par le fait que les énoncés constatifs suscitent une valorisation du produit, constitué ainsi en OBJET DE VALEUR, et un désir de l'obtenir (désir d'achat) qui s'accompagne d'un désir d'identification reposant sur une valorisation du sujet lui-même, totalement dépendante de l'acquisition de l'Objet. Ce désir d'identification part donc de la valorisation de l'Objet et s'accompagne d'une valorisation liée de tous ceux qui le possèdent (représentés dans le discours et baignant toujours dans une euphorie visible) et d'une dévalorisation de tous ceux qui ne le possèdent pas. Le passage au FAIRE (l'achat) est conditionné par une phase cognitive (SAVOIR et CROIRE que l'Objet possède les valeurs qui motivent le désir de le posséder) et par une phase mimétique (VOULOIR posséder l'Objet et s'identifier ainsi à ses autres détenteurs). Entre la vente et l'achat du produit, le discours publicitaire opère une sémantisation qui transforme le simple objet (automobile, aspirateur, machine à laver) en Objet de valeur.

Literatura

ADAM, Jean-Michel; BONHOMME, Marc. *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion.*

Paris: Nathan, 1997, p. 23–27.

ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika.* Praha: NLN, 2008, s. 275–279.

KOMENTÁŘ 16

Reklamní slogany

Nebudeme se zde věnovat obrazové složce reklamy, připomeneme jen některé základní principy. Typickým rysem reklamního obrazu jsou mladí, zdraví, krásní, rozesmátí lidé překypující energií; někdy provádějí neskutečné kousky – skáčou, běhají, tančí, často ve zpomaleném záběru, vysílají významné pohledy, činí vstřícná gesta. U produktů, jako jsou drahé pánské hodinky či bankovní účty spojené s vydáním zlaté kreditní karty, naopak obraz podporuje představu solidního, bohatého, vyrovnaného, urostlého muže, který nemusí skrývat šediny. Zvláštní kategorii tvoří také reklamy na kosmetické výrobky: v této oblasti je tradiční, a asi i konvenční ladění do zelených, bílých, popřípadě krémových tónů, zvolený typ a řez písma je buď klasický, nebo ozdobný, a nebude chybět záběr na tvář či jinou partii těla dívky či mladé ženy s dokonalými rysy, popřípadě nějaký přírodní motiv (kapka rosy na zeleném listu, květ vzácné rostliny, detail kmene stromu).

Dále se podrobněji věnujeme analýze jazyka vybraných reklamních sloganů. Nevyčerpáme všechny možné postupy a přístupy – popíšeme jen ty, jež se uplatnily v našem malém korpusu.¹

Reklamní texty často stojí na intenzifikaci, vycházejí z nadsázky, hyperbolizace:

Evian: *Déclaré source de jeunesse par votre corps.*

Babybel: *360° de bonheur*

Margot: *Do ráje kdykoli a kdekoli*

Fernet Stock: *Výjimečně hořký, výjimečně dobrý!*

Funkce sloganu je informativní, ale i upoutávací, přesvědčovací. Některé jsou postavené na tom, že podsouvají nejen informaci, ale zároveň jednoznačnou, jasnou pravdu.

Dany Recette Fondante: *Sain comme un Danone, bon comme du chocolat*

BMW: *Radost z jízdy*

Magnesia: *Síla přírodního hořčíku*

Coca-Cola: *Cette sensation s'appelle Coke – Toujours Coca-Cola – Enjoy Coca-Cola – Seul un Coca-cola fait l'effet d'un Coca-cola*

V uvedeném sloganu na Coca-Colu si můžeme všimnout zapojení anglického sloganu do francouzské varianty. U nadnárodních firem je to, zejména ve francouzském prostředí, běžné, u českých reklam méně:

Apple: *Pensez différemment. Think different*

Twix: *Twix, deux doigts coupent faim – All is in the mix*

Případ sloganu firmy Apple je specifický tím, že formulace *Think Different* není gramaticky správně: měla by znít „Think Differently“ nebo „Think the Different“. Právě i výjimečnost této vazby je však součástí toho, jakou image si daná firma buduje, a zda si něco takového dokáže obhájit. V té souvislosti lze připomenout polemiku, jež se rozbouřila kolem sloganu *Žít Brno*, prosazovaného jako nová značka města, tzv. city branding (CB). Spojení *Žít Brno* možná vzniklo na stejném principu, ale nezastupuje IT společnost

1 Příklady sloganů jsme čerpali ze stránek <http://www.slogandepub.fr/> a <http://marekhrkal.cz/reklamni-slogany.htm>.

profilující se jako firma, kde ke všemu hledají nové přístupy, pokud možno oslňující svou jednoduchostí, a přitom absolutní spolehlivostí. Město je z tohoto pohledu mnohem složitější organismus, kde je třeba zohlednit daleko širší prostor zainteresovaných uživatelů. Podobně sporné jsou názvy nových polyfunkčních budov, developerských projektů a obchodních center, jež získávají jména jako Anděl City, Sazka Aréna, Garden Stírka, Vila Park Horská atp. Vratme se ale k reklamním sloganům.

Některé nadnárodní firmy nenechávají ani v dalších zemích vytvářet místní verze sloganu, naznačují tak, že jejich klientela umí anglicky, že působí v prostředí, kde je angličtina univerzálním dorozumívacím prostředkem, popřípadě cílí na zahraniční mladé publikum, které jednak angličtinu ovládá, jednak ji považuje za „svůj“ komunikační kód:

Nike: *Just do it*

Nokia: *Connecting People*

Philips: *Let's make things better*

McDonald's: *I'm lovin' it*

Intel: *Intel Inside*

Za zmínku stojí vztah původce a adresáta sdělení, projevující se mj. způsobem, jak je slogan podán, a tedy i volbou osobního zájmena.

Sdělení může být formulováno v 1. osobě, pak mívá povahu osobní rady, jako by se původce sdělení adresátovi svěřoval; popřípadě vytváří iluzi, že sám adresát je mluvčím. Jde o výpověď někoho, kdo má s produktem výbornou zkušenost, proto ho doporučuje.

