

Diplomová práce

2013

Eva Kalousová

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
PEDAGOGICKÁ FAKULTA
KATEDRA ČESKÉHO JAZYKA A LITERATURY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Jazyková úroveň současných psaných textů administrativního
funkčního stylu

Autor práce: Eva Kalousová
Vedoucí práce: doc. PaedDr. Bohumila Junková, CSc.
Studijní obor: Učitelství ČJ/AJ pro 2. stupeň ZŠ
Ročník: 5

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá komplexní jazykovou analýzou psaných textů administrativního funkčního stylu se speciálním zaměřením na úroveň použitého jazyka. Rozbor se dotýká většiny jazykovědných disciplín, pozornost je věnována lexikologickým, morfologickým, syntaktickým a stylistickým prvkům. Cílem práce je zhodnotit jazykovou úroveň sebraných textů administrativního funkčního stylu a zachytit její sestupnou tendenci.

The diploma thesis deals with complex language analysis of written texts of the administrative style and the special focus is on the level of its language. The analysis includes the most of linguistics disciplines, it pays attention to lexicological, morphological, syntactic and stylistic items. The aim of the thesis is to evaluate the language level of the collected material of the administrative style and to capture its downward tendency.

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě 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.

České Budějovice dne 13.4.2013

.....
podpis

Obsah

Teoretická část	7
Úvod	7
1. Teorie funkčních stylů	9
2. Vymezení funkčního stylu administrativního	11
2.1 Obecná charakteristika	12
2.2 Lexikální charakteristika	13
2.3 Morfologická charakteristika	15
2.4 Syntaktická charakteristika	16
2.5 Stylistická charakteristika	17
3. Charakteristika vybraných útvarů administrativního funkčního stylu	19
3.1 Úřední dopis	19
3.2 E-mail	22
3.3 Reklamační list	24
4. Slohotvorní činitelé	25
4.1 Subjektivní slohotvorní činitelé	25
4.2 Objektivní slohotvorní činitelé	27
5. Psanost vs. mluvenost	29
5.1 Hledisko primárnosti vs. sekundárnosti obou forem jazyka	29
5.2 Prolínání psané a mluvené podoby řeči	32
5.3 Pokles prestiže psaného slova	34
Praktická část	36
6. Reklamační proces	37
6.1 Písemná korespondence v reklamačním procesu	38
7. Rozbor	39
7.1 Rozbor sebraných dopisů	40
7.1.1 Lexikální rozbor	40
7.1.2 Morfologický rozbor	42
7.1.3 Syntaktický rozbor	46
7.1.4 Stylistický rozbor	50
7.2 Rozbor sebraných e-mailů	53
7.2.1 Lexikální rozbor	53
7.2.2 Morfologický rozbor	55

7.2.3 Syntaktický rozbor.....	59
7.2.4 Stylistický rozbor.....	62
7.3 Rozbor sebraných reklamačních listů.....	64
7.3.1 Lexikální rozbor.....	65
7.3.2 Morfologický rozbor.....	67
7.3.3 Syntaktický rozbor.....	71
7.3.4 Stylistický rozbor.....	73
7.4 Shrnutí analýzy.....	77
8. Závěr.....	79
9. Literatura.....	82
10. Přílohy.....	85
10.1 Dodací list.....	86
10.2 Dopisy.....	87
10.3 E-maily.....	90
10.4 Reklamační listy.....	91

Teoretická část

Úvod

Výběr tématu mojí diplomové práce byl podnícen jak mým osobním zájmem, tak pracovní zkušeností na reklamačním oddělení zásilkové služby. Osobním zájmem je konkrétně myšlen zájem o český jazyk, především tedy o jeho psanou podobu. Jako reklamační pracovnice jsem každý den jednala s lidmi nejen telefonicky, ale hlavně prostřednictvím dopisů a e-mailů, což byla zkušenost, která výběr tématu mojí diplomové práce velmi ovlivnila. Práce na reklamačním oddělení, kde každý den dochází k mezilidské komunikaci, mi poskytla prostor pro sběr vhodného materiálu. Tímto způsobem se mi naskytlo nepřeberné množství autentických textů obsahujících nejen gramatické chyby, ale i zvláštnosti týkající se různých jazykovědných disciplín.

Počáteční pousmání nad drobnými chybami objevujícími se v obdržených komunikátech postupem času stále častěji z mé strany střídalo spíše rozhořčení. Stupeň neznalosti základních pravopisných pravidel některých zákazníků zásilkové služby neznal mezí. Rozhodla jsem se tedy, že sebrané texty podrobím analýze, jejíž cílem je poukázat na nejčastější chyby, které se v textech vyskytly a zamyslet se nad tím, proč pisatelé tyto chyby dělají. Příčinou totiž podle mého názoru není vždy jen neznalost mateřského jazyka, ale mnohdy je to i pohodlnost nebo lenost.

Touto diplomovou prací bych chtěla upozornit na všeobecně se vyskytující sestupnou tendenci týkající se kvality psaných textů. Výzkum je sice zaměřen pouze na texty funkčního stylu administrativního, ale v tomto případě bych se nebála paušálního vyjádření obavy z úpadku písemné podoby řeči.

Diplomová práce se zabývá komplexní jazykovou analýzou sebraného materiálu, který se skládá z psaných textů funkčního stylu administrativního. Cílem diplomové práce je zanalyzovat jednotlivé jazykové roviny sebraného materiálu a především se zaměřit na úroveň použitého jazyka. Diplomová práce má dvě části – teoretickou a praktickou.

První kapitola teoretické části se zabývá definicí pojmu funkční styl a postupným historickým profilováním teorie funkčních stylů do podoby, v jaké ji známe dnes.

Druhá kapitola je teoretickým podkladem pro část praktickou, věnuje se totiž přehledu charakteristických prvků administrativních komunikátů v rámci jednotlivých jazykovědných disciplín. Důraz je přitom kladen na prvky, které jsou pro administrativní oblast typické.

Následující kapitola je věnována třem vybraným útvarům funkčního stylu administrativního. Konkrétně se jedná o úřední dopis, e-mail a reklamační list. Tři podkapitoly nabízejí obecnou charakteristiku vybraných útvarů, na kterou bude navazovat analýza autentických komunikátů v praktické části.

Ve čtvrté kapitole uvádíme výčet a stručnou charakteristiku obou typů slohotvorných činitelů jako podmínek výrazně ovlivňujících komunikaci.

Pátá kapitola se zabývá rozdílnostmi psané a mluvené podoby řeči. Předkládáme zde argumenty, na základě kterých považujeme oba systémy za provázané a vnitřně propojené. Související podkapitola hovoří o kladných a záporných podobách prolínání obou módů. V další podkapitole pojednáváme o poklesu prestiže psaného slova a jejich pravděpodobných příčinách.

Praktická část přímo vychází z části teoretické a jejím cílem je zanalyzovat sebraný materiál. Při analýze textů budeme postupovat způsobem, který je nastíněn v teoretické části, a to od charakteristických rysů roviny lexikální, přes rovinu, morfologickou, syntaktickou až k rovině stylistické. Nejprve však bylo nutné stručně popsat reklamační proces, který tvořil situační podklad pro sběr materiálu, a vypsát situace, v nichž dochází k písemné interakci mezi reklamačním oddělením a zákazníkem.

Druhou a zároveň stěžejní kapitolou praktické části je samotný rozbor. Jazykovědná analýza začíná rozbohem sebraných dopisů, pokračuje rozbohem e-mailů a končí rozbohem reklamačních listů. Vždy je postupováno analogicky podle lingvistických rovin uvedených v části teoretické.

1. Teorie funkčních stylů

Ještě dříve, než se budeme zabývat vymezením funkčního stylu administrativního a jeho konstituujících faktorů, věnujme pozornost samotnému pojmu funkční styl. Funkční styl je chápán jako „výsledný výběr a uspořádání výrazových prostředků odpovídající určité funkci komunikátu, komunikační situaci a cíli komunikace“ (ČECHOVÁ a kol., 2008, s. 93). Zobecníme-li tedy okruh výrazových prostředků, které mají v jazyce stejnou nebo přibližně stejnou funkci, a eliminujeme-li navíc ještě individualitu autora, dospíváme k pojmu funkční styl. Funkční styl se vymezuje na základě komunikační funkce, která v komunikátu převažuje a které komunikát¹ slouží.

V české stylistice se dnes nejčastěji vymezuje šest základních funkčních stylů, a to funkční styl prostěsdělovací, funkční styl odborný, funkční styl administrativní, funkční styl publicistický, funkční styl rétorický a funkční styl umělecké literatury. Toto dělení je výsledkem velmi dlouhého lingvistického bádání a přehodnocování názorů na jazykový styl. Průkopníky stylistických studií se na rozhraní 20. a 30. let 20. století stali vědci z okruhu *Pražského lingvistického kroužku*. Základy teorie funkčních stylů položily především studie Bohuslava Havránka. Konkrétně se jedná o studie *Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura* (1932) a *K funkčnímu rozvrstvení spisovného jazyka* (1942), kde v rámci rozvinutí svých předešlých teorií Havránek představuje pojem funkční jazyk, jakožto soubor jazykových prostředků realizujících konkrétní funkce. Na Havránkovo pojetí diferenciací funkčních stylů zohledňující především konkrétní funkci komunikátu postupně navázali další čeští lingvisté jako například Vilém Mathesius, František Trávníček nebo Josef Václav Bečka. Bečka však v diferenciaci funkčních stylů zašel ještě dál. V *České stylistice* (1992) zohledňuje navíc vliv projevu na společnost a dělí funkční styly na základní a pragmatické, kdy do základních funkčních stylů spadá styl umělecký a odborný, a druhá skupina stylů zahrnuje styl publicistický, normativní, jednací a hospodářský. Dalo by se říci, že kombinací stylů zahrnutých do skupiny funkčních stylů pragmatických vzniká funkční styl

¹ Při užití termínů *komunikát* a *text* nebereme v potaz názorovou rozdílnost na definici těchto dvou pojmů. Termíny *komunikát* a *text* jsou v tomto případě považovány za synonyma a označují jak projev mluvený, tak psaný (srov. ČECHOVÁ, 2008, str. 75).

administrativní. Vyplývá to především z funkcí komunikátů, které do této skupiny spadají.

Zde je nutno poznamenat, že názory na pojetí stylu i samotné teorie funkčních stylů se mnohdy výrazně odlišovaly, protože každý lingvista přistupoval k problému z jiné perspektivy a zohledňoval jiné aspekty jazyka. S přihlédnutím k tomuto faktoru a vzhledem k faktu, že s vývojem společnosti se vyvíjí i jazyk a jeho funkce, je zřejmé, že nelze uvést kompletní a definitivní výčet funkčních stylů.

Například proslulý brněnský bohemista Jan Chloupek se ve svém článku (*Naše řeč*, 1994) zcela neztotožňuje s klasickou diferenciací funkčních stylů. Jeho pojetí se v první řadě liší v celkovém vymezení jednotlivých stylů. Podle Chloupka se totiž „...dnes zejména v kulturním prostředí setkáváme s komunikáty po stránce slohové záměrně nevyhraněnými co do mluvnického ustrojení, lexika, frazeologie i kompozice“ (CHLOUPEK, 1994, s. 66), a proto považuje úplný výčet a přesnou charakteristiku funkčních stylů spíše za abstrakci. Chloupkova teorie funkčních stylů je na jednu stranu v jistém slova smyslu „otevřenější“ vůči vývoji jazyka a vůči způsobu, jakým společnost jazyk užívá. Bere totiž v potaz jeden z nejběžnějších jevů spojených s jeho používáním, a to přenášení jazykových prostředků příznačných pro určitou oblast komunikace do neobvyklého kontextu. V opozici k Chloupkově pozitivně modernímu přístupu k míšení jazykových prostředků stojí autorův skepticismus týkající se vymezení základních funkčních stylů. Ačkoliv navrhuje osamostatnění funkčního stylu rétorického a epistolárního, svým pojetím se tak jako tak vrací do sedmdesátých let minulého století, kdy česká stylistika, stejně jako Chloupek o dvacet let později, zařazovala administrativní oblast pouze jako podstyl stylu odborného z důvodu obtížné charakteristiky administrativního funkčního stylu a celkově blízké podoby obou oblastí.

Důležitým mezníkem nejen v klasifikaci funkčních stylů, ale i v jednoznačném vymezení základní stylistické terminologie, se stal rok 1954, kdy *Ústav pro jazyk český ČSAV* zorganizoval v Liblicích jazykovou konferenci. Zde se definitivně ustanovilo rozčlenění na styl hovorový, styl odborný a styl umělecký, které Havránek v rámci spisovného jazyka vyčlenil. Tato klasifikace byla v polovině minulého století Milanem Jelínkem rozšířena o styl publicistický, jehož vymezení si vynutil rozvoj publicistiky v této éře. Současná stylistika vychází z klasifikace Aloise Jedličky, který ve svých studiích navázal na Havránka, a jenž ke čtyřem již zmíněným funkčním stylům připojuje ještě styl administrativní a styl řečnický.

Jak již bylo uvedeno, klasifikace funkčních stylů není jednotná. V závislosti na zohledněných kritériích se v české stylistice vyčleňují na jedné straně styly simplexní, jejichž stylová charakteristika je ovlivněna především jedním určujícím objektivním stylovým činitelem, a na druhé straně styly komplexní ovlivněné působením více činitelů, nebo styly sdělovací a styly estetickysdělné, jež jsou vyčleňovány na základě dominantní funkce komunikátu. Dále jsou vydělovány například styly subjektivní ovlivněné subjektivními stylovými činiteli a styly objektivní, v jejichž stylizaci se výrazně uplatňuje působení některého objektivního stylového činitele. Za zmínku stojí i Bečkovo pojetí slohu dobového, který se projevuje užitím konkrétních „...*stylistických zvyklostí, příznačných pro určitou dobu...*“ (BEČKA, 1992, s. 37) a slohu individuálního, jenž je ovlivněn autorem, jeho vrozenými dispozicemi, temperamentem nebo zkušenostmi.

Z tohoto přehledu je zřejmé, že je velmi složité postihnout a vyčlenit všechny komunikační funkce, jimiž jazyk oplývá, a tím pádem se komplikuje i vymezení funkčních stylů. Funkční styly je proto nutné zkoumat komplexně, v návaznosti na proměny společnosti a jazyka, a musíme tedy „...*jejich existenci chápat v nepřetržitém vývoji se vším, co odrážejí a čemu slouží*“ (ČECHOVÁ, KRČMOVÁ, MINÁŘOVÁ, 2008, s. 93). Jazyk jako komunikační prostředek je neustále ve vývoji a konkrétní výběr jeho lexikálních jednotek je ovlivněn mnoha faktory. Teorie funkčních stylů jak ji známe dnes dostatečně pokrývá potřeby stylové diferenciaci jazyka a je uplatňována i ve školské praxi.

2. Vymezení funkčního stylu administrativního

V druhé kapitole, která je teoretickým podkladem pro praktickou část této diplomové práce, se budeme věnovat vymezení prvků charakteristických pro komunikáty funkčního stylu administrativního. Při vymezování příznačných prvků budeme postupovat od obecné charakteristiky, přes konkrétněji zaměřené jazykové roviny, a to rovinu lexikální, morfologickou, syntaktickou a stylistickou.

2.1 Obecná charakteristika

Vymezení administrativního funkčního stylu jako jednoho ze šesti základních funkčních stylů je záležitostí vcelku novodobou. Česká stylistika mu pro nepřílišnou atraktivitu zapříčiněnou šablonovitostí formálního i lingvistického ztvárnění po dlouhou dobu nevěnovala dostatečnou pozornost. Pokud byl styl tohoto typu komunikace vůbec nějak vyčleňován, tak pouze v rámci stylu odborného, kde byla rozlišována oblast praktická (pracovní) a oblast teoretická (vědecká). Do oblasti praktické v tomto případě patřil např. styl jednací a do oblasti teoretické byly zařazovány projevy vědecké. V *Základech české stylistiky* (1970) je však nastíněno vydělování dalších stylových oblastí reflektující měnící se potřeby mezilidské komunikace, když je do praktické oblasti zařazen úsek administrativně právní a úsek obchodní². Vlivem tohoto nového dělení se od 90. let 20. století začíná objevovat v české stylistice osamostatněný styl administrativní.

Administrativní funkční styl je s odborným funkčním stylem spojován především na základě komunikačních funkcí, které se u obou stylů prolínají. V tomto bodě je nutné konstatovat, že komunikační funkci považujeme stejně jako Milan Jelínek v *Příruční mluvnici češtiny* za nejvýraznější stylový faktor a shodně jej také definujeme jako „...reakci na nějakou komunikační potřebu...“ (GREPL a kol., 2012, s. 895). Zatímco funkce regulativní a operativní jsou společné oběma typům komunikátů, administrativní texty navíc vymezuje funkce sdělná, řídicí a zpravovací. Společným prvkem jsou i charakteristické rysy obou stylových vrstev, a to věcná správnost, maximální objektivita, přesnost, konkrétnost, jednoznačnost a výstižnost sdělení. Závěrem konstatujeme, že administrativní styl pojmáme shodně s autorkami *Současné stylistiky* (2008) jako jeden ze stylů věcných objektivních, čemuž odpovídá celkový charakter zařazovaných komunikátů.

Tento výčet je nesporným důkazem jemně rozostřené hranice mezi funkčním stylem administrativním a odborným. Hlavním důvodem spojitosti mezi těmito dvěma styly je také fakt, že administrativní komunikáty jsou vázány na pracovní prostředí a vyžadují proto jistou míru odbornosti. I přesto se funkční styl administrativní dočkal

² Chloupek uvádí, že Trávníček vyděluje tzv. styl úřední již v roce 1953 a jeho objevení souvisí s krystalizací nových lexikálních prostředků v oblasti státní hospodářské správy. Trávníčkova teorie však nebyla dále rozpracována (CHLOUPEK a kol., 1991, s. 172 a 191).

od jazykovědců oficiálního uznání a v současné době je vymezován stejně pevně jako ostatní funkční styly.

Při přiřazování komunikátu ke konkrétnímu funkčnímu stylu se zohledňuje několik faktorů. Jak vyplývá z definice pojmu funkční styl, konstituujícím faktorem každého stylu je komunikační funkce. Komunikační funkce textů funkčního stylu administrativního jsou, jak již bylo výše zmíněno, funkce regulativní, operativní, sdělná, řídicí a zpravovací. Jedním z dalších konstituujících faktorů administrativního funkčního stylu je převažující psaná forma. Velmi výrazným faktorem ovlivňujícím konečnou podobu administrativního komunikátu je jeho standardizace. Standardizace textu spočívá v zohlednění normy ČSN 01 6910 při jeho stylizaci a v užívání textových modelů obsahujících konkrétní formulace, které jsou do textu dosazovány. Výhodou této standardizace je rychlejší a snazší zpracování administrativních projevů. Neméně významnými faktory určujícími příslušnost komunikátu k funkčnímu stylu administrativnímu jsou požadavky týkající se charakteru textu, které lze vyvodit z poslání těchto textů. Konkrétně se jedná o věcnou správnost, maximální objektivitu a v neposlední řadě i výstižnost.

Doposud zmíněné faktory jsou v textech transparentní a snadno rozpoznatelné. Prvkem, který stojí v komunikátech tohoto typu naopak v pozadí, je samotný autor a jeho vztah k adresátovi. Jelikož autorem bývá v případě těchto textů zpravidla konkrétní instituce nebo institucí pověřená osoba, jedná se zejména o komunikaci neosobní, v níž není zapotřebí subjektivity. S tím souvisí existence tzv. *právnícké osoby*³, která je v administrativní sféře hojně užívána. Administrativní styl nejčastěji nachází uplatnění v řízení podniků, ale také ve státních a hospodářských správních orgánech a společenských institucích.

2.2 Lexikální charakteristika

Lexikální stránka administrativních projevů plně vyplývá z jejich funkce a všeobecně se dá říci, že lexikum tohoto typu textů je relativně nerozsáhlé a omezené. Použité výrazy splňují především požadavky na věcnost a přesnost vyjádření. Prvního se dosahuje užíváním citově neutrálních, jednoznačných pojmenování, druhé vlastnosti

³ „Právnícké osoby jsou umělé právní útvary, odvozené od osob fyzických a zásadně vybavené právními způsobilostmi adekvátními osobám fyzickým.“ (HENDRYCH a kol., 2003)

se docílí především prostřednictvím termínů. V administrativních textech se využívá jak termínů z různých oborů působnosti, tak termínů příslušejících k oblasti administrativní (*faktura, dlužná částka, smluvní strany*). Konkrétní výběr odborných názvů závisí na tom, k jakému účelu daný text slouží. Terminologie se zde stává odrazem profesního zaměření komunikátu.

Početnou složku co do frekvence lexikálních výrazů tvoří názvy měrových jednotek, číselné údaje, názvy osobní a názvy místní. To vyplývá ze snahy autora poskytnout adresátovi co možná nejpřesnější informace.

Dále se v textech často vyskytují zkratky, zkratková slova a slova odvozená ze zkratkových slov. Užitím těchto výrazů se vysvětluje snaha o rychlost zpracování údajů a ekonomičnost vyjádření. V administrativních komunikátech tedy nalézáme zkratky typu *a.s., spol.* nebo *s.r.o.*, mezi zkratkovými slovy se často vyskytují názvy společností a institucí jako například *Setuza, Čedok* nebo *Krnap* a v neposlední řadě lexikální stránku obohacují slova odvozená (*esemeska* → *esemeskový*, atd.). Důležitým faktorem při použití zkratk a zkratkových slov je jejich znalost. Autor i recipient je musí snadno dešifrovat, v opačném případě může dojít k selhání komunikační funkce, jehož důsledkem může být nepříjemné nedorozumění.

Jazyková ekonomie jako snaha o úspornost ve vyjadřování je také příčinou užití univerbizovaných výrazů. Univerbizace je „*nahrazení víceslovné lexikální jednotky jednotkou jednoslovnou*“ (GREPL a kol., 2012, s. 71) a často se vyskytuje v běžném mluveném jazyce, profesní mluvě a slangu (*sešivací strojek* → *sešíváčka*). Univerbizované lexikální jednotky nejsou vždy zcela spisovné.

Výše zmíněná zkratková slova a jejich odvozeniny nejsou jedinými nespisovnými výrazy používanými ve slovní zásobě administrativních komunikátů. Do výčtu se řadí i substantivní odvozeniny s příponou *-ka* (*žádanka, výdejka*) nebo odvozeniny s příponou *-ák* (*cesták*), dále pak slovesné odvozeniny tvořené především příponami *vy-*, *od-* a *na-* (*aby požadavky byly vykryty, zprávu je třeba předpřipravit* nebo *navýšit finance*) (srov. ČECHOVÁ a kol., 2008, s. 236).

Typický rysem administrativních textů je určitá schematičnost. Autor záměrně volí zdvořilostní fráze, konvenční obraty a oslovení, která jsou vžitá a ustálená, a pouze je stylizuje do konkrétního komunikátu. Vysoká míra zdvořilosti podtrhuje celkové objektivní zaměření celého sdělení. Tyto výrazy jsou užívány opakovaně a pro autora

představují především úsporu času při stylizaci (*žádáme Vás, na základě předběžného jednání s Vámi, dovolujeme si Vás upozornit, děkujeme za laskavé vyřízení nebo na základě Vaší žádosti apod.*).

Lexikální stránka textů funkčního stylu administrativního je omezena funkcí samotných komunikátů. Autor je při výběru výrazů limitován a volí především ustálené výrazy a fráze, které usnadňují komunikaci, spíše než barvitý jazyk, jehož šíře lze lépe využít v komunikátech ostatních funkčních stylů.

2.3 Morfologická charakteristika

Z hlediska morfologického by měly být texty administrativní zásadně spisovné, užívají se tedy tvary neutrální, případně knižní. Rys hovorovosti je v tomto případě nežádoucí. Případné odchylky od kodifikace jsou zpravidla přičítány neznalosti kodifikačních pravidel. I přesto se v administrativních komunikátech vyskytují tvary nekodifikované, a to tvary hovorové a hyperkorektní. Chromý ve svém článku uveřejněném v časopise *Naše řeč* uvádí, že hyperkorektnost podle Šmilauera „...vzniká tam, kde je snaha užívat spisovného jazyka, ale chybí jeho dobrá znalost“ (CHROMÝ, 2007, s. 123). Tento jev se v současnosti objevuje čím dál častěji a jeho výskyt lze zaznamenat v mluvených i psaných komunikátech všech funkčních stylů. Autor užívá hyperkorektní tvary pro podtržení spisovnosti sdělení, užití tvary však nejsou v souladu s kodifikačními pravidly (*by jste x byste, pracech x pracích apod.*).

Pro administrativní oblast je z hlediska frekvence slovních druhů typické užívání jmen. Na druhou stranu zde najdeme jen málo určitých slovesných tvarů. Vyšší je také četnost číslovek a číslovkových výrazů, která souvisí s potřebou uvádění faktografických údajů. Charakteristická je i přítomnost zájmen osobních a ukazovacích, a to zejména ve frázích typu *tímto Vám nařizujeme* nebo *zasíláme Vám tímto* apod. Nutnost nebo možnost se vyjadřuje pomocí modálních predikativ (*je nutno, je možno, lze, ...*). Pro vyjádření nutnosti a naléhavosti informace se také používají příslovce, která lze v případě potřeby v textu i několikrát zopakovat (*neprodleně, urychleně, obratem, ...*).

Zaměříme-li se na určité tvary slovesné v administrativních komunikátech, můžeme říci, že jejich množství je v porovnání s ostatními tvary sloves velmi malé.

Přesto lze vypočítat vyšší frekvenci indikativu všech slovesných časů a neosobních tvarů sloves. Vykání adresátovi je příčinou častějšího užití sloves ve 2. osobě množného čísla. V souvislosti s odesílatelem se naopak užívá 1. os. pl. (*vyzýváme Vás*), autor tak docílí odstranění subjektivního nádechu. Z neurčitých slovesných tvarů se bohatě využívá infinitivu, a to zvláště pro účely vyjadřování příkazů a zákazů.

Nejčastěji užívanými pády jsou genitiv a nominativ. Pro administrativní oblast je typický nadměrný výskyt genitivu adnominálního, jehož se někdy užívá na úkor srozumitelnosti. K tomuto jevu dochází zejména v případě hromadění substantiv stejného typu skloňování (*podání hlášení vedení podniku*). Hojně se vyskytuje i nominativ jmenovací (*OÚ Kutná Hora, UK Praha*) a vokativ (*Vážený příjemce!*), který v textech ostatních funkčních stylů vyznačuje frekvencí velmi nízkou. Sdělení administrativního textu jsou často uvedena spojením instrumentálu podstatného jména a opisného pasíva (*šetřením případu bylo zjištěno, vyhláškou bylo zamítnuto,...*). Cílem této konstrukce je sdělit co nejvíce informací na co nejmenší ploše a učinit tak text strohým a kompaktním.

