

Šárka Koníčková

Odborný jazyk v oblasti marketingu

u studentů francouzštiny Univerzity Palackého v Olomouci

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

**Odborný jazyk v oblasti marketingu u studentů
francouzštiny Univerzity Palackého v Olomouci**

Mgr. Šárka Koníčková

Olomouc 2015

Oponenti: Dr. Zuzana Hildenbrand
Mgr. Geoffroy Yrieix Bletton



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Publikace vznikla v rámci projektu Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů, reg. č. CZ.1.07/2.2.00/28.0138

1. vydání

© Šárka Koníčková, 2015

© Univerzita Palackého v Olomouci, 2015

Neoprávněné užití tohoto díla je porušením autorských práv a může zakládat občanskoprávní, správněprávní, popř. trestněprávní odpovědnost.

ISBN 978-80-244-4663-9 (online)

Děkuji Alžbětě Plevové za korektury a povzbuzení při psaní, děkuji kolegům z katedry romanistiky, kteří svými radami přispěli k vytvoření publikace, děkuji také své rodině, kamarádům a všem lidem, kteří na mě mysleli, a především Pánu Bohu.

Obsah

Úvod	5
1 Teoretická východiska výzkumu	8
1.1 Norma	8
1.1.1 Specifická poloha mezi územ a kodifikací (správnost).....	10
1.1.2 Obecná poloha mezi jazykem a územ (vhodnost, přiměřenost).....	11
1.2 Odchylka od normy: chyba	12
1.2.1 Chyba versus interference.....	13
1.2.2 Chybová analýza	13
1.2.3 Klasifikace chyb	14
1.3 Odchylka od normy: interference.....	15
1.3.1 Kontrastivní lingvistika a její aplikace v rámci didaktiky cizích jazyků	16
1.3.2 Univerzální gramatika a další směry v opozici proti kontrastivní analýze	18
1.3.3 Klasifikace interferencí.....	19
1.4 Současné výzkumy v oblasti interference a chyby	24
1.5 Shrnutí (metodologie).....	25
2 Správnost	27
2.1 Ortografie	27
2.1.1 Francouzský pravopis.....	27
2.1.2 Srovnání francouzského a českého pravopisu	30
2.1.3 Pravopis samohlásek	31
2.1.4 Pravopis souhlásek	38
2.2 Interference v oblasti morfologie a syntaxe.....	43
2.2.1 Chyby v určování ženského a mužského rodu	43
2.2.2 Shoda větných členů.....	44
2.2.3 Časování sloves	45
2.3 Interference v oblasti lexikologie	46
3 Přiměřenost.....	49
3.1 Definice stylu, subkód vs. funkční styl	49
3.2 Odborný jazyk marketingu.....	51
3.2.1 Marketing	52
3.2.2 Slovní zásoba odborného jazyka: termíny	54
3.2.3 Morfologie a syntax odborného jazyka	60
3.3 Charakteristika stylu programem Tropes.....	61
Závěr	64
Bibliografie	66
Zkratky a symboly	70
Věcný rejstřík.....	71
Seznam tabulek a grafů.....	73
Anotace	73
Příloha č. 1: Chyby při psaní písmena s.....	75
Příloha č. 2: Termíny marketingu dle Kotlera	87
Příloha č. 3: Seznam zkoumaných prací	92

Úvod

Na existenci mezioborových termínů upozorňuje vícero autorů (Čechová, 2003). Důvodem k nedorozumění jsou mimo jiné výpůjčky termínů z jednoho oboru, které ve druhém oboru nabývají jiných lexikálních významů. Za všechny mohu uvést příklad pojmu paradigma, který má v ekonomii, lingvistice a didaktice odlišné významy. Jednou je to „soubor předpokladů, na kterém je vybudována ekonomická teorie; způsob pohledu na hospodářské jevy z pozic ucelené teorie“, podruhé je to „soubor tvarů ohebného slova vyjadřující systém jeho mluvnických kategorií, mluvnický vzor“ a potřetí „v teorii o vědách souhrn všech pojetí vědní disciplíny v určitém časovém úseku“ (Petráčková, Kraus, 2001, 564).

Když k uvedené skutečnosti přidáme fakt, že terminologie jednotlivých oborů je povětšinou komplikovaná, samotný jazyk pak vytváří bariéru – ekonomicky bychom řekli drahé clo pro proniknutí na cizí trh, neboli do jiného oboru – z čehož pak vyplývá Illichem (2001) kritizovaná monopolizace oborů. Tento jev se dnes stírá v anglosaské odborné literatuře, která styl psaní podřizuje pochopitelnosti pro čtenáře, ale v kontextu jazyků evropského kontinentu (vyjma angličtiny) zůstává složitost odborných textů příznačná pro vědecký diskurz. Bariérou pak nemusí být jen samotná odbornost, ale také sociální status vyjádřený v jazyce registrem, který sociologie i lingvistika poměřuje na „vertikálním žebříčku“. V této práci budeme zkoumat, jak se českým studentům daří překonávat jazykové bariéry vstupu na francouzský „trh oboru marketing“ v důsledku nedostatečně zvládnutého cizího jazyka. Zvolený obor je také oblastí, ve které autorka profesně působí. Motivem pro napsání této práce jsou autorčiny zkušenosti s výukou francouzského odborného jazyka na katedře romanistiky Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a s vedením bakalářských prací se zaměřením na marketing. Vzhledem k projektu, v rámci něhož tato publikace vzniká, je výzkum zaměřen na využití informačních a komunikačních technologií (ICT) a je tak jednou z částí výzkumu, který autorka v této oblasti podniká.

Výzkum si klade za cíl popsat charakteristické rysy jazyka studentů aplikované francouzštiny na základě odchylek od systémových rysů a zvláštních výrazových prostředků subkódu odborného jazyka v oblasti marketingu s využitím analytických nástrojů ICT. Dílčím cílem je pak přispět k objasnění nejednotné terminologie zejména v rámci oborů, kterých se tato práce nejvíce dotýká, a to didaktiky, lingvistiky a marketingu, a to s přihlédnutím k českému i francouzskému prostředí.

Charakteristické rysy definujeme na základě odchylky od jazykové normy (viz kap. 1.1), kterou zkoumáme z pohledu systémových rysů a zvláštních výrazových prostředků. Pod pojem „odchylka“ řadíme chyby (kap. 1.2) a vzhledem k faktu, že studenti nejsou rodilí mluvčí, se zaměřujeme na jejich příčiny interference (kap. 1.3). Tyto pojmy blíže vysvětlujeme v jejich širším

kontextu a uvádíme jejich klasifikace. Práce se pro vymezení odborného jazyka opírá o definici subkódu jazyka J. Šabršuly (kap. 3.1).

Dále je nutno vymezit pojem „studenti aplikované francouzštiny“, pod kterým rozumíme studenty magisterského navazujícího studijního oboru Odborná francouzština pro hospodářskou praxi (OFHP) a bakalářského oboru Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii (APLEKF). Z pohledu výuky francouzského jazyka tyto obory spadají do oblasti *Français sur Objectifs Spécifiques*, kterou volně překládáme jako odborná francouzština, a stavíme tyto obory do protikladu k oborům s filologickým zaměřením. Zkoumaný korpus byl sestaven z 27 diplomových a bakalářských prací studentů magisterského oboru OFHP (16) a bakalářského APLEKF (11). Rozhodujícím faktorem pro zařazení do korpusu bylo uvedení pojmu marketing jako jednoho z klíčových slov.

Náš výzkum má vzhledem ke sledovanému korpusu 27 prací spíše kvalitativní charakter. Část práce věnující se marketingové terminologii se opírá také o kvantitativní statistické metody. Za účelem popisu modelu odborného jazyka jsme vytvořili vlastní metodologický rámec inspirovaný dvojí polohou pojmu „norma“, jak popisuje Nebeská (1992; viz kap. 1.1). Práce tedy zkoumáme nejprve z pohledu správnosti a poté přiměřenosti.

V našem výzkumu jsme aplikovali dvě základní metody práce s moderními nástroji ICT. Za prvé se jedná o využití informačních a komunikačních technologií, které denně používají téměř všichni, ale jejich inovativní způsob zapojení do výzkumu může přinést zajímavé výsledky na poli vědy. V předkládané monografii jsou tak využity ortografické korektory fungující pod Windows 2013. Za druhé nástroje méně tradiční, v českém prostředí dosud nevyužité, jejichž zástupcem je nástroj pro diskursivní analýzu Tropes V8, používaný také k sémantické analýze a text miningu. Tento program byl původně vytvořen (v roce 1994) Pierrem Molettem a Agnes Landré na základě prací Rodolpha Ghiglioneho. Jedním z jeho mnoha nástrojů je také analýza stylu práce, a to podle teorie Patricka Charaudeaua (1992), který dělí styl, nebo také způsob uspořádání diskurzu, na argumentativní, narativní, popisný a enunciační (viz kap. 3.1).

Limity této práce jsou tak jasně dány zejména možnostmi, které tyto analytické nástroje poskytují. Práce si také neklade za cíl vysvětlit fungování principů jednotlivých informačních a komunikačních technologií, ale jen nastínit příklad jejich využití v rámci výzkumu. Dále je nutno zdůraznit, že cílem není práce studentů klasifikovat na úrovni Evropského referenčního rámce pro výuku cizích jazyků. Jakkoliv považujeme tento klasifikační rámec za potřebný pro evaluaci nabytých znalostí, domníváme se, že je vhodný zejména k pedagogickým účelům.

V první části se zaměříme na vysvětlení pojmů norma, chyba a interference. Ve druhé

části určíme interference z pohledu správnosti a ve třetí části vymežíme interference z pohledu přiměřenosti.

1 Teoretická východiska výzkumu

„(...) u těch, kteří se učí nebo se naučili více jazykům, se mateřský jazyk stále vtírá do mysli a přisvojuje si právo dávat zákony ostatním, nově do mysli přicházejícím, jako by byl on sám nejdokonalejším a normou pro ostatní. Víím, že se to děje proto, že první vjemy utkvívají nejpevněji a všechno první je jaksi měřítkem všeho ostatního stejného druhu.“

Jan Amos Komenský

Známým citátem z oblasti didaktiky cizích jazyků vystihuje J. A. Komenský ve svém díle *Nejnovější metoda jazyků (Linguarum methodus novissima)* principy interference u nerodilých mluvčích, kterou blíže popíšeme v následující kapitole. V rámci zvoleného cíle výzkumu a korpusu vytvořeného na základě diplomových a magisterských prací českých studentů je nutno nejdříve pojednat o interferenci, odlišit tento pojem od chyby a zároveň vymezit jazykovou normu, vzhledem ke které jsou oba předchozí pojmy definovány.

1.1 Norma

V oboru lingvistiky je pojem normy spojován s Pražským lingvistickým kroužkem, který jej podrobně rozpracoval, ale tento termín se objevuje ve vědě již dříve. Podíváme-li se na etymologii slova *norma*, fr. *norme*, latinsky shodně s češtinou *norma*, zjistíme, že v latině znamená „pravouhlé pravítko, nebo tedy v dobovém kontextu úhelnice na měření pravého úhlu“ a až přeneseně „princip, pravidlo, model“ (Bréal, Bailly, 1885, 217). Podle těchto autorů je slovo *norma* vypůjčeno ze starověké řečtiny *γνώμα*, *gnôma* (č. značka) nebo *γνώριμος*, *gnôrimos* (č. známý).¹ Samotný termín *norma* je tak příkladem mezioborových termínů (viz kap. 3.2.2).

Pokud tyto principy vztáhneme k jazyku a podíváme se do současné literatury, jak jsou tyto principy definovány, zjistíme, že s termínem *jazykové normy* pracoval i Hjelmslev (Dubois, 1973, 342), pro něhož je jazykovou normou „rys nebo množina rysů fonémů, která umožňuje rozlišit jeden prvek od ostatních“. Tento přístup k termínu *normy* má v lingvistice spíše okrajový charakter. Norma z pohledu strukturalismu v pojetí Pražského lingvistického kroužku (Havránek, 1932, 33) představuje „soubor jazykových prostředků gramatických i lexikálních (strukturálních i mimostrukturálních), pravidelně užívaných“.

Nebeská (2003, 17–22) shrnuje atributy normy následovně: „inherentnost, implicitnost,

¹ Tady je zajímavé si povšimnout, že Řekové ve svém slovníku normy nepotřebovali a potřeba tohoto slova vyvstává až s řízením rozsáhlé Římské říše.

pravidelnost užívání jazykových prostředků, bezpříznakovost, závaznost, ustálenost a funkčnost, zahrnující ovšem v sobě kultivovanost a jednotu“. Dále zdůrazňuje, že „předmětem takto chápané normy byl pouze repertoár jazykových prostředků a nevztahoval se na pravidla užívání, která se stávají předmětem normy až v 50. letech v pracích Doležela, Hávránka, Jedlíčky a dalších autorů“ (Nebeská, 1992, 22).

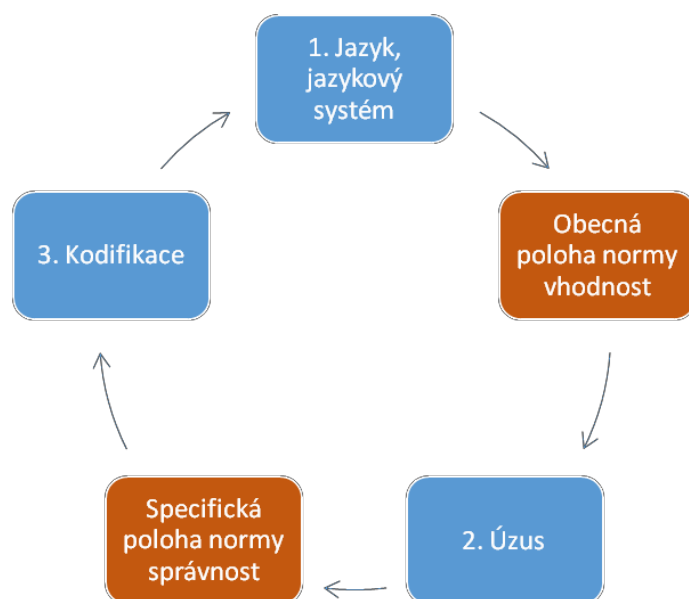
Nebeská (1992, 22) pak rozlišuje v rámci jazykové normy dvě polohy, a to obecnou a specifickou, které charakterizuje následovně:

V prvním případě *norma* zaujímá prostor mezi pojmy *jazyk/jazykový systém* a *úzus*; tuto polohu budeme pracovně nazývat polohou obecnou. V druhém případě *norma* zaujímá prostor mezi pojmy *úzus* a *kodifikace* a představuje kritérium jazykové správnosti; tuto polohu nazveme polohou specifickou.

Tato autorka tak dokázala zachytit dvě polohy pojmu *norma*, které odlišuje na základě závaznosti. V obecné poloze je závaznost ztotožněná s vhodností a přiměřeností na rozdíl od specifické polohy, u níž se pojí se správností. Pro druhou polohu Nebeská (1992) navrhuje pojem *standard*. V našem pojetí má dynamika mezi oběma normami cyklický charakter (viz graf č. 1). Takto definované schéma se nám zároveň jeví jako vhodné pro zkoumání znalostí odborného jazyka v písemné formě ze dvou hlavních důvodů:

1. Z didaktického pohledu se student nejprve při nabývání znalostí v určitém oboru učí novým pojmům, které jsou často kodifikovány v učebnicích a dávány do souvislostí s jinými prvky systému. Student o nových pojmech začíná přemýšlet, stávají se součástí jeho jazykového systému a učí se je používat přiměřeně dané situaci. Nakonec je sám schopen je použít v písemném projevu a zde je možno zkontrolovat jak správnost, tak vhodnost.
2. Z lingvistického pohledu je pro nás důležité zkoumat správnost odrážející se zejména v ortografii a také vhodnost mající vliv na styl. Mohli bychom namítnout, že prvky z úzu často přecházejí do jazykového systému bez kodifikace, což je typické zejména pro mluvený projev. Nicméně odborného jazyka, který je vysoce standardizován, se to týká minimálně.

Graf č. 1. Cyklický charakter dynamiky dvou poloh normy



Dva významy pojmu *norma* zaznamenává i francouzská lingvistika (Dubois, 1973, 342):

1. Systém pravidel definujících, co má být vybráno mezi úzy daného jazyka, pokud se chceme podřídit estetickému a sociokulturnímu ideálu. Norma, která implikuje zakázané úzy, tak dává vzniknout normativní gramatice.
2. Normou je tak nazýváno to, co je běžným (sdíleným) územ v určité jazykové komunitě, norma tedy koresponduje se sociální institucí, která vytváří jazyk.

I tady bychom mohli vidět dvě polohy pojmu *norma*. První definice zdůrazňuje jedinečnost prestižní normy, které bychom se měli podřídit, zatímco druhá definice relativizuje pojem ideálu a vztahuje ho k jednotlivým sociálním institucím. V obou definicích je také vidět malý posun oproti strukturálnímu přístupu kladoucímu hlavní důraz na jazyk. Ve francouzském pojetí můžeme vyzorovat sociolingvistické vlivy upřednostňující uživatele jazyka.

1.1.1 Specifická poloha mezi územ a kodifikací (správnost)

Nebeská (1992) ztotožňuje specifickou polohu se spisovnou normou, neboť je kodifikován pouze spisovný jazyk. Spisovné normě pak připisuje tři navzájem se doplňující charakteristiky: silnější pocit závaznosti, uvědomělé zachovávání a oporu v kodifikaci. Z pohledu soudobé lingvistiky je nutno dodat, že kodifikace dnes zasahuje i do jiných vrstev lexika (slovníky vulgarismů, slangových výrazů). Nicméně role instituce kodifikující spisovný jazyk zůstává stále významná. Pro náš výzkum důležitá ortografická norma (tzv. *ortographe d'usage*) souboru lexikálních jazykových prostředků je zachycena ve slovníku Francouzské akademie.

Vývoj tohoto souboru se pak odráží v každoročně vydávaných slovnících např. *Le Petit Robert*, *Larousse*, *Hachette*. Gramatické jazykové prostředky jsou předmětem ortografické normy (*orthographe de règle*), např. *Le bon usage, grammaire française* od Grevisse. Ve Francii si normativní gramatika zakládá na rozlišení jazykových úrovní (*niveau de langue*): spisovný jazyk (*langue cultivée*), lidový jazyk (*langue populaire*), nářečí (*patois*) atd. (Dubois, 1973). Mezi těmito úrovněmi definuje jeden prestižní jazyk, který nazývá správným jazykem *bonne langue*, *bon usage*, který souvisí se sociokulturním ideálem. V *Dictionnaire linguistique* (1973, 68-69) je *bon usage* charakterizován následovně:

Norma je soubor pravidel, která je třeba dodržovat, abychom dobře ovládali jazyk (slovem „dobře“ se zde míní vzorce, které zbývá stanovit). Norma se nejčastěji zakládá buď na autoritě určitých osob (spisovatelů) nebo určitých institucí či v samotném správném užití (*bon usage*), které se shoduje se způsobem, jakým někteří mluvčí v daných podmínkách jazyk používají. Podle kultury skupiny, která určuje *bon usage*, je výčet uživatelů více či méně uzavřený. (...) Pojem „*bon usage*“ je odlišný od pojmu „*authority*“, i přesto může *bon usage* položit základy autoritě a autorita se může odkazovat na *bon usage*, a proto normativní gramatik může být uznán za autoritu, aniž by byl sám spisovatelem. Naopak spisovatelé, kteří nikdy neměli v úmyslu určovat pravidla v jazyce, a kteří by si nikdy nepomysleli, že by jejich dílo mohlo být vzorem psaného projevu, jsou zahrnuti do seznamu autorů *bon usage*. (...).

Zde tedy vidíme vztah *bon usage* a *normy*. V kontextu našeho výzkumu bychom chtěli upozornit na rostoucí význam korpusů pod odborným vedením, které se stávají další institucí pro ověřování správnosti zejména u nerodilých mluvčích. Využívání těchto korpusů je tak spojeno se sbližováním úzu a kodifikace.

1.1.2 Obecná poloha mezi jazykem a územ (vhodnost, přiměřenost)

Nebeská (1992) obecnou polohu charakterizuje následovně:

Jestliže norma zaujímá prostor mezi systémem a územ, k jejím rysům nutně patří, že jedinec jako příslušník jazykového společenství soubor konvencionalizovaných jazykových prostředků pravidelně užívá, ale neobrací se k němu primárně jako k autoritě, norma zde není kritériem jazykové správnosti. V obecné poloze je tedy jazyková norma implicitní, neuvědomělá, míra závaznosti je nižší, závaznost má povahu vhodnosti přiměřenosti.

Z toho plyne, že respektování normy bychom sice mohli poměřovat binárně jako přiměřené/nepřiměřené. Nicméně rozlišení přiměřenosti je do značné míry subjektivní a má podle našeho názoru graduální charakter: nepřiměřené – spíše nepřiměřené – spíše přiměřené – přiměřené.

Dále je nutno vzít v potaz další vlastnost normy v obecné poloze, a to její inherentnost vůči jazykovému systému. Inherentností normy se v pracích lingvistů pražské školy rozumí, že norma není mimo jazyk, ale existuje v jazyce samém (Havránek, 1935). Tady je důležité si uvědomit, jak dále píše Nebeská (1992), následující fakt:

V klasickém období pražské školy byla vázanost normy na systém manifestována i tím, že norma byla ztotožňována především s inventářem jazykových prostředků; pokud se (a to zejména v pozdějších letech) do normy zahrnoval i soubor pravidel a zákonitostí jejich užívání, byla tím míněna zejména vzájemná spojitelnost (kombinatorika) jazykových prostředků.

Omezené pojetí normy se změnilo při definování norem stylových, kdy se důraz přenesl na pravidla užívání jazykových prostředků. Důraz je tedy kladen na adekvátnost a důsledkem tohoto posunu je zřetelné oddálení obecné polohy normy od její polohy specifické. Právě definování stylových norem (tzv. funkčních stylů – viz kap. 3.1), jako nejvyšší možné zobecnění stylu odlišuje český a francouzský přístup. Ve frankofonní literatuře je pojem *styl* totiž spojován s individuálním stylem autora a pro obecné označení je upřednostňován pojem *jazyk*. Například Bally (1909) definuje tzv. *vědecký jazyk*.

Jak vidíme, samotná norma není monosemním pojmem a její vymezení se různí z pohledu strukturalismu, kladoucího hlavní důraz na funkce jazyka – správnost a přiměřenost – vedoucí k vymezení pojmu *funkční styl*, a z pohledu francouzské lingvistiky, zdůrazňující sociokulturní a estetický ideál. V našem výzkumu se snažíme tyto dva přístupy skloubit. Normu ve specifické poloze pro nás představuje *français standard*, tedy spisovný francouzský jazyk. Z pohledu přiměřenosti je to odborný jazyk, který odvozujeme na základě terminologie použité Kotlerem (Kotler, Dubois, Manceau, 2009), a odborného stylu práce. V této části jsme tak definovali normu a dále se zaměříme na odchylku od normy.

1.2 Odchylka od normy: chyba

Odchylka od normy je úzce spjata s termíny *chyby* a *interference*. Nejprve odlišíme oba jmenované odborné výrazy, popíšeme postup chybové analýzy, kterou jsme částečně využili i v našem výzkumu, a zhodnotíme klasifikaci chyb.

1.2.1 Chyba versus interference

Tradičně definujeme chybu jako odchylku od předepsané výkonové normy nebo od řešení, které vede k danému cíli, zatímco interference, jak uvidíme dále, je jednak negativním transferem jazykových struktur mezi dvěma jazyky, jednak ale také bývá ztotožňován s chybou. Nabízí se tedy otázka, jestli je pojem chyby a interference synonymní. Jazykovou chybu popisuje James (1998, 1) jako „nepodařený kousek jazyka“ („*an unsuccessful bit of language*“). Chyba tedy může mít i jiné příčiny než jen interferenční. Důvodem, který se nabízí jako první, je nedostatečné osvojení cizího jazyka. Dalším důvodem může být neustálenost pravopisu cílového jazyka, a z toho plynoucí komplikace. Vidíme tedy, že chyba je pojmen nadřazeným k interferenci a chyby vzniklé interferencí bývají nazývány interferémy (Veselý 1985). Jelikož je chyba termínem, se kterým pracuje především didaktika cizích jazyků, představíme postupy chybové analýzy v tomto oboru.

1.2.2 Chybová analýza

Jak již bylo uvedeno, současné výzkumy probíhají zejména na poli didaktickém, a při práci s chybou využívají následujícího postupu (upraveno podle Jamese 1998, 90-128):

1. Detekce chyby;
2. její lokalizace;
3. popis chyby;
4. klasifikace chyb a jejich taxonomie podle jazykových úrovní a formálních příznaků;
5. počítání chyb;
6. analýza projevů mluvčích s hlediska chybovosti;
7. didaktická aplikace chybové analýzy.

