

Radka HOLANOVÁ
Jana VLČKOVÁ
Univerzita Karlova

DOI: 10.14746/bo.2019.4.8

**Použití uvozovek v současných mediálních textech
(na příkladu slova *vykadit*)**

Keywords: journalistic style, stylistic inappropriateness, quotation marks.

Klíčová slova: publicistický styl, stylistická neadekvátnost, uvozovky.

Abstract

The paper deals with use of quotation marks in journalistic texts on the example of vulgarism *vykadit*. It discusses various potential meanings of quotation marks, reasons of their use and over-use.

V článku autorky popisují užití uvozovek v novinářských textech na příkladu vulgarismu *vykadit*. Autorky projednávají o různých potenciálních významech uvozovek, důvodech jejich použití a nadměrném používání.

V souvislosti s reportáží *Infiltrace: obchod se zdravím*¹ o terapeutickém institutu AKTIP a v něm užívaných metodách se objevilo mnoho reagujících článků. Zaujalo nás, že v podstatné většině z nich figuroval v titulku i/nebo v textu článku vulgarismus *vykadit*, a to většinou v uvozovkách. Užití uvozovek však nebylo konsistentní: lišil se rozsah výrazu v uvozovkách, někde v rámci jednoho textu uvozovky použité byly, a jinde nikoliv. Na základě textů o praktikách zmíněné společnosti se tedy zamyslíme nad jejich funkcí v rámci publicistického stylu.

Podle V. Šmilauera mají uvozovky mezi rozdělovacími znaménky zvláštní postavení:

¹ Reportáž vysílala Česká televize 21.5.2018. Online: <http://www.ceskatelevize.cz:8080/ivysilani/1092813857-infiltrace/417235100061001-obchod-se-zdravim>.

Jejich užití není závazné, takže v mnohých textech je nenajdeme vůbec. Jinde je jejich užití hodně subjektivní. Nutné jsou vlastně jen při citování doslovného znění cizího textu. V jejich užívání vládne nezdědka móda a často se jich užívá zcela nesprávně (cit. dle Minářová, Chloupek, 1983, s. 16).

Příručka ÚJČ (<http://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=uvozovky#bref4>) výslovně uvádí:

[...] vzhledem k tomu, že uvozovky mohou plnit různé funkce a jejich význam nemusí být vždy jednoznačný (např. není zřejmé, zda je výraz ohraničený uvozovkami citace, či ironie), je třeba jejich užití vždy pečlivě zvažovat. Také ve funkci vyznačování částí textu doporučujeme omezit užívání uvozovek, pokud lze část textu, název nebo titul vhodně vyznačit jinak (například kurzivou).

Označení citace (eventuálně, v závislosti na útvaru, přímé řeči) je primární, nejvlastnější funkcí uvozovek. V souvislosti s tématem, jímž se zde zabýváme, můžeme zmínit několik výskytů tohoto typu užití uvozovek. Zdrojová promluva, která je v publicistických textech částečně nebo plně citovaná a jejíž rámování uvozovkami zde pojednáváme, zní:

Je dobrý koupit si takový síto do záchodu, kde to člověk pozoruje, když má nějaký problém. Můj muž, přísahám, vykadil rakovinu.

Tento výrok jedné z konzultantek terapeutického centra nebo jeho část je v článcích reprodukován, mnohdy jako součást titulků či podtitulků. Zjevně je považován za jeden z klíčových okamžiků reportáže, který je podstatný pro celkové vyznění obsahu. Nečekané použití vulgarismu zvyšuje čtenářskou atraktivnost textu, zejména v některých typech médií. Je to výrok, který představuje kondenzovanou absurditu tzv. terapeutických postupů a doporučení zmíněné společnosti.

V našem zamyšlení vycházíme ze dvaceti článků vygenerovaných internetovým prohlížečem při zadání slova AKTIP.² Slovo *vykadit* (jeho různé tvary a slova od něj odvozená) se v nich vyskytlo celkem 39x, 28x bylo uvedeno v uvozovkách, 11x bez uvozovek.

Dostupné jazykové příručky a publikace zabývající se danou problematikou uvádí následující možnosti využití uvozovek, přičemž se zdá, že v případě citovaného výrazu mohou mít uvozovky všechny tyto funkce, případně několik funkcí najednou³:

² Z korpusu jsme vyřadili texty produkované přímo společností AKTIP, jejich propagační materiály. Snažili jsme se o rovnoměrné zastoupení zdrojů bulvárního charakteru a spíše seriózních zdrojů. Texty pocházejí z následujících stránek: www.blesk.cz, www.ihned.cz, www.irozhlas.cz, www.ona.idnes.cz, www.super.cz, www.ceskatelevize.cz, www.vitalia.cz. Generovány byly k datu 3. 9. 2018.

³ Další využití uvozovek podrobněji viz např. Hirschová (2011), Minářová, Chloupek (1983), Junková (2010), Příručka ÚJČ (© 2008–2018) a další. Vybíráme jen funkce pro nás podstatné.