Morfologická stránka textů administrativního stylu je vcelku rozmanitá, ačkoliv i v této rovině se autor spíše přiklání k užití textových vzorců a ustálených frází. Základním kritériem při tvorbě administrativního textu je spisovnost. Četnost jmen v těchto projevech je ovlivněna celkovým nedějovým charakterem a zaměřením na fakta. Z toho vyplývá, že i po stránce morfologické jsou administrativní texty ovlivněny především svou funkcí.

2.4 Syntaktická charakteristika

Pro rovinu syntaktickou je charakteristická protichůdnost. Texty musí být úsporné a stereotypní na jedné straně a zároveň přesné a jednoznačné na straně druhé. Tomu napomáhají ustálené šablony, které autor vkládá do textu celé (*vyhovujeme Vaší žádosti ze dne, smlouva vstupuje v platnost dne, děkujeme předem za kladné vyřízení*). V poměru vět jednoduchých a souvětí převažuje první typ vět. Informace se vyjadřují zhuštěně prostřednictvím vět jednoduchých s vyšší frekvencí jmenných konstrukcí. Z hlediska větné stavby se zde často nacházejí větné ekvivalenty nebo dvojčlenné věty s elipsou sloves.

Přesnosti sdělení se dosahuje pomocí jednoznačných spojek a předložek, z nichž autor častěji vybírá tvary knižní (srov. *oproti x proti, dle x podle* apod.). Díváme-li se na předložky z hlediska jejich původu, pak převažují předložky nepůvodní, „*kteřé jsou předložkami původními obvykle nahraditelné, avšak za cenu ztráty přesnosti a specifičnosti*“ (GREPL a kol., 2012, s. 346), anebo předložkové výrazy jako *vzhledem, následkem* nebo *na základě*.

Podmět se běžně vyskytuje ve funkci patientu, což souvisí s frekventovaným užitím pasivních konstrukcí. Příčinou tohoto jevu je upozadění autora a snaha o objektivitu sdělení, kterého lze dosáhnout uvedením objektu zasaženého dějem.

Posledním charakteristickým syntaktickým projevem administrativních textů je multiverbizace, zejména ve formě rozložených vazeb slovesně jmenných (*konat poradu, zajistit přípravu, vyslovit nesouhlas, ...*).

Z hlediska syntaxe není oblast administrativních projevů ničím výrazně specifická. Od komunikátů ostatních funkčních stylů se odlišuje zhuštěným vyjadřováním a četnějším užitím pasivních konstrukcí. Celá větná skladba se podřizuje snaze po úspornosti a přesnosti sdělení.

2.5 Stylistická charakteristika

Stylové normy administrativní oblasti předpokládají především spisovné vyjadřování. Charakteristickým rysem těchto komunikátů je ustálenost a stereotypnost. Administrativní texty jsou normovány úředními předpisy a do jisté míry jsou přijímány jako zvyklost, proto se při jejich tvorbě značně uplatňuje užívání textových modelů a potlačuje se autorova subjektivita.

Administrativní oblast využívá nejen velké množství slohových útvarů, ale i žánrových forem. Diferenciace administrativních textů a jejich žánrů se tedy uskutečňuje podle různých hledisek. Nejkomplexněji pojatá se zdá být diferenciace administrativních textů podle způsobu vyjadřování uvedená v publikaci *Současná stylistika* (2008), kde se vydělily dvě skupiny:

- a) útvary textové
- b) útvary heslovité

Textové útvary jsou realizovány formou souvislého vyjadřování, zatímco útvary heslovité postrádají komplexnost, nevyjadřují souvislosti a většinou se jedná pouze o vyplňování formulářů. Z textových útvarů se nejběžněji vyskytují úřední dopis, zpráva, oznámení, pozvánka, referát a nově i e-mail. Mezi útvary heslovitými jsou v popředí formulář, soupis, dotazník nebo inventář.

Členění administrativních komunikátů lze také realizovat na základě jejich zaměření. U tří skupin textů, které se takto vyprofilovaly, sledujeme, zda v nich převládá zaměření:

- a) informační a dokumentární
- b) normativní a direktivní
- c) propagační

Opět se tedy ocitáme u funkce textu, která je při tomto typu diferenciaci základním parametrem. Faktem ovšem zůstává, že zaměření textu nemusí být vždy jednoznačné a komunikační funkce útvaru má tedy často smíšený charakter. Pro ilustraci doplníme, že do textů se zaměřením informačním a dokumentárním spadá např. zpráva, protokol nebo oznámení, druhá skupina zahrnuje zákony a vyhlášky a za texty zaměřené propagačně jsou považovány třeba plakáty, pozvánky nebo inzeráty. Na závěr pouze výčtem uvádíme různé útvary, které se také zařazují do administrativní oblasti: faktura, objednávka, oběžník, reklamační protokol, smlouva, stvrzenka, zápis, žádost, životopis atd. V následujících kapitolách se budeme podrobněji věnovat bližší charakteristice úředního dopisu, e-mailu a reklamačního listu.

Všeobecně lze říci, že stylistická rovina funkčního stylu administrativního se řídí především normami. Platí to nejen z hlediska vyjadřování, ale i z hlediska formální úpravy. Užívání spisovného kodifikovaného jazyka a ustálených textových modelů je doplněno státně normovaným uspořádáním tematických celků. Slohovou jednotvárnost vyvažuje pouze pestrost útvarů, které lze v této oblasti využít. Rysy, které jsou společné všem zmíněným útvarům, jsou srozumitelnost a přehlednost.

3. Charakteristika vybraných útvarů administrativního funkčního stylu

V této kapitole se budeme věnovat podrobnější charakteristice tří útvarů administrativního funkčního stylu. Jmenovitě se jedná o úřední dopis, e-mail a reklamační list. Výběr útvarů není náhodný, je podmíněn zaměřením praktické části této diplomové práce, která se zabývá rozborem autentických komunikátů z administrativní oblasti. Autentický materiál byl rozdělen do tří skupin a jednotlivé texty byly následně podrobeny analýze.

3.1 Úřední dopis

Obecně je nejfrekventovaněji užívaným textovým útvarem v administrativní oblasti úřední dopis. Úřední dopis je oficiální písemný komunikát a jeho tematické uspořádání i stylový charakter jsou proto standardizovány. Formální úprava úředních a obchodních⁴ dopisů se řídí normou ČSN 01 6910 nazvanou *Úprava písemností zpracovaných textovými editory*. Její nejnovější vydání z roku 2007 nahrazuje původní normu z roku 1949 týkající se obchodní a úřední korespondence zpracované na psacím stroji. Příčinou změny názvu i znění normy bylo zavedení počítačů do kancelářské praxe.

Slohová charakteristika úředního dopisu odpovídá jeho funkci. Pisatel musí uvádět pravdivé informace, jeho myšlenky musí být srozumitelné, musí následovat logicky za sebou a musí být členěny do přehledných tematicky uzavřených úseků (odstavců). Velmi důležitá je i stručnost dopisu, která však nesmí být v rozporu s celkovou srozumitelností. Užití výrazy by měly být zcela objektivní, vhodná jsou tedy slohově neutrální slova. V neposlední řadě je při stylizaci dopisu vždy na místě přiměřenost jazykových výrazů, protože, jak píše Bečka, „...každý výrazový prostředek je v zásadě přiměřený, je-li v souladu se sdělovaným tématem a s úkolem jeho sdělení, ale je nepřiměřený a stává se slohovým kazem, je-li ho užito nevhodně a na nevhodném místě“ (BEČKA, 1992, s. 47).

⁴ Pojmy *úřední* a *obchodní dopis* jsou v této diplomové práci použity jako synonymní výrazy, jejichž formální ani obsahová stránka se nijak neliší.

Samozřejmostí při stylizaci jakéhokoliv písemného projevu je pestrost v užití lexikálních prostředků. Je nutno dbát na to, aby se jednotlivá slova neopakovala a text se tak nestal jednotvárným. Vhodné je v tomto případě pracovat se synonymy. Posledními body jsou přirozenost a zdvořilost vyjadřování, které vyvolávají u adresáta příznivý dojem.

Důležitá je i grafická podoba úředních dopisů, která se řídí především již výše zmíněnou normou pro úpravu písemností, případně lze nahlédnout do některé z vhodných učebnic obchodní korespondence (např. *Kuldová a Fleischmannová* nebo *Kraus a Hoffmannová*). Způsobu grafické úpravy obchodních dopisů se nebudeme v této diplomové práci věnovat jednak proto, že tato práce je zaměřena hlavně na jazykové aspekty této oblasti a jednak proto, že sesbíraný materiál se skládá z komunikátů, u nichž není grafická podoba tak pevně normována.

Způsob, kterým lze předejít problémům s nevhodnou stylizací nebo nejednotnou kompozicí projevu, je věnovat dostatek času jeho genezi. Vznik jazykového projevu má tři fáze:

- a) invence
- b) kompozice
- c) stylizace

První fáze je fází přípravnou, v níž se autor věnuje získávání materiálu. V administrativní oblasti to znamená shromažďování důležitých podkladů a jejich prostudování. Další fáze zahrnuje uspořádání, rozvržení materiálu do částí, určení jejich sledu a promyšlení samotného obsahu dopisu. Poslední fází je konečné slovní vyjádření logicky uspořádaného materiálu.

Nedílnou součástí vhodně stylizovaného obchodního dopisu je také znalost gramatických pravidel. Dopis, který má správně splnit své poslání a sloužit svému účelu, nesmí obsahovat stylistickou, natož pravopisnou chybu. Zvláště v dnešní době, kdy je naprostá většina dopisů psána na počítači vybaveném systémem automatických oprav pravopisu, je téměř neomluvitelné odeslat dopis, který je gramaticky nevyhovující. Nehledě na skutečnost, že kdokoliv má možnost vyhledat si konkrétní výraz přímo v jazykových příručkách nebo na internetu.

Obsahová stránka úředního dopisu by měla mít určitou strukturu, která částečně souvisí s psychologií. Začátek dopisu zahrnuje oslovení adresáta a úvod, v kterém

se často pisatel snaží vyvolat kladný pocit. Následuje hlavní část dopisu obsahující klíčová sdělení. V této části obchodního dopisu je nutné předpokládat způsob reakce adresáta a vyvracet možné argumenty. Třetí a poslední částí dopisu je zakončení, kde nesmí chybět shrnutí, zdvořilostní fráze a pozdrav. Tato struktura by měla být dodržena v každém úředním dopise.

I přesto, že úřední dopis je útvar upravený normami, který je z větší části tvořen textovými modely a formulami, nemusí autor při jeho tvorbě úplně upozdat svou osobitost. Například Jan Brabec ve své knize *Jak psáti lepší obchodní dopisy* (1940), jejíž úryvek byl v roce 1941 publikován v časopise *Naše řeč*, nabádá autory obchodních dopisů, aby se snažili i do tohoto typu komunikace alespoň částečně promítnout svoji osobnost: „*Rozhoduje výsledek, a úspěchu můžete dosíci toliko slohem, který odpovídá vaší osobnosti. Napodobováním a papouškováním z vás nikdy dobrý korespondent nebude*“ (BRABEC, 1941, s. 185). Dále naráží na neopodstatněný strach z porušení tradice předpokládající stylistickou odlišnost slova psaného od slova mluveného a argumentuje faktem, že obchodní dopis je vlastně pouze jasná a přesvědčivá řeč a nepovažuje za nutné používat při převádění mluveného slova do psané podoby vyumělkované a nepřirozené formulace. Jednoduše radí autorům, aby přiblížili psaný projev mluvenému.

Je těžké odhadnout, nakolik se Brabcova odvážná tvrzení odrazila v obchodní praxi čtyřicátých let minulého století, ale promítnutí pisatelovy subjektivity do sféry obchodní komunikace se v současnosti velmi často stává vítanou obměnou jinak nevýrazného a formálně strnulého úředního dopisu. Například Kraus a Hoffmannová (2005) se ke stále více se objevující oscilaci mezi formálností a subjektivitou v současné obchodní korespondenci vyjádřili takto:

„Pisatelé si dopřávají volnosti, leckdy si počínají velmi neformálně a svérázně, dochází k větší individualizaci a subjektivizaci v celkové podobě i v jednotlivých formulacích těchto dopisů. Samozřejmě to není možné tam, kde obsah a cíl dopisu nezbytně vyžaduje přesnou terminologii a formulace se závaznou platností. Je to ale možné v některých méně závažných pasážích dopisů a v některých žánrech, třeba v nabídkách, jimiž obchodníci a podnikatelé chtějí adresáty zaujmout, přesvědčit o atraktivnosti nabízeného zboží nebo služeb a o zajímavosti případného obchodního kontaktu“ (KRAUS, HOFFMANNOVÁ, 2005, s. 13).

Z citace vyplývá, že rozhodujícím prvkem při volbě stupně formálnosti zůstává jednoznačně funkce dopisu. Faktem zůstává, že částečné nahrazení nesrozumitelného byrokratického jazyka trochou přirozenosti a vstřícnosti nemůže být na škodu.

V administrativní sféře lze identifikovat celé spektrum obchodních dopisů. Jejich dělení se zpravidla realizuje na základě dvou faktorů. Prvním faktorem je téma písemnosti a druhým faktorem je adresát. Tímto dělením dochází ke vzniku kategorií jako jsou např. dopisy občanů organizacím, jednoduché právní listiny, písemnosti užívané při organizaci a řízení podniku nebo dopisy soukromé či osobní. Středem zájmu této diplomové práce jsou dopisy občanů organizacím, které se vyznačují nižším stupněm formálnosti a celkově osobnějším tónem. V praktické části se budeme věnovat jejich rozboru ve všech rovinách jazykové analýzy.

Závěrem lze pouze konstatovat, že ačkoliv je formální a zčásti i obsahová stylizace úředního dopisu řízena normou, není vytvoření takového útvaru záležitostí jednoduchou. Právě proto, že pisatel musí dodržovat určité normy a používat konvenční formulace, není snadné napsat úřední dopis, který vyhovuje jak po stránce estetické, tak po stránce slohové, věcné a pravopisné. I přesto by obchodní dopis měl splňovat kritérium srozumitelnosti, pravdivosti, věcnosti, přehlednosti a stručnosti a jeho stylizace by se neměla podceňovat.

3.2 E-mail

V současnosti je velmi populární elektronická komunikace, která do jisté míry nahrazuje nejen běžnou písemnou korespondenci, ale i rozhovor. Elektronická komunikace se dělí do tří základních skupin:

- a) jednosměrná komunikace
- b) individuální komunikace
- c) hromadná komunikace

Jednosměrná komunikace je určena neomezenému počtu recipientů a jejím jediným úkolem je sdělit nějakou informaci, aniž by vyžadovala přímou odezvu. Oproti tomu hromadná komunikace je založena na vzájemné interakci mezi větším počtem komunikantů a formálně se podobá diskusi. My se budeme podrobněji věnovat

komunikaci individuální, která předpokládá sdělování informací mezi komunikanty adresně jako při běžném rozhovoru.

Do skupiny individuální obousměrné komunikace spadají především e-maily. Pojem *e-mail* vznikl zkrácením anglického sousloví *electronic mail* (překlad: elektronická pošta). Ve *Slovníku spisovné češtiny pro školu a veřejnost* (2012) najdeme u hesla *e-mail* právě pouze tuto definici vzniklou doslovným překladem. Oproti tomu anglický výkladový slovník *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2006) uvádí dokonce dvě dostačující definice e-mailu: 1) „*a way of sending messages and data to other people by means of computers connected together in a network*“ a 2) „*a message sent by email*“⁵. Z uvedených definicí je zřejmé, že lexém *e-mail* označuje nejen všeobecný termín pro určitý způsob komunikace, ale i konkrétní textový útvar užitý při realizaci tohoto typu korespondence.

Zasílání e-mailů je fenomén, který v posledních 20 letech zasáhl nejen soukromou mezilidskou korespondenci, ale i sféru komunikace úřední a obchodní. Důvody celoplošného využívání elektronické komunikace jsou především cena, rychlost a efektivita. Navíc se způsobem interakce e-mail velmi přibližuje komunikaci ústní (face to face), protože na rozdíl od dopisu je tempo výměny informací rychlejší a odesílatel očekává odpověď v co nejkratším časovém horizontu. Zasílání e-mailů je hojně využíváno při řízení podniků a firem, konkrétně v rámci vnitropodnikové komunikace. Elektronické korespondence se využívá ale i při styku se zákazníky, obchodními partnery a ostatními institucemi.

I formální podoba e-mailu je upravena normami. Stejně jako úřední dopis se psaní e-mailu řídí technickou normou *ČSN 01 6910*. Tato norma se však vztahuje pouze na e-maily, které slouží jako úřední nebo obchodní dopis. Uplatňuje se zde tedy hledisko jisté oficiality. Vnitropodniková komunikace není v tomto případě považována za obchodní dopis jako takový, a proto se na ní nevztahuje formální úprava tohoto útvaru. Jedná se spíše o neoficiální sdělení interního charakteru, jehož forma není nijak závazně fixována.

Uchýlí-li se pisatel k elektronickému způsobu korespondence, vedou jej k tomu především výše zmíněné charakteristiky, které e-mail vůči klasickému dopisu

⁵ 1) „*Způsob zasílání zpráv a dat ostatním lidem prostřednictvím počítačů, které jsou vzájemně propojeny sítí.*“ 2) „*Zpráva zasláná elektronickou poštou.*“ (překlad: autorka diplomové práce)

zvýhodňují. Komunikace prostřednictvím e-mailu je kontaktní, založená na vzájemné interakci a tyto dva aspekty tvoří spojnicí mezi tímto útvarem a mluvenými komunikáty. Ať už se jedná o e-mail fungující jako obchodní dopis nebo o e-mail obsahující informace neoficiálního rázu, autor by se při jeho tvorbě, stejně jako u úředního dopisu, měl řídit gramatickými pravidly. Schopnost ovládat spisovný jazyk jak ve formě psané, tak ve formě mluvené, vypovídá o nás samých a pomáhá vytvářet představu, kterou si o nás druzí udělají.

3.3 Reklamační list

Třetím útvarem, který zastupuje skupinu útvarů používaných při uplatňování reklamace,⁶ je reklamační list. Na rozdíl od předchozích dvou textových útvarů patří reklamační list mezi útvary heslovité. Jeho lexikum tedy není v porovnání s úředním dopisem a e-mailem tak rozsáhlé. Při jeho vyplňování se spíše upřednostňuje přesnost a strohost před obsáhlostí a barvitostí sdělení.

Reklamační list je funkčně velmi konkrétně zaměřen. Je to protokol sloužící k uplatnění reklamace. Nárok na uplatnění reklamace vzniká kupujícímu (spotřebiteli) v případě, že prodávající (dodavatel) postupuje v rozporu s kupní smlouvou uzavřenou mezi oběma stranami. Reklamací lze uplatnit mnoha způsoby, konkrétní forma reklamačního protokolu nebo listu není stanovena žádnou normou. Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb., §19 odst. 1 pouze předepisuje, jaké údaje mají být na protokolu uvedeny. Reklamací je možno uplatňovat jak souvislým dopisem, tak heslovitě vyplněným reklamačním listem. Ani v jednom útvare však nesmí chybět datum uplatnění reklamace, důvod reklamace a konkrétní požadavek na vyřízení reklamace.

Ačkoliv je reklamační list v podstatě jednoduchým formulářem, jeho vyplňování se nesmí podcenit. Formální úprava reklamačního protokolu není normovaná, to ale neznamená, že při jeho vyplňování se pisatel může oprostít od všech gramatických pravidel i pravidel slušného chování. I v krátkých slovních spojeních nebo

⁶ „Reklamacie je uplatnění práv z odpovědnosti za vady(...)Reklamacie v sobě zahrnuje vytknutí vady (např. popisem vady nebo popisem jejích projevů) a současně uvedení konkrétního práva, kterého se (v návaznosti na charakter vady) oprávněný domáhá.“ (HENDRYCH a kol., 2003)

jednoduchých větách je třeba dbát na pravopisnou normu a správnou obsahovou stylizaci.

4. Slohotvorní činitelé

V této kapitole se budeme zabývat faktory, které ovlivňují komunikační proces probíhající mezi komunikanty, a zejména pak jeho styl. Interakce mezi autorem a adresátem je složitý proces zahrnující několik hledisek a podmínek, které více či méně ovlivňují charakter výsledného projevu. Soubor těchto činitelů, které určují výběr výrazových prostředků a úroveň stylu komunikátu, se označuje jako slohotvorní činitelé nebo také stylotvorné faktory. Charakteristika slohotvorných činitelů je úzce spojena s osobností původce projevu. Při tvorbě komunikátu se uplatňují dva typy slohotvorných činitelů:

- a) subjektivní slohotvorní činitelé
- b) objektivní slohotvorní činitelé

Následující kapitoly se zabývají problematikou slohotvorných činitelů a jejich rozdělením. Je zde také uveden výčet faktorů, které se řadí do jednotlivých skupin.

4.1 Subjektivní slohotvorní činitelé

Subjektivní slohotvorní činitelé se vztahují výhradně k osobě autora. Například Jelínek je v *Příruční mluvnici češtiny* nazývá faktory personálními, setkat se můžeme i s termínem individuální slohotvorní činitelé (srov. KROBOTOVÁ, 2001, s. 13 nebo MINÁŘOVÁ, 2009, s. 17). Ze všech zmíněných názvů však vyplývá jejich společná charakteristika podmíněná autorovou individualitou. Za subjektivní stylotvorné činitele jsou považovány: intelektuální vyspělost autora, schopnost abstrakce a logického myšlení, znalost kódu komunikace, životní zkušenosti, kulturní a společenský rozhled, úroveň vzdělání, povahové a mentální vlastnosti, momentální psychosomatický stav, temperament, osobní sklony, záliby a preference autora, vliv prostředí místního i sociálního, věk a pohlaví autora. Do jisté míry se v projevech jistě promítá například i autorova pohotovost a vyjadřovací schopnosti.

Většina subjektivních stylových faktorů uvedených ve výčtu se vyznačuje jistou nestálostí, proměnlivostí. Jediné dva rysy, které zůstávají neměnné po celý jedincův život, jsou pohlaví a psychický typ. Klasickým genderově podmíněným rozdělením komunikátů se dostáváme k pojmům styl mužský a styl ženský. Femininní a maskulinní projevy se odlišují zejména v situacích, kdy je autorovi poskytnut větší prostor pro vyjádření subjektivních elementů. Důsledkem toho „...zjišťujeme v ženském stylu větší tendenci k explicitnímu vyjadřování, preferenci jistých témat, která ovšem vede k větší frekvenci lexikálních prostředků z jistých sémantických okruhů, větší emocionálnost projevu, často i větší syntaktickou uvolněnost“ (JELÍNEK, 2012, s. 719). Na druhou stranu však existuje i souhrn okolností, za kterých se rozdělení stylů podle pohlaví neprojevuje, a tehdy nelze od sebe tyto dva typy stylů odlišit. Jedná se o případy, v kterých je možnost výběru lexikálních jednotek omezená slohovými faktory objektivními.

Druhým subjektivním slohovým faktorem nepodléhajícím změně je příslušnost k psychickému typu. Psychický typ je souhrnem jedincových povahových a mentálních vlastností, temperamentu, schopností, charakteru a volných vlastností a jako trvalý znak osobnosti se ustaluje po dovršení dospělosti. Z tohoto pohledu bývá rozlišován například styl racionální a styl emocionální, při jejichž realizaci autor upřednostňuje buď lexikální prostředky neutrální nebo lexikální prostředky expresivní, ve vzájemném protikladu také stojí styl explicitní a styl implicitní, jež jsou vymezovány na základě úplnosti či neúplnosti sdělovaných informací.

Nacházíme-li v konkrétním projevu markantní vliv subjektivních stylových činitelů, dospíváme k pojmu styl autorský (individuální). Slohem individuálním nazývá tento jev Bečka a jako jeho příčinu uvádí „...vrozené dispozice (vlohy), dané temperamentem a druhem nadání autorů“ (BEČKA, 1992, s. 41).

Jak jsme již naznačili výše, subjektivní stylové faktory nejsou bezpodmínečně nutně přítomny v každém projevu. Některá témata nebo konkrétní okolnosti autorovi umožňují promítnout do komunikátu svou individualitu ve větší míře, jiné ho při stylizaci výrazněji omezují. Ke sférám, ve kterých se autorova subjektivita uplatňuje zřetelněji, se řadí funkční styl prostředředlovací nebo funkční styl umělecké literatury, opakem jsou neosobně zaměřený funkční styl administrativní a vědecký.

4.2 Objektívni slohotvorní činitelé

Stylotvorní činitelé objektívni neboli mimopersonální také souvisejí s autorem, ale ten je nemůže, na rozdíl od činitelů subjektivních, nijak výrazně ovlivnit. Tato skupina totiž zahrnuje skutečnosti stojící mimo subjekt a vyplývající z okolní reality. Konkrétně se jedná o základní funkci komunikátu, ráz komunikátu, situaci a prostředí, charakter adresáta, formu komunikátu, míru připravenosti komunikátu, kód a téma komunikace.

Největší vliv na celkovou stylizaci komunikátu má jeho **funkce**. Obecně je základní funkcí jazyka funkce dorozumivací (komunikační, sdělovací, informativní), kterou sdílejí všechny komunikáty realizované za účelem sdělení určitého faktu. Jako nadstavba se k této základní funkci v rámci každého komunikátu přidávají ještě funkce specifické (odborněsdělná, vzdělávací, direktivní, persvazivní, estetickysdělná atd.). Výsledný styl textu je tedy ovlivněn především jeho zaměřením.

Ráz komunikátu je dán komunikační situací a celkovým charakterem objektívni okolností. Znatelně jej také ovlivňuje závažnost sdělované informace. Text tedy může být oficiální, polooficiální, neoficiální, soukromý nebo důvěrný.

Místo, čas, situace, prostředí a adresát jsou dalšími důležitými faktory a souhrnně je lze nazvat komunikační situací v užším pojetí⁷. Atmosféra, která nás obklopuje, spolu s okruhem adresátů velice výrazně formuje naše vyjadřování. Prostředí může být buď soukromé a veřejné, nebo známé a neznámé a podle toho probíhá stylizace našeho projevu.