Veselý (1985) pak rozlišuje makroanalýzu chyb, neboli rozbor chyb v širokém záběru, tj. jakýchkoliv chyb, v kterékoliv jazykové činnosti, zatímco mikroanalýza se zaměřuje na vybraný okruh jevů a sleduje výskyt chyb v těchto jevech se zřetelem k různým okolnostem.

Kulič (1971, 211) uvádí jen detekci (odkrytí chyby), identifikaci (určení jejího místa, typu, či vzdálenosti od cíle), interpretaci (udělení smyslu rozporu mezi tím, co je, a tím, co má být – z hlediska cíle činnosti) a korekci (oprava činnosti zaměřená k likvidaci poznaného rozporu). Pouze za těchto podmínek Kulič definuje chybu jako nositelku informace.

1.2.3 Klasifikace chyb

Taxonomii chyb můžeme rozlišit podle následujících kritérií: závažnost, dotčená jazyková rovina, příčina vzniku a formální příznaky.

1.2.3.1 Podle závažnosti

Veselý (1985) chyby dělí do tří skupin podle toho, nakolik narušují proces komunikace, resp. brání porozumění či vedou k nedorozumění. Zaprvé to jsou interferémy, které sice narušují normativní správnost výpovědi, ale vcelku nebrání porozumění. Zadruhé jsou to takové, které již více ztěžují pochopení výpovědi. Zatřetí jsou to chyby natolik závažné, že vedou k nedorozumění mezi mluvčím a adresátem. Tříděním chyb se také zabýval Corder (1981), který definoval „chyby v kompetenci“ (odkrývající neznalost žáka), a „chyby v performanci“ (chyby vznikající z objektivních nebo subjektivních příčin, ale student je schopen je sám či s pomocí opravit). Hendrich (1988) u chyb rozlišuje dělení pouze na kompetenční a performační, zatímco Choděra (2013) člení chyby podrobněji, a to dle závažnosti, tj. z pohledu didaktického na velké a malé, ale také z pohledu jazykového statusu.

1.2.3.2 Podle jazykových rovin

Chybová taxonomie pak spočívá v přiřazení chyby k určité úrovni jazyka (písmo a pravopis, morfologie, syntax, lexikon, styl). Nicméně klasifikaci chyb může ztěžovat jejich komplexita, jak ukazuje Macurová a Simeunovich-Skvortsova (2014) na příkladu češtiny, kdy se chyba v délce hlásek odráží ve vícero jazykových plánech. Podobně je tomu i ve francouzštině; např. ortografická chyba vynechání písmena grafického *t* na konci slova *soutient* mění sloveso na podst. jméno.

1.2.3.3 Podle formálních příznaků

Nejčastějšími formálními příznaky identifikovanými v projektu CHRUP² je chybějící/nadbytečný prvek a špatná lokalizace prvku, např. porušení hranice slov či slovosledu.

1.2.3.4 Podle příčiny vzniku

Veselý (1985) dělí příčiny vzniku chyb na primární (jazykové kontakty ve vědomí bilingvní osoby, nedokonalé ovládnání jazyka) a sekundární (psychický stav žáka). Dále specifikuje, že při nedokonalém ovládnání jazyka se uplatňuje alespoň částečně diskursivní, vědomé vytváření promluv, spojené obvykle s vnitřním překládáním buď celých výpovědí, nebo jejich částí

² Databáze jazykových chyb v češtině mluvčích s prvním jazykem slovanským.

formulovaných předtím v mateřštině.

Naproti tomu Ondráková (2014) užívá místo příčiny termín *zdroj*. Prvním zdrojem je dle této autorky nedostatečná znalost pravidel, podle nichž určitý jazyk funguje. Druhým zdrojem je neznalost výjimek z pravidel. Třetím pak promítání mateřštiny na zcela odlišné jevy a souvislosti v cizím jazyce, zatímco čtvrtým zdrojem je případ, kdy jsou tyto jevy a skutečnosti odlišné jen částečně. Pátým zdrojem jsou rozdíly ve slovní zásobě, kdy mají stejná slova úplně nebo částečně odlišný význam. Šestým zdrojem chyb je skutečnost, že stejná myšlenka se v různých jazycích vyjadřuje různě, míněny jsou zejména frazeologické obraty. Jako poslední důvod uvádí Ondráková nedostatečné osvojení látky, případně malý zájem o studovaný jazyk.

Chyba je tak pojmem nadřazeným k interferenci. Nicméně v našem výzkumu si neklademe za cíl striktně oddělovat, co je chybou a co je interferencí. Ačkoliv existuje řada chyb, u kterých lze jednoznačně určit interferenční původ vzhledem k pokročilé znalosti jazyka zkoumaných autorů, existuje také celá řada odchylek, u nichž nelze jednoznačně určit, zda by danou chybu neudělal i rodilý mluvčí. Zejména s rostoucí pokročilou znalostí jazyka je to obtížnější a samotní rodilí mluvčí se kvůli komplexnosti francouzského pravopisu dopouštějí řady chyb. Na druhou stranu je důležité zkoumat, co může být příčinou chyby. Klademe také důraz na rozlišování kompetenčních a performačních chyb. Vzhledem k frekvenci výskytu jednotlivých odchylek chyby až na jedinou výjimku nepovažujeme za kompetenční, ale za performační. Studenti by tak byli schopni chybu po sobě opravit ať už sami nebo s pomocí. Samozřejmě i zde bychom mohli namítnout, že se může jednat pouze o překlep daný nepozorností nebo jednoduše tím, že se autor zaměřuje na to, co chtěl napsat, a nikoliv na formální stránku. V mnoha případech se ale skutečně o překlep nejedná. Hranice mezi chybou z nepozornosti i při opakovaném čtení, jemuž jsou bakalářské a diplomové práce podrobeny, a chybou zapříčiněnou interferencí je velmi úzká. Pro rozlišení uvedených kategorií chyb se opíráme ve výzkumu jednak o frekvenci chyby, jednak o identifikaci příčiny chyby.

1.3 Odchylka od normy: interference

S pojmen interference pracuje kromě didaktiky také translologie a další aplikované lingvistické disciplíny. Pro potřeby našeho výzkumu se zaměříme na pohled kontrastivní lingvistiky a její aplikace v rámci didaktiky cizích jazyků. Proti tomuto pojetí stojí psycholingvistické psychopedagogické přístupy definující pojem *interlanguage* neboli tzv. „přechodný jazyk, mezijazyk“ a také Chomského univerzální gramatika. Nejprve se tedy podíváme do dějin lingvistiky, jak se vyvíjel pohled na odchylky od standardního kódu jazyka při učení cizích jazyků.

1.3.1 Kontrastivní lingvistika a její aplikace v rámci didaktiky cizích jazyků

Vzhledem ke zvolenému tématu jsou pro nás důležité pohledy jak francouzských autorů píšících o kontrastivní lingvistice, tak českých autorů zabývajících se didaktikou cizích jazyků. Kontrastivní lingvistika nám dle Debysera (1970, 31) „poskytuje přesné a systematické srovnání dvou jazyků termín po termínu a především jejich strukturálních rozdílů“. Debyser (1970, 31-32) zejména zdůrazňuje, že se jedná o aplikovanou vědní disciplínu:

Kontrastivní lingvistika navazuje na srovnávací gramatiku, jejímž zakladatelem je Franz Bopp. Po jeho vzoru kontrastivní lingvistika zkoumá velmi vzdálené jazyky. Nečiní tak ovšem z důvodu hledání prajazyka, ale jejím cílem je usnadnit výuku cizího jazyka, čímž potvrzuje svůj aplikační charakter. Kontrastivní lingvistika nezdědila nic ze srovnávací gramatiky 19. století a není klasifikační, filologickou ani historickou.

Hendrich (1988) pak rozlišuje mezi pojmy „konfrontace a kontrastování“. Pojem „konfrontace“ spojuje se synchronním porovnávacím popisem jazyků v pražské lingvistické škole. Jak píše Trnka (1937, 240):

Funkční jazykozpyt zdůrazňuje především, že cizí jazyk, který učíme, je systém jazykových hodnot, nikoli součet drobných, navzájem nespojených jevů, jež se dnes srovnávají opět jen s drobnými, izolovanými jevy mluvnice jazyka mateřského. Novým požadavkem tudíž je, aby žáci za pokynů učitelových poznávali a vmýšleli se do cizího systému jazykových hodnot vzhledem k celé jeho struktuře.

Konfrontace se dle Hendricha neorientuje jen na rozdíly, nýbrž i na shody ve zkoumaných jazycích. Vliv na jazyk pak může mít charakter neutrální, pozitivní a negativní. Naproti tomu Čermák (2011) upozorňuje, že termín *konfrontační lingvistika* se mimo oblast sovětského vlivu neujal.

Kontrastivní popis byl pak v aplikované lingvistice původně spojován s americkým deskriptivním strukturalismem. Hendrich dále poznamenává, že ve shodě s metodologií deskriptivismu bylo však srovnání dvou jazykových struktur orientováno více na formu (distribuční analýzu), v aplikované rovině potom na zdůraznění rozdílů, a podle toho na určování základních jevů pro osvojení a předvídání obtíží a interferenčních chyb.

Veselý (1985, 52) dále chápe konfrontaci jako „interpretaci a hodnocení jednoho jazyka prizmatem jazyka jiného“, zpravidla mateřského, zatímco kontrastivní analýzou míní stanovení rozdílů v rámci jednoho jazyka, tedy intralingvální analýzu. Obě analýzy pak pojímá na úrovni

languové, konfrontační, resp. kontrastivní analýzu vidí jako apriorní metodu pro stanovení obtíží a předcházení chyb, zatímco analýzu chyb jako aposteriorní vhodnou např. pro evaluaci výkonu studenta.

Ve francouzštině je pak tato část lingvistiky, *linguistique contrastive*, někdy také nazývána *différentielle*.³

1.3.1.1 Definice interference

Definici kontrastivní analýzy vyslovil Robert Lado v *Linguistics across Cultures: Applied Linguistics for Language Teachers* v r. 1957. Tvrdil, že ty prvky cizího jazyka, které jsou podobné mateřskému jazyku studenta, budou pro něho snadněji zvládnutelné než ty prvky, kterými se jazyk liší (Lado, 1957). Lado tak popsal princip pozitivního transferu. Jako typický příklad tohoto transferu můžeme uvést znalost internacionalismů často latinského nebo řeckého původu projevující se pozitivně v rámci lexikálního plánu jazyka. Nicméně tato podobnost může vést i k negativnímu transferu např. u tzv. zrádných slov. Transfer pak Hendrich (1988, 45) vysvětluje jako „vliv mateřštiny na proces osvojování a užívání cizího jazyka“. Kladný stejně jako záporný vliv je pak přímo úměrný genetické příbuznosti mateřštiny a studovaného jazyka. Negativní transfer je označován za interferenci, která je obecně definována jako vzájemné pronikání, prolínání, střetávání, křížení (Petráčková, Kraus, 2001).

Debyser upozorňuje na chápání interference v kontrastivní lingvistice pod vlivem psychologického směru behaviorismu, který považoval interferenci za *nákazu chování* (Debyser, 1970) a tuto koncepci přejímali i odborníci zabývající se didaktikou včetně českých. Šourková například charakterizuje interferenci jako „záporné působení návyků dříve osvojených na vypracování nových návyků“ (Šourková, 1964, 3). Redukce nabývání jazykových kompetencí na učení se jednomu chování nebo součet vícero jednoduchých chování byla kritizována mnohými autory včetně Debysera.

V rámci didaktiky (Castellotti, 2001) je tak interference zvláštní typ chyby, kterou dělá student učící se cizímu jazyku pod vlivem zvyklostí nebo jazykových struktur odvozených ze své mateřštiny. Debyser z tohoto úhlu pohledu hovoří o interferenci, jestliže analogie mezi prvkem z cizího jazyka (L2) a korespondujícím prvkem z mateřského jazyka (L1) způsobuje sklouznutí k L1 u stávajícího nebo následujícího prvku (Debyser, 1970, 35). Tento autor zmiňuje i další termíny zaužívané v didaktice jako „*déviation*“ – odchylka, „*glissements*“ – sklouznutí, „*transfert*“ – transfer a „*parasites*“ – parazité.

³ Srov. J. P. Vinay (1968) *Enseignement et apprentissage d'une langue seconde*, in *Le langage*, Encyclopédie de la Pléiade.

Podobně interferenci charakterizuje i Čermák, který ji popisuje jako „negativní jazykový transfer struktury z mateřského jazyka do jiného (cizího), který se jeví jako (cizinecká) chyba“ (Čermák, 2011, 282). Veselý (1985, 28) rozumí interferencí „narušování normy při užívání cizího jazyka, a to buď vlivem jevů mateřského jazyka, nebo vlivem jiných jevů daného cizího jazyka“. Definice Veselého již rozlišuje interference mezijazykové a vnitrojazykové, čímž se vymezuje proti svým předchůdcům, kteří interference chápali jen v užším slova smyslu. Weinreich (1963, 1, in Debyser, 1970) například vymezuje interferenci jako „následek kontaktu dvou jazyků ve vědomí bilingvních osob“. Debyser (1970, 34) jde ještě dále a pojímá interferenci jako „nehodu bilingvismu způsobenou kontaktem dvou jazyků“. Mackey (1965, in Debyser, 1970) pak blíže vysvětluje, že se jedná o interferenci tehdy, „pokud mluvíme nebo píšeme v jednom jazyce s elementy patřícími do jiného jazyka“.

Shrneme-li výše uvedené definice, můžeme konstatovat, že psychologie definuje interferenci na základě negativních návyků, didaktika na základě zvyklostí a jazykových struktur převzatých z mateřského jazyka, zatímco pro lingvistiku se jedná o narušení jednoho jazykového kódu druhým. Povšimněme si ještě jednoho zásadního terminologického rozdílu. Pro Hendricha (1988, 45) je interference doslova procesem „přenášení návyků z oblasti mateřštiny do oblasti cizího jazyka, což vede k četným chybám“, zatímco pro Castellotiho, stejně jako pro Debysera a Čermáka, je interference chybou, tedy výsledkem tohoto procesu.

Pozitivní pohled na interferenci přináší moderní psychopedagogické směry a Chomského univerzální gramatika.

1.3.2 Univerzální gramatika a další směry v opozici proti kontrastivní analýze

Základem Chomského generativně-transformační teorie jazyka je přesvědčení o tom, že všechny jazyky mají společnou hloubkovou strukturu jazyka a liší se pouze povrchovou strukturou, která se v začátcích vysvětlovala jako výsledek transformačně generativních procesů a později jako uplatňování jistých jazykových principů a parametrů, které se dají syntakticky popsat pomocí teorie řízenosti a vázání (Chomsky, 1981).

Dle jeho názoru vysloveného v *Lectures on Government and Binding* (1981), si dítě učící se jazyk potřebuje osvojit pouze lexikální položky (slova, gramatické morfémy a idiomy) a určit vhodné nastavení parametrů, což lze provést na základě několika příkladů. Podobně člověk učící se nový jazyk nenabývá žádné nové poznání ani nové schopnosti, ale používá pouze vrozenou jazykovou kompetenci. Pro osvojení cizího jazyka stačí dle Chomského při uplatňování daných jazykových principů měnit pouze cílové parametry osvojovaného jazyka. Mezijazyková interference je tak považována za přirozený jev na cestě od uplatňování

parametrů mateřského jazyka k těm, které je nutno uplatňovat v cílovém jazyce.

Jazykový systém používaný studentem při učení se cizímu jazyku je v aplikované lingvistice nazýván pojmem *interlanguage*, který poprvé zformuloval Larry Selinker (1972) v článku se stejným názvem. V současnosti se pod tímto pojmem dle Horáka (2014) chápe dynamický jazykový systém, který se postupně vyvíjí spolu s nárůstem jazykových kompetencí studenta v cílovém jazyce. Výhodu tohoto pojmu pak Horák spatřuje ve faktu, že bere v potaz nejen lingvistické, ale i psychologické a sociologické aspekty učení.

Pojem interference se snažil osvětlit i Monitorovací model amerického lingvisty Stephena Krashena, který ve své teorii odlišil pojem osvojování si jazyka od učení se jazyku. V knihách *Second Language Acquisition and Second Language Learning* a *Principles and Practice of Second Language Learning* dále zavedl pojem *afektivního filtru*, hypotézu přirozeného postupu při učení se jazyku a hypotézu jazykového monitoru, který je součástí lidského mechanismu osvojování si jazyka a projevuje se jako autokorekční mechanismus studenta cizího jazyka. Krashen ve všech těchto složkách vidí vlivy na projev studenta v cizím jazyce a přičítá jim zodpovědnost za chyby, které během produkce vznikají.

Na základě výše uvedeného přehledu můžeme konstatovat, že didaktické směry navazující na teorii vytvořenou lingvisty ji doplňují a oba pohledy se tak prolínají. Interference již není vnímána ryze negativně, je zdůrazňován především rozvoj jazykových kompetencí. Můžeme také pozorovat posun od odchylky jednoho prvku k odchylce od normy celého systému, tzv. *interlanguage*, který je ostatně předmětem i našeho výzkumu. Proto, abychom mohli popsat systematické rysy jazyka studentů, je nutno specifikovat druhy interferencí.

1.3.3 Klasifikace interferencí

Současná odborná literatura pracuje s různými taxonomiemi interferencí. Cílem této části je vytvoření jejich přehledu.

1.3.3.1 Mezijazykové, vnitrojazykové a kombinované interference

Hendrich ve shodě s Veselým přisuzuje transferu kromě kladného nebo záporného znaménka také jeho původ. Transfer nemusí být nutně způsoben vlivem struktur mateřského jazyka, ale může být založen na fungování analogie. Tehdy mluvíme o vnitrojazykovém neboli intralingválním transferu. Hendrich (1988) správně vysvětluje, že ve všech jazycích a ve všech jazykových plánech se vyskytují analogické řady a znalost jednoho členu takové řady usnadňuje osvojení členů ostatních. V tom případě se jedná o pozitivní vnitrojazykový transfer.

Na druhou stranu zároveň s analogií působí i faktor kontrastu (opozice, protikladu), který byl zdůrazňován zejména strukturalistickým směrem v lingvistice. V této spojitosti je nutno připomenout pražskou školu a Trubeckého privativní, graduální a ekvipolentní opozice. Dále také Jakobsonovu teorii o příznakovosti. Hendrich (1988) uvádí, že koexistence blízkých, ale nikoliv totožných jevů v jazyce vede k jejich mylnému ztotožňování, k mylné analogii, a pak hovoříme o vnitrojazykové (intralingvální) interferenci. Horák pak shrnuje, že kontrastivní analýza podobně jako ostatní směry, které se příznakovostí zabývaly, dochází k závěru, že příznakové jednotky jsou ze samé podstaty příznakovosti těžší na osvojení, a to minimálně tím, že, že obsahují jeden charakteristický znak navíc. Tuto situaci krásně ilustruje Debyser (1970) ve fonologickém a sémantickém plánu francouzštiny. V rámci intralingvální interference jsou často zaměňována slova *savoir* a *connaître*, na úrovni interlingvální fr. *librairie* a angl. *library*. Ve fonologickém plánu jeden distinktivní rys mezi [p] a [b] zapříčiňuje interferenci. A je přirozené, že student, který má ve fonologickém systému svého jazyka jen jednu jednotku, nezachytí jejich opozici a přizpůsobí obě varianty svému jazyku. Při srovnání českého jazyka a francouzštiny k tomuto jevu dochází např. mezi otevřeným [ɛ] a zavřeným [e]. Podrobněji tento jev bude popsán v kapitole 2.1.

Veselý (1985) i Pösingerová (2001) pak rozlišují ještě kombinovanou interferenci, která vzniká současným působením vnitrojazykových a mezijazykových vlivů. Veselý (1985, 33) vidí jako „výsledek působení mezijazykové a vnitrojazykové interference vznik deformovaného jazyka“, který je v jeho pojetí nazýván jako tzv. „třetí systém“. Jde o soubor chybně utvořených nebo chybně vyslovených (napsaných) jazykových prostředků, vznikající kontaminací příznaků mateřského a osvojovaného jazyka nebo kontaminací jevů v rámci cizího jazyka. Veselý, čerpající zejména z ruské literatury, se tak přibližuje k anglosaskému termínu *interlanguage*. Nicméně jeho třetí jazyk je definován negativně.

Zdroj interferencí se tak stává klasifikačním kritériem pro třídění různých druhů interferencí. Dále je můžeme dělit dle Pösingerové (2001) podle směru působení na proaktivní a retroaktivní. Interference mohou být řazeny dle momentu jejich vzniku na asociativní a reproduktivní. Dle příčiny vzniku na interferenci v kompetenci a performanci. Na základě typu projevu dělíme interference na skryté a zjevné. Z lingvistického hlediska je důležité dělení interferencí na paradigmatické a syntagmatické ose. V neposlední řadě bychom chtěli také zmínit klasifikaci dle plánu jazyka na fonetické, lexikální, morfologické, syntaktické a ortografické. Dříve než se jim budeme věnovat podrobněji, pozastavíme se u interference sekundární, která je používána v odlišných kontextech.

1.3.3.2 Sekundární mezijazykové vlivy

Hendrich (1988) definuje interference sekundární, které spočívají v přenášení vědomostí a dovedností z jednoho cizího jazyka na druhý osvojovaný cizí jazyk. Sekundární mezijazykové vlivy mohou být jak pozitivní, tak negativní. Pravděpodobně nikdo nezpochybní význam znalosti latiny při učení románských jazyků, která na druhou stranu může přinášet mylné analogie. Debyser (1970) tomuto jevu poznamenává, že pokud L2 a L3 jsou si bližší navzájem než s L1 (u českých studentů se obvykle jedná o následující kombinaci: angličtina – L2, francouzština – L3 a čeština – L1) je jisté, že interference budou četné. Debyser ale zároveň pod pojmem sekundární interference rozlišuje interference komplexní, kdy si student pro přiblížení obou jazyků často vytvoří pravidlo např. pro vyjádření 6. pádu ve spojení se slovesem *parler de*, ale toto pravidlo ho zavede ke špatnému používání této předložky (**il informe de*).

1.3.3.3 Interference proaktivní a retroaktivní

Debyser dále rozlišuje proaktivní interference způsobené již zažitými jazykovými strukturami a retroaktivními jazykovými strukturami, které se objevují tehdy, když má nově naučená jazyková struktura vliv na již zažité učivo. Např. studenti po naučení slovesného času *imparfait* zapomenou správné tvary *passé composé*.

1.3.3.4 Interference v kompetenci a v performanci

Toto rozlišení je použito v českém kontextu Choděrou (2013). Ostatní autoři používají přívlastky performační a kompetenční spíše ve spojení s pojmem *chyba*. Interference v performanci (*lapsus linguae*) nastává tehdy, kdy se student dokáže opravit, a je zapříčiněna náhodným selháním, zatímco v druhém případě je důvodem nedostatečná kompetence daná neznalostí jazykového systému.

1.3.3.5 Asociativní a reproduktivní interference

Komorowska (1980) označuje interferenci, která vzniká během osvojování daného jazykového jevu, jako asociativní a interferenci vznikající při pozdější aplikaci v komunikativních cvičeních nebo při samotné komunikaci v cizím jazyce jako reproduktivní.

1.3.3.6 Interference zjevná a skrytá

Dle Choděry (1999) ještě rozlišujeme tzv. skryté interference, kdy se student vědomě či nevědomě vyhýbá určité jazykové struktuře, která by byla v daném kontextu vhodnější. Jak dále

uvádí, student např. raději používá *futur proche*, protože byl dříve naučen místo *futur simple*, který by byl v kontextu vhodnější. Gramaticky je pak použitý tvar správný, ale nejsme si jistí, zda student umí vytvořit *futur simple*. Tento typ interferencí je těžší odhalit, zatímco u interferencí paradigmatických a syntagmatických můžeme mít potíže s jejich klasifikací.

1.3.3.7 Interference paradigmatická a syntagmatická

Debyser (1970) zdůrazňuje, že na vertikální ose se lingvistické jednotky vybírají dle selekčního pravidla, zatímco na horizontální ose se řadí podle kombinačního pravidla. Od toho odvozujeme problémy podobnosti (paradigmatické) a blízkosti (syntagmatické). Debyser (1970, 54) o paradigmatické ose poznamenává následující:

Pokaždé, když bude struktura v L2 jakéhokoliv plánu komplexnější než v L1, otvírá se prostor pro interferenci. (...) Student bude zaměňovat a neutralizovat opozice, které mu nejsou zažité, a pro které jeden z prvků v opozici reprezentuje analogii označujícího (signifiant) s unikátní jednotkou, kterou disponuje v L1.

Paradigmatické interference spočívají ve špatném výběru. Syntagmatické interference ve špatné kombinaci, např. časová souslednost, shoda. Je ale těžké mezi nimi rozlišovat. Debyser (1970) dále uvádí, že co je paradigmatické v jednom jazyce, může být ve druhém jazyce vyjádřeno syntagmaticky. Navíc rozlišování mezi paradigmatickými a syntagmatickými interferencemi je relativní a záleží na hranicích lingvistické jednotky. Jak prokázal Coseriu, to, co je syntagmatické na jedné úrovni organizace jazyka, může být paradigmatické na jiné úrovni organizace.