1) Jednou z nejčastějších funkcí uvozovek v našich textech je bezesporu označení doslovného citátu (viz výše). V rámci přímé řeči, kdy byla uvozovkami označena jedna či více vět, se slovo vyskytlo pětkrát. V těchto případech mají autoři snahu zapracovat výrok do textu co neobjektivněji. Citována je buď přímo konzultantka Lenka Krutilová, nebo reportérka Ivana Lokajová.

V jednom případě bylo ovšem slovo navíc samostatně označeno uvozovkami i uprostřed přímé řeči („[...] nabídla, ať si najdu milence, nebo ať podstoupím detoxikaci, po které lze rakovinu doslova ‚vykadit‘. Během třinácti návštěv dvou víkendových školení jsem utratila za toto ‚léčení‘ téměř třicet tisíc“). Autor článku vložil do uvozovek ještě výraz *léčení*. Je tedy patrné, že funkce bude jiná než pouze doslovná citace z popisovaného prostředí terapeutického⁴ centra. Bude přítomna i některá z dalších funkcí, nejpravděpodobněji relativizace, ironizace a odstup od významu citovaného výrazu.

Velice blízko k tomuto běžnému citování jsou případy, kdy je uveden původce prvotního výroku, ovšem z výroku se cituje jen jistý výraz: „Slo o reakci na slova (Lenky Krutilové) o tom, že jde »vykadit« rakovina, změnit si duši a tím i DNA či že díky milenci si žena vyléčila metastáze. / Co říkáte na výroky Mgr. Lenky Krutilové o »vykaděné« rakovině [...]?“ Zde už ale v námi analyzovaných textech vždy nalezneme i nějakou jinou funkci, viz dále.

2) Další funkcí uvozovek je odlišit stylově příznakové výrazy. Uvozovky bývají odrazem autorových schopností hodnotit příslušně vyjádření. V dnešní žurnalistice se mnohdy objevují jevy vymykající se současnému lexiku spisovného jazyka a stylovým normám (Minářová, 2011, s. 236) a uvozovky naznačují, že si autor uvědomuje nespisovnost či expresivitu výrazu, vyjadřuje přesvědčení o jeho nenáležitosti k žurnalistickému stylu a za jeho užití se vlastně omlouvá; přesto považuje za důležité výraz uvést: „Jeho (institutu Aktip) pracovníci například klientům radili, že rakovinu lze »vykadit«, proti čemuž se po zveřejnění snímku ohradila lékařská obec“.

3) Uvozovky mohou produktorovi textu pomoci distancovat se od doslovného významu či signalizovat posunu ve významu. Autor se zbavuje odpovědnosti za obsah citovaného, ať už z formálních či významových důvodů, distancuje se od platnosti či pravdivosti sdělení. V tomto případě je výrazně přítomen aspekt hodnocení. Pisatel buď může naznačovat ironii, případně význam nepopírá, pouze naznačuje, že neplatí v úplnosti, i když tak zřejmě byl jiným produktorem prezentován. V případě námi analyzovaných článků např. produktor vyjadřuje, že zbavit se rakoviny tímto způsobem není možné, alespoň ne takto doslova („Dozvěděla se,

⁴ Po odvislání reportáže společnost na svém facebookovém profilu přestala používat slovo *nemocnice*. Na webových stránkách institutu se objevilo upozornění, že se nejedná o zdravotnické zařízení, a Klímová začala důsledně používat označení poradenská činnost místo terapie.

že je možné rakovinu pomocí speciálního sítky v toaletě »vykadit«⁵. / Rakovinu léčí »káděním« nebo nasazením milence“.). Vlastní, primární význam slova je relativizován, k čemuž dochází i v následné diskusi mezi odborníky a vedoucí centra Aktip. Výraz *vykadit* vedoucí institutu J. Klímová považuje za „nevhodný, naprosto nepřijatelný a proces za nevhodným způsobem zredukován: „Jsou určité detoxikační postupy, na jejichž aplikaci tělo reaguje tak, že je schopno vyloučit toxické tkáně,« sdělila“). Za povšimnutí stojí skutečnost, že v uvozovkách není druhý takzvaně léčebný postup, tedy *nasazení milence*. Lze tedy usuzovat, že autor tohoto publicistického textu nerelativizuje význam a účinnost doporučeného postupu, ale distancuje se od výrazu (viz bod 2).

Ve třech případech z námi shromážděného korpusu textů je výraz v uvozovkách rozšířen a relativizována jsou dvě slova „vykaděná rakovina“, např.: „*Vykaděná rakovina* je naprostá hloupost. příp. »vykadit na záchodě«: [...] Klímová metodu, že rakovinu lze »vykadit na záchodě«, hájí“). Zde je použití uvozovek neadekvátní, protože není jasné, co je autorem relativizováno.