Danone Nature: *Je mange un Danone Nature tous les jours car il contient des actifs naturels, des ferments que Danone sélectionne avec soin. Et ils aident naturellement mon corps à bien fonctionner. Et jour après jour, ça tourne, comme une horloge. C'est sûr, ça marche super !*

Mc Donald: *C'est tout ce que j'aime*

Někdy užití 1. osoby zdůrazňuje jedinečnost adresáta a potenciálního klienta, jindy v něm upevňuje pocit, že je to právě on, kdo ve vzájemném vztahu rozhoduje, ne-li přímo řídí (svůj) svět:

L'Oréal: *Parce que je le vaux bien*

Hyundai: *Řídím svůj svět*

Moje Nova: *Moje televize*

Reklamní slogan se na adresáta může obracet i formou tykání. Upevňuje se tak pocit identifikace s produktem, potažmo skupinou jeho uživatelů (viz dále, přátelství, spojenectví):

Axe: *Plus t'en mets, plus t'en as !*

Paegas Twist: *Nevaž se. Odvaž se.*

Kofola: *Když ji miluješ, není co řešit*

I důvěrné sdělení bývá nadsazené, ve sloganu se může pojit se slovní hříčkou, evokací určité situace. Například špatné svědomí sdílené mezi kamarádkami, pokud konzumují „hříšné“ sladkosti:

Senoble: *C'est bon la honte*

Chambourcy: *Chambourcy, oh oui !*

Osobní doporučení někdy nenápadně přechází ve zobecnění:

Bio: *Actif à l'intérieur et ça se voit à l'extérieur – Avec mon Bio chaque jour je reste active – Au bifidus actif – Renouveler son corps de l'intérieur*

Někdy dokonce původce sdělení (a potažmo adresát) splývá s nabízeným produktem:

Adidas: *Forever sports. – La victoire est en nous – On y va pour gagner*

Jindy je sdělení formulováno jako rada, doporučení, výzva – ale přímo: slogan se obrací na adresáta imperativem, popřípadě předstírá dialog:

Taillefine: *Faites-vous un corps Taillefine – L'équilibre sur toute la ligne – Fondez de plaisir*

Fjord De Danone: *Initiez-vous à sa douceur – On parie que vous en reprendrez*

Hugo d'Hugo Boss: *N'imitiez pas, innovez*

Užití formulace ve 2. osobě pl může být ještě zdůrazněno tím, že tvar zájmena je uveden s velkým písmenem. Akcentuje se tak úcta původce sdělení k adresátovi. Podobného dojmu však lze dosáhnout i explicitním sdělením („La seule chose qu'on remarque, c'est vous“):

L'Oréal: *Protože Vy za to stojíte*

Vodafone: *Je to ve Vašich rukou. Jde to i jinak*

Nova: *Nova Vás baví*

Allianz: *Stojíme při Vás*

Česká spořitelna: *Jsme Vám blíž*

Synergie De Garnier: *Pour une peau pulpeuse, pleine de vie – La nouvelle force hydratante – La seule chose qu'on remarque, c'est vous – Pour une peau rayonnante de santé*

Užití 2. osoby se lze vyhnout formulací s infinitivem – sdělení nepůsobí tak direktivně, může připomínat obecnou radu, třeba doporučení někoho informovanějšího či zkušenějšího. Na druhé straně může infinitiv konotovat i spojení původce sdělení s adresátem pro spolupráci na dobré věci:

Gervais à Boire: *Pour grandir, c'est géant*

Gervais Aux Fruits: *La croissance, ça compte double – Grandir dans le bon sens*

Air France: *Gagner le cœur du monde – Faire du ciel le plus bel endroit de la terre*

Slogan se obrací k adresátovi, ale nenařizuje, pouze informuje. Opět evokuje dialog. Někdy také navozuje dojem, že jde o „soukromou“ záležitost jen mezi vámi dvěma. Více firem působících v českém prostředí, například používá slogan „Jsme tu pro vás“ uvozený názvem dané banky, společnosti, výrobce ap.:

Actimel: *Renforce vos défenses naturelles*

Teraxyl: *Rien n'est plus intelligent pour vos dents*

Boygues Telecom: *Un nouveau monde. Le vôtre*

Zajímavá je funkce francouzského zájmena „on“. Může zastupovat původce sdělení i jeho adresáta, popřípadě sdružovat oba do jedné kategorie, a tím je přibližovat, vyvolávat dojem, že si oba rozumějí. Někdy „on“ zastupuje nabízený produkt nebo i jeho výrobce. Zejména tam, kde v reklamním sloganu jde o navození dojmu, že jde o firmu, jež je svým zákazníkem neobyčejně blízka, případně je sama rodinným prostředím, kde se vše skutečně soustředí jen na kvalitu produktu. V některých sloganech nelze přesně

určit, koho vlastně „on“ zastupuje: myslí se tím adresátovo okolí, veřejnost. Použití zájmena tak může spadat i mezi prostředky manipulativní a vyvolávat určitou reakci adresáta.

Fjord De Danone: *Initiez-vous à sa douceur – On parie que vous en reprendrez*

Adidas: *Forever sports. – La victoire est en nous – On y va pour gagner*

Caradisiac.com: *On n'est pas là pour vous vendre une occasion mais pour vous aider à en acheter une*

Často však reklama funguje na klasickém půdorysu vy – my. Původce sdělení se jasně identifikuje, a obrací se přímo na svého zákazníka. On je tím, kdo pracuje, zatímco potenciální zákazník si s jeho produktem bude jen užívat. Označení „my“ však může i naznačovat spojení původce sdělení s adresátem a mít i podtext výjimečnosti: „my, a nikdo jiný“, adresát je tak zahrnut do vyvolené skupiny (viz také dále: přátelství, spojenectví):

Indesit: *My pracujeme, vy žijte*

Ford: *Všechno, co děláme, řídíte Vy!*

France Telecom: *Nous allons vous faire aimer l'an 2000 – Bienvenue dans la vie.com*

Quick: *Nous, c'est le goût*

Bohemia Sekt: *Život nás baví*

Allianz: *Stojíme při Vás*

Česká spořitelna: *Jsmo Vám blíž*

Reciproční vztah může být tak blízký, že přejde do tykání, v dalším případě dokonce získá podobu milostného dopisu:

Granko: *S láskou tvoje Granko*

Vděčným principem sloganů jsou rýmy a také slovní hříčky. Ty mohou být založené na zvukové stránce slova, anebo na složce pojmové, na hře s významem. Ne vždy je rým dokonalý, někdy může působit násilně, někdy vyvolá pobavený úsměv. Jindy reklamní kreativci vymyslí slogan založený na vtipném sdělení, nečekaném spojení slov, nezvyklém propojení pojmů:

Tropico: *Quand c'est trop, c'est Tropic*

Eden De Cacharel: *Le parfum défendu*

The Phone House: *Ne passez pas au téléphone mobile sans passer chez nous*

Mobicarte: *Ne payez pas votre indépendance au prix fort – Le mobile sans compte à rendre*