1.3.3.8 Interference dle jazykové roviny

Pösingerová (2001) ve své monografii uvádí 5 základních složek: fonetické, lexikální, morfologické, syntaktické a ortografické interference. Toufarová (2014) pak nabízí dělení na interference zvukové, grafické, lexikální, morfologické, syntaktické, pragmatické, kombinované, aj. Černý (1996) specifikuje interferenci ve frekvenci a kombinování jazykových jednotek, v klasifikaci předmětů, jevů, událostí, atd.

1.3.3.9 Interference dle hierarchie složitosti

Horák (2014) popisuje principy hierarchie složitosti, které zpracoval Clifford Prator v roce 1967 následujícím způsobem. Nejprve definoval šest úrovní, které slouží k porovnávání jazyků na fonetické a gramatické úrovni:

1. Na úrovni nula se jedná o *transfer*, kdy se u studentů uskuteční přenos jazykové jednotky mezi dvěma jazyky.
2. Na úrovni jedna se jedná o *coalescence* neboli spojení dvou jednotek v mateřském jazyce do jedné jednotky v cílovém jazyce.
3. Úroveň dva je pojmenovaná *underdifferentiation*, kdy jazyková jednotka z mateřského jazyka v cílovém jazyce úplně chybí.
4. Třetí úroveň nazývá *reinterpretation*. Jazyková jednotka v mateřském jazyce dostává v cílovém jazyce novou podobu.
5. Čtvrtým stupněm je *overdifferentiation*, což znamená, že v cílovém jazyce je přítomna jazyková jednotka, která v mateřském jazyce úplně chybí.
6. Na páté úrovni se hovoří o *splitu*, neboli jevu, kdy jazyková jednotka z mateřského jazyka nabývá v cílovém jazyce dvou podob.

1.3.3.10 Interkulturní interference

Mluvíme o ní v souvislosti s problematikou osvojení sociálních a kulturních norem existujících v cizím jazykovém prostředí. Interkulturní interference je jedním z důvodů, proč si politici při vystupování v zahraničí najímají rodilé mluvčí, aby opravili jejich projevy dle diskursu zaužívaného v dané zemi.

Posingerová (2001) při studiu polského jazyka vymezila čtyři typy interkulturní interference. První je situace, kdy ve výpovědi cizince schází jazykový obrat očekávaný v daném kontextu. Druhou je přenesení jazykového obratu typického pro určitý sociokulturní kontext do cizího jazyka, ve kterém je však normou a společenskou konvencí očekáván zcela jiný obrat. Třetím typem je záměrné vynechání určitých obrátů, které nejsou vlastní mateřskému jazyku. Čtvrtým typem interkulturní interference je přenesení jazykové struktury a nejazykové komunikace z rodného do cílového jazykového prostředí.

Veselý (1985) dále vyčleňuje speciální interferenční kategorii lingvozeměvědnou. Jedná se především o sémantickou rozdílnost v chápání určitých lexémů vyjadřujících realie dané země/oblasti.

Můžeme tak konstatovat, že klasifikace interference je více rozvinutá než taxonomie chyb, přičemž kritéria dělení podle jazykových rovin a kompetence – performance zůstávají shodná. Příčiny vzniku interference jsou pak rozlišovány na základě více kritérií. V našem výzkumu se jednoznačně jedná o reproduktivní interference. Poukážeme na sekundární vlivy pocházející z angličtiny a rozlišíme také intralingvální a interlingvální interferenci, popř. kombinovanou interferenci.

V další části kapitoly uvedeme přehled výsledků současných výzkumů o interferencích.

1.4 Současné výzkumy v oblasti interference a chyby

Ačkoliv si uvědomujeme, že interference jsou specifické v rámci sledovaných jazyků, některé z charakteristik jsou platné všeobecně. Snažili jsme se tak na základě výzkumu Toufarové (2014), Posingerové (2001) a Kratochvílové (2014) identifikovat možné případy častých interferencí. Protože tyto výzkumy byly uskutečнены v rámci flektivních jazyků (ruština, polština, čeština pro cizince), odhlížíme od jejich poznatků týkající se flexe.

Posingerová na úrovni fonologické poukazuje na následující interference: nerozlišování fonémů u cizího jazyka, přenášení fonetické opozice z mateřského jazyka do cizího jazyka, využívání foneticky blízkých hlásek, přenášení znělostní asimilace z mateřského jazyka do cizího jazyka a interference při realizaci slovního přízvuku.

V rámci interferencí v ortografickém plánu hovoří Possingerová kromě jiného o nerozlišování grafémů cizího jazyka. Kratochvílová upozorňuje na chybu v označení kvantity samohlásek, interpunkci a značením řadových číslovek.

V morfosyntaxi představuje častou chybu ve sledovaných výzkumech záměna slovesného čísla, jmenného rodu a slovního druhu v případě adjektiv a adverbíí. Další nedostatky se projevují v chybném výběru předložky, v absenci/nadbytečnosti sponových sloves a zvrtného zájmena. Další interferencí je slovosled.

V lexikosémantickém plánu dochází ve studovaných výzkumech k záměně podobných slov, tzv. falešných přátel, na základě homonymie, případně paronymie. Dále se vyskytují chyby v konotaci (zúžení/rozšíření významu či přidání významový znak). Kromě zrádných slov se interference týkají výstavby lexikálních jednotek. Kratochvílová pak upozorňuje na nedostatečný repertoár sloves se projevující se nevhodným používáním sloves obecnějšího významu.

Ze stylistického hlediska bývají často nevhodně použity výrazy nebo tvary, jež patří do hovorové vrstvy jazyka nebo do obecné češtiny.

Další zajímavý výzkum uskutečnila Hasilová (2011) v německém jazyce, který je nám blízký, protože se zajímá o odborný jazyk vysokoškolských studentů. Hasilová se zaměřuje kromě jiného na analýzu referátů na odborné téma. Zde identifikuje nejčastější nedostatky: absence vlastního názoru, nedostatky z oblasti ortografie, morfologie, syntaxe, užívání vazeb odchylojících se od normy, absence některých z předpokládaných součástí referátu, nesprávné citace, podcenění vnější stránky konečné podoby referátu, nedostatečná konečná korektura, narativnost textu namísto řešení problému, nedostatky týkající se výstavby jednotlivých kapitol, nejasnosti v obsahu referátu, neujasněné vztahy mezi jednotlivými myšlenkami, nedostatečné grafické značení stěžejních myšlenek a nejednoznačnost významu výpovědi.

Další inspirativní práci je výzkum Romany Suché (2008), která se zabývala vlivem angličtiny

na obchodní francouzštinu a analyzovala chyby u studentů z oboru ekonomie. Tato autorka ve své práci podobně jako ostatní dělí chyby na ortografické, lexiko-sémantické a morfosyntaktické. U pravopisných chyb rozlišuje kategorie přehození písmen, chybějícího nebo nadbytečného písmene, popř. písmene, které je nahrazeno jiným. Lexikosémantické chyby jsou děleny podle toho, zda se jedná o nahrazení francouzského slova nebo celého výrazu anglickým slovem nebo výrazem, popř. o zrádná slova. Morfosyntaktické chyby jsou pak následující: chyba ve shodě přívlastku s řídicím členem, anglické slovo s francouzskou koncovkou, francouzské slovo s anglickou koncovkou, chybí spojka. Je ovšem nezbytné zmínit, že studenti, jejichž písemné projevy byly zkoumány, vykazovali znalost francouzského jazyka na úrovni A2 Evropského referenčního jazykového rámce.

Milíčková (2002), která zkoumala pokročilejší jazykovou úroveň, dělí nejčastější příčiny interferencí ve francouzštině v zásadě do tří kategorií. V prvním případě se jedná o situaci, kdy čeština používá jiné jazykové prostředky k vyjádření skutečnosti (např. používání konjunktivu ve francouzštině). Nejpočetnější kategorií jsou pak případy, kdy francouzština a čeština používají podobné, ne však stejné jazykové prostředky (např. zrádná slova). Do třetí kategorie Milíčková zahrnuje chyby vzniklé z odlišností spojených s přirozeným vývojem jazyka (archaismy), z odlišných reálií (zdvořilostní obraty) nebo odlišného chápání mimojazykové skutečnosti. Milíčková používá termín chyby synonymně s interferencí.

Vzhledem k vytyčenému cíli výzkumu si uvědomujeme, že na základě využití ICT nemůžeme postihnout všechny výše zmiňované interference (zejména ty mající interkulturní rozměr), nicméně můžeme popsat interference v jednotlivých jazykových plánech a ukázat propojení odchylek v ortografii, morfosyntaxi a lexiko-sémantické rovině.

1.5 Shrnutí (metodologie)

Vzhledem k dvojí poloze pojmu *norma* jsme zvolili dva odlišné postupy pro popis systémových rysů a zvláštních výrazových prostředků a také dva rozdílné nástroje ICT. V rámci specifické polohy normy postupujeme po jednotlivých jazykových plánech a poukazujeme na interference. V této části se tak řídíme binární stupnicí charakterizovanou na základě správnosti a chybnosti. V tomto pojetí můžeme chápat odchylku od systémových rysů jako absolutní, tedy jednoznačně stanovitelnou dle předepsané normy.

V obecné poloze pojmu *norma*, tedy přiměřenosti, nehodnotíme absolutně správnost a chybnost, ale snažíme se na škále vymezit využití systémových rysů odborného jazyka, kterými jsou zejména termíny. Odchylka je tak v tomto pojetí relativní. Na základě analýzy softwarem Tropes jsme identifikovali četnost jednotlivých termínů a vymezili styl práce, který jsme porovnali s vybraným vzorkem bakalářských a diplomových prací. Pomocí ortografického

korektoru jsme excerpovali soubor chyb, který jsme nejprve dělili podle formálních příznaků. Dále jsme chyby třídili podle jednotlivých jazykových rovin a na závěr interpretovali jejich možnou příčinu.

2 Správnost

Pravopis je zdvořilost jazyka.

Jean Guéhenno

Jak jsme zmínili v předchozí kapitole, pro analýzu správnosti jsme využili ortografického korektoru a výsledky analýzy jsme propojili s chybami v morfologii, syntaxi a lexikologii. V této kapitole se tak budeme věnovat analýze korpusu – písemného projevu studentů. Budou také zkoumány jevy, které nemají signifikantní výskyt, a řadíme je proto do parolové roviny. Domníváme se však, že k nim nedochází zcela náhodně a mohou být zajímavé jako východisko pro další jazykové bádání. Pro pochopení možných příčin interferencí bude nezbytné vymezit vybrané rozdíly mezi francouzským a českým pravopisem.

2.1 Ortografie

Ortografií jsou dle Čermáka (2011, 34) „autoritativní pravidla převodu mluveného projevu do psaného, a jsou tedy i oddílem grafiky, který tuto její vybranou část kodifikuje a unifikuje zvláště pro zamezení výskytu chyb anebo alternativních způsobů záznamu.“ Ve Francii tato autoritativní pravidla definuje Francouzská akademie. O francouzské ortografii pojednává Huchonová – *Encyclopédie de l'orthographe et de la conjugaison* (1992), dále Bescherelle – *L'orthographe pour tous* (1997), nebo kolektivní publikace *Larousse de l'orthographe* (1982), *Orthographe* (1995). Z českých autorů se této tématice věnují např. Hendrich, Radina a Tláskal ve *Francouzské mluvnici* (2001). Je také důležité sledovat reformy francouzského pravopisu, které s sebou přinášejí sjednocení některých protichůdných pravidel.

2.1.1 Francouzský pravopis

Francouzský pravopis si prošel složitým historickým vývojem a jeho jednotlivé etapy na něm zanechaly nerasmazatelné stopy. Nemáme zde v úmyslu složitý vývoj francouzského pravopisu blíže popisovat, ale spíše vyzdvihneme základní principy, podle kterých se pravopis řídí. Dle Huchonové (1992) je pravopis, na kterém byla francouzština vystavěna během století, fonetický, morfologický, etymologický a distinktivní. V rámci těchto vlastností se snaží vyhovět často protichůdným požadavkům a je tedy značně složitý. Pokud vezmeme v potaz Čermákovu (2011) definici pravopisu jako souhrnu autoritativních pravidel převodu mluveného projevu do psaného, můžeme tato pravidla charakterizovat na základě čtyř principů uvedených výše, tedy

fonetického, morfologického, etymologického a distinktivního.

Huchonová (1992) uvádí fonetické hledisko jako nejdůležitější a míní tím především funkci písmena reprezentovat hlásku. Nicméně přesná ekvivalence mezi písmenem a hláskou je ve francouzštině vzácná. Navíc, jak dále uvádí Huchonová, základní jednotka grafiky – grafém – se ve francouzštině často vyskytuje ve formě dvou písmen (digram) nebo tří písmen (trigram). Hovoříme o spřežkovém záznamu fonému. Je tedy nutno definovat termín *grafém*, který je v užším smyslu běžně chápán jako „označení písmena (lityry)“ (Čermák, 2011, 31) nebo „písemný znak“ (Erhart, 1984, 169). Erhart pak dále dělí grafémy na samostatné a nesamostatné, podle toho, zda se vyskytují v kombinaci s diakritickým nebo interpunkčním znaménkem. V této práci se přidržíme definice grafému v jeho širším pojetí (Huchonová, 1992) jako minimální distinktivní jednotky písma přepisující foném (fonogram) nebo mající morfologickou funkci (morfogram), popř. funkci etymologickou nebo distinktivní (odlišení dvou homofon). Souhlasíme pak s Huchonovou, že vztah grafému a fonému, respektive morfému, je ve francouzštině komplexní záležitostí.

Huchonová hovoří o „ambivalenci grafémů, při které jeden grafický znak koresponduje s vícero hlásek (ve francouzštině např. *c* a *s*) a při které nastává synonymie, kdy více grafických znaků koresponduje s jednou hláskou (např. *en* a *an*)“ (Huchonová, 1992, 14). Proto je dle této autorky ve francouzštině důležitý fenomén distribuce (1992, 14): „Grafém nabývá svou hodnotu podle místa, které zaujímá ve slově, např. *c* před *a* se vyslovuje [k], zatímco *c* před *e* se vyslovuje jako [s].“ Hendrich a kol. (2001) dále připomíná, že se nemusí jednat jen o místo ve slově, ale o celý mluvnický takt. Rozlišuje tak kromě jiného slabiky počáteční, vnitřní a koncové. „Toto rozlišení má rozhodující vliv na výslovnost tzv. němého [ə]“ (Hendrich, 2001, 25). Hodnotu grafému také ovlivňuje otevřenost či zavřenost slabiky, daná zakončením slabiky samohláskou nebo souhláskou, a její přízvučnost či nepřízvučnost (viz kapitola samohlásky). Dále se hodnota grafému odvíjí od spodoby nebo vázání. Vidíme tedy, že hodnota grafému je závislá na několika faktorech. Fonografické faktory významně převažují a můžeme pozorovat, jak ukazuje Huchonová, že „se vyslovují písmena, která dosud měla jen etymologickou, distinktivní nebo morfologickou hodnotu“ (Huchonová, 1992, 14). Uvádí zde příklad vyslovování hlásky [b] ve slově *obscur*.

Vedle grafémů přepisujících foném existují grafické znaky, které zůstávají ve výslovnosti němé, zato mají funkci čistě morfologickou (morfogramy). Tento jev je typický např. pro plurál podstatných jmen, ženský rod některých přídavných jmen aj.

Kromě výše uvedeného principu vztahu grafémů a fonémů (popř. morfémů) se uplatňuje již zmiňovaná zásada etymologická, že pravopis má vyjadřovat původ slov, a tím i jejich

vzájemnou příbuznost (Huchon, 1992). Mireille Huchonová (1992, 15 – 16) shrnuje vývoj následovně:

Zatímco v 16. století latinské a řecké výpůjčky přinesly nové grafémy, aktuální výpůjčky z cizích jazyků multiplikují spojení mezi grafémem a fonémem neznámých ve francouzštině jako např. oo = [u] *footbal* (...). Adaptace výpůjček do francouzského systému podle přísných pravidel naráží na autenticitu obrazu identických slov v angličtině a ve francouzštině, podobně jako tomu bylo v 16. stol. u latinských a řeckých výpůjček.

Jak dále píše Huchonová (1992), některé grafémy označují jen původ, jako např. *h* ve slově *homme*, *p* v *prompt* a *h* v lexému *rhume*. Jiné grafémy slouží k rozlišení homonym. Sem bychom mohli řadit psaní zdvojených souhlásek, popř. užívání pravopisných znamének. Ke zvláštnostem dle Hendricha a kol. (2001) patří užívání velkých písmen k rozlišování významu slov, např. *église* – *Église*. Zásada diferenciaci homonym, stejně jako etymologický princip, mají dle Hendricha a kol. (2001) usnadňovat čtenáři orientaci v textu a jeho rychlé a správné chápání. Vzájemné překrývání principů a také nedůslednost v jejich uplatňování vede ke složitosti systému a s tím spojeným obtížím jak u rodilých mluvčích, tak cizinců. Huchonová identifikuje dva fenomény, které aktuálně komplikují francouzský pravopis: zvýšení počtu grafémů zapříčiněné výpůjčkami (viz výše) a grafickou rozkolísanost.

Existence pravopisných dublet je umožněna četností znaků přijatých pro psaní určitých slov. Více než 5 % francouzských slov má dle Huchonové (1992) rozkolísaný pravopis, např. *clef* – *clé*. Korektory pravopisu pak často znají jen jednu verzi a druhou označují za chybnou. Dále také působí faktor lidového jazyka (*langue populaire*) a různé způsoby přepisu vědeckých neologismů.

Není proto divu, že někteří autoři volají po reformě pravopisu. Významný francouzský lingvista Martinet navrhuje již v 60. letech novou abecedu Alfonic. Nicméně konzervativní politika Francouzské akademie upřednostňuje srozumitelnost historických dokumentů, která by se rozsáhlejší reformou významně snížila, a v roce 1990 přikračuje k revizi pravopisu⁴ upravující největší nesrovnalosti v jeho logice.

V této části jsme pojednali o problematice pravopisu z pohledu francouzského mluvčího. Zabývali jsme se komplexním vztahem grafémů a fonémů, etymologickým principem a okrajově jsme zmínili pravopis morfémů a diferenciaci homonym (úroveň lexémů). Pro Čecha je pak největší překážkou fakt, že pravopis řídicí se výše zmíněnými principy se značně odlišuje

⁴ Více o této reformě na stránkách Francouzské akademie dostupné z http://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/rectifications_1990.pdf nebo ve zjednodušené podobě na informačním serveru *Orthographe recommandé* dostupné z <http://www.orthographe-recommandee.info/miniguide.pdf>.

od aktuální výslovnosti, zejména díky etymologickému principu. Tyto rozdíly jsou příčinou vzniku zrádných slov, která vymezuje Radina (1978) na základě předpony, přípony, ale také na základě pravopisných podrobností. V další podkapitole se tedy podíváme na zásadní rozdíly v pravopisu obou zkoumaných jazyků.

2.1.2 Srovnání francouzského a českého pravopisu

Srovnání francouzského a českého ortografického systému přináší Hendrich a kol. (2001, 46):

Čeština užívá celkem 42 grafických znaků (26 písmen, 1 spřežku a 15 písmem s rozlišovacími znaménky – tj. čárkou, kroužkem nebo háčkem). Francouzský pravopis potřebuje více než trojnásobný počet grafémů neb jejich kombinací, 26 jednoduchých písmen, 13 písmen s rozlišovacím znaménkem a více než 50 spřežek tvořených dvěma nebo třemi písmeny, z nichž mnohé jsou navíc kombinovány s rozlišovacími znaménky.

Z fonologického pohledu je pak zajímavé, že počet fonémů ve francouzštině a v češtině je téměř shodný, ale čeština má více konsonantů. Francouzština rozlišuje 36 fonémů, z nichž je 16 samohlásek, 17 souhlásek a 3 polosouhlásky (Hendrich, 2001), zatímco současná čeština čítá 39 fonémů, 13 vokálních (běžné vokály a diftongy) a 26 konsonantických (Krčmová, 2008). Můžeme tedy předpokládat, že rozvinutější systém samohlásek ve francouzštině činí Čechům potíže. Navíc francouzský systém samohlásek je vystaven na odlišných distinktivních rysech. Rozeznávání jednotlivých fonémů může být pak zdrojem mezijazykových interferencí. Souhlasíme s názorem Březinové (2009), že ortografické chyby jsou často způsobené vlivem výslovnosti, ale nechceme podceňovat ani vliv ostatních faktorů zmíněných výše. Nutno připomenout, že Březinová analyzovala písemné i ústní projevy studentů na úrovni začátečníků, a je tedy logické, že se u tohoto výzkumu nejčastěji projevovaly chyby mezijazykové. U studentů, kteří mají pokročilejší úroveň, se dají předpokládat spíše vnitrojazykové chyby. Specifickým případem jsou tzv. retroaktivní interference (viz kap. 1.1.4), kdy se student naučí grafickou podobu lexému i s výslovností správně, ale na chybu může mít vliv analogie v rámci téhož jazyka.

Abychom určili systémové příčiny ortografických chyb, nevyhne se kontrastivnímu srovnání autoritativních pravidel převodu mluveného projevu do psaného u obou jazyků. V dalším výkladu budou pro přehlednost uvedeny i charakteristiky francouzských fonémů, zejména těch, které se odlišují od češtiny, tak, abychom mohli vysvětlit možné příčiny interferencí spojených s výslovností.

2.1.3 Pravopis samohlásek

Český systém samohlásek je oproti francouzskému založen na sérii opozičních vztahů na základě kvantity samohlásek, značených v psané podobě znaménky nad písmeny, zatímco ve francouzštině tato znaménka odkazují na kvalitu vokálů z hlediska jejich zavřenosti a otevřenosti, popř. na odlišení grafické podoby dvou slov. Tento rozdíl daný historickým vývojem má nicméně své limity. Ačkoliv délka od 16. stol. ve francouzštině ztratila svou funkční platnost, lingvisté rozlišují krátkou, polodlouhou a dlouhou výslovnost hlásek.⁵ Dohalská a Schulzová (2008, 75) doporučují kvantitu vokálu respektovat, protože „nedodržení délky může narušit rytmus průběhu vět, a tím i celé promluvy“. Ohnesborg (1998, 44) jde ještě dále se svým tvrzením, že „malé změny kvantitativní způsobují i menší změny kvalitativní, projevující se ve větší nebo menší otevřenosti (nebo zavřenosti) samohlásky. Krátké samohlásky zavřené jsou tedy o něco delší než krátké samohlásky otevřené“. Uvedení autoři také dále upozorňují, že délka francouzských samohlásek záleží i na tom, zda je hláska v postavení přízvučném, nebo nepřízvučném. Hendrich a kol. (2001, 28) pak dodává, že „pouze v přízvučné slabice může být samohláska dlouhá, jen v přízvučných slabikách se vyslovují výrazně otevřené nebo výrazně zavřené samohlásky, kdežto v nepřízvučných slabikách jsou zavřené samohlásky méně zavřené a otevřené jsou méně otevřené. Ve francouzštině stojí přízvučné slabiky zpravidla na konci slova nebo mluvního aktu“. Dále z hlediska dynamiky (hlasové síly) tito autoři rozeznávají nepřízvučné, popř. polopřízvučné slabiky mající vedlejší přízvuk.

Z pohledu zakončení slabiky samohláskou nebo souhláskou rozlišujeme otevřené a zavřené slabiky. V otevřených slabikách neboli slabikách končících ve výslovnosti samohláskou, se vyskytují zpravidla samohlásky zavřené [e, ø, o]. Zavřené slabiky, tj. slabiky končící ve výslovnosti souhláskou, mají samohlásky otevřené [ɛ, œ, ɔ]. Z pravopisného hlediska Hendrich a kol. (2001, 70) dále uvádí:

Znaménka nad samohláskami se píší zásadně ve slabikách otevřených (*écrire – prescrire*); jen v koncových slabikách se vyskytují i před pravopisnou němou souhláskou (*les clés, près, prêt*). Lomené znaménko většinou nahrazuje někdejší latinské s nebo jiné písmeno, např. *château – castellum*.

Dalším charakteristickým rysem francouzských vokálů působícím potíže s přepisováním do psané podoby je oproti češtině nazálnost, která zejména u slov mezinárodní povahy, tzv.

⁵ Srov. Dohalská a Schulzová (2008), Ohnesborg (1998). Dlouhou samohlásku máme např. ve slovech *singe* [sɛ :ʒ] a *cave* [ka:v].

internacionalismů, vytváří zrádná slova, což je nejvíce patrné v opozici *an – en*. V neposlední řadě se distinkce vokálů na základě labializovatelnosti projevuje také na výskytu interferencí (viz níže).