Adresát neboli recipient je jedna nebo více osob, na něž je komunikace zaměřena. Komunikace se vždy primárně liší na základě toho, je-li adresát známý nebo neznámý. Při komunikaci se známým adresátem se užívá vžitého způsobu kontaktu, což v mnohém usnadňuje autorovu práci při tvoření textu. Styl komunikace výrazně ovlivňuje i přítomnost či nepřítomnost adresáta, s kterou souvisí kontaktní funkce projevu. Důležité je brát v potaz i počet adresátů. Neopominutelným činitelem při tvorbě komunikátu je také autorův uvědomělý postoj k adresátovi, který v sobě zahrnuje zohlednění adresátova věku, vzdělání, pohlaví a jiných obdobných charakteristik.

⁷ Srov. GREPL, 2012, s. 568.

Základním rozlišením týkajícím se **formy komunikátu** je dělení na projevy psané a projevy mluvené. Mezi oběma formami jsou patrné rozdíly. V opozici k bezprostřednosti a spontánnosti, které jsou vázány na mluvené projevy, stojí promyšlenost a připravenost komunikátů psaných. Sféra mluvených komunikátů navíc nabízí komunikantům využití prostředků, které jsou v komunikačním procesu považovány za přínos. Těmito prostředky jsou prostředky paralingvální (intonace, síla a výška hlasu, tempo projevu, důraz,...) spolu s mimikou, gestikulací, posturikou, haptikou a proxemikou. Pomocí těchto neverbálních prostředků vyjadřuje komunikant implicitní obsah, vlastní postoj nebo zdůrazňuje důležitost sdělení a navíc mu pomáhají dosáhnout požadovaného efektu. Nelze také opomenout odlišnost realizace psaných a mluvených projevů – projevy psané jsou realizovány prostředky grafickými (grafémy) a projevy mluvené prostředky zvukovými (fonémy). Odlišnostem psaných a mluvených komunikátů se budeme více věnovat v jedné z následujících kapitol.

Míra připravenosti komunikátu přirozeně souvisí s tím, zda je projev mluvený nebo psaný. Nelze však s konečnou platností říci, že projevy mluvené jsou vždy nepřipravené a projevy psané vždy připravené. V obou sférách existují výjimky a obě formy se mohou dokonce navzájem prolínat. Klíčové je, že komunikáty nepřipravené, reagující na situaci a spontánní se svou stylizací výrazně liší od komunikátů připravených, pečlivě formulovaných, promyšlených, a to nejen po stránce stylistické, ale i po stránce lexikální, obsahové a syntaktické.

Volba **kódu** se realizuje na základě výběru mezi komunikací verbální, neverbální nebo smíšenou. Základním kódem verbální komunikace je jazyk jako systém znaků sloužící k dorozumívání. Neverbální komunikace zahrnuje všechna mimoslovní sdělení vyjádřená pomocí gestikulace, mimiky, haptiky, proxemiky nebo posturiky. Dále autor v rámci kódu volí celkovou úroveň spisovnosti. Některé projevy vyžadují vyjadřování spisovné, jiné nikoliv. Poslední jev, kterému se autor věnuje při volbě vhodných výrazových prostředků, je volba mezi všemi útvary a poloútvary národního jazyka.

Záležitostí objektivních stylovtvorných faktorů je i samotné **téma** komunikace a jeho uchopení. Usměrnujícím faktorem je v tomto případě společenská závažnost tématu, která jistým způsobem předurčuje výběr výrazových prostředků a ovlivňuje tak charakteristiku komunikátu. Konkrétní témata se také logicky vážou na specifický okruh výrazů.

Celková stylová a kompoziční charakteristika výsledného projevu je odrazem působení jak slohotvorných činitelů subjektivních, tak činitelů objektivních. Všeobecně lze říci, že subjektivní stylotvorné faktory zahrnují faktory přímo související s autorovo vnitřní charakteristikou a vlastnostmi, oproti tomu faktory objektivní se vztahují k okolnostem komunikace a způsobu, jakým komunikant své okolí při projevu vnímá a zohledňuje. Závěrem zbývá poznamenat, že míra vlivu objektivních slohotvorných faktorů na text spočívá, i přes svou nevázanost na osobnost autora, na autorově uvážení. Záleží pouze na rozhodnutí pisatele nebo mluvčího, zda bude komunikovat v souladu s komunikačními zvyklostmi společnosti, anebo se raději uchýlí k osobitému způsobu vyjadřování. Při každém jazykovém počínání je však nutné mít na zřeteli vedle produkce psaného textu či mluveného komunikátu i jeho percepce, tedy vnímání. Znamená to počínat si tak, aby došlo k naplnění komunikačního záměru.

5. Psanost vs. mluvenost

V této kapitole se budeme zamýšlet nad rozlišením dvou základních podob jazykového projevu, jejich porovnáním a posléze i jejich vzájemným vlivem. Jak vyplývá z nadpisu, kapitola bude věnována psanému a mluvenému projevu jakožto dvěma opozičním, ale zároveň vzájemně propojeným realizacím komunikace.

5.1 Hledisko primárnosti vs. sekundárnosti obou forem jazyka

Dichotomie psanosti a mluvenosti je fenomén, který již několik desítek let zaměstnává velký počet lingvistů. Problém ale samozřejmě netkví v neschopnosti lingvistů shodnout se na transparentních rozdílech obou jazykových realizací. Zásadní problém se týká nejednotného názoru na primárnost či sekundárnost projevu psaného vzhledem k projevu mluvenému. Přitažlivost zkoumání spočívá v tom, že vzniklé teorie týkající se původnosti komunikace mluvené v protikladu k odvozenosti její psané podoby se různí, respektive se rozcházejí dvěma směry.

Většina lingvistů zastává názor světově uznávaného švýcarského jazykovědce Ferdinanda de Saussura, že psaný projev je vůči mluvené řeči sekundární. Jako jediný

důvod existence písma uvádí de Saussure reprezentaci řeči. Tento názor tedy pojímá písmo jako heteronomní sekundární systém odvozený od primární mluvené řeči. K tomuto tzv. fonocentrickému pojetí jazyka se přiklonila řada předních lingvistů, jako například Edward Sapir, Leonard Bloomfield nebo Paul Postal. Opačné stanovisko ale zaujal francouzský filosof Jacques Derrida, když v roce 1967 zveřejnil tezi zdůrazňující novou koncepci sémiotiky jako vědy založené na studiu písma, psaní a psanosti, kde je navíc písmo pojato jako neodvozené a nesekundární.

Teze primárnosti mluvené řeči logicky vychází z kulturního a historického vývoje společnosti. Vynálezu písma předcházelo období orální kultury, ve kterém se všechna komunikace odehrávala pouze prostřednictvím slov. Neexistovalo žádné fixování ani zaznamenávání vyřčených projevů. Po vzniku písma se situace změnila. Mluvenost a psanost se dostaly do kontaktu, začaly se navzájem ovlivňovat a tato tendence trvá dodnes. Vzájemné působení se realizovalo v různých podobách, nejdříve se psanost osvobodila od mluvenosti, poté se mluvenost dostala pod vliv psanosti a v současnosti se psanost opět vrací pod vliv mluvenosti. Z tohoto pohledu je zřejmá původnost a primárnost řeči mluvené, z které byla pro potřeby uchování myšlenek a záznamu historických událostí odvozena psaná podoba řeči. Stejně tak nelze než souhlasit s tvrzením Světlý Čmejrkové, že: „...*společnost se může obejít bez psané kultury, nikoli však bez mluvení*“ (ČMEJRKOVÁ, 2011, s. 20).

Na druhou stranu nemůžeme oba módy jazyka porovnávat pouze z hlediska primárnosti či původnosti. Obě realizace v sobě nesou totiž navíc ještě rys jakési sociální důležitosti vztahující se ke společnosti a jejímu fungování. Jazyk chápaný jako hlavní a zásadní prostředek lidského dorozumívání umožňuje fungování společnosti a jeho užívání je podmínkou úspěšné socializace. Někdo by mohl namítnout, že ani v tomto případě není mluvení sociální aktivitou nesoucí větší důležitost. I k tomuto problému se již vyjádřilo velké množství badatelů a jejich názory se opět liší.

Problematiku sociální důležitosti jazyka zajisté nelze zobecňovat, protože zde vidíme velkou návaznost na historické období, kulturu, etnickou příslušnost a jiné etnografické rysy. Mluvíme-li ale o současném stavu, přikláníme se k názoru profesora Douglase Bibera: „*Thus, although speech is claimed to have linguistic primacy, writing is given social priority by most adults in Western cultures*“ (BIBER, 1988, s. 7).⁸

⁸ „*Takže ačkoliv je řeč považována za lingvisticky primární, sociální priorita je většinou dospělých lidí ze západních kultur přisuzována psaní.*“ (překlad: autorka diplomové práce)

Všeobecně je schopnost vytvořit smysluplný, gramaticky správný a graficky odpovídající text považována za znak vzdělanosti, a proto je psanosti z tohoto pohledu přisuzována větší důležitost. Vzpomeňme důraz, který je školským systémem kladen na výuku písma, diktátů nebo procvičování pravopisných pravidel. Psaný projev je považován za jakousi osobní „vizitku“ a musí tedy odpovídat vysokým nárokům. Uvažme také, že je-li písemný projev realizován primárně spisovnými jazykovými prostředky, může být chápán jako kulturní hodnota.

Mluvené slovo, i přesto že je studováno na základě písemných záznamů oproštěných od typických promluvových specifik, je na druhou stranu spojeno s konkrétní komunikační situací a pojí se spíše s rysy neoficiálnosti a rozvolněnosti. Navíc písemný projev nahradil ústní jednání v mnoha oblastech lidského života, například v obchodní praxi bylo těžce dokumentovatelné osobní jednání téměř kompletně nahrazeno písemným stykem.

Rozdílnost obou forem potvrzuje i jejich lingvistická charakteristika. Jak texty mluvené, tak texty psané mají typické rysy, které se navíc vyznačují vzájemnou protikladností. V kapitole zabývající se slohotvornými činiteli jsme zmínili všeobecnou opozici připravenosti psaného textu vůči nepřipravenosti mluveného textu. Psaný text je také formálně propracovanější, inklinuje ke spisovnosti a užívání komplexnějších syntaktických struktur, je statický a logicky uspořádaný. Charakteristika mluveného komunikátu je oproti tomu vázána na jeho spontánnost. Mluvený komunikát je neuspořádaný, fragmentární, lexikální prostředky jsou převážně nespisovné a syntaktické konstrukce jsou eliptické. Dále se vyznačuje dynamičností, subjektivností, emotivností, nadužíváním vycpávkových výrazů a opakováním slov. Bečka (1992) obě varianty širě vyděluje podle typu lineárnosti, kdy lineárnost časovou jako typický znak mluvené řeči staví do opozice lineárnosti plošné charakteristické pro psanou řeč. Časová lineárnost přitom označuje fakt, že „...*současně nemůžeme vyslovit ani uvědoměle vnímat víc než jednu hlásku, jedno slovo, jednu větu, jednu nadvětnou souvislost*“ (BEČKA, 1992, s. 12), zatímco plošnou lineárností má autor na mysli realizaci textu v řádcích. Tyto charakteristické rysy jednoznačně dokládají rozdílnost obou forem a na jejich základě lze považovat mluvenost a psanost za realizace diametrálně odlišné.

Shrňme tedy tuto kapitolu tvrzením, že psanost a mluvenost jsou rovnocennými módy jazyka, při jejichž porovnávání nesmíme opomínat jejich rozdílnou funkci

a charakteristiku. Je-li mluvená řeč považována za primární realizaci jazyka, psanému textu nelze upřít kulturní důležitost, se kterou souvisí především uchovávání myšlenek, záznam historických událostí a společenská reprezentace. Obě podoby jsou tedy provázané a spíše bychom je měli chápat jako navzájem se podporující a doplňující systémy. Písemná realizace je otázkou pokroku, který si vyžádala společnost. Faktem je, že oba módy nalézají své uplatnění a stavět mluvený projev nad psaný, nebo naopak jednomu z nich upírat historicky a sociálně podmíněnou důležitost, je neopodstatněné. Navíc nelze opomenout výrazné sblížování obou zmíněných forem, a to konkrétně promítání mluvené řeči do písemných projevů a naopak.

5.2 Prolínání psané a mluvené podoby řeči

Tato podkapitola se bude věnovat fenoménu nastíněnému v posledním odstavci předešlé podkapitoly. Prolínání psané a mluvené podoby řeči má své kladné i záporné stránky. Na jednu stranu na něj lze nahlížet jako na obohacování jedné formy druhou, ale zároveň se dá vnímat jako narušování hranice mezi pevně vymezenými a naprosto rozdílnými módy. Základní tezí pro tuto podkapitulu je, že psané texty se vyznačují výraznými rysy spisovnosti, konkrétně užitím standardního jazyka a mluvené texty se od standardu oddalují užitím prvků nespisovných.

Promítání prvků mluvené řeči do písemného projevu může být na jedné straně intencionální a funkční. Zmíněné spojení obou módů jazyka má specifickou funkci a pisatel jej používá záměrně a za určitým účelem. V tomto případě plní například užití přesného záznamu mluveného projevu kontaktní funkci a autor se k němu uchyluje, když chce recipienta zaujmout, více se mu přiblížit nebo chce-li ho rozesmát. Máme-li být konkrétnější, tento způsob kontaktu s příjemcem je běžný v psaných útvarech funkčního stylu umělecké literatury. Takový způsob prolínání se dá realizovat mnoha způsoby (přímá řeč, polopřímá řeč, nevlastní přímá řeč,...) a je považován za prostředek udržení kontaktu s recipientem.

Na druhou stranu ale existují útvary, v kterých je tento druh oživení textu nemístný. Do této skupiny určitě patří všechny útvary funkčního stylu administrativního a funkčního stylu odborného. Užití prvků mluveného jazyka v psané podobě administrativních a odborných textů je v úplném rozporu se základními požadavky

na tento typ textů. Podstatnou složkou textů obou funkčních stylů jako komunikátů veřejných a reprezentativních je totiž kodifikovaný⁹ jazyk. Zde se dostáváme k problematickému bodu, jímž použití mluvené podoby jazyka v psaných textech bezesporu je. Doprovodným jevem mluvenosti totiž často bývá nespisovnost, která je v administrativní a odborné oblasti právem považována za velmi nevhodnou.

Problematiku však nelze vidět jen černobíle. Ondřej Hausenblas ve svém článku k tématu uvedl, že tento jev „...nemusíme chápat jenom jako nenoremní „pronikání obecné češtiny do spisovného jazyka“. Snad bychom to přiměřeněji mohli nazvat jako operativní využívání slohových a širě pragmatických kvalit všech prostředků národního jazyka“ (HAUSENBLAS, 1993, s. 97). Autor se tedy odvolává na aktualizující funkci užití jazykových prostředků příslušných ke konkrétnímu útvaru a chápe ji jako pozitivní rys.

Naše pozornost je zaměřena na funkční styl administrativní, a proto se v tomto odstavci pozastavíme u této oblasti. Písemný styk v administrativě je oblastí, která přímo vyžaduje vyjádření kodifikované a založené na standardech spisovného jazyka. Jinak je tomu v mluveném styku, který se nevyznačuje takovou mírou oficiality, a proto lze využít jazykové prostředky různých úvarů. I přesto, že písemné útvary používané v administrativě vyžadují použití spisovného jazyka, nezřídka zde dochází k porušování především gramatických pravidel. Pravopisné chyby se objevují zejména v dopisech občanů organizacím, což se budeme snažit dokázat v praktické části této diplomové práce. Příčin tohoto jevu může být mnoho, jejich výčet a zdůvodnění podáme tamtéž.

Dichotomie psanosti a mluvenosti je úzce spojena s dichotomií spisovnosti a nespisovnosti. Samozřejmě není pravidlem, že mluvený text je vždy nespisovný a psaný text je vždy spisovný, ale určitou korelaci a vázanost lze nalézt. Důležitou schopností autora je vědět, kdy je který prostředek redundantní a umět jej vhodně použít. V neposlední řadě ale také záleží na tom, do jaké míry se autor zajímá o to, jak bude jeho text působit na konečného recipienta, jaký na něj bude mít vliv. Hlavním kritériem při tvoření textu, ať už psaného či mluveného, je dorozumění a dosažení komunikačního cíle, a to platí především pro výběr jazykových prostředků. Vše tedy záleží na uvážení autora, potažmo mluvčího, a na jeho schopnosti vytvořit srozumitelný komunikát.

⁹ Prostředky kodifikovanými jsou míněny prostředky spisovné, které se vyznačují charakteristickými rysy explicitnosti, závaznosti a funkčnosti. (srov. NEBESKÁ, 1996, str. 37)

5.3 Pokles prestiže psaného slova

Doba a společnost, v níž žijeme, je velmi ovlivněna rozmachem rozličných technologií a způsobů komunikace. Je tedy nasnadě, že lingvisté nazývají současnou kulturu třetí fází historie řeči a písma, která navazuje na předchozí fáze vynálezu knihtisku a vynálezu písma. Tato fáze nastiňuje počínající ústup psaného slova na úkor nových audiovizuálních médií.

Pravděpodobná příčina klesající prestiže psaného slova souvisí s jeho připraveností a zprostředkovaností. Má-li si moderní člověk zvolit mezi psanou formou interakce a mluvenou variantou jazyka, většinou zvolí druhou z nabízených možností. I přesto, že současné technologie nabízejí široké spektrum možností využití písma (SMS, chat, apod.), převládá spontánnost ústní komunikace doprovázená neverbálními projevy. Na výběr kanálu má samozřejmě vliv spousta faktorů, všeobecně však platí, že delší, rozsáhlejší sdělení raději realizujeme pomocí mluvené řeči a pro kratší sdělení častěji volíme formu psanou. Může to být zapříčiněno rychlým životním tempem jednotlivce i celé společnosti. Lidé většinou nemají čas ani chuť podstupovat zdlouhavý proces stylizace dopisu nebo jiného písemného útvaru a raději si vyberou alternativu například ve formě telefonního hovoru nebo přímé konfrontace.

Negativním průvodním jevem využívání audiovizuálních médií je úpadek knižní kultury a s tím spojená klesající úroveň znalosti spisovného jazyka. Vliv médií na gramotnost lidstva je často diskutovanou otázkou. Může se zdát, že moderní média poskytují neomezený přístup ke všem formám mluveného i psaného jazyka, ale zamyslíme-li se nad tímto tématem více, poznáme, že převažujícím kódem mediální komunikace je jazyk nespisovný, nejčastěji ve formě obecné češtiny. Pokud vezmeme v úvahu například neschopnost dítěte rozpoznat citlivou hranici mezi kodifikovaným a substandardním jazykem a související neschopnost efektivně mezi těmito útvary národního jazyka přepínat, vzniká obtíž s poklesem schopnosti být uvědomělým uživatelem spisovného jazyka. Dítě si zvykne vstřebávat promluvy realizované nekodifikovaným jazykem a následovně mu činí problém zafixovat si základní gramatická pravidla a prakticky je používat. To se netýká jen mluvení, ale i psaní, kde je taková odchylka více transparentní. Jak tvrdí Hausenblas: „*Je docela možné, že pokles znalosti spisovné češtiny souvisí s tím, že děti méně poslouchají čtené a více slyší mluvené (televizní a často nespisovné) slovo*“ (HAUSENBLAS, 1993, s. 98). Otázkou

zůstává, jakou podobu bude mít v budoucnosti spisovný český jazyk, jehož odkaz nese mediálně ovlivněná generace.

Protipólem k tomuto názoru je pojetí Umberta Eca, které popsala ve svém článku v časopise *Slovo a slovesnost* Světlá Čmejková (1993). Eco se k novým technologiím staví velmi pozitivně, tvrdí, že nové technologie a především počítače přispívají k rozvoji psaní, jelikož umožňují záznam myšlenky téměř ve stejném okamžiku, ve kterém se objeví v naší mysli. To je bezesporu velká výhoda, která zvyhodňuje psaní vůči mluvení. Myšlenka zaznamenaná písemně, a nezáleží na tom, jestli na papíře nebo v monitoru počítače, má přirozeně větší materiální hodnotu. Podle Eca také mohou audiovizuální média převedením literárních děl na trvanlivější nosiče zachránit knižní kulturu.

Přístup Umberta Eca je příkladem pozitivně naivního idealisty. Počítačovým technologiím jistě nelze upřít kladný postoj k uchování myšlenek, ale co se týče záchrany knižní kultury, jsme více skeptičtí. Všeobecně zájem o čtení klasických literárních děl upadá a pravděpodobně to nezmění ani vynález elektronické čtečky knih, jejíž využití propojuje přirozený zájem o psanou kulturu s atraktivitou nejnovějších technologií. Co se týče psaného jazyka, vzpomeňme systém automatických oprav pravopisu, který dává pisateli volnost v užití rozličných výrazových prostředků bez nutnosti znát jejich pravopis, v čemž vidíme největší nevýhodu osobních počítačů. Autor se sice může více soustředit na obsah a nemyslet na formu, ale vyvstává zde otázka, jaký význam má psaný text, při jehož kompilaci autor není nucen přemýšlet o jazyce.

Praktická část

Cílem praktické části této diplomové práce je především zhodnotit úroveň jazyka nasbíraného materiálu. Textový materiál, s kterým budeme pracovat, byl s laskavým svolením provozního ředitele shromážděn v období od 1.6.2011 do 31.12.2012 na reklamačním oddělení firmy *TV Products CZ s. r. o.* se sídlem v Českých Budějovicích. Shromážděné komunikáty spadají do administrativní oblasti a pro potřeby analýzy byly rozděleny do třech skupin podle útvarů: dopisy, e-maily a reklamační listy. Každou z těchto skupin postupně podrobíme analýze, v které se zaměříme jednak na prvky typické pro texty funkčního stylu administrativního, jednak na prvky, které se v této oblasti objevovat nemají. Texty budeme hodnotit i z hlediska pravopisného, dále se také částečně budeme zabývat jejich celkovou stylizací.

Sběr materiálu byl prováděn v delším časovém rozmezí, aby byl vzorek dostatečně průkazný. Počet všech dopisů a e-mailů, které denně reklamační oddělení obdrží, se v průměru pohybuje kolem pěti. Do celkového počtu nezahrnujeme vyplněný reklamační list přiložený k reklamovanému výrobku. Zde je nutno připomenout, že klasickou dopisní korespondenci nahradilo rychlejší jednání po telefonu.

Dopisy jsou na reklamační oddělení doručovány různými způsoby. Buď jako klasické dopisy v obálce, nebo častěji jako průvodní dopisy vložené do balíku s reklamovaným výrobkem. Obojí však musí být zasláno poštou na adresu určenou pro zasílání reklamovaného zboží, tedy na reklamační oddělení. Oproti dopisní korespondenci má zasílání e-mailů kromě rychlosti ještě tu výhodu, že se lze obrátit přímo na konkrétní osobu. E-mailových adres, prostřednictvím kterých mohou zákazníci řešit různé problémy, je tedy v této firmě více.

Z celkového počtu dopisů a e-mailů, které na reklamační středisko dorazily, byl pro tuto analýzu vhodný jen velmi malý zlomek. I přesto se podařilo shromáždit dostatek podkladového materiálu. S jistotou lze říci, že jsme za dané období určitě nezachytili úplně všechny dopisy, e-maily a reklamační listy, které by bylo možno analýze podrobit. Nelze tedy vyvozovat žádné konkrétní závěry týkající se procentuálního podílu zkoumaného vzorku vůči ostatním doručeným dopisům.

Co se týče konkrétních počtů, celkově se zkoumaný vzorek skládá z 98 komunikátů, z čehož je 49 reklamačních listů, 31 dopisů a 18 e-mailů. Na rozdíl od reklamačních listů, k jejichž vyplnění používá pisatel pouze slovní spojení nebo jednoduché věty, vykazují dopisy a e-maily charakter útvarů textových, to znamená, že se jedná o projevy souvislé. Analýza jednotlivých útvarů se tedy bude mírně lišit. U dopisů a e-mailů budeme zkoumat i formální úpravu, kdežto reklamační listy analyzujeme spíše z pohledu jazykového.

Výzkum je zaměřen výhradně na jeden směr komunikace, a to od zákazníka k firmě. Výzkum obou směrů korespondence by byl na jednu stranu náročnější, ale na druhou stranu ne tak zajímavý. Reklamační oddělení zasílá vesměs pouze několik typů dopisů a pro jejich vytvoření používá modelové dopisy, do kterých jsou pouze doplňovány konkrétní údaje. E-mailová komunikace psaná reklamačními pracovníci není tak jednotvárná a vyloženě modelová, ale zase neodpovídá zaměření této diplomové práce a zkoumané oblasti administrativní sféry.

6. Reklamační proces

Pro snadnější orientaci v oblasti reklamací a pro přiblížení charakteru a obsahu sebraných textů nyní stručně popíšeme proces reklamace, který je platný pro zákazníky firmy *TV Products CZ s. r. o.*. Tento proces vychází z reklamačního řádu dostupného na webových stránkách firmy.¹⁰

Zákazník, který chce reklamovat zakoupený výrobek, jej musí buď poslat poštou jako doporučený balík či jako zásilku přepravní firmy s průvodním dopisem nebo s vyplněným reklamačním listem na reklamační oddělení, nebo odnést přímo do některé z kamenných prodejen řetězce. V obou případech se reklamovaný výrobek následně ocitá v rukou pracovnice reklamací, která musí reklamaci zaevidovat do počítače. V tomto momentě se bere v potaz požadavek zákazníka na vyřízení reklamace. Reklamační pracovnice na základě reklamačního řádu posuzuje, zda bude anebo nebude požadavku vyhověno.

¹⁰ Dostupný z <http://www.tvproducts.cz/cz/strana/reklamacni-rad> [citováno 12.4.2013]

V zásadě má zákazník možnost žádat buď o výměnu za nový výrobek, o záruční opravu nebo o vrácení hotovosti. V případě výměny zboží nebo vrácení peněz reklamační pracovnice pouze zvolí z počítačem nabízených možností tu požadovanou a její práce končí, protože zbytek v podstatě zařizuje počítačový systém. Požaduje-li zákazník záruční opravu, je výrobek postoupen servisnímu technikovi, který provede přezkoušení a v případě, že objeví závadu, jej opraví. Opravený výrobek dále putuje k pracovníci, která ho dostatečně zabalí a předá poště k doručení zpět na dodací adresu zákazníka. Na vyřízení reklamace je zákonem daná lhůta 30 dní, kterou musí reklamační oddělení dodržet. V opačném případě má zákazník nárok na vrácení hotovosti.