Nutella: *Chaque jour c'est du bonheur à tartiner*

Jardiland: *Faites pousser vos idées*

ČSOB: *Pro bohatší život*

Danone: *Zdraví, které chutná*

Nova: *Nova Vás baví*

Evropa 2: *MaXXimum muziky*

Hornbach: *Jama-já-já-jupi-jupi-jé – S námi to zvládnete*

Finlandia: *Když potká sob soba, mají radost oba. Když se sejdou tři sobi, tak se radost násobí*

Obi: *Když nevíte coby, najdete to v Obi*

Lanza: *Bílá bělejší, prádlo čistější*

Vanish: *Skvrn a špíny se zbavíš*

Shell: *Aby Váš motor skvěle Shell*

West: *Nech se West*

Milky Way: *Milky Way a s ní se směj*

Vizir: *Vy zíráte, my zíráme*

Modafen: *Chřípka z těla ven*

Reklamní slogany často usilují o to, aby nabízený produkt byl spojován se zdravím, přírodou: věci jsou prospěšné pro organismus, krásu adresáta, bývají nejen ekologické, ale jde přímo o dary přírody, čerpané z nedotčených zdrojů.

Valvert: *L'eau à l'état sauvage*

Další běžnou tematikou je přátelství, spojenectví. Produkt napomáhá zapojit se do určité komunity, stát se součástí vybrané skupiny, která pochopila, že právě tento výrobek je nejlepší, výjimečný. Sociální identifikace se dá v prvé řadě navodit v rovině ikonická (viz výše), ale dá se podpořit i užitím určitých jazykových prostředků anebo přímo sdělením, jež danou funkci produktu připomíná. Stojí za připomenutí, že někdy reklama stojí na identifikaci produktu s širokou vrstvou adresátů (Samsung: *Tout le monde est invité*), jindy zdůrazňuje výlučnost (SFR Pro: *Pour ceux qui ont tout compris*):

Auchan: *La vie, la vraie*

Adidas: *Forever sports – La victoire est en nous – On y va pour gagner*

Samsung: *Tout le monde est invité*

SFR Pro: *Pour ceux qui ont tout compris*

Becherovka: *Becherovka sblíží*

T-Mobile: *Prostě blíž – Pro společné zážitky*

ČT2: *Jiný prostor*

Nabízený produkt adresátovi pomáhá: může se dokonce stát jeho přítelem, partnerem, a pomoci mu třeba v boji proti nadváze.

Contrex: *Mon partenaire minceur*

Bezenzen Fernet: *Kamarád do deště*

Některé francouzské firmy používají pro český trh původní slogan v překladu. Zajímavé je, že se v něm často ztrácí hravost, někdy dokonce i nadsázka, a stává se z něho čistě jen sdělení. Z tohoto pohledu je velmi zajímavé srovnat originál a překlad románu Frédérica Beigbedera *99 franků*.²

Gillette: *La perfection au masculin* / Gillette: *Pro muže to nejlepší*

L'Oréal: *Parce que je le vauds bien* / L'Oréal: *Protože Vy za to stojíte*

Twix: *Twix, deux doigts coupent faim – All is in the mix* / Twix: *Twix, twix. Dvě tyčinky v jednom*

2 BEIGBEDER, Frédéric. *99 francs*. Paris: Grasset, 2000.

BEIGBEDER, Frédéric. *99 franků*. Přel. Markéta Demlová. Praha: Motto, 2003.

Kapitola 4

Další komentované texty

V závěrečné kapitole uvedeme pro zajímavost dva komunikáty stylu řečnického a podíváme se na úryvek z dialogové listiny filmu *La Haine*. První dva texty pravděpodobně zaujmou především budoucí tlumočníky, ten třetí zejména ty, kdo počítají s další specializací v magisterském studiu na překlad a budou se zajímat o překlad literární, kam spadá i překlad dramatu, komiksu, filmových titulků atp.

Ve všech třech komentářích se ale nejvíce zaměříme na jazyk: ukážeme, jak se v určitých podmínkách a daném prostředí liší projev státníka a spisovatele, zamyslíme se nad tím, že ve filmu lze navodit autenticitu výpovědi a charakterizovat postavy právě tím, jakou rovinu jazyka volí. Kromě toho, že se tak naznačí jejich individuální rysy, rychle vyvstane i poměrně věrný obraz příslušného sociálního nebo geografického prostředí.

Do této kapitoly jsme vybrali texty ve francouzštině, jejíž bohatost z hlediska stylových rovin je ve srovnání s češtinou často diskutovanou problematikou a patří také k obtížným výzvám pro překladatele.

Styl řečnický bývá v české stylistice řazen k funkčnímu stylu administrativnímu, avšak v některých žánrech se přiklání i ke stylu odbornému a publicistickému: lze rozlišit řeči politické, soudní, duchovní, odborné řečnické projevy a řeči příležitostné včetně slavnostních.

Literatura

ČECHOVÁ, Marie; KRČMOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha: NLN, 2008, pp. 98–103; 284–295.

TEXTE 17

Le discours de François Hollande

PARIS (AP) – Voici le verbatim du discours prononcé dimanche soir par François Hollande, rue de Solferino, après sa victoire au second tour des primaires socialistes :

« Les primaires citoyennes viennent de livrer leur conclusion.

C'est un succès démocratique considérable. Deux dimanches de suite, près de trois millions de Françaises et de Français se sont déplacés pour désigner le candidat socialiste, celui qui deviendra - en tout cas, c'est l'engagement que je prends - le prochain président de la République, si les Français en décident au mois de mai prochain.

Je veux saluer toutes les électrices et tous les électeurs qui librement, de métropole et d'outre-mer, ont permis cette formidable mobilisation.

Je tiens à saluer tout particulièrement les militants socialistes qui ont organisé le scrutin, dire à tous les élus de gauche et même de droite qui ont facilité la bonne tenue du scrutin cette formidable mobilisation qui est la mienne, pour que nous ayons là un verdict impartial et transparent.

Ce que nous venons de réaliser, à travers ces primaires citoyennes, est bien plus qu'un exemple, c'est un processus irréversible qui s'imposera à toutes les familles politiques.

Je prends acte avec fierté et avec responsabilité du vote de ce soir qui, avec plus de 55 % des suffrages, me donne la majorité large que j'avais sollicitée. Cette victoire me confère la force et la légitimité pour préparer le grand rendez-vous de la présidentielle.

Ce résultat est la première étape d'un long cheminement que j'ai parcouru pendant des années. Il est le produit de la relation de confiance que j'ai nouée avec les socialistes et avec la gauche. Inlassablement, pendant toute ma vie politique.