V této části tedy vycházíme z předpokladu, že některé interferenční chyby mohou být dané faktem, že studenti i na poměrně pokročilé úrovni podléhají interferencím způsobeným vyšším počtem francouzských samohlásek. Důvodem vzniku interference mohou být jednak potíže francouzské samohlásky rozlišovat, jednak nesprávně zafixovaná výslovnost, která zapříčiňuje chybu v písemném projevu. Tato situace může nastávat zejména u vokálů e-ové povahy. Samozřejmě si dobře uvědomujeme, že vzhledem k předmětu zkoumání, tedy analýze psaných dokumentů, je tato příčina v našem výzkumu neověřitelná. Zdroj interferencí může mít i jinou povahu. Chyby v použití špatného znaménka stejně jako použití špatné hlásky mohou být také způsobeny jednak znalostí jiného tvaru slova neboli analogií, jednak rozkolísaností francouzského pravopisu. Jednotlivé vlivy se často navzájem prolínají, a je proto těžké vymezit jednotlivé kategorie. Začneme tedy jevem, u kterého bylo zaznamenáno nejvíce chyb, a to použitím znamének u samohlásek. Z pochopitelných důvodů nebudeme uvádět všechny nalezené případy, ale vybíráme chyby, které jsou v celém korpusu zastoupeny ve větší míře nebo mají specifickou charakteristiku.

2.1.3.1 Pravopis e-ových samohlásek

K chybě při použití znamének docházelo nejčastěji u grafému *e*, který je ve francouzštině spojen hned s několika fonémy /e/ /ɛ/ /ə/. Bescherelle (1997) uvádí, že pro foném /ɛ/ jsou formy zápisu následující: *è* v pozici mediánu, *ès* na konci slov, *ê*, *ai*, *aî*, *ei*, *et*, *êt*, *e* před (*ll*, *mm*, *nn*, *ss*, *tt*), *e* před (*s*, *x*, *c*, *t*, *p*, *r*, *m*, *l*) a pod vlivem anglických výpůjček také *ey*. Vzhledem k tomu, že tato hlásky má nejvíce grafémů ze všech francouzských hlásek, pravděpodobnost chyby je vyšší. Podobně je tomu u fonému /e/, který má následující grafémy: *é*, *e* před (*cc*, *ff*, *ll*, *ss*), *er*, *ed*, *ez*, *ef*, *æ*. Tzv. němé /ə/ má jen jeden grafém *e*. Ostré znaménko bývá přiřazováno k fonému zavřeného /e/ a tupé a lomené znaménko k otevřenému /ɛ/, nicméně znaménka vždy nekorespondují s výslovností. *Larousse de l'orthographe* (1982, 57) uvádí následující příklad *réglementation* [ʁɛgləmɑ̃tasjɔ̃] – *règlement* [ʁɛgləmɑ̃].

Tato rozkolísanost pravopisu je pak dále ještě umocňována postavením českého [ɛ], které se liší napjatostí a otevřeností od francouzského [ɛ]. Ačkoliv dle IPA je popisujeme stejnou značkou, samohlásky nenabývají totožných parametrů. Francouzské [ɛ] je otevřenější a napjatější než české [ɛ], které tak stojí vlastně na pomezí mezi francouzským otevřeným [ɛ] a zavřeným [e]. (Dohalská, Shulzová, 2008, 90)

Dle Léonova označení⁶ tzv. *e caduc*, neboli němé *e*, fonetickou transkripcí přepisované jako [ə], je charakterizováno Dohalskou a Shulzovou (2008) jako neutrální zaokrouhlená ústní samohláska, která se svou artikulací blíží ve výslovnosti samohlásce [œ], kterou český jazyk nezná. *E caduc* nemůže být nikdy dlouhé, naopak je často kráceno. Navíc má *e caduc* zcela odlišné postavení ve francouzském vokalickém systému a jeho použití je dáno výslovnostním stylem i celkovým rytmickým členěním francouzské promluvy.

2.1.3.1.1 Znaménka u zavřeného [e]

Přízvuk byl nejčastěji vynechán u slova **précisement – précisément – [presizemã]* – česky přesně; studenti podléhají vlivu českého lexému *precizně* a mohou mít tendence vyslovovat slovo *précisément* s temným [ə] po hlásce *s*. Jedná se tedy dle našeho názoru o interferenci retroaktivní a interlingvální. Na druhou stranu by se mohlo jednat o chybu mající původ v neznalosti tvoření příslovcí. U většiny příslovcí tvořených sufixem *–ment* předchází *e* bez znaménka, a tedy se může jednat o chybnou analogii.

Podobně mají studenti tendence psát internacionalismy podle českého pravopisu, a to např. **region – région – [rezjõ]* – česky region, **telephone – téléphone – [telefõn]* – česky telefon, **strategie – stratégie – [stratezi]*. Dochází tu k interferenci mezi zavřeností a otevřeností francouzského *e* a délkou českého *e*. Naopak u chyby ve slově **précédent – précédént – [presedã]* – česky předcházející se domníváme, že chyba vychází z neznalosti grafické podoby zavřeného *e*, nikoli z podobnosti českým slovem precedentní.

Zvláštní případem, který stojí za zmínku a který se v korpusu objevil pouze u jedné studentky, je slovo **schéma – schéma – [fema]* – česky schéma. Pravopis u tohoto slova je naprosto totožný v obou jazycích, zatímco výslovnost je ve francouzštině zavřenější než v češtině. Příčinou nesprávného pravopisu také může být analogie s méně často užívaným slovem *schème – systém*. Studentka pravděpodobně neznala vliv výpůjček z řečtiny na pravopis a její chyba byla vedena snahou o hyperkorektnost. V tomto případě se jednoznačně jedná o intralingvální a retroaktivní interferenci.

2.1.3.1.2 Znaménka u otevřeného [ɛ]

Jednotlivé interferémy dělíme podle formálních příznaků.

a) Vynechání znaménka

Např. ve slově **models – modèles – [mõdel]* – česky model studenti zapomínají na

⁶ Jiní lingvisté používají také termín *schwa*, *e muet*, *e instare*, *e intermittent*.

pravidlo, že před samohláskou a němým *e* se přidává přízvuk. S malými obměnami k tomuto jevu dochází i u dalších hlásek: **le role* – *le rôle* – [rol] – česky role. Tady bychom mohli spatřovat i vliv anglicismů, a tedy sekundární interferenci.

b) Přidání znaménka

Francouzské otevřené [ɛ] je studenty psáno grafémem *é* značící v češtině dlouhou samohlásku, **intéreactifs* – *interactifs* – [ěteraktiv] – interaktivní. Stejným případem je často opakovaná chyba ve slově *déterminée* – [determine] – **dététerminée* – determinovaný. Platí zde pravidlo zavřené slabiky, ve které se píší samohlásky bez znamének – pravopis otevřeného *ε* v nepřízvučné slabice zavřené hláskou *r* je tedy *e*. Podobně ve slově *électronique* – [elektronik] – **éléctronique* – elektronický. Domníváme se, že v posledních dvou případech dochází také k asimilaci dvou vedle sebe stojících slabik. Je nutno dodat, že v nepřízvučných slabikách se samohlásky stávají méně otevřenými a méně zavřenými, což k této asimilaci přispívá.

Dále dochází k chybám u slov nemajících český ekvivalent a začínajících na *ex*, *es*, např. **éxercé* – *exercé* – [ɛgzɛrse], **éxigeance* – *exigence* – [ɛgzizãs] (chyba v nosové samohlásce viz níže), **éspèrent* – *espèrent* – [ɛspɛr], *éstimons* – [estimõ]. Chybné přidání znaménka se dále projevuje u těchto slov v zavřených slabikách: **préscriptions* – [preskripsjõ], **déstinations* – [destinasjõ], **déstinés* – [destine], **doméstique* [domestik], *hébérgement* – [eberzɔmã]. V těchto případech je interference způsobena neznalostí francouzského pravopisu a zohlednění otevřenosti a zavřenosti slabik při psaní znamének.

Ze stejného důvodu dochází k nesprávnému grafickému záznamu i u lexému **complèxe* – [kõpleks] – *complexe* – komplexní.

c) Nesprávné znaménko

O použití špatného přízvuku se jedná u internacionalismu **l'ère* – *l'ère* – [ɛr] – česky éra u dvou studentů, kdy ve francouzštině je *e* vyslovováno otevřeně a studenti mohou mít tendence toto slovo vyslovovat dlouze a přizpůsobovat ho českému pravopisu. K posunu dochází z francouzského otevřeného *e* na české dlouhé *e*. Dalším faktorem může být fakt, že tupé znaménko nad *e* na začátku slova je ve francouzštině spíše výjimečným jevem. Vyskytuje se pouze u dvou slov, *l'èche* a *l'ère*.

2.1.3.1.3 E– caduc – nesprávné přidání znaménka

Ve slově **galérie* – *galerie* – [galri] – česky galerie, které se česky i francouzsky píše naprosto totožně, ale studenti neznají pravidla francouzské výslovnosti (tedy, že se grafické *e* nevyslovuje), a tak grafickou podobu slova za použití francouzských pravidel přizpůsobí české

výslovnosti.

Domníváme se, že chyba u lexému **réprésentant* – *représentant* – [rəprezãtã] je ovlivněna českým slovem reprezentant. Studenti vyslovují první dvě slabiky slova otevřeně, a píší je proto s čárkami nad *e*, zatímco ve francouzštině je v nepřízvučné graficky otevřené slabice němé [ə].

Ke stejnému posunu ve výslovnosti může docházet i u notoricky známých slov, která si studenti velmi dobře osvojili a aplikují tedy českou výslovnost, např. **démãndé* – *demandé* – [dãmãde] – česky *žádaný*. K tomuto jevu také dochází u slov začínajících *re-* **récherche* – [rəʃerʃ], **rélationnelle* – [rələsjõnel], **réculé* [rəkyle], **réçettes* [rəsɛt], **la rénommée* [rãõme]. Tady je nasnadě zmínit pravidlo, že předpona *re-* se píše *ré-* před samohláskou a také se vyslovuje [e], např. *réapprendre* – [reapřãdr], *réanimer* – [reanime].

Výslovnost němého [ə] se řídí podle postavení slabiky ve slově. V koncových slabikách se nevyslovuje a dochází tak k zapomínání grafému *e* na konci slov: **heurs* – *heures* – [œr]. Poněkud specifický může být případ zapomenutí grafického *e*, vlivem francouzských výpůjček v českém jazyce např. ve slově *renomé* – **la renommé* – *la renommée* – [rãõme].

K nesprávnému použití znaménka nemusí docházet jen vlivem nesprávné výslovnosti **élévé* – *élevé* – [elve], ale také na základě vytvoření chybné analogie s *élévation* [elevasjõ], podobně *élevateur* [elevatœr].

2.1.3.2 Samohlásky [ø], [œ]

Dohalská a Schulzová (2008, 92) tyto samohlásky charakterizuje následovně:

Jedná se o přední zaokrouhlené ústní samohlásky. Pro obě varianty je charakteristickým znakem výrazné zaokrouhlení rtů a také výslovnost se značnou napjatostí. Tyto dva fonémy se v českém jazyce nevyskytují. Studenti tedy musí vynaložit větší úsilí, aby se je naučili správně vyslovovat. Nedostatečnou labializací při artikulaci může dojít k záměně s nezaokrouhlenou podobou těchto samohlásek – tedy se zavřeným a otevřeným [e], [ɛ]. (...) V nepřízvučných slabikách se rozdíl mezi otevřeným [œ] a zavřeným [ø] neprojevuje tak výrazně jako ve slabikách přízvučných. Jak můžeme sledovat např. v Martinetově slovníku, začíná v některých slovech v tomto postavení výslovnost kolísat.

Situaci dále komplikuje fakt, že při pravopisu samohlásek dochází k již zmiňované ambivalenci grafémů, tedy fonémy mají několik rozdílných grafémů, a zároveň jeden grafém se může vztahovat k oběma fonémům. Pro foném /ø/ jsou dle Bescherelle (1997) grafické podoby následující: *eu*, *eux*, *eue*, *œu*, *ö*. Foném /œ/ se vyskytuje dle Bescherelle v těchto grafických

podobách *eu*, *œ*, *œu*, *e* (*r*), *u*, *i*. V případě **malhereusement – malheureusement – [malœrøzmã]* tak mohlo dojít k chybě vlivem interferenční výslovnosti samohlásky v druhé slabice z [œ] na [ə]. Podobně tak dochází k chybě ve slově **plusiers – plusieurs – [plyzjœr]* z [œ] na [ɛ]. K záměně těchto dvou samohlásek dochází i tehdy, když přidáme charakteristický rys nazálnosti **unjuste [œ̃zyst] – injuste – [ɛ̃zyst]*.⁷

2.1.3.3 Nosové samohlásky *ê*, *ã*, *ɔ̃*, *œ̃*

Dohalská a Schulzová (2009, 115) je popisuje následovně:

Francouzské nosové samohlásky neboli nazály stojí z hlediska funkčního v opozici k odpovídajícím vokálům ústním: [ã]-[a], [ê]-[ɛ], [ô]-[o], [œ̃]-[œ]. Francouzské [ê] je přední nosová nezaokrouhlená polootevřená napjatá samohláska. Artikulací se nosové [ê] velmi podobá otevřenému [ɛ], jazyk je však v postavení o trochu nižším a blíží se skoro postavení [ã].

Hála (1960, 84) proto upozorňuje, že „by bylo chybou chtít vyslovovat tuto samohlásku jako [ã], protože ve francouzštině má tento rozdíl významotvorný charakter“. Zato nosové [ã] popisuje Dohalská a Schulzová (2009, 119) jako „zadní velmi otevřenou nosovou samohlásku, kterou vyslovujeme s mírnou labializací (zaokrouhleností), obdobně jako u zadního ústního [a]“.

Fonému [ã] odpovídají následující grafická označení: *an*, *am*, *en*, *em*, *ant*, *ent*, *and*, *ang*, *anc*, *aon* (Bescherelle, 1997). V našem korpusu jsme našli nejčastější záměnu *an* místo *en*. Tento výskyt v porovnání s ostatními grafémy lze vysvětlit zejména faktem, že se studenti učí nejprve grafickou podobu slova a dle češtiny striktně odlišují např. *en* od *am*. K záměně došlo v následujících případech: **commançaient – commençaient*, **influançant – influençant*, **panchées – penchées*, **revandaient – revendaient*, **déclanche – déclenche*, **souvant – souvent*, **dépancé – dépensé*. U výše uvedených slov se záměna objevuje v kořenu slova. Velmi častým jevem je také záměna slovesného přídavného jména končícího ve francouzštině na *-ent* a příčestí přítomného *-ant*, např. **millions adhérentes – millions adhérentes*, **expérience précédante – expérience précédente*. Občas dojde k záměně v příponě přídavného jména, a to i v případě, že není možné vytvořit příčestí přítomné: **pertinant – pertinent*, **présante – présente*.

Spíše výjimečným jevem je pak chyba ve slovesném tvaru **(ils) pulvérulant – (ils)*

⁷ „Francouzské [œ̃] je přední nosová zaokrouhlená samohláska, která se v pečlivé výslovnosti liší právě svou labializací od mnohem frekventovanějšího nezaokrouhleného otevřeného nosového [ê] (v běžné výslovnosti se protiklad [œ̃]-[ê] někdy stírá). Artikulačně je postavení jazyka při výslovnosti [œ̃] nejpodobnější ústní samohlásce [œ], i když hřbet jazyka je ještě plošší a průchod dutiny nosní je otevřen. Tuto samohlásku vyslovujeme nejčastěji, když píšeme grafém *un – lundi [lœ̃di]*, *brun [brœ̃]* a grafému *um – humble [œ̃bl]*“ (Dohalská, Schulzová, 2009, 123).

pulvérulent. V opačném směru pak nacházíme chybu v lexémech **confiance* – *confiance*. Existuje sice pravidlo dle *Larousse de l'orthographe* (1982), které říká, že slova odvozená od přídavných jmen končících na *-ent* mají příponu *-ence* a slova odvozená z přídavných jmen na *-ant* pak končí na *-ance*. Nicméně existuje několik výjimek, např. *existant* – *existence*.

Někdy se francouzský foném [ã] píše *en*, tedy shodně jako v českém jazyce, a přesto studenti chybují: **extansion* – *extension* – česky extenze, **existence* – *existence* – česky existence, **transparance* – *transparence* – česky transparentnost, **calandrier* – *calendrier* – česky kalendář, naopak je tomu u slova **tolérence* – *tolérance* – česky tolerance, kde i v českém jazyce nacházíme hláskovou skupinu *-an-*.

Foném [ɛ̃] má dle *Bescherelle* (1997) následující grafémy: *in, im, en, ain, aint, ein, eint, yn, ym, inct, aim*. Chybováno bylo například v následujícím případě: **primtemps* – *printemps* – [prětã]. Fonému [ɔ̃] odpovídají následující grafémy: *on, om, ond, ont, onc*, zatímco fonému [œ̃] *un, um, unt* (*Bescherelle*, 1997). V posledních dvou uvedených případech nebyl tvar nalezen ve sledovaném korpusu. Z uvedeného výčtu je tak zřejmé, že nosové [ã] interferuje ze všech nasálních vokálů nejčastěji.

2.1.3.4 Pravopis samohlásek [y] a [i]

V teorii fonetiky jsou samohlásky popisovány následovně (*Dohnalská, Schulzová*, 2009, 80):

Největší přesnost artikulace z francouzských předních samohlásek vyžaduje samohláska [y]. Je to vysoká, přední, zaokrouhlená ústní samohláska, která nemá žádný protějšek v českém vokalickém systému; proto si Češi mluvící francouzsky musí zvyknout nejen na přesnou artikulaci této samohlásky, ale současně se naučit vnímat i její akustickou kvalitu. Francouzské [y] se vyslovuje nejčastěji tam, kde je grafém *u*. (...) Francouzské [i] je zavřená přední ústní samohláska, která oproti českému [i] je artikulována s větší napjatostí, s výraznějším zaostřením koutku úst než u českého [i]. Francouzské [i] má vyšší, ostřejší a napjatější charakteristický tón v porovnání s českým.

Záměna grafému *u* za *i* odpovídají ve fonematickém plánu záměně [y] za [i] byla identifikována v následujících případech **individuels* – *individuels* – česky vyslované [indyvydua:lni:], **distrubué* – *distribué*, **introduction* – *introduction*, **scripturale* – *scripturale*, **dimunué* – *diminué*. Tady se nemusí jednat o záměnu způsobenou výslovností, ale i blízkost písmen na klávesnici počítače může sehrát svou roli.

V přehledu nezmiňujeme samohlásky *a, o, u*, u nichž nebyly nalezeny interference, nebo se vyskytly pouze jednou. Ze stejných důvodů neanalyzujeme ani polosouhlásky.

2.1.4 Pravopis souhlásek

Podobně jako v předchozí kapitole pojednáme jen o těch souhláskách, kde jsme identifikovali chybu. Zatímco v češtině máme 31 souhlásek, francouzských konsonantů je jen 19 (započítáváme i hlásky [j] a [ŋ]), český konsonantický systém je tedy v porovnání s francouzským bohatší.⁸

Větší napjatost a přesnost výslovnosti u francouzských souhlásek (oproti českým souhláskám) se projevuje především rozlišováním znělých a neznělých souhlásek nejen na konci slov, ale také na začátku či uprostřed slov. (...) Na rozdíl od češtiny, kde dochází ke ztrátě znělosti na konci slov, např. kov [kof], se ve francouzštině znělé souhlásky na konci slova vyslovují zněle, pr. fr. *montage* [mõtɑ:ž] x c. *montáž* [monta:š]. Pokud jde o koncové grafémy *s* + *e*, vyslovuje se zněle jako [z] jen tehdy, předchází-li před ním samohláska, pr. *crise* [kri:z], *rose* [ro:z], předchází-li však souhláska, vyslovuje se grafém *s* nezněle. (Dohalská, Schulzová 2008, 138-139)

2.1.4.1 Souhlásky k a g

Z fonetického hlediska se tyto hlásky někdy odlišují od českých velárních okluzív, protože jsou vytvářeny trochu odlišně. Zejména francouzské [k], ale někdy i hláska [g] jsou artikulovány mnohdy blíže tvrdému patru než [k] a [g] české. Na rozdíl od češtiny, kde hláska [k] má pevné artikulační místo, se ve francouzštině artikuluje [k] před souhláskami předními více vpředu. (Pacesová, Ohnesorg, 1987, 84)

2.1.4.1.1 Hláska k

Ačkoliv foném /k/ má následující grafémy *c*, *cc*, *qu*, *k*, *ch*, *cqu*, *ck*, u českých mluvčích dochází nejčastěji k záměně mezi *q* a *g*. Domníváme se, že k záměně dochází ze dvou hlavních důvodů, a to vlivem internacionalismů a chybné interferenční analogie. Hláska *q* je navíc pro české mluvčí svým nízkým výskytem v českých slovech spíše netradičním prvkem, a proto mohou upřednostňovat graficky podobné *g*.

Vliv internacionalismu je patrný např. u těchto slov: *fréquentés* – [freakäte] – **fréquentés* – česky frekventovaný [fregventovani:], **catalogues* – *catalogues* – [katalog] – česky katalog. U prvního jmenovaného slova dochází v češtině k sonorizaci, kdy místo neznělé souhlásky [k] se pod vlivem sousední znělé souhlásky vysloví její znělý protějšek – [g]. Ten se pak může projevit v psané podobě slova francouzského ekvivalentu. Vysvětlením pak může být i záměna na základě

⁸ Ve francouzském hláskovém systému nenajdeme semiokluzívy. Dále se zde nevyskytuje okluzíva nazální [m], okluzíva glotální [j] (tzv. ráz), velární konstriktivy [x] a [χ], konstriktiva glotální [h], vibranty [r], [r] a [r]. Hláska [h] je ve francouzštině pouze grafémem a souhlásky [c] a [j] zde existují pouze jako poziční varianty hlásek [t], [d] v kombinaci s následujícím [i] a [j]. Oproti češtině má francouzština navíc jen jeden konsonant, tím je uvulární [ʁ]. (Dohalská, Schulzová 2009)

grafické podobnosti, kterou je možno dovozovat téměř u všech chybných slov, kde se tato záměna projevuje. U druhého jmenovaného příkladu je příčinou interference ztráta znělosti na konci slova v českém jazyce. Česká hláska *g* se ve slově *catalog* vyslovuje na konci slova jako neznělé [k], a tudíž studenti mají tendence přizpůsobovat pravopis francouzského slova *catalogue*, kde k tomuto jevu nedochází, a píší tedy na konci slova hlásku *q*.

Záměna *qu* a *c* je dána analogií způsobenou jiným slovním druhem. U slova **le publique* – *le public* může docházet k interferenci i vlivem adjektiva v ženském rodě *publique*. V případě **indiquateurs* – *indicateurs* – *indiquer* je možným interferenčním činitelem sloveso *indiquer* a podobně **fabriquants* – *fabricants* – *fabriquer*, **mechanique* – *mécanique* [mekanik] – mechanický. Studenti tak pravděpodobně neznají pravidlo, že slova končící na *-ateur*, odvozená od sloves končících na *-guer* a *-quer*, se tvoří s kořenem *g* (bez *u*) a *c* (namísto *qu*) (L'Ortographie Larousse, 1972).

2.1.4.1.2 Hláska *g*

Foném /*g*/ má následující grafémy *g*, *gu*, *gg*, *gh* a *c* *second*. V korpusu byl nalezen případ záměny grafémů *g* za *gu*: **fatiguante* – *fatigante*. Zde je pravděpodobnou příčinou analogie s lexémem *fatigue*, kde se spřežka *qu* vyslovuje.

2.1.4.2 Hláska *s*

Foném /*s*/ mající 6 grafémů *s*, *ss*, *c*, *ç*, *sc*, *t* je relativně častým objektem chyby. V korpusu byly nalezeny případy záměny grafémů **s* – *ss*, **ss* – *s*; **s* – *c*, **c* – *s*; **sc* – *c*; **t* – *c*, **c* – *t*; *t* – *s*; **c* – *ç*, **ç* – *c*. Plný výčet všech chybně psaných lexémů je k dispozici v Příloze 1. Zde uvádíme jen zástupce jednotlivých typů záměn.

K nejčastějším chybám dochází při zdvojení hlásky *s*. Studenti píší např. **la connaissance*. Někdy vynechání souvisí s grafickou podobou českého ekvivalentu **commissions* – komise, **procesus* – proces, **s'adreser* – adresovat. Naopak zdvojené *s* se chybně objevuje ve slově **optimisste* – *optimiste*, kde nemá opodstatnění ani v rámci češtiny (optimista).

Jak již bylo řečeno, francouzština ve svém fonetickém plánu nemá hlásku /*c*/, ale jako grafém ji můžeme najít spojenou s fonémem /*s*/ . Záměna grafémů *s* a *c* je typická zejména pro nedbalý styl, např. **en se qui concerne*, **parce que se sont les parties* a opačně **qui ce spécialise*, který se také vyskytl v našem korpusu. Příkladem dvojí chybné záměny je pak následující příklad **désicif* – *décisif*.

