



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra anglistiky

Bakalářská práce

Pražský lingvistický kroužek a jeho vliv na
současnou lingvistiku

Prague Linguistic Circle and its influence on
contemporary linguistics

Vypracovala: Veronika Vokáčová
Vedoucí práce: Mgr. Jana Kozubíková – Šandová PhD.

České Budějovice 2016

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě - v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných pedagogickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

21. 6. 2016 v Českých Budějovicích

.....

Veronika Vokáčová

Zde bych chtěla poděkovat Mgr. Janě Kozubíkové Šandové Ph.D. za cenné rady při psaní mé bakalářské práce.

ANOTACE

Teoretická část mé práce se věnuje charakteristice Pražského lingvistického kroužku, jeho vývojovým etapám, členům a členství a tezím. Dále se zaměřuje na dvě významné teoretické koncepce: aktuální členění větné a klasifikaci jazykových funkcí podle Romana Jakobsona. Jakobsonova klasifikace jazykových funkcí a její aplikace na text společně s jeho kvalitativní analýzou jsou předmětem zkoumání praktické části mé bakalářské práce.

Klíčová slova: Pražský lingvistický kroužek, PLK, Pražská škola, Roman Jakobson, jazykové funkce, teze Pražského lingvistického kroužku, funkcionalismus, strukturalismus

ABSTRACT

The theoretical part of my bachelor work is focused on characteristics of the Prague Linguistic Circle, its developmental stages, members and membership and theses. It also describes two significant theoretical conceptions: functional perspective and classification of language functions according to Roman Jakobson. Jakobson's classification of the functions of language and its application onto the text collectively with qualitative analysis are subjects of exploration of the practical part of my bachelor work.

Keywords: Prague Linguistics Circle, PLK, Prague School, Roman Jakobson, functions of language, poetic function, theses, theses of the Prague Linguistics Circle, functionalism, structuralism

OBSAH

I. Teoretická část

ÚVOD	1
1. Historie Pražského lingvistického kroužku	2
1.1. Pražský lingvistický kroužek a jeho vznik	2
1.2. Klasické období působení Pražského lingvistického kroužku	5
1.3. Válečné období	6
1.4. Poválečné období	8
1.5. Sedmdesátá a osmdesátá léta	9
1.6. Od roku 1989 do současnosti	9
2. Členové Pražského lingvistického kroužku a jejich přednášková činnost	11
2.1. Členové	11
2.2. Přijímání členů	14
2.2.1. Přijímání členů před vznikem stanov	15
2.2.2. Přijímání členů po vzniku stanov	15
2.3. Přednášky	16
3. Teoretické koncepty Pražského lingvistického kroužku	18
3.1. Jazykové funkce	18
3.2. Aktuální členění větné	25
4. Teze Pražského lingvistického kroužku	27
4.1. Seznam Tezí	27

II. Praktická část

5. Úvod do praktické části	30
6. Analýza reklamních textů	30
6.1. Reklama značky Coca – Cola	30
6.2. Reklama na hodinky Rolex	32
6.3. Reklama na hodinky Seiko	33
6.4. Reklama na vůni Davidoff č. 1	35
6.5. Reklama na Singapore Airlines	36
6.6. Reklama na Fly Emirates	37
6.7. Reklama na Thai Airways	38
6.8. Reklama na pořad Survive the Tribe	40
6.9. Reklama na pořad Ultimate Survival Alaska	41
6.10. Reklama na pořad Science of Stupid	42
6.11. Reklama na hodinky Longines	43
6.12. Reklama na hodinky Victorinox	44
6.13. Reklama na televizi LG č. 1	46
6.14. Reklama na televizi LG č. 2	47
6.15. Reklama na Shell	48
6.16. Reklama na vůni Davidoff č. 2	50
6.17. Reklama na BMW Motorrad	51
6.18. Reklama Syngenta	52

6.19. <i>Reklama organizace Big Cats Initiative</i>	53
6.20. <i>Reklama na atlas</i>	54
7. Závěr	56
8. Bibliografie	58
9. Přílohy	62

I. TEORETICKÁ ČÁST

ÚVOD

Téma Pražský lingvistický kroužek a jeho vliv na současnou lingvistiku jsem si vybrala proto, že mne tato skupina jazykovědců velmi zaujala a proto, že si cením přínosů práce jejích členů a myslím si, že mnohé myšlenky, kterými se Kroužek zabýval, jsou aktuální i dnes.

První kapitola mé práce sleduje historii a vývoj Pražského lingvistického kroužku v jednotlivých časových etapách. Největší rozmach Kroužek zažíval v klasickém období, které bylo důsledkem vývoje politické situace ukončené v roce 1939. Díky snaze a péči jazykovědců, kteří mezi sebou dědili myšlenky Pražského lingvistického Kroužku a jeho práci nadále rozvíjeli, byl Kroužek po revoluci (1989) v roce 1990 obnoven.

Druhá kapitola mé práce se zabývá členy kroužku. Představuje konkrétní osobnosti a seznamuje čtenáře s jejich oborem činnosti. Soustředí se také na to, jaké bylo potřeba splnit podmínky za účelem získání členství v Pražské škole. V poslední řadě také přináší informace o přednáškové činnosti, které se na poli Kroužku konala.

Ve třetí kapitole přináším informace o dvou významných teoretických koncepcích, které členové kroužku prezentovali. První koncepcí je klasifikace jazykových funkcí podle Romana Jakobsona. Tato koncepce nás seznamuje s jednotlivými jazykovými funkcemi a předkládá nám jejich možné využití. Je také předmětem výzkumné části mé práce, v které ji prakticky využívám při analýze jazykových funkcí tištěných reklam.

Druhou teoretickou koncepcí je teorie o aktuálním členění větném, kterou rozpracoval Vilém Mathesius. Teorie se zabývá členěním vět na téma a réma. Ve světě je známá pod názvem „functional perspective“.

Poslední kapitola teoretické části mé práce obsahuje seznam tezí Pražského lingvistického kroužku a nástin jejich vývoje.

Praktická část mé bakalářské práce se věnuje kvalitativní analýze tištěných reklam. Metodou práce je diskurzivní analýza, která pracuje jak s jazykovou stránkou reklamy, tak i stránkou vizuální. Na reklamách pak prakticky využívám Jakobsonovu klasifikaci jazykových funkcí a určuji jazykové funkce v jednotlivých textech. V textech, kde se objevuje více funkcí, určuji taktéž jejich hierarchii.

1. Historie Pražského lingvistického kroužku

1.1. Pražský lingvistický kroužek a jeho vznik

Pražský lingvistický kroužek (v zahraničí známý také jako Pražská lingvistická škola) byl založen skupinou jazykovědců dne 6. října 1926, kdy se konala jejich první schůzka. Tato schůzka proběhla během anglického semináře, který vedl Vilém Mathesius. Mathesius na sebe upozornil již dříve a to v roce 1911, kdy vedl přednášku o potencionalnosti jazykových jevů. Tato první schůzka se konala za účasti pěti členů: Viléma Mathesia, Bohuslava Havránka, Romana Jakobsona, Jana Rypky a Bohumila Trnky. Na schůzce vystoupil také rodák z Lipska, Henrik Becker, se svou přednáškou „Der europäische Spreichgast“. Po jeho přednášce se členové Kroužku shodli na tom, že budou přednášky opakovat – a tak se zrodil Pražský lingvistický kroužek (později známý v cizině jako Pražská škola).

Skupina lingvistů patřících do Pražského lingvistického kroužku postupem času ustanovila novou jazykovědnou koncepci, která významně ovlivnila vývoj moderní lingvistiky. Během prvních dvou let se práce Kroužku věnovaly otázkám jazykozpytným, později se zabývaly lingvisticky orientovanou poetikou.¹ Členové spolupracovali jak mezi sebou, tak i se zahraničními lingvisty. Mathesius formuloval některé základní jazykové teorie ještě několik let před vznikem Pražské školy. Až do jeho smrti roku 1945 fungoval jako předseda tohoto Pražského lingvistického kroužku.²

Se vznikem Kroužku bylo nutné ustanovit různé orgány, které budou mít na starost fungování skupiny. Předsedou Kroužku se stal již zmíněný Vilém Mathesius, jako předseda působil Roman Jakobson, jednatelskou funkci přijal Bohumil Trnka a funkci pokladníka zastával Josef Rypka. Jako revizoři účtů Kroužku působili Václav Machek a Leontij Kopeckij, smírčí soud byl tvořen Otokarem Fischerem, Janem Mukařovským a Františkem Oberpfalcerem. V období svého vzniku působily v Pražské škole tři vědecké komise. První z nich byla *komise fonologická*, která měla za předsedu Bohuslava Havránka. Další ustanovenou komisí se stala *komise pro studium obecné češtiny*, kterou vedl Miloš Weingart. Jako třetí vznikla *komise bibliografická* v čele s Constantinem F. Slottym. Později došlo ke

¹ Srov. MATHESIUS, Jazyk, kultura a slovesnost, s. 442

² Srov. Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 148–150. Srov. Josef VACHEK, U základů pražské jazykovědné školy, 1970, s. 70

vzniku ještě jedné, tedy v pořadí již čtvrté komise – *komise pro studium básnického jazyka*. Tato komise vznikla na návrh Viléma Mathesia a jejím předsedou byl zvolen Jan Mukařovský.³

V Praze se již ve dvacátých dvacátého století formovalo prostředí, které bylo vhodné pro kritické přehodnocení současného stavu jazykovědy.

„Podíl našich a cizích jazykovědců na vytváření hlavních myšlenek pražské školy bychom mohli definovat asi takto. V Praze se už v druhém desetiletí začalo vytvářet příznivé ovzduší pro kritické přehodnocení soudobé jazykovědy. Zásahu na tom měl především V. Mathesius svým širokým po dosavadní lingvistické literatuře, svou schopností kriticky posuzovat cizí i své vlastní myšlenky a v neposlední řadě i díky tomu, že měl možnost konfrontovat své názory s podobně uvažujícími lidmi, jako byl například známý komparatista Zubatý, Havránek a další.“⁴

V roce 1928⁵ se uskutečnilo první veřejné vystoupení Kroužku na 1. mezinárodním sjezdu lingvistů v Haagu. Tam došlo ke sblížení názorů pražské a ženevské školy a společně vydali rezoluci. Ta měla za úkol šířit nové synchronicky zaměřené jazykovědné analýzy.⁶ V roce 1929 se členové Kroužku rozhodli vystoupit se svými myšlenkami na mezinárodním sjezdu slavistů.⁷ Zde Kroužek prezentoval své teze, o jejichž vznik se zasloužila speciální komise, v níž působil Havránek, Mukařovský, Mathesius a Jakobson. Označili svůj postoj k jazykovědným jevům za strukturně funkční.⁸ Další věc, kterou Kroužek na sjezdu prezentoval, byly první dva svazky edice *Travaux du Cercle Linguistique de Prague*⁹. První svazek se jmenoval *Mélanges linguistiques dédiés au Premier congrés des philologues slaves* a skládal se z jedenácti částí. Pět pojednání bylo vytvořeno českými jazykovědci a dalších pět bylo sepsáno lingvisty zahraničními.¹⁰

³ Petr ČERMÁK – Claudio POETA, *Pražský lingvistický kroužek v dokumentech*, 2012, s. 29 – 28.

⁴ Jiří Černý, *Dějiny lingvistiky*, s. 148.

⁵ Srov. Josef VACHEK, *Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné*, 1999, s. 15–16.

⁶ VACHEK, *Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné*, s. 16.

⁷ Srov. MATHESIUS, *Jazyk, kultura a slovesnost*, s. 442–443.

⁸ Srov. VACHEK, *Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné*, s. 16.

⁹ Srov. MATHESIUS, *Jazyk, kultura a slovesnost*, s. 443.

¹⁰ Trnka, Mathesius, Havránek, Mukařovský, Weingart, Trubeckoj, Karcevskij, Slotty, Savickij a Brun. Srov. MATHESIUS, *Jazyk, kultura a slovesnost*, s. 443.

V druhém desetiletí 20. století přišel Pražský lingvistický kroužek do kontaktu s mnoha zahraničními lingvisty. Ti v České Republice našli až mimořádně příznivé podmínky pro rozvíjení svých lingvistických názorů a teorií, společně s jejich konfrontací s názory a teoriemi domácích jazykovědců. Na druhou stranu právě tito zahraniční lingvisté měli zásluhu na obohacení myšlení našich jazykovědců o nové aspekty. V tomto směru vynikali hlavně ruští lingvisté, jako byl Jakobson, Trubecký a Karcevský.

Spolupráce našich a zahraničních členů Pražského lingvistického kroužku působila podobně i na poli metodickém. Pro Mathesia a většinu českých jazykovědců byl příznačný hlavně smysl pro analýzu a skládání jazykových detailů do celkového systému. Naopak pro Romana Jakobsona a Nikolaje Trubeckého byl příznačný smysl pro vytváření těch nejjobecnějších zákonitostí a pro vřelé odhalování systému jako celku¹¹

Pražský lingvistický kroužek (označovaný také jako „PLK“ nebo „Pražská škola“) vznikl pod vlivem nejlepších jazykovědných tradic a také pod vlivem velmi plodné spolupráce jazykovědců, kteří byli zástupci několika národností (vedle již zmíněných Čechů a Rusů to byli také Němci, Ukrajinci a Slováci). Během velmi krátké doby dosáhla pražská škola vynikajících výsledků a ve třetím desetiletí 20. století se stala nejvlivnější jazykovědnou školou ve světovém měřítku.¹²

Postupně Kroužek začal rozvíjet řadu dalších aktivit. Navázal spolupráci s jinými sdruženími a organizacemi. Tato spolupráce probíhala jak na odborné úrovni (např. spolupráce na fonologickém popisu Japonštiny s Orientálním ústavem), tak na úrovni popularizační, kdy se pod záštitou Kroužku konaly přednášky pro veřejnost. Zásadní význam pro velký nárůst členů Pražské školy mělo ale především rozhodnutí Kroužku, ve kterém jeho členové došli k závěru, že bude prospěšné na jejich schůzky zvát širší okruh hostů - například studenty filologických seminářů. Tato širší společnost měla povolení účastnit se schůzek pod podmínkou ročního příspěvku, který byl proměnlivý.¹³

¹¹ Jiří Černý, Dějiny lingvistiky, s. 149

¹² Jiří Černý, Dějiny lingvistiky, s. 149

¹³ Srov. Petr ČERMÁK – Claudius POETA, Pražský lingvistický kroužek v dokumentech, 2012, s. 30 – 33.

1.2. Klasické období Pražského lingvistického kroužku

Klasické období Pražského lingvistického kroužku se datuje od jeho založení v roce 1926 do vypuknutí 2. světové války, tedy do roku 1939. V tomto období, které trvalo třináct let, členové Kroužku vypracovali ucelenou jazykovědnou teorii, která během třicátých let 19. století silně ovlivnila rozvoj lingvistiky na světovém poli.¹⁴

Význačným rysem, který je charakteristický pro Pražskou školu nejen v klasickém období, je důsledné používání funkčního přístupu v různých oblastech studia jazyka, někdy dokonce i spolupráce skupiny s oblastmi, které do jazykovědy přímo nepatří.

Rozpracování funkčního přístupu se věnovali výhradně Vilém Mathesius a Bohuslav Havránek, ale silný vliv na jejich práci měl Karl Bühler. Právě Bühler je považován za zakladatele psycholingvistiky a také za blízkého spolupracovníka Kroužku.

Bühler v roce 1934 publikoval své dílo „Teorie jazyka“ (Sprachtheorie). V tomto díle formuloval tři základní jazykové funkce: *funkce sdělovací* (také zobrazovací, tzn. *darstellungsfunktion*). Skrze tuto funkci můžeme podávat informace o mimojazykové realitě. Pak definoval *funkci expresivní* (Kundgabefunktion), která užívá prvků, které nějakým způsobem charakterizují mluvčího. A nakonec představil i *funkci konativní* (Apellfunktion), která funguje jako výzva posluchače k tomu, aby něco udělal, nebo případně může znamenat i zákaz činnosti.¹⁵

V roce 1930 svolal Kroužek do Prahy mezinárodní fonologickou konferenci, na které se sešlo mnoho odborníků z celkově osmi evropských zemí. Mezi nimi se objevili opět Karcevskij a Trubeckoj. Cílem setkání na konferenci byla především příprava na 2. mezinárodní kongres lingvistů, kde chtěl Kroužek prezentovat své práce ve funkčně pojatém hláskosloví a informovat o jejich výsledcích.¹⁶ Během této konference došlo také k založení Mezinárodní fonologické asociace, jejímž předsedou byl jmenován Trubeckoj. Díky činnosti v Mezinárodní fonologické asociaci Kroužek ještě víc upevnil své postavení. Pražská škola zapůsobila na americké, britské i nizozemské jazykovědce.

Jako další zásadní výstup Kroužku můžeme označit také sérii přednášek věnovaných otázkám spisovné češtiny a jazykové kultuře, který se uskutečnil na začátku roku 1932. Zde

¹⁴ Srov. Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 152.

¹⁵ Srov. Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 152 – 153.

¹⁶ Srov. MATHESIUS, Jazyk, kultura a slovesnost, s. 444.

Kroužek byl „položen pevný základ k funkčně strukturní koncepci jazykové správnosti a jazykové kultury vůbec“.¹⁷

V klasickém období byly přínosné zejména práce věnující se fonetice, morfologii a syntaxi. Co se týká fonologie, teprve v rámci pražského strukturalismu se oddělila od lingvistiky jako samostatná disciplína stojící proti fonetice. Začala se zajímat o zvukovou stránku jazyka taktéž funkčního hlediska. To znamená, že proti třídění hlásek z hlediska fyzikálního se fonologie začala zabývat *fonémy*, zatímco fonetika se zabývala fóny.