Ce rapport de confiance s'est enrichi ces dernières années par le travail que j'ai mené pour préparer une démarche qui m'a parue être la plus appropriée, la plus adaptée aux enjeux que notre pays rencontre.

Cette démarche, elle est fondée sur la crédibilité, sans laquelle il ne peut pas y avoir de réussite durable pour un grand pays comme le nôtre. Elle est fondée sur la justice, et notamment fiscale, sans laquelle il ne peut y avoir de cohésion nationale. Elle est fondée enfin sur une grande espérance, celle que je porte et que je continuerai à brandir tout au long des prochains mois, c'est-à-dire offrir à la jeunesse de France, à la génération qui vient, une vie meilleure que la nôtre.

C'est le rêve français que je veux rapport de confiance, celui qui a permis à des générations durant toute la République de croire à l'égalité et au progrès. Et c'est pourquoi j'ai fait de l'école de la République la grande priorité de ce qui pourra être demain mon prochain quinquennat.

Je mesure la tâche qui m'attend. Elle est lourde, elle est grave. Je dois être à la hauteur des attentes des Français, qui n'en peuvent plus de la politique de Nicolas Sarkozy.

J'ai vu les souffrances durant ces derniers mois de trop de nos compatriotes. J'ai entendu les colères de ceux et de celles qui n'en peuvent plus, les inquiétudes d'un grand nombre, inquiétudes du quotidien : le chômage, la précarité, et puis aussi un logement cher et enfin une santé

qui devient de plus en plus inaccessible. Mais j'ai également perçu les inquiétudes qui entourent notre avenir commun : les désordres de la finance, les excès de la mondialisation, les insuffisances de l'Europe et les atteintes multiples à notre environnement.

Je veux donner à notre Nation, à ce grand pays qu'est la France, confiance, qu'elle peut, qu'elle doit retrouver un projet qui lui donnera tout son sens et qui permettra de nouveau d'avancer.

Je veux être le candidat du respect, du dialogue et de la démocratie, le candidat qui donne à voir une autre présidence de la République.

Je n'ignore rien de la dureté des combats qui nous attendent. La droite qui n'a rien à perdre, sauf ce qui lui reste et qui lui est le plus cher, c'est-à-dire le pouvoir, cette droite luttera avec âpreté contre l'idée même de l'alternance.

Mais je ne peux mener ce combat seul.

J'ai besoin de l'unité, du rassemblement, c'est-à-dire d'un parti socialiste solidaire. Je suis un homme de rassemblement, je l'ai montré.

Déjà après le premier tour, j'ai pu – et j'en suis fier – obtenir les soutiens de ceux qui avaient été candidats et qui ne pouvaient pas être présents au second tour : Jean-Michel Baylet, au nom des radicaux de gauche, Manuel Valls, Ségolène Royal, qui fut notre candidate en 2007, et Arnaud Montebourg, à titre personnel. Et ce soir, je veux dire à Martine Aubry que j'ai particulièrement apprécié la dignité qui a été la sienne lorsqu'elle a constaté le résultat. Je veux lui dire tout mon respect et tout le besoin qui est le nôtre de pouvoir travailler ensemble.

Nous serons donc tous unis dans cette grande aventure qui nous attend, dans ce long chemin que j'ai commencé à parcourir et qui ne s'arrêtera que le 6 mai 2012.

Ce soir, Mesdames et Messieurs, Françaises et Français, j'ai reçu un mandat d'une partie d'entre vous, un mandat impérieux : celui de faire gagner la gauche. J'y consacrerai toutes mes forces, toute mon énergie et j'ai la volonté de réussir le changement. Je ferai en sorte d'y parvenir en convainquant de la justesse de notre démarche, de la force de notre projet, de façon à ce que les Français n'attendent pas plus longtemps l'alternance, le changement, dont ils ont tant besoin.

Vive la République et vive la France! »

COMMENTAIRE 17

Comme indiqué en introduction, ce texte est le verbatim du discours prononcé par François Hollande, vainqueur des élections primaires socialistes, organisées afin de désigner le candidat du parti du même nom pour les élections présidentielles de mai 2012 en France.

Le texte est disponible sur internet à différentes adresses c'est pourquoi il n'est pas nécessaire ici de tenir compte du média proposant ce verbatim. On trouve, bien sûr, également, la version vidéo de ce discours.

Sa mise en ligne est destinée à toutes les personnes intéressées par les résultats de ces élections, qu'il s'agisse des militants, des électeurs ayant participé à ce scrutin ou non. Il est destiné aussi bien aux particuliers qu'aux spécialistes, commentateurs politiques et autres médias plus généraux.

Destinataires

En revanche, le discours lui-même n'est pas destiné aux spécialistes, il est adressé aux électeurs de gauche, et plus généralement à tous les Français, car c'est un discours partisan qui cherche à toucher le maximum de personnes.

Nous remarquerons, qu'au début du discours, l'orateur s'adresse à ceux qui l'ont élu et à ceux qui ont permis son élection :

Je veux saluer toutes les électrices et tous les électeurs qui librement, de métropole et d'outre-mer, ont permis cette formidable mobilisation.

Je tiens à saluer tout particulièrement les militants socialistes qui ont organisé le scrutin, dire à tous les élus de gauche et même de droite qui ont facilité la bonne tenue du scrutin la gratitude qui est la mienne, pour que nous ayons là un verdict impartial et transparent.

A la fin du texte, le futur candidat à l'élection présidentielle élargit son public.

Ce soir, Mesdames et Messieurs, Françaises et Français, j'ai reçu un mandat d'une partie d'entre vous, un mandat impérieux : celui de faire gagner la gauche.

Tout au long du texte, le vainqueur des primaires se transforme en candidat à la présidentielle et c'est pourquoi le champ des destinataires du discours s'élargit. Nous reviendrons sur ce point et l'évolution du ton du discours.

Analyse stylistique

Ce discours utilise un registre de langue soutenu. Bien que prononcé dans un contexte spécifique (celui de la victoire) et émotionnel, il garde toutes les caractéristiques du registre soutenu. Pas d'élision, pas de négation simple, pas de mots abrégés, etc. Cependant, il faut noter que le registre tend à rejoindre la norme car l'orateur n'utilise en aucun cas le passé simple, il n'utilise pas un lexique complexe et obscur. Les mots restent des mots courants, communs et compréhensibles par la majorité des auditeurs.