Specifickým případem jsou slova zakončená na [sjɔ̃], která mohou v psaném textu nabývat následujících podob: *-tion*, *-ssion*, *-sion*, *-xion*, *-cion*; např. **l'extention* – *extension*, **dimentions* –

dimensions, **succesion* – *succession*, **occassion* – *occasion*. Někdy koncové *-tion* může ovlivnit chybu v pravopisu i v předcházejících slabikách **négotiation* – *négociation*.

Podobně můžeme nalézt častou chybu u slov zakončených na [sjɛl], které píšeme *-tiel* po *en* a *-ciel* po *i* a *an*. Pro odborný jazyk marketingu je typická chyba v lexému **concurrencil* – *concurrentiel*. Studenti tak pravděpodobně neznají pravidlo, které užívání jednotlivých grafémů objasňuje, a to, že přídavná jména končící na *-el* odvozená ze slov končících na *-ence* transformují koncové *-ce* na *-ti*, viz uvedený příklad *concurrencil* – *concurrentiel* (L'orthographe Larousse, 1972).

V korpusu se také vyskytla záměna **sc* – *c*, např. **sciècle* – *siècle*.

2.1.4.2.1 *Cedila*

V korpusu jsme také identifikovali četné případy vynechání cedily, nebo jejího nesprávného užití zejména u přechodníku (*gérondif*) a přičestí přítomného (*participe – présent*): **en lancant* – *en lançant*, **dénoncant* – *dénonçant*, podobně **financant*, **influcant*, **menacant*, a dále pak **ca sera* – *ça sera*, **français* – *français*, **Provincale* – *Provençale*, **commerçant*, **fabriçants*.

2.1.4.2.2 *Grafické s*

Opomenutí němého *s* se objevuje poměrně často, zejména na konci slov, kde není nositelem gramatického významu – např. **en terme*, **au cour(s)*, **délai(s)*, **dan(s)* atd. – nebo ve spojení slov, kde jedno je v množném čísle a druhé v jednotném: **chiffre d'affaire* – *chiffre d'affaires*, **capital- risque* – *capital-risques*. Grafém *s* chybí uprostřed slova většinou před neznělými souhláskami: **ditribution*, **transformation*, **la dicrection*.

Naopak studenti vsouvají *s* i tam, kde nepatří: **presques*. U číslovky čtyři *s* navíc má dle zavádějící analogie značit množné číslo **quatres*. U spojení **en raisons* naopak dochází k falešné analogii se spojením *en termes de*.

2.1.4.2.3 *Grafické t*

Zatímco chyba spojená s psaním grafického *s* se objevuje poměrně často, u hlásky *t* je tomu spíše výjimečně a objevuje se v lexémech *peu* – trochu a u 3. osoby množného čísla slovesa *pouvoir* *peut*. Dále pak ve slově *essor* – **essort*.

2.1.4.3 **Ortografické chyby na základě zdvojení hlásek**

Tyto chyby se vyskytují u hlásek, které jsou často zdvočovány: *m*, *l*, *n*, *t*. Zdvojení je často hnané snahou o hyperkorektnost. V některých případech je dáno analogií s jiným gramatickým

tvarem slova. Také se často stává, že chybí hláska na morfoložickém řvu: **interompu – interrompu*, **la connaissance – la connaissance*, **apartements – appartements*. Chyby ve zdvojení jsou způsobeny interferencí mezijazykovou, kdy český ekvivalent slova způsobuje vynechání jednoho z dvojice písmen, a dále také interferencí vnitřojazykovou, kdy student ví, že ve slově se vyskytuje zdvojení, ale špatně ho lokalizuje a zdvojí jinou souhlásku.

2.1.4.3.1 Hláska l

Foném /l/ má ve francouzštině pouze dva grafémy *l* a *ll* ve sledovaném korpusu bylo nalezeny případy zapomenutí zdvojení a také nadbytečného zdvojení. Chybné zdvojení písmene *l* lze dohledat např. ve slovech **au milieu – au milieu*, **dévoillée – dévoilée*. Chybné zdvojení je časté u tvarů slovesa zakončených *-ler* s nepravidelným časováním. Chyby se objevují zejména u příčestí a infinitivu **appellé – appelé*; **renouveler – renouveler*. Dále pak je problematická přípona přídavných jmen *-ale*, psaná s dvěma *ll*: **commerciale*, **multimédiale*. Chyba se projevuje i u tvoření příslovcí **finallement*, podobně s příponou *-ile*, *difficilement*.

Můžeme také vyčlenit zapomenutí zdvojeného písmene ve francouzštině, které může být dáno i českým ekvivalentem **milions – millions – česky milion*, **filliale – filiale – filiálka*. Na druhou stranu studenti zapomínají na zdvojení tam, kde patří, nicméně u souhlásky *l* se nejedná o signifikantní rys; **l'appellation – l'appellation*, **miliers – milliers*, **cristalerie – cristallerie*, **vile – ville* a dále pak např. v koncovce přídavných jmen **traditionnelles*, **universele*.

2.1.4.3.2 Hláska r

Zdvojení chybí v pravopise hlásky *r* jednak na zmiňovaném řvu, ale zejména u lexému specifického pro jazyk marketingu, a tím je **concurrence – concurrence*, a slov od něj odvozených: **concurents – concurrents*, **concurentiel – concurrentiel*. Podobně i u **terasse – terrasse*, **barrière – barrière*. Opomenutí zdvojení může být dáno i českými ekvivalenty konkurence, terasa, bariéra, což neplatí např. u **féroviaries – ferroviaries*.

Písmeno *r* je také specifické tím, že velmi často chybí v pozici mediánu, uprostřed slova; např. **pesonnes – personnes*, **divesification – diversification*, **intoduction – introduction*. Domníváme se, že se tak může dít i vlivem francouzské výslovnosti hlásky *r*, která je méně výrazná v porovnání s českou.

K nadbytečnému zdvojení dochází u výpůjčky ze španělštiny **guerrilla – guerilla – španělsky guerilla*. A dále u sloves **disparraissent* a tvaru slovesa *être*serrait*, které je v tomto případě podobné slovesu *serrer*.

2.1.4.3.3 Hláška m

K vynechání tohoto písmena dochází u slov mající podobný český ekvivalent: **consommateurs* – *consommateurs* – konzument, **programe* – *programme* – česky program, **comission* – *commission*, **comunication* – *communication* – komunikace. Dále dochází k vynechání *m* v příslovečné příponě *-emment*, např. **suffisament* – *suffisamment*.

Naopak k chybnému zdvojení dochází např. u slova *omettre*: **ommis*, **ommision* a u slova **ammener*.

2.1.4.3.4 Hláška n

Pod vlivem angličtiny je vynecháváno zdvojené *n* u těchto slov: **raisonables* – *raisonnables* – angl. reasonable, **passioné* – *passionné* – passionate, **mentioné* – *mentionné* – angl. mentioned a také **traditionnelle* – *traditionnelle* – anglicky traditional, a ještě významněji u slova **professione* – *professionnel* – anglicky professional; tuto chybu považujeme za systémový rys. Jen jedno *n* je chybně uváděno u slov se zakončením na *-née*, např. **question(n)ées*, **subvention(n)ées*, **randon(n)ée*. K vynechání hlásky dochází na švu **incon(n)ue*, **mon(n)aie*, **échantillon(n)age*, **recon(n)aissance*.

Zde by studentům také mohlo pomoci pravidlo derivace, zmíněné např. v *L'orthographe Larousse* (1972), kdy slovesa odvozená od podstatných jmen končících na *-on* (přípona nebo kořen), zdvojují *n*: *raison* – *raisonner* s výjimkou těch, která jsou odvozená od adjektiva zakončeného na *-al*: *régional*. Přídavná jména končící na *-el* od podstatných jmen *-on*, *-ion*, *-tion* zdvojují vždy *n* (*traditionnelle*), na rozdíl od adjektiv končících na *-al*.

Na druhou stranu bylo chybně přidáno *n* ve slově **jolinesse*, pod vlivem anglické koncovky *-ness*.

2.1.4.3.5 Hláška t

Často chybí zdvojení písmena *t* v následujících případech: *offre at(t)irrante*, *permet(t)ant*, *des paillet(t)es*, *lit(t)érisme*, *lit(t)érature*, *at(t)ribuant*, *regret(t)able*, *lut(t)er*. Na konci slov pod vlivem výslovnosti chybí *t* v následujících případech: *peu(t) être*, *ce qui peu(t)*, *soutien(t)*, *favori(t)e*, *étudian(t)s*, *tou(t)*, *étudian(t)s*. Za povšimnutí stojí chybné přidávání na konci *t* ve slově **essort*, *à peut près*. V rámci gramatického významu se chyba v pravopise hlásky *t* objevuje v následujících případech: *en projettant*, *soutient* (záměna podstatného jména a slovesa), *nous avons définit*, *il ne fini(t) pas*.

2.1.4.3.6 Hlávka p

Chyba ve zdvojení písmene *p* se objevuje v souvislosti s anglickými ekvivalenty **développer* – to develop. **raport* – angl. report – česky raport, **équipement* – angl. equipment.

Obecně můžeme říct, že u slov, která mají dvě a více souhlásek, dochází častěji k chybě ve zdvojení tím, že je jedno ze zdvojení zapomenuto. Student si zapamatuje, že jde jen o zdvojení, např. **professionnel* – *professionnel*.

2.1.5.5 Ortografické chyby způsobené grafickou rovinou

Jednou z příčin těchto chyb může být grafická podobnost samotných hlásek. Často je vynecháno *i* po *t*, které svým tvarem připomíná písmeno *i*. Např. **compétiton* – *compétition*. Podobně si můžeme vysvětlit záměnu hlásek ve slově **téléphone* – *téléphone*. Grafická podoba hlásky *n* tvoří spodní část písmena *h*. Určitá grafická podoba je mezi písmeny *t* a *l* **la diversilé* – *la diversité*, **légistature* – *legislature*, podobně jako mezi písmeny *h* a *b*: **d'habitants* – *d'habitants*.

Grafém *æ* v českém jazyce neexistuje, a tak náhrada za *oe* je velmi častá nebo spíše pohodlná z pohledu psaní na české klávesnici: **oeil* – *œil*, **coeur* – *cœur*, **oeuvre* – *œuvre*. Může také docházet k nerozlišování grafému *æ*.

Výzkum na ortografické jazykové rovině ukázal nejčastější chybu v zápisu znaménka u samohlásky *e*. Kromě obecně platné příčiny rozkolísanosti francouzského pravopisu a s ním spojené chybné analogie si tento jev si vysvětlujeme také v nerozlišování francouzských samohlásek a následným chybným zápisem. Častá chyba byla také nalezena v zápise nosové samohlásky [ã], zejména záměnou *an* – *en*. Ve zdvojení hlásek nejčastěji interferovalo písmeno *l* a *s* (20 %) a dále pak *r* (16 %), *n* (13 %), *m* (11 %). Nejčastěji vynechanou samohláskou bylo *e* (46 %) a za ním *i* (23 %). Dále pak *u* (14 %), *a* (12 %) a *o* (5 %). V případě *e* se tak jedná o vliv grafického *e*, v případě *i* jde o zejména o grafickou podobu, která je snadno přehlédnutelná.

2.2 Interference v oblasti morfologie a syntaxe

V morfologii nacházíme nejčastější nesoulad v rodu u slov zrádných svým mluvnickým rodem a dále chybné časování sloves a vynechání větného členu.

2.2.1 Chyby v určování ženského a mužského rodu

Podobně jako u ortografie se i v morfologii objevují dvě tendence: interlingvální interference způsobené podobnostmi s českým rodem a intralingvální interference způsobené chybnou analogií v rámci studovaného jazyka samotného. Je potřeba dodat, že chyby v rodě

podstatných jmen se nevyskytují ve všech zkoumaných pracích a jejich statistické vyjádření v poměru ke všem podstatným jménům ve sledovaném korpusu je statisticky nevýznamné.

Radina (1978) vymezuje specifickou kategorii „slova zrádná svým mluvnickým rodem“. Přímo zmiňuje případ, kdy české femininum *doména* stojí proti francouzskému maskulinu *le domaine* a tato chyba, záměna mužského rodu za ženský, se objevuje i v dalších případech. Kromě zmiňovaného **la domaine* můžeme uvést **la groupe* – česky skupina, lidově pak „grupa“. Mezi tzv. zrádná slova svým rodem i významem bychom pak mohli zařadit např. **le liste* – seznam. Český *list* má již posunutý význam a podobně i **un image* – obraz, „image“ ve smyslu „styl“. Specifickým případem je pak slovo *zpráva*, které je v češtině rodu ženského, a proto dochází k chybnému určení rodu **la rapport*. Na druhou stranu české slovo *raport* je shodně s francouzštinou maskulinum. *Manekýnka*, **la mannequin*, patří také ke slovům zrádným.

U slov, která nemají ekvivalentní signifiant v češtině, ale jejich rod je v obou jazycích odlišný, nacházíme záměnu ženského rodu za mužský: **du vente*, **le moyenne*, a mužského rodu za ženský: **la prix*, a ve spojení s přídavným jménem: **la première avantage*, **la dernière chapitre*, **une bonne équilibre*, **une autre possibilité*.

U slov, jejichž české ekvivalenty jsou středního rodu, dochází k chybnému určení mužského rodu v těchto případech: **le vidéo*, **le connexion*, **au livraison*, přitom zakončení *-ion* je indikátorem ženského rodu. Chybné určení ženského rodu pak bylo v korpusu nalezeno např. u **la ministère*, **la site* a dále také **une lancement* a **une aménagement*. V posledních dvou případech máme jednoznačně mužskou koncovku *-ment*.

V některých případech není pak možno záměnu rodu vysvětlit českými ekvivalenty, ale špatnou analogií. Lexém *feuille* je femininum, zatímco slovo od něj odvozené skládáním *portefeuille* je maskulinum. V korpusu je pak chybně psáno s ženským rodem **la portefeuille*.

Pokud je mluvnický rod podstatných jmen v českém a francouzském jazyce shodný, a přesto studenti chybují, nabízí se jako možné vysvětlení nedokonalé zařizování mluvnického rodu: **un offre basé* – (ta) nabídka, **un sphère non-commercial* – (ta) nekomerční sféra, **la marketing* – (ten) marketing, **la succes* – (ten) úspěch, **une carnet* – (ten) zápisník.

2.2.2 Shoda větných členů

Jednou z nejčastějších chyb, které se objevovaly, byly chyby ve shodě jednotlivých větných členů. Jednalo se o následující příklady:

- a) shoda determinantu a podstatného jména: **tout les deux – tous les deux*, **ce hotel – cet hotel*;
- b) shoda podmětu a přívlastku: **les femmes retraités – les femmes retraitées*; specifickým

příkladem jsou pak přívlastky tvořené přídavnými jmény končící na *-aux*: **les domaines principaux* – *les domaines principaux* a přídavná jména končící v mužském rodě na *-if* a v ženském rodě na *-ive*, **un sommaire exhaustive* – *un sommaire exhaustif*; nesklonná přídavná jména **des options extras* – **des options extra*;

- c) shoda podmětu a přísudku: **les questions posées était* – *les questions posées étaient*;
v trpném rodě: **une étape est fondé* – *une étape est fondée*.

Výjimečně dochází ke shodě i tam, kde není očekávána: **peuvent êtres utiles*, **initialements destinés*.

2.2.3 Časování sloves

Další kategorie gramatických chyb byla spojena s časováním sloves (správné výrazy jsou uváděny v závorce):

- a) záměna konjunktivu za indikativ: **L'autorité a ordonné que le départ d'autocar devait (doive) être*;
b) záměna *passé composé* a *imparfait*: **des lignes internationales ont étaient (été) ouvertes*;
c) záměna příčestí za infinitiv: **pour facilité* – *pour faciliter*;
d) záměna aktivního způsobu za pasivní: **comme on a été précédemment évoqué*;
e) v konstrukci podmínkových vět: **si notre activité sera (était) réussie nous sommes persuades*;
f) chybný tvar slovesa **on aie* – *on ait*, **cela peux* – *cela peut*, **nous ne projettons pas* – *nous ne projetons pas*;
g) chybný tvar příčestí slovesa: **on a établit* – *on a établi*, **on a crée* – *on a créé*.

Dalším charakteristickým znakem bylo vynechání větného členu. Jednalo se zejména o:

- a) předložky, které jsou součástí slovesné vazby: **pour motiver les clients (à) multiplier*, **notre objectif le plus important est (d') augmenter*;
b) částici *ne*, *pas* a zvrtné zájmeno *se*: **De (n')en consulter aucune*;
c) osobní zájmena: *Ce sont nos émotions qui peuvent (nous) influencer de faire certaines décisions*.

V korpusu jsme také našli chybně použité přívlastňovací částice *de*: **description des nos produits*, **la catégorie des personnes plus âgés*. Objevila se také záměna tvaru podstatného jména a slovesa v případě **cet essaie*.

2.3 Interference v oblasti lexikologie

V oblasti lexikologie jsou nejčastějším jevem již zmiňovaná zrádná slova, *faux-amis*. Této problematice se podrobně věnoval Otomar Radina (1978), který sestavil taxonomii zrádných slov. V našem korpusu byly dle jeho členění nalezeny příklady částečně zrádných slov, kde Radina poukazuje na to, že v češtině je *e* tam, kde francouzština má nosové *a*: *asistence*, *asistent(ka)*, *assistance*, *assistant(e)*; **tendance* – *tendance* – česky *tendance*. Dále jsme identifikovali částečně zrádná slova na základě odlišné diakritiky u samohlásek, jejichž výčet uvádíme v Tabulce č. 2. Samozřejmě tato částečná zrádnost nevylučuje, že některá slova mohou být zrádná i svým denotátem (např. *s'améliorer* – *ameliorace*). Možná zdůvodnění, která mohou vést k těmto interferencím, jsou blíže popsána v části věnované ortografii.

Částečně zrádná slova nalezáme také u písmen, která se zdvojují, jejichž výčet je dále uveden v Tabulce č. 1. Kromě chybějících písmen ve zdvojení nalezáme u hlásky *n* a *l* také nadbytečná zdvojení vedená snahou o hyperkorektnost, např. **mécennat* – *mecenášství*, **canaux* – *kanál*, **plannification* – *plánování*, **nationnales* – *nacionální*, **filliale* – *filiale* – *filiálka*.

Sekundární interference s anglickým jazykem je pak nejvíce patrná u písmena *n*: **raison(n)ables* – angl. *reasonable*, **comfortables* – *comfortable* – angl. *comfortable*, **passion(n)é* – angl. *passionate*, **mentio(n)né* – angl. *mentioned*, **tradition(n)elle* – *traditional*, **profession(n)el* – angl. *profesional*, **européen(n)e* – *european*. Dále sekundární interference tvoří písmeno *p*: **développep* – *to develop*, **raport* – angl. *report* – česky *raport*, **équipement* – angl. *equipment*. Tento druh interference může být založen na rozdílu diakritických znamének samohlásek **preferable* – *préféréable* – angl. *preferable*. Dále pak **pric* – *prix* – angl. *price*, **l'Austriche* – *l'Autriche* – angl. *Austria*, **par exemple* – *par exemple*, **classic* – *classique*.

Tabulka č. 1: Částečně zrádná slova na základě zdvojení písmen v korpusu

písmeno c	s´ac(c)umuler
písmeno l	intel(l)ectuels, excél(l)ente, exce(l)lence, col(l)aboration, mil(l)ions, intel(l)igence, intel(l)igents, al(l)ergique, instal(l)ée, universel(l)e
písmeno m	consom(m)ateurs, com(m)andée, program(m)e, Co(m)mission, com(m)unication, dilèm(m)es
písmeno n	coordon(n)er, person(n)alités, l´environ(n)ement
písmeno p	rap(p)ort, sup(p)ression, ap(p)liquant
písmeno r	ter(r)asse, concur(r)ents, concu(r)rentiel, concur(r)ence, bar(r)ière,
písmeno s	succe(s)sion, commis(s)ions, proce(s)sus, s´adrres(s)er, déclas(s)ées, , intéres(s)ées
písmeno t	lit(t)érature, at(t)ribuant,
písmeno g	ag(g)lomération
písmeno f	of(f)icielle, raf(f)iné

Zdvojené písmeno je vždy označeno v závorce.

Tabulka č. 2: Částečně zrádná slova na základě odlišné diakritiky v našem korpusu

chybí přízvuk	přízvuk navíc	špatný přízvuk
adequate	complexe	caractèrisé, caractéristique
accélération	déstinations, destinés	clièntele
beneficiaire	détérminée	considèrent
cameléon	doméstique	ére
caracteristiques	éfectuée	mystèrieux
céremones	électronique	opérent
clientele	énergie	pénétrent
commedienne	excellente	préférent
complétées	galeries	problématique
cooperative	intéreactifs	répresentent
decliné	prescriptions	schéma
différencier	procédérons	transférent
elements	protéction	
énergetique	recettes	
estethique	relation	
eventuelles, eventuels	réflète	
hétérogénéité	recherche	
hierarchisé	relationnelle	
imperatif	renommé	
intégré	renommés (pp)	
interessante, interessés, intérêt - interet	représente	
liberalisation	ségmentation	
materialistes		
phénomene, phenomène		
précisement		
présenté		
problematique		
recompenser		
region		
répetition		
reservé		
resistants		
s'améliorer		
selectionné		
sociodemographiques		
specificités		
succes		
supplémentaire		
telephone		

Samohláska s chybným diakritickým znaménkem je označena červeně a tučně.

Pro shrnutí jsme sestavili tabulku nejfrekventovanějších chyb na úrovni lexémů, která také do značné míry vypovídá o charakteristických rysech jazyka našich studentů. Do tabulky jsme tak zařazovali jen ty lexémy, které vykazovaly vyšší frekvenci výskytu chybného i bezchybného užití. Brali jsme též v potaz, u kolika studentů se chyba objevila. Na základě tabulky tak můžeme konstatovat, že charakteristickým rysem jazyka studentů je performační chyba ve využití diakritiky zejména u samohlásky *e*, která může být jednak způsobena mezijakovou interferencí v případě **précisement*, jednak intraligvální interferencí v případě **électronique*. Absolutně nejčastější chybou bylo přičestí slovesa *créer*, které má přízvukem v kořenu slova, a tuto chybu považujeme za kompetenční.

Na základě tabulky pak vidíme, že dalším charakteristickým rysem je vynechání koncového grafického *s* ve spojení *en terme de*. U části prací je typickým rysem nahrazování grafému *œ* písmeny *oe*. Tuto chybu tak řadíme ke slovům, která interferují u části studentů, zatímco u ostatních studentů bychom interferenci nemohli dokázat, protože se daný lexém v jejich práci nevyskytuje. To je také případ slova *lançant*, jehož absolutní četnost je 14, ale relativní četnost chyby **lancant* činí 50 %. Bylo by pak jistě obohacující provést analýzu nejen na úrovni jednotlivých morfémů; to ovšem nástroje, které máme k dispozici, neumožňují.

Tabulka č. 3: Nejfrekventovanější chyby

Lexém	Frekvence s chybou	Frekvence bez chyby	Celková frekvence	Relativní četnost chyby	Počet prací, ve kterých se chyba vyskytla
<i>*créé</i>	421	166	587	72%	12
<i>*précisement</i>	17	27	44	39%	13
<i>*en terme de</i>	26	31	57	46%	11
<i>*oeil</i>	17	8	25	68%	5
<i>*électronique</i>	20	76	96	21%	5

V této kapitole jsme se zabývali odchylkami od normy z pohledu správnosti, vymezili jsme charakteristické rysy ortografického plánu a nyní se zaměříme na odchylky z pohledu jejich přiměřenosti a budeme zkoumat, nakolik studenti dodržují odborný styl.

3 Přiměřenost

*Na výběru slov závisí přiléhavost výkladového slohu a jasnost.
O ničem nemůžeme vykládat přiléhavě a jasně, co dobře neznáme.*

Vilém Mathesius

V kapitole zabývající se normou jsme pojednali o normách stylových, které spočívají ve výběru jazykových prostředků. V této kapitole nejprve vymežíme pojmy subkód, funkční styl, odborný jazyk. Poté budeme definovat obor marketing a jeho termíny z pohledu nejvýznamnějšího odborníka na marketing Kotlera. Dále vymežíme nejfrekventovanější termíny a styl studentských bakalářských a diplomových prací na základě analýzy softwarem Tropes.

3.1 Definice stylu, subkód vs. funkční styl

Styl opírající se o volbu výrazových prostředků a definovaný jako „určitý alternativní způsob organizace textu“ (Čermák, 2011, 100) nemá, stejně jako v předchozí kapitole o správnosti, binární charakter (správnost/chybnost), ale je vyjádřen na škálách, jejichž kategorie a četnost se u jednotlivých autorů liší.