Dalších výborných výsledků dosáhl Kroužek také v oblasti morfologie a morfonologie. Tyto výsledky se týkaly především teorií morfémů, gramatických kategorií a obecné teorie příznakovosti. V syntaxi se oproti tomu rozvíjela teorie aktuálního větného členění, kterou rozpracoval Vilém Mathesius. Některé jazykovědné práce vyšly v edicích Travaux du Cercle Linguistique de Prague. Na tyto edice pak navázalo několik dalších vydání Travaux linguistique de Prague. V 30. létech byl založen také dnes nejvýznamnější lingvistický časopis Slovo a slovesnost.¹⁸

1.3. Válečné období

Vědecká práce členů Kroužku byla násilně přerušena okupací Československa v roce 1939 a následným začátkem druhé světové války. To vedlo k uzavření českých vysokých škol, zastavení vydávání odborných publikací a s tím spojenému úpadku nejen vědeckého života.

Gestapo zajalo a vyslýchalo Nikolaje S. Trubeckého, který byl v té době nemocný. Jako následek nemoci Trubecký v roce 1938 zemřel.¹⁹ Další z okruhu Pražské školy byl z rasových důvodů stíhán Roman Jakobson. Jakobson byl pod tlakem donucen uprchnout z Dánska a Norska přes Švédsko do USA. V USA poté založil harvardskou školu, která se nesla v duchu pražského strukturalismu. Brzy po založení harvardské školy se Jakobson stal jedním z předních amerických lingvistů. V dubnu 1945 přišel Kroužek o dalšího člena a to rovnou o

¹⁷ VACHEK, Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné, s. 20.

¹⁸ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 153.

¹⁹ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 162

jeho zakladatele Viléma Mathesia. Kroužek tak v poměrně krátkém období ztratil tři ze svých významných členů. Tyto události předznamenaly i poválečný vývoj.²⁰

Bylo nutné věnovat energii obnově škol a na vědeckou činnost nezbylo moc sil ani času. Tato přestávka ve výzkumu znamenala další problém pro přicházející mladší generace, které byly připravené zaplnit volná místa a navázat na známé teorie, případně rozvíjet teorie zcela nové. Později sehrály určitou roli Marrovy teorie o stadiálním vývoji jazyků.²¹ Ty byly odmítnuté Stalinem až v roce 1950, který byl díky kroku odmítnutí těchto teorií vydáván za nej přednějšího světového lingvistu. A to byl další ovlivňující faktor – vědní obory a zejména společenské vědy byly v padesátých letech silně ideologizovány. Pro lingvistiku to znamenalo především to, že strukturalismus jako celek byl kritizován a nahrazován marxistickou jazykovědou, ostatně jako všechny tehdy existující lingvistická odvětví.

Naše lingvistika mohla navázat tam, kde skončila až během 60. let když se komunistický režim postupně uvolňoval. Bohužel, v roce 1968, po okupaci Československa, došlo k opětovnému omezení těchto možností na dalších dlouhých dvacet let.

1.4. Poválečné období

Po válce nebyla situace pro Pražský lingvistický kroužek příznivá. Vlivem politické situace a poválečného vývoje kroužku došlo k jeho rozpadu^{22 23}. Na místo kroužku se dostalo nové jazykovědné sdružení, které se věnovalo hlavně bohemistice, slavistice a obecné lingvistice. Také se na jazykovědné scéně objevil Kruh moderních filologů, jehož členem byl i Bohumil Trnka. Obě tyto jazykovědné skupiny mezi sebou spolupracovaly a podílely se na obnově publikační řady původně vydávané Kroužkem – Travaux du Circle Linguistique de Prague. Tato řada už ale nesla pozměněný název: Travaux de Linguistiques de Prague.²⁴

²⁰ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 162

²¹ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 162

²² Podle výsledků pátrání Lešky a historičky Míškové Kroužek po právní stránce nikdy nezankl, pouze nevyvíjel svou činnost. Tento závěr byl potvrzen i oficiální expertízou v roce 1989. Stanovy kroužku připouštěly pouze jednu možnost zániku, a ta by nastala v případě svolání valné hromady za účelem rozpuštění Kroužku. To se však nestalo. Srov. TOMÁŠ HOSKOVEC, „Sedm let od obnovení činnosti PLK“, Slovo a slovesnost 59, 1998, s. 79

²³ Srov. VACHEK, Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné, s. 65–66.

²⁴ Srov. VACHEK, Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné, s. 67–69.

1.5. Sedmdesátá a osmdesátá léta

Během sedmdesátých let došlo k dalšímu zhoršování situace. Obnovené publikace *Travaux de Linguistiques de Prague* byly opět zrušeny a skupina jazykovědců kolem Kruhu moderních filologů už nebyla svobodnou organizací, v které by členové mohli vyjadřovat svůj vlastní názor. Další ránou pro tuto organizaci pak byla navíc smrt Bohumila Trnky.²⁵

K činnosti, která souvisela s předchozím působením Pražského lingvistického kroužku, bylo v tomto období zapotřebí mnoho odvahy. Uskutečňovaly se tajné schůze v soukromých bytech jazykovědců, ale také se občas konaly neoficiální přednášky na univerzitních půdách. Pro příklad si uveďme strukturalistická čtení na Filosofické fakultě UK, organizované Leškou²⁶. V roce 1982 Trnka a Vachek společně vystoupili na mezinárodní konferenci věnované počítačové lingvistice, kde prezentovali své přednášky o Pražském lingvistickém kroužku. Také v zahraničí začalo vycházet mnoho knih o Kroužku, které u nás bohužel byly jen těžce k sehnání, protože pro české vědce bylo riskantní spolupracovat se zahraničními vydavateli. I přes tuto problematickou situaci se podařilo českým vědcům vydat soubor prací Trnky a Skaličky, sborník k uctění Felixe Vodičky a svazek o funkcionalismu v jazykovědě.²⁷

1.6. Současná situace Pražské školy

Přes všechna omezení, která musel Kroužek podstoupit během válečného a poválečného období, československá lingvistika mohla navázat jednak na velmi bohaté dědictví Pražského lingvistického kroužku, a jednak se vyvíjela pod vlivem nového společenského kontextu.²⁸ Činnost Kroužku byla obnovena zejména díky iniciativě Oldřicha Lešky, Jana Vachka, Karla Horálka a Vladimíra Skaličky.²⁹ Obnovovací zasedání proběhlo 15. 2. 1990 v sále archeologického ústavu v Letenské ulici.³⁰ Do Kroužku bylo přijato 30 nových členů. Pravidelná zasedání, na kterých se diskutovalo o nových tématech jazykovědného výzkumu a také o dějinách lingvistiky, vyústila v publikaci dvou nových svazků *Travaux du*

²⁵ Srov. VACHEK, *Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné*, s. 67–69.

²⁶ Srov. HOSKOVEC, „Sedm let od obnovení činnosti PLK,“ s. 78.

²⁷ Srov. HOSKOVEC, „Sedm let od obnovení činnosti PLK,“ s. 78.

²⁸ Jiří ČERNÝ, *Dějiny lingvistiky*, 1996, s. 163.

²⁹ Srov. Jiří TROJÁNEK, „*Travaux du Cercle linguistique de Prague* (recenze),“ *Slovo a slovesnost* 59, 1998, s. 66.

³⁰ Srov. Jiří TROJÁNEK, „*Travaux du Cercle linguistique de Prague* (recenze),“ *Slovo a slovesnost* 59, 1998, s. 66.

Cercle linguistique de Prague (1995).³¹ Dále členové Kroužku založili Centrum Viléma Mathesia, které funguje jako mezinárodní škola lingvistiky a sémiotiky. S přednáškovou činností centra je spojen institut rozšířeného zasedání Kroužku („jakobsonovská přednáška“). První jakobsonovskou přednášku pronesl O. Leška v roce 1996 a nesla název „Prague School Linguistics: Unity in diversity“ u příležitosti stého výročí narození Romana Jakobsona.³²

Česká lingvistika systematicky začala rozvíjet všechny myšlenky a teorie, které vznikly v rámci Kroužku již v období mezi válkami. Především šlo o uplatňování funkčního hlediska při studiu různých jazykových jevů.

Návaznosti současné lingvistiky na Pražskou školu také můžeme spatřit i v tom, že současná lingvistika soustředí svou pozornost na témata, které byla rozvíjena už v jejích dobách. Těmi tématy jsou teorie příznakovosti a teorie aktuálního členění větného.³³

Ačkoliv současná lingvistika navazuje na myšlenky Kroužku, můžeme si všimnout i patrných rozdílů. Tyto rozdíly jsou způsobeny především vývojem uvnitř funkčního strukturalismu a tendencemi k uplatňování matematických metod v jazykovědě. V poslední době je zájem českých lingvistů soustředěn na syntax, textovou lingvistiku a sémantiku.³⁴

Rostoucí využívání matematických metod ve vědních oborech se značně projevuje i v lingvistice. Vzniklo nové odvětví lingvistiky pojmenované matematická lingvistika. Tento obor lingvistiky v některých zemích zcela vytlačil strukturální metody a v jiných zemích je zase doplňuje. Také čeští lingvisté se zajímají například o kvantitativní lingvistiku, algebraickou lingvistiku nebo strojový překlad.³⁵ Ale nejsou to jen tyto změny v jazykovědných pracích, ale také změny organizace jazykovědného výzkumu v poválečném období. V roce 1952 došlo k založení Československé akademie věd, která začala řídit jazykovědnou práci. Součástí akademie je také Ústav pro jazyk český a také Jazykovedný ústav Ludovíta Štúra. Významným orgánem je Jazykovědné sdružení, které vzniklo spojením Pražského lingvistického kroužku a Společnosti pro slovanský jazykozpyt. Další známou skupinou je Kruh moderních filologů. Na závěr také nelze opominout knižní nakladatelství

³¹ Pražský lingvistický kroužek, <http://cercledeprague.org/cs/o_prazskem_lingvistickem_krouzku> [zveřejněno 1. 10. 2007, cit. 13. 3. 2016].

³² Srov. Tomáš HOSKOVEC, „Pražský lingvistický kroužek 1997/1998-1998/1999,“ Slovo a slovesnost, 59, 1998, s. 160.

³³ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 163.

³⁴ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 163

³⁵ Tamtéž, s. 163

ČSAV Academia, které vydává časopis Slovo a slovesnost a řadu dalších jazykovědných časopisů.³⁶

1.7. Vliv Pražského lingvistického kroužku na současnou lingvistiku

Všechny teorie, které pocházely z řad členů Pražské školy, měly vliv jak na rozvoj československé lingvistiky, tak i na další vývoj celé řady nových škol a směrů v lingvistice. Tento vliv byl patrný již v klasickém období Pražské školy, kdy ovlivňovala rozvoj evropských strukturálních směrů. Díky různým konferencím, přednáškám a samozřejmě také díky vydávání odborných publikací, se stala Pražská škola nepochybně *nejvlivnější lingvistickou* školou v Evropě. I po válce na práci Kroužku navázalo mnoho zahraničních jazykovědců. Na tom nesl svou část zásluhy i Jakobson, který ve válečném období přinesl pražské teorie do USA a tam je šířil.³⁷

Během šedesátých let propagoval přednáškami a publikacemi (především publikací „The Linguistic School of Prague“) Pražskou školu i Vachek³⁸. Ale nebyla to jen Vachkova a Jakobsonova aktivita, která upoutávala zájem veřejnosti. Pozornost k Pražské škole připoutala další řada publikací věnovaných Kroužku, která vyšla v zahraničí, například v Sovětském svazu, Polsku, Francii a Itálii. Uvedme si pro příklad tyto publikace: „Pražskij lingvističeskij kružok“ (1967) vydaný v Moskvě a „Praska szkola strukturalna w latach 1926 – 1948“ (1966) vydaná ve Varšavě.³⁹

U nás byla publikována také anglicky psaná antologie textů z klasického období: „Praguiana, Some Basic and Less Known Aspects of the Linguistic School“ (Praha, Academia, 1983), kterou doplnilo několik dalších článků psaných Vachkem. Ten tuto antologii nejen doplnil a uspořádal, ale také k ní napsal doslov.⁴⁰

Když se zaměříme na slovenskou lingvistiku, všimneme si, že zde měl Kroužek také nesmírný vliv na její vývoj. Ve chvíli, kdy Bratislavskou univerzitu opustili mladogramaticky zaměřeni profesori, začala se výuka nést ve strukturalistickém duchu díky nové generaci učitelů. Právě tato generace, do které patří Paulina, Novák, Isačenko a Kořínek, se v roce

³⁶ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 163 – 164.

³⁷ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 164.

³⁸ Tamtéž.

³⁹ Tamtéž.

⁴⁰ Tamtéž.

1946 zasloužila o vznik Bratislavského lingvistického kroužku, který navazuje na Kroužek pražský. Orgánem BLK se stal časopis Slovo a tvar (podle Slovo a slovesnost), mezinárodním teoretickým orgánem se stala Revue Recueil linguistique de Bratislava (podle Travaux du Cercle linguistique de Prague).⁴¹

Kroužek také ovlivnil funkční stylistiku, která vznikla jako ryze česká disciplína, již představili členové Pražské školy. Stopy působení Kroužku ale také vedou ke generativní mluvnici a dalším jazykovědným teoriím.

„Lze bez nadsázky říci, že pražský funkční strukturalismus je jedním ze směrů, které nejsilněji ovlivnili celou moderní lingvistiku.“⁴²

2. Členové Pražského lingvistického kroužku a jejich přednášková činnost

Jak již bylo v předešlé kapitole zmíněno, Pražská škola se skládala jak z členů domácích, tak i z členů pocházejících z ciziny. Tito členové byli především ruské, ukrajinské, slovenské a německé národnosti. V této kapitole bych vás chtěla seznámit s některými z nich a zároveň vám poskytnout informace o tom, v jaké oblasti jazykovědy působili.

2.1. Členové

Bohuslav Havránek (1893 – 1978)

Bohuslav Havránek habilitoval v roce 1928 v oboru slovanské jazykovědy a později v letech 1929 až 1945 vyučoval na Masarykově univerzitě v Brně. Od roku 1945 pak působil v Praze. Soustředil se na bohemistiku a srovnávací studium slavistické. Jako bohemista se podrobněji zabýval dialektologií, vývojem spisovného jazyka a kulturou jazyka. Podle dopisů, jež jsou otištěny v knize *Pražský lingvistický kroužek v korespondenci*, mohu uvést další jeho zájmy jako zájem o školní osnovy, terminologii, pravopis a také autorství

⁴¹ Srov. ĎUROVIČ, „Pražský lingvistický kroužek a kontext československé lingvistiky,“ s. 21–22.

⁴² Jiří ČERNÝ, *Dějiny lingvistiky*, 1996, s. 164

několika kolektivních středoškolských cvičebnic.⁴³ Také se s A. Jedličkou podílel na autorství *České mluvnice*.

Roman Jakobson (1896 – 1982)

Roman Jakobson patřil mezi jednoho z předních lingvistických badatelů. Již v dobách svého působení v Moskvě se věnoval ruskému formalismu. Byl členem Opojazu (Společnost pro studium básnického jazyka, vznikla v roce 1916) a Moskevského lingvistického kroužku. Neměl mnoho diplomatických zkušeností (strávil pouze čtyři měsíce v Talinnu na sovětské misi). V roce 1920 přijal nabídku lidového komisariátu pro zahraniční záležitosti a stal se členem ruské mise Červeného kříže. Tak se 10. července 1920 dostal do Československa, kde začal působit jako překladatel a tiskový referent Červeného kříže. Cílem této mise byla repatriace ruských zajatců.⁴⁴

Jakobson přijel jako čtyřicetiletý absolvent Moskevské univerzity, která ho vybavila tradičním filologickým myšlením. K jeho raným zájmům patřila například ruská dialektologie a historie slovanských jazyků.

O něco později po jeho příjezdu do Čech se Jakobson začlenil do vědeckého života a začal se věnovat české filologii na Karlově univerzitě. V roce 1923 Jakobson vydal studii o českém verši (nejprve rusky) a v roce 1926 vydal její českou verzi.

Během roku 1933 se habilitoval na filozofické fakultě Masarykovy univerzity, díky čemuž se z Jakobsona stal československý občan. V Brně na MU vedl přednášky z ruské filologie a staročeské literatury. Nejprve zde působil jako docent, později v letech 1937 – 1939 jako profesor.

Působil v Devětsilu a s Mathesiem založil Pražský lingvistický kroužek. Společně s Nikolajem S.Trubeckým rozpracovali fonologii jako nauku o systémech zvuků jazyka z hlediska funkce vytváření významu.

Po rozpadu Československa Jakobson v dubnu 1939 vycestoval přes Německo do Dánska⁴⁵. V květnu 1941 jeho cesta pokračovala dál. Krátce před vypuknutím německé kampaně proti SSSR se Jakobson dostal do New Yorku a vydal mistrovskou teorii.

⁴³ Petr ČERMÁK – Claudius POETA, Pražský lingvistický kroužek v dokumentech, 2012, s. 365

⁴⁴ Jindřich TOMAN, „Balancovat v nepředstavitelných situacích: poznámky k českým létům Romana Jakobsona“, Slovo a slovesnost, ročník 57 (1996), č.3, s.226 - 240

⁴⁵ Tamtéž.

Je to klasická kniha v duchu strukturální fonologie: Kindersprache, Aphasie und allgemeine Laut gesetze (1941). Na rozdíl od svých kolegů se Jakobson do Evropy již nikdy nevrátil.⁴⁶

Vilém Mathesius (1882 – 1945)

V roce 1904 se Mathesius stal prvním mimořádným profesorem anglické filologie na Karlově univerzitě. Řádným profesorem se stal až po válce, v roce 1919.⁴⁷ Právě jeho osoba silně ovlivnila vědecké myšlení Kroužku a formulovala některé myšlenky moderní jazykovědy ještě před jeho vznikem. Velmi dobře se orientoval v nových jazykovědných proudech a směrech přicházejících ze západu. Svě práce věnoval jazykové i literárněhistorické anglistice, ale i bohemistice, ve které položil základy jazykovědné funkční metodě, rozpracoval teorii aktuálního členění větného. S Havránkem působil jako redaktor časopisu Pražského lingvistického kroužku *Slovo a slovesnost*. Jeho vliv silně působil jak v oblasti organizace činnosti Pražského lingvistického kroužku, tak i v oblasti formování základních myšlenek, které se pak vyvinuly ve funkční strukturalismus.