Podmínkou pro přijetí výrobku do reklamačního řízení je předložení dokladu o nákupu, kterým je buď paragon (při zakoupení v kamenné prodejně) nebo dodací list (při zásilkovém prodeji). Dodací list¹¹ obdrží zákazník v zásilce spolu s objednaným výrobkem a je pro něj velmi důležitým dokumentem. Slouží totiž nejen jako doklad o nákupu a záruční list, ale je i podstatnou součástí reklamačního procesu, protože v jeho spodní části se nalézají reklamační list. Všeobecně lze na dodacím listě firmy *TV Products* nalézt souhrnné informace týkající se práv zákazníka, záruky na výrobek, odstoupení od kupní smlouvy a reklamace zboží.

6.1 Písemná korespondence v reklamačním procesu

Jestliže vygenerujeme z reklamačního procesu pouze situace, v kterých se objevuje korespondence psaná zákazníkem, jedná se o tyto případy:

- zákazník je nespokojen s funkčností výrobku
- zákazník požaduje výměnu nebo přezkoušení výrobku
- zákazník je nespokojen s vyřízením předchozí reklamace
- zákazník si stěžuje na jednání firmy
- zákazník popisuje vady výrobku
- zákazník žádá o odstoupení od kupní smlouvy

¹¹ Kopie příkladového dodacího listu firmy *TV Products* viz. Přílohy, s. 85.

- zákazník žádá o doposlání chybějícího nebo náhradního dílu
- zákazník se dotazuje nebo informuje ohledně postupu při reklamaci.

Jak již bylo zmíněno, středem zájmu této diplomové práce jsou tři typy útvarů. Nejméně často chodí na reklamační oddělení e-maily. Zákazníci tento způsob komunikace využívají většinou v případě, že potřebují rychlou odezvu. Důvodem nižšího výskytu může být vyšší věkový průměr kupujících. Průvodní dopisy se na reklamačním oddělení vyskytují častěji. Kupující používají dopis pro podrobnější popis vad výrobku nebo svých požadavků. Ideální a zákazníky nejfrekventovaněji využívanou volbou je vyplnění reklamačního listu. To usnadní celý proces reklamace a šetří čas pověřené reklamační pracovnice, která zákazníka jednoduše najde v databázi podle přiřazeného čísla objednávky na reklamačním listě a zadá do formuláře v počítači jeho požadavek na vyřízení reklamace.

Zajímavé je, že téměř 95% všech došlých dopisů a e-mailů má spíše negativní náboj. Zákazníků, kteří děkují za vyřízení reklamace, pochvalují si rychlé jednání nebo slušně žádají o vyřešení problému je velmi poskrovnu. Lze si také všimnout, že ve zbývajících pěti procentech pozitivně laděných textů se nenachází téměř žádné stylistické nebo gramatické nesrovnalosti. Otázkou zůstává, zda příčinou tohoto jevu je slušné chování a dostatek úcty ke druhým, nebo si autor po sobě dopis přečetl a nedostatky, kterých si byl vědom, jednoduše odstranil.

7. Rozbor

Nyní přistupujeme k praktické analýze sebraného materiálu. Při analýze budeme postupovat systematicky. Nejprve se budeme zabývat rozbořem dopisů, poté se budeme věnovat rozboru e-mailů a posledním bodem bude analýza reklamačních listů. Komunikáty každého ze zmíněných útvarů budeme rozebírat postupně na základě jednotlivých jazykových rovin. Důraz bude kladen jak na charakteristické prvky komunikátů funkčního stylu administrativního, tak na prvky, které v této oblasti nejsou zcela běžně užívané.

7.1 Rozbor sebraných dopisů

Za dané období se nám podařilo shromáždit 31 dopisů. Z celkového počtu bylo 23 dopisů psaných ručně a 6 dopisů psaných na počítači. Zajímavou výjimkou byly dva dopisy, které byly dokonce napsány na psacím stroji. Do tohoto vzorku byly zahrnuty jak dopisy, které byly doručeny na adresu reklamačního oddělení samostatně, tak tzv. průvodní dopisy, které jsou zákazníkovi vkládány do jednoho balíku společně s reklamovaným výrobkem. Rozsah jednotlivých dopisů se pohyboval maximálně do délky jedné strany formátu A4. Charakteristickým rysem dopisů občanů organizacím je nižší stupeň formálnosti pramenící z nedostatečné fundovanosti obyčejných lidí v administrativním styku.

7.1.1 Lexikální rozbor

Slovní zásoba použitá v sebraných dopisech byla z hlediska rozsahu vcelku omezená. Užití jednotlivých výrazů odpovídalo funkci komunikátů a často tak docházelo k opakování slov (*reklamace, objednávka, zásilka, nefunkční, výrobek, zaslat* atd.), slovních spojení (*zasílám zpět, s pozdravem*) i celých frází (*tímto odstupuji od kupní smlouvy a žádám vrácení peněz, jsem velmi zklamán/a, tímto vás žádám, objednal/a jsem si u Vaší společnosti, děkuji za kladné vyřízení* apod.).

Faktor, který lexikum daných komunikátů ovlivnil nejvýrazněji, je oblast působení. Dopisy mají specifické zaměření - týkají se konkrétních výrobků a jejich vad, používání téměř shodných formulací je tedy očekávatelné. Z toho pramení i užití termínů ze dvou oblastí souvisejících s reklamačním procesem, tedy z oblasti administrativní (*faktura, dodací list, kupní smlouva, záruční list, dodací adresa, ...*) a z oblasti technické (*plynová páka, přístroj, destilovaná voda, výkon, strunová hlavice, motor, hřídel, ...*). Použitím těchto výrazových prostředků se dosahuje jedné ze základní vlastností těchto textů, a to přesnosti.

Věcnost, jako druhé základní specifikum, je důsledkem používání neutrálních výrazů. Pouze pětkrát se autoři uchýlili k jazykovému prostředku s příznakem expresivnosti. V prvních dvou případech použil rozlícený zákazník při popisu funkčnosti výrobku slovo *zmetek*, které by se dalo přiřadit mezi slova hanlivá

a je označením pro vadný výrobek. Dále se zákazník o kabelu vyjádřil zdrobněle jako o *kablíku* a v dalším případě použil pisatel při hodnocení výsledku používání výrobku přídatné jméno *prachmizerný* (navíc ve formě *prach mizerný*), jež je také slovem hanlivým. Posledním výrazem s příznakem expresivnosti bylo slovo *korba* (užito ve smyslu *velký, mohutný člověk*), jehož zákaznice užila při popisu tělesné konstituce svého manžela (*neni žádná korba*).

V sebraném vzorku se ve velmi hojném počtu vyskytovaly číselné údaje. Jen čtyři dopisy neobsahovaly vůbec žádná čísla. Příčinou užití číselných údajů je snaha o zpřesnění a konkretizaci informací. Nejčastěji se v dopisech vyskytovala telefonní čísla, poštovní směrovací čísla, čísla popisná a čísla objednávky. Ve třinácti dopisech se v horním pravém rohu objevilo datum, většinou ve formátu *dne DD.MM.RRRR* nebo *V ... dne DD.MM.RRRR*. V jednom dopise napsal autor datum do levého horního rohu a třikrát jsme je našli spolu s adresou v dolní části listu. Často byly také k vidění peněžní sumy vyjádřené číslicemi nebo čísla účtu. Obecně je velmi problémovým úsekem písemné vyjádření výrazů složených z číslice a dalšího slova. To se potvrdilo i v našem vzorku, kde se objevovaly tvary jako *vracím do 14-ti dnů, požaduji vrácení peněz do 30-ti dnů* atd. Ze zkušenosti víme, že tento způsob zápisu je mezi lidmi velmi rozšířený, správný tvar je však zapsán bez koncové slabiky *-ti*. Co se týče psaní číslovek a číslovkových výrazů, objevily se i extrémní případy zápisu, např. *už 2-krát jsem psala, už tři krát jste poslali* nebo *před 40 ceti lety*. Přestože rozepsáním číselného údaje slovem se lze vyhnout nastíněným problémům, bylo v sebraném vzorku všeobecným trendem psát číselné údaje pomocí číslic.

Vzhledem k tomu, že téměř 75% zákazníků připojilo ke svému dopisu i přesnou adresu, byl výskyt názvů měst, obcí a ulic vcelku vysoký.

Užití zkratk nebylo jevem příliš frekventovaným. Nejvíce, a to v šesti dopisech, se vyskytovala všeobecně známá zkratka *s. r. o.* (společnost s ručením omezeným). Důvodem je výskyt této zkratky v názvu firmy. Setkali jsme se i se zkratkami jako *ks* (kus), *č.* (číslo), *obj.* (objednávka), *tel.* (telefon), *pi* (paní), jejichž užití lze odůvodnit snahou o úsporu času a místa. V jednom případě se autor rozhodl pro užití nepříliš hojně užívané, téměř archaické zkratky *t. r.* (toho roku). Při udávání adres pisatelé také občas zvolili zkratky jako *ul.* (ulice), *nám.* (náměstí) nebo *okr.* (okres), stejně tak se v názvech ulic objevila křestní jména zkrácená do počátečních písmen:

M. Horákové, A. V. Šmilovského. Pisatelé zkratkami urychlují proces psaní a naplňují snahu o úspornost sdělení.

V sebraném vzorku se objevily dva univerbizované výrazy. Jednalo se o slova *plnička*, které vzniklo nahrazením víceslovného pojmenování *plnicí strojek*, a *průmyslovka*, které nahrazuje spojení *průmyslová škola*. Oba výrazy spadají do nespisovné jazykové vrstvy. Univerbizované pojmenování *průmyslovka* je ve společnosti velmi často používáno.

Jak již bylo výše uvedeno, v dopisech se často opakovaly zdvořilostní fráze a ustálená spojení. Jelikož se sebraný vzorek skládá z dopisů psaných obyčejnými lidmi, nebyla jejich celková stylizace tak schematická, nad užitím textových modelů jednoznačně převládaly subjektivně komponované obraty a věty. V porovnání s běžnými obchodními dopisy byl výběr lexikálních jednotek v dopisech občanů organizacím více ovlivněn individualitou autora.

7.1.2 Morfologický rozbor

Specifickým rysem morfologické roviny administrativních textů by měla jednoznačně být spisovnost. Jelikož jsme se při shromažďování vzorku zaměřili především na odchylky od jazykové kodifikace, obsahoval každý dopis alespoň jeden příklad gramaticky nesprávného tvaru. V některých případech docházelo vícekrát k opakování téže gramatické chyby.

V tomto odstavci podáme podrobný výčet vyskytujících se nespisovných prvků, budeme postupovat od těch, jejichž četnost výskytu byla nejvyšší. Všeobecně se nejčastěji vyskytoval podmiňovací způsob slovesa *být* v nesprávném tvaru. Konkrétně se jednalo o užití tohoto slovesa v 1. a 2. osobě množného čísla, kde jsou kodifikované tvary *bychom* a *byste*. Ve vzorku se opakovaně nacházely tvary jako: *bysme, by jsme, byste, by jste, abysme, aby jste, kdyby jste*, pouze v jednom případě se objevil správný tvar v 1. os množného čísla *abychom*. Tento typický příklad hyperkorektnosti lze klasifikovat jako jednu z nejrozšířenějších chyb v psaných komunikátech. Druhou nejčastější chybou bylo podstatné jméno *obědnávka* a jeho tvary, popřípadě sloveso *obědnat*. Gramaticky správné jsou tvary *objednávka* a *objednat*, protože kořenem slova je morfém *-jed-*, morfém *ob-* je předpona a ve slově

se tedy žádné -ě- nevyskytuje. Ve dvou dopisech se objevil ještě jiný problém s pravopisem slovesa *být*. Jednalo se o vypuštění počátečního *j-*, jehož následkem je vytvoření nespisovných tvarů *sem, ste, sme, sou* apod. Tato podoba je celkem běžná v mluveném hovorovém jazyce, ale absolutně nevhodná v jazyce psaném. V obou dopisech bylo těchto tvarů užito opakovaně několikrát za sebou a v různých gramatických osobách. Vliv mluvené řeči lze vysledovat i v častém užití ukazovacích zájmen. Ve vzorku se několikrát vyskytla nespisovná forma zájmena *tohodle* použitá namísto spisovného ukazovacího zájmena *tohoto* a jednou bylo nalezeno nespisovné zájmeno *těmadle* nahrazující spisovné ukazovací zájmeno *těmito*. Objevovaly se i nespisovné tvary ve skloňování (*s vašima službama, skříně jsou udělaný, ted' to mám stažený manžetou,...*).

Nyní se dostáváme k prvkům, jejichž výskyt nebyl tak hojný. Dvakrát se v dopisech vyskytlo přídavné jméno *sklamany*, kde došlo k záměně gramaticky správného počátečního *z-* za *s-*. Stejný výskyt mělo i podstatné jméno *prozba*. Následující slova se v dopisech nacházela pouze ojedinele, přesto však stojí za zmínku (v závorce je vždy uveden gramaticky správný tvar): *spátky* (zpátky), *mušly* (mušli), *zapoměli* (zapomněli), *kdybich* (kdybych), *špatní* (špatní), *zastavý* (zastaví), *necelích* (necelých), *rosvitila* (rozsvítila), *chvíly* (chvíli), *nini* (nyní), *jelikoš* (jelikož), *uš* (už), *nevidržel* (nevydržel), *dištak* (když tak), *stegy* (vzteky), *skuste* (zkuste), *zákoné* (zákonné), *hřidely* (hřídeli), *madrace* (matrace), *přeskoušet* (přezkoušet), *brýly* (brýlí), *skontrolování* (zkontrolování), *vrad'te* (vraťte), *nemylému* (nemilému), *mylí* (milí), *řekly* (řekli) a *viřízena* (vyřízena). Z vlastní zkušenosti můžeme říci, že výše uvedený seznam celkem věrně ilustruje všeobecné trendy týkající se gramatických chyb v psaných textech. Zahrnuje totiž nejběžnější problémové oblasti gramatiky jako je určování vzoru podstatných a přídavných jmen, pravopis slov vyjmenovaných a příbuzných, shoda přísudku s podmětem, psaní *-y-* v předponě *vy-*, *vy-*, rozdíl v užití *s-*, *z-* a *vz-*, *-n-* a *-nn-*, *-mě-* a *-mně-*. Tento výčet přirozeně pochází pouze z dopisů psaných ručně, protože kontrola pravopisu textového editoru na počítači by právě uvedené chyby opravila.

Z hlediska slovnědruhové příslušnosti jednotlivých slov nebyly sebrané dopisy nijak zvlášť odlišné například od dopisů soukromých. Nejvíce se vyskytovala podstatná jména, přídavná jména, zájmena, slovesa a příslovce.

Zastavíme-li se u zájmen, zjistíme, že více jak $\frac{3}{4}$ dopisů obsahovaly v první větě osobní zájmeno *vy* v jiném než 1. pádě (*Tímto dopisem Vás žádám..., Píši Vám ještě*

dodatek..., Dnes jsme Vám odeslali..., ...dne 4.2.2011 jsem si u Vás zakoupil..., Reklamujeme u Vás zboží..., Prosím Vás o zaslání..., Zasilám Vám k vrácení..., ...prosím Vás..., Dovoluji si zaslat Vám..., Vracím Vám zpět...). Zajímavé také je, že naprostá většina pisatelů si je vědoma pravidel slušného chování a podle zvyklosti píše u osobního i přivlastňovacího zájmena ve 2. osobě množného čísla velké počáteční písmeno. Pouze dva zákazníci napsali počáteční písmeno malé. U dvou pisatelů se nedalo poznat, jaké písmeno napsali, protože pro realizaci dopisu zvolili tzv. tiskací písmo. Zvláštností v jednom dopise bylo užití přivlastňovacího zájmena *můj* s velkým písmenem na začátku slova (*Úvodem Mého dopisu Vám musím sdělit...*), autorka si zřejmě myslí, že všechna zájmena se píší s velkým písmenem na počátku. Jiný zákazník vytvořil neexistující tvar zájmena *můj*, když se pokusil o jeho skloňování v 6. pádě čísla jednotného (*V tomto mojem případě...*). Správný tvar je v tomto případě *mém*. Ze zájmen se ještě velmi často vyskytovala zájmena ukazovací (*...tímto Vás žádám o..., ...tímto odstupuji od kupní smlouvy..., ...nemám zájem o tento výrobek..., ...takto provedené výrobky* apod.) a zájmena osobní. Konkrétně u zájmen osobních musíme ještě učinit zmínku o jedné zákaznici, která ve svém dopise celkem šestkrát nesprávně užila zájmeno *já* ve 3. pádě, a to tak, že napsala *-y* místo *-i* (*At' my nikdo nepíše, že..., ...jak my může někdo napsat...*).

O číslovkách jsme se zmiňovali již v předešlé podkapitole. Na rozdíl od útvarů jiných funkčních stylů byl jejich počet v nashromážděných dopisech velmi vysoký. Tento jev je podnícen potřebou uvádět přesné údaje.

Sebrané dopisy občanů organizacím obsahovaly na rozdíl od běžných obchodních dopisů velké množství určitých slovesných tvarů. Příčinou je menší míra formálnosti a větší subjektivita a zainteresovanost pisatele. V dopisech jsme nenašli žádná modální predikativa, jelikož ta se spíše nacházejí v písemnostech užitých při organizaci a řízení podniku, kdy je třeba objektivně vyjádřit apel, nařízení či nutnost. Slovesa měla převážně tvar indikativu v 1. osobě čísla jednotného, nebo v 1. a 2. osobě čísla množného.

Příslovce, která se vyskytla v sebraném materiálu, většinou souvisela se zákaznickými požadavky a často docházelo k jejich opakování. Nejčastěji se opakovalo příslovce *předem* ve frázi *předem děkuji za kladné vyřízení*, následovala příslovce *zpět*, *znovu*, *opět* a *telefonicky*. V textech se nevyskytovala například žádná

příslovce, která se používají za účelem urychlení procesu nebo upřednostnění požadavku. Charakter zvolených příslovčí je spíše emfatický.

V materiálovém podkladu se nevyskytovaly žádné částice ani citoslovce. Výskyt předložek a spojek plně odpovídal zkoumanému útvaru a nebyl ničím výjimečný.

Přítomnost pádů jsme sledovali od samého počátku dopisu, tedy od oslovení. V osmnácti případech počal autor stylizaci dopisu oslovením ve vokativu (*Vážení!*, *Dobrý den!*, *Vážení a milí!*, *Vážená společnosti!*, *Vážený TV Products!*). Dvakrát se zákazník obracel přímo na konkrétního pracovníka (*Vážený pane Vysoký!*, *Vážená paní Bartuňková,...*). Hojný byl i výskyt nominativu, genitivu a akuzativu. Nenalezli jsme žádné fráze vyjádřené spojením podstatného jména v instrumentálu a opisného pasíva, ty jsou charakteristické spíše pro neosobní vyjádření. Neshledali jsme ani přítomnost genitivu adnominálního, příčinou je přílišná nepřirozenost tohoto typu vyjádření pro písemný styk obyčejných lidí.

V posledním odstavci morfologické analýzy se budeme věnovat vlivu dialektů na psanou podobu jazyka. U některých autorů bylo možno vysledovat korelaci mezi příslušností k nářeční skupině a morfologickými variantami některých slov. Například zákazník ze Zlína spadající do jižní (slovácké) podskupiny východomoravských nářečí napsal: *...zase tak hloupý nejsu...*, což plně odpovídá všeobecně moravskému způsobu mluvy. Jiná zákaznice pocházející z Lichnova u Bruntálu, kde dominují nářečí slezská, ve svém dopise prokázala typickou tendenci zkracovat některé vokály (*...jak zacházíte se svými zakazniky...*). Dalším příkladem byl zákazník z Nové Paky, který svou příslušnost k severovýchodočeské nářeční podskupině prokázal zejména užitím koncovky *-aj* ve 3. osobě množného čísla času přítomného u slovesa 5. třídy *mít* (*Rodiče na chatě maj...*). Extrémním případem byla zákaznice uvádějící jako doručovací adresu město Písek. V jejím projevu by se teoreticky mohly nacházet specifické prvky jihozápadočeské nářeční podskupiny. Původ nářečí nebo řeči, který se u ní projevil, byl však těžce vysledovatelný. Podle příjmení je možné také předpokládat, že se jedná buď o příslušnici romské menšiny nebo Slovenku. Její dopis byl každopádně jazykově i stylisticky velmi nesourodý, docházelo u ní k zaměňování různých samohlásek i používání zvláštních slov: *mesto* (místo), *pošlite*, *zašlite* (pošlete, zašlete), *lebo* (nebo; pravděpodobně ze slovenštiny), *z detma* (s dětmi), *na 3 týdne* (na 3 týdny), *dóufam* (doufám). Jako shrnutí tohoto odstavce lze dodat, že ve zbytku dopisů se nenacházely žádné podobné tendence a výskyt těchto nářečních vlivů byl tedy

ojedinělý. Většinou se autoři snažili užívat spisovnou češtinu a k použití dialektu se uchýlovali pouze v případě určitého emočního vypětí. Vysledovali jsme, že nářeční prvky se nejvíce objevovaly v jádru textu, a to zejména v pasážích, kdy se autor dosáhl určitého psychického rozladění a přestal kontrolovat své vyjadřování.

Morfologická analýza sebraného vzorku v mnohém odpovídala tezím nastíněným v teoretické části této diplomové práce. Přesto se však našly výjimky, na základě kterých texty cele nespĺňovaly charakteristiku komunikátů administrativního stylu. V morfologické rovině se například zásadně odrazila větší míra subjektivity a osobního zájmu autorů, což je v ryze obchodních dopisech považováno za nežádoucí prvek. Dopisy občanů organizacím jako komunikáty polooficiální však autorovu individualitu nepotlačují, naopak je zde příjemným zpestřením, které z těchto dopisů vytváří průnik mezi dopisy oficiálními a neoficiálními. Neznalost psané podoby spisovného jazyka a spoléhání se na systémy automatických oprav by pro nás mělo být přímým varováním před hrozícím úpadkem ručně psané korespondence.

7.1.3 Syntaktický rozbor

V oblasti větné skladby se u administrativních textů upřednostňuje úspornost a přesnost sdělení. To znamená, že pisatel tvoří převážně věty jednoduché, které mají jednoznačný, snadno dešifrovatelný obsah. U většiny dopisů ze zkoumaného materiálu tomu tak bylo, ale opět toto tvrzení nelze paušalizovat. Základní důvod, proč se zákazník rozhodl pro psaní dopisu, je ten, že potřeboval více prostoru pro vyjádření svého sdělení. Dopisy tím pádem obsahují jak věty jednoduché, tak souvětí. Do syntaxe se také do jisté míry promítl charakter mluvené podoby jazyka, a to hlavně tam, kde autor spojil velké množství jednoduchých vět do dlouhého a obsahově neprovázaného souvětí.

V jedenácti dopisech jsme našli chybně vytvořené syntaktické konstrukce. V některých případech bránilo nesourodé eliptické vyjádření pochopení myšlenkového obsahu. Často se objevovala tendence spojovat věty za sebou bez interpunkčních znamének, která spíše evokovala proud myšlenek v řeči. Následuje přepis dopisu jedné zákaznice, které k vyjádření svých požadavků stačilo v podstatě jedno velmi dlouhé souvětí:

Vážení

1.6.2011 jsem si zakoupila AKU PILU na nabíjení a zjistila jsem že nemám v pořádku u této pili baterii nabíjela jsem ji jenom asi 4x ale velmi těžce nabíjela se 20 minut pak se rosvítila neblinkavá červená řezalo to jenom chvíly 4 špalíčky a konec nini už to nenabíjí a svítí stále červené neblinká neposílám pilu ta je zatím v pořádku vyzkoušela jsem ji z baterií od známého který má stejnou pilu posílám i nabíječku, ale ta je myslím v pořádku, když jsem dostala tu pilu baterie se mně hned nezdála na to že to byla nová pila, baterie se mně zdála poškrábaná, jako by ji někdo vyměnil prosím podívejte se na to opravte ji a nebo pošlete novou Také bych prosila kdybich si mohla ještě přikoupit ještě jednu baterii stejnou a take ještě nahradní řetěz

I v případě, že nebudeme brát v potaz gramatické chyby, je tento dopis velmi špatně stylizován. Charakteristickými prvky jako jsou opakování výrazů, eliptické konstrukce nebo neuspořádanost se spíše přibližuje mluvenému slovu. Příčinou může být zanedbání některých fází geneze textu nebo snaha co nejlépe vysvětlit svůj problém, která vyústila ve vytvoření téměř nesmyslného sdělení. Zákaznice se zdá roztěkaná, vytváří jednu větu za druhou, aniž by na sebe tyto obsahově navazovaly a neodděluje je čárkami, tečkami ani velkými písmeny. Nemalý vliv na konečnou podobu textu měly faktory spadající do subjektivních slohotvorných činitelů jako je věk a vzdělání zákaznice nebo její momentální duševní rozpoložení.

Velmi zajímavý dopis z hlediska syntaxe poslala i zákaznice z Trutnovska. I přestože dopis byl napsán na počítači, vyskytuje se v něm velké množství chyb gramatických, morfologických i syntaktických:

Věc“ reklamace

Zasílám Vám plachtu na bazén tohle je výsledek po dvou měsíčním používání.Dále Vám zasílám pružiny od AB Reno po šesti měsících po nepravdelném používání.ještě praskla i černá manželovi roztrhla nohu steky vyhodil neni žádná korba váží 80 kg

Takže zboží reklamuji a věřím že moje reklamace bude kladně vyřízena,

s pozdravem kolbová

I zde se zákaznice nechala pravděpodobně unést emocemi. Jejím úmyslem nejspíše bylo vytvořit krátký výstižný text, který bude mít konkrétní účinek. Výsledek se však velmi liší – autorka zapomněla nejen na čárky mezi větami, ale i na tečky na konci vět a velká písmena na začátku věty i u svého příjmení. Věta *ještě praskla i černá manželovi roztrhla nohu steky vyhodil není žádná korba váží 80 kg* je kvůli chybějícím slovům

kompletně nesmyslná. Pokusíme-li se tento dopis přestylovat, mohl by v konečné fázi vypadat třeba takto:

Dobrý den,

zasílám Vám k reklamaci plachtu na bazén, která se po dvou měsících úplně rozpadla. Dále zasílám pružiny od přístroje AB Revo, které praskly po šestiměsíčním nepravidelném používání. Černá pružina praskla také, poranila manželovi nohu a ten ji v afektu vyhodil.

Prosím tedy o zaslání reklamovaného zboží a věřím, že moje reklamace bude vyřízena kladně.

S pozdravem Kolbová.