La structure des phrases reste assez simple. Elle procède de deux principes. Premièrement, l'énumération, dont voici deux exemples significatifs :

Cette démarche, elle est fondée sur la crédibilité, sans laquelle il ne peut pas y avoir de réussite durable pour un grand pays comme le nôtre. Elle est fondée sur la justice, et notamment fiscale, sans laquelle il ne peut y avoir de cohésion nationale. Elle est fondée enfin sur une grande espérance, celle que je porte et que je continuerai à brandir tout au long des prochains mois, c'est-à-dire offrir à la jeunesse de France, à la génération qui vient, une vie meilleure que la nôtre.

J'ai entendu les colères de ceux et de celles qui n'en peuvent plus, les inquiétudes d'un grand nombre, inquiétudes du quotidien : le chômage, la précarité, et puis aussi un logement cher et enfin une santé qui devient de plus en plus inaccessible. Mais j'ai également perçu les inquiétudes qui entourent notre avenir commun : les désordres de la finance, les excès de la mondialisation, les insuffisances de l'Europe et les atteintes multiples à notre environnement.

On pourra distinguer ici deux types d'énumération, la présence de listes (*le chômage, la précarité, le logement, la santé*) ainsi que la répétition de formulations spécifiques (*elle est fondée, les inquiétudes, j'ai entendu, j'ai perçu*).

Dans ce cas, la répétition permet à l'auditeur de suivre une structure logique et simple, elle le maintient à l'écoute.

Le deuxième principe est l'utilisation majoritaire de phrases subordonnées relatives.

- *pour désigner le candidat socialiste, celui qui deviendra*
- *toutes les électrices et tous les électeurs qui librement, de métropole et d'outre-mer, ont permis*
- *les militants socialistes qui ont organisé le scrutin*
- *c'est un processus irréversible qui s'imposera*
- *du vote de ce soir qui, avec plus de 55 % des suffrages, me donne la majorité*
- *ces dernières années par le travail que j'ai mené*

Presque chaque alinéa du discours contient une subordonnée relative.

Encore une fois, c'est un moyen pour l'orateur de clarifier son propos. Chaque nouvelle donnée, idée, est précisée par une proposition relative qui la définit.

Un discours partisan

Après avoir analysé les éléments objectifs de ce texte, il faut bien sûr revenir sur la valeur partisane et subjective qu'il contient.

Le discours a été prononcé par un candidat qui venait de gagner une élection importante. C'est un discours, dans la première partie, enthousiaste et serein.

Relevons au niveau du lexique :

succès démocratique, je veux saluer, cette formidable mobilisation, c'est un processus irréversible, avec fierté, cette victoire, ce rapport de confiance, etc.

Dans la deuxième partie du texte, ce n'est plus le vainqueur des élections primaires qui parle mais le candidat aux élections présidentielles. Le changement est marqué par le paragraphe suivant :

Ce résultat est la première étape d'un long cheminement que j'ai parcouru pendant des années. Il est le produit de la relation de confiance que j'ai nouée avec les socialistes et avec la gauche. Inlassablement, pendant toute ma vie politique.

Le candidat passe ensuite à la deuxième étape, celle de son projet politique pour les élections présidentielles.

Il faut alors ici observer les deux tons employés, un ton négatif pour décrire la situation actuelle (puisqu'elle ne dépend pas de lui) et un ton d'espoir (son programme politique).

J'ai vu les souffrances durant ces derniers mois de trop de nos compatriotes

Je veux donner à notre Nation, à ce grand pays qu'est la France, confiance, qu'elle peut, qu'elle doit retrouver un projet qui lui donnera tout son sens et qui permettra de nouveau d'avancer.

Il faut enfin noter l'omniprésence du pronom personnel sujet. Plus d'un paragraphe sur deux commence par *Je*. Cela accentue l'engagement personnel du candidat, cela met en avant sa responsabilité (et son pouvoir). C'est un trait spécifique courant depuis quelques années dans les discours politiques en France. Là où on utilisait, le *parti*, le *gouvernement*, la *France*, l'*opposition*, etc., les hommes politiques utilisent aujourd'hui la première personne pour se mettre en avant et se placer comme des acteurs uniques.

Pour terminer, nous signalerons la présence caractéristique de la dernière phrase.

Vive la République et vive la France!

Formule éculée de tous les grands discours, elle marque la solennité du propos, la gravité de la situation et elle cherche à émouvoir tous les citoyens français, sans exception, au-delà des clivages politiques. Sa récurrence pourra cependant faire sourire certains.

Discours enthousiaste et prometteur, il est l'aboutissement d'un processus qui a conduit son orateur à la victoire. Il est également un pré-discours de campagne présidentielle et dans ce sens, il reflète toute la gravité et la solennité de la situation.

TEXTE 18

Réception de M. Jean-Luc Marion
DISCOURS PRONONCÉ DANS LA SÉANCE PUBLIQUE
le jeudi 21 janvier 2010
INSTITUT DE FRANCE



(*extrait*)

M. Jean-Luc Marion, ayant été élu par l'Académie française à la place vacante par la mort de M. le cardinal Jean-Marie Lustiger, y est venu prendre séance le jeudi 21 janvier 2010, et a prononcé le discours qui suit :

Mesdames, Messieurs de l'Académie,

Que puis-je dire, à ce moment où pourtant il faut, plus qu'à tout autre, dire quelque chose ? Car ce lieu et tous ceux qui l'occupent me coupent la parole alors même que vous me la donnez.

I.

Il n'y a pas à s'en étonner : si chacun sait qu'entrer à l'Académie française constitue un honneur extrême, seul celui qui y prend effectivement séance éprouve de quel poids pèse cet *officium* qui s'empare de son bénéficiaire tout entier et, comme son habit, à défaut de l'immortaliser, le rigidifie à son service. Ainsi, je connais aujourd'hui l'épreuve de la plus grande modestie. Longtemps, à chaque doute sur mon travail, je me ralliais à l'adage : quand je me considère, je me déssole, mais quand je me compare, je me console. Désormais, une fois admis au sein de votre Compagnie, Mesdames et Messieurs, chaque fois que je me comparerai, je me désolerai encore plus que si je me considérais.