Kritériem pro definici jednotlivých kategorií je sociální prostředí, často viděno na vertikální ose. Ve francouzském kontextu jsou tak rozlišovány *niveau de langue*, vždy minimálně na třech úrovních (*soutenu, courant, patois*) – jazyk spisovný, hovorový a nářečí, v parolové rovině jazyka nazývané jako registr⁹. Český termín *registr* oproti tomu stojí mezi vertikálním a horizontálním členěním a je chápán jako varieta jazyka vymezená sociální situací, např. registr formální, registr náboženský, registr vědecký (Čermák, 2011). Odborné kompetence jsou pak často připisovány horizontální ose a jsou v češtině zahrnuty pod pojmem odborný jazyk. Do francouzštiny je odborný jazyk překládán jako *langue de spécialité, langue spécialisée, language technique*. Blíže jsou tyto termíny vymezeny v kapitole *Odborný jazyk marketingu*. Čeští autoři zkoumající francouzskou stylistiku nejčastěji používají termín *langue de spécialité*. Ve frankofonní terminologii (Brunel, Šotolová, 2012, 3) je tento termín definován jako „registr vycházející z prohloubení znalostí a praktických zkušeností v určitém oboru lidské činnosti a používaný mluvčími, kteří disponují danými znalostmi úplně či částečně“. Tato definice tak zapadá do francouzské tradice sociolingvistického myšlení, kladoucí důraz na uživatele jazyka.

Oproti tomuto pojetí stojí strukturalistický koncept subkódu, vycházející z tradice

⁹ Definice převzaty z *Dictionnaire de linguistique* (Larousse, 1993), zde také najdeme definici registru: „On appelle registres de la parole les utilisations que chaque sujet parlant fait des niveaux de langues existant dans l'usage social d'une langue.“

Pražského lingvistického kroužku (Horecky, 1956; Jedlička, 1949; Kocourek, 1965, atd.), zaměřující se na jazyk. Definici subkódu jsme převzali od Šabršuly (2008, 10-11), který ho charakterizuje jako „historicky vzniklý a společností uznávaný útvar uvnitř systému celonárodního jazyka, který disponuje určitým množstvím zvláštních výrazových prostředků a systémových rysů; většinu výrazových prostředků i struktur sdílí s ostatními subsystémy daného jazyka“. Šabršula (2008, 12) pak dále vymezuje horizontální subkód na základě „odborné terminologické soustavy, která vybočuje ze standardní slovní zásoby a představuje hlavní objekt dodatkové speciální kompetence mluvčích, kteří subkódu odborně používají“. Subkód je dle Šabršuly (2008) pojem vymezující systémové rysy jazyka, zatímco ve stylistice dominující pojem funkční styl se realizuje v promluvě. Havránek a Jedlička v rámci *České mluvnice* (1981) definovali čtyři základní funkční styly: prostě sdělovací, odborný, publicistický a umělecký, ke kterým dále přidávají vedlejší styly administrativní, řečnický, esejistický, konverzační, epistolární, učební, reklamní aj. Čechová (2003) zjednodušeně představuje následující styly: objektivní (naučný a administrativní), objektivně – subjektivní (publicistický, řečnický a esejistický) a styly subjektivní (hovorový a umělecký). Zkoumaný korpus pak jednoznačně řadíme do objektivního stylu. Mistrík (1989) dále v rámci odborného stylu rozlišuje výkladové a popisné žánry. Výkladové dále člení na kontextové (disertace, studie, článek, úvaha) a situační (referát, koreferát, přednáška, diskuzní příspěvek, polemický příspěvek, debatiní příspěvek). Popisné žánry jsou pak rozděleny na charakteristiku, recenzi, posudek, kritiku a pracovní návod.

Ve francouzské lingvistické terminologii byl pojem *style* jednoznačně spojován s individualitou autora.¹⁰ Jak bylo uvedeno v úvodu, náš výzkum vychází z definice stylu Patricka Charaudeau (1992), který dělí styl nebo také způsob uspořádání diskurzu na argumentativní, narativní, popisný a enunciační. Terminologie by tak mohla zdánlivě připomínat slohové postupy české a slovenské stylistiky, které jsou pojmenovány velmi podobně: informační (nebo také prostě sdělovací), vyprávěcí, popisný a výkladový. Tyto slohové postupy tvoří základ, na kterém se většina lingvistů shodne, ale jednotliví autoři k nim přidávají např. slohový postup řečnický (Hubáček, 2002) a dialogický (Mistrík, 1997). Posledně jmenovaný autor dokonce jednotlivé slohové postupy vyděluje na základě opozitních vlastností: koheznost – nekoheznost, explikativnost – enumerativnost, komutabilnost – sukcesivnost, aktualizovanost – gnómičnost, subjektivnost – objektivnost (Mistrík, 1997), čímž se liší od pojmů, které zavádí Charaudeau. Nejvýraznější rozdíl můžeme sledovat v pojetí vyprávěcího stylu, který je v rámci teorie Patricka Charaudeaua používán ve vědeckých publikacích k vysvětlení, definování, a zahrnuje tak v sobě i slohový postup výkladový.

¹⁰ Srovnej např. Charles Bally – *Traité de stylistique*.

Práce se tak opírá o teorii E. Bruneta (1983, 836, in Marchand, 2009), že „v distribuci gramatických kategorií a hlavně třídy podstatných jmen a sloves se ukazuje rozlišení stylu, žánru a autora“. Díky morfosyntaktické analýze, tak, jak ji umožňuje Tropes, můžeme identifikovat slovesa, zájmena, spojky a další kategorie, a na základě porovnání s interní databází textů systém určuje obecný styl práce dle Charaudeaua.

3.2 Odborný jazyk marketingu

Francouzská terminologie vymezující odborný jazyk je značně nejednotná. Lerat (1995, 20) používá termínu *langue spécialisée* a definuje ho jako „přirozený jazyk, na který je nahlíženo vektorem odborných kompetencí“¹¹. Dubois (1972, 333) používá termín *langue de spécialité* a definuje ho jako „lingvistický podsystém, který sdružuje lingvistická specifika daného oboru“.

Cabré pak identifikuje tři možné pohledy na odborný jazyk (1998, 118-121):

1. „Odborné jazyky jsou lingvistické kódy oddělené od obecného jazyka, vytvořené na základě pravidel a specifických jednotek“ (Cabré 1998, 119). Toto pojetí je založeno na dualismu obecného jazyka a jazyka odborného, dvou systémů, které jsou odlišné.
2. „Odborný jazyk je podle druhého pojetí variantou obecného jazyka, dokonce variantou lexikální.“ Tuto pozici zastává teoretická a deskriptivní lingvistika. Pro tyto autory je odborný jazyk založen především na odborné slovní zásobě.
3. „Odborné jazyky jsou pragmatickými podmnožinami jazyka ve svém obecném smyslu“ (Cabré 1998, 119). Tato definice tak připouští prolínání prvků mezi obecným jazykem a odbornými jazyky.

Třetí definice odpovídá současnému stavu poznání nejvíce. Nicméně existují i názory zpochybňující význam odborného jazyka úplně. Březina (2006) kritizuje vágně definovaný termín *obor*¹² a s tím spjaté neshody a názorové rozdíly týkající se také termínu *odborný jazyk*. Březina (2006) pak mimojiné upozorňuje, že v antice Quintilian doporučoval vyvarovat se odborných výrazů, tzv. *obscuritas*, protože znesnadňují komunikaci. Dále upozorňuje, že mezi dvěma póly

¹¹ La notion de langue spécialisée est [plus] pragmatique: c'est une langue naturelle considérée en tant que vecteur de connaissances spécialisées.

¹² Březina (2006) uvádí Popperovu definici, že obor je pouze ohraničený a částečně vykonstruovaný konglomerát problémů a pokusů.

odborného a obecného jazyka se nachází tzv. *parciálně (částečně) srozumitelný jazyk*, který každý účastník komunikace třídí „na základě vlastních znalostí a zkušeností (tedy zcela subjektivně) na jazykové prostředky pro něj zcela běžné a na jazykové prostředky odborné” (Březina, 2006, 3).

Vědci zabývající se odborným jazykem pak definují několik úrovní odborného jazyka, např. Lutz Mackenzena (in Březina, 2006): teoreticky odborný jazyk, komunikace ve výrobním procesu, jazyk spotřebitelů. Podobně například Wisrer (in Březina, 2006): odborný vědecký styl, odborný technický styl, odborný jazyk institucí. A tak i v oboru marketing bychom mohli rozlišovat jazyk vědců, marketérů, publicistů. V českém prostředí dle Březiny (2006) sestavil první žebříček Beneš na základě kritérií z oblasti komunikace, stupně odbornosti, formy zprostředkování a stylu. Ve frankofonním prostředí je často zmiňované Hoffmannovo dělení (1976), přejaté ve Francii zejména díky Kocourkovi (1991), který hodnotí odborný jazyk na základě čtyř kritérií: stupeň abstrakce, vnější jazyková forma, prostředí a účastníci komunikace. Tato koncepce je tak vhodná i pro analýzu promluv. Nejnovější Icklerův model (1997, in Březina, 2006) sestavený podle tří os (praktický – teoretický jazyk, systematický – didaktický jazyk a formální – neformální jazyk) je pak další snahou o uchopení prolínání obecného a odborného jazyka. Za didaktickými účely Ross Charnock (1999) vyděluje z odborného jazyka technický jazyk (*langue technique*), a to na základě stylistické a pragmatické analýzy, opíraje se o kritéria koherence, koheze a konotace.

Z uvedeného výčtu různých pohledů na odborný jazyk využíváme pro vymezení terminologie definici subkódu a charakterizujeme odborný styl, který je objektem normalizace a kodifikace. Autoři se shodují, že odborný styl je standardizován a tato standardizace probíhá po třech liniích (dle Strakové, 1989): po linii standardizace lexikálních prostředků, standardizace dané preferencí některých gramatických kategorií a standardizace na základě preference některých konstrukcí.

3.2.1 Marketing

Abychom dokázali správně uchopit zkoumaný jazyk, je nutno definovat samotný termín *marketing*. Mnoho odborníků z praxe marketing považuje spíše za metodu, jak prodat své zboží, než za vědní obor. Pro pochopení jeho podstaty si nejprve připomeneme jeho vznik. Marketing vznikl, když na začátku 20. století přerostla nabídka poptávkou a bylo potřeba zajistit odbytiště pro zboží a služby na trhu. Do té doby byla většina zboží nedostatková a potřeba propagovat zboží a služby tedy nebyla aktuální. Obchodníci tak kromě klasického, již od pradávna známého způsobu prodeje začali vymýšlet techniky, jak přesvědčit potenciální zákazníky, aby si jejich zboží koupili, aniž by je potřebovali. Marketing bychom tedy mohli definovat jako

metodu vytváření potřeb, jejímž hlavním prostředkem je jazyk – slova, hesla, příběhy, vše, co útočí na potenciálního zákazníka a v nejvyšší sémantické rovině nese zprávu: „Kup si tento produkt, využij tuto službu.“ Nicméně marketing je definován Kotlerem a kol. (2011) ještě o něco šířeji:

Firemní postup mající za cíl vytvořit hodnoty pro zákazníky a uzavřít s nimi dlouhodobý vztah tak, aby profitovali z hodnoty, kterou si mohou odnést. Funkce organizace a množina všech procesů, které spočívají ve vytváření, komunikaci a doručení hodnoty klientům, stejně jako řízení vztahů se zákazníky tak, aby procesy sloužily organizaci a jejím stakeholderům.¹³

Z Kotlerovy definice vidíme, že se tedy marketing věnuje čtyřem rozdílným podoborům. Za prvé se jedná o vytváření hodnot neboli vytváření nových potřeb transformovaných do produktů a služeb na základě analýzy trhu. Další velkou podoblastí je informování o hodnotách neboli vytváření komunikační strategie organizace, ale také jednotlivých produktů. Sem bychom pak zařadili např. jazyk reklamy, ale tato oblast je daleko širší. Patřila by sem i tisková prohlášení, která jsou diametrálně odlišná od reklamy v televizi, stejně jako jsou odlišná od jazyka letáků distribuovaných v obchodě a od jazyka prodejce snažícího se produkt nebo službu prodat zákazníkovi např. v průběhu obchodní schůzky. Na tomto příkladu je vidět, že to, jaký jazyk používáme, do jisté míry závisí na velikosti cílové skupiny. K nejširšímu publiku v rámci tiskových zpráv se obracíme jazykem neutrálním, bez citového zabarvení, zatímco prodejce se může dokonale přizpůsobit mluvčímu tak, aby jeho produkt byl prodán. Ve třetí skupině je pak doručení hodnoty zákazníkům, kam je zařazována distribuce, a tím pádem do této oblasti spadají i moderní komunikační a informační technologie.

Chtěli bychom zdůraznit, že se nejedná o výzkum zabývající se jazykem reklamy, jak někteří autoři vymezují (Goddard, 2011). Jazyk reklamy v našem pojetí je součástí jazyka marketingu, konkrétně marketingové komunikace. Pokud tedy chápeme jazyk marketingu jako specifický subkód, pak můžeme definovat jeho jednotlivé subvariety dle jeho jednotlivých oborů v klasickém pojetí: analýza trhu, spotřebitel, produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace. V našem korpusu jsme pak vymezili ještě kategorii interní analýzy firmy a strategií, které se zabývají všemi výše uvedenými kategoriemi. Jazyk reklamy by pak spadl pod kategorii komunikace.

¹³ Démarche de l'entreprise visant à créer de la valeur pour ses clients, et à nouer avec eux des relations durables afin de bénéficier en retour de la valeur qu'ils peuvent lui apporter. Fonction de l'organisation et ensemble de processus qui consistent à créer, communiquer et délivrer de la valeur aux clients ainsi qu'à gérer des relations avec eux afin de servir l'organisation et ses parties prenantes (Kotler a kol., 2011).

3.2.2 Slovní zásoba odborného jazyka: termíny

V předchozí části jsme uvedli, že termíny jsou významným charakteristickým rysem odborného vyjadřování, zejména kvůli jejich přesnosti. V klasickém pojetí jsou termíny definovány na základě distinktivních rysů, kterými se odlišují od slov neoborné spisovné slovní zásoby. Těmito rysy se zabývala například Budovičová (1963), která je definovala následovně: sémantická jednoduchost (nejsou polysémní), sémantická čistota (nemají expresivní příměsi), definiční jednoznačnost, sémantická autonomie (nezávislost na kontextu), stabilita (mění se pouze v souvislosti s postupným zpřesňováním pojmu, který vyjadřují) a monofunkčnost. Podobně Čechová charakterizuje termín z pohledu lexikologie jako „pojmenování, které je v rámci disciplíny jednoznačným pojmenováním pojmu“ (Čechová, 2003, 218). Ve shodě s Budovičovou dále uvádí, že termín je nociónální, neexpresivní, má funkci nominální a kognitivní.

Na druhou stranu by v takto definovaném termínu obstálo jen málo z pojmenování uvedených v našem korpusu. Moderní terminologie připouští výskyt synonymních výrazů v závislosti na komunikační situaci (Sager, 1990) a zároveň bohužel často dochází k polysémii a homonymii. Např. Levická (2006, 43) uvádí, že „současné terminologické systémy vykazují mnoho homonymních odborných pojmenování, která se každý obor usiluje odlišit jednak pomocí definice pojmu, který reprezentují, a jednak jejich používáním v odborných textech s rozličnou mírou odbornosti“. Souhlasíme s Levickou, že homonymie je častým jevem. Pro marketingovou terminologii jsou charakteristické „vypůjčky z jiných oborů“, kde je jednoznačně doložitelný stejný etymologický základ, a hovořili bychom proto spíše o polysémii. Marketing si termíny vypůjčuje z psychologie, sociologie a ekonomických disciplín, zejména těch, které podléhají determinologizaci v publicistickém stylu. Tato situace je častá i v jiných oborech. Nové termíny jsou dále přejímány ze slangu a až poté terminologizovány. Typickým příkladem je termín *prix d'écremage*¹⁴ (česky se překládá jako *smetánková cena*), nebo jiný termín, který pravděpodobně vzešel ze slangového užívání a již se vyskytuje v marketingových skriptech, ale Kotler jej neuvádí, protože je typický ve frankofonním prostředí: *promotion giraffe*¹⁵. V obou případech zde cítíme určitou dávku expresivity. Marketingové termíny tak porušují pravidlo sémantické jednoduchosti i sémantické čistoty.

Třetí pravidlo definiční jednoznačnosti a zároveň sémantické autonomie porušuje např. termín *communication marketing* (angl. *promotion*), který v oboru marketing označuje v prvé

¹⁴Je to cena, kterou firma nasadí, když uvádí na trh technologickou vymoženost, a předpokládá tak, že si produkt koupí nejprve bohatší jedinci, v češtině také někdy nazývání smetánka, podobně v angličtině Market-skimming pricing.

¹⁵Cena za jednotku je podmíněna odebráním většího množství zboží. Vznik tohoto pojmenování nejlépe pochopíme na příkladu piva. V restauračních zařízeních, kde nabízejí tento typ produktu, vám ke stolu donesou vysoký skleněný válec připomínající žirafí krk naplněný pivem, z kterého si můžete postupně točit pivo.

řadě všechny prostředky použité k propagaci firmy, ale může v konkrétním kontextu znamenat i komunikaci mezi klientem a zákazníkem. Proto bychom optovali pro Horeckého „nelingvistické“ vymezení pojmu *termín* (1956, 35), který jej definuje jako „pojmenování pojmu vymezeného definicí a místem v systému pojmů daného vědního oboru“. Bally (1909) k tomu dodává, že definice jsou nejčistší a nejcennější formou intelektuálního způsobu vyjadřování.

3.2.2.1 Termíny z oboru marketingu

Pro marketingové termíny jsou typické anglicismy a vypůjčky termínů z jiných oborů. Tuto tezi se budeme snažit obhájit v následujících dvou podkapitolách na referenční množině charakteristických pojmů subkódu marketingu, vytvořeného v současné době nejuznávanějším autorem Philipem Kotlerem ve spolupráci s kolektivem autorů v díle *Marketing a management* (2011), které obsahuje 338 pojmů (součást Přílohy č. 2).

3.2.2.1.1 Vypůjčky z angličtiny

Marketing vznikl v anglofonním prostředí, a proto byly marketingové termíny překládány z angličtiny do francouzštiny. V následující části proto srovnáme anglickou a francouzskou marketingovou terminologii.

Některé termíny zůstaly naprosto v nezměněné podobě, zejména v oboru informatiky: *microsite*, *internet*, *datamining*, *datawarehouse*. Shodné termíny nacházíme i v oboru managementu, např. *innovation*, *image*, *franchise*, *service*, *perception*, ale to z toho důvodu, že se jedná o slova pocházející z latiny, která si v obou jazycích zachovala stejný tvar.

Při tvoření termínů jsou typické předpony vypůjčené z řečtiny (*micro-*, *macro-*, *méga-*, *hyper-*) a z latiny (*pré-*, *super-*, *multi-*); např. *micromarketing*, *macroenvironnement*. Ve dvou případech se tyto předpony ve francouzštině a v angličtině liší a vytvářejí tak zrádná slova, např. známý rozdíl mezi *hypermarché* (fr.) – *superstore* (ang.), ale také *macrotendance* (fr.) – *megatrends* (angl.). Poslední jmenovaná dvojice by podle Radiny (1978) patřila dokonce k tzv. dvousměrným zrádným slovům, protože fr. *megatrend* je ekvivalentní s angl. termínem *megamarketing*. Navíc si můžeme povšimnout, že fr. slovo *megatrend* postrádá znaménko v předponě *méga-*, která se ve francouzštině běžně používá oproti angličtině. Rozdíl ve znaménku v obou jazycích se pak projevuje i v dalších případech, zejména u hlásky *e*, např. *média* (fr.) – *media* (angl.), *télémarketing* (fr.) – *telemarketing* (angl.), *pénétration du marché* (fr.) – *market penetration* (angl.), *préapproche* (fr.) – *preapproach* (angl.), *stratégie* (fr.) – *strategy* (angl.) *rôle* (fr.) – *role* (angl.). Podobně drobné rozdíly v psané podobě v obou jazycích vytváří další zrádná slova. Můžeme uvést např. známou dvojici *groupe* (fr.) – *group* (angl.) nebo

marketing interactif – *interactive marketing*, *environnement économique* – *economic environment*. Tuto problematiku jsme již nastínili, když jsme se zabývali sekundárními interferencemi. Může být pozměněno také slovo, které je součástí slovního spojení, např. *marché de la consommation* (tedy doslovně přeloženo *trh spotřeby*), které stojí v opozici ke *consumer market*, doslovně přeloženo jako *trh spotřebitelů*.

Zcela v souladu s pořadím substantiva a adjektiva v angličtině a francouzštině nacházíme záměnu pořadí přídavného a podstatného jména i u termínů, např. ve francouzštině (*marketing viral*, *marketing social*, *part de marché relative*) a v angličtině (*viral marketing*, *social marketing*, *relative market share*). Stejně pravidlo platí i pro dvě podstatná jména: *marché test* (fr.), *test marketing* (angl.). Navíc pro francouzštinu je typické tvoření slovních spojení pomocí předložky *de*, což můžeme ilustrovat na výpůjčce z moderní angličtiny *opinion leader* – *leader d'opinion* (fr.). Můžeme pozorovat i opačnou tendenci, a to mizení předložky *de* pod vlivem angličtiny. Hovoříme tak o syntagmatických zkratkách. U francouzského spojení *optique production* – *production concept* (angl.) bychom očekávali spíše *optique de production*. Další syntagmatické zkratky se často vyskytují ve spojitosti s marketingem: *contrôle marketing* – *contrôle du marketing*, *indicateurs marketing* – *indicateurs du marketing*, *circuit marketing direct* – *circuit du marketing direct*, *marketing mix* – *mix du marketing*.

Na druhou stranu u některých termínů je část víceslovného spojení překládaná do francouzštiny: *e-marketing* – *marketing en ligne*. Nicméně nemůžeme toto pravidlo použít u všech slov s předponou *e-*, protože *e-commerce* zůstává ve francouzštině stejný jako v angličtině. V konkrétním případě termínu *e-commerce*, který se již dostal do širokého povědomí a byl do jisté míry banalizován, francouzské slovníky (např. *Antidote*) začaly tento termín kritizovat jako anglicismus a nabízejí ekvivalenty *cybercommerce* nebo *commerce électronique*. V marketingové terminologii však tento odborný výraz zůstává nezměněn.

Zrádná slova při překladu termínů nacházíme i v dalších slovních spojeních jako *brand extension* (angl.) – *extension de marque* (fr.), ale *extension de marché* (fr.) – *market development* (angl.).

Ve francouzštině, ačkoliv je to jazyk známý, tzv. *étouffement*, jsou některé marketingové termíny víceslovná spojení vyjádřená ve francouzštině jednoslovně, např. *réseau* – *value network*, *variabilité* – *service variability*, *valeur* – *value proposition*. Je tak zřejmé, že dvouslovné anglické termíny lépe vystihují sémantický obsah.

Na druhou stranu *l'étouffement* ve francouzštině se projevuje ve spojení *segmentation en fonction du revenu* – *income segmentation*, podobně francouzština opisuje angl. termín *benefit segmentation* – *segmentation fondée sur les avantages recherchés*.

Dále existují termíny, které se svým referentem nepodobají, a přesto jsou ekvivalentí, např. *pourcentage du chiffre d'affaires – percentage-of-sales method, structure par marchés – customer sales force structure*.

Některá spojení mohou být z angličtiny transponována pomocí předložky *à* na místo předložky *de*, *value pricing – prix à la valeur* nebo *selon gender segmentation – segmentation selon le sexe*.

Pak tu máme skupinu slov, která vyvolávají dojem anglicismů svou příponou *-ing*, např. *spamming* (fr.) – *spam* (angl.), podobně *mailing – direct-mail marketing*. Obě dvě jsou nicméně na seznamu falešných anglicismů a existují navržené náhradní pojmy, zejména *pollupostage, arrosage, multipostage abusif* pro první z nich; pro druhý z termínů – *publipostage*. Některá slova končící na příponu *-ing* nenacházejí tak snadno své francouzské protějšky, např. *datamining*. Jiná zase, i když francouzský ekvivalent mají, jsou v praxi téměř nepoužívaná: *marketing direct – mercatique directe*. Další termíny mohou být zrádné na základě analogie s českou terminologií, která přejala celé anglické slovo, zatímco francouzština přejala jen část slova, např. předponu *co-*: *cobranding* (angl.) – *comarquage* (fr.) – *cobranding* česky. První označuje užívání dvou značek na jednom produktu, zatímco druhý termín označuje vnímání těchto značek spotřebitelem.

Zkratková slova jsou přebírána z původních anglických slov: 3PL (*Third-party logistics*), ABC. V případě, že je slovní spojení přeloženo do francouzštiny a teprve poté zkracováno, je pro ně typické přehazování písmen způsobené pořadím podstatného a přídavného jména: MIS – SIM, VMS – SMV, nebo jsou francouzské zkratky naprosto odlišné od anglických: CRM-GRC.

3.2.2.1.2 *Výpůjčky z jiných oborů*

Při zkoumání výpůjček mezi různými obory je nutno přihlédnout k teorii Andrého Phala (1971), který rozlišil dvě vrstvy lexika odborného jazyka – tzv. všeobecné odborné lexikum, společně několika vědním disciplínám, s poměrně vysokou mírou polysémie (*VGOS – Vocabulaire générale d'orientation scientifique*), a specifickou odbornou slovní zásobu obsahující vysoce specializované termíny vlastní pouze jednomu oboru (*VSS – vocabulaire scientifique de spécialité*). Jak doplňuje Levická (2006), je třeba zdůraznit, že mezi oběma lexikálními množinami dochází k neustálému pohybu a interferencím. Podobně J. Šabršula hovoří o konstantních a potenčních prvcích horizontálního subkódu. Vedle konstantního materiálu (jedná se především o terminologii) obsahuje subkód také obecný materiál, který se nachází na jeho okraji a který sdílí s ostatními subkódy. Čechová (2003) pak ještě rozlišuje výrazy slabě terminologizované, které jsou někdy nazývané mezioborové termíny, kam řadí např. termíny jako *système, struktura* apod.

Ve francouzské marketingové terminologii můžeme najít pojmy, které přešly z obecného lexika (jako *apprentissage, conflict, croyance, culture*) a nabyly svého specifického významu. Dále existují výpůjčky z ekonomie (*courbe de demande* – poptávková křivka), sociologie (*rôle* – role, *sous-culture* – subkultura), psychologie (*mémoire à court terme, mémoire à long terme* – krátkodobá, dlouhodobá paměť), z informatiky (*datamining, data warehouse*)¹⁶ a týkající se výzkumu (*étude de causalité*).

Je známo, že přejde-li termín ze specializovaného subkódu do obecného užívání, banalizuje se (Šabršula, 1980). Tím, jak se termín z centra (VSS) dostává na periferii, získává nový sémantický obsah (VGOS). Tento proces funguje zejména v oblasti marketingu obráceně směrem k centru. Příkladem takového přechodu z jiných oborů do VGOS může být termín kognitivní disonance – *cognitive dissonance*, který původně v psychologii znamená rozpor mezi vnějším chováním a vnitřním postojem (Hartl, Hartlová, 2010)¹⁷. Ve francouzské marketingové terminologii pak označuje spotřebitelovo nepohodlí způsobené pochybnostmi po nákupu. Přejímání odborné terminologie z jiných oborů souvisí také s faktem, že marketing jako věda metodologicky čerpá z těchto vědních disciplín.

3.2.2.2 Termíny v diplomových pracích studentů

Jak již bylo uvedeno na začátku, náš korpus je složen z 27 bakalářských nebo diplomových prací o celkovém počtu 2 325 stran, 584 568 slov, 3 756 965 znaků s mezerami, bez mezer 3 178 283 znaků.

V našem výzkumu jsme sledovali výskyt termínů definovaných Kotlerem a kol. (2011) v bakalářských a diplomových pracích studentů. Ukázalo se, že studenti použili alespoň jednou 154 termínů z celkového množství 338 pojmů definovaných Kotlerem, což činí dohromady 45,56 %. Je zcela přirozené, že výběr termínů souvisí s preferovanými tématy.

Ve výzkumu jsme také porovnávali frekvenci termínů, které jsme označili zeleně v Tabulce č. 4. Je zajímavé, že pojem *produit* stojí před samotným termínem *marketing*. Nutno ovšem podotknout, že cílem marketingu je prodat produkty. Pod odborným výrazem *produkt* se ve francouzštině rozumí vše, co je nabízeno na trhu s cílem uspokojit potřebu, někdy ovšem může být tento pojem chápan jako protiklad slova *služba*. Není překvapivé ani umístění slova *client* – klient v 3. ranku; klient je hlavním aktérem při uspokojování potřeb, ale Kotler definuje pouze

¹⁶ Pojmy jsou ve stejné formě používány v českém jazyce.

¹⁷ Dále také rozpor mezi kognitivními obsahy vědomí; rozpor je pociťován jako nepříjemný a vyvolává snahu uvést obojí do souladu. Podobně také definice pojmu osobnost v psychologii: celek duševního života člověka; nejvlastnějším znakem je jedinečnost, výlučnost, odlišnost od všech jiných (tamtéž; 373), množina psychologických distinktivních rysů, které způsobují stálou a koherentní odpověď na okolí. K posunu tedy dochází na základě metonymie.

rentabilního zákazníka (*client rentable*). Lexém *entreprise* – firma jako subjekt pohybující se na trhu a *marché* – samotný trh jsou pak jednoznačně spjaté s předmětem marketingu. Slovo *ligne* je použito ve dvou kontextech: jednak ve spojení *en ligne*, jednak ve významu produktové řady. Lexém *site*, podobně jako *page*, je jednak součástí hlavní linie textu, ale také poznámkového aparátu při odkazování na zdroje. V prvních dvaceti nejpoužívanějších slovech překvapí slovo *banque* – banka, neboť na první pohled bychom marketing s bankou nespojovali. Je to dáno také tím, že jedna práce se marketingem bankovního sektoru vysloveně zabývala. Zelenou jsme pak označili termíny, které patří do množiny definované Kotlerem. Je tedy zřejmé, že nejfrekventovanější jsou termíny patřící do množiny VGOS. Nejfrekventovanější termíny, které jednoznačně patří do množiny VSS, jsou ukázány v Tabulce č. 5.

Tabulka č. 4. Frekvence substantiv ve sledovaném korpusu

Pořadí	Substantiva	Frekvence
1.	produit	1468
2.	marketing	1176
3.	client	1048
4.	entreprise	883
5.	marché	868
6.	service	809
7.	société	780
8.	ligne	756
9.	prix	750
10.	site	731
11.	stratégie	568
12.	Tchèque	561
13.	communication	486
14.	consommateur	471
15.	marque	456
16.	page	430
17.	information	428
18.	banque	401
19.	publicité	368
20.	activité	366

Tabulka č. 5: Nejfrekventovanější víceslovné termíny

Víceslovné termíny	Frekvence	Počet prací
Marketing direct	67	11
Stratégie marketing	104	17
Marketing mix	126	16

Bakalářské a diplomové práce jsme rozčlenili do následujících subvariety (Tabulka č. 6). Nicméně můžeme konstatovat, že vliv těchto subvariety se neprojevil v nejfrekventovanějších termínech.

Tabulka č. 6 Rozdělení bakalářských a diplomových prací do jednotlivých subvariety

Téma	Četnost
Analýza trhu	7
Produkt	3
Komunikace	5
Spotřebitel	2
Distribuce	2
Interní analýza firmy	2
Strategie	6
Celkem	27

Dle Čechové (2003) je třeba si uvědomit, že užití termínů spoluvytváří odborný styl, ovšem až v kontaktu s jinými složkami sdělení. Jen na základě identifikace termínů v textu nemůžeme určit, zda se jedná o odborný text či ne. Je tedy třeba specifikovat morfologické, syntaktické a stylistické charakteristické rysy.

3.2.3 Morfologie a syntax odborného jazyka

Většina autorů se shoduje, že odborný jazyk, stejně jako odborný styl, se vyznačuje typickými syntaktickými strukturami. Nicméně je velmi důležité rozlišovat úrovně odborného stylu, jak výstižně poukazuje Čechová (2001, 216-217):

Celková syntaktická stavba odborných textů, podrobená kvantitativní analýze, neukázala existenci zvlášť nápadných signálů stylu. Je tomu tak jistě i proto, že ve zdrojovém materiálu nebyly odlišeny texty různých úrovní odborné komunikace a že mezi prakticky odborným a publicistickým stylem je plynulý přechod.

Zkoumané práce samozřejmě splňují požadavky kladené na odborný styl, jako je rozvržení textů do kapitol, spisovnost, intertextovost, četnost přítomnosti. Autorský plurál je použit u 70 % studentů. Stejně tak je nápadná stereotypní struktura morfosyntaxe, tedy čas přítomný a převažující 3. osoba jednotného a množného čísla. Převažují deklarativní fráze typu „*A est, A a, A fait*“, což můžeme doložit na základě frekvence nejpoužívanějších sloves identifikovaných softwarem Tropes (Tabulka č. 7). Vysoká frekvence sloves *avoir* a *être* není překva-

pující vzhledem k faktu, že francouzština je analytický jazyk a tato pomocná slovesa tvoří složené tvary slovesné.

Tabulka č. 7: Nejfrekventovanější slovesa

Pořadí	Verba:	Frekvence
1.	<i>avoir</i>	5682
2.	<i>être</i>	5248
3.	<i>pouvoir</i>	1793
4.	<i>faire</i>	744
5.	<i>devoir</i>	566

Třetí nejčastější sloveso *pouvoir* může odkazovat na fakt popsany Čmerkiovou (1999, in Hasilová, 2011, 62), že „český vědecký styl se vyznačuje vysokou mírou modalizovanosti především epistemické (jistotní). Znamená to jistou skromnost, opatrnost či zdrženlivost, která se projevuje vysokou frekvencí výrazů s funkcí oslabovat asertivnost tvrzení“. V našem korpusu se tak objevují i další výrazy, jejich četnost je uvedena v závorce: *peut-être* (26), *il semble* (15), *il paraît* (8), *il est probable* (5).

Úroveň odbornosti není přímo hodnotitelná zvolenými nástroji, ale na základě analýzy programem Tropes, který vyhodnocuje použití spojovacích výrazů, můžeme určit styl práce.

3.3 Charakteristika stylu programem Tropes

Nejčastější kategorie slov (jak je definuje Charaudeau ve své gramatice (1992), přičemž naše definice byla převzata z podkladových materiálů programu) a obecný styl textu jsou získány na základě zjištění frekvence výskytu slov, rozmístění slov v textu a jejich přiřazení k jednotlivým kategoriím. Výsledky jsou pak porovnány s normami jazykové produkce, které byly vytvořeny při studiu velkého počtu různých textů a jsou uloženy v interních tabulkách systému.

Program Tropes tak mimo jiné na základě analýzy konektorů umožňuje zaměřit pozornost na koherenci textu, která je velmi významným rysem odborných textů. Na podceňování role konektorů při výuce odborného jazyka upozorňuje např. Kozmová (2006). Systém Tropes také rozlišuje slovesa faktická, vyjadřující činnost (např. *produire, chercher, permettre, donner, préoccuper, lutter*), statická, vyjadřující stav nebo vlastnictví (*être, avoir, constituer, impliquer, concerner*), deklarativní, vyjadřující deklaraci o stavu, bytosti, předmětu (*vouloir, pouvoir, croire, énumérer, penser, refuser, savoir*) a performativní, vyjadřující akt (např. *déclarer*). Uvedené příklady byly v korpusu častým jevem. Dále systém umí vyhodnotit přídavná jména objektivní, označující přítomnost nebo nepřítomnost nějaké vlastnosti (*présent,*

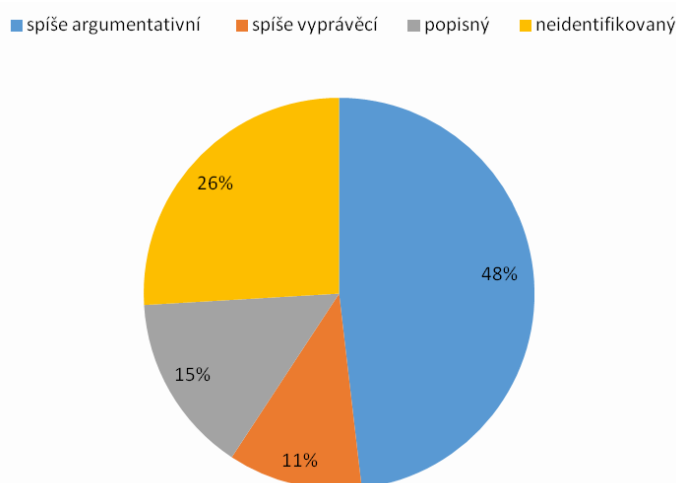
uniforme, local, préliminaire, conventionnel), a subjektivní přídavná jména, označující hodnocení, ocenění něčeho nebo někoho – *principal, connu, contraignante*. Dále také číslovky, osobní zájmena a tzv. modalizátory (příslovce a příslovečná spojení). Analýza všech výše zmíněných jednotek umožňuje systému určit způsob organizace textu.

Tři nejčastější typy uspořádání textu, jak byly identifikovány Tropem v definovaném korpusu, jsou argumentativní, deskriptivní a narativní. Jak jsme uvedli na začátku této práce, jejich popis nední totožný se slohovými postupy v češtině, a proto připojujeme krátký popis, který byl převzat z dokumentace k systému Tropes a doplněn dle odborného článku autorky Romedea (2005, 15-30):

1. Argumentativní – cílem argumentativního diskurzu je přesvědčit. Texty rozvíjí zdůvodnění svých návrhů. Tento styl je identifikován na základě logických konektorů, opozice, disjunkce.
2. Deskriptivní diskurz má za cíl informovat, podnitit, vysvětlit. Zahnuje tři složky: Pojmenovávají, časově a místně vymezit a přisuzovat vlastnost. Může se tedy jednat o seznamy, tabulky apod.
3. Narativní styl umožňuje uspořádat sled činností a událostí, do kterých jsou bytosti zahrnuty. Narativní diskurs má logickou strukturu. V rámci konstruování objektivní reality si klade cíle definovat, vysvětlit, podnitit, povyprávět a lze jej proto najít i ve vědeckých textech, v didaktických textech, atd.

Program dokáže také vymezit poslední způsob organizace textu, a to tzv. enunciační, který ovšem ve zkoumaných pracích nebyl nalezen, protože je typický pro mluvený projev.¹⁸

Graf č. 2. Obecný styl prací o marketingu identifikovaný softwarem Tropes



¹⁸ Enunciační – mluvčí odhalují své názory, snaží se ovlivnit druhého. Tento typ diskurzu má tři funkce: vytvořit vztah mezi vypravěčem a čtenářem, odhalit názory autora, a dosvědčit tvrzení třetí strany. Posлуhač je volán k akci a má možnost odpovědět nebo jednat. Jedná se nejčastěji o příkaz, povolení, upozornění, žádost, dotazování, slib, názor, ocenění, proklamování (Romedeia, 2005).

Na základě analýzy programem Tropes můžeme konstatovat, že ve sledovaném korpusu převažuje argumentativní způsob uspořádání textu. Popisný způsob uspořádání textu je využit ve třech případech. Program vyhodnotil jako narativní způsob organizace textu čtyři případy. Sedm případů nebylo identifikováno, protože jejich rozložení neodpovídalo žádnému stylu. Když jsme stejnou analýzu provedli ve srovnávacím vzorku vybraném tak, aby odpovídal počtu bakalářských a magisterských prací, procento neidentifikovaných prací bylo naprosto shodné, nicméně autoři se častěji uchýlovali k deskriptivnímu stylu (o 22 % více) a k narativnímu stylu (o 7 %) na úkor stylu argumentativního. Práce zaměřené na marketing měly častěji argumentativní charakter, což by mohlo být dáno samotným zaměřením oboru marketingu, jehož cílem je prodávat a argumentovat.

Závěr

„Odborný jazyk není nic jiného než odborné použití přirozeného jazyka.“

Pierre Lerat

Výzkum naplnil svůj cíl a dle zvolených možností nástrojů ICT byly popsány charakteristické rysy jazyka studentů aplikované francouzštiny. Výzkum tak na základě binárně definované osy správnosti vymežil zejména ortografické odchylky prolínající se do dalších jazykových plánů a na základě škálovitě orientované osy přiměřenosti specifikoval rysy odborného jazyka marketingu u studentů.

Abychom mohli výzkum vůbec uskutečnit, definovali jsme jazykovou normu, jejíž vnímání se liší z pohledu strukturalismu kladoucího hlavní důraz na závaznost jazykové normy vyjádřenou správností a přiměřeností a z pohledu francouzské lingvistiky zdůrazňující socio-kulturní a estetický ideál. V našem výzkumu jsme pak tyto přístupy skloubili na základě vybrané metodologie. Dále jsme porovnali pojem chyby a interference z pohledu českých a zahraničních autorů z různých oborů a uvedli jsme jejich klasifikace. Z uvedené klasifikace je pro nás důležité kritérium performance, protože většinu chyb nepovažujeme za kompetenční, ale za performační. Tato část tak přispěla k objasnění nejednotného chápání pojmů v rámci lingvistiky, didaktiky a dalších oborů.

Výzkum na ortografické jazykové rovině ukázal nejčastější chybu v zápisu znaménka u písmena *e*. Kromě obecně platné příčiny rozkolísanosti francouzského pravopisu a s ním spojené chybné analogie si tento jev vysvětlujeme také v nerozlišování francouzských samohlásek a následným chybným zápisem. Mezi charakteristické rysy řadíme zápis nosové samohlásky [ã], zejména záměnou *an* – *en*. Ve zdvojení hlásek nejčastěji interferovalo písmeno *l* a *s* (20 %) a dále pak *r* (16 %), *n* (13 %), *m* (11 %). Nejčastěji vynechanou samohláskou bylo *e* (46 %) a dále *i* (23 %). U samohlásky *e* se jedná o vliv grafického *e* na konci slov, které je zapomínáno. Grafém *i* je zase snadno přehlédnutelný. Na úrovni morfosyntaktické jsme popsali případy zrádných slov svým mluvnickým rodem, chyby v časování sloves a ve shodě větných členů. Z pohledu lexikologie jsme vymezili zrádná slova na základě odlišné diakritiky, zrádná slova na základě zdvojení hlásek a také jsme identifikovali slova, ve kterých se nejčastěji chybovalo.

Pro určení přiměřenosti jsme nejprve specifikovali množinu termínů definovaných Kotlerem. Studenti z této množiny využili 46 % termínů v 7 subvarietách, ke kterým diplomové práce řadíme. Dále jsme sestavili pořadí nejfrekventovanějších termínů (1. *produit*, 2. *marketing*, 3. *marché*), identifikovali styl prací a na základě porovnání se srovnávacím

vzorkem jsme dospěli k závěru, že marketingové bakalářské a diplomové práce jsou častěji psány argumentativním stylem.

Výzkum s využitím ortografických korektorů a softwaru Tropes má své limity. Ortografické korektory nejsou schopny odhalit nesprávné použití časů (např. záměnu *passé composé* a *imparfait*), neumí korigovat styl práce apod. Analýza softwarem Tropes neumožňuje odhalit např. rozdíly v kompozičních vzorcích a uspořádání výkladu, které jsou v porovnání s francouzskými vědeckými odbornými texty v českém prostředí volnější. Ortografické korektory tak zůstávají zajímavým nástrojem ke zkoumání pravopisných interferencí a software Tropes ke zkoumání stylu, termínů a jiných prvků patřících do diskurzivní analýzy. Uvedené nástroje mohou být dále využity, a to jak k didaktickým, tak lingvistickým účelům.

Tato práce tak kromě svého hlavního cíle naplnila i cíl vedlejší, a to boření mezioborových hranic a eliminaci drahého „cla“ jazyka pro studenty. Ostatně cílem celého projektu Modularizace manažerského a ekonomického vzdělání, v rámci něhož tato publikace vznikla, je boření hranic mezi různými oblastmi vědy. Pevně věříme, že na tuto snahu navážou odborníci z dalších oborů. Lingvisté budou moci pokračovat ve využití navržených moderních komunikačních nástrojů a práci s nimi, jak v rámci analýzy interferencí mezi dvěma jazyky, tak interferencí mezi obory v rámci jednoho jazyka. Odborníci na marketing tohoto nástroje využijí pro analýzu nejen propagačních textů, ale obecně komunikace v rámci všech oblastí marketingu. Protože jen tehdy, když tyto hranice budou zbořeny, stanou se srozumitelnými subkódy odlišných vědních oborů a budeme mluvit jedním jazykem, teprve tehdy můžeme dospět k opravdovému poznání.

Bibliografie

- ACADÉMIE FRANÇAISE. (2014). *Rectifications 1990*. Získáno 19. srpna z http://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/rectifications_1990.pdf.
- BALLY, Ch. (1909). *Traité de stylistice française*. Paris: Librairie C. Klincksieck.
- BRÉAL, M., BAILLY, A. (1885). *Dictionnaire étymologique latin*. Paris: Hachette.
- BRUNEI, A., ŠOTOLOVÁ, J. (2012). *Stylistická analýza českých a francouzských textů*. Praha: Univerzita Karlova v Praze.
- BŘEZINA, J. (2006). Přetrvávající otazníky v oblasti výzkumu německého odborného jazyka. *Acta Oeconomica Pragensia*, 14 (4), 46–57. Získáno 16. listopadu 2014 z <http://www.vse.cz/aop/cislo.php?cislo=4&rocnik=2006>
- BUDOVIČOVÁ, V. (1963). Sémantické principy odborné terminologie. *ČSTČ*, 2, 193-213.
- CABRE, M. T. (1998). *La terminologie – théorie, méthode et applications*. Ottawa: Armand Colin/PUO.
- CASTELLOTTI, V.(2001). *La langue maternelle en classe de langue étrangère*. Paris: CLE International.
- CORDER, S. P. (1981). *Error Analysis and Interlanguage*. Oxford: Oxford University Press.
- ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., & MINÁŘOVÁ, E. (2003). *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny.
- ČERMÁK, F. (2011). *Jazyk a jazykověda. Přehled a slovníky*. Praha: Karolinum.
- ČERNÝ, J. (1996). *Dějiny lingvistiky*. Olomouc: Votobia.
- DEBYSER, F.(1970). La linguistique contrastive et les interférences. *Langue Française*, 8 (1), 31-61. Získáno 1. června 2014 z http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lfr_00238368_1970_num_8_1_5527.
- DOHALSKÁ, M., SCHULZOVÁ, O. (2008). *Fonetika francouzštiny*. Praha: Karolinum.
- DRUIDE. (2010). *Dictionnaire Antidote 5*. Quebec: Druide informat. Získáno 16. listopadu 2014 z <http://www.antidote.info/>.
- DUBOIS, J., GIACOMO, M., GUESPIN, L., MARCELLESI, Ch., MARCELLESI, J.-B., & MEVEL, J.-P. (1973). *Dictionnaire Linguistique*. Paris: Librairie Larousse.
- ERHART, A. (1984). *Základy jazykovědy*. Praha: SPN.
- GODDARD, A. (1998). *The Language of Advertising. Written texts*. London: Routledge.
- HÁLA, B. (1960). *Fonetické obrazy hlásek českých, slovenských, francouzských, německých, ruských, polských, anglických, maďarských a španělských spolu se srovnávacím popisem výslovnosti*. Praha: SPN.
- HARTL, P., HARTLOVÁ, H. (2010). *Psychologický slovník*. Praha: Portál.

- HASILOVÁ, H. (2011). *Lingvodidaktické problémy výuky odborného vyjadřování v němčině. Nácvik ústního a písemného referátu na české vysoké škole v česko-německém interkulturním prostředí*. Praha: Karolinum.
- HAVRÁNEK, B. (1932). Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura. In B. Havránek, M. Weingart (Eds.). *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha: Melantrich, 14-84.
- HAVRÁNEK, B., JEDLIČKA, A. (1981). *Česká mluvnice*. Praha: SPN.
- HENDRICH, J., a kol. (1988). *Didaktika cizích jazyků*. Praha: SPN.
- HENDRICH, J., RADINA, O., & TLÁSKAL, J. (2001). *Francouzská mluvnice*. Plzeň: Fraus.
- HORÁK, A. (2014). Jazykový transfer a chyba při učení sa cudzích jazykov. *Konference Práce s chybou ve výuce cizích jazyků (včetně češtiny pro cizince), Praha, 17. – 18. 6. 2014*.
- HORECKÝ, J. (1956). *Základy slovenskej terminologie*. Bratislava: Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied.
- HUCHON, M. (1992). *Encyclopédie de l'orthographe et de la conjugaison*. Paris: Librairie Générale Française.
- CHARAUDEAU, P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette.
- CHARNOCK, Ross (1999). Les langue de specialité et le langage technique: considérations didactiques. *ASp*, 23 (26), 281-302.
- CHODĚRA, R. (2013). *Didaktika cizích jazyků. Úvod do vědního oboru*. Praha: Academia.
- CHOMSKY, N. (1993). *Lectures on government and binding: the Pisa lectures*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- ILLICH, I. (2000). *Odškolnění společnosti*. Praha: SLON.
- JAMES, C. (1998). *Errors in Language Learning and Use: Exploring Error Analysis*. London: Longman.
- KOCOUREK, R. (1991). *La langue française de la technique et de la science. Vers une linguistique de la langue savante*. Wiesbaden: Oscar Brandstetter.
- KOMENSKÝ, J. A. (1964). *Nejnovější metoda jazyků*. Sebrané spisy sv. III. Praha: SPN.
- KOMOROWSKA, H. (1980). *Nauczanie gramatyki języka obcego a interferencja*, wyd. II. Warszawa.
- KOTLER, P., DUBOIS, B., & MANCEAU, D. (2009). *Marketing and Management*. Paris: Pearson.
- KOZMOVÁ, J. (2006). K významu konektorů ve výuce francouzského odborného jazyka. *Acta Oeconomica Pragensia*, 14(4), 96–100. Získáno 16. listopadu 2014 z <http://www.vse.cz/aop/cislo.php?cislo=4&rocnik=2006>.
- KRASHEN, S. (1981). *Second Language Acquisition and Second Language Learning Principles and Practice of Second Language Learning*. Oxford: Pergamon.

- KRATOCHVÍLOVÁ, R. (2014). Využití chybové analýzy při tvorbě koncepce výuky akademické češtiny pro cizince. *Konference Práce s chybou ve výuce cizích jazyků (včetně češtiny pro cizince)*, Praha, 17. – 18. 6. 2014.
- KRČMOVÁ, M. (2009). *Fonetika a fonologie*. Získáno 3. srpna 2014 z <http://is.muni.cz/elportal/estud/ff/js08/fonetika/ucebnice/ch08s01s01.html>.
- KULIČ, V. (1971). *Chyba a učení: funkce chybného výkonu v učení a v jeho řízení*. Praha: SPN.
- LADO, R. (1957). *Linguistics Across Cultures: Applied Linguistics for Language Teachers*. Michigan: University of Michigan Press.
- LAROUSSE DE L'ORTHOGRAPHE. (1982). Paris: Larousse.
- LERAT, P. (1995). *Les langues spécialisées*. Paris: Presses Universitaires de France.
- LERAT, P. (1997). Approches linguistiques des langues spécialisées. *ASp*, 15 (18), 1-10.
- LEVICKÁ, J. (2006). *Terminologické implikácie štruktúrnej a kontextovej analýzy francúzskej a slovenskej stavebnej lexiky* [dizertační práce]. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislavě.
- MACUROVÁ, J., SIMEUNOVICH-SKVORTSOVA, M. (2014). Po stopách chyb. *Konference Práce s chybou ve výuce cizích jazyků (včetně češtiny pro cizince)*, Praha, 17. – 18. 6. 2014.
- MARCHAND, P. (2009). Genre, style et attitude à l'égard du langage: tentative de diagnostic automatique sur un corpus politique. *Journées d'études „Les style et ses modélisation“*. France: Université de Tours. Získáno 15. listopadu 2014 z http://pascal-marchand.fr/IMG/pdf/PM_Tours.pdf.
- MATHESIUS, V. (1966). *Řeč a sloh*. Praha: Československý spisovatel.
- MISTRÍK, J. (1997). *Štylistika*, 3.vyd. Bratislava: SPN.
- MOLETTE, P., LANDRÉ, A. (2013). *Tropes Version 8.3. Manuel de reference*. Získáno 15. června 2014 z <http://www.tropes.fr/doc.htm>.
- NEBESKÁ, I.(1992). Dvojitá poloha pojmu jazyková norma. *Naše řeč*, 75 (1), 22–27.
- NEBESKÁ, I. (1993). *Jazyk, norma spisovnost*. Praha: Karolinum.
- ONDRÁKOVÁ, J. (2014). Oprava chyb v cizojazyčném textu. *Konference Práce s chybou ve výuce cizích jazyků (včetně češtiny pro cizince)*, Praha, 17. – 18. 6. 2014.
- PHAL, A. (1971). *Vocabulaire générale d'orientation scientifique*. Paris: CREDIF/Didier.
- PÖSINGEROVÁ, K. (2001). *Problematika negativních transferů při výuce polského jazyka v českém jazykovém prostředí*. Praha: Karolinum.
- RADINA, O. (1978). *Zrádná slova ve francouzštině*. Praha: SPN.
- ROMEDEA, A.-G. (2005). Les types de discours. *Revista Romana de Semio-Logica*, 15-30. Získáno 15. prosince 2014 z http://www.rosilir.goldenideashome.com/archiv/2005_1/2AdrianaRomedea2005.pdf.

- SELINKER, L. (1972). Interlanguage. *IRAL International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 10 (1-4), 209–232.
- STRAKOVÁ, V. (1989). *Referujeme rusky. Příručka ruského jazyka odborného vyjádřování*. Praha: Academia.
- SUCHÁ, R. (2008). Influence de l'anglais sur le français des affaires, analyse des erreurs des étudiants en économie. In *Le français – deuxième langue étrangère – La didactique intégrée des langues étrangères*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.
- ŠABRŠULA, J. (2008). *Základy francouzské stylistiky*. Ostrava: Ostravská Univerzita.
- ŠOURKOVÁ, A. (1964). *Metodická příručka k učebnici Russkij jazyk pro 9. ročník ZDŠ*. Praha: SPN.
- TOUFAROVÁ, D., a kol. (2014): *Česko-ruské interference*. Získáno 19. června 2014 z <http://interference.ajoda.eu/>.
- TRNKA, J. (1937). Význam funkčního jazykozpytu pro vyučování moderním jazykům. *Slovo a slovesnost*, 3 (4), 236-241. Získáno 5. října 2014 z <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=222>.
- VESELÝ, J. (1985). *Problematika vyučování ruštině jako blízce příbuznému jazyku*. Praha: SPN.

Zkratky a symboly

* = chybný tvar

aj. = a jiné

angl. = anglicky

APLEKF = obor Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii

č. = číslo

fr. = francouzsky

ICT = informační a komunikační technologie např. například

OFHP = obor Odborná francouzština pro hospodářskou praxi

pp – *participe passé* – přičestí minulé

v = verbum, sloveso

VGOS, *VGOS* = *Vocabulaire générale d'orientation scientifique*

VSS = *Vocabulaire scientifique de spécialité*

Věcný rejstřík

A

anglicismus, 34, 55–57

atributy normy, 8

B

bon usage, 11

D

diskurz, 5, 6, 50, 62, 65

F

foném, 8, 24, 28–30, 32, 35–39, 41

fonogram, 28

G

grafém, 24, 28–30, 32, 34–41, 43, 48, 64

H

homonymie, 24, 54

CH

chyba, 6, 12–15, 18, 21, 25, 27, 33–36, 40–44, 48

-kompetenční, 14, 15, 21, 48, 64

-primární, 14

-performační, 14, 15, 21, 48, 64

-sekundární, 1

chybová analýza, 13

I

ICT, 5, 6, 25, 64

interference, 5–8, 12, 13, 15, 17–25, 30, 32, 34, 37, 39, 43, 56, 64

-interkulturní, 23, 25

-kombinovaná, 19, 20, 22, 23

-mezijazyková, 18–20, 30, 41

-paradigmatická, 20, 22

-proaktivní, 20, 21

-reproduktivní, 20, 21, 23

-retroaktivní, 20, 21, 30, 33

-syntagmatická, 20, 22

-vnitrojazyková, 18–20, 30, 41

-zjevná, 20, 21

-skrytá, 20, 21

interferém, 13–14, 33

internacionalismus, 34, 38

J

jazykový systém, 9, 19

K

klasifikace chyb, 13–15

klasifikace interference, 23

kodifikace, 9–11, 52

koherence, 52, 61

konfrontace, 16

kontrastivní lingvistika, 16

M

marketing, 5, 6, 40, 41, 44, 49, 51–59, 64, 65

mezijazyk, 15

morfogram, 28

morfologie, 14, 24, 27, 43, 60

niveau de langue, 11, 49

norma, 5, 6, 8–13, 15, 18, 19, 23–25, 48, 49, 61, 64

-stylová, 12, 49

normativní gramatika, 11

O

odborný jazyk, 12, 24, 40, 49, 51, 52, 60, 64

ortografie, 9, 24, 25, 27, 43, 46

ortografický korektor, 6, 26, 27, 29, 65

R

registr, 5, 49

S

samohlásky, 31–34, 43, 48, 64

-nosové, 34, 36, 37, 43, 44, 64

-otevřené, 31–36
-zavřené, 31–34
sekundární mezijazykové vlivy, 21
slabika, 28, 31, 34, 35, 40
-nepřízvučná, 28, 31, 34, 35
-přízvučná, 28, 31, 35
slang, 10, 54
slohový postup, 50, 62
souhlásky, 28–31, 38–
standard, 9, 12, 52
styl, 5, 6, 9, 12, 14, 25, 33, 39, 48 – 52, 54,
60–65
-argumentativní, 6, 50, 62, 63, 65
-enunciační, 6, 50, 62
-funkční, 12, 49, 50
-odborný, 48, 50, 52, 60
-popisný, 6, 50, 63
-publicistický, 50, 54
-vyprávěcí, 50
subkód , 5, 6, 49, 50, 52–58, 65
subvarieta, 53, 60, 64
syntagmatické zkratky, 56
syntax, 14, 24, 25, 27, 43, 60

T

termín, 5, 8, 12, 16, 17, 25, 40, 41, 52–60,
64, 65
transfer, 13, 17–19, 23
-negativní, 17, 18
-pozitivní, 17, 19

U

univerzální gramatika, 15, 18
úzus, 9

V

vědecký jazyk, 9

výpůjčky, 5, 29, 32–35, 41, 55–57

Z

zkratky, 56, 57
znaménko, 19, 28–34, 43, 46, 47, 55, 64
-diakritické, 28, 46, 47
-interpunkční, 28
zrádná slova, 17, 24, 25, 30, 32, 43–47, 55–57,
64
-částečně, 46
-mluvnickým rodem, 43, 44
-dvousměrná, 55

Seznam tabulek a grafů

Graf č. 1. Cyklický charakter dynamiky dvou poloh normy	10
Graf č. 2. Obecný styl prací o marketingu identifikovaný softwarem Tropes.....	62
Tabulka č. 1: Zrádná slova na základě zdvojení písmen v korpusu.....	46
Tabulka č. 2: Zrádná slova na základě odlišné diakritiky v našem korpusu.....	47
Tabulka č. 3: Nejfrekventovanější chyby.....	48
Tabulka č. 4. Frekvence substantiv ve sledovaném korpusu.....	59
Tabulka č. 5: Nejfrekventovanější víceslovné termíny.....	59
Tabulka č. 6 Rozdělení bakalářských a diplomových prací do jednotlivých subvariet.....	60
Tabulka č. 7: Nejfrekventovanější slovesa.....	61

Anotace

Výzkum s využitím moderních nástrojů ICT vymezuje charakteristické rysy odborného jazyka studentů aplikované francouzštiny na základě dvou hlavních os – správnosti a přiměřenosti, které byly stanoveny na základě srovnání českých a francouzských přístupů k jazykové normě. Jsou také blíže popsány odchylky od normy – chyba a interference. Správnost je identifikována na základě ortografických odchylek prolínajících se do dalších jazykových plánů. Na úrovni morfosyntaktické jsou popsány případy zrádných slov svým mluvnickým rodem, chyby v časování sloves a ve shodě větných členů. Z pohledu lexikologie jsou vymezena zrádná slova na základě odlišné diakritiky, zrádná slova na základě zdvojení hlásek a identifikovány nejfrekventovanější chybná slova. Přiměřenost je vyhodnocena na základě frekvence termínů a charakteristického stylu práce.

Klíčová slova: odborný jazyk, marketing, termíny, zrádná slova, interference, chyba, ortografie, styl.

Anotation

The usage of modern ICT research tools defines the characteristics of the specialized language of students majoring in French Language Applied to Economics; it is based on two main axes: the accuracy and adequacy, established by comparing a Czech and French approach towards the standard of the language. The deviations from the norm are described in detail, i.e. the error and interference. The accuracy is identified by orthographic variations that blend into other language plans. At the morphosyntactic level, the focus is on some cases of false words with regards to their grammar gender, to errors in verb conjugation, and to the agreement of sentence elements. From the lexicology perspective, the false words are defined on the basis of different punctuation, duplication of speech sound, also the most frequently misspelled words are indentified. The adequacy is evaluated by term frequency and a distinctive style of the thesis.

Keywords: technical language, marketing, terms, false words, interference, error, orthography, style.

Příloha č. 1: Chyby při psaní písmena *s*

Nadbytečné zdvojení písmena <i>s</i>	choississent, choississant, optimisste, intéresssant, basses, choisir, occasion, ils faissaient, réduissant, anniversaire, faiblesses
Nadbytečné grafické <i>s</i> na konci slova	presques, quatres, en raisons, aux portes-jarretelles, au seins du, parmi, individuelles, pendants, capital-risques, complètements
Nadbytečné písmeno <i>s</i>	l'Austriche
Chybějící písmeno <i>s</i>	la connais(s)ance, des sauces épais(s)es, pos(s)ibilité, succe(s)sion, commis(s)ions, proce(s)sus, acce(s)soires , reconnais(s)able, acces(s)ible, s'adres(s)er, amollis(s)ant, apprentis(s)age, déclas(s)ées, apprentis(s)age, est as(s)uré, intéres(s)ées,
Chybějící grafické <i>s</i> na konci slova	Londre(s), révolution de velour(s), soutiens-gorge(s), trè(s) lues, vi(s)-à-vis, délai(s), plusieurs(s), certe(s), en terme(s) de, chiffre d'affaire(s), les un(s) des autres
Chybějící písmeno <i>s</i>	di(s)tribution, tran(s)formation, la di(s)rection, sub(s)titution, ils tran(s)forment , sugge(s)tion, dimen(s)ions, non profes(s)ionnel, hypothè(s)e
Záměna písmena <i>s</i> a <i>c</i>	dés(c)ic(s)if

Příloha č. 2: Termíny marketingu dle Kotlera

Acte de vente	Ciblage marketing
Agence de publicité	Circuit de distribution
Agent	Circuit de distribution traditionnel
Alignement sur la concurrence	Circuit marketing direct
Analyse conjointe	Circuit marketing indirect
Analyse de la valeur	Classes sociales
Analyse des risques à l'international	Client rentable
Analyse du portefeuille d'activités	Cobranding
Analyse économique	Comarquage
Apprentissage	Commerce de détail
Approche	Commerce de gros
Approche pull	Commerce de proximité
Approche push	Commerce en ligne
Assortiment	Commerce indépendant
Attention sélective	Commerce intégré (ou concentré)
Attitude	Commerce spécialisé
Audit marketing	Communication marketing
Avantage concurrentiel	Communication marketing intégrée
Bannière	Comportement d'achat des entreprises
Base de données clients	Comportement des consommateurs
Base de données clients professionnels	Comptabilité mentale
Bases de données en ligne	Concept
Bases de données internes	Concept de produit
Besoins	Conclusion
Bien d'achat fréquent	Conditionnement
Budget de vente	Conflit
C to B (consumer-to-business)	Contrat de licence
C to C (consumer-to-consumer)	Contrôle marketing
Canaux de communication personnels	Courbe de la demande
Capital client	Courtier
Capital marque	Coût cible
Capital marque fondé sur le client	Coût total
Category management	Coût-plus-marge
Centre commercial	Coûts fixes (ou frais généraux)
Centre d'achat	Coûts variables
Centre de distribution	Croyance
Chaîne de magasins	Culture
Chaîne de valeur	Culture d'entreprise
Ciblage	Cycle de vie d'un produit

DAS (domaines d'activités stratégiques)	Étude de marché
Data warehouse	Étude descriptive
Datamining	Étude exploratoire
Définition de la mission	Études de marché en ligne
Demande de l'entreprise	Études marketing
Demande dérivée	Expérimentation
Demande du marché relative à un produit	Extension de gamme
Demandes	Extension de marque
Démographie	Extension du marché
Désintermédiation	Fidélité
Développement de la stratégie marketing	Filtrage
Développement de produits	Force de vente externe (ou force de vente sur le terrain)
Développement simultané (ou collaboratif) des produits	Force de vente interne
Diagnostic stratégique (analyse SWOT)	Franchise
Dilution d'image	Gamme
Discounter	Gestion de la chaîne d'approvisionnement (supply chain management)
Discounter spécialisé	Gestion de la force de vente
Discrimination par les prix	Gestion de la relation client (GRC ou CRM, Customer Relationship Management)
Dissonance cognitive	Gestion des relations de partenariat
Distorsion sélective	Gestion intégrée de la logistique
Distribution	Grand magasin
Distribution exclusive	Grossiste
Distribution intensive	Groupe
Distribution sélective	Groupe d'influence
Diversification	Groupes d'appartenance et de référence
Échange	Groupes primaires
Échantillon	Groupes secondaires
Élasticité-prix	Hard discount
Énoncé de positionnement	Hard discount indépendant
Entreprise globale	Heuristique
Environnement culturel	Hypermarché
Environnement économique	Image
Environnement marketing	Implication d'un consommateur
Environnement naturel	Indicateurs marketing
Environnement politique	Indivisibilité
Environnement technologique	Influence personnelle
Équipe de vente	Informations primaires
Équipes plurifonctionnelles de développement de nouveaux produits	Informations secondaires
Étude de causalité	Innovation

Intangibilité	Média
Intermédiaires de marché	Megatrend
Internet	Mémoire à court terme
Interstitiels	Mémoire à long terme
Joint-venture Lancement	Menace
Leader d'opinion	Méthode ABC
Logistique commerciale	Méthode fondée sur les objectifs et les moyens
Macroenvironnement	Microenvironnement
Macrotendance	Micromarketing
Magasin d'usine	Microsite
Magasin hard discount	Mise en œuvre
Magasin spécialisé	Mix de communication intégré
Mailing	Mix de communication
Marché	Mix promotionnel
Marché cible	Mobile
Marché de la consommation	Mode
Marché et achat institutionnel	Myopie marketing
Marché potentiel	Niveau d'un circuit
Marché test	Notoriété
Marketing	Nouveau produit
Marketing concentré (de niche)	Objectif publicitaire
Marketing de base de données	Observation
Marketing différencié (segmenté)	Opportunité
Marketing direct	Optique du marketing sociétal
Marketing direct intégré	Optique production
Marketing direct par les grands médias	Optique vente
Marketing en ligne	Parrainage
Marketing interactif	Part de client
Marketing interne	Part de marché globale
Marketing localisé	Part de marché relative
Marketing management	Part de marché servi
Marketing opérationnel	Pénétration du marché
Marketing par catalogue	Perception
Marketing personnalisé	Périssabilité
Marketing relationnel	Personnalité
Marketing social	Personnalité de marque
Marketing sociétal	Phase de croissance
Marketing viral	Phase de déclin
Marketing-mix	Phase de lancement
Marque	Phase de maturité
Matrice BCG	Planification stratégique

Point mort	Rétention sélective
Portefeuille d'activités	Retour sur investissement marketing
Portefeuille de marques	Réunion de groupe
Portefeuille de produits	Rôle
Positionnement marketing	Satisfaction
Pourcentage du chiffre d'affaires	Satisfaction client
Préapproche	Secteur
Présentation	Secteur global
Prestataire de services logistiques (3PL, Third-party logistics)	Segment de marché
Prévision des ventes de l'entreprise	Segmentation
Prix	Segmentation comportementale
Prix à la valeur	Segmentation du marché
Prix à la valeur ajoutée	Segmentation en fonction de l'âge et du cycle de vie
Prix au point mort (ou avec un objectif de bénéfice)	Segmentation en fonction du revenu
Prix d'écémage	Segmentation fondée sur les avantages recherchés
Prix de gamme	Segmentation géographique
Prix de pénétration	Segmentation intermarchés
Prix de référence	Segmentation psychographique
Prix par lot	Segmentation selon le sexe S
Processus d'adoption	segmentation selon les situations de consommation
Processus de diffusion	Segmentation sociodémographique
Produit	Service
Produit de grande consommation	Signal
Produit potentiel	SIM (système d'information marketing)
Produits liés	SMV (système marketing vertical) contractuel
Programme de fréquence	SMV (système marketing vertical) contrôlé
Promotion	SMV (système marketing vertical) intégré
Promotion des ventes	Sous-culture
Promotion par les prix	Sous-marque
Proposition de valeur	Spamming
Prospection	Stratégie
Publicité	Stratégie de positionnement
Qualité d'un produit	Stratégie marketing Structure par marchés
Qualité de conformité	Structure par produits
Quota de vente	Structure par zones géographiques
Recherche d'idées	Style de vie
Réduction des activités	Suivi
Relations publiques	Supermarché
Réponse aux objections	Support
Réseau	Système d'aide à la décision marketing
	Système d'intelligence marketing

Systeme de distribution multicircuit
Systeme de donnees provenant d'une seule source
Systeme de franchise
Systeme marketing horizontal
Systeme marketing vertical (SMV)
Tableau croise produit/marche
Telemarketing
Tendance
Test de concept
Valeur
Valeur a vie d'un client
Valeur perçue par le client
Variabilite
Variation geographique du prix
Vendeur
Vente

Příloha č. 3: Seznam zkoumaných prací

	Příjmení	Jméno	Název práce
1.	ČECHOVÁ	Tereza	Le logo-un élément indispensable de la réussite (cas Škoda Auto a.s.)
2.	ČERBÁKOVÁ	Veronika	La situation des produits bio et des fermes biologiques sur le marché tcheque et francais
3.	DOKOUPILOVÁ	Alžběta	L'analyse marketing de la société ASOPOL s.r.o.
4.	DVORSKÁ	Adéla	Diversification des activités non-agricoles dans les conditions de la ferme familiale - Business plan de la ferme Dvorský statek
5.	FÁBELOVÁ	Jana	Plan d'entreprise fictif: Comment se forme une nouvelle société Fabel SARL et comment se passe l'implantation de son nouveau produit "ENERGY-Fresh Gum!" sur le marché intérieur tcheque?
6.	HYNEROVÁ	Michaela	La communication commerciale de l'entreprise Easy Meal Concept, SARL
7.	JANOŠKOVÁ	Petra	Comportement du consommateur et strategie de la société Apple
8.	JELÍNKOVÁ	Hana	Changement de la structure de l'organisation pour miuex ateindre ses buts
9.	KEFEROVÁ	Regina	Le rôle de la psychologie dans le marketing modern
10.	KEFEROVÁ	Regina	L'utilisation de différentes stratégies de marketing sur Internet
11.	KŘENKOVÁ	Sylva	Le Marketing et le Financement des Compétitions de Patinage Artistique
12.	KŘENKOVÁ	Sylva	Marketing dans le Domaine de l'Hôtellerie
13.	KYNCL	Jan	Le projet de la distribution des panneaux de porte de cuisine en République Tcheque
14.	LUČOVÁ	Michaela	Porcelaine de Limoges et le diagnostic stratégique de l'Entreprise CARPENET
15.	NIKOVÁ	Kateřina	L'analyse et la suggestion de modification de la promotion du Lycée Valašské Klobouky
16.	OSTRČILOVÁ	Kristina	L'étude marketing du marché homéopathique en République tcheque
17.	PADEVĚTOVÁ	Eva	Le domaine de la mode du point de vue du marketing et linguistique
18.	PETCHEZI (KŘIVÁNKOVÁ)	Radka	Les systemes bancaires : France versus République Tcheque
19.	PŠIKALOVÁ	Miroslava	Le marketing local dans un monde global, L'exemple du Groupe Danone
20.	RAKOVÁ	Kateřina	Koto Parfums, du royaume des odeurs aux grands principes de la distribution
21.	RUMANČÍKOVÁ	Anna	Le Marketing international, l'étude de marché français pour l'entreprise VUNO HREUS s.r.o.

22.	ŘEHÁČKOVÁ	Veronika	La lutte concurrentielle dans le secteur du transport de voyageurs en République Tcheque et en France
23.	SALAČOVÁ	Eliška	Comparaison des activités touristiques en France et en République tcheque
24.	SEMERÁDOVÁ	Tereza	Stratégies marketing des jeux en ligne avec abonnement : Le cas de "stardoll.com"
25.	ŠTĚPÁNKOVÁ	Sabina	Analyse du marché des compléments alimentaires en France pour la société tcheque Dacom Pharma, s. r. o.
26.	ŠVIDRNOCHOVÁ	Adéla	Versions de langue sur les sites web commerciaux tcheques : Analyse et comparaison de leurs traductions en français
27.	TUČKOVÁ	Marketa	Le projet d'établissement d'une agence de voyages

Mgr. Šárka Koničková

Odborný jazyk v oblasti marketingu u studentů francouzštiny Univerzity Palackého v Olomouci

Výkonný redaktor: doc. Mgr. Jiří Špička, Ph.D.

Odpovědná redaktorka: Mgr. Jana Kreiselová

Technická redakce: Mgr. Lucie Viktorová

Návrh a grafické zpracování obálky: Iva Perůtková

Publikace ve vydavatelství neprošla redakční technickou a jazykovou úpravou.

Vydala Univerzita Palackého v Olomouci

Křížkovského 8, 771 47 Olomouc

www.vydavatelstvi.upol.cz

www.e-shop.upol.cz

vup@upol.cz

Olomouc 2015

1. vydání

Ediční řada – Monografie

ISBN 978-80-244-4663-9 (online)

Neprodejná publikace

VUP 2015/0321