- 4) Jak uvádí Minářová a Chloupek (1983), publicista se hodlá přiblížit i po jazykové stránce tomu prostředí, o kterém referuje, záměrně zachovává přiměřenost výrazu tomuto prostředí. Ovšem v našem případě spíše naznačuje nepřiměřenost výrazu i pro původní prostředí. Autor hodnotí nevhodnost výrazu nejen v publicistickém textu, ale i v původním prostředí takzvaně léčebného zařízení; zesměšňuje, shazuje, hodnotí, vyvolává pomocí něj senzaci. Plní především funkci persvazivní, srov. např. podtitulek *Vykadit' rakovinu? Není potřeba to šířit*⁶, nebo nadužívání výrazu v otázkách reportéra v rámci interview („Čili »vykadit« rakovinu je podle vás běžné? / Takže jestli jsem to správně pochopil, v zájmu našeho bezpečí a klidu informaci, že lze »vykadit rakovinu«, raději tajíte? / Je to tedy podle vás stejné jako s tou »vykaděnou« rakovinou, že ještě nedozrál čas o tom veřejně mluvit?“). Vyuzítí výrazu označeného uvozovkami tak podle nás je i prostředkem celkové bulvarizace textu, a to i bulvarizace seriózního tisku⁷.

Jako méně časté se jeví pokusy o reformulaci: zaznamenali jsme 10 případů, kdy autor pro daný výraz hledal synonymum. Nejčastěji použil slovo *vyloučit*: vyskytla se spojení *samovolně vyloučit, vyloučit (rakovinný nádor/toxické tkáně/rakovinu) do toalety, vyloučit intoxikované tkáně, vyloučit společně/spolu se stolicí*. Dvakrát se objevilo slovo *vykálet*, ovšem zde jeho použití vnímáme poněkud problematičtěji, protože reformulace proběhla v rámci přímé řeči – citace reportérky z dokumentu.

⁵ Stranou ponechme nevhodnost a nepřesnost tohoto vyjádření. Podle pokynů konzultantky síto nepomáhalo rakovinu vyloučit, pouze umožňovalo proces pozorovat.

⁶ Srov. titulek bez užití uvozovek *Vykad' rakovinu! ČT odhaluje praktiky terapeutického zařízení známé lékařky*; kde je pro potřeby persvaze změněn způsob slovesa na imperativ.

⁷ Zatímco celkový počet použití výrazu v bulváru se oproti serióznímu tisku příliš neliší (18 : 21), v poměru slova v uvozovkách a bez nich už jistý rozdíl zaznamenáváme (11x uvozovky, 7x bez uvozovek v bulváru oproti 17x uvozovky, 4x bez uvozovek v seriózním tisku).

V námi analyzovaných textech uvozovky naznačují zřejmě především uvědomělý postoj pisatele ke zvolenému výrazivu, vnímáme je jako výrazný prvek hodnocení, označení stylistické nepatřičnosti. Je patrná velká motivace autora napsat konkrétní slovo, které bylo užito v reportáži, není však zřejmé, zda je to kvůli přesnosti, autentičnosti, objektivitě či naopak kvůli snaze o senzaci a bulvarizaci textu. Reformulace je možná, ale dochází k částečné změně celkového vyznění prezentovaných terapeutických postupů i celého dokumentu.

Je otázka, nakolik autoři citujících publicistických textů užití uvozovky uvědoměle, s rozvahou, zda měli na mysli určitý cíl, a kdy naopak šlo o užití zcela mechanické, automatizované či zcela nahodilé. Jak je patrné a často v jazykových příručkách vyzdvihované, uvozovky jsou samy o sobě velmi užitečným prostředkem, ale neměli bychom jimi plýtvat nad únosnou míru, protože pak ztrácejí svou funkci. Na našem příkladu vidíme, že funkce uvozovek je v současnosti dosti rozostřená, nepřesná. Recipient nemá vždy spolehlivé vodítko, jak text označený uvozovkami interpretovat. Autoři pravděpodobně pocítují potřebu se od užití problematického výraziva distancovat, a to i prostřednictvím uvozovek. Užití uvozovek umožňuje zachování zdrojového výroku i vyjádření odstupu autora citujícího textu. Zároveň je možno vyjádřit obavu, zda v tomto případě četnost uvozovek nesignalizuje mnohdy neschopnost autorů citujících textů nahradit kontroverzní výraz výrazem stylistický adekvátnějším.

Literatura

- Hirschová M., 2011, *Pragmatické motivace v psané podobě češtiny*. „Naše řeč“ 94, č. 4, s. 169–180.
- Internetová jazyková příručka. 2008–2018. Online <http://prirucka.ujc.cas.cz> [cit. 3.12.2018].
- Junková B., 2010, *Jazyková dynamika současné publicistiky*. Praha: ARSCI.
- Minářová E., 2011, *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada.
- Minářová E., Chloupek J., 1983, *Výrazy v publicistickém textu označené uvozovkami*. „Naše řeč“ 66, č. 1, s. 14–22.