Ou plutôt, je me comparerai pour apprendre de vous comment tenir le rang où vous a mis votre œuvre. Et l'année de noviciat, que les circonstances ont imposée, m'a déjà fait mesurer quel travail soutenu vous vous imposez et de quelles publications vous assurez la gloire de votre Compagnie. Je me comparerai aussi à la cohorte des philosophes qu'en ce siècle vous avez su accueillir parmi vous : Bergson et Lévi-Strauss, Gouhier et Gilson, Serres et Girard, mais aussi à ceux que vous eussiez pu, oserais-je dire que vous eussiez dû, recevoir, Levinas et Ricoeur, Henry et Derrida, Merleau-Ponty et Sartre – tous n'eussent pas refusé cet honneur et la philosophie, si grande en France aujourd'hui, l'eût mérité. Je me comparerai enfin à tous ceux qui, depuis quatre siècles, ont endossé cet office pour qu'ils m'enseignent la pratique de ce que Montaigne (cet autre académicien de droit) nommait la « conférence », le « plus fructueux et naturel exercice de notre esprit ». La conférence compare, parce qu'elle apparie ceux qui se tournent les uns vers les autres pour écouter autant que pour dire. Et sans doute l'Académie ne fait, ne fabrique, ne produit rien – elle écoute. Descartes, dans le *Projet d'une Académie*, qu'il rédigea à la demande de la reine Christine de Suède, dix jours avant sa mort, avait compris l'essence paradoxale de votre Compagnie, puisque l'article VI de son règlement dit que « l'on s'écouterait parler les uns les autres avec douceur et respect, sans faire paraître jamais de mépris pour ce qui sera dit dans l'Assemblée ». À l'Académie on s'écoute donc parler, non chacun soi-même, mais l'un l'autre.

COMMENTAIRE 18

Réception de M. Jean-Luc Marion**Discours prononcé dans la séance publique***(extrait)*

Voici l'introduction du discours de Jean-Luc Marion, lors de sa réception à l'Académie française en janvier 2010. Il s'agit donc d'un extrait (le discours comporte plus d'une vingtaine de pages), du début de ce discours. Le texte, dans son intégralité, est disponible sur le site de l'Institut de France.

Jean-Luc Marion est un philosophe français, il est enseignant à la Sorbonne et à l'université de Chicago.

Notre extrait constitue le premier chapitre du discours (indiqué par le chiffre romain I). Il est précédé d'une courte phrase d'introduction et se compose de deux paragraphes de longueur distincte.

On remarque donc tout de suite à quel point le texte est structuré, construit suivant un plan déterminé où chaque grande idée sera développée dans un paragraphe, reconnaissable d'un point de vue graphique.

Les premières phrases sont des phrases d'introduction qui indiquent que l'orateur va prendre la parole.

Le premier paragraphe de la première partie est une comparaison entre l'orateur et ses auditeurs. Il se sent humble devant une telle assemblée.

Le deuxième paragraphe est une description de l'Académie, qui doit être un lieu de dialogue et de partage, l'orateur ne sera donc plus le seul à communiquer.

Ce discours a été prononcé dans un cadre précis, institutionnalisé (l'Académie française) qui exige de respecter les règles de politesse établies. Il répond également à un exercice donné puisque tout nouvel élu est invité à prononcer un discours le jour de sa réception à l'Académie. Ce discours doit énoncer l'éloge de l'académicien décédé dont le nouvel arrivant a reçu le fauteuil. Bien sûr, l'extrait qui nous concerne n'est que l'introduction du discours et ne présente pas encore d'éloge. Il suit cependant déjà des exigences de forme et de contenu.

Exigences au niveau de la forme

Bien que ce discours ait été écrit à la première personne du singulier – c'est le point de vue de l'auteur qui va nous être exposé – ce dernier est sans cesse tourné vers son auditoire qu'il cite à plusieurs reprises, avec un respect total et la plus grande correction et politesse.

Désormais, une fois admis au sein de votre Compagnie, Mesdames et Messieurs

Et l'année de noviciat, que les circonstances ont imposée, m'a déjà fait mesurer quel travail soutenu vous vous imposez et de quelles publications vous assurez la gloire de votre Compagnie.

avait compris l'essence paradoxale de votre Compagnie

L'ensemble du texte appartient au registre soutenu. Nous en relèverons ici plusieurs caractéristiques.

Pour commencer, les phrases sont relativement longues et complexes. Elles ne comportent cependant pas un excès de propositions subordonnées qui pourrait nuire à la lisibilité du texte. On ne trouve pas

de phrases avec plus de deux ou trois propositions subordonnées. On remarquera plutôt l'utilisation de phrases apposées, qui marque la volonté de clarté de l'énoncé de l'auteur : une idée après l'autre.

Longtemps, à chaque doute sur mon travail, je me ralliais à l'adage : quand je me considère, je me désole, mais quand je me compare, je me console.

Et sans doute l'Académie ne fait, ne fabrique, ne produit rien – elle écoute.

L'auteur utilise un vocabulaire particulièrement soutenu. Le texte contient un emprunt au latin, une inversion sujet-verbe et plusieurs conditionnels passés sous leur deuxième forme, c'est-à-dire, celle d'un subjonctif imparfait.

s'emparer, à défaut de, rigidifier, se désoler, au sein de, la cohorte, endosser, l'office, fructueux, apparier, rédiger, paradoxal

de quel poids pèse cet officium

mais aussi à ceux que vous eussiez pu, oserais-je dire que vous eussiez dû, recevoir, Levinas et Ricœur, Henry et Derrida, Merleau-Ponty et Sartre – tous n'eussent pas refusé cet honneur et la philosophie, si grande en France aujourd'hui, l'eût mérité.

On trouve également plusieurs locutions phraséologiques propres au style soigné.

admis au sein de votre Compagnie

de quel poids pèse cet officium

je me ralliais à l'adage

comment tenir le rang

cet autre académicien de droit

Nous remarquerons plusieurs fois la présence de figures de style (métaphore et métonymie). Il faut cependant noter que, si ces figures de style élèvent le discours, elles n'ont rien d'originales et sont même parfois lexicalisées.

de quel poids pèse

comme son habit, à défaut de l'immortaliser, le rigidifie à son service

qui ont endossé cet office

Enfin, il faut signaler plusieurs effets stylistiques s'appuyant sur l'utilisation (parfois répétitive) de constructions symétriques.

quand je me considère, je me désole, mais quand je me compare, je me console

chaque fois que je me comparerai, je me désolerai encore plus que si je me considérais.

à la cohorte des philosophes qu'en ce siècle vous avez su accueillir parmi vous :

mais aussi à ceux que vous eussiez pu, oserais-je dire que vous eussiez dû, recevoir,

À l'Académie on s'écoute donc parler, non chacun soi-même, mais l'un l'autre.

La répétition de la conjonction *et* toujours placée entre deux noms de philosophes a également un rôle stylistique puisqu'elle n'est pas imposée par la grammaire.

Bergson et Lévi-Strauss, Gouhier et Gilson, Serres et Girard

Levinas et Ricœur, Henry et Derrida, Merleau-Ponty et Sartre

Exigences au niveau du contenu

Notre propos n'est bien sûr pas de procéder à une analyse du contenu de ce texte. Cependant, nous noterons tout de même quelques éléments essentiels qui ont une influence sur le registre employé et sur le style général du texte.