V jiném dopise se zákaznice velmi zvláštním způsobem zhostila zápisu přímé řeči. Mimo tuto pasáž se nevyskytovaly žádné syntaktické odchylky, pouze gramatické chyby, proto poskytujeme přepis pouze dvou odstavců:

...A vůbec nechápu, jak my může někdo napsat nechte po 20 cigaretách vychladnout kde to žiju. To je jako když si koupím vysavač a řekly my vyluxujte 1 místnost nechte vychladnout a pak pokračujte a nebo já dělám v kuchyni a mě někdo řekl nenechte tu pánvičku zahřát nechte ji vychladnout pak pokračujte, tak bych mohla vařit do vánoc....

Zakomponováním přímé řeči do textu zákaznice zbytečně zkomplikovala celé vyjádření. Navíc je způsob realizace, který zvolila, v podstatě smíšením dvou možností zápisu. Autorka vyjadřuje přímou řeč bez uvozovek a velkého počátečního písmena a zapisuje ji způsobem, který se používá pro vedlejší větu. Mohla si vybrat, jestli použije jednodušší zápis bez uvozovek a za pomoci užití vedlejší věty, (*A vůbec nechápu, jak mi může někdo napsat, abych přístroj nechala po vyrobení dvaceti cigaret vychladnout.*) nebo komplikovanější zápis s uvozovkami (*A vůbec nechápu, jak mi může někdo napsat: „Přístroj nechte po vyrobení dvaceti cigaret vychladnout.“*). Ona si vytvořila svůj vlastní způsob, který je ale nesprávný a reflektuje ústní vyjádření.

Zajímavý dopis co do skladby vět poslala i zákaznice, která v celém dopise použila pouze dvě interpunkční znaménka, a to tečky na konci věty. Vzniklo tedy nesourodé vyjádření, jehož rozdělení na logické celky je velmi nelehké:

Jsem velmi sklamaná s vašimi službama objednávala jsem si u vás tři produkty boty ty posílám Relax max ten je také závadný Rotační mop u toho se hned pokazila tyč bohužel jsem si nenechala reklamní lístek kromě toho byly inzerované u těch produktů dárky ani

jeden jsem neobdržela i jsem to reklamovala telefonicky bylo mě řečeno že to napraví ale nic je to pro mě poučení. Doufám že reklamace bude vyřízena k mé spokojenosti.

Děkuji předem

Na první pohled je velmi obtížné zjistit, co chtěla zákaznice sdělit. Porozumění brání především nelehká identifikace větných a významových celků. Celkově projev připomíná nepřerušovaný tok myšlenek v mluvené řeči. Vyjadřování, které zákaznice použila, je velmi zhuštěné a navíc není vyjádřeno to nejpodstatnější.

Průvodními jevy syntakticky nesourodého vyjádření bývají odchylky od větné stavby jako je anakolut a kontaminace. Tyto jazykové prohřešky se v sebraném materiálu vyskytovaly také. Našli jsme tři příklady kontaminace (v závorce je vždy uvedena správná předložková vazba): *To samé platí s organizéry textilními.* (To samé platí o organizérech textilních.), *Jsem velmi sklamaná s vašimi službama.* (Jsem velmi zklamaná vašimi službami.), *Byl sem také překvapen s nečitelným návodem.* (Byl jsem také překvapen nečitelným návodem.). Opakovaně se také objevil anakolut (*Způsobem, jakým byla zásilka zabalena, se ani nedivím, že je stroj poškozen..., ...protože tak jak bylo zboží doručeno, opravdu není normální., Už dost výrobků z Vaší nabídky jsem vyhodil, které byly v popise zboží vychváleny jak jsou praktické a dobré., Ale skuste si z těch nabízených úkonů co všechno lze na něm vyrobit něco udělat, a budete velmi zklamaný, tak jako já jeho výkonem.*). Tyto odchylky mají různé příčiny. Směšování vazeb je důkazem špatné znalosti kombinací předložkových výrazů s ostatními slovními druhy a podle našeho názoru má na vznik tohoto typu odchylky vliv nedostatečný styk s mluveným i psaným kodifikovaným jazykem. Anakolut je důsledkem autorovy snahy o co nejpřesnější sdělení. Pisatel se odchýlil od původní syntaktické konstrukce a věty na sebe přestaly navazovat.

Z výše uvedených textů je zřejmé, že autoři příliš nedbají na interpunkci. I v případě, že nebudeme natolik přísní a pomineme občasné opomenutí čárek v nestandardních spojeních, považujeme nenapsat čárku mezi větami, které jsou spojeny podřadně, za hrubou neznalost (*...doufám že Vám píšu naposled..., Doufám že reklamace bude vyřízena k mé spokojenosti., Snad sami uznáte že do nekonečna se to nedá řešit výměnou., Já taky netvrdím že ten přístroj je nefunkční, ale pro ty funkce které má provádět je slabý.*) Neomluvitelné je to i před vztažnými zájmeny a příslovci v podřadicím větném spojení (*Nejsem člověk který si neváží věci., Nevím kde to dostanu koupit....*). Z hlediska syntaxe bylo nejvíce chyb nalezeno v psaní čárek v souvětí.

Podle našeho názoru je tento okruh mluvnic pro velkou část společnosti velmi obtížný, a proto byla četnost výskytu chybějící čárky velmi vysoká.

Co se týče spojek, v textech jsme třikrát našli výraz *z tohoto důvodu* (jednou dokonce v podobě *s tohoto důvodu*), který je spisovný až knižní, a lze jej nahradit spojkou *proto*. V jiných ohledech nebyl výskyt spojek ničím specifický. Předložky, které se v dopisech vyskytly, byly převážně původní, pouze jednou jsme vysledovali použití nepůvodní předložky *vzhledem* ve spojení *vzhledem ke skutečnosti, že....*

Charakteristickým projevem administrativních komunikátů by mělo být čtenější užití pasivních konstrukcí související s objektivitou sdělení. Jelikož však sebraný vzorek vykazoval vyšší míru subjektivity než je u obchodních dopisů běžné, neobsahoval tento žádné pasivní konstrukce. Podmět byl vždy vyjádřen ve funkci agentu.

Shrneme-li rozbor syntaktické stránky sebraných autentických dopisů občanů organizací, zjistíme výraznější odlišnosti od obecných specifik administrativních komunikátů. Tento odklon je zapříčiněn subjektivním promítáním autora do textu. Vlastnosti textu jako úspornost, přesnost a jednoznačnost jsou autorovou individualitou často nevhodně a na úkor srozumitelnosti potlačeny. Výrazně negativními jevy, které se v dopisech objevovaly ve velké míře, byly chybná větná skladba a vynechání čárek v souvětí. Většina textů měla ráz mluveného projevu a vykazovala tedy vlastnosti jako eliptičnost, neuspořádanost a nepromyšlenost, což je v primárně psané administrativní oblasti považováno za nedostatek.

7.1.4 Stylistický rozbor

Dopisy, které jsme podrobili analýze, patří mezi útvary textové. Autoři tuto formu zvolili záměrně proto, aby mohli své myšlenky, názory a požadavky realizovat formou souvislého vyjádření a nebyť při tom v žádném ohledu limitováni.

Z hlediska stylistického je zkoumaný vzorek průnikem mezi všeobecně platnou normou pro administrativní oblast a soukromým dopisem. Občané se totiž při realizaci dopisů většinou snažili dodržet předepsané normy vztahující se k obchodnímu dopisu (dopisy obsahovaly datum, oslovení, požadavky na vyřízení reklamace, rozloučení atd.),

použili modelové fráze vhodné pro tento typ komunikace, zároveň se ale neubránili jistému uniknutí do sféry privátní subjektem ovlivněné komunikace.

Kdybychom měli dopisy občanů organizacím zařadit do skupiny podle funkčního zaměření, zařadili bychom je do skupiny s převládajícím zaměřením informačním a dokumentárním. Jejich funkcí je informovat firmu o problému, který má zákazník se zakoupeným výrobkem, a tomu musí odpovídat i slohová charakteristika útvaru.

Nyní se budeme věnovat obecnému charakteru dopisů. Administrativní oblast předpokládá pro své komunikáty uvedení pravdivých a srozumitelných informací, které jsou přehledně řazeny do odstavců. Co se týče pravdivosti uvedených informací, tu lze z naší pozice posoudit jen těžce. V každém případě je v zájmu zákazníka, aby reklamačnímu oddělení byla k posouzení předložena fakta. Neschopnost některých zákazníků vytvořit srozumitelný a logicky uspořádaný text jsme prokázali již v předchozí podkapitole, proto se tomuto bodu nebudeme nadále věnovat. Členěním textu do odstavců se pisatelé také příliš nezabývali. Z celkového počtu bylo pouze devět dopisů rozděleno do odstavců, z toho čtyři dopisy byly psané ručně a pět na počítači. Potřeba členit text samozřejmě souvisí s jeho délkou, jen deset komunikátů však bylo tak krátkých, že u nich nebylo nutné tematické oddělení jednotlivých celků. Alespoň deset dopisů obsahovalo nedůležité informace, což se negativně promítlo do délky dopisu. S tím souvisí i srozumitelnost. Vyzorovali jsme, že třetina dopisů disponovala větším rozsahem a zároveň nižší srozumitelností, přestože tyto dva parametry by měly být navzájem v součinnosti.

Zákazníci pro svá vyjádření volili výrazy přiměřené, ani v rozčilení se nesnížili k užití nevhodných výrazů a formulací. Na druhou stranu neprokázali zákazníci schopnost jakkoliv pracovat se synonymními výrazy. Často docházelo k opakování určitých slov i formulací ve větách, které následovaly přímo za sebou (*Reklamujeme u Vás zboží zakoupené 11.4.2012 a to madraci Air bed plyšovou modrou. Vzhledem ke skutečnosti, že madrace uchází, jsme nuceni zboží reklamovat., Tímto dopisem Vás žádám o vyřízení tohohle dopisu...* apod.). Vyjadřování některých zákazníků nepostrádalo až přehnanou přirozenost, která se dala srovnávat s přirozeností vlastní mluvenému projevu.

Podle konečné podoby většiny dopisů lze soudit, že se autoři dostatečně nebo vůbec nevěnovali genezi svého projevu. Dopisy občanů organizacím jsou sice na hranici mezi formálním a neformálním komunikátem a nutně tedy nemusejí splňovat všechny požadavky administrativní korespondence, ale podcenění stylizace jakéhokoliv dopisu je podle našeho názoru nezodpovědné.

Zmíníme-li se o struktuře dopisu, která se skládá z konkrétních prvků, pouze šest dopisů se nějakým způsobem odchylovalo od platné normy. Jeden dopis neobsahoval datum a oslovení v úvodu a na konci scházel podpis nebo adresa, případně alespoň příjmení. Dva dopisy byly napsány čistě jako vyjádření požadavku na vyřízení reklamace bez uvedení data, bez oslovení a rozloučení (*Naslouchátko šumí, jako když přiložíte mušly k uchu. Mikšíková; Po nastříkání pistolí byl takový nepořádek vůbec tam nebylo takové čisto jak píšete. Chtěla bych aby jste se na pistoli podívali jestli jde opravit nebo vyměnit za druhou. Děkuji Vlčková*). Ostatní pisatelé se alespoň snažili o dodržení určitých náležitostí vyžadovaných v administrativní korespondenci. Jedna zákaznice se na začátku dopisu pokusila o formální obrat, který lze v administrativě najít poměrně často. Jednalo se o výraz *níže podepsaný/á*, za kterým zpravidla následuje jméno, příjmení a adresa bydliště. Výsledek se však velmi lišil: *Dobry den. Dolupodepsaná IVETA FEKEOVÁ, vás žádám....*

Na konec se zmíníme o změně, kterou zapříčinila revize normy ČSN 01 6910. Jedná se o vynechání slova *Věc* v názvu komunikátu. Způsob uvedení dopisu tímto slovem je celkem všeobecně známý, o tom svědčí i fakt, že celkem pět dopisů tuto formuli obsahovalo (*Věc: Reklamace, Věc: poškozené zboží - číslo zákazníka 1083737, Věc: Odstoupení od smlouvy*). Pisatelé si zřejmě nejsou vědomi zavedení revidované normy, která název dopisu o toto slovo zkracuje.

Jelikož vytvoření obchodního dopisu, který odpovídá normě a má všechny náležitosti, není záležitostí jednoduchou, oceňujeme snahu většiny zákazníků o přiblížení k požadované formě. Stylisticky se dopisy občanů organizacím pohybují na hraně mezi formálním obchodním dopisem a neformálním soukromým dopisem a tím je ovlivněna i jejich celková charakteristika.

7.2 Rozbor sebraných e-mailů

Vzorek elektronických dopisů, který jsme podrobili analýze, čítal celkem 18 e-mailů. Všechny kromě jednoho byly doručeny na e-mailovou adresu reklamačního oddělení firmy *TV Products*. Jeden e-mail byl adresován konkrétnímu zaměstnanci, který má na starosti prodej náhradních dílů. Rozsahově se jednalo spíše o komunikáty kratší o maximální délce do jedné poloviny strany formátu A4. Výhodou elektronické komunikace je rychlost, dostupnost a cena služby. Všeobecně jsou e-maily kratší než dopisy a sdělení v nich je vyjádřeno zhuštěněji.

7.2.1 Lexikální rozbor

Charakter použitých lexikálních jednotek se velmi podobá charakteru lexika zkoumaných dopisů. Slovní zásoba je relativně omezená a vyplývá z funkce komunikátů. Často vyskytujícím se jevem bylo opět opakování slov a slovních spojení, jejichž užití se uplatňuje zejména v administrativním a technickém kontextu. Zajímavé ale je, že v dopisech jsme našli více případů opakování modelových frází. Všechny e-maily sice obsahovaly pozdrav *Dobrý den* a rozloučení (*Děkujeme za odpověď*, *S pozdravem*, *S přáním hezkého dne*, *Děkuji*), jinak ale můžeme konstatovat téměř absolutní absenci konvenčních frází a obrátů. Z frází použitých jako rozloučení použil autor v osmi případech na konci e-mailu formulaci *Děkuji*, z toho dvakrát jsme zaznamenali užití obecně českého tvaru *Děkuju*.

Pouze ve dvou e-mailech se objevily expresivně zabarvené výrazy. Ve srovnání s dopisy je tedy výskyt těchto slov nižší. V prvním případě použila zákaznice slovo *neoblbovat* ve větě *Tak doufám že neoblbojete zákazníci*. Tato lexikální jednotka má negativní konotaci a dala by se nahradit neutrálním slovesem *klamat*. Autor druhého e-mailu použil vulgární přídavné jméno *debilní* (...*a to co o ni říkáte v těch debilních reklamach je uplň nesmysl...*), které je buď takto nebo ve formě podstatného jména *debil* často užíváno jako nadávka. Toto substantivum původně označovalo nejlehčí stupeň mentální retardace člověka postiženého slabomyslností, postupem času slovo

přešlo z lékařské terminologie do běžného užívání a v současnosti se už tento termín ve spojení s duševní chorobou neužívá.

Nyní se zastavíme u termínů, které se vyskytly v sebraném vzorku. Opět docházelo k opakování slov spojených s reklamační oblastí jako *objednávka*, *reklamace*, *výrobek*, *zásilka*, *doklad o koupi*, *záruka*, *problém*, *závada* apod. a slov od nich odvozených. Druhým terminologickým okruhem zahrnutým do e-mailové korespondence byly termíny z oblasti technické: *defekt*, *výkon*, *pohonná směs*, *hlava* (válce), *benzín*, *olej*, *motor* atd. Specifickým výrazem bylo nespisovné slovo *karbec*, které označuje *karburátor*. Zákazník jej použil pravděpodobně proto, aby nebylo pochyb o jeho zainteresovanosti v oblasti techniky.

Pouze v jednom komunikátu pisatel nepoužil žádnou číslovku. Na rozdíl od dopisů se v e-mailech vyskytovalo uvedení celé adresy zákazníka jen ve čtyřech případech. Častěji zákazníci uváděli číslo zákazníka, číslo objednávky, datum nákupu a reklamace nebo přesný finanční obnos. Díky uzpůsobení schránky elektronické pošty v počítači nevyžaduje e-mail uvedení data odeslání přímo v textu. Datum se zobrazuje automaticky spolu s přesným časovým údajem o odeslání zprávy, takže ani v jednom e-mailu nebylo uvedeno. V sebraném materiálu se sedmkrát objevil zápis konkrétního finančního obnosu a pouze dvakrát jej autor užil v souladu s normou. Použité zápisy (*199kč*, *590kc*, *680*, *398,00Kč* a *499kč*) neodpovídají správnému způsobu písemného záznamu peněžních částek. Bez mezery mezi číslem a označením měny se výraz čte jako přídavné jméno a písmenná zkratka označující měnu *Kč* se vždy píše s velkým prvním písmenem. Správný zápis tedy je *199 Kč* a *398,00 Kč*, případně *Kč 199,-* nebo *Kč 398,--*. V případě větších finančních obnosů je podle normy vhodné skupinu tří čísel oddělit tečkou (např. *1.000.000 Kč*).

Přestože formát e-mailu je vhodný pro úspornější sdělení, neobjevili jsme v sebraných komunikátech velké množství zkratek. Nejčastěji, a to třikrát, se vyskytly zkratky *ks* (kus) a *tel.* (telefon). Dvakrát jsme zaznamenali výskyt zkratky *č.* (číslo). Další zkratky jako *PSC* (poštovní směrovací číslo), *r.* (rok), *sms* (z angl. Short Message Service), *pí* (paní) nebo *tj.* (to je) byly použity pouze nárazově. Jeden zákazník se ve svém dopise odvolával na radu, kterou mu dal „...*jeden muj známí judr...*“. Tato zkratka byla použita v nesprávném formátu, akademický titul *JUDr.* udělovaný doktoru práv se píše vždy před jménem a pouze v uvedené formě.

Zkoumané komunikáty spadající do oblasti elektronické korespondence neobsahovaly žádné univerbizované výrazy.

Převládajícím rysem sebraného vzorku e-mailů byla úspornost. Pisatelé použili především neutrálně zabarvená slova s přesným významem. Při výběru lexikálních jednotek dbali spíše na výstižnost a funkčnost výrazu. V porovnání s dopisy občanů organizacím působí e-maily více neformálně a vyskytuje se v nich mnohem menší množství ustálených formulací, což ovšem není na úkor srozumitelnosti.

7.2.2 Morfologický rozbor

Spisovnost jako jeden z nejdůležitějších rysů administrativních útvarů formuje celkový charakter komunikátů tohoto funkčního stylu, které jsou primárně realizovány písemnou formou. I přesto se však v této oblasti často vyskytují tvary nespisovné, které narušují stavbu celého textu a v krajních případech brání srozumitelnosti. Nejinak tomu bylo i v e-mailech, které jsme podrobili analýze.

Pravděpodobně díky systému automatických oprav pravopisu se v e-mailech nevyskytovaly tak kardinální chyby jako v ručně psaných dopisech. Pouze třikrát jsme našli špatně napsané slovo *objednávka* případně *objednat*, které se stejně jako v dopisech občanů organizacím vyskytlo v podobě *obědnávka* a *obědnat*. Stejný výskyt mělo slovo *zdělit*, u kterého došlo k záměně počátečního *s-* za *z-*. Porovnáme-li problémové užití podmiňovacího způsobu slovesa *být* v dopisech s e-maily, zjistíme, že v elektronických komunikátech se hyperkorektnost téměř neprojevila. Naopak lze konstatovat, že sloveso *být* bylo použito v podmiňovacím způsobu třikrát a z toho dvakrát v souladu s kodifikačními pravidly. V posledním případě zákazník slovesný tvar rozdělil takto: *by ste*. Na druhou stranu jsme u jedné zákaznice vysledovali jinou tendenci ve snaze po hyperkorektnosti. Na začátek zvrátého zájmena *se* totiž přidala souhlásku *j-* (...*že když jsi obědnám...*) a pokusila se tak vytvořit spisovnější, ale neexistující tvar. Frekventovaný výskyt mělo i slovo *stráčet*, které opakovaně nesprávně užil ten samý pisatel pokaždé ve stejném spojení (*po provozu a zahřátí strácel výkon*). V podstatě stejnou chybu udělal jiný zákazník, když napsal slovo *ztráta* se *s-* na začátku (...*nedostal jsem odpověď na můj email k strate dodacího listu...*). Mezi relativně časté chyby v psaných textech patří skloňování přídavných jmen,

což bylo možné vysledovat i ve zkoumaných e-mailech (...*materiál je zastaralí...*, ...*můj známí...*, ...*neustálím napouštěním vody...*). Co se týče přídavných jmen, jeden zákazník použil adjektivum *rozříznutý* za prvé v nespisovné podobě a za druhé v nevhodném kontextu (...*jsem po třetí operaci a jsem ještě rozříznutej...*). Dostačujícím by v tomto případě bylo pouze spojení *jsem po operaci*, které v podstatě nepotřebuje konkrétnější doplnění. Další dva zákazníci také použili nespisovný tvar přídavného jména ovlivněný obecnou češtinou (...*valečkem bych to měl vymalovany dřív...*, ...*dotykovéj telefon...*). Užití nespisovných tvarů přídavných jmen je běžnější v mluvené řeči, v psaném textu se stává gramatickým nedostatkem. Někteří zákazníci projeví neznalost základních gramatických pravidel týkajících se shody podmětu s přísudkem (...*a pak jsme s manželem zjistily...*, ...*spor, který jsme vedly* (zákazník s pracovníkem)..., ...*brýle zřejmě prošli už nějakou tou reklamací...*). Několikrát jsme narazili i na problematický zápis u slov, u kterých se objevuje spodoba znělosti (*narážka, otázka, zdělení, nezhody, ...ma tam hodne chyp...*). Tentýž problém byl i u některých výrazů, kde se pojí předložka s podstatným jménem (*z dárkem, z plachtou, s pistole, s toho*).

Jednorázově užití prvky odchylné se od kodifikace nyní shrneme pouze výčtem: *nemnělo* (nemělo), *kanistr* (kanystr), *ne kdo* (někdo), *rosipala* (rozsypala), *dyštak* (když tak), *jelikoš* (jelikož), *jesli* (jestli), *meil* (e-mail), *spirali* (spirály), *částka* (částka), *nak* (nějak) *myslým* (myslím), *stahuje* (vztahuje), *zistil* (zjistil) a *typovat* (tipovat). Uvedený seznam odráží stejně jako u dopisů povšechně problematické oblasti gramatiky. Počet sebraných e-mailů je nižší, seznam gramaticky nesprávných tvarů je tím pádem kratší.

Stejně jako u dopisů občanů organizacím nepřinesla analýza slovních druhů lexikálních jednotek vyskytujících se v elektronické korespondenci nic zvláštního.

V sebraném materiálu se podobně jako u dopisů téměř ve všech komunikátech vyskytovalo v úvodní části zájmeno *vy* v příslušném pádě nebo jako přivlastňovací zájmeno (...*včera jsem od vás obdržel/a...*, ...*v letošním roce jsem si u vás objednala...*, ...*koupil/a jsem si od vás...*, *Dne 20.6.2011 jsem vám posílala...*, ...*chtěl bych u Vás reklamovat...*, ...*obracím se na Vás...*, ...*nedávno jsem si ve Vašem internetovém obchodě koupil...*). Sledujeme-li přítomnost velkého počátečního písmena u tohoto zájmena, zjistíme, že výsledný poměr je zcela odlišný od téhož poměru u dopisů. V e-mailech se objevilo pouze čtyřikrát na začátku osobního zájmena

vy písmeno velké, z toho jednou ve tvaru zájmena přivlastňovacího. Zbytek pisatelů zvolil na počátku slova písmeno malé bez ohledu na to, že v normě ČSN 01 6910 je uvedeno, že tyto tvary se považují za vyjádření úcty, a proto je vždy píšeme s velkým počátečním písmenem. Stejně jako u dopisů se ve dvou e-mailech vyskytl tvar osobního zájmena *já* s velkým písmenem na počátku. V obou případech byl navíc tento tvar gramaticky špatně, protože ve 3. pádě jsou kodifikovány tvary *mně* a *mi*. (...*již jste Mě na toto zdělení neodpověděl...*, *Dne 19.8.2011 jste Mě zaslali na dobírku...*). Celkově se v textech velmi často vyskytovala zájmena ukazovací (*Po této opravě se toto bude opakovat?*, ...*proto jsem si objednal ty brýle...*, ...*proč se to tam tak zaseklo...*, ...*škoda těch peněz...*, ...*ta pistole naděla takovy nepořadek...*, ...*posílám vám tuto stížnost...*, ...*tento problém řešen...*, atd.). Pouze jedna zákaznice vytvořila nesprávný tvar ukazovacího zájmena *toto* ve 4. pádě jednotného čísla, když použila nespisovnou formu *todle* místo kodifikovaného tvaru *toto*. Vedle zájmen ukazovacích jsme identifikovali i velké množství zájmen osobních. V jednom e-mailu jsme podobně jako u dopisů našli špatně vyskloňované zájmeno *já*, konkrétně ve 3. pádě. Zákaznice zaměnila *-i* za *-y*, takže konečné vyjádření vypadalo takto: *Odpověď my prosím zašlete na tento e-mail....*

Počet číslovek vyskytujících se v e-mailech byl relativně nízký. Nejvyšší frekvenci měly číslovky napsané číslicemi a většinou se jednalo o data. Číslovkové výrazy, které se v dopisech občanů organizacím jevily jako problematické, měly v e-mailech nulový výskyt.

Přítomnost určitých tvarů slovesných není pro komunikáty administrativního funkčního stylu příliš obvyklá. To se však nevztahuje na e-maily, které jsou o poznání více než klasické administrativní útvary ovlivněny individualitou autora. Proto byly většinou použity určité slovesné tvary v 1. osobě jednotného čísla a v 1. a 2. osobě množného čísla způsobu oznamovacího. V sebraném vzorku jsme našli jedno modální predikativum ve spojení s vedlejší větou (*Je možno abyste mi zaslali tuto samotnou tyč?*), jež bylo užito za účelem zjištění konkrétní možnosti řešení vzniklého problému. Častěji se také vyskytovaly tvary opisného pasíva (...*byla provedena oprava...*, ...*po rozbalení zásilky bylo zjištěno...*, ...*bylo mi oznámeno...*, ...*bylo mi sděleno...*).

V oblasti neohebných slovních druhů se zkoumané e-maily nijak nevymykaly běžným psaným textům. Co se týče pravopisu předložek, identifikovali jsme ve dvou případech spojení předložky a jména do jednoho slova: *snim* (s ním), *stim* (s tím).

Příčinou se zdá být příliš rychlé tempo psaní na počítači bez následné kontroly. Nalezené spojky v těchto komunikátech nevykazovaly žádné výjimky. Specialistou v užití nespisovných výrazů byl zákazník, který ve třech e-mailech, které od něj reklamační oddělení obdrželo, celkem čtyřikrát použil zápornou částici *ne* ve své nespisovné zesílené podobě *né* (...*a né že tam vyměníte hlavu...*). Konkretizace a zpřesnění uvedených údajů se dosahuje pomocí příslovcí. I přestože celkový počet příslovcí byl vysoký, vícekrát se opakovala pouze příslovce *zpět*, *dnes* a *telefonicky*. Opakovaný výskyt ostatních příslovcí jsme neidentifikovali. Oblasti příslovcí se týká i psaní příslovečných spřežek. Spřežka *nazpět* vzniklá spřažením předložky a příslovce byla v jednom e-mailu dvakrát napsána jako dvě slova (*na zpět*), což se odchyľuje od kodifikované verze. V e-mailech jsme nenalezli žádné citoslovce.

Co se týče pádů, tvoří specifickou skupinu v administrativních textech vokativ, který bývá uveden jako oslovení na začátku každého dopisu. V porovnání s dopisy se autoři e-mailů ve 100% případů uchýlili k použití pozdravu namísto oslovení. Všechny dopisy kromě jednoho začínaly pozdravem *Dobrý den*, jednou se objevil pozdrav *Dobrý večer*. Ani jeden pisatel neuvedl na rozdíl od dopisní korespondence v úvodu svého e-mailového komunikátu oslovení. Distribuce ostatních gramatických pádů byla celkem běžná.

Posledním bodem morfologické analýzy je dialektologické zkoumání. V dopisech bylo snadnější zjistit příslušnost k nářeční skupině nebo podskupině jednotlivých produktorů, protože ti většinou na začátku nebo na konci textu uváděli svou adresu. V elektronickém styku si naopak komunikátoři uchovávají jistý odstup, částečně skrývají svou identitu a nepovažují-li to za bezpodmínečně nutné, svou přesnou adresu nesdělují. V této části sebraného materiálu se vliv nářečí projevil pouze u dvou autorů a shodou okolností oba dva uvedli místo svého bydliště. Prvním případem je zákazník z Břeclavi, který z hlediska dialektologického spadá do nářeční skupiny východomoravské. Jako typický příslušník této skupiny jednak nadužíval krátké samohlásky, jednak použil slovo *aj* místo spisovné české spojky *i* (...*jsem si objednával aj bazénový tester...*). U druhého zákazníka udávajícího své bydliště poblíž Strakonice se nijak neprojevil vliv jihozápadočeského nářečí, z jeho e-mailu by se spíše dalo soudit, že pochází ze zahraničí:

Dobry den ja kcy obednat 2ks,spirali jesli de to.muj adres je.... Dikuji blaha.

Zákazník má typicky české jméno i příjmení, ale i přesto se nám zdá nepravděpodobné, že by Čech mohl vytvořit podobný text, a proto přičítáme kompletní neznalost češtiny ve všech rovinách zahraničnímu původu.

Na závěr upozorníme na fakt, že bylo velmi těžké rozlišit, zda se jedná o pouhý překlep nebo chybu. Při tomto rozhodování jsme brali v potaz kompletní podobu textu a sledovali jsme, jak se pisatel vyjadřuje. Chybějící diakritiku jsme nepovažovali za chybu ani v případě, že autor napsal část textu s diakritikou a část textu bez diakritiky. Nejnovější trendy elektronické komunikace a komunikace přes internet vůbec totiž v návaznosti na úsporu času jednoznačně směřují k absolutnímu vymizení diakritických znamének. Tento fenomén se dal vysledovat i u sebraných e-mailů. Z celkového počtu e-mailů neobsahovaly tři komunikáty vůbec žádnou diakritiku. U ostatních pisatelů byla v rámci jednoho e-mailu přibližně polovina textu se znaménky a polovina bez nich. I u zákazníků, kteří psali většinu slov s diakritikou, se objevila slova, u kterých čárky a háčky úplně chyběly. Za hlavní důvod považujeme již zmíněnou úsporu času.

Z morfologického hlediska se e-mailové komunikáty administrativní oblasti v mnohém podobaly zkoumaným dopisům občanů organizacím. Z velké míry do nich byla promítnuta autorova subjektivita a často se v nich také odrážela autorova neznalost spisovného jazyka. Oba tyto prvky bývají v administrativních komunikátech považovány za nemístné, přesto se vykytovaly poměrně často. Zkoumané e-maily se navíc od administrativní sféry oddalovaly i celkově méně frekventovaným užíváním ustálených frází.

7.2.3 Syntaktický rozbor

Společnými rysy zkoumaných e-mailů byly především stručnost a jednoznačnost sdělení. Prostřednictvím e-mailu pisatelé vyjadřovali požadavky přesně, jednoznačně a ve srovnání s dopisy také na menší ploše. Pouze tři texty z celkového počtu se svým rozsahem přibližovaly polovině stránky A4. Ačkoliv se autoři převážně uchylovali k použití vět jednoduchých, skladba jejich vyjádření častokrát nebyla v souladu se syntaktickými pravidly. Větnou skladbu ve velké míře ovlivnilo působení mluveného jazyka, ke kterému zákazníci občas inklinovali.

Nejčastějším problémem bylo spojování vět za sebou bez jakéhokoliv interpunkčního znaménka. Někteří zákazníci své vyjádření zformulovali dokonce tak, že v nich interpunkce chyběla úplně:

Dobry den koupil jsem si od vas maliřskou pistoli a to co o ni rikate v těch debilnich reklamach je uplny nesmysl měli byste se nad sebou zamyslet než budete něco takoveho nabizet vždyt ta pistole naděla takovy nepořadek no hruza a přehřívá se, je hlučnější než náš vysavač a ještě jedna věc valečkem bych to měl vymalovany dřív než tim vašim zazrakem stydte se škoda těch peněz. Takže jsem zvědavý co mi na to odpovíte budu se těšit s pozdravem Balog

Viditelně nespokojený zákazník poskládal všechny své myšlenky do jedné dlouhé věty, která téměř absolutně postrádá interpunkci. Pán zřejmě e-mail napsal v afektu, a proto připomíná spíše mluvenou stížnost. Na tomto textu je také zajímavé použití diakritiky, kdy ji pisatel nevyпустиł úplně, ale pouze částečně. To lze také přičíst velkému rozčilení. Jiná zákaznice na začátku svého e-mailu neuvedla velké písmeno a v tendenci nepsat kromě interpunkčních znamének ani velká písmena pokračovala i dále:

dobrý večer koupila jsem si od vás madračku 4lůžko a každý večer nebo den jsme to museli přifukovat a pk jsme zjistily že je tam dírka tak bych to chtěla reklamovat ale nevím jestli chcete jen to jedno a opraviteto a nebo obě pošlete mi nové matrace nemáme na čem s přítelem spát děkujeme za odpověď dyštak v pondělí bych vám to poslala

Tento způsob vyjádření připomíná čistý tok myšlenek nepodrobený jakékoliv korekci. Zdvojení písmena *t* ve slově *chcete* vzniklo delším stiskem tlačítka na počítačové klávesnici.

Ve zkoumaném vzorku jsme našli pouze dvě odchylky od větné stavby. Ve větě: *Dále chci požádat o uhrazení sady na opravu bazénu a vzniklé škody neustálím napouštěním vody která mi vznikla se vyskytl anakolut bránící srozumitelnosti celého tvrzení.* Z takto konstruovaného vyjádření vyplývá, že zákazníci vznikla voda, nikoliv škoda. V druhém případě zákazník špatně použil osobní zájmeno *oni* ve 2. pádě, kterým se snažil odkázat na podmět (*národ*) v předchozí větě: *...opravdu mám sto chutí to poslat do televize aby národ viděl co je čeká když u Vás objednají.* Správná verze vypadá takto: *..., aby národ viděl, co ho čeká, když si od Vás objedná.*

Kromě překlepů figuruje v tomto textu velké množství nesrovnalostí nejen syntaktických, ale i gramatických. Všeobecně se v e-mailech nejčastěji vyskytovaly

chyby v interpunkci, a to stejně jako v dopisech občanů organizacím hlavně v základních případech jako jsou podřadně spojené věty (*...jak mam nainstalovat internet když tu ne ni zadna znacka..., ...s hrůzou jsem zjistil že ..., ...nevěděl jsem jestli je v záruce...Nevím jestli znáte princip dvoudobého motoru..., Takc doufám že neoblujete zakaznici..., ...se to tam zaseklo že to nejde vyndat..., ...vyskytl se problém že na něm není nikde výrobní číslo....*), před spojovacím výrazem ve formě vztažného zájmena (*...nelze vyndat ten konec do kterého je hadice našroubovaná..., ...polarizační brýle které jsem si objednal..., zboží které musí být v pořádku...,chci požádat o uhrazení...škody...která mi vznikla... atd.*) nebo před spojovacím výrazem ve formě příslovce (*...chtěl vědět jak to dopadlo..., nemuzu najít kde jsou zvuky..., Proto se chci zeptat proč..., ...nevím jak budu tento kvalitní výrobek reklamovat..., ...odepište mi jak mám dále postupovat..., ...chci se zeptat jak postupovat...).*

Na závěr kapitoly uvádíme e-mail jednoho zákazníka, který zvolil velmi svérázný způsob korespondence:

vážení v obchodě...již mně došla trpělivost ohledně opravy mobilu....to chcete veřejně okrast důchodce...pošlete mně zpět peníze za mobil který jsem koupil mému vnukovi....mobil není opravený tak co si vlastně myslíte....toto by se nemnělo stávat já беру pár korun měsíčně a na tento mobil jsem šetřil celý rok...již jsem urgoval dvakrát od vás přišlo že jej posíláte z jedné opravy do druhé a stále nic...je to škoda jsem váš stálý zakazník...jiná možnost pro mě neexistuje než mně vrátit peníze co mně dal radu jeden muj známí judr....děkuji

Oddělování vět čtyřmi tečkami je zcela neobvyklé. Věty navíc nemají na začátku velké počáteční písmeno a na konci nemají tečku. Celé vyjádření nevypadá, že by bylo tvořeno při vypjatém emocionálním naladění, spíše se jeví celkem promyšleně. Zároveň však celé vyjádření působí jako pouhé na sebe nenavazující výkřiky. Tuto realizaci myšlenek bychom si spíše dovedli představit jako zápis telefonického hovoru.

Výskyt spojek byl celkem běžný. Pouze v jednom e-mailu se objevila nezvyklým způsobem užitá spojka *z důvodu* (*Chtěla bych ho reklamovat z důvodu defektního vrchního kruhu.*). Podobně užití spojení slov se jeví nepřirozeně, věta by se dala přeformulovat do srozumitelnější verze, např.: *Důvodem reklamace bazénu je defektní vrchní kruh.* V sebraném materiálu se nevyskytly žádné nepůvodní předložky.

Syntaktická analýza v mnohém potvrdila přítomnost jevů obecně se vyskytujících ve sféře administrativního styku. Patrné odchylky přineslo podrobnější zkoumání četnosti použití ustálených frází. Na rozdíl od dopisů se v elektronické korespondenci modelové věty nevyskytovaly tak hojně, protože e-mail se přibližuje komunikaci ústní, kde se tato vyjádření nevyskytují buď vůbec, nebo jen velmi málo. Prvky, které měly naopak dopisy a e-maily společné, byly autorovo občasně sklouznutí k větné skladbě typické pro mluvenou řeč a charakteristické problémy s interpunkcí.

7.2.4 Stylistický rozbor

Zkoumané e-maily patří do oblasti útvarů textových. Jsou tedy realizovány jako souvislý text, v porovnání s dopisy jsou však kratší a více strohé.

Po stránce stylistické se e-maily velmi přibližují stylové normě soukromých dopisů. Za prvé ve velké míře postrádají požadovanou oficialitu a za druhé jsme u nich vysledovali značné omezení výskytu zdvořilostních frází a modelových slovních spojení. Z tohoto hlediska se poměrně dost oddalují od formálního obchodního dopisu a spíše inklinují k zařazení do oblasti dopisů privátních.

Zohledníme-li přítomnost funkce, řadíme komunikáty ze sebraného materiálu do kategorie s převládajícím zaměřením informačním a dokumentárním. Autorovým záměrem je v tomto případě popsat vyskytnuvší se problém, popřípadě se dotázat na konkrétní informace.

Základními rysy administrativních komunikátů, které propojují celé spektrum útvarů v této oblasti používaných, jsou srozumitelnost a přehlednost. Tyto požadavky byly splněny téměř beze zbytku ve všech komunikátech. Ke srozumitelnosti a přehlednosti celého vyjádření jistě pozitivně přispěl i menší rozsah textů. Naopak prvkem, který se v e-mailech vůbec nevyskytoval, bylo členění do odstavců. Tendencí autorů v tomto případě bylo e-maily vůbec nijak nečlenit. Pouze u jedné zákaznice jsme vysledovali jakýsi pokus o rozdělení svého vyjádření do celků. Zvolené členění se však neřídilo žádnými pravidly, celky nebyly členěny ani tematicky, ani obsahově. Na pohled text tedy vypadá upraveně, ale způsob členění textu postrádá smysl:

Dobrý den

Dne 20.6.2011 jsem vám posílala na zpět maliřskou pistol a ŽÁDÁM VRÁCENÍ PENĚZ! Jelikož mi to bylo oznámeno u vás jak jsem si to obědnavala telefonicky a i na prodejně v Mladé Boleslavi

Že když si obědnám maliřskou pistol přes internet a nebo telefonicky tak mám možnost do 14 dnu vratit zboží bez udávání důvodu a budou mi vráceny peníze já jsem to posílala hned druhý den...

Tak doufám že neoblujete zakaznici a skutečně mi budou vráceny peníze dcera mi koupila k narozeninám tak nač mi budou dvě proto jsem to poslala na zpět i z darkem co jsem od vás dostala prostě vše tam máte jak to bylo

A nevím proč mi bylo 2x poslana maliřská pistol dnes opět jsem tu měla

Sdělení je celkově velmi nesourodé a těžko pochopitelné, možná proto zvolila autorka úhlednější úpravu.

Fáze geneze e-mailu jsou z časových důvodů velmi zkrácené, v některých případech dokonce úplně zanedbané. Vlivem životního stylu současné společnosti se spousta věcí zrychluje nebo zdokonaluje, ale na druhé straně existují věci, které se úplně vypouštějí. Mezi ně patří například důkladná příprava a uspořádání materiálu před vznikem psaného komunikátu. E-mail je záležitostí moderní, a tudíž reaguje na potřeby moderního člověka, který nemá čas se podobnými věcmi zabývat. Navíc se psanému projevu už nepřikládá tak velká důležitost, takže není důvod věnovat čas nepodstatným elementům jako je například geneze textu. Tento trend se odrazil i v sebraném vzorku, podle stylizace e-mailů lze soudit, že naprosté většině pisatelů zabral proces tvorby textu pouze pár minut. Neoficiální ráz všech komunikátů svědčí o degradaci e-mailů spadajících do administrativní oblasti na e-maily soukromé postrádající kromě nezbytné formality i prvky dané státní normou.

Norma ČSN 01 6910 se vztahuje pouze na e-maily s charakterem obchodního dopisu. Přestože tuto podmínku sebrané komunikáty jistě splňují, nevyskytly se v nich všechny v normě uvedené prvky. Začneme-li hlavičkou, zjistíme, že hned pět e-mailů nedisponuje povinně uváděnou složkou této části – předmětem. Ve zbývajících komunikátech byla jako předmět uvedena slova nebo slovní spojení (*Stížnost,*

polarizační brýle, reklamace, odpověď, vadná plachta, spor reklamace křovinořezu atd.). Vedle předmětu, který musí pisatel spolu s e-mailovou adresou adresáta vypisovat ručně, patří do hlavičky ještě automaticky se doplňující údaje jako je adresa odesílatele, datum a čas odeslání. Norma dále uvádí, že samotné sdělení se uvádí pozdravem nebo oslovením, což bylo splněno ve všech komunikátech. Poslední částí e-mailu je zakončení, které obsahuje rozloučení, jméno a příjmení a adresu odesílatele. V tomto bodě se autoři rozcházel v realizaci. Pět e-mailů obsahovalo v závěrečné části jak rozloučení, tak jméno, příjmení a celou adresu. Největší část vzorku čítající osm komunikátů měla na konci uvedeno rozloučení doplněné o jméno a příjmení nebo alespoň příjmení. Čtyři autoři se omezili pouze na závěrečný pozdrav bez uvedení jména či příjmení, natož adresy. Jeden e-mail neobsahoval ani jeden z uvedených prvků předmětem počínaje a adresou konče. Autorka nechala v hlavičce pouze automaticky se objevující informace a na pozdrav rovnou navázala sdělením, které nezakončila ani uvedením pozdravu, jména a příjmení či adresy.

Celkové shrnutí stylistického zkoumání elektronické korespondence je v souladu s naznačenou tezí, že sebrané e-maily nenesou ve svém charakteru nutný prvek formality. Velká část e-mailů sice v určité míře obsahovala normované elementy, příčinou ale pravděpodobně je znalost pravidel slušného chování a písemné komunikace, spíše než znalost normy. Geneze textů byla ve většině případů podle našeho názoru velmi podceněná.

7.3 Rozbor sebraných reklamačních listů

Poslední část vzorku čítající 49 reklamačních listů tvořila přesně jednu polovinu z celkového počtu sebraných komunikátů. Všechny reklamační listy kromě tří byly vyplněny ručně. Ve dvou zbývajících případech zvolil autor pro vyplnění údajů psací stroj a jednou zákazník svůj požadavek napsal na počítači a poté ho na reklamační list nalepil. Délka žádného komunikátu nepřesáhla dvě věty, v mnohých případech odpovídá rozsah vyjádření pouze několika slovům či slovním spojením. Hlavními výhodami využití reklamačního listu jsou možnost úpornějšího vyjádření požadavku na vyřízení reklamace pro reklamujícího a usnadnění vyhledávání v databázi zákazníků pro pracovníky reklamačního oddělení.

7.3.1 Lexikální rozbor

Prostor, který je na reklamační listu vymezen pro popsání závady a uvedení požadavku na vyřízení reklamace, limituje zákazníka jak v samotném výběru lexikálních prostředků, tak v obsáhlosti celého sdělení. Autor musí uvědoměle volit výrazivo explicitní tak, aby strohým vyjádřením dosáhl komunikačního cíle. Tato tendence k přesnosti, jednoznačnosti a stručnosti jednoznačně přiřazuje reklamační listy ke komunikátům administrativním. Charakter zvolených slov odpovídá zaměření textu, opakovaly se výrazy a slovní spojení jako například *výrobek, zásilka, nefunkční, nevyhovuje, vadný, vracím, poškozený, závada, prosím o výměnu/opravu, žádám/prosím o vrácení peněz* nebo *odstupuji od smlouvy*.

Na rozdíl od předešlých útvarů jsme ve vzorku reklamačních listů nenašli ani jeden expresivní výraz. Všechny jazykové prostředky spadaly do vrstvy neutrální slovní zásoby. Celkem vysoký byl opakovaný výskyt termínů z technické oblasti, nejčastěji se vyskytly výrazy *baterie* a *nabíječka*, další technické termíny se vyskytovaly pouze jednorázově (*kalibrace, pojistky, zkrat, rotační hlavice, filtr, filtrace, displej, konstrukce, kontakt, tryska*, apod.).

Stejně jako v dopisech a e-mailech se i v reklamačních listech často objevovaly číselné údaje. Pisatelé je použili například pro vyjádření výše zaplaceného poštovního (85,- Kč), rozměru bazénu (457 x 91), obvodu hrudníku (110 cm), velikosti bot (č. bot 39) nebo číselného označení výrobku (*sada #57124*). Pouze jeden zákazník uvedl do protokolu i datum. Ani tentokrát neměli autoři mnohdy jasno ve správném užití některých číselných výrazů. Jedenkrát jsem zaznamenali nesprávný zápis finančního obnosu, když zákazník naspal značku měny s malým počátečním písmenem (599 kč na místo 599 Kč). U výše zmíněného rozměru bazénu (457 x 91) zase chyběly měrové jednotky (cm). Všeobecně byl před zápisem slovy upřednostňován číselný způsob zápisu. Vlivem uvedení informací o zákazníkovi (adresa, číslo objednávky, číslo zákazníka), které jsou předtištěny na každém reklamačním listě, lze na tomto formuláři nalézt větší počet číselných údajů než v předchozích útvarech, které byly podrobeny analýze. Naším záměrem ale je zkoumat písemný projev zákazníků, takže do výčtu tyto položky neuvádíme.

Frekvence zkratek byla celkově nízká. Důvodem je fakt, že zákazník do reklamačního listu nemusí vypisovat adresu, telefon ani jiné blíže určující informace. Nejčastěji, a to celkem třikrát, jsme objevili zkratku *cm* (centimetrů). Dvakrát se vyskytla zkratka *č.* (číslo) a jednou zkratka *tel.* (telefon). Jedenkrát užil autor při popisu materiálu výrobku iniciálovou zkratku *PVC*, která značí chemickou látku zvanou polyvinylchlorid. Velmi zvláštním způsobem oznamovala jedna zákaznice skutečnost, že jí v balení s výrobkem nebyl dodán český návod k použití (*Chybí cz. návod!!!*). Zřejmě se snažila odkázat na internacionálně uznávané označení České republiky, které se ve formě *CZ* objevuje například na automobilech jako mezinárodní poznávací značka a vztahuje se k zemi, ve které je vozidlo registrováno. Zvolený zápis *cz.* nám také evokuje internetovou doménu pro Českou republiku, která má ale tečku na začátku (*.cz*).

Zajímavé oživení slovní zásoby se objevilo v textu jedné zákaznice. Šlo o snahu použít slovo cizího původu bez znalosti jeho přesného znění. Autorka se reklamačnímu oddělení svěřila s tím, že *manžel je alergit*. Z kontextu lze usuzovat, že měla na mysli slovo *alergik*, které označuje člověka trpícího alergií.

Jediným nalezeným univerbizovaným výrazem bylo slovo *čistič*, které nahrazuje slovní spojení *přístroj na čištění*. Ve zbylém materiálu jsme nenašli žádné víceslovné lexikální jednotky nahrazené jednotkou jednoslovnou.

Ve srovnání s dopisy a e-maily není v reklamačních listech tolik konvenčních obrátů a zdvořilostních frází. Schematické dosazování celých vět a slovních spojení zde ustupuje do pozadí. Příčinou je poskytnutí minimálního prostoru, které nutí autora své vyjádření zkrátit do co nejkratšího útvaru. Přesto se některé modelové fráze v protokolech opakovaly. Pouze dva komunikáty byly uvedeny pozdravem, v obou případech se jednalo o neutrální jednotku *Dobrý den, ...*. Dva zákazníci začali své vyjádření oslovením (*Vážená společnost, Vážení*). Zbylé reklamační listy neobsahovaly v úvodu žádný zdvořilostní obrat. Důvodem je charakter protokolu – zákazník je nucen přistoupit rovnou k uvedení důležitých prvků, není po něm vyžadováno pečlivé dodržování osnovy jako například v dopise. Nejčastěji používali autoři ustálená slova a slovní spojení na konci listu. Nejvyšší výskyt mělo poděkování, které jsme v různých formách našli v šestnácti reklamačních protokolech (*Děkuji, Děkuji za pochopení, Za vyřízení děkuji, Děkuji za vyřízení, Děkuji za kladné vyřízení, Mnohokrát děkuji*

za ochotu.). Dvakrát zákazník za poděkování připojil ještě přání hezkého dne (*S pozdravem a přáním hezkého dne Neuwirth Jaroslav., Přeji hezký den.*).

Lexikum sebraných reklamačních listů bylo v tomto případě vedle funkce limitováno navíc ještě prostorem vymezeným pro vyjádření. Rozsah komunikátu ovlivnil autorův výběr lexikálních jednotek na jednotky především explicitní a neutrální. Na druhou stranu je důsledkem úspory místa i vymizení modelových obrátů a zdvořilostních frází, které většina autorů vynechala, aniž by vlivem toho došlo k nenaplnění komunikační funkce.

7.3.2 Morfologický rozbor

Základním požadavkem na psané administrativní texty je jednoznačně spisovnost. V případě vyplňování reklamačních listů byl však poměr gramatických chyb a počet použitých slov velmi nerovnoměrný. V těchto komunikátech se vyskytovalo velké množství nekodifikovaných výrazů, velké potíže činil hlavně pravopis.

Porovnáme-li chyby v reklamačních listech s chybami ve dvou předchozích útvarech, jsou tyto celkem odlišné. Například ani jedenkrát jsme nezaznamenali nesprávný nebo hyperkorektní tvar slovesa *být* v podmiňovacím způsobu. Na druhou stranu je nutné podotknout, že se sloveso v uvedeném tvaru vyskytlo pouze v jednom komunikátu (*...vrátili bystemi peníze...*). Jak je vidět, tvar slovesa byl v souladu s kodifikací, problém zde činilo rozdělení slov. Vynechání počátečního *j-* u slovesa *být* se dopustil pouze jeden pisatel, a to v 2. osobě čísla množného (*ste*). Nejvyššího opakování dosáhlo sloveso *nevyhovovat*, které se celkem ve čtyřech různých komunikátech vyskytlo ve 3. osobě čísla jednotného času přítomného ve tvaru *nevihovuje* (např. *výrobek mi nevihovuje*). Druhým nejproblematičtějším výrazem bylo sloveso *dobít*, popřípadě *nabít* ve smyslu *doplnit/dodat elektrický náboj* a slovo příbuzné *nabíječka*. Konkrétně jedna zákaznice použila slovo *nabíječka* celkem třikrát v jednom reklamačním listu ve tvaru *nabýječka* a výčet doplnila nesprávným tvarem podstatného jména *nabytí* a neexistujícím tvarem slova *displei*. Výraz pro zařízení užívané pro zobrazování číslic a znaků je přejatý z angličtiny (*display*) a je součástí české slovní zásoby v podobě *displej*. Následuje přepis celého požadavku na vyřízení reklamace:

Zapojím nabýječku k telefonu po 5 minutách mi naskočí na displei vadný kontakty nabíječky vypojím ji a zapojím ji znovu po nabytí vytáhnu nabýječku a baterie je prázdná a ukazuje se mi na displeji slabá baterie.

Další autor učinil tutéž chybu hned dvakrát (*při dobytí, okamžitě se vybyje..*). Poslední lexikální jednotkou, jejíž chybné užití se opakovalo dvakrát, je slovo *výměna* ve své gramaticky nesprávné podobě *výmněna* obsahující v kořeni slova nadbytečnou souhlásku *-n-*. V tomto slově překvapivě nedělala problém předpona *vý-*. Zvýšený výskyt mělo i chybné určení vzoru u přídavných jmen. Ve čtyřech případech napsali zákazníci *-í-* v přídavném jméně spadajícím pod vzor *mladý* (...*z neznámých důvodů...*, *Popraskání rohovích komponentů, ...celí rok...*, *...malí objem...*). Pouze jednou se vyskytla chyba ve shodě přísudku s podmětem (*brýle praskli*).

Nyní, stejně jako v předešlých analýzách, poskytneme výčet gramaticky nesprávných tvarů: *křechké* (křehké), *chlep* (chléb), *visledek* (výsledek), *tvrtši* (tvrďší), *tadi* (tady), *krit* (kryt), *jelikoš* (jelikož), *úchity* (úchyty), *raním* (ranním), *nebila* (nebyla), *heský* (hezký), *nefunkuje* (nefunguje), *z gumi* (z gumy), *ližina* (lyžina), *od Větnamců* (od Vietnamců), *bez naší vyni* (bez naší viny), *umití* (umytí), *vyklající se* (viklající se), *skrat* (zkrat), *podložki* (podložky), *rosahem* (rozsahem), *od smlouvi* (od smlouvy), *objevý* (objeví), *neš* (než), *neeksistuje* (neexistuje), *nevidržela* (nevydržela), *dysplej* (displej), *bil* (byl), *peněs* (peněz), *spálý* (spálí), *trubyce* (trubice), *otpojen* (odpojen), *od baterki* (od baterky), *obje* (obě), *pod prsi* (pod prsy), *drolý se* (drolí se), *otstupuji* (odstupuji), *scela* (zcela), *činosti* (činnosti), *rozblyka* (rozblíká), *nezlopte se* (nezlobte se), *dle objednavki* (dle objednávky), *chibí* (chybí), *neňi* (není), *mnělo* (mělo), *větčí* (větší), *výko* (víko), *nerosvítí* (nerozsvítí), *cérka* (dcera), *podpirsenka* (podprsenka). Seznam z větší části reflektuje klasické chyby objevující se v psaných komunikátech, některé chyby jsou však velmi neobvyklé a z našeho pohledu se pro ně těžko hledá vysvětlení nebo odůvodnění.

Zaměříme-li se všeobecně na příslušnost jednotlivých slov ke slovním druhům, zjistíme, že oproti dopisům občanů organizacím a e-mailům jsou reklamační protokoly zaměřeny více nedělově, je u nich tedy pozorovatelná jistá absence sloves. Převládají spíše podstatná jména, přídavná jména a zájmena.

Líší se však i výskyt zájmen. Na rozdíl od obou útvarů již podrobeným analýze jsme v reklamačních listech nenalezli zvýšený výskyt zájmena *vy*. Toto osobní zájmeno

se naopak v komunikátech vyskytlo pouze čtyřikrát (*Prosím Vás...*, *Dnes jsem obdržel od vás...*, *Vracím již podruhé Vámi zasláný removar...*, *...žádáme vás o...*). Z hlediska druhu zájmen převažovala zájmena ukazovací a přivlastňovací, zájmena osobní fungovala spíše jako nevyjádřený podmět. Z ukazovacích zájmen nás zaujal nespisovný tvar *tuhle (...nechci tuhle kameru...)*, který byl použit na místo spisovného *tuto*. Dva autoři napsali *-í-* místo *-ý-* ve tvarech množného čísla přivlastňovacího zájmena *můj*, které se skloňuje podle vzoru *mladý*. Jeden pisatel se tohoto prohřešku dopustil ve 2. pádě (*...prosím o vrácení mých peněz...*) a druhý ve 3. pádě (*...neodpovídá mím požadavkům...*) čísla množného.

Číslovky měly v sebraném materiálu celkem vysoké zastoupení. V jedenadvaceti komunikátech bylo možno detekovat jejich výskyt. Pisatelé častěji volili číselný způsob zápisu, pouze šest zákazníků použilo slovní zápis (*...jedna cigareta...*, *po prvním použití...*, *...po pěti minutách...*apod.).

Na rozdíl od předchozích administrativních útvarů podrobených rozboru se v reklamačních listech nevyskytovalo tak velké množství sloves. Příčinou je strohost vyjádření a časté použití neslovesných vět (*Malí objem pod prsi...*, *V případě možného nedodání jiné velikosti vrácení peněz děkuji.*, *Polámané spoje a tyče.*, *Závada na vrchní plachtě.*, *Absolutní nespokojenost.*, *Nefunkční.*, *Plastové úchity popraskané...*). Autoři záměrně vypustili výrazy, které lze vynechat bez rizika nedosažení komunikačního cíle. Slovesa, která se v textech vyskytla, byla převážně v 1. nebo 3. osobě čísla jednotného nebo v 1. osobě čísla množného. Ve vzorku reklamačních protokolů jsme našli jedno modální predikativum (*...bylo dobře zacházeno.*). Pisatel jej užil pravděpodobně opět z důvodu úspory místa, vyjádření *zacházeli jsem s ním dobře* je sice přirozenější, ale zato delší.

Ve všech reklamačních listech se vyskytlo pouze velmi omezené množství neohebných slovních druhů. Našli jsme sedm příslovcí, a to příslovce *pevně*, *dříve*, *znovu*, *špatně* a dvojí výskyt v jednom komunikátu mělo *někdy*. Poslední příslovce *vlevo* napsal zákazník rozděleně jako dvě slova (*v levo*). Pro výrazy vyjadřující bližší okolnosti dějů a vlastností se v prostoru limitovaných reklamačních listech nenašlo přílišné uplatnění. Předložky se vyskytovaly velmi málo, ale vždy v typické pozici před podstatnými jmény, zájmeny a číslovkami. Ze spojek použili nejčastěji zákazníci spojku *a*, která ve většině případů fungovala jako spojovací výraz mezi jednotlivými slovy. Jen pětkrát ji autor využil jako spojení mezi větami. Souřadící spojka *ale*, která co do

frekvence obsadila druhé místo, byla zaznamenána v pěti textech. Poslední zaregistrovanou spojkou byl dvakrát použitý spojovací výraz *že*. Všeobecně se spojky objevovaly velmi málo, důvodem je tendence k nekomplikovanému vyjádření prostřednictvím jednoduchých vět. V sebraných protokolech se nevyskytovaly žádné částice ani citoslovce.

Oblast gramatických pádů analyzovaných reklamačních listů se nevyznačovala pestrostí. Distribuce pádů se nijak nelišila od dopisů a e-mailů. Jediným rozdílem byl snížený výskyt vokativu. Příčinou je téměř úplná absence oslovení v úvodní části komunikátu.

Závěrečný odstavec bude opět věnován analýze textů z hlediska dialektologického, která byla usnadněna tím, že na reklamačním listě je vždy předtištěna zákaznickova adresa. Nebyl tedy problém zjistit typ převládajícího nářečí konkrétního produktora. Nejvíce se vliv nářečí na psanou podobu řeči projevil u zákaznice z Karviné. Karviná spadá do slezské nářeční skupiny a typickým znakem mluvčího z této oblasti je zkracování samohlásek. Tato tendence se v jejím vyjádření uplatnila hned několikrát (*v lazních, balik byl předan, dle minule objednavki, hrudnik, mala, dřiv*). Druhý zákazník, jenž bydlí v malé vesnici v okrese Hodonín, v jehož okolí převládají nářečí východomoravská, prozradil místo svého bydliště hned dvěma hláskovými jevy. V prvním případě zaměnil na konci slova *-e* za *-a* (...*se začalo z čističa kouřit* X ...*se začalo z čističe kouřit*) a v druhém případě použil nekodifikovaný tvar ukazovacího zájmena *toto* ve 3. pádě (...*k temu..*). Další zákazník pocházející z Kamenice nad Lipou v okrese Pelhřimov geograficky patří k největší české nářeční skupině. V tomto případě bylo přiřazení uživatele jazyka problematické, protože samotné město Pelhřimov je zahrnováno do podskupiny středočeské, kdežto Kamenice nad Lipou je více na jihu, a tím pádem zde převládá nářeční podskupina jihozápadočeská. Přesto se autorovo vyjádření nepřibližuje ani jednomu z uvedených nářečí. V jeho písemném projevu jsme detekovali spíše vliv slovenštiny (...*elektrického prúdu...*), popřípadě se mohlo jednat o prvek změny *-ou-* na *-ú-* charakteristický pro východomoravskou nářeční skupinu. Důvodem může být migrace mluvčího. Podobně tomu bylo u dalšího případu. I přesto, že zákazník ze Zlatých Hor v Jeseníkách bydlí v oblasti nářečně různorodé, také se u něj promítl vliv východomoravských nářečí, pro které je typickým elementem užití výrazu *aj* místo spojky *i*, který se ve zvláštní obměně objevil ve větě: *Při prvním zapnutí vaříč vyhodil jistič jak v bytě tak aji v celem*

paneláku. Poslední zákaznice, která je podle adresy příslušnicí středočeské podskupiny českých nářečí, vykazala specifikum obecně moravské, když použila slovo *cérka* (*dcera*).

Z hlediska morfologického nejsou reklamační listy tak ustrnulé a nepodléhají normě. Často se v nich projevuje vliv mluveného jazyka a nespisovnosti, zároveň jsou velmi strohé a explicitně vyjadřují požadované sdělení. Autoři jen velmi málo volili ustálené obraty, které sice usnadňují formulaci, ale pro tento typ komunikátů jsou většinou příliš dlouhé a obsahově nadbytečné. Komunikační funkce tyto komunikáty ovlivňuje především co se týče rozsahu a obsahu sdělení.

7.3.3 Syntaktický rozbor

Z hlediska syntaktického splňovaly zkoumané reklamační listy většinu požadavků, které jsou na ně kladeny jak funkcí, tak zařazením k funkčnímu stylu administrativnímu. Jejich společnými základními vlastnostmi byly úspornost a jednoznačnost. V komunikátech jasně převažovaly věty jednoduché, přesto jsme ale podobně jako ve zbylých dvou útvarech našli chyby týkající se skladby vět.

V jedenácti textech jsme vysledovali nesrovnalosti v oblasti syntaxe. V porovnání s předchozími útvary se jednalo spíše o menší podíl z celkového počtu. Důvodem bylo častější řazení několika méně komplikovaných vět jednoduchých za sebou místo spojování větných celků do složitých struktur. Nejvíce se opět opakovaly chyby v interpunkci. Pisatelé nerespektovali základní gramatická pravidla a čárkou mnohdy neoddělili ani podřadně spojené věty (*Při kalibraci chlóru se rafička nezastaví mezi písmeny A – E ale až za rošahem stupnice.*, *Při raním vstávání jsem zjistili že jedna část výrobku uchází...*, *Má přítelkyně je i toho názoru že tento výrobek není úplně pro nás...*, *Dnes jsem obdržel od vás Parní mop 5v1 ale při sestavování jsem zjistil že mi chybí...*). Někteří zákazníci čárky nepoužili vůbec a jejich vyjádření bylo pojato jako jedna špatně stylizovaná věta:

Koupila jsem dvoje brýle manžel je alergit nosí brýle celý rok ale tyhle praskli oboje jen tak v ruce jsou moc křehké nedá se je nosit prosím o vrácení peněz děkuji.

V tomto případě není těžké sdělení dešifrovat, ale i přesto zákaznice mohla své vyjádření rozdělit do několika jednoduchých vět se stejným účinkem například takto:

Koupila jsem dvoje brýle. Manžel je alergik a nosí brýle celý rok. Oboje brýle ale praskly jen tak v ruce. Jsou moc křehké a nedají se nosit. Prosím o vrácení peněz. Děkuji.

Stejně tak autorka následujícího textu zvolila způsob vyjádření absolutně bez interpunkce:

OTSTUPUJI OD SMLOUVY ŽÁDÁM VRÁCENÍ PENĚZ ZASILKA NEVIHOVUJE PŘIŠLO CO JSEM NEOBJEDNALA DĚKUJI

Vedle chybějící interpunkce je zajímavým jevem i volba tiskacího písma, která byla mezi pisateli celkem běžná. Více jak polovina reklamačních listů byla realizována velkým nebo malým tiskacím písmem. Pravděpodobnou příčinou může být obava z nečitelnosti. Případem opačným ke dvěma výše zmíněným komunikátům je následující text s nadbytečnými čárkami.

PŘÍSTROJ PO VSAZENÍ BATERIÍ NEFUNGUJE, JELIKOŠ TO BYL DÁREK K VÁNOCŮM, REKLAMUJI POZDĚJI A BYLO ZKLAMÁNÍ, ZA VYŘÍZENÍ DĚKUJI

Skladba slov i vět a hlavně jejich rozdělení stojí za zmínku i v následujícím příspěvku. Z malého a špatně čitelného písma lze soudit, že autorem je nejspíše starší pán, opět se tedy při stylizaci uplatnili subjektivní stylové činitele.:

Přikrajeni chlepu ulomilasemi spička a je ostří samy zub že nemužu ukrojit ani chleba a hlavne žeje tvrtší než želez tak tadimate výsledek jenom po krajeni dekuji Rosol

Pro zasvěceného člověka, který ví, na jaký výrobek si pán stěžuje, je sdělení hůře čitelné, ale splňuje požadavek srozumitelnosti. Pro čtenáře nezainteresovaného by mohl být problém komunikátu porozumět, a to především kvůli špatnému dělení slov.

Poslední zákaznice, jejíž požadavek na vyřízení reklamace budeme rozebírat, je ve svém sdělení sice velmi zdvořilá a stručná, ale udělala v něm celkem dost chyb:

Dobrý den děkuji ale nechci tuhle kameru. Prosím Vás vrátily bysystemi peníze. Dubinová.

Je zajímavé, jak lze na tak malém prostoru a v tak nekomplikovaném vyjádření učinit tolik přestupků vůči kodifikaci.

Dalším bodem syntaktického zkoumání byly odchylky od větné skladby. Pravděpodobně starší zákazník, který napsal vyjádření na reklamační list na psacím stroji, se dopustil kontaminace. Ve větě: *Požadavek nevihovuje našich představ* smíchal sloveso *nevyhovovat*, které se váže se 3. pádem, se slovním spojením v 2. pádě. Správně měl, kromě toho, že místo slova *požadavek* je vhodnější užití slova *výrobek*, napsat buď

Výrobek nevyhovuje našim představám, anebo Výrobek není podle našich představ. Výsledek je nesprávnou kombinací obou variant. Zvláštním případem spadajícím do odchylek je komunikát zákazníka, který napsal: *Spadlo to malým větrem a bez naší viny.* Zde se autor dopustil hned několika chyb. Toto vyjádření je chybné z hlediska lexikologického, morfologického i syntaktického. Lze jej snadno přetransformovat například tímto způsobem: *Spadlo to při slabém větru a bez našeho zavinění.*

Spojek se v sebraném vzorku vyskytovalo málo, nenašli jsme ani žádné nepůvodní předložky. Jednou zvolila autorka knižní tvar předložky *dle* (*dle minule objednávky*), která stojí v opozici k neutrální předložce *podle*.

Hlavním požadavkem na reklamační listy z hlediska syntaktického je úspornost vyjádření následovaná jeho snadnou dešifrovatelností a srozumitelností. Ve většině případů se pisatelé uchylovali k tvoření jednoduchých větných struktur nezátížených zbytečnými informacemi. Největším problémem skladby vět byla opět interpunkce.

7.3.4 Stylistický rozbor

Konkrétnější diferenciací textů v rámci administrativní sféry zařazuje reklamační listy mezi útvary heslovité. Na rozdíl od dopisů a e-mailů se tyto protokoly nevyznačují komplexností, celistvostí. Vyplněním reklamačního listu vzniká fragmentární, konkrétně funkčně zaměřený komunikát souvislosti vyjadřující spíše implicitně. Na jednu stranu může být tento rys považován za nedostatek, který snadno vyústí v nedorozumění. Na druhou stranu je heslovité vyjádření požadavku na vyřízení reklamace prostředkem úspory jak místa, tak času a z nabízených možností způsobů uplatnění reklamace je zákazníky volen nejčastěji.

Zaměření tohoto typu komunikátu je jednoznačně informační a dokumentární, stejně jako u ostatních dvou analyzovaných útvarů. Protokol slouží k poskytnutí relevantních informací.

Nespornou výhodou reklamačního listu je jeho přehlednost. Jak již bylo zmíněno dříve, reklamační list je součástí listu dodacího, který je počítačově zpracován, vytištěn a následně dodán zákazníkovi spolu se zakoupeným zbožím. Na vzorovém dodacím listě (viz. *Přílohy*, s. 85) lze pozorovat celkovou uspořádanost a přehlednost

formuláře. Zákazníková aktivita je v případě, že postupuje dle pokynů, velmi usnadněna. Navíc skýtaný prostor pro popis závady a uvedení požadavku na vyřízení reklamace čítá pouze tři řádky, což má být pro zákazníka symbolickým pokynem pro zkrácení, ale zároveň i zvýšení výpovědní hodnoty vyjádření. Odpadá také problém s členěním textu. Jednoduše každý element tohoto formuláře je vytvořen tak, aby bylo dosaženo požadovaného účinku. Ne každý pisatel ale zmíněné instrukce vnímá a respektuje a vlivem toho může potom dojít například k tomu, že sdělení přesahuje vymezenou plochu.. Následuje srovnání dvou reklamačních listů od rozdílných autorů. První požadavek je realizován na řádkách, které si zákazník nejen prodloužil, ale dokonce i přikreslil na druhou stranu, druhý má klasický rozsah.

REKLAMAČNÍ LIST

Adresa zákazníka:

Jaroslav Herber
Horní 445
51244 Rokytnice nad Jizerou-Doňní Roky

Číslo objednávky: 1537689 Číslo zákazníka: 1075876

Adresa pro zaslání rekl. zboží

TV Products CZ s.r.o., reklamační oddělení
Kněžskodvorská 2277/26
(areál Motor)
370 04 České Budějovice

Popis závady, požadavek zákazníka na vyřízení reklamace:

VÁŽENÁ SPOLEČNOSTI PŘI RANÉM VSTÁVÁNÍ JSME ZJISTILI ŽE JEDNA ČÁST VÝROBKU
VCHÁZÍ A NEBILA POŠKOŽENA. MÁ PŘÍTELKYNĚ JE I TOHO NÁZORU ŽE TENTO VÝROBEK
NENÍ ÚPLNĚ PRO MĚ V HODNÝ ŽÁDÁME VÁS O VRÁČENÍ PENĚZ DĚKUJEME. RÁDI V RUD-

Při zaslání reklamace poštou na adresu zákazníka po jejím vyřízení se strany dohody na prodloužení zákonné lhůty pro vyřízení reklamace o 7dnů.

Podpis zákazníka:

Tisknul: kutova

Herber. J →

→
OUCNU SI ZAKOUPÍME JINÝ VÝROBEK. PEVNĚ VĚŘÍME ŽE STE SOLIDNÍ FIRMA A ŽE
→
ŽÁDOST BUDE KLADNĚ VYŘÍZENA PŘEDÍ HESKÝ DEN Herber Jaroslav

REKLAMAČNÍ LIST

Adresa zákazníka:

Marie Nováková
Bohumilice 12
58401 Ledeč nad Sázavou

Číslo objednávky: 1539213. Číslo zákazníka: 963872

Adresa pro zaslání rekl. zboží

TV Products CZ s.r.o., reklamační oddělení
Kněžskodvorská 2277/26
(areál Motor)
370 04 České Budějovice

Popis závady, požadavek zákazníka na vyřízení reklamace:

VÝROBEK NEODPOVÍDÁ MÍM POŽADAVKŮM
A JE PRO MNE NEVYHODNÝ

Při zaslání reklamace poštou na adresu zákazníka po jejím vyřízení se strany dohody na prodloužení zákonné lhůty pro vyřízení reklamace o 7dnů.

Podpis zákazníka:

Tisknul: kutova

Tendence přesahovat vymezený prostor se objevila v dalších třech komunikátech. Naprosté většině zákazníků postačily na předložení svého požadavku předtištěné řádky.

Průměrný počet slov v komunikátu byl 18. Je to ale číslo jen orientační, protože například nejdelší text čítal 59 slov a nejkratší vyjádření se vešlo do pouhých 3 slov.

Fáze geneze textu jsou v případě heslovitých útvarů velmi redukovány. Strohé vyjádření nepotřebuje tak precizní přípravu a promýšlení. Stylizace požadavku na vyřízení reklamace do slovních hesel, případně jednoduchých vět je nenáročná. Patrně právě tento jev je důvodem, proč se většina zákazníků uchyluje k čas šetřícímu vyplnění reklamačního listu.

Vezmeme-li v potaz spisovnost jako neoddělitelnou součást správně stylizovaného dopisu, dopustili se pisatelé, jak již bylo naznačeno výše, v tomto ohledu mnohých chyb. I přesto, že komunikáty byly většinou vcelku krátké a nenáročně stylizované, vyskytovaly se v nich chyby bazální. Překvapil nás vysoký počet nekodifikovaných výrazů. Dalo by se očekávat, že čím kratší text tvoříme, tím méně chyb se v něm objeví, ale náš vzorek tenduje spíše směrem k vyššímu počtu chyb v krátkém textu.

Předtištěný formát reklamačního listu za zákazníka řeší v podstatě i problém struktury vyjádření. V některých komunikátech byla částečně zachována pouze úvodní část obsahující oslovení. Většinou však pisatelé přikročili přímo k jádru věci. Následující a zároveň závěrečná část zahrnující zdvořilostní frázi nebo alespoň pozdrav ve více jak polovině protokolů chyběla. Poslední náležitostí, kterou zákazníkovi zbývá připojit na konec, je vlastnoruční podpis, k jehož vyvedení je zákazníkovi poskytnut prostor pod pokynem *Podpis zákazníka* v pravém dolním rohu. Jen 8 zákazníků se pod své vyjádření nepodepsalo. V podstatě záleží na uvážení autora, do jaké míry dodrží strukturu dopisu, ale reklamační list je protokolem, který noremní úpravu zásadně nevyžaduje. Forma reklamačního protokolu není nijak stanovená a pokud ve formuláři nechybí datum reklamace, za které je závazně považováno datum odeslání zásilky, a konkrétní požadavek na vyřízení reklamace, je reklamační list platný a plně splňuje svou funkci.

Usnadnění a úspora jsou základními principy současného obchodu a tomu odpovídá i způsob provedení reklamačního listu. Nejdůležitějšími faktory tohoto typu komunikátů jsou srozumitelnost a přesnost. Vedle těchto charakteristik je velmi důležitá efektivita. Úkolem reklamujícího je na vymezeném prostoru věcně popsat závadu a požadavek a oprostít se od expresivních a redundantních výrazů. Podle našeho názoru

splňuje reklamační list ve velké míře požadavky kladené na komunikáty administrativní sféry a zároveň účelně plní svou funkci.

7.4 Shrnutí analýzy

Prvním útvarem podrobeným analýze byly dopisy občanů organizacím, které se od klasických obchodních dopisů odlišují nižším stupněm formality. To se odrazilo především při kompozici textů, do kterých se více promítla autorova subjektivita. Při výběru lexika často docházelo k opakování slov spojených s oblastí technickou i administrativní. Opakovaly se i ustálené obraty typické pro písemný styk v administrativní sféře. Z morfologického hlediska splňovaly dopisy požadavky kladené na komunikáty tohoto typu, jedinou výjimkou bylo objevení nespisovných a gramaticky nesprávných prvků. Větší odlišení od specifík administrativního funkčního stylu nastalo při syntaktickém zkoumání, kde byly velkým problémem především interpunkce a tvoření nesouvislých, na sebe nenavazujících a eliptických větných celků. Ve skladbě vět se velmi výrazně odrazil vliv mluveného jazyka v podobě nalezení rysů typických pro tuto realizaci vyjádření. I přestože se objevily různé stylistické odchylky, většina zákazníků zásilkové služby se v tomto textovém útvaru alespoň snažila o přiblížení k normované struktuře obchodního dopisu.

Druhým zástupcem útvarů z administrativní sféry byly e-maily, jejichž charakter se z velké části podobal dopisům. Například z hlediska slovní zásoby jsme u obou uvedených komunikátů konstatovali objevení a opakování téměř identických výrazů. Znatelný rozdíl jsme však detekovali co do využití modelových frází, jejichž počet v e-mailech byl výrazně nižší. Gramatických chyb, které jsme zkoumali v rámci morfologické analýzy, se vlivem přítomnosti systému automatických oprav v počítači vyskytovalo také méně. Syntax e-mailů byla znatelně ovlivněna celkově subjektivnějším zaměřením zkoumaných textů, které je spojeno se specifiky tohoto typu korespondence. Požadavek stručnosti byl naplněn u téměř všech komunikátů, vyjádření měla převážně menší rozsah a z velké části byla realizována prostřednictvím jednoduchých vět. Stejně jako v dopisech měli i v e-mailech autoři velké problémy s psaním čárek. Průkazným rysem ve sledovaném vzorku z hlediska stylistického bylo částečné vymizení formality, v jehož důsledku se texty přibližují ke sféře dopisů privátních.

Nejpočetněji zastoupeným útvarem byl zkoumaný vzorek reklamačních listů. Použité lexikální jednotky odpovídaly zaměření komunikátů a opět byly shodné s výrazy v předešlých útvarech. Výrazný vliv na lexikum však mělo vymezení prostoru pro zákazníkovo vyjádření. Došlo ke zkrácení celého útvaru a ke zvýšení potřeby volit vhodná a explicitní slova. Důsledkem omezení vyjadřovací plochy je i zánik nutnosti užití ustálených obrátů. Výskyt nespisovných a nekodifikovaných výrazů byl velmi vysoký. Zkoumané reklamační listy jednoznačně splňovaly postulát úspornosti a jednoznačnosti, který je pro takto funkčně zaměřené útvary nezbytný. V rámci syntaxe se reklamační listy odlišovaly od zbylých dvou útvarů, a to především proto, že pisatelé v těchto kratších komunikátech inklinovali k méně komplikovanému vyjádření. Přesto se největším problémem opět stala interpunkce, která v tomto případě činila potíže i v základních strukturách. Ze zkoumaného vzorku se reklamační list z hlediska stylistického vymykal přiřazením k útvarům heslovitým, jeho stylové normy také nejsou na rozdíl od předešlých útvarů nijak závazné a předem dané. Reklamační protokol je útvarem, jež má usnadňovat interakci mezi dvěma stranami, a jeho charakteristiky tomu plně odpovídaly.

8. Závěr

Cílem této diplomové práce bylo provést lingvistickou analýzu sebraného materiálu. Materiálový podklad se skládal z 98 autentických komunikátů spadajících do funkčního administrativního stylu a byl rozdělen do tří skupin podle útvarů na dopisy občanů organizacím, e-maily a reklamační listy. Komunikáty každé ze tří uvedených skupin byly podrobeny komplexnímu rozboru, který se vždy skládal z analýzy lexikální, morfologické, syntaktické a stylistické. V jednotlivých rovinách jsme se zabývali jednak prvky pro danou sféru charakteristickými, jednak prvky atypickými.

Všechny komunikáty jsme na základě přítomnosti společných komunikačních funkcí přiřadili k funkčnímu stylu administrativnímu. Svou příslušnost k této oblasti komunikáty potvrdily užitím shodného typu neutrální slovní zásoby. Autoři volili především výrazy a termíny příslušející k oblasti administrativní a technické, což je předurčeno zaměřením textů. V celém vzorku docházelo k opakování slov i slovních frází, které je dalším typickým prvkem administrativních textů.

Při podrobnějším morfologickém rozboru se však objevily prvky, které byly v rozporu s požadavky kladenými na tento typ textů. Například ve zkoumaných dopisech, které jsme přesněji klasifikovali jako dopisy občanů organizacím, se autoři opakovaně dopustili porušení jazykové kodifikace. Nejinak tomu bylo u e-mailů, kde se však díky systému automatických oprav chyby vyskytovaly méně často. Tendence k užití nekodifikovaných a nespisovných výrazů se výrazně projevila i v posledním útvaru, jímž byly reklamační listy. Všeobecně se pisatelé opakovaně a ve všech útvarech dopouštěli hlavně chyb pravopisných, a to v principiálních oblastech gramatiky.

V rámci syntaxe je důraz kladen hlavně na úspornost a přesnost sdělované informace. Oba body se staly problematickými a ze strany pisatelů nesnadno realizovatelnými v dopisech, jejichž stylizace byla ve většině případů chybná a svým charakterem se velmi podobala mluvenému sdělení. Porovnáme-li rozsah dopisů s jejich výpovědní hodnotou zjistíme, že většinou byly komunikáty přespříliš dlouhé. Dlouhá, obsahově neprovázaná a v některých případech i eliptická souvětí jsme nacházeli i v e-mailech, jejich výskyt byl ale nižší. Reklamační listy se vyznačovaly velmi nízkým počtem souvětí. V těchto krátkých útvarech převládaly explicitně stylizované věty jednoduché. Zvyklostí v této sféře je užití ustálených obrátů, jejichž nejvyšší četnost

jsme detekovali v dopisech. E-maily jako médium moderní a otevřené novým trendům pozbývaly formální ráz a vysledovali jsme u nich určitou absenci modelových vyjádření. Ve srovnání s dopisy a reklamačními listy působily e-maily osobnějším dojmem. Neoficiálnější charakter elektronické komunikace byl navíc podtrhnut projekcí prvků mluveného módu jazyka. Společným elementem všech tří útvarů byla chybějící interpunkce. Autoři v psaní čárek chybovali velmi často, a to dokonce i v základních případech.

Z hlediska stylistického jsme dopisy občanů organizacím a e-maily zařadili mezi útvary textové, reklamační protokoly pak mezi útvary heslovité. Spojujícím prvkem všech tří skupin komunikátů byla klasifikace na základě převládající funkce hodnotící tyto jako útvary se zaměřením informačním a dokumentárním. Směrodatným orgánem při stylizaci obchodního dopisu je jednoznačně platná státní norma. Autoři dopisů se ve většině případů snažili normu dodržet nebo se alespoň přiblížit struktuře dopisu normou požadované. Jinak tomu bylo u e-mailů, kde bylo pozorovatelné jisté rozvolnění formátu. Stylová charakteristika třetího útvaru, který normě nepodléhá, se spíše řídí požadavkem efektivit a přehlednosti a tomu odpovídá i jeho uspořádání.

U každé ze tří skupin analýze podrobených komunikátů jsme našli určitou formu odchylky od požadavků kladených na administrativní texty. Přestože odborníci považovali a stále považují tuto oblast za neatraktivní a strnulou, my jsme v sebraném vzorku vysledovali několik velmi zajímavých a pozornosti přitahujících prvků činících sféru obchodní komunikace přitažlivou. Důvodem je především to, že původci zkoumaných textů jsou lidé. Lidstvo stejně jako jazyk, jenž je člověku prostředníkem pro vyjádření myšlenek, pocitů a emocí, je stále ve vývoji, a to se přirozeně odráží v psaných textech. Psané slovo reflektuje stav lidstva i každého jednotlivce, jeho názory, zkušenosti, vlastnosti i znalosti. Za základní znalost je dnešní vyspělou společností považována znalost jazyka, konkrétně obou jeho podob. Pro mnohé je dokonce způsobilost uvědoměle užívat spisovný a kodifikovaný jazyk podmínkou pro produkci jakéhokoliv textu. Analýza některých sebraných komunikátů nás však přesvědčila o tom, že nezáleží na tom, jaký standard jazyka autor používá nebo jestli zná předepsanou podobu útvaru, dnes už záleží pouze na tom, k jakému účelu psaný komunikát slouží. Většina současných psaných textů je psána funkčně, bez ohledu na dodržování normy nebo respektování gramatických pravidel. Klesající kvalita jazyka

psaných textů je ještě více prohloubena přívalem technických vymožeností, které psané slovo zcela upozadují.

Výslednou podobu každého komunikátu však nejvíce ovlivňuje jeho produktor , a to je fakt, který je potřeba mít neustále na paměti. Nejen psaný, ale i mluvený projev se stává naší vizitkou a přináší okolí informace o nás samotných. To platí nejen pro komunikáty oficiální a reprezentativní, ale i pro komunikáty neoficiální či privátní. Znalost a užívání prvního standardu národního jazyka alespoň v případě psaných textů by měly být záležitostmi národní hrdosti každého z nás. Proč český jazyk, který je jazykem neomezených vyjadřovacích možností, skvostných synonym a dechberoucích nepravidelností a výjimek, nepoužívat v celé své kráse a složitosti? Proč bychom měli hanobit a zneuctívat jeho podobu? Necht' si tyto otázky zodpoví každý, komu záleží na svém mateřském jazyku a zachová se potom tak, jak mu velí jeho svědomí.

9. Literatura

Monografie

BEČKA, J. V. *Česká stylistika*. 1. vydání. Praha: Academia, 1992. 468 s. ISBN 80-200-0020-8.

BIBER, Douglas. *Variation across Speech and Writing*. 1st edition. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. 299 p. ISBN 0 521 42556 5.

BOGOCZOVÁ, Irena. *Textová opora ke studiu mluveného českého jazyka a dialektologie*. 1. vydání. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2009. 186 s. ISBN 978-80-7368-649-9.

ČECHOVÁ, Marie - KRČMOVÁ, Marie - MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008. 384 s. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČMEJRKOVÁ, Světlá a kol. *Mluvená čeština: Hledání funkčního rozpětí*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Academia, 2011. 491 s. ISBN 978-80-200-1970-7.

GAFRONOVÁ, Josefa – BEČKA, Josef Václav. *Stylizace obchodních dopisů*. 2. upr. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1993. 168 s. ISBN 80-04-26379-8.

GREPL, Miroslav – HLADKÁ, Zdeňka – JELÍNEK, Milan a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. 2. opr. vydání. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2012. 800 s. ISBN 978-80-7106-624-8

HENDRYCH, Dušan a kol. *Právníký slovník*. 2. rozšř. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003. 1320 s. ISBN 80-7179-740-5.

HLAVSOVÁ, Jaroslava. *Čeština na každý den: 365 slov, v nichž se často chybuje*. 1. vydání. Vimperk: Vydavatelství Víkend, 2007. 143 s. ISBN 978-80-86891-65-8.

HORNBY, A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary: of Current English*. 7th edition. Oxford: Oxford University Press, 2006. 1715 p. ISBN 978-0-19-431659-0.

CHLOUPEK, Jan a kol. *Stylistika češtiny*. 1. vydání. Praha: SPN, 1991. ISBN 80-04-23302-3.

JEDLIČKA, Alois – FORMÁNKOVÁ, Věra – REJMÁNKOVÁ, Miloslava. *Základy české stylistiky*. 1. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1970.

Kolektiv autorů. *Pravidla českého pravopisu*. 1. vydání. Praha: Československý spisovatel, 2011. 476 s. ISBN 978-80-87391-97-6.

Kolektiv autorů. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost: s Dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky*. 3. opr. vydání. Praha: Academia, 2012. 647 s. ISBN 978-80-200-1080-3.

KRAUS, Jiří – HOFFMANNOVÁ, Jana. *Písemnosti v našem životě*. 2. upr. vydání. Praha: Fortuna, 2005. 160 s. ISBN 80-7168-920-3.

KROBOTOVÁ, Milena. *Úvod do české stylistiky*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2001. 128 s. ISBN 80-244-0315-3.

KULDOVÁ, Olga – FLEISCHMANNOVÁ, Emílie. *Jak psát obchodní dopisy a jiné písemnosti: pro střední školy i pro širokou veřejnost*. 5. upr. vydání. Praha: Fortuna, 2004. 200 s. ISBN 80-7168-896-7.

MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika češtiny*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2009. 84 s. ISBN 978-80-210-4973-4.

NEBESKÁ, Iva. *Jazyk – norma – spisovnost*. 1. vydání. Praha: Karolinum, 1996. 159 s. ISBN 80-7184-144-7.

RYBKKA, Michal – MALÝ, Ondřej. *Jak komunikovat elektronicky*. 1. vydání. Praha: Grada, 2002. 92 s. ISBN 80-247-0208-8.

ŠROMKOVÁ, Miroslava – OLCHAVOVÁ, Jana. *Obchodní korespondence: Učební text pro distanční formu vzdělávání*. 1. vydání. Orlová: Obchodní akademie Orlová, 2006. 89 s.

WEINGART, Miloš - HAVRÁNEK, Bohuslav. *Spisovná čeština a jazyková kultura*. 1. vydání. Praha: Melantrich, 1932. 257 s. Výchledy; Sv. 14.

Články v odborných publikacích

BRABEC, Jan. O slohu obchodních dopisů. *Naše řeč*. 1941, ročník 25, č. 5-6, s. 185-186. ISSN 0027-8203.

ČECHOVÁ, Marie. Charakteristika administrativního stylu. *Naše řeč*. 1989, ročník 72, č. 1, s. 1-10. ISSN 0027-8203.

ČMEJRKOVÁ, Světla. Čeština v síti: Psanost či mluvenost? (O stylu e-mailového dialogu), I., II. *Naše řeč*. 1997, ročník 80, č. 5., s. 225-247. ISSN 0027-8203.

ČMEJRKOVÁ, Světla. Slovo psané a mluvené. *Slovo a slovesnost*. 1993, ročník 54, č. 1., s. 51-58. ISSN 0037-7031.

HAUSENBLAS, Ondřej. K tzv. pronikání obecné češtiny do spisovného jazyka. *Slovo a slovesnost*. 1993, ročník 54, č. 2., s. 97-106. ISSN 0037-7031.

HLADKÁ, Z. Pravopis v současné korespondenci mladých lidí (na materiálu tradičních dopisů, e-mailů, a SMS). *Naše řeč*. 2006, ročník 89, č. 2., s. 73 – 88. ISSN 0027-8203.

CHLOUPEK, Jan. Funkční styly dnes. *Naše řeč*. 1994, ročník 77, č. 2, s. 57-66. ISSN 0027-8203.

CHROMÝ, Jan. Tzv. hyperkorektnost a její vztah ke kodifikaci češtiny. *Naše řeč*. 2007, ročník 90, č. 3., s. 123-131. ISSN 0027-8203.

KRAUS, Jiří. Jazyk hospodářských dokumentů a písemností. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. 1. vydání. Praha: Academia, 1997, s. 92-96. ISBN 80-200-0617-6.

TĚŠITELOVÁ, Marie. O češtině současné administrativy. *Naše řeč*. 1987, ročník 70, č. 1., s. 21-29. ISSN 0027-8203.

Normy a zákony

ČSN 01 6910. *Úprava písemností zpracovaných textovými editory*. Praha: Český normalizační institut, 2007.

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. In: *Sbírka zákonů*. 31.12.1992

Elektronické zdroje

URL: <http://www.jaknapsat.cz/obchodni-korespondence/>

URL: <http://www.tvproducts.cz/cz/strana/reklamacni-rad>

10. Přílohy

Tato část diplomové práce obsahuje naskenované dokumenty, které slouží jako ilustrace k praktické části. Prvním přiloženým dokumentem je z databáze náhodně vybraný dodací list firmy *TV Products*, jež slouží zároveň i jako list reklamační. Následují namátkově vybrané autentické administrativní komunikáty ze zkoumaného vzorku.

10.1 Dodací list

DODACÍ LIST: 0001651677

Dodavatel :



TV PRODUCTS CZ s.r.o.
Rybná 669/4
110 00 Praha 1
IČO: 26061333
DIČ: CZ26061333

Poštovní adresa:

TV PRODUCTS CZ s.r.o.
Nemanická 14 / 440
370 10 České Budějovice

Tento doklad slouží zároveň jako záruční list
Všechny ceny jsou uvedeny v Kč

Ks	Zboží	Barva	Velikost	Cena
1	Papoušek mluvící 2v1	---	---	
1	Sýkorka mluvící 2v1	---	---	
3	Tepelná zábrana	---	---	
1	Podprsenka Perfect Bra 3ks	---	L	
Součet				993,-
Poštovné				129,-
Cena celkem				1122,-

Den zdanitelného plnění je datum převzetí a zaplacení zboží dle zákona o DPH (§ 21, odst. 2).
Ekologická likvidace elektrozařízení je zajištěna v rámci kolektivního systému RETELA (www.retela.cz).

Děkujeme Vám za Vaši objednávku a věříme, že budete s naším zbožím spokojeni. POKUD JSTE SI JEŠTĚ OBJEDNALI ZBOŽÍ, KTERÉ NENÍ UVEDENO NA TOMTO DODACÍM LISTU, BUDE VÁM ZASLÁNO AUTOMATICKY JAKO DALŠÍ ZÁSILKA, JAKMILÉ BUDE DOSTUPNÉ (bez poplatku za poštovné). Na zakoupené zboží poskytujeme záruku 24 měsíců. U položek označených symbolem #, které má charakter použitého zboží, je po dohodě s kupujícím záruka zkrácena na 12 měsíců.

V souladu se zákonem č. 40/1964 Sb. máte právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě do 14-ti dnů. Není-li kupující schopen zboží vrátit v původním stavu, případně jeho hodnota byla již snížena (zboží bylo opotřebováno, poškozeno nebo částečně spotřebováno), je kupující povinen chybějící hodnotu podle ustanovení § 457 a § 458 odst. 1 Občanského zákoníku nahradit v penězích. Kromě tohoto práva Vám zaručujeme vrácení peněz za dodané zboží ve lhůtě do 30-ti dnů, vrátíte-li je nepoškozené, nevykazující známky jakéhokoliv použití a v neporušeném originálním obalu. Tato záruka se vztahuje pouze na zásilkový prodej a nevztahuje se na případ odstoupení dle zákona č 40/1964 Sb.

Nevyhovující nebo reklamované zboží zasílejte pouze s vyplněným reklamačním listem (součástí tohoto dodacího listu) na adresu TV Products CZ s.r.o. - reklamační oddělení, Kněžskodvorská 2277/26 (areál Motor), 370 04 České Budějovice nebo předejte osobně na některou z našich prodejen. Zásilky pošlete výhradně jako obvyčejné nebo doporučené s vyplněným podacím listkem, dobírkové balíky nemohou být přijaty. Informace o záručních podmínkách a podrobnosti ke způsobu řešení případné reklamace naleznete v našem reklamačním řádu na www.tvproducts.cz.

V případě jakýchkoliv problémů nebo dotazů na vyřízení reklamace Vám ochotně poradíme na telefonním čísle 380 405 403 v pracovní dny od 8-15 hodin. Oddělení péče o zákazníky



Zde odstříhnete v případě reklamace

REKLAMAČNÍ LIST

Adresa zákazníka:

Lenka
Sadová
66443 Želešice

Číslo objednávky: 1651677 Číslo zákazníka: 998968

Adresa pro zaslání rekl. zboží

TV Products CZ s.r.o., reklamační oddělení
Kněžskodvorská 2277/26
(areál Motor)
370 04 České Budějovice

Popis závady, požadavek zákazníka na vyřízení reklamace:

Při zaslání reklamace poštou na adresu zákazníka po jejím vyřízení se strany dohodly na prodloužení zákonné lhůty pro vyřízení reklamace o 7dnů.

Podpis zákazníka:

Tisknul: kalousova

10.2 Dopisy

Dobrý den.

Dolupodpsaná IVETA FEKEOVÁ,
vás žádám, nakolik sem vám
po třetí píši co se mi už
tři krát poslali špatný výrobek
Relax-Max, už 2- krát sem
poslala reklamaci lid že chci
spátky vrátit peníze, a pošlete
mi místo peněz výrobek.

Ja nechci Relax Max, žádám
vás zaslat peníze na adresu
příbílí nebo 8.8.2011 nejsme doma
jedeme k dělna na dovolenou
na 3 týdne. Do 8.8.2011 mi
rádši doufám že vám píšu
naposled. Dělo se otráím, a
brudle mít problém!

Vyplatila sem 798 Kč + poštovné.

Chci spatky peníze. děkuji
adresa: IVETA FEKEOVÁ Fekeová.

Ul. Dr. Horákové 1638 Datum:
Písek, 39701 26.7.2011

Děkuji za pochopení.

TV PRODUCTS CZ s.r.o.

Odstoupení od smlouvy.

Dne 21.6.2011

Dobrý den dne 4.2.2011 jsem u Vás zakoupil „2 ks indukční vařič bez hrnce, číslo obj. 1460049 číslo zákazníka 1037247. Jaké bylo překvapení po zapojení jednoho vařiče do el. zásuvky okamžitě byly vyhozeny jističe v celém domě a to se opakovalo 2x. Dne 10.2.2011 byla první reklamace u Vás, druhá reklamace proběhla 3.3.2011/ to byla už výměna indukčního vařiče za nový.

Druhý vařič vydržel pracovat měsíc a pak to začalo 21.3.2011 první oprava

Druhý 11.4.2011 a třetí 20.4.2011 a 30.5.2011 jsem obdržel nový vařič. Oba vařiče jsou vyměněné za nové a přesto jeden opět má tu samou závadu jako ty předchozí. Proto chci odstoupit od smlouvy neboť nemám už důvěru v tento Váš výrobek, alespoň od jednoho vařiče. Ten druhý zatím je v pořádku ale nevím jak dlouho. Pokud se závada objeví také na tom druhém tak zruším smlouvu i na ten druhý vařič. Tyto vařiče používám denně snad jsou k tomu způsobilé. Snad sami uznáte že do nekonečna se to nedá řešit výměnou. Takové zboží by nemělo být vůbec nabízeno. Děkuji.

S pozdravem Vladimír Hoferek



Vladimír Hoferek

Nám. Svobody č. 6

793 76 Zlate Hory

Obchodní zásilkové firmě TV PRODUCTS CZ s.r.o.
Nemanická 14/440
České Budějovice

Vážení.

V tomto mém případě jsem nucený odstoupit od zakoupení si této křeví nožez typu či jako Model CG-260A, vaší firmou značeně PROFÍ 750, dále jestli že rovněž i spolu se strunevou hlavou, a mnou si ještě dle objednávky navíc zaplacením za 69.- Kč 20m nylonové struny. Te nyní v celém s využitím vratn zákoné lhůty vracím do 14ti dnů od doby převzetí tohoto jako poštovní dobí kovou zásilku/jestliže na základě méjí telefonní objednávky dleí katalogov ho, kterážto mi byla doručena 31.7.t.r.

Vracím nazpět veškeré bez jakéhokoli použití, nebo aby známek poškození, záměny některé z ~~vš~~ částí kteréžto byly v originální krabici/s firemním potiskem/spolu s motorem a v této krabici nyní odesílám i nazpět.

Dlouhou krabici se hřídelovou ~~ř~~ částí jsem mestevěřel vůbec, proto se domnívám že levé držadlo je i s přichytnými fitinkami při této hřídeli.

Požaduji do 30ti dnůmá navracení mnou již zaplacené částky peněz, krom ž poštovného, pochopitelně.

Ve Frýdlantu 9.8.2012

S pozdravem

Josef Budka
A.V.Šmilovského 943

464 01 Frýdlant v Č.

10.3 E-mail

Stránka 1 z 1

Reklamacie - TV PRODUCTS CZ s.r.o.

Od: "Vlastimil Velek" <VelekVlastimil@seznam.cz>
Komu: "Reklamacie - TV PRODUCTS CZ s.r.o." <reklamacie@tvproducts.cz>
Odesláno: 23. srpna 2011 10:01
Připojit: odpověď.eml
Předmět: Re: odpověď

Dobrý den,
jestliže se díváte na tento problém takto ,to neřeší problém reklamacie.Odpověď na Vaší narážku Vám dám otásku:Syn, který je vyučen automechanikem s praxí asi tak minimálně 12 let ,nechtějte aby to nadále komentoval.Ale toto není spor reklamacie,ale že si tento výrobek posíláme tam a zpět aniž by pořádně vykonával svoji funkci a neřeší funkci proč byl k Vám zaslán důvod:po provozu a zahřátí strácel výkon(začal se dusit) a né že tam vyměníte hlavu a závada se opakuje a na první opravu se vztahuje záruka též.Po této opravě se toto bude opakovat: A na otásku, kterou by ste nesmyslně zeptal proč neseču já,ale můj syn jsem po třetí operaci a jsem ještě rozříznutej - takže chápete!

Velek Vlastimil
Přimětice Na Návsí 95/26
66904 Znojmo
tel:420731208376

Stránka 1 z 1

Reklamacie - TV PRODUCTS CZ s.r.o.

Od: "Petr Balog" <updated@seznam.cz>
Komu: <reklamacie@tvproducts.cz>
Odesláno: 22. července 2011 11:13
Předmět: Stížnost

Dobry den koupil jsem si od vas maliřskou pistoli a to co o ni řikate v těch debilnich reklamach je uplny nesmysl měli byste se nad sebou zamyslet než budete něco takoveho nabizet vřdyt ta pistole naděla takovy nepořadek no hruza a přehřiva se,je hlučnější než naš vysavač a ještě jedna věc valečkem bych to měl vymalovany dřív než tím vašim zazrakem styde se škoda těch peněz.Takže jsem zvědavý co mi na to odpovíte budu se těšit s pozdravem Balog

Stránka 1 z 1

Reklamacie - TV PRODUCTS CZ s.r.o.

Od: "Antonín Brabec" <AntoninBrabec@seznam.cz>
Komu: "Reklamacie - TV PRODUCTS CZ s.r.o." <reklamacie@tvproducts.cz>
Odesláno: 29. července 2011 11:26
Předmět: Re: <http://www.tvproducts.cz/detail/bazenove-prislusenstvi/Vykonna-piskova-filtrace>

jeste jednou dobry den zasilku si vyzvednu v pondeli cekam na vyplau byl jsem kazdopade vcera na poste a jsou tam od vas dva baliky jeden sna castku cca 590kc a druhy na castku 680 ktery je ten spravny dekuji s pozdravem p.Brabec

10.4 Reklamační listy

REKLAMAČNÍ LIST

Adresa zákazníka: Jarmila Marková
Palackého 4469
43001 Chomutov 1

Číslo objednávky: 1585473 Číslo zákazníka: 1084164

Adresa pro zaslání rekl. zboží: TV Products CZ s.r.o., reklamační oddělení
Kněžskodvorská 2277/26
(areál Motor)
370 04 České Budějovice

Popis závady, požadavek zákazníka na vyřízení reklamace:
*jabky koliv tabak, jedna cigarsta a hned se nepa
a spalý plnicí trubycou. Bud' opravit nebo
poslat jiný.*

Při zaslání reklamace poštou na adresu zákazníka po jejím vyřízení se strany dohodly na prodloužení zákonné lhůty pro vyřízení reklamace o 7dnů.

Tisknul: kutova

Podpis zákazníka: *Marková*

REKLAMAČNÍ LIST

Adresa zákazníka: Radek Vodenka
Velká Hraštica 55
26203 Nový Knín

Číslo zákazníka: 1450620

Adresa pro zaslání rekl. zboží: TV Products CZ s.r.o., reklamační oddělení
Kněžskodvorská 2277/26
(areál Motor)
370 04 České Budějovice

Popis závady, požadavek zákazníka na vyřízení reklamace:
*Prosim opravim podložku kperlickové
koupele Garoda na podložce praškové
obložce u nandování hadice*

Při zaslání reklamace poštou na adresu zákazníka po jejím vyřízení se strany dohodly na prodloužení zákonné lhůty pro vyřízení reklamace o 7dnů.

Tisknul: kutova

Podpis zákazníka: *Radek Vodenka*

REKLAMAČNÍ LIST

Adresa zákazníka: Radek Nádraský
Slavíkovic 56
34506 Kdyně

Číslo objednávky: 1545397 Číslo zákazníka: 39297

Adresa pro zaslání rekl. zboží: TV Products CZ s.r.o., reklamační oddělení
Kněžskodvorská 2277/26
(areál Motor)
370 04 České Budějovice

Popis závady, požadavek zákazníka na vyřízení reklamace:
*Baterie se nabijela 4dne a auto vydrželo jezdit
10min. zadní světlo někdy svítí a někdy ne, dveře
u řidiče nesedí a špatně se otvírají, zadní ližina je
průstřehovaná jak od větrnaců.*

Při zaslání reklamace poštou na adresu zákazníka po jejím vyřízení se strany dohodly na prodloužení zákonné lhůty pro vyřízení reklamace o 7dnů.

Tisknul: kutova

Podpis zákazníka: *Nádraský*

*Baterii jsem po 4 dnech nenabíla - stále byla teplá -
chybí cz. na vod 0,00 - na nabíječce 0,00*

REKLAMAČNÍ LIST

Adresa zákazníka: Ludevít Hubka
Bezručova 4512
43003 Chomutov 3

Číslo objednávky: 1605190 Číslo zákazníka: 449966

Adresa pro zaslání rekl. zboží: TV Products CZ s.r.o., reklamační oddělení
Kněžskodvorská 2277/26
(areál Motor)
370 04 České Budějovice

Popis závady, požadavek zákazníka na vyřízení reklamace:
*NEJÍ, UČINI,
PROSIM O VYŘEŠENÍ. MICH PEŇES, 598. Kč*

Při zaslání reklamace poštou na adresu zákazníka po jejím vyřízení se strany dohodly na prodloužení zákonné lhůty pro vyřízení reklamace o 7dnů.

Tisknul: kutova

Podpis zákazníka: *Hubka L.*