Mathesius v roce 1911 (tedy patnáct let před vznikem Kroužku) uskutečnil v Královské české společnosti nauk přednášku na téma „O potenciálnosti jevů jazykových“, které se v té době nedostalo přílišného ohlasu.⁴⁸ Tato přednáška ale obsahovala některé základní myšlenky budoucího pražského funkcionalismu. Novátorskou myšlenkou této přednášky bylo to, že Mathesius v době mladogramatismu předstoupil s čistě synchronním přístupem k jazyku. Sám Mathesius v té době používal ještě termínů *statický* (synchronní) a *dynamický* (diachronní) přístup k jazyku, ale co se týče významového obsahu, jsou tyto termíny v zásadě shodné se Sauserovou dichotomií *synchronie a diachronie* (tyto termíny vzešly v platnost o pět let později). Velmi významný byl v přednášce „O potenciálnosti jevů jazykových“ pojem *potencionálnosti*. Tímto pojmem Mathesius rozuměl kolísání řeči v jazykovém prostředí. „O potencionálnosti jevů jazykových“ umožňuje autorovi řešit některé obecně jazykovědné otázky a nalézat v jazyce takové tendence, které jsou statisticky postižitelné. Mathesiovy myšlenky jsou velmi mimořádné a také moderní, i dnes mohou čtenářům dát celou řadu užitečných podnětů.⁴⁹

⁴⁶ Tamtéž.

⁴⁷ Srov. MATHESIUS, Jazyk, kultura a slovesnost, s. 455.

⁴⁸ Srov. Josef VACHEK, Vzpomínky českého anglisty, Jinočany: H&H, 1994, s. 6.

⁴⁹ Srov. Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 149 - 150

Bohumil Trnka (1895 – 1984)

Trnka se habilitoval v roce 1925 v Praze na filozofické fakultě Karlovy univerzity. V roce 1930 byl také právě zde jmenován profesorem anglické filologie. Věnoval se anglistice ale také obecné, strukturální lingvistice a na konci třicátých let dvacátého století se věnoval funkční stylistice. Je také autorem učebnic angličtiny, nizozemštiny, dánštiny a švédštiny.

Miloš Weingart (1890 – 1939)

Weingart vystudoval klasickou slovanskou filologii a srovnávací jazykozpyt na filozofické fakultě Karlovy univerzity. Tam byl jmenován profesorem srovnávacího jazykozpytu slovanského a staroslověnštiny (1926). Vedle prací, které jsou zaměřeny obecně na lingvistiku, bohemistiku a slavistiku a prací, které se věnovaly studiím byzantsko-slovanských kulturních styků, se věnoval také paleoslovenistice. V Kroužku byl zpočátku činný i publikačně, ale v roce 1934 z Kroužku odešel a založil Společnost pro slovanský jazykozpyt.

2.2. Přijímání členů do Pražského lingvistického kroužku

Dostupné prameny prokázaly, že podmínky přijímání členů do Kroužku byly v různých časových etapách odlišné. V období začátku fungování kroužku jeho členové nepociťovali potřebu přijímání členů upřesňovat. Toto období trvalo do prosince 1930.

Od 1. 12. 1930 do předválečného období začala platit pravidla přijímání usnesená podle stanov.⁵⁰

Z válečného období se toho o fungování v Kroužku moc neví – není přesně jasné, kdo byl oficiálním členem nebo jak probíhalo přijímání nových členů.

V poválečném období se počet členů Kroužku oproti tomu podstatně rozrostl, ale jejich spřízněnost s původními myšlenkami Kroužku už byla pochybná.

⁵⁰ Petr ČERMÁK – Claudius POETA, Pražský lingvistický kroužek v dokumentech, 2012, s. 357 - 358

2.2.1. Pravidla pro přijímání členů před vznikem stanov

Stanovy jsou základním dokumentem, který blíže specifikoval podmínky členství v Kroužku. Tento dokument vznikl ale až v prosinci roku 1930.⁵¹

Před vznikem těchto stanov se členové do Kroužku přijímali podle následujících kroků: pokud byl někdo navržen za člena, muselo následovat jeho schválení. Noví členové byli uváděni během schůzek. Po jejich uvedení proběhlo schvalování. Pokud došlo ke kladnému schválení, účastnili se noví členové příští schůze. Za členy bylo možné považovat také ty, kteří se řádně účastnili všech schůzí. Pokud se ocitl některý z badatelů v cizině, byl považován za člena korespondujícího. Další účastníci schůzí byli pouhými hosty.⁵²

Co se týče vyřazování členů z Kroužku, mohl být vyřazen ten člen, který se třikrát po sobě neúčastnil schůzí, aniž by se omluvil.⁵³

Tato pravidla ale nebyla vždy jasná, a proto do systému přijímání přinesly pořádek stanovy.

2.2.2. Pravidla pro přijímání podle stanov

Chod Kroužku se začal řídit stanovami až po jeho definitivním ustanovení Pražským lingvistickým kroužkem. K tomuto aktu došlo 1. prosince 1930.⁵⁴

Podle stanov se rozlišují dvě skupiny členů, které v Kroužku působí. Prvními jsou **členové řádní** a druhými jsou **členové dopisující**.

Rozdíl v členství spočíval především v tom, že členové dopisující se oproti členům řádným nemuseli účastnit schůzí kromě schůzí výborových. Na druhou stranu, členové řádní měli právo volit funkcionáře, nebo být za ně voleni.⁵⁵

„ Prvními řádnými členy jsou zakladatelé Pražského lingvistického kroužku, jejichž jména jsou uvedena níže. Dalším řádným členem se stává každý vědecký pracovník, který vykonal jako host, pozvaný výborem, v Pražském lingvistickém kroužku přednášku a byl na doporučení

⁵¹ Petr ČERMÁK – Claudius POETA, Pražský lingvistický kroužek v dokumentech, 2012, s. 358 - 360

⁵² Tamtéž.

⁵³ Tamtéž.

⁵⁴ Tamtéž, s. 361.

⁵⁵ Tamtéž, s. 361.

výboru přijat za řádného člena dvoutřetinovou většinou členů přítomných na členské schůzi organizační, na jejímž programu příslušný návrh byl výslovně uveden. Dopisujícím členem může být zvolen na návrh výboru dvoutřetinovou většinou členů přítomných na organizační schůzi kterýkoliv vědec, jehož práce je v soulase s účelem spolku, ale který se z vážných důvodů nemůže účastniti schůzí spolkových.“⁵⁶

Vyloučení nebo odchod z Kroužku stanovy upravovaly tak, že členem spolku přestal být buď ten, „kdo po dobu jednoho roku neprováděl žádnou členskou aktivitu“⁵⁷ nebo ten, „kdo požádal o zrušení členství“⁵⁸ a ten, kdo byl členy Kroužku vyloučen.⁵⁹

2.3. Přednášky

Kroužek se jako celek poprvé oficiálně představil na prvním mezinárodním sjezdu lingvistů v Haagu v dubnu roku 1928.⁶⁰

Na 1. mezinárodním slavistickém sjezdu (1929) členové Kroužku předložili celistvou kolektivní, funkčně strukturální jazykovědnou koncepci, která je nám známá jako **Teze Pražského lingvistického kroužku**.⁶¹ Zde tezí ještě nebyla věnována řádná pozornost, té se Tezím dostalo až na 2. mezinárodním sjezdu lingvistickém v Ženevě a na 1. mezinárodním sjezdu fonetických věd v Amsterdamu v roce 1932.⁶²

Autory Teze byli primárně Vilém Mathesius, Bohuslav Havránek, Jan Mukařovský, Roman Jakobson a Miloš Weingart, kteří ale spolupracovali také s Trubeckým, Durnovem aj.

Teze vyšly nejprve francouzsky ve vydání prvního svazku „*Travaux du Cercle linguistique de Prague*“ (1929), později k nim byl přidán ještě další svazek „*Traveaux*“.

Ten obsahoval Jakobsonův text „*Remarques sur l'évolution phonologique du russe comparée à celle des autres langues slaves*“ (1929).

⁵⁶ Tamtéž, s. 361.

⁵⁷ Tamtéž, s. 361.

⁵⁸ Tamtéž, s. 361.

⁵⁹ Tamtéž, s. 361.

⁶⁰ Srov. Josef VACHEK, Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné, 1999, s. 15–16.

⁶¹ Josef VACHEK (ed.), Z klasického období pražské školy, Praha: Academia, 1972, s. 58.

⁶² Srov. VACHEK (ed.), U základů pražské jazykovědné školy, s. 73–75.

O dva roky později, tedy v roce 1931, byly zásady Pražského lingvistického kroužku týkající se fonologie a jejího zkoumání schváleny.

Pražský lingvistický kroužek se jako jazykovědná skupina zúčastnil i dalších akcí:

1. mezinárodního sjezdu fonetických věd v Amsterdamu (1932), 2. mezinárodního sjezdu fonetických věd v Londýně (1935), 3. mezinárodního sjezdu fonetických věd v Belgii (1938), 3. mezinárodního lingvistického kongresu v Římě (1933), 4. mezinárodního lingvistického kongresu v Kodani (1936), 5. mezinárodního kongresu v Bruselu (1939), 2. mezinárodního sjezdu slavistů ve Varšavě a Krakově (1934), zasedání lingvistické sekce na mezinárodním sjezdu etnologů a antropologů v Londýně (1934) a 2. všeslovanského pedagogického kongresu v Lublani (1937) a dalších.⁶³

Schůzky, při nichž se konaly přednášky, byly v Kroužku tradicí. Probíhaly po celou dobu jeho existence a velmi cenné byly i diskuze, které členové Pražské školy během schůzek vedli. Z počátku se členové Kroužku scházeli ve svých soukromích bytech, což posilovalo jak jejich pracovní, tak i přátelské vztahy. Po nárůstu členů v třicátých letech se přednášky přesunuly do kavárny Louvre na Národní třídě. Za války schůzky našly místo konání v kavárně Zlatá Husa na Václavském náměstí. Mezi členy vždy panovala dobrá atmosféra, vzájemná spolupráce, kontrola a společné úsilí.⁶⁴

Leška uvádí, že bylo dohromady předneseno 305 přednášek. Počet přednášejících dosáhl čísla 129. Nejčastěji se svými přednáškami vystupovali: Jan Mukařovský, Bohuslav Trnka, Roman Jakobson, Vladimír Skalička, Bohumil Havránek, Vilém Mathesius a Nikolaj Trubeckoj.⁶⁵

Oproti Leškovi, kniha Pražský lingvistický kroužek v dokumentech dokládá seznam 314 uskutečněných přednášek a schůzí. Mezi nejčastějšími přednášejícími uvádí tato jména:

⁶³ Petr ČERMÁK – Claudius POETA, Pražský lingvistický kroužek v dokumentech, 2012, s. 53 - 68

⁶⁴ Josef VACHEK, Vzpomínky českého anglisty, 1994

⁶⁵ LEŠKA,

Jan Mukařovský, Bohumil Trnka, Roman Jakobson, Vladimír Skalička, Bohumil Havránek, Vilém Mathesius a Otokar Fischer, Nikolaj Trubeckoj, Josef Vachek, Roman Wellek a František Trávníček.⁶⁶

3. Teoretické koncepte Pražského lingvistického kroužku

3.1. Jazykové funkce

Na začátek je nutné podotknout, že Jakobsonův přístup k poezii byl jazykovědný a sama poetika pro něho představovala jednu z oblastí obecné lingvistiky. Jakobson byl zastáncem formalismu a jeho cílem bylo sestavení popisu poetické funkce jazyka na pozadí komplexní jazykové teorie. S tím souvisí i užití dvou obecných termínů, které pomáhají k zaměření se na zvláštní jazykový charakter, užívaný básnicky.

Prvním z termínů je *polarita*. Jakobsonovo pojetí polarity vychází ze Saussurova chápání syntagmatického a asociativního plánu jazykového vyjadřování. Také zároveň potvrzuje chápání hybné síly binární opozice, která má schopnost být účinná i na nižší úrovni. Jakobson v roce 1956 pojednával o jazykových problémech, které jsou známé jako *afázie*. Afázie znamená úplnou ztrátu nebo zhoršení schopnosti rozumět řeči a mluvit. Ze svého pozorování afázie Jakobson došel k tomu, že dvě hlavní složky poruch, které jsou binárně protikladné – poruchy v oblasti podobnosti a poruchy v oblasti souměznosti -, naznačují vztah ke dvěma základním figurám rétoriky, a to k metafoře a metonymii.⁶⁷

Obě tyto rétorické figury mají společné to, že dokážou příznačně přeložit a odlišit entitu jako tu, která má shodný statut s jinou entitou, jež pak tvoří hlavní subjekt figury.⁶⁸ Pak lze v metafoře například „Za námi **probzučelo** auto“ chápat ekvivalent pohybu hmyzu jako ekvivalent pohybu auta. V metonymické větě by to zase mohlo být „České Budějovice zvažují výstavbu nového parku“, kde by České Budějovice byly ekvivalentní se zástupci města. Pokud to obecně shrneme, metafora se zakládá na podobnosti anebo na analogii doslovného subjektu a jeho metaforické náhrady. Na druhou stranu metonymie na rozdíl od metafory spočívá v posloupné asociaci mezi doslovným subjektem (zastupitelstvo města České Budějovice) a jeho náhradou (České Budějovice).

⁶⁶ Petr ČERMÁK – Claudius POETA, Pražský lingvistický kroužek v dokumentech, 2012, s. 68 – 356.

⁶⁷ Roman JAKOBSON, Poetická funkce, 1995, s. 58 - 59

⁶⁸ Tamtéž.

„Daná výpověď (sdělení) je kombinací stavebních částí (vět, slov, fonémů, atd.) vybraných ze skladiště všech možných stavebních částí (kódů)“.⁶⁹

Podle Saussura jsou sdělení utvářena kombinací horizontálního způsobu (to, jak klademe slova za sebou) a vertikálního pohybu (výběr konkrétních slov). Syntagmatický (kombinatorický) proces nacházíme v soumeznosti (jedno slovo klademe vedle druhého slova) a má povahu metonymie. Asociativní (selektivní) proces se projevuje podobností (pojem nebo slovo je „jako“ jiné). Asociativní proces má naopak povahu metaforickou. Opozici metaforu a metonymie můžeme označit jako podstatu celkové opozice mezi synchronním jazykovým modem (současně existující vertikální vztahy v jazyce) a diachronním modem (posloupné, následné a lineárně postupující vztahy).

Jakobson v metafoře a metonymii viděl charakteristické mody binárně protichůdných polarit, které se opírají o dvojstranný proces *selekce a kombinace*. Tento proces vytváří jazykové znaky.⁷⁰

Jakobsonovo studium afázie přineslo výsledky. Došel k závěru, že pokud pacienta trápí porucha „podobnosti“, zdá se, že jsou u něho zachovány pouze syntagmatické jazykové aspekty a to má za následek neschopnost rozpoznávat a tvořit asociativní vztahy, kterými je například pojmenovávání a tvoření synonym. Na druhou stranu tyto pacienti častěji používají metonymii: místo stůl řeknou okno, lžící označí za nůž, oheň pojmenují jako dým. Avšak proti tomuto stojí ještě pacienti, kteří trpí opačnou poruchou a to poruchou „soumeznosti“.⁷¹

Z toho lze vyvodit, že lidská řeč je realizována v podstatě ve dvou dimenzích, právě tak, jak je předložil již Saussure. Tyto dimenze se dokáží vyvinout v rétorické prostředky, které jsou silným pilířem pro poezii.

⁶⁹ Tamtéž.

⁷⁰ Tamtéž.

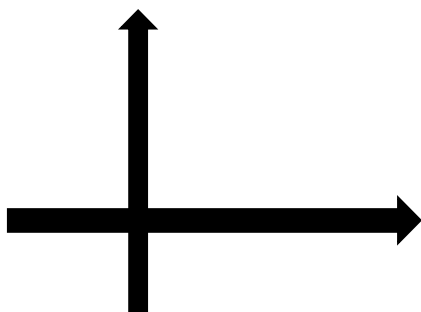
⁷¹ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995, s. 58 - 65

Dimenze můžeme znázornit dvěma osami:

selektivní synchronní / asociativní

dimenze

(metafora)



kombinatorická / syntagmatická

diachronní dimenze

Metafora i metonymie se dále klasifikují na další figury. Jistým druhem metafory je přirovnání, druhem metonymie je pak například synekdocha.

„Rozdíl mezi těmito dvěma mody zůstává podstatný, neboť je výsledkem podstatných modů jazyka samého, toho, jak jazyk funguje.“⁷²

Nejnámější Jakobsonovou definicí, která je postavena na tomto rozdílu, je definice poetické funkce jazyka jako funkce, která využívá jak selektivní, tak i kombinatorickou dimenzi jako prostředek uvedení ekvivalence.

„Poetická funkce projektuje princip ekvivalence z osy výběru na osu kombinace.“⁷³

⁷² HAWKES, Strukturalismus a sémiotika, s. 65.

⁷³ Roman JAKOBSON, Poetická funkce, 1995, s. 82.

Jakobson také uvažoval o přednosti jednoho modu před druhým modem jako indexu literárního stylu pro přibližné a operativní užití. Tvrdil, že soutěž mezi oběma mody se projevuje v každém symbolickém procesu nebo v systému znaků.

Polarity směřují přímo k aktu označování, a skrze to odhalují způsob, jakým od sebe můžou být odlišeny. Autor se při tom nevzdává svému formalistickému východisku, protože zájem soustředí na mechanismy, kterými je poezie odlišena od prózy a také ty, které ukazují na literárnost jazyka jako na distinktivní rys.⁷⁴

Na rozdíl od Mukařovského, měl Jakobson mírně rozdílný názor na aktualizaci. Zatímco Mukařovský tvrdí, že estetické užití jazyka staví do popředí samotný akt vyjádření, Jakobson přichází s teorií, že metaforický modus má sklony stát v popředí spíše v poezii, zatímco modus metonymie se v popředí vyskytuje spíše v próze.⁷⁵Důsledkem toho je, že ekvivalence má klíčový význam. Tato důležitost ekvivalence neplatí pouze v analogické oblasti, ale také v oblasti zvukové. Jsou to právě prostředky metrické, rytmické a zvukové, které zdůrazňují opakující se stejnost – schéma. Užíváním vzájemných vztahů, zdůrazněním ekvivalence, přízvuku, obrazů nebo rytmu poezie přetváří jazyk a zahušťuje ho – do jeho popředí se staví jednotky formálního charakteru a to má za následek odsouvání jeho schopnosti promluvového, referenčního a posloupného významu. Slova, která jsou si zvukově podobná, k sobě přitahují své významy, což vede k dvojznačnosti a ekvivalence se povyšuje na konstitutivní umělecký prvek. Pak už tedy nespočívá pouze ve zdobení jazyka, ale můžeme si ji představit jako tvoření jazyka nového.⁷⁶

„Poetičnost není doplněním promluvy rétorickými ozdobami, ale totálním přehodnocením výpovědi právě tak jako každého z jejích komponentů.“⁷⁷

Jakobson se svou teorií poukazoval na poetičnost jako na jeden z aspektů všech užití jazyka, který nelze spojit pouze s poezií. To znamená, že poetická funkce je pouze část fungování jazyka jako celku. To nás vede k uvědomění si, že s poezií se tedy setkáváme ve chvíli, kdy

⁷⁴ Roman JAKOBSON, Poetická funkce, 1995, s. 82 - 104

⁷⁵ Tamtéž., s. 82 - 104

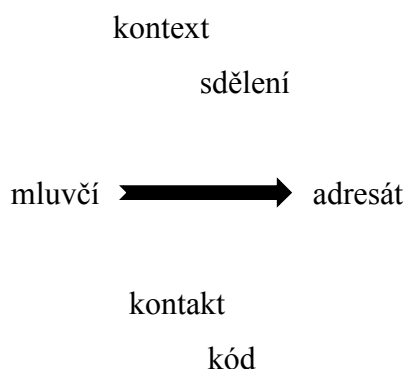
⁷⁶ Tamtéž, s. 82 - 104

⁷⁷ Tamtéž, s. 104

poetičnost pozvedneme na vyšší stupeň než ostatní funkce, ačkoliv ani ostatní funkce úplně nevynecháme.⁷⁸

Oproti analýze prózy u analýzy poezie alespoň dokážeme říct, jaká je míra práce s metaforickým materiálem. Bohužel, analýza prózy tak daleko ještě nedošla. Jakobson byl přesvědčen, že je nutné vytvořit poetiku poezie i prózy, která by dokázala věnovat svou pozornost právě diferenčnímu a kontrastivnímu fungování metafory a metonymie na všech úrovních.⁷⁹

Jakobsonův výklad poetické funkce byl neuvěřitelně zásadní. Potvrdil teorie z dřívějších dob a nabídl teoretický základ pro závěrečnou fázi propojení formalismu se strukturalismem z hlediska literatury. Stručněji řečeno, Jakobson upozornil na šest konstitutivních činitelů, které utváří jednotlivé řečové události. Znázornění na grafu vypadá takto:



Jakobson zdůraznil, že jazyk musí být zkoumán ve veškeré rozmanitosti svých funkcí. Než se přistoupí k určité funkci, musí být určeno její místo mezi ostatními jazykovými funkcemi. K tomu, abychom si tyto funkce nastínily, musíme alespoň stručně znát konstitutivní (objektivní) činitele řečových událostí - mluvčího, sdělení, adresáta, kontext, kód a kontakt.

Mluvčí je ten, kdo posílá sdělení dál *adresátovi* – tedy konkrétní osobě nebo skupině. Toto sdělení musí mít určitý *kontext*, aby mohlo fungovat. Důležitý je také *kód*, který je více či méně společný mluvčímu i adresátovi. Jako posledního činitele si uvedme *kontakt*, který funguje jako psychické a fyzikální spojení mezi mluvčím a adresátem - kontakt umožňuje zahájení komunikace a její pokračování.

⁷⁸ Roman JAKOBSON, Poetická funkce, 1995, s. 110

⁷⁹ Tamtéž.

Každý ze jmenovaných objektivních činitelů je charakteristický pro jinou jazykovou funkci. Každý z nich má tedy odlišnou funkční úlohu. Charakter sdělení je určen tím, že na sebe převezme povahu jednoho ze šesti jmenovaných činitelů, který se stane dominantním. Pro objasnění uveďme schéma jazykových funkcí. Jak už bylo zmíněno, můžeme rozlišit šest základních aspektů jazyka. Na druhou stranu těžko můžeme najít sdělení, které by neslo jen jednu jazykovou funkci. Slovesná struktura textu je závislá funkci dominantní.

To znamená, že v komunikační situaci orientované na kontext dominuje poznávací funkce, což uvozuje obecný charakter například tohoto sdělení: „Vzdálenost mezi Prahou a Vimperkem je 132 kilometrů“, které chce odkazovat na kontext a sdělit konkrétní informaci.

Emotivní funkce (také jinak známá jako *expresivní*) je situována k mluvčímu. Funguje jako přímé vyjádření mluvčího a jeho postoje k tomu, o čem probíhá konverzace. Vyjadřuje určité emoce. Emotivní jazyková vrstva je představována **citoslovci**. Do jisté míry, emotivní funkce, která je prezentována právě citoslovci, zabarvuje skoro všechna naše jazyková vyjádření.⁸⁰

Konativní funkce je opačného zaměření než funkce emotivní, je tedy zaměřena na aspekt adresáta. Její největší uplatnění nalezneme u vokativu a imperativu. Vokativ a imperativ se syntakticky, morfologicky a převážně i fonologicky odchyluje od ostatních jmenných i slovesných kategorií. Věty rozkazovací se zásadně liší od vět oznamovacích. Nejsou totiž schopné pravdivostního ověření.⁸¹

Příklad: „Uklid' to!“, nemůžeme ověřit otázkou „Je to pravda?“.

Zatímco větu „Danielka si uklidila hračky“ můžeme snadno ověřit otázkou „Uklidila si Danielka hračky?“.

Kognitivní funkce (jinak také funkce referenční / denotativní) je zaměřena na kontext. V mnoha sděleních má právě funkce kognitivní hlavní úlohu.⁸²

⁸⁰ Roman JAKOBSON, Poetická funkce, 1995

⁸¹ Roman JAKOBSON, Poetická funkce, 1995

⁸² Roman JAKOBSON, Poetická funkce, 1995

Tradiční jazykový model se zpočátku soustředil na již zmíněné tři jazykové funkce – *funkci emotivní, funkci poznávací a funkci konativní*. Soustředil se na tři osoby – mluvčího, adresáta a třetí osobu = toho o kom se mluví, případně na to, k čemu směřuje komunikace.

Dnes rozeznáváme jazykových funkcí o polovinu více, tudíž šest. Přidané jazykové funkce si popíšeme níže.

Metajazyková funkce se uplatňuje v komunikační situaci, kdy mluvčí a adresát potřebují ověřit, zda používají v komunikaci stejný jazykový kód. Slouží také v situaci, kdy popisujeme jazyk. Plní tedy jistou vysvětlující, ověřovací a popisnou funkci.⁸³ To lze demonstrovat na příkladu:

„Martin prolít.“ „Prolít?“ „Vybouch.“ „Vybouch?“ „Jakože propadnul.“

Fatická funkce (někdy označována jako „ELEVATOR TALK“) se zaměřuje na kontakt. Komunikace, ve které převažuje fatická funkce, může být vedena za účelem jejího prodloužení.⁸⁴

„Tak“ řekla. „Tak jsme“, řekl. „Jsme,“ řekla, „nebo ne?“ „Možná, že jsme byli,“ řekl. „A co! Jsme.“ „Tak!“, řekl „tak.“⁸⁵

Jako nositele fatické funkce můžeme označit například konverzaci o počasí.

Poetická funkce je zaměřena na samotné sdělení. Dominantní bývá jen a pouze ve slovesném umění. V ostatních situacích funguje jako funkce přídatná. Nemůže být studována v izolaci od obecných problémů vyskytujících se v jazyce. Je v podstatě projekcí principu ekvivalence z osy výběru na osu kombinace. Dochází k povýšení ekvivalence na prostředek řady následných členů. V poezii jedna slabika vystupuje jako ekvivalentní s jakoukoli jinou slabikou řady, slabiky nepřízvučné jsou taktéž ekvivalentní. Nebo například slovní přízvuk je pokládán za rovnající se jinému slovnímu přízvuku.⁸⁶

U poetické funkce používáme *kvantitativní měření řad*.⁸⁷ Pouze u poezie je totiž čas řečového proudu vnímán podobně jako čas hudební (z toho důvodu, že u poezie se

⁸³ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995

⁸⁴ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995

⁸⁵ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995

⁸⁶ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995

⁸⁷ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995

pravidelně opakují stejné jednotky). Verš však překračuje hranice poezie, ale vždy poukazuje na poetickou funkci. Rozbor veršů je součástí poetiky, kterou lze určit jako součást jazykovědy, která se zabývá poetickou funkcí a jejím vztahem k ostatním jazykovým funkcím. V širším smyslu slova – poetika se zabývá poetickou funkcí nejen v poezii, ale i mimo ni, kde poetická funkce bývá podřazená funkci jiné.⁸⁸

Oproti Jakobsonovi to byl Hopkins, kdo viděl konstitutivní princip verše ve zvukové figuře. Zvuková figura využívá při nejmenším jednoho, či více binárních kontrastů, které jsou relativně nízké význačnosti (= prominence), vytvářených jednotlivými úseky vyskytujícími se v řadě fonémů.⁸⁹

Jakobsonův vliv se velmi silně projevil ve snaze aplikovat strukturální lingvistiku na analýzu poezie.

3.2. Aktuální členění větné

Teorie o aktuálním členění větném byla rozpracována opět v klasickém období Pražského lingvistického kroužku, a ačkoliv se syntaxi členové Kroužku věnovali méně než fonologii a morfologii, byla ve své době velmi přínosnou teorií.

Často se pro ni používá zkratky „AČV“ a v cizině se objevuje také jako teorie o funkční větné perspektivě (functional perspective).

Teorie o AČV nevznikla původně na území Kroužku, ale již dříve během 19. století se objevila u několika jazykových badatelů. Kroužku je připisována proto, že to byl Mathesius, kdo ji podrobně formuloval a zásadním způsobem rozpracoval.⁹⁰

Již dříve publikoval některé zásady funkčního větného rozboru, není tedy divu, že o něco později celou teorii rozpracoval v několika dalších dílech. Zejména ve významném díle *Obsahový rozbor současné angličtiny na základě obecně lingvistickém* (1961).⁹¹

Podle této teorie můžeme větu rozdělit na dvě části. První částí z nich je východisko výpovědi – tedy ta část věty, ke které se vracíme a o níž pak dál vypovídáme. Tato část věty nám neříká nic nového nebo jen velmi málo, většinou je vázána kontextem. Dnešní termín

⁸⁸ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995.

⁸⁹ Roman JAKOBSON, *Poetická funkce*, 1995.

⁹⁰ Jiří ČERNÝ, *Dějiny lingvistiky*, 1996, s. 159 - 161

⁹¹ Tamtéž.

pro takovou část, která je východiskem výpovědi, je *téma*.⁹² Druhá část věty je jádrem výpovědi. Jádro výpovědi označujeme jako *réma*⁹³. Je to hlavní obsah věty, podává nové informace, tedy to, co se o tématu vypovídá.

Pro příklad se dají velmi dobře použít dětské pohádky: Bylo jednou **jedno království** (bylo jednou – téma, jedno království – réma).

Teorie aktuálního větného členění souvisí s celou řadou podstatných lingvistických otázek, jako je například otázka slovosledu a otázka větné intonace. Také má vztah k typické struktuře věty v jednotlivých jazycích, z nichž některé zdůrazňují réma tak, že ho staví do druhé části věty. Jiné jazyky zase využívají k jeho zdůraznění specifických formálních prostředků. Pro všechny jazyky je ale společné to, že *réma* nějak *zvýrazňují* za účelem snadné rozpoznatelnosti, co je v dané větě novou informací. O aktuálním větném členění tedy můžeme říct, že je jistou jazykovou univerzálií, protože se vyskytuje ve všech jazycích, i když prostředky mohou být různé.⁹⁴

Některé z otázek můžeme objasnit na českých větách: Lucie **vaří**. Vaří **Lucie**. Když budeme předpokládat klasickou větnou intonaci, bude zvýrazněna vždy druhá část věty, která je rématem. V první větě jde o to, že Lucie vaří a ne například běhá. Oproti tomu v druhé větě jde hlavně o to, že je to Lucie, kdo vaří, ne Ivan. Tyto příklady nám ukazují, že se východisko výpovědi nemusí překrývat s podmětem a že se jádro výpovědi nemusí nutně krýt s přísudkem.⁹⁵

Mathesiova teorie o funkční perspektivě vznikla při funkčním porovnávání anglického jazyka s češtinou. Někteří členové ji také později aplikovali na jiné jazyky. Rozvíjení teorie pokračovalo i po druhé světové válce a dosud přináší dobré výsledky. Věnoval se jí také i Daneš a Firbas.⁹⁶

Aktuální členění větné je jevem, který objektivně existuje ve všech světových jazycích.

⁹² Tamtéž.

⁹³ Tamtéž.

⁹⁴ Jiří ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, 1996, s. 158 – 161.

⁹⁵ Tamtéž.

⁹⁶ Tamtéž.

4. Teze Pražského lingvistického kroužku

Poprvé byly teze otištěny jako příspěvek pro 1. mezinárodní sjezd slavistů v publikaci Travaux du Cercle linguistique de Prague.⁹⁷ Většího uznání se jim však dostalo až na 2. mezinárodním sjezdu lingvistickém, který se konal v Ženevě a na 1. Mezinárodním sjezdu fonetických věd v Amsterdamu (rok 1932).⁹⁸

Teze představují první celkovou kodifikaci hlavních zásad, kterých se držel Pražský lingvistický kroužek. Toto dílo vznikalo jako kolektivní práce, která uceluje funkční pohled na jazyk. Teze byly vytvářeny komisí, která se skládala z těchto členů: Mathesius, Havránek, Mukařovský, Jakobson a spolupracovala například s Weingartem, Trubeckým a Durnovem.

Právě funkční jazyková koncepce je zásadním dělítkem mezi Pražským lingvistickým kroužkem a dalšími směry strukturalistické jazykovědy. Díky této koncepci se do popředí Pražské školy dostal zájem o otázky jazykové správnosti a jazykové kultury. Svým obsahem jsou teze velmi bohaté a zpracovávají širokou škálu jazykovědných oblastí. V tezích najdeme jak témata synchronní, tak i diachronní, témata slavistická, lexikální i obecně jazykovědná. Autoři se také soustředí nejen na teorii, ale také na metodologii. Zvláštní pozornost také věnují praktickému využití nově získaných poznatků během výuky cizích jazyků.⁹⁹

4.1. Seznam tezí¹⁰⁰

1. Metodické problémy plynoucí z pojetí jazyka jako systému a význam tohoto pojetí pro jazyky slovanské
2. Úkoly zkoumání jazykového systému, zvláště slovanského
3. Problémy bádání o jazycích různých funkcí, zvláště v jazycích slovanských
4. Aktuální problémy jazyka církevněslovanského
5. Problémy transkripce fonetické a fonologické v jazycích slovanských
6. Zásady lingvistické geografie, její užití a poměr ke geografii etnografické na území slovanském
7. Problémy všeslovanského atlasu lingvistického, zvláště lexikálního

⁹⁷ Josef VACHEK (ed.), Z klasického období pražské školy, Praha: Academia, 1972, s. 58.

⁹⁸ Srov. VACHEK (ed.), U základů pražské jazykovědné školy, s. 73–75.

⁹⁹ Srov. ČERNÝ, Dějiny lingvistiky, s. 151.

¹⁰⁰ Srov. Josef VACHEK, U základů pražské jazykovědné školy, s. 35 - 65

8. Metodické problémy slovanské lexikografie
9. Význam funkční lingvistiky pro kulturu a kritiku jazyků slovanských
10. Užití nových směrů lingvistických na školách středních

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5. Úvod do praktické části

Praktická část mé bakalářské práce se zabývá kvalitativní analýzou textu a aplikací Jakobsonovy klasifikace jazykových funkcí na tento materiál. Jako výzkumný vzorek pro mou práci jsem si vybrala 20 tištěných reklam, které pocházejí z populárního magazínu National Geographic. Metodou práce je diskurzivní analýza, která se zabývá rolí jazyka při konstrukci sociální reality a používá se pro analýzu verbální komunikace a psaných textů. Součástí tohoto typu metody je i popis vizuální stránky textu.

6. Analýza reklamních textů

6.1. Reklama značky Coca – Cola



Na první pohled nás tato reklama ¹⁰¹ upoutá svou vizuální stránkou. Pozadí reklamy tvoří fotografie muže, pravděpodobně zemědělce. Tento muž stojí na poli a v ruce drží kus rostliny. Dalším prvkem, kterého tato reklama využívá je mapka. Po vizuální stránce je text

¹⁰¹ Viz příloha č. 1 a č. 2

reklamy rozdělen na 3 odstavce, které se liší typem písma – tedy jeho velikostí a barvou. To nám signalizuje důležitost konkrétního odstavce. Na pravé části reklamy je pak už samotné logo firmy Coca – Cola.

Z jazykového hlediska se reklama skládá ze tří odstavců, které jsou odlišeny již zmíněným typem písma. První odstavec reklamy tvoří jediná věta, která plní funkci přímé řeči. Ve spojení s pozadím reklamy, které nám vytváří kontext, docházíme k tomu, že je to právě osoba na fotografii, kdo k nám promlouvá, tedy že je mluvčí. Skupinou adresátů je široký okruh čtenářů, kteří si koupí právě magazín s touto reklamou. U této části textu je dominantní funkce sdělovací a informační.

V druhém odstavci, který je tvořen souvětím, se dozvídáme, že společnost Coca -Cola pomáhá chránit přírodní ekosystému. V tomto momentě reklama uvádí konkrétní existující lokaci – Great Barrier Reef v Austrálii. Uvedení tohoto místa má funkci persvazivní, protože to ovlivňuje adresáty. Plní to ale také funkci informační a sdělnou. Jako další prvek persvazivní funkce v této reklamě vidím i použití konkrétního jména farmáře a informací o něm. V dalším odstavci reklamy najdeme frázi „Every bottle has a solution“, která je snadno asociovatelná s existující frází „every problem has a solution“. Tato fráze se v textu objevuje opět za účelem ovlivnit čtenáře. Jejím cílem je, aby si adresát této reklamy spojil Coca – Colu s řešením nějakého problému, tedy přesvědčit ho, že koupě produktu od Coca – Coly je správná věc.

V této reklamě se tedy vyskytují funkce: sdělovací, informativní a persvazivní. Persvazivní funkce má postavení dominantní.

6.2. Reklama na hodinky Rolex



Tato reklama ¹⁰² využívá na svém pozadí fotografii z doby, kdy se James Cameron poprvé sám potápěl. Přes pozadí pak vidíme světlý a krátký text napravo a fotografii inzerované edice hodinek Rolex (nalevo).

„Commemorating James Cameron’s historic solo dive: THE ROLEX DEEPSEA. D-BLUE DIAL EDITION. From brilliant blue to bottomless black. Its two-colour gradient dial celebrates one man’s journey to the deepest place on Earth: The bottom of Marianna Trench.“

Krátký text nás nejprve seznamuje s tím, že tato nová edice hodinek Rolex je stejně důležitá, jako byl právě první sólový ponor Jamese Camerona. Využívá tedy odkazu na jméno známého světového režiséra, což plní funkci persvazivní. Další část textu nás seznamuje s názvem edice hodinek, který byl inspirován mořským dnem. Tento text plní funkci informativní a sdělovací. Informuje nás o tom, jak hodinky vypadají a k tomu využívá obrazná spojení. Při spojení slov „from brilliant blue to bottomless black“ si všichni určitě v hlavě vybaví obrázek mořské hladiny a mořského dna. Tato asociace se prohlubuje i použitím již zmíněné fotografie, která tvoří vizuální rovinu reklamy. V další části textu nás reklama upozorňuje na to, že tyto hodinky jsou oslavou člověkovy cesty na nejhlubší místo naší

¹⁰² Viz příloha č. 3 a č. 4

planety – na dno Marianského příkopu. To plní funkci opět persvazivní, protože účel jejího použití je přesvědčení okruhu adresátů o tom, že tento produkt firmy Rolex je velmi kvalitní.

V reklamě tedy opět převažuje funkce persvazivní, kterou následuje funkce kognitivní (informativní a sdělná).

6.3. Reklama na hodinky Seiko



Na první pohled nás tato reklama ¹⁰³ zaujme svým pozadím. Na něm je vyfocený a podepsaný světově známý tenista – Novak Djokovich, který má na své ruce nasazené hodinky značky Seiko. Už jen využití známé osobnosti v reklamě má funkci persvazivní, protože tato osoba adresáty ovlivňuje, vzbuzuje v nich pocit důvěry k inzerované značce. Navíc je vžitý pocit, že pokud se někdo pod něco podepíše, pak za to svým způsobem ručí. Za Novakem Djokovichem si můžeme v pozadí všimnout také využití mapy, která znázorňuje časová pásma. Uprostřed reklamy, vedle fotografie inzerovaných hodinek, je krátký text:

**„THE ASTRON GPS SOLAR CHRONOGRAPH. THE WATCH THAT ADJUSTS TO YOUR
TIMEZONE.“**

¹⁰³ Viz příloha č. 5

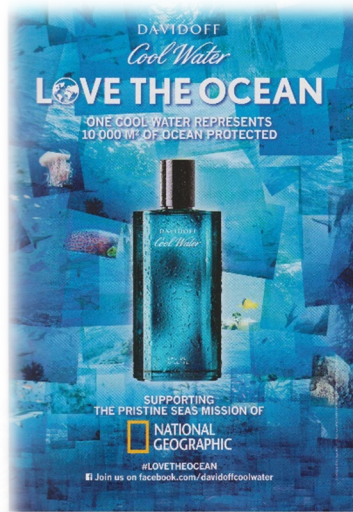
Tato část textu je napsaná tiskacím písmem, aby připoutala pozornost. Přináší nám sdělení, novou informaci o tom, že hodinky SEIKO ASTRON mají solární chronograf, který se přizpůsobí vašemu časovému pásmu. Funkce tohoto textu je informativní. O něco níže stojí další text:

„ By connecting to the GPS network, the Astron adjusts at the touch of a button to your timezone* and, by taking all all the energy it needs from light alone, never needs a battery charge.“

Tato část textu plní opět funkci informativní, sděluje nám informace o tom, že hodinky Astron se přizpůsobí našemu časovému pásmu po pouhém stisknutí jednoho tlačítka. Také nás informuje o tom, že nikdy nebudeme muset měnit baterii, protože se dobíjí světlem.

V této reklamě převažuje funkce informativní (kognitivní) a sdělná. Funkci persvazivní plní využití známé osobnosti k propagaci produktu SEIKO.

6.4. Reklama na toaletní vodu Davidoff



Vizuální stránka této reklamy ¹⁰⁴ není složitá. Pozadí tvoří mozaika, která se skládá z několika desítek fotografií, na kterých je zachycen život v oceánu. V horní části reklamy je text, který nás informuje o názvu produktu – Cool Water. Pod názvem produktu se dozvídáme, že tento produkt „miluje oceán“. V souvislosti s touto informací se objevuje další část textu, která nás informuje a přesvědčuje o tom, že právě koupí produktu Cool Water, zachráníte 10 000m² oceánského prostoru – doslova tato část textu říká, že jedna toaletní voda Cool Water reprezentuje 10 000m² zachráněného oceánu. Má tedy funkci persvazivní a kognitivní. Ve spodní části reklamního textu jsme informováni o tom, že Davidoff Cool Water podporuje Pristine Seas Mission, která je pod záštitou National Geographic (funkce informativní). Dále se v reklamě objevilo využití tzv. hashtagu.

V této reklamě je dominantní funkce informační, sdělovací. Až za ní stojí funkce persvazivní.

¹⁰⁴ Viz příloha č. 6

6.5. Reklama na Singapore Airlines



Z vizuálního hlediska si nejprve všimneme fotografie na pozadí reklamy¹⁰⁵. Na fotografii stojí muž a žena, pravděpodobně pár, a vypadají velmi spokojeně. Podle fotografie to vypadá, že si vybírají film, který by chtěli vidět. Pod touto fotografií si na bílém pruhu všimneme textu.

Text začíná jakýmsi prohlášením, že Singapore Airlines, které pravděpodobně zastupují v této reklamě dva lidé na obrázku (fungují tedy jako mluvčí reklamy), hledají filmy, které my adresáti reklamy milujeme – a to z toho důvodu, abychom se u nich cítili jako doma. Toto prohlášení v sobě skrývá funkci persvazivní. Přesvědčuje nás o tom, že Singapore Airlines budou tou nejlepší volbou, protože „všude dobře, doma nejlíp.“

V další části reklamy jsme informováni o tom, že využít let od firmy Singapore Airlines je doopravdy zábavné. Že nejde jen o nejnovější filmy, ale jde i o poznávání kultury a zážitků na místech blízkých i vzdálených. Reklama nás taky informuje o tom, že aerolinky rozumějí tomu, že let, který je obohacen o příjemné zážitky, je smysluplnější. A také to, že je to jejich cíl, aby se zákazníci s jejich aerolinkami cítili jako doma. Tento text plní funkci informační a sdělnou.

¹⁰⁵ Viz příloha č. 7

V této reklamě se objevují tyto funkce: funkce persvazivní a funkce sdělná. Největší důležitost však zastává funkce informační.

6.6. Reklama na aerolinky Fly Emirates



Pozadí reklamy¹⁰⁶ společnosti Fly Emirates tvoří fotografie, která je pořízená pravděpodobně v jednom z letadel, které společnost vlastní. Na fotce vidíme šest spokojeně vypadajících cestujících, kteří zaplňují prostor kolem baru. V pravém horním rohu si můžeme všimnout internetového odkazu na webové stránky společnosti Fly Emirates a ve spodním pravém rohu vyniká logo společnosti.

První část reklamního textu je výraznější, chce upoutat naši pozornost.

„Meet the world at 40, 000 feet.“

Tento text má funkci konativní, povzbuzuje okruh adresátů reklamy k tomu, aby „poznali svět ve výšce 40000 stop“. Další část textu je nezvýrazněná, je napsána menším a slabším písmem.

¹⁰⁶ Viz příloha č. 8

„ Some of the memorable moments on Earth, aren't even happening on Earth. Find inspiration in the Onboard Lounge, refresh in a Shower Spa, and relax in your First Class Private Suite. Say hello to the Emirates A380.“

První věta nás informuje o tom, že se některé z nezapomenutelných zážitků nemusí stát na zemi. Další věta adresáty pobízí k tomu, aby našli inspiraci v salonku na palubě letadla, aby se osvěžili ve speciálních sprchách nebo relaxovali v jejich soukromém apartmá. Tato věta plní funkci konativní. Poslední věta taktéž plní funkci konativní („say hello“) a využívá technického termínu A380, který specifikuje typ letadla (A = airbus, 380).

V této reklamě je dominantní funkcí funkce apelativní (konativní).

6.7. Reklama na Thai Airways



Tuto reklamu ¹⁰⁷ tvoří pozadí s fotografií ženy sedící v letadle. Je tam sama, ale vypadá spokojeně, a že si let užívá. Kolem ní jsou další sedadla se zabudovanou obrazovkou. Na pozadí si pak můžeme všimnout čtyř menších obrázků. Na prvním, který je umístěn na

¹⁰⁷ Viz příloha č. 9

horní levé části, jsou pravděpodobně vyfoceny letušky společnosti, které vypadají velmi sympaticky. Další tři obrázky umístěné ve spodní levé části prezentují, jak je letadlo komfortní – na prvním obrázku vidíme skvěle vypadající nápoje. Druhý obrázek nám znovu ukazuje, jak vypadají sedadla a jak moc jsou moderní a komfortní. Poslední obrázek nám ukazuje hezký ovladač. Pokud to tedy shrneme, dojdeme k závěru, že aerolinky se prezentují jako perfektní společnost, která je na vysoké úrovni.

Text se skládá opět z více částí. První část textu se nachází v pravém horním rohu. Tvoří ji dva odstavce. První odstavec je tvořen jednou větou:

„ the best of 2 worlds perfectly relaxed.“

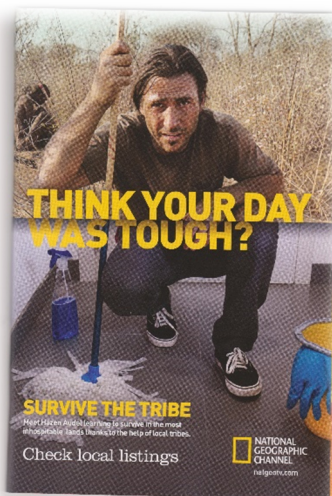
S touto větou si ihned určitě spojíte právě dvě letušky na fotografii vedle ní, celkově je nositelem funkce persvazivní a sdělovací. Druhý odstavec textu je tvořen třemi delšími větami. První věta má funkci informativní, sděluje nám, co aerolinky představují. Druhá věta plní funkci konativní, vyzývá adresáty reklamy k tomu, aby novinku vyzkoušeli. Poslední věta tohoto odstavce opět nese funkci informativní, jelikož nás informuje o tom, že Thai Airways posouvají létání na další úroveň.

Pod tímto odstavcem je umístěno také logo firmy, které využívá idiomu „smooth as silk“ adresáty tím zároveň ovlivňuje.

Poslední text reklamy se vyskytuje v pravém spodním rohu. Skládá se ze tří částí. Část první tvoří jediná věta, která je nositelem funkce informativní. Další částí je odkaz na webové stránky společnosti Thai Airways. A nakonec jmenujme poslední část, která se nachází pod odkazem. Je nositelem funkce informativní a zároveň funkce persvazivní. Uvedením záštity sdružení Star Alliance Member a informace o tom, že společnost je členem, přesvědčují adresáta o kvalitě služeb.

V této reklamě tedy dominuje funkce informativní, kterou pak následuje funkce persvazivní a za ní vystupuje funkce konativní.

6.8. Reklama na pořad Survive the Tribe



Vizuální stránku reklamy ¹⁰⁸ tvoří pozadí složené ze dvou fotografií. Horní část fotografie pravděpodobně dokumentuje těžký život v Africe. Spodní část naopak poukazuje na práci uklízeče. Uprostřed reklamy je první část textu, která je napsána velkým tiskacím písmem a zvýrazněna žlutou barvou. Druhá část textu reklamy se nachází ve spodním levém rohu a je tvořena třemi odstavci. Na pravém rohu je ještě umístěno logo společnosti National Geographic Channel s odkazem na webovou stránku.

První část textu se skládá z jedné věty. Je to přímá otázka. V reklamě plní funkci persvazivní, jelikož jejím účelem je ovlivnit adresáta – přitáhnout jeho pozornost. Na tuto otázku pak navazuje další část textu – „SURVIVE THE TRIBE“, která plní funkci kognitivní. Další dva odstavce textu plní funkci konativní.

V této reklamě tedy dominuje funkce konativní. Následuje ji funkce persvazivní.

¹⁰⁸ Viz příloha č. 10

6.9. Reklama na pořad Ultimate Survival Alaska



Tato reklama ¹⁰⁹ je poměrně jednoduchá. Její pozadí fotografie, která pochází pravděpodobně z místa, o kterém reklama pojednává – tedy z Aljašky. Na fotografii jsou v popředí zachyceni dva muži a v jejich okolí jsou další lidé. Tito muži a ostatní na fotografii jsou pravděpodobně zkušené cestovatele nebo horolezci, kterým nevádí nehostinné prostředí Aljašky.

Z jazykového hlediska si nejprve všimneme velkého zvýrazněného písma, které uvádí název inzerovaného pořadu – plní tedy funkci kognitivní. O něco méně zvýrazněná je další textová část této reklamy, která se nachází v její horní části. Tuto část tvoří dvě věty. Obě mají funkci informativní – informují nás o tom, že některé závody jsou vyhrány. Některé jsou přežity. Tyto dvě věty jsou snadno asociovatelné s pořekadlem „není důležité vyhrát, ale zúčastnit se.“

V levé spodní části reklamy se objevuje další věta, která plní funkci konativní.

V této reklamě dominuje funkce kognitivní, ale objevuje se i funkce konativní.

¹⁰⁹ Viz příloha č. 11

6.10. Reklama na pořad Science of Stupid



Vizuální stránka této reklamy ¹¹⁰ je velmi zajímavá. Pozadí tvoří obrázek, na kterém můžeme vidět matematické rovnice, náčrty úhlů, výpočty a poznámky. V prostřední části reklamy se nachází sekvence obrázků, která zde plní funkci návrhu nebo postupu, který nejspíše souvisí se zmíněnými rovnicemi. Na horní straně reklamy se nachází první výrazná část textu, která vypadá, jako kdyby ji někdo načmáral propiskou. Další část textu se nachází ve spodní části reklamy. V této části najdeme také webový odkaz na stránky televizní společnosti National Geographic a její logo.

První část textu se skládá z jednoduché věty, která je nositelem funkce informativní, sdělné. Seznamuje nás s tím, že žijeme v době vědy a hlouposti. Další část textu, která se nachází již ve spodní části, nás seznamuje s tím, že vysílají nový pořad, který se jmenuje Science of Stupid. Plní tedy funkci informativní. Pod ní se nachází další úsek textu, který plní funkci apelativní – díky použití imperativu *watch*. Pod touto částí se nachází poslední věta této části. Opět plní funkci konativní – nositelem funkce je opět použití imperativu.

¹¹⁰ Viz příloha č. 12

V této reklamě dominuje funkce apelativní. Přidatnou pozici zaujímá funkce informativní.

6.11. Reklama na hodinky Longines



Vizuální stránku reklamy ¹¹¹ tvoří pozadí, které je složené ze dvou částí. První část zabírá ½ reklamní plochy a je na ní prezentován muž s mladým chlapcem na černobílé fotografii. Pracují se strojem na opravu / výrobu hodinek a vypadají, že je to velmi baví. V této části reklamy se text vyskytuje v pravém horním rohu. Doplnuje ho vlastnoruční podpis muže zachyceného na této reklamě. Je to tenista Andre Agassi. Na přechodu první a druhé ½ reklamy je umístěné logo společnosti Longines. Pod logem začíná druhá polovina reklamy, kterou tvoří modré pozadí. V levé polovině spodní části se nachází druhá část textu. Ta obtéká snímek inzerovaných hodinek, který je umístěn na levém spodním rohu reklamy.

Horní část textu tvoří jedna věta. V souvislosti s fotografií můžeme říct, že věta je promluvou mluvčího (Andre Agassi) k okruhu adresátů. Plní funkci informativní, ale v jistém směru zde lze určit i funkce persvazivní. Druhá, spodní, část textu je tvořena dvěma odstavci. První odstavec se skládá z nadpisu:

¹¹¹ Viz příloha č. 13

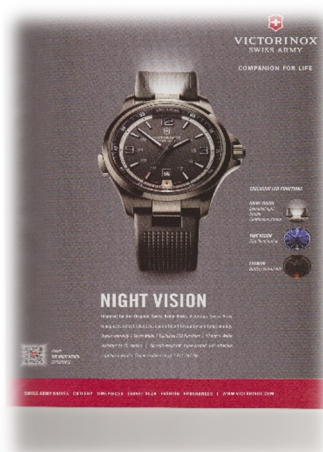
„ Together we‘ re building his future “

Tento nadpis plní funkci persvazivní ale i konativní. Přesvědčuje adresáta o tom, že dohromady se společností Longines, buduje budoucnost někomu jinému. V interpretaci s vizuální stránkou reklamy, bude ten někdo chlapec z fotografie. Funkci apelativní lze spatřit v tom, že oslovuje adresáta a zmiňuje společnou činnost. Text pod nadpisem plní funkci informativní – přináší informace o Agassim.

Druhý odstavec je taktéž nositelem funkce informativní a sdělovací. Přináší nám další nové informace.

V této reklamě dominuje funkce kognitivní.

6.12. Reklama na hodinky Victorinox



Pozadí reklamy ¹¹² je jednoduché. Na šedém pozadí jsou zachycené inzerované hodinky. V pravém horním rohu je umístěno logo firmy Victorinox a pod ním první část textu. Vedle fotografie hodinek se nacházejí tři menší obrázky a u nich opět další část textu. Předposlední část textu leží pod hodinkami a část poslední je zasazená do červeného pruhu. V pravém dolním rohu se také nachází QR kód, který lze oskenovat mobilem.

¹¹² Viz příloha č. 14

První část textu, umístěnou v pravém horním rohu, tvoří sousloví:

„COMPANION FOR LIFE“

Toto sousloví naráží na kvalitu hodinek a přesvědčuje adresáta o tom, že hodinky mu budou společníkem na celý život. Plní tedy funkci persvazivní. Druhou část textu tvoří čtyři odstavce uprostřed reklamy, které leží vedle tří menších obrázků. První odstavec, nám uvádí téma ostatních. Plní funkci kognitivní. Druhý odstavec prezentuje konkrétní funkci hodinek – noční vidění a jeho aspekty. Je taktéž nositelem funkce informativní. Třetí odstavec nás informuje o způsobu ukazování času. Nese funkci informativní. Poslední odstavec této části textu prezentuje další funkci hodinek. Jeho funkce je opět kognitivní.

Další část textu tvoří jeden odstavec, jehož nadpis je zvýrazněn. Informuje nás o hlavní funkci hodinek, nese tedy funkci informační. Pod nadpisem stojí další věta, která nás opět informuje o hodinkách – funkce informační. Pod touto větou se skrývá další soupis výhod, které mají tyto hodinky: například tříletá záruka, exkluzivní LED funkce, atd. Úplně poslední část textové roviny této reklamy se nachází v její spodní části, kterou tvoří červený pruh. Do něho je zasazený text, který vyjmenovává další produkty od společnosti Victorinox a odkazuje na její webové stránky.

V této reklamě se primárně uplatňuje funkce kognitivní.

6.13. Reklama na televizi LG č. 1



Reklama ¹¹³ na televizi LG po vizuální stránce využívá jednoduchého pozadí, které tvoří fotografie připomínající jezírko, které pochází z japonské zahrady. Symbolizuje jakousi vnitřní pohodu. Na tomto pozadí je fialový kruh a uvnitř něho je text. Vedle kruhu je zachycen snímek inzerované televize značky LG a nad ním její označení a velikost. V levém spodním rohu této reklamy se nachází logo označení série výroby televizí. Pod logy se nachází druhá část textu. A pod ní stojí logo společnosti LG. Přímo naproti logu LG vidíme logo provozovatele služeb IPS a pod ním poslední část textu.

První část textu se nachází v již zmíněném kruhu. Obsahuje slogan:

„ULTRA CLARITY – ULTRA REALITY“

¹¹³ Viz příloha č. 15

Tento slogan využívá poetičnosti k účelu zvýšení zajímavosti reklamy. Je založen na anafoře - opakování slov ULTRA. Dalším prvkem poetičnosti můžeme označit také zvukovou podobnost slov CLARITY a REALITY. Plní tedy funkci poetickou.

Další část textu se vyskytuje vedle obrázku televize a je obrácena o 180 stupňů. Plní funkci informativní, jelikož adresáty informuje o tom, že další model televize je dostupný i v jiném rozměru.

První tři věty posledního odstavce nás informují o všech funkcích televize – obrazu, zvuku, rozlišení a technologii. Další věta je nositelem funkce konativní. Apeluje na adresáty, aby vyzkoušeli tuto televizi v kombinaci s jiným produktem (reproduktory). Zároveň je přesvědčuje, že zažijí skvělý zážitek. Pozorujeme zde tedy funkci persvazivní. Poslední věta se nachází o něco níže než ostatní. Je to další slogan společnosti LG a informuje nás, přesvědčuje nás o tom, že to je opravdu možné. Plní tedy funkci persvazivní a informativní.

V této reklamě vstupuje do popředí funkce informativní. Přídavné postavení má funkce poetická, která je zde použita za účelem přitáhnutí pozornosti adresátů. Dále se zde uplatňuje funkce konativní a persvazivní.

6.14. Reklama na televizi LG č. 2



Pozadí reklamy ¹¹⁴ je tvořeno dvěma částmi. První část prezentuje obraz přírody – skály, útes a mraky. Na horní levé straně této části se nachází první část textu a logo společnosti LG. Na útesu sedí dívka, která se dívá na jednu z hor. Obraz této hory vychází z televize značky LG a působí velmi realisticky. Narušuje ho fialový kruh, který obsahuje slogan. Druhou částí reklamy je bílý panel nacházející se ve spodní části reklamy. Panel obsahuje fotografii inzerované televize na levé straně, logo provozovatele na straně pravé a mezi tím se nachází text.

První část textu začíná pod logem série televizí. Tato část textu má funkci informativní a persvazivní. Další část textu se nachází v kruhu. Tato část textu je nositelem funkce poetické. Využívá anafory (ULTRA – ULTRA) a zvukové podobnosti a rýmu (CLARITY – REALITY). Poslední část textu je zasazena v panelu ve spodní části reklamy. Text je rozdělen do pěti sloupečků. Všech pět obsahuje informace o propagované řadě televizí. Je proto nositelem funkce kognitivní.

V této reklamě tedy vystupuje do popředí funkce kognitivní. Jako přídatná funkce se objevuje funkce poetická.

6.15. Reklama na Shell



¹¹⁴ Viz příloha č. 16

Vizuální stránku reklamy ¹¹⁵ tvoří pozadí, které je složené ze dvou částí. První polovina stránky je tvořena fotografií. Fotografie zachycuje čerpací stanici Shell. Na pumpě jsou dvě auta. Vedle prvního auta stojí muž, který tankuje etanol. V druhém autě u stojánku s etanolem stojí muž, který vede rozhovor s mužem uvnitř auta. Pravděpodobně je to obsluha pumpy.

Druhá polovina reklamy je tvořena žlutým pozadím, na kterém je zasazen text a logo společnosti Shell s jejím sloganem. Najdeme zde také webový odkaz na stránky Shell.

Jazyková rovina reklamy je tvořena dvěma odstavci textu. První odstavec se skládá z jednoduché věty, která adresáty pobízí k tomu, aby využívali čistší (méně škodlivé) palivo. Plní tedy funkci apelativní. Druhý odstavec textu plní funkci kognitivní a sdělovací. Podává nám nové informace související se společností Shell. To neplatí pro poslední větu druhého odstavce. Ta plní opět funkci apelativní. Apeluje na adresáty, aby si zjistili něco více o inzerované pumpě a palivu.

Můžeme tedy říct, že v této reklamě primárně vystupuje funkce informativní, jež doplňuje funkce apelativní.

¹¹⁵ Viz příloha č. 17

6.16. Reklama na toaletní vodu Davidoff č. 2



Po grafické stránce je pozadí reklamy¹¹⁶ bílým pozadím, v jehož spodní části se nachází modrý pruh. Můžeme si zde všimnout pěti různých fotografií, které jsou poskládány kolem textu. Všechny tyto fotografie, kromě poslední nacházející se ve spodním levém rohu, zachycují život na dně oceánu. Zmíněná poslední fotografie prezentuje inzerovanou řadu vůní Davidoff. V modrém spodní části reklamy najdeme logo vůně Davidoff a společnosti National Geographic.

První část textu se nachází mezi prvními dvěma fotografiemi. Tato část textu je nositelem funkce informativní. Přináší nám totiž nové informace o National Geographic a její misi Pristine Seas. Druhou část textu tvoří další odstavec, který se nachází přímo uprostřed stránky. Tento odstavec plní taktéž funkci informativní, jelikož nám přináší informace o tom, že Davidoff je partnerem této mise. Poslední odstavec se zaměřuje primárně na aspekt adresáta. Promlouvá k adresátovi, apeluje na něho. Plní tedy funkci apelativní. Objevuje se zde ale i věta, která je nositelem funkce opět informativní. Je to předposlední věta, která informuje o tom, co získá výherce. Úplně poslední část textu se nachází kousek pod

¹¹⁶ Viz příloha č. 18

ostavcem. Využívá hashtagu (odkazu) na webové stránky Facebook a apeluje na jejich navštívení.

V této reklamě tedy dominuje funkce informativní, kterou následuje funkce konativní.

6.17. Reklama na BMW Motorrad



V této reklamě ¹¹⁷ se pozadí stává ze dvou částí. První část pozadí tvoří fotografie, na níž je zachycen motorkář při jízdě nočním městem. Druhou část pozadí tvoří bílá barva, na které je zasazen černý text.

První část textu tvoří nadpis:

„RIDE THE REVOLUTION .“

Nadpis plní funkci konativní, vyzývá okruh adresátů, aby „řídili“ revoluci. Použití slovesa ride v této větě je netypické. Ozvláštňuje ji a připoutává pozornost. Má tedy jistou poetickou funkci. Pod nadpisem leží druhá část textu. Tento odstavec textu je nositelem funkce informativní. Seznamuje nás s novými skutečnostmi. Poslední věta v tomto

¹¹⁷ Viz příloha č. 19

odstavci však plní funkci apelativní a vyzývá čtenáře, aby navštívili internetovou stránku společnosti. Poslední část textu má funkci informativní.

V této reklamě primárně vystupuje do popředí funkce informativní.

6.18. Reklama společnosti Syngenta



Vizuální stránku reklamy ¹¹⁸ tvoří pozadí složené ze dvou částí. První část pozadí je fotografie. Tato fotografie zachycuje dvě ženy a muže. První žena stojí v popředí fotografie a dívá se na adresáty reklamy. Druhá žena s mužem pracují na plantáži, kde pravděpodobně sbírají vypěstované plodiny. V této části se nachází první text. Druhou část pozadí tvoří bílý pruh a pod ním panel stylizován do zelené barvy. Na pravé straně bílého pruhu se nachází logo společnosti Syngenta. Na levé straně zeleného panelu je umístěno další logo. Toto logo patří plantáži, která je na snímku zachycena. Vedle loga se nachází další část textu.

První část textu je napsána bílým písmem, které je zasazeno do horní části reklamy. Tato jazyková část reklamy plní funkci informativní. Přináší nám informace, že paní na obrázku dokáže nakrmit hladovou planetu a že jí společnost Syngenta v tomto směru pomůže. Druhá část textu se nachází ve spodní části reklamy. V této části textu se

¹¹⁸ Viz příloha č. 20

uplatňuje opět funkce informativní, jelikož nám společnost Syngenta vykládá více o jejich aktivitách. V poslední větě se ale tato funkce proměňuje ve funkci apelativní – vyzývá adresáty, aby si zjistili více a aby se podívali na internetové stránky společnosti. K tomu využívá webového odkazu.

V této reklamě dominuje funkce informativní.

6.19. Reklama organizace Big Cats Initiative



Z vizuálního hlediska tato reklama ¹¹⁹ využívá na svém pozadí fotografii zachycující šelmu. Není to obvyklý snímek šelmy, protože zvíře mezi packami svírá nápis. V horní části stránky se objevuje první text. Ten je následován nápisem v packách šelmy. Vedle šelmy, tedy na pravé straně reklamního prostoru, je zasazen další a poslední text. Ve spodní části reklamy pozorujeme tři různá loga – první logo patří televiznímu kanálu Wild společnosti National Geographic, druhé logo prezentuje sdružení Big Cats Initiative a poslední logo patří společnosti National Geographic.

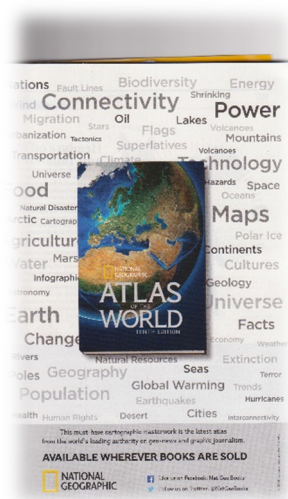
První text je nositelem funkce informativní. Avšak druhá věta této části textu působí i funkcí persvazivní, snaží se adresáta přesvědčit, že je opravdu potřeba pomoci. První

¹¹⁹ Viz příloha č. 21

věta druhé části textu přináší funkci apelativní (oranžové písmo). Apeluje na adresáty, aby způsobili povyk, který je potřeba pro záchranu šelem. Na tuto funkci apelativní navazuje další odstavec, který plní funkci informativní. Pak se dostáváme k poslední větě reklamního textu. Tato věta je opět ozvláštňena použitím jiné barvy písma. Zastává funkci apelativní.

V této reklamě převažuje funkce informativní, následována funkcí apelativní.

6.20. Reklama na Atlas World



Vizuální stránka této reklamy ¹²⁰ je tvořena pozadím, které se skládá z dvou částí. První ¾ reklamy tvoří pozadí bílé barvy zaplněné různými slovy, na němž je uprostřed umístěna fotografie inzerované knihy Atlas World. Druhou část pozadí tvoří šedý pruh, na němž je umístěn další text. Kromě textu se zde nachází logo společnosti National Geographic a facebookový a twitterový odkaz na internet.

První část textu této reklamy se nachází na bílém pozadí. Vyskytují se zde pouze podstatná jména (konkrétní i obecná), která mají souvislost s atlasem světa – tedy pro příklad uvádím podstatná jména: maps, connectivity, lakes, seas, universe, earth, population.

¹²⁰ Viz příloha č.

Druhá část textu začíná větou, která přináší informace o tomto atlasu. Plní tedy funkci informativní. Další věta plní také funkci informativní, informuje adresáty o tom, kde je možnost tento atlas koupit. Poslední část textu se vyskytuje vedle internetových odkazů na sociální služby Facebook a Twitter. Je nositelem funkce apelativní. Vyzývá adresáty k tomu, aby stránky inzerenta navštívili a dál sledovali.

V této reklamě tedy primární funkci jazyka zastává funkce informativní, kterou následuje funkce apelativní.

7. ZÁVĚR

V **teoretické části** práce jsem se věnovala charakteristice Pražského lingvistického kroužku. Nastínila jsem všechny vývojové etapy, kterými kroužek během svého působení prošel a jaké v té době byly jeho konkrétní zájmy. Představila jsem vám významné členy Pražské školy a podmínky, které bylo zapotřebí splnit za účelem získání členství. Tyto podmínky se lišily před stanovami a poté po vzniku jednotlivých stanov. Uvedla jsem také seznam nejdůležitějších přednášek. Další část mé práce se věnovala shrnutí významných teoretických koncepcí, které na poli Kroužku vznikly. Mezi tyto koncepce jsem zařadila Jakobsonovu klasifikaci jazykových funkcí a teorii o aktuálním členění větném. Následně jsem se věnovala vzniku a vývoji Tezí, které jsou kolektivní prací Kroužku. Uvedla jsem jejich seznam.

Pražský lingvistický kroužek patří mezi pilíře evropského strukturalistického směru. Vznikl v první polovině 20. století a představuje jedno z nejdůležitějších jazykovědných sdružení. V Kroužku působili jak čeští, tak i zahraniční lingvisté, díky nimž vzniklo několik zásadních a stále rozvíjených teorií. Rozvíjeny byly a jsou dalšími evropskými strukturálními směry a americkým deskriptivismem. Zmínit je třeba zástupce strukturalismu ve Francii, Andrého Martineta. Ten v návaznosti na Kroužek prohloubil a doplnil funkční koncepci. Dalším jazykovědcem, který na Pražskou školu navázal, je představitel britské školy Michael Halliday. Pražský lingvistický kroužek nám zanechal veliké jazykovědné bohatství.

Praktickou část své práce jsem věnovala kvalitativní analýze tištěných reklam pocházejících z anglického měsíčníku National Geographic. V práci jsem vycházela ze vzorku dvaceti tištěných reklam z tohoto magazínu. Metodou práce byla diskurzivní analýza, která popisuje roli jazyka při konstrukci sociální reality. Uplatňuje se při analýze verbální komunikace a psaných (tištěných) textů. Na základě této analýzy jsem popsala dva aspekty reklamy. Prvním aspektem je vizuální podoba reklamy, do které můžeme zahrnout například pozadí reklamy, obrázky, vzorce a grafy. Druhým aspektem reklamy je samozřejmě jazyková rovina. Dalším cílem praktické části mé bakalářské práce byla aplikace Jakobsonovy teorie o jazykových funkcích na zmíněný vzorek dvaceti reklam.

Na začátku výzkumu jsem věděla, že reklamy musí plnit funkci persvazivní. Tedy funkci, která adresáty ovlivňuje a přesvědčuje. Také jsem tušila, že se v reklamách objeví funkce apelativní, jejíž cílem je adresáta vyzvat k tomu, aby něco vykonal – například aby šel a koupil si zrovna ty hodinky, které jsou inzerovány. Během svého výzkumu jsem ale postupně zjišťovala, že ani jedna z mnou očekávaných funkcí, není v reklamě dominantní. Ve všech dvaceti zkoumaných reklamách dominovala funkce informativní. Jejím úkolem bylo seznámit adresáty s informacemi o inzerovaném produktu – u většiny reklam to byly informace o funkcích produktu, které adresátům nabízely. Další funkcí, která se v reklamě objevila, ale plnila již spíše přídatnou roli, byla funkce apelativní. Následovala ji funkce persvazivní. K mému překvapení se pouze ve dvou reklamách vyskytla funkce poetická, jejíž funkcí je ozvláštnění jazykového projevu, zabývá se tedy estetickou stránkou jazyka.

8. BIBLIOGRAFIE

Literatura:

ČERMÁK, František: „Travaux du Cercle linguistique de Prague (recenze),“ Slovo a slovesnost 62, 2001, s. 216–223.

ČERMÁK, P. - POETA, C.: Pražský lingvistický kroužek v dokumentech. Praha: Academia, 2012.

ČERNÝ, Jiří: Dějiny lingvistiky. Olomouc: Votobia, 1996.

ČERNÝ, Jiří: Dějiny lingvistiky. Olomouc: Votobia, 1996. ČERNÝ, Jiří: Úvod do studia jazyka. Olomouc: Rubico, 1998.

DANEŠ, František: „Pražská škola: názorová univerzália a specifika,“ Slovo a slovesnost 69, 2008, s. 9–20.

ĎUROVIČ, Lubomír: „Pražský lingvistický kroužek a kontext československej lingvistiky,“ Slovo a slovesnost 69, 2008, s. 21–24.

HAIČOVÁ, Eva. ČERVENKA, Miloš. LEŠKA, Oldřich a SGALL, Petr (eds.): Travaux du Cercle linguistique de Prague: Prague Linguistic Circle Papers, Vol. 3. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1999.

HAIČOVÁ, Eva. ČERVENKA, Miloš. LEŠKA, Oldřich a SGALL, Petr. (eds.): Travaux du Cercle linguistique de Prague: Prague Linguistic Circle Papers, Vol. 1. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1995.

HAIČOVÁ, Eva. SGALL, Petr. HANA, J. a HOSKOVEC, Tomáš: Prague Linguistic Circle papers: Travaux du cercle linguistique de Prague, 2002.

HAVRÁNKOVÁ, Marie: Pražský lingvistický kroužek v korespondenci. Praha: Academia, 2008.

HLADKÝ, Josef a HOSKOVEC, Tomáš (eds.): Josef Vachek v dopisech a vzpomínkách. Brno: Masarykova Univerzita ve spolupráci s Pražským lingvistickým kroužkem a Českou asociací anglistů, 1998.

HORÁLEK, Karel. KOMÁREK, Miroslav a DANEŠ, František. Travaux linguistiques de Prague, 4. Etudes de la phonologie, typologie et de la linguistique générale. Praha: Academia, 1971.

HOSKOVEC, Tomáš: „Sedm let od obnovení činnosti PLK,“ Slovo a slovesnost 59, 1998, s. 77–80.

JAKOBSON, Roman: „Linguistics and Poetics,“ Style in Language. Cambridge: The MIT Press, 1960, s. 350 – 377.

JAKOBSON, Roman: Poetická funkce. Jinočany: H&H, 1995.

KOMÁREK, Miroslav: „Jakobsonův význam pro strukturální historickou fonologii,“ Slovo a slovesnost 57, 1996, s. 207–211.

KRAUS, J.: „K významovému rozpětí Jakobsonovy poetické funkce“ Slovo a slovesnost 57, 1996, s. 170 – 176.

MATHESIUS, V.: "O potenciálnosti jevů jazykových". In U základů pražské školy jazykovědné. Vachek J. (ed.), Praha: Academia, 1970, s. 5-34.

MATHESIUS, V.: Obsahový rozbor současné angličtiny na základě obecně lingvistickém. ČSAV, 1961.

NĚMEC, Igor: „Lexikální význam ve světle teorie pražské školy,“ Slovo a slovesnost 57, 1996, s. 218–225.

Pražský lingvistický kroužek,

<http://cercledeprague.org/cs/o_prazskem_lingvistickem_krouzku> [zveřejněno 1. 10. 2007, citováno 15. 4. 2016]

SAUSSURE, Ferdinand de: Kurz obecné lingvistiky. Praha: Academia, 2007.

SAVICKÝ, Nikolaj: „O jazyce, společnosti a funkcích,“ Slovo a slovesnost 61, 1998, s. 93–101.

SGALL, Petr: „Ideje klasického Pražského lingvistického kroužku jsou i dnes aktuální,“ Slovo a slovesnost 69, 2008, s. 34–43.

TOMAN, J.: „Balancovat v nepředstavitelných situacích“: poznámky k českým létům Romana Jakobsona,“ Slovo a slovesnost 57, 1996, s. 226 – 240.

TOMAN, J.: Příběh jednoho moderního projektu: Pražský lingvistický kroužek, 1926-1948. Praha: Karolinum, 2011.

TOMAN, J.: The magic of common language: Jakobson, Mathesius, Trubetzkoy, and the Prague linguistic Circle. Cambridge: MIT Press, 1995.

VACHEK, Josef (ed.) U základů pražské školy jazykovědné. Praha: Academia, 1970.

VACHEK, Josef (ed.) Z klasického období pražské školy. Praha: Academia, 1972.

VACHEK, Josef: Lingvistický slovník Pražské školy. Praha: Karolinum, 2005.

VACHEK, Josef: Prolegomena k dějinám Pražské školy jazykovědné. Jinočany: H&H, 1999.

VACHEK, Josef: The Linguistic school of Prague: An Introduction to its Theory and Practice, Bloomington: Indiana University Press, 1966.

VACHEK, Josef: Vzpomínky českého anglisty. Jinočany: H&H, 1994.

Reklamy:

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(1). ISSN 0027-9358, s. 3 – 4.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(1). ISSN 0027-9358, s. 10.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(1). ISSN 0027-9358, s. 10.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2015, **227**(6). ISSN 0027-9358, s. 8.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(3). ISSN 0027-9358.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2013, **224**(3). ISSN 0027-9358, s. 11

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **225**(5). ISSN 0027-9358, s. 5

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(3). ISSN 0027-9358.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2012, **222**(6). ISSN 0027-9358, s. 5

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(3). ISSN 0027-9358.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2013, **224**(4). ISSN 0027-9358, s. 1

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2013, **224**(4). ISSN 0027-9358, s. 5

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2013, **223**(5). ISSN 0027-9358, s. 7

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2013, **223**(5). ISSN 0027-9358, s. 9

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2015, **227**(2). ISSN 0027-9358.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **224**(6). ISSN 0027-9358.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(2). ISSN 0027-9358, s. 13

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **226**(2). ISSN 0027-9358.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2013, **224**(4). ISSN 0027-9358.

National Geographic. Washington, DC.: The Geographic Society, 2014, **224**(3). ISSN 0027-9358.

**“ My experience as a farmer
helps others take practical
and more sustainable actions
toward a healthier planet ”**

Since 2007, The Coca-Cola Company has helped protect natural ecosystems like the Great Barrier Reef in Australia by supporting farmers like Gerard, who test, validate and embrace innovative practices that help reduce the environmental footprint of sugarcane production.



Gerard Deguara
Mackay Whitsunday, Australia
Third generation sugarcane farmer

**Every bottle has a story...
and a solution**

Find out more at www.coca-colacompany.com

“ My experience as a farmer helps others take practical and more sustainable actions toward a healthier planet ”

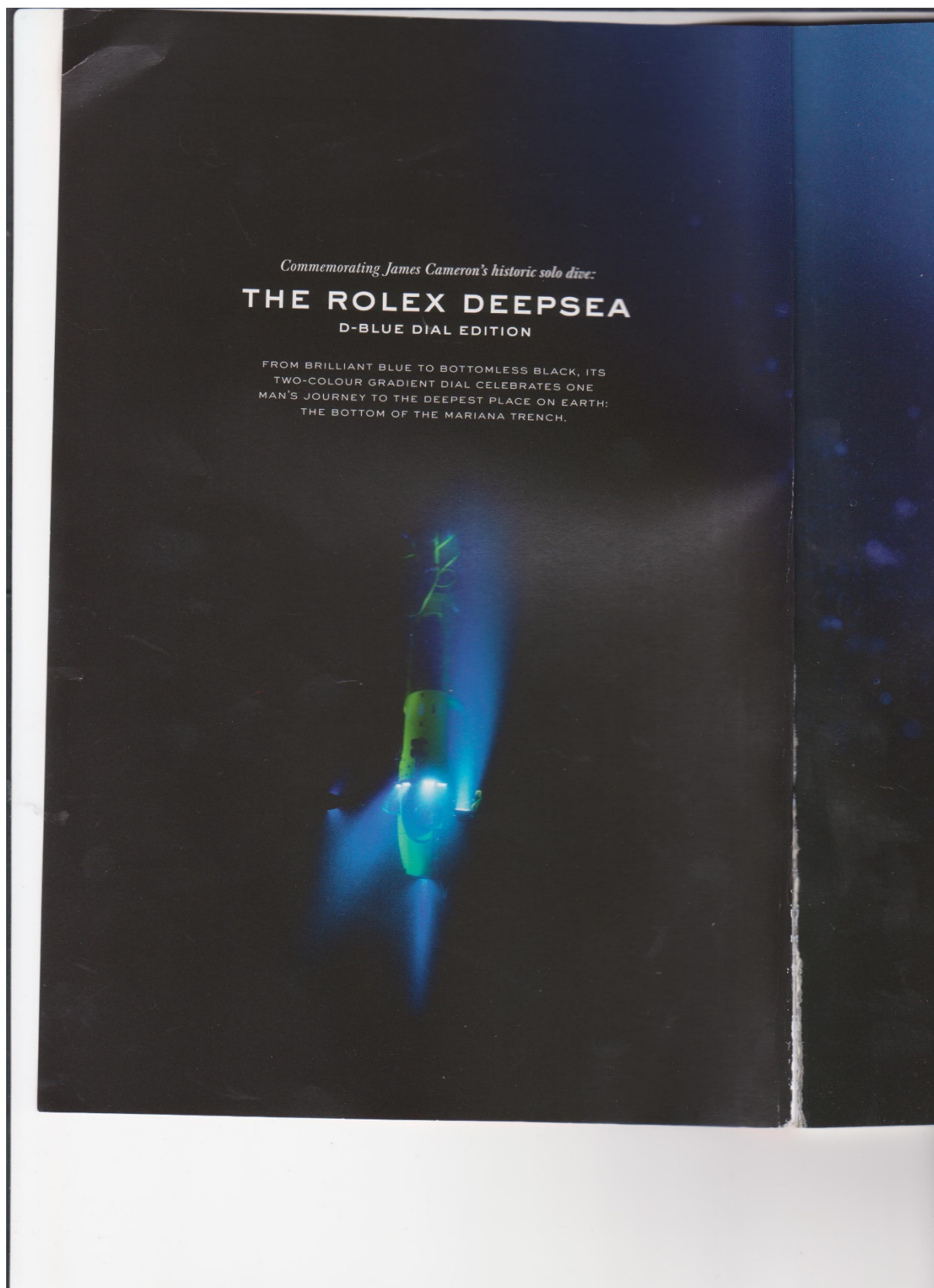
Since 2007, The Coca-Cola Company has helped protect natural ecosystems like the Great Barrier Reef in Australia by supporting farmers like Gerard, who test, validate and embrace innovative practices that help reduce the environmental footprint of sugarcane production.

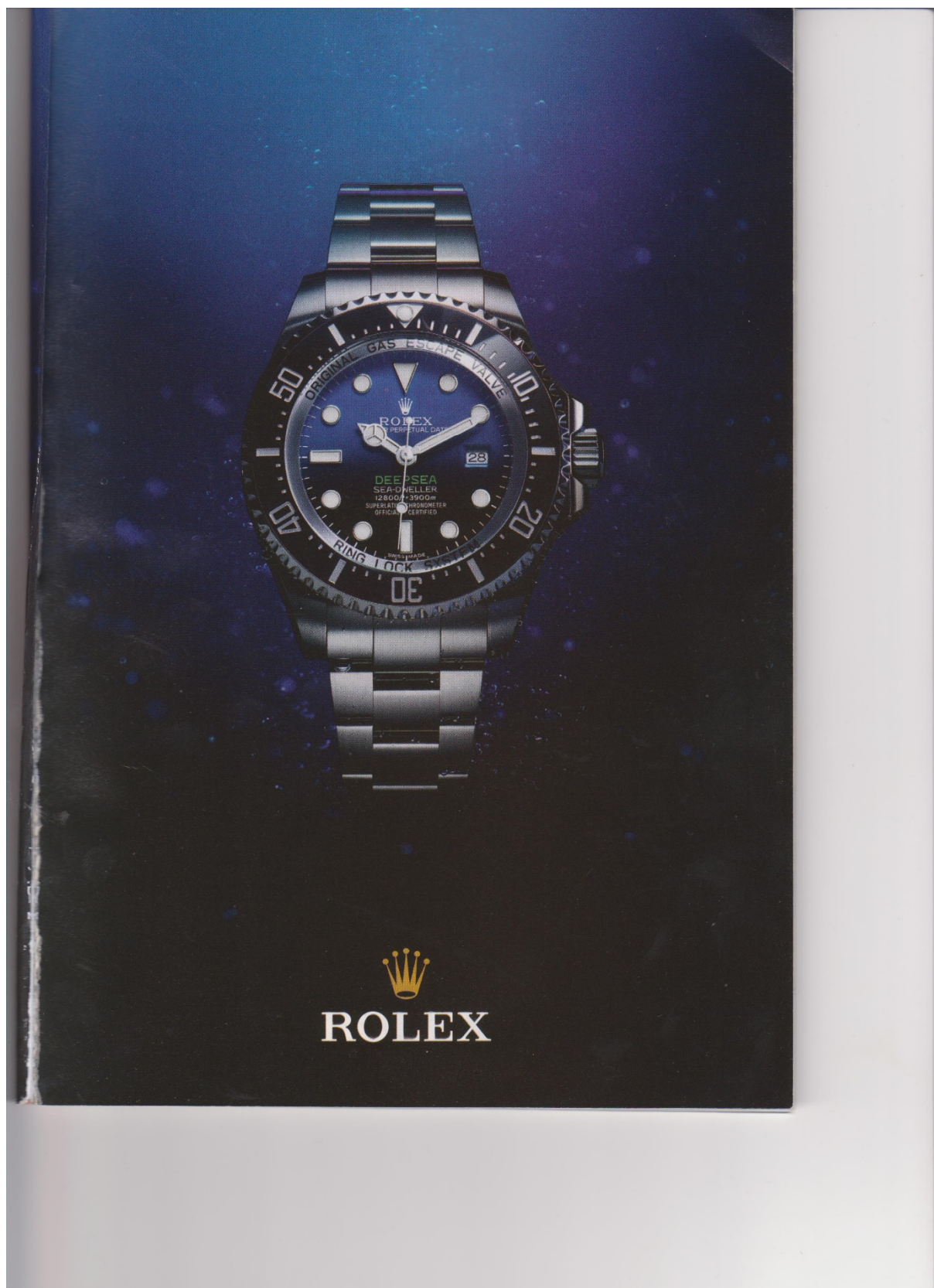


Gerard Deguara
Mackay Whitsunday, Australia
Third generation sugarcane farmer

**Every bottle has a story...[™]
and a solution**

Find out more at www.coca-colacompany.com





NOVAK DJOKOVIC

THE ASTRON GPS SOLAR CHRONOGRAPH.
THE WATCH THAT ADJUSTS
TO YOUR TIME ZONE*.

ASTRON

GPS
SOLAR

By connecting to the GPS network, the new Astron adjusts at the touch of a button to your time zone* and, by taking all the energy it needs from light alone, never needs a battery change.

*Time zone data as of January 2014. Time zone can be manually adjusted as required.

SEIKO
DEDICATED TO PERFECTION

DAVIDOFF
Cool Water

LOVE THE OCEAN

ONE COOL WATER REPRESENTS
10'000 M² OF OCEAN PROTECTED

DAVIDOFF
Cool Water
EAU DE
TOILETTE

SUPPORTING
THE PRISTINE SEAS MISSION OF

 **NATIONAL
GEOGRAPHIC**

#LOVETHEOCEAN

 Join us on [facebook.com/davidoffcoolwater](https://www.facebook.com/davidoffcoolwater)

© PHOTOS BY PHILIP TALLA, MARCO PONTI, HELMUT PEISCHNER AND PASCAL

singaporeair.com



We find the films you love, to make you feel at home.

A truly entertaining journey. There's more to it than just the latest movies. It's about finding culture and experiences from near and far, for you to enjoy. Because we understand that enriching moments make your flight just that much more meaningful. It's just one of the lengths we go to, to make you feel at home.



SCAN TO
DISCOVER MORE



**SINGAPORE
AIRLINES**
A great way to fly

A STAR ALLIANCE MEMBER 

An advertisement for Emirates featuring a photograph of passengers in a lounge. A woman in a light blue blazer holds a glass of champagne. A man in a suit stands near a bar where a staff member is serving. Other passengers are seated in the background. The scene is lit with warm, ambient lighting.

emirates.com

Meet the world at 40,000 feet

Some of the most memorable moments on Earth, aren't even happening on Earth. Find inspiration in the Onboard Lounge, refresh in a Shower Spa, and relax in your First Class Private Suite. Say hello to the Emirates A380.

Hello Tomorrow 





 The best of
2 worlds perfectly relaxed.

Introducing a whole new world of entertainment in the all-new Royal Orchid Service from THAI. Experience the upgraded in-flight entertainment in every aspect. From a larger personal touch screen to over 1,000 hours of movies, short films, games, music, news and information, THAI takes flying to the next level.

 **THAI**
Smooth as silk




When combining leading-edge technology with legendary service from THAI, your journey is simply smooth as silk.

thaiairways.com

A STAR ALLIANCE MEMBER 



**THINK YOUR DAY
WAS TOUGH?**

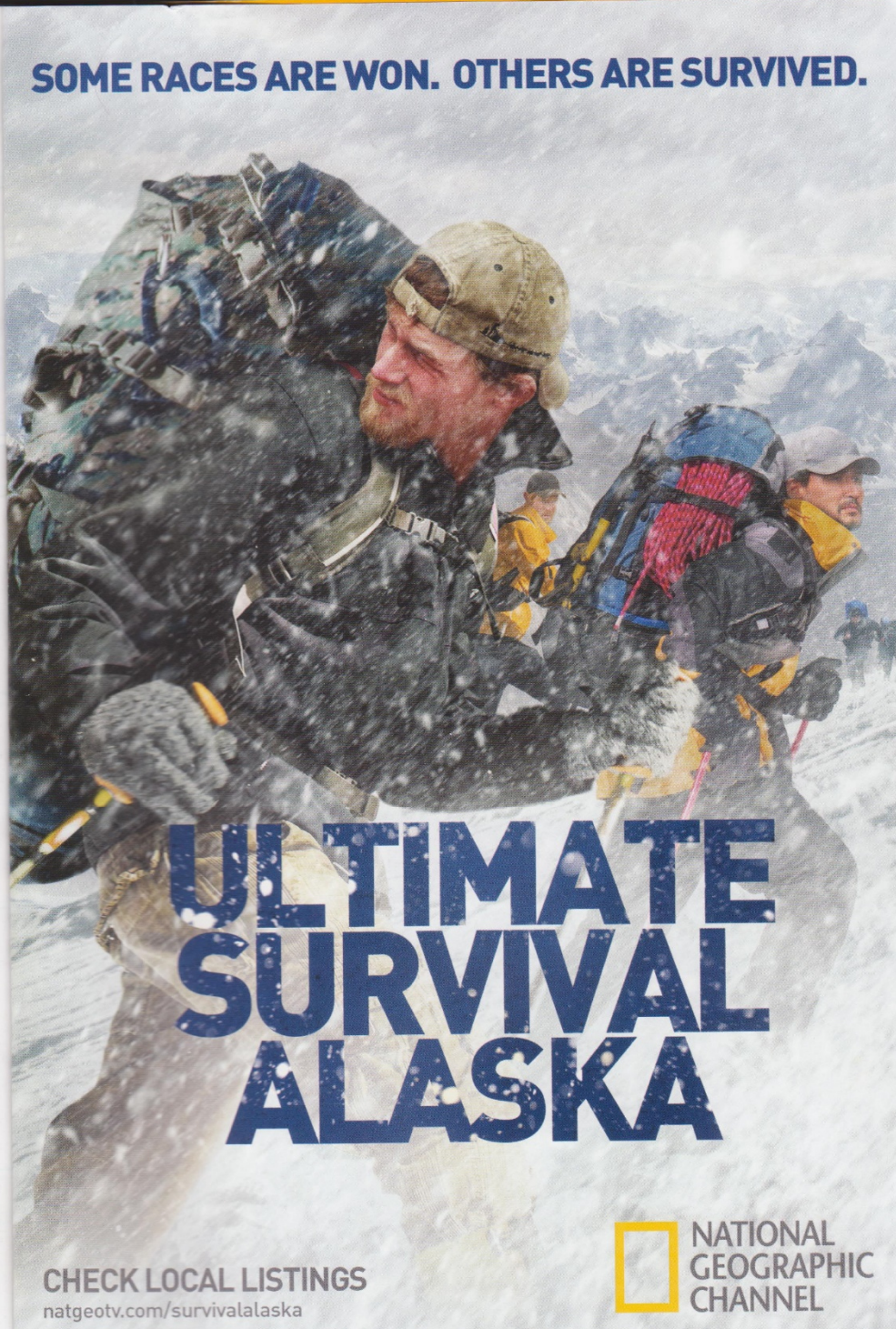


SURVIVE THE TRIBE

Meet Hazen Audel learning to survive in the most inhospitable lands thanks to the help of local tribes.

Check local listings

 NATIONAL
GEOGRAPHIC
CHANNEL
natgeotv.com




SOME RACES ARE WON. OTHERS ARE SURVIVED.

**ULTIMATE
SURVIVAL
ALASKA**

GRAPHIC CREATIVE
\$39.00 U.S. DELIVERY,
\$ SHIPPING AND HANDLING,
TAMPA, FL 33662. IN
DM NEWSSTAND PRICE
\$9.99. VIA G. DA VELATE
PTNSBURG, WV 25401.
\$ WITHIN TWO YEARS.

CHECK LOCAL LISTINGS
natgeotv.com/survivalalaska

 **NATIONAL
GEOGRAPHIC
CHANNEL**

WE LIVE IN AN AGE OF SCIENCE AND STUPID.

$\Sigma F = 0 \leftrightarrow dv/dt = 0$
 $F = G(m_1 \times m_2 / r^2)$

38°
INCLINE RATE: STEADY

OUCH!

BRAND NEW
SCIENCE OF STUPID

Watch us combine cold hard science with some of the most craziest and painful user generated clips ever recorded to explain the stupidity that resulted in failure.

CHECK LOCAL LISTINGS

natgeotv.com

ENTERTAIN YOUR BRAIN

NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL



Elegance is an attitude

Andre Agassi
Andre Agassi

LONGINES®



TOGETHER, WE'RE BUILDING HIS FUTURE
Since Andre Agassi retired from professional tennis, he hasn't stopped pursuing excellence. Founding and inspiring the Andre Agassi Foundation for Education and the Andre Agassi College Preparatory Academy. To give underprivileged children a chance to receive an education, learn a trade and build a life.

Longines is happy to help. It funded the Longines Scholarship Fund for Agassi Prep Graduates. Allowing gifted and motivated youngsters to learn a trade with a future, at the N.G. Hayek Watchmaking School.



The Longines Saint-Imier Collection

www.longines.com


VICTORINOX
SWISS ARMY

COMPANION FOR LIFE

NIGHT VISION
Extended light
Strobe
Continuous strobe


TIME VISION
Dial illumination

LOCATOR
Battery end-of-life

NIGHT VISION

Inspired by the Original Swiss Army Knife, Victorinox Swiss Army timepieces reflect relentless commitment to quality and functionality.

3-year warranty | Swiss Made | Exclusive LED functions | 42 mm | Water resistant to 50 meters | Scratch-resistant, triple-coated anti-reflective sapphire crystal | Genuine rubber strap | Ref. 241596

 SHARE THE NIGHT VISION EXPERIENCE

SWISS ARMY KNIVES CUTLERY TIMEPIECES TRAVEL GEAR FASHION FRAGRANCES | WWW.VICTORINOX.COM

65.55 inch LA9700

**ULTRA CLARITY
ULTRA REALITY**

※ Another model of ULTRA HD TV is also available in 84inch.

LG ULTRA HDTV

ULTRA picture quality and perfected sound. 8.3 million pixels deliver 4 times the resolution of Full HD. Its unique IPS technology creates a wider viewing angle and world-renowned 3D makes it all the more exciting. Combine this with dynamic 4.1 channel sliding speakers, and you have the most realistic viewing experience ever. Only the best create the first.

Picture Perfect, It's All Possible.

 **LG**
Life's Good

Powered by  **IPS**
Product availability can differ by country.

LG ULTRA HDTV

Suddenly, there's no place too far. Now, ULTRA realistic details allow you to travel the world without traveling. With LG ULTRA HD TV, you're not watching TV, you're part of the moment.

Picture Perfect, It's All Possible

 **LG**
Life's Good

ULTRA CLARITY
ULTRA REALITY

Powered by  **IPS**

ULTRA HD delivers 4 times the resolution of Full HD for picture perfection

IPS allows for lifelike color at wider viewing angles

ULTRA HD CINEMA 3D creates a comfortable & immersive experience

4.1ch Sliding Speaker provides powerful sound & decor enriching design

Tru-ULTRA HD Engine enhances standard picture resolution to near ULTRA HD quality



The advertisement features a photograph of a Shell Etanol gas station at night. In the foreground, a man in a grey polo shirt and a red lanyard is talking to a driver in a red car. In the background, another attendant in a red uniform is refueling a white car. The gas pumps are labeled 'Shell Etanol' and 'V-Power Etanol'. The station's canopy has 'NN' logos. The bottom half of the advertisement is a yellow banner with the headline 'LET'S KEEP MOVING TOWARDS CLEANER FUELS.' and a paragraph of text. At the bottom left is the Shell logo, and at the bottom right is the slogan 'LET'S GO.'

LET'S KEEP MOVING TOWARDS CLEANER FUELS.

In a world constantly on the move, the journey towards cleaner fuels is one well worth travelling. At Shell, we're exploring alternative fuels to help cut vehicle emissions. With our partner in Brazil, Shell is producing ethanol, a biofuel made from renewable sugar cane, which can help reduce CO₂ emissions from cars, trucks and buses, compared to standard petrol. Let's broaden the world's energy mix. www.shell.com/letsgo



LET'S GO.

ADVERTISEMENT

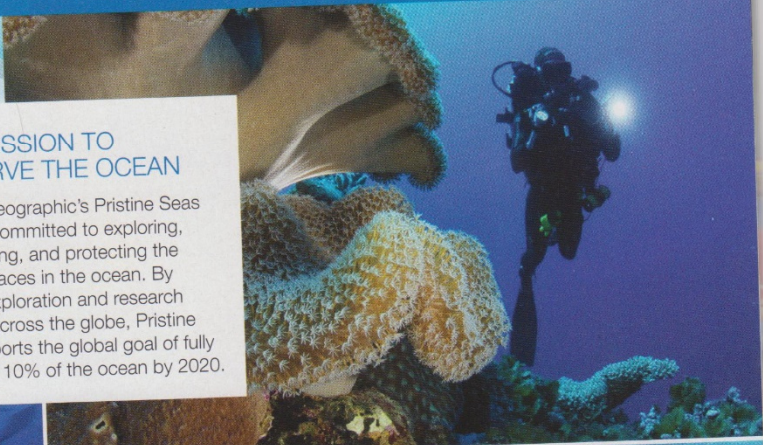
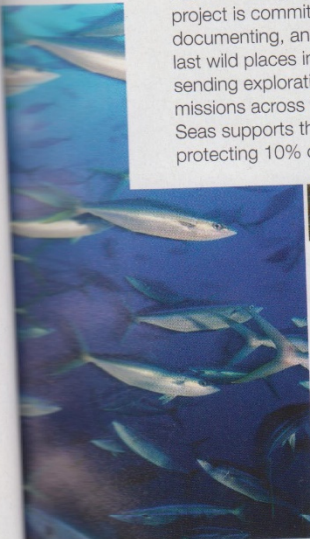
LOVE THE OCEAN

PROTECT PRISTINE SEAS



ON A MISSION TO PRESERVE THE OCEAN

National Geographic's Pristine Seas project is committed to exploring, documenting, and protecting the last wild places in the ocean. By sending exploration and research missions across the globe, Pristine Seas supports the global goal of fully protecting 10% of the ocean by 2020.



PARTNERS IN PROTECTING OUR SEAS

For the third year in a row, Davidoff actively supports Pristine Seas expeditions to help explore and protect the ocean and has supported five research missions to remote ocean areas including the Pitcairn Islands and New Caledonia.

HOW YOU CAN HELP

Now, when you snap and post a photograph of the ocean, or purchase a Davidoff Cool Water limited edition, you will help protect the ocean's beauty and vitality. Your photos will join others on love-the-ocean.com, progressively building a giant wave of images. The winner, selected by a special jury, will travel on an incredible National Geographic trip. Share your love of the ocean today.



Main image by Manu San Félix/National Geographic, additional photography by Enric Sala/National Geographic.



#LOVE THE OCEAN

Join us on facebook.com/davidoffcoolwater

DAVIDOFF
Cool Water

SUPPORTING THE
PRISTINE SEAS
MISSION OF





The image shows a person wearing a white helmet and a black riding suit, sitting on a white and green BMW C evolution electric maxi scooter. The scooter is positioned on a reflective surface that shows its reflection. The background is a futuristic cityscape with tall, illuminated buildings and glowing green lines on the ground, suggesting a high-tech urban environment. In the top right corner of the image, there is a BMW Motorrad logo and the text 'The Ultimate Riding Machine'.

BMW Motorrad
bmw-motorrad.com

BMW
The Ultimate Riding Machine

RIDE THE REVOLUTION.

Cities are living, breathing organisms. They're busy, bustling centres that never stop moving. To get by, you have to be quick and nimble. With the C evolution, the first-ever fully electric maxi scooter from BMW, this has never been easier. It comes with four riding modes, and demonstrates impressive acceleration from 0 to 50 km/h in less than three seconds. With a slick design and a high level of practicality to match this impressive performance, it's a scooter that meets the needs of tomorrow, today. Find out more at bmw-motorrad.com/c-evolution

THE NEW C EVOLUTION. THE FIRST-EVER ELECTRIC MAXI SCOOTER FROM BMW MOTORRAD.

She can feed a
hungry planet.
We're going to
help her do it.



syngenta

the
good
growth
plan

Beth Wangari is one of 450 million smallholders worldwide, who produce over 25% of the world's food. As one of the world's leading agricultural companies, we're committed to empowering smallholders like Beth, so they can increase their yields sustainably and become more profitable. But it doesn't stop there. In The Good Growth Plan, we have set out six measurable ways in which we'll help farmers to overcome major farming challenges by 2020. And we're ready to work with growers, governments, NGOs and all who share this agenda. To learn more about The Good Growth Plan, our six commitments and the progress we are making, visit www.goodgrowthplan.com

© 2014 Syngenta AG, Basel, Switzerland. All rights reserved. The SYNGENTA Wordmark and THE GOOD GROWTH PLAN are trademarks of a Syngenta Group Company. www.syngenta.com



et

NN 

et

THE SIGNS ARE ALL THERE.
BIG CATS ARE IN TROUBLE AND NEED OUR HELP.

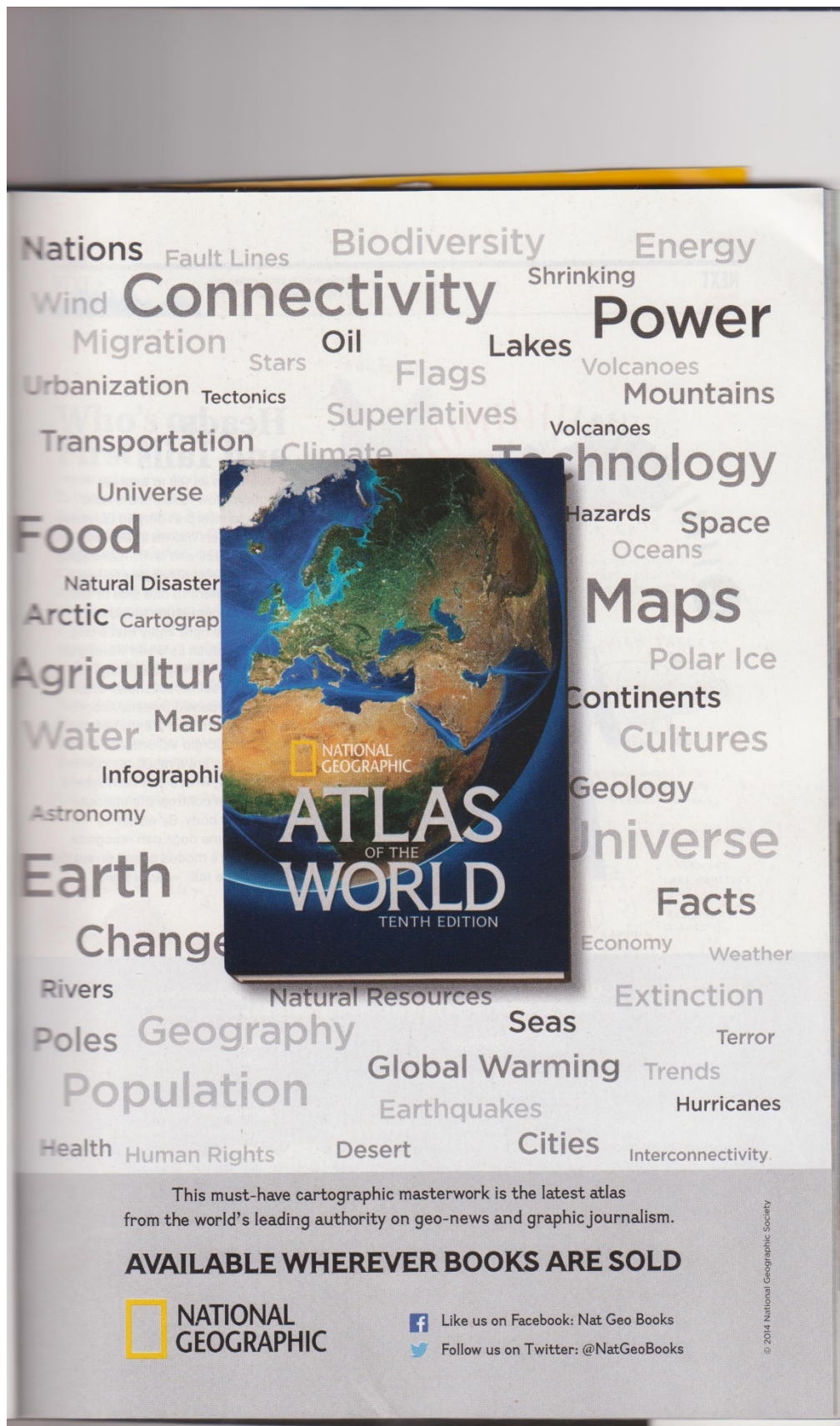
CAUSE AN
UPROAR
to save big cats today.

National Geographic's Big Cats Initiative is dedicated to halting the decline of big cats through on-the-ground conservation projects and education.

Find out more at
causeanuproar.org

© 2012 National Geographic Society


 | **BIG CATS**
INITIATIVE |  NATIONAL
GEOGRAPHIC





The book cover features a central image of the Earth from space, showing the Americas and surrounding oceans. The title 'ATLAS OF THE WORLD' is prominently displayed in white, with 'TENTH EDITION' below it. The National Geographic logo is visible above the title. The background is a word cloud of various geographical and scientific terms, including: Nations, Fault Lines, Biodiversity, Energy, Wind, Connectivity, Shrinking, Power, Migration, Oil, Lakes, Volcanoes, Mountains, Urbanization, Stars, Flags, Superlatives, Transportation, Climate, Technology, Universe, Food, Hazards, Space, Oceans, Maps, Natural Disaster, Arctic, Cartography, Polar Ice, Continents, Cultures, Agriculture, Mars, Water, Infographic, Geology, Universe, Earth, Facts, Change, Economy, Weather, Rivers, Natural Resources, Extinction, Poles, Geography, Seas, Terror, Population, Global Warming, Trends, Earthquakes, Hurricanes, Health, Human Rights, Desert, Cities, Interconnectivity.

This must-have cartographic masterwork is the latest atlas from the world's leading authority on geo-news and graphic journalism.

AVAILABLE WHEREVER BOOKS ARE SOLD

 **NATIONAL GEOGRAPHIC**

 Like us on Facebook: Nat Geo Books

 Follow us on Twitter: @NatGeoBooks

© 2014 National Geographic Society