A plusieurs reprises, l'auteur fait référence à différents philosophes majeurs. Il s'agit de Bergson, Lévi-Strauss, Gouhier, Gilson, Serres, Girard, Levinas, Ricœur, Henry, Derrida, Merleau-Ponty, Sartre et encore Montaigne et Descartes.

Il cite deux d'entre eux.

« *plus fructueux et naturel exercice de notre esprit* »

« *l'on s'écouterait parler les uns les autres avec douceur et respect, sans faire paraître jamais de mépris pour ce qui sera dit dans l'Assemblée* »

Exercice pour l'orateur qui est écouté par une assemblée renommée et exigeante, cette courte introduction est un bel exemple de discours du registre soutenu. Cependant, bien que le texte soit parfaitement écrit, on pourra noter un certain manque d'originalité mais qui ne l'empêche, cependant, en aucun cas de remplir sa mission.

TEXTE 19

67	0298'08"	0304'12"	50	VINZ DARTY	Oh oh, oh oh, les émeutes les mecs-là. Moi j'm'en fous, mon problème c'est ma voiture.
68	0305'00"	0306'15"	15	SAID	Téma téma y a l'truc des émeutes là.
69	0307'03"	0309'12"	20	VINZ DARTY	Ah la voilà ta télé pérave. C'est ça, cassez tout, cassez tout.
70	0310'00"	0314'15"	39	SAID VINZ	Vas-y, règle bien l'antenne là. Ben attends, j'fais c'que je peux là tu vois bien, allez !!
71	0315'04"	<u>0316'06"</u>	9	SAID	Hé téma c'est David là,
72	0317'00"	0319'05"	18		comment il a réussi à se faire filmer, l'enculé ?
73	3019'09"	0323'11"	33	VINZ	Ah la la l'enculé, j'étais juste à téco (côté), ils m'ont pas filmé les fils de pute.
74	0323'15"	0329'11"	46	SAID VINZ	Tais-toi, tais-toi !!! Vas-y règle bien putain, on voit rien. Qu'est-ce que tu veux que je fasse, c'est de la demère (merde)
75	<u>0329'15"</u>	0330'13"	7		ce truc-là.
76	0331'01"	0335'00"	31	SAID	Hé comment il a réussi à se faire filmer c't enculé là ?
77	0336'08"	0339'15"	27		Hé ho mon argent toi !! Hé mon argent Darty ??
78	0340'03"	0343'03"	24	DARTY	J'ai pas ton argent, c'est Astérix qui a ton argent voilà.
79	0343'07"	0348'02"	37	SAID	Bon vas-y lève-toi, donne-moi mon blouson, casse-toi. Allez vas-y casse-toi, tu pues !!!
80	0348'06"	0351'07"	24	DARTY	Vous devez être content non,
81	0351'11"	0355'09"	31		y a un flic qui a perdu son flingue dans la cité.
82	0359'08"	0362'06"	23		J'espère que le mec qui va tomber dessus
83	0362'10"	0366'04"	29		il ira brûler la capitale, ça nous fera du changement un petit peu.
84	0366'08"	0367'08"	8	VINZ	Tu m'étonnes
85	0367'12"	0370'03"	19		qu'on va aller leur brûler leur mère à ces fils de pute.
86	0370'07"	0373'02"	21	SAID	Bon hé ho qu'est-ce que vous foutez ? On s'arrache ou quoi ho ??
87	0377'08"	0381'08"	32	SAM	Tu connais l'émission où on piège les gens ?
88	0381'14"	0387'10"	46		Tu vois alors le mec connu il est sûr de se faire griller par la caméra cachée

89	0388'05"	0394'09"	50		et son pote qui est au courant de ça il a organisé une embrouille avec les mecs de la caméra cachée
90	0394'13"	0398'07"	29		pour faire croire au mec connu qu'il est en train de se faire piéger.
91	0398'11"	0402'10"	31		Tous les jours le mec connu il va bouffer dans le même restau
92	0402'14"	0407'08"	37		et il est certain que s'il se fait griller, ce sera dans le restau,
93	0407'12"	0413'04"	44		et les autres ils se sont arrangés pour lui faire montrer que la caméra elle est dans le restau.
94	0413'08"	0418'15"	43		Alors il voit le camion de la télé dehors, il voit la caméra derrière un miroir,
95	0419'03"	0424'06"	41		et même le mec qui est face de lui il fait semblant de faire des trucs bizarres.
96	0424'12"	0429'13"	40		Alors le mec ca y est, il croit qu'il va piéger tout le monde,
97	0430'01"	0436'02"	48		il fait style il a rien vu, en fait il les avait vus. Tu me suis ?
98	0436'06"	0441'09"	41		Le mec il flippe sa mère, parce qu'il croit que TOUT peut lui tomber sur le coin de la gueule.
99	0441'13"	0448'14"	56		Et en fait ils ont rien préparé, ils le filment comme ça en train de chier dans son falzard à attendre l'embrouille.
100	0449'02"	0451'02"	16	SAM	Alors un moment, le mec on le voit.
101	0451'06"	0454'10"	26		Mais c'est bon putain arrête Saïd !
102	0454'14"	0458'08"	29	SAID SAM	Mais c'est pas moi. Ben alors c'est qui ?
103	0458'12"	0465'04"	52		Alors, le mec connu, on le voit qui transpire sa race,
104	0465'08"	0469'10"	33		qui fait semblant d'être cool et chaque fois que le serveur passe,
105	0469'14"	0472'11"	22		il se prépare à n'importe quoi.
106	0472'15"	0478'11"	46		Alors à un moment y a un mec qui se lève et qui s'approche de lui pour lui demander un autographe,
107	0478'15"	0482'01"	25		et le mec connu, il croit que c'est ça l'embrouille,
108	0482'05"	0486'00"	29		et il se met à partir en couille et à délirer sur l'autre mec,
109	0486'04"	0493'02"	55		- le mec à l'autographe - qui comprend pas ce qu'il se passe.

110	0493'06"	0497'12"	35		Alors ils se sont battus. Ah non, c'était trop ... (?)
111	0498'00"	0501'14"	31		C'est les mecs de la caméra cachée qui les ont séparés...
112	0502'02"	0506'05"	33		Ah y a eu de la baston. C'était trop mortel.
113	0508'07"	0510'07"	16	VINZ	Et alors ??
114	0512'00"	0514'12"	22	SAM	Ben voilà c'est fini.
115	0535'01"	0537'05"	18	VINZ	Et c'était qui le mec connu ??
116	0537'09"	0540'15"	27	SAM	Ah j'sais plus, mais il était connu.
117	0541'09"	0543'09"	16		J'me rappelle pas.
118	0565'13"	0571'05"	44	JEUNE PARC	Ah ça pue l'embrouille ça. Bon aller à plus.
119	0618'02"	0620'07"	18	VINZ	Alors qu'est-ce qu'ils voulaient ?

COMMENTAIRE 19

Script du film *La Haine*

Bobines 2A, 2B, troisième et quatrième parties, 68–118

Nous avons ici le script avec les dialogues du film *La Haine*. Il s'agit d'un film réalisé en 1995 par Mathieu Kassovitz. C'est un film qui traite des problèmes dans les cités des banlieues de la région parisienne. Il met donc en scène des jeunes de ces cités. C'est leur dialogue que nous allons analyser.

Au cours du passage retenu, les jeunes sont en train de regarder à la télévision un reportage sur les émeutes qui ont secouées, la veille, la cité où ils habitent.

Ils font donc des commentaires sur la situation, sur le reportage diffusé. Puis l'un d'entre eux raconte une émission qu'il a vue précédemment. C'est donc ici un récit, parfois entrecoupé des commentaires des autres protagonistes.

On ne notera pas de différence de langage entre les différents acteurs de la scène.

Analyse lexicale

Le lexique utilisé est un lexique relevant du registre populaire, familier et vulgaire.

Familier ou populaire

Moi, je m'en fous, l'truc, télé, son flingue, on s'arrache, le mec connu, griller, bouffer, le restau, il flippe, la gueule, cool, la baston, trop mortel

Ce lexique procède de plusieurs mécanismes comme l'abréviation (*télé, restau*), la polysémie (*mortel, s'arracher, gueule, griller*), l'affixation (*baston*) ou tout simplement l'utilisation de mots appartenant exclusivement au registre familier et populaire (*flingue, mec, s'en foutre*).

Mots grossiers, insultes, jurons

l'enculé, brûler leur mère, les fils de pute, putain, chier dans son falzard, partir en couille

Analyse syntaxique

Principe propre au langage parlé, on rencontre régulièrement la suppression de différents éléments, première partie de la négation, pronoms sujets et suppression des « e » mobiles.

Moi, j'm'en fous

(il) y'a le truc

j'fais c'que je peux

on (ne) voit rien

mais c' (n')est pas moi

A côté de ces simplifications, signalons l'ajout en revanche de petits mots comme des onomatopées, des adverbes, qui viennent rythmer le discours oral.

Hé téma, c'est David là,

Ah la la l'enculé

*Hé ho mon argent
Alors il voit le camion de la télé
Alors un moment, le mec on le voit.
Ben alors c'est qui ?*

Les phrases sont des compositions verbales simples qui suivent en majorité le schéma suivant : sujet + verbe + complément d'objet. Elles impliquent un excès de formes verbales.

*Bon vas-y lève-toi, donne-moi mon blouson, casse-toi. Allez, vas-y, casse-toi, tu pues.
Il fait style il a rien vu, en fait ils les avait vus. Tu me suis ?
Et le mec connu, il croit que c'est ça l'embrouille,*

Les seules propositions subordonnées présentes sont des subordonnées relatives simples (sujet, complément d'objet). Elles sont révélatrices d'une construction caractéristique du discours parlé familier où le sujet est souvent répété de manière redondante.

*C'est les mecs de la caméra cachée qui les ont séparés...
Alors à un moment y'a un mec qui se lève
Et son pote qui est au courant de ça
Qu'est-ce que tu veux que je fasse*

Dans un cas, la relative n'est pas introduite par le pronom relatif, ce dernier ayant été remplacé par la répétition du pronom personnel sujet.

Il fait style il a rien vu

La répétition du groupe nominal est également présente en dehors du cadre des propositions relatives. C'est une caractéristique courante du langage parlé.

*Et même le mec qui est en face de lui il fait semblant
Alors à un moment, le mec on le voit
Alors le mec connu on le voit qui transpire sa race*

Il faut enfin noter la présence de plusieurs mots issus du verlan, un argot consistant à inverser les syllabes d'un mot. Certains mots de cet argot font aujourd'hui partie du lexique familier. Nous recensons ici les mots suivants :

Téma (mater), à téco (à côté), demère (merde)

Pour terminer, il est nécessaire de rappeler que ce texte est un script, une retranscription des dialogues d'un film. Aussi, si l'utilisation du français parlé et familier est signalé à l'écrit par des élisions, par une syntaxe spécifique, l'orthographe du texte reste juste. Il n'y a aucune raison ici d'altérer l'orthographe des mots.

Aude Brunel
Jovanka Šotolová

Stylistická analýza českých a francouzských textů
komentáře k vybraným textům

Příprava a výroba této publikace byla financována z grantu
OPPA CZ.2.17/3.1.00/32137
Inovace a rozvoj studijního programu Překladařství a tlumočnictví
na Ústavu translatologie FF UK v Praze

Vydala Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, 2012
nám. Jana Palacha 2, 116 38 Praha 1

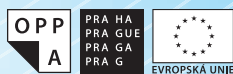
Koordinátor Tomáš Duběda
Technický redaktor Václav Kohout
Neprošlo jazykovou korekturou
Typografie a sazba, obálka Milada Hartlová
Tisk a knihařské zpracování xPrint s.r.o., Příbram

1. vydání
ISBN 978-80-7308-408-0
Neprodejné

Tato publikace má sloužit jako úvod do problematiky stylistické, popřípadě translátologické analýzy textu. Zaměřili jsme se v ní na texty, s nimiž nejčastěji pracují studenti v bakalářském programu na Ústavu translátologie: komunikáty funkčních stylů odborného, administrativního, publicistického.

Texty jsou vybrány tak, aby ukázaly rozmanitost z hlediska námětů a různorodosti jejich zpracování. Komentáře se zaměřují hlavně na prvky pro daný text specifické. Naznačují, že každá stylistická analýza může být dobrodružnou výpravou, jež se snaží detailně popsat každý kámen pozoruhodné stavby textu, aby odhalila záměr autora, ale především rozkryla možné způsoby interpretace jeho díla. Neboť právě taková analýza je nezbytnou podmínkou pro každý překlad.

Příprava a výroba této publikace byla financována z grantu
OPPA CZ.2.17/3.1.00/32137 –
Inovace a rozvoj studijního programu
Překladatelství a tlumočnictví na Ústavu translátologie FF UK v Praze



Evropský sociální fond
Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti