Projevy sekundární orality v psaných komunikátech (nejen) na internetu

Martin Janečka

1 Úvod

Tento text by měl být alespoň z části rekapitulováním toho, jak se vyvíjela jednotlivá stádia lidské společnosti podle postupného zlepšování schopností vyměňovat si, zaznamenávat, uchovávat a šířit informace – podle různých systémů komunikace k tomu vyvinutých, a poukázat na to, jak se může „příklon" k některému z těchto vývojových stádií promítnout do debaty o vztahu mluvené a psané formy jazyka. Tuto debatu budu sledovat převážně z perspektivy fonocentristické, jelikož ta – ač jsem si vědom i stanovisek grafocentristů – úzce souvisí s jedním typem grafického fenoménu, který hodlám analyzovat. Ten se sice objevoval již v dobách minulých, v současné vizuální kultuře, podpořené rozvojem internetové komunikace, však dle mého názoru dosáhl nebývalých rozměrů.

2 Cíle

Cílem mého textu je poukázat na aktuální střetávání se dvou kultur (orální a chiro-, resp. typografické) na pozadí kultury třetí (vizuální), resp. na to, jak si současná (vizuální) kultura přizpůsobila k obrazu svému kultury dominující v dřívějších stádiích vývoje lidské společnosti, a také poukázat na to, že ona „vizualita" nemusí být nahlížena jako něco zcela nového, ale také jako do jisté míry modifikovaný, cyklicky se vracející fenomén. Mými dalšími cíly je pak prostřednictvím analýzy internetových (zejména reklamních) komunikátů podpořit již zmíněné fonocentristické stanovisko, které prosazuje prioritu jazyka mluveného na úkor jazyka psaného, a rovněž analyzovat onen současný grafický fenomén pomocí nástrojů sémiotiky.

3 Premisy

3.1 Epochy vývoje lidské komunikace

V následující části se pokusím skrze Onga (2006) a McLuhana (2000) nastínit, jak se vyvíjela lidská komunikace, přičemž je možné diferencovat tři hlavní epochy: orální kulturu, kulturu chiro/typografickou a kulturu vizuální – tedy současnou.

3.1.1 Orální kultura

Podle Onga (2006, s. 86–87) v primárně orální kultuře, kde je slovo „jen" zvukem a neodkazuje k žádnému zrakem vnímatelnému textu, neexistuje ani povědomí o tom, že by se takový text mohl vůbec vyskytovat. Většina rysů orálně založeného myšlení a vyjadřování má pak těsnou spojitost se sjednocující a zároveň zvnitřňující ekonomií zvuku, jenž vnímají lidé. Verbální ekonomie, ve které je dominantní zvuk, je spíše v souladu s tendencí hromadit než s tendencemi analytickými, které věci rozebírají na části a které se objevují se zapsaným slovem, jelikož zrak podle Onga věci „rozpitvává". Orální myšlení je rovněž ve shodě s konzervativním holismem a s myšlením spíše situačním než s myšlením abstraktním.

Tyto faktory se znovu přihlásí o slovo v okamžiku, kdy budu popisovat „proměny" lidského vědomí poté, co písmo a tisk zredukovaly mluvenou řeč a sluch na vizualizované stránky textu (Ong 2006, s. 140). Ještě jeden, na první pohled ne příliš významný, ale z hlediska tohoto textu přeci jen zajímavý bod Ongových (2006, s. 137) postřehů, a to že v dřívějších dobách, kdy si kultura zachovávala orální charakter, lidé lépe chápali sluchem než zrakem dokonce i čísla.

3.1.2 Chirografická a typografická kultura

Ong (2006, s. 137) je toho názoru, že upevnění vizuální podoby slova nezapříčinilo psaní, ale až tisk, a to i navzdory názorům mnoha sémiotických strukturalistů (žel neuvádí kterých). Psaní sice podle Onga (2006, s. 140) umožnilo mluvenému slovu nové uspořádání ve vizuálním prostoru, až tisk pak ale upevnil slovo v prostoru ještě výrazněji, což lze pozorovat z toho, že došlo k rozmachu různých seznamů, zejména abecedních rejstříků, a že se pro konkrétní označení začala používat slova namísto ikonografických znaků. Dále začala být patrná tendence zprostředkovávat informace skrze různé tištěné obrázky a typografický prostor se začal využívat takovým způsobem, aby byl geometricky v souladu s tištěným slovem.

Je to podle Onga (2006, s. 148) tisk, jenž zapříčinil vznik slovníků a výrazně podpořil snahu uzákonit jazykovou „správnost". Je to také tištěný text, a nikoli text psaný, který je považován za nejúplnější, „paradigmatickou" formu textu.

3.1.3 *Vizuální/elektr(on)ická/post-typografická kultura*

„Nově" nastoupivší vizuální kultura s sebou přináší řadu změn, které působí na naši recepci informací, což může mít podle Rylicha (2009) v některých situacích pro člověka i poněkud nepříznivé rezultáty. Nadměrné množství ikon (neboli různých obrazových prvků) na všem možném totiž podle něj snižuje jejich původní unikátní nebo jednoznačný význam, a snahy o maximální zjednodušení znemožňují i poslední možnosti nějakého interpretačního uchopení ikonu.[1] Vše dosud uvedené lze podle Rylicha v konečném důsledku považovat za samotné lidské myšlení degradující, neboť ono myšlení již nebude nadále čelit „pestré paletě" různorodých impulsů, ale recipovat bude jen všudypřítomné a v podstatě sémanticky vyprázdněné ikony, značky a symboly heterogenní povahy, které budou ke svým interpretantům „hovořit" jen nejelementárnějším způsobem.[2] Jako příklad uvádí autor nápis „zákaz kouření" u obrázku s přeškrtnutou cigaretou, já se pokusím později provést analogii ve vztahu ke způsobu zápisu informace pomocí čísel (a písmen).

Ong (2006, s. 154), který tuto epochu nazývá epochou post-typografie nebo také epochou elektroniky, říká, že elektronická transformace jazykového vyjadřování posílila proces přenosu slova do prostoru, který započal procesem psaní a poté zesílil v důsledku kultury typografické, rovněž pak posunula lidské vědomí do nové éry tzv. sekundární orality. Tato nová oralita se podle něj (Ong 2006, s. 155) až nápadně podobá té staré svou mystikou „za účasti všech" tím, že podporuje pocit společenství, soustředí se na současný okamžik a dokonce používá formule. Jde však v zásadě o mnohem záměrnější a vědomější oralitu, která neustále vychází z užívání psaných a tištěných textů, jež jsou nezbytné pro výrobu a fungování daných zařízení a rovněž pro jejich použití, což odkazuje k McLuhanově globální vesnici.

McLuhan (2000, s. 109) tvrdí, že rozšířené smysly, nástroje a technologie byly po věky uzavřenými systémy neschopnými souhry nebo kolektivního uvědomění a právě v elektrickém[3] věku vyvolává koexistence různých technologických nástrojů krizi, která nemá v dějinách lidstva obdoby. Když jsou podle McLuhana slova napsána, stávají se samozřejmou součástí vizuálního světa. Jako mnoho prv-

[1] Rylich zcela neterminologicky přechází od ikonu k symbolu, dokonce užívá spojení „ikonický symbol", což však jeho původní myšlenku nezatemňuje.

[2] Autor však dále neuvádí, jaké elementární způsoby komunikace má konkrétně na mysli.

[3] McLuhanův termín pro vizuální/elektronickou/post-typografickou kulturu.

ků vizuálního světa jsou statická, a jako taková ztrácejí dynamiku, která je obecně tak charakteristická pro sluchový svět, a pro mluvený svět obzvlášť. Ztrácejí velkou část osobního prvku v tom smyslu, že slyšené slovo je nejčastěji zaměřeno na člověka, zatímco viděné slovo většinou nikoli.

Na konkrétních případech nejen z reklamní praxe, ale i z prostředí internetu, se v „praktické" části pokusím ukázat, jak se uživatelé jazyka pokoušejí tuto „ztrácející se dynamiku" psaných komunikátů alespoň částečně nahradit přidáváním nejrůznějších deklinačních segmentů za číselný zápis tak, aby co nejlépe korespondoval s formou mluvenou, a doložit tak reálné projevy tzv. sekundární orality v každodenní komunikaci.

3.2 *Ke vztahu mluveného a psaného jazyka*

V *Kurzu obecné lingvistiky* F. de Saussura se můžeme dočíst, že „[j]azyk a písmo[4] jsou dva odlišné znakové systémy, přičemž druhý existuje výlučně proto, aby reprezentoval první (de Saussure 1989, s. 59)." De Saussure dále uvádí, že jediným zájmem lingvistiky je slovo mluvené – nikoli kombinace slova mluveného a psaného. Jelikož je však psané slovo těsně spojeno s mluveným slovem, připisuje se této reprezentaci zvuku identická důležitost jako tomuto zvuku samotnému, ba dokonce důležitost větší (de Saussure 1989, s. 59). (Nejen) těmito názory se de Saussure řadí mezi zastánce tzv. fonocentrismu, podobně jako např. W. Ong.

De Saussure si pokládá otázku, zda existuje potřeba nahradit běžný pravopis abecedou fonologickou, avšak písmo fonologické[5] hodlá ponechat pouze pro účely lingvistů, jelikož by podle něj „[...] takové písmo [...] ve snaze o přesnost zamlžovalo to, co by mělo osvětlovat, a čtenáře by mátlo (de Saussure 1989, s. 68)."

Existují v zásadě tři hlavní přístupy ke vztahu mluvené a psané formy jazyka: Podle prvního přístupu jsou mluvený a psaný jazyk považovány za rovnocenné realizace jistého abstraktního jazyka (viz např. Solncev 1981, s. 183), druhý přístup pak psaný jazyk nazírá pouze jako (více či méně přesnou) reprezentaci jazyka mluveného (tak jako např. de Saussure). Třetí přístup pak prosazuje jednotnost jazyka mluveného a psaného (viz např. Vachek 1942, s. 257).

Před půl stoletím přišel právě Vachek (1964, s. 125) s funkčním rozlišením mluvené a psané normy jazyka. Vlastností psané normy je mj. to, zda je snadné, popř. nesnadné si tuto psanou normu osvojit (odtud tuto vlastnost možno označit jako osvojitelnost). Psaná norma je podle Vachka snadno osvojitelná, pokud korespondence, které ji spojují s odpovídající mluvenou normou, jsou poměrně

[4] Z této definice je patrné, že protiklad jazyk vs. písmo (u de Saussura) je možno do české strukturalistické terminologie „přeložit" jako protiklad mluveného a psaného jazyka.

[5] Je třeba také mít neustále na paměti, že de Saussure striktně neliší mezi fonetikou a fonologií; z jeho argumentačního postupu vyplývá, že vlastně pojednává o pravopise fonetickém (který by plně odpovídal skutečné výslovnosti) a ne o fonologickém.

jednoduché (jedno-jednoznačné), a je nesnadno osvojitelná, pokud se tyto korespondence stanou příliš složitými.

Požadavek osvojitelnosti, kladený na psanou normu, však někdy může být v rozporu s požadavkem snadné přehlédnutelnosti: jinými slovy, co vyhovuje potřebám čtenáře, může být často pociťováno jako nepohodlné z hlediska pisatele a je zřejmé, že by měla být stanoviska obou uspokojena. Zdá se, podle Vachka, že hlavní příčinou je právě napětí dané rozdílným stanoviskem uvedených dvou skupin jazykových uživatelů. Je proto podle Vachka zřejmé, že každá pravopisná reforma bude muset bedlivě srovnat a zvážit potřeby obou skupin jazykových uživatelů: bude muset vyhovět rozumným požadavkům usilujícím o lepší osvojtelnost psané normy, ale neohrozit přitom jednu ze základních vlastností této normy, totiž její snadnou přehlédnutelnost, tedy „schopnost jasně a rychle mluvit k očím" (Frinta 1909, s. 36). Nabízí se však otázka, jak pojímat situaci v případě, kdy vůbec nedojde k osvojení této „dovednosti", resp. kde se má dovednost nabývat, v jaké fázi vývoje člověka apod.

3.3 Sémiotická povaha číslic (a čísel)

Ong (2006, s. 101) dále tvrdí, že ve zvláštním smyslu jsou interlingvistickými ideogramy (nikoli však piktogramy[6]) také číslice, např. *1*, *2*, *3*. Zastupují totiž stále tentýž pojem, ale nikoli tentýž zvuk, protože jednotlivé jazyky disponují pro číslice *1*, *2*, *3* absolutně odlišnými slovy. A dokonce v rámci slovní zásoby jednoho konkrétného jazyka znaky *1*, *2*, *3* jistým způsobem souvisejí spíše s pojmem než se slovem: slovo pro *1* (*jedna*) a *2* (*dvě*) se vztahují k pojmům *1.* a *2.*, ale nikoli ke slovům *první* a *druhý*.

Číslice lze rovněž považovat za logogramy. Logogramem je možno substituovat celý výraz, pro který lze identifikovat také podobu hláskovou. Pokud jím lze realizovat celý výraz, aniž by jeho konkrétní manifestace zcela souvisela se zvukovou povahou daného výrazu, může být derivován přímo z roviny významu. Logogramu lze užít rovněž jako symbolu. Jde např. o grafémy pro euro nebo paragraf: {€}, {§}. Za výrazy logografické povahy lze tedy rovněž pokládat i numera (grafém {2}: význam „dva", „dvě" apod.)

3.4 Co na to Umberto Eco?

Teoreticky lze sledovaný jev uchopit také např. pomocí Ecovy diference type vs. token: Eco (2009, s. 228) tvrdí, že každá replika je projevem (token) vzhledem k typu. Každá replika se tudíž řídí poměrem typ/projev (type/token-ratio). Eco nastiňuje rozdíl mezi dvěma různými druhy poměru typ/projev: nazývá je ratio

[6] Což však není dále zdůvodněno.

facilis (poměr snadný) a ratio difficilis (poměr nesnadný). Případ ratio facilis existuje podle Eca jen tehdy, když je výrazový projev ve shodě s výrazovým typem, je náležitě registrovaný výrazovým systémem a jako takový předvídatelný daným kódem. Případ ratio difficilis existuje tehdy, když je výrazový projev přesně ve shodě se svým obsahem, ať již proto, že odpovídající výrazový typ až doposud neexistuje, nebo proto, že výrazový typ je identický s obsahovým typem.

Jinými slovy, ratio difficilis existuje tehdy, když se výrazový typ shoduje se sémémem, který přenáší výrazový projev (token). Dá se říci (poněkud zjednodušeně), že v případech ratio difficilis je povaha výrazu motivována povahou obsahu. Daleko obtížnější než izolovat případy ratio facilis je podle Eca (2009, s. 229) izolovat případy ratio difficilis.

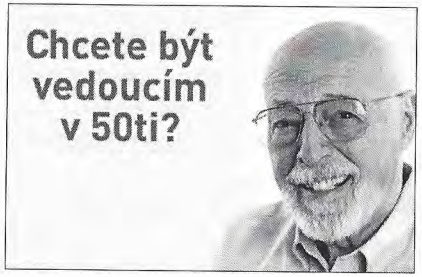
Eco (2009, s. 56) zavádí rovněž tzv. s-kódy, což jsou systémy utvořené z omezeného souboru prvků strukturovaných do opozic a řízených kombinačními pravidly, které mohou generovat jak omezené, tak i neomezené řady či řetězce těchto prvků. Zejména ve společenských vědách jsou takové systémy postulovány proto, aby ukazovaly, jak jeden takový systém může přenášet všechny nebo některé z prvků jiného takového systému (a naopak). Tyto systémy jsou tedy brány v úvahu v procesu signifikace nebo komunikace, pokud tvoří jednu z konkrétních rovin funkce zvané kód.

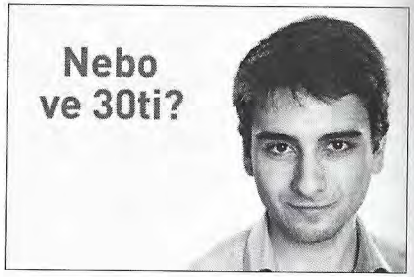
Po konkrétnéch ukázkách zkoumaného grafického fenoménu se v následující části pokusím výše uvedené teoretické úvahy vztáhnout na analyzovaný problém.

4 Reklamní komunikáty a internetová komunikace – empirická pozorování

V této části se pokusím doposud uvedená stanoviska různých badatelů vztáhnout k jednomu (?) aktuálnímu problému každodenní komunikace, a to nejen v oblasti reklamy. Nastíním to, jak je psaný jazyk (nejen) na pozadí vizuálně působících reklamních komunikátů „podřízen" jazyku mluvenému. Vzhledem k určitým technologickým parametrům nových médií, které se dostávají do pozice subjektu (k tomu např. Kořenský 2009), se uzpůsobuje podoba kódu – tzn. např. billboard (reklamní banner) je vizuálně-typografický, ale jeho účelem je „oslovit" konzumenta, tudíž se zde dá kalkulovat i s prvkem orality. Je to tedy médium, kde se dějí proměny – pouhý instrument se totiž mění na subjekt, a to velmi významně, jak uvidíme dále.

Především z prostorových důvodů jsou zde na ukázku (pouze) dva reklamní bannery jedné nejmenované banky:





Samozřejmě své dílčí závěry nečiním na základě dvou reklamních banner-rů, v prostředí internetu je podobných příkladů spousta, stačí jen správně zadat požadavek do libovolného vyhledávače. Do značné míry s tím pak podle mého názoru souvisejí případy následující, ať už např. z facebooku nebo z různých internetových diskusních fór, ale také např. z internetových zpravodajů nebo ze stránek se slevovými nabídkami:

- *musím zas vše dělat znova už asi po 3tí*
- *v ono datum slavi jedna osoba 50-tine aož sem účast přislibil*
- *Stvořil Evu Ale Adama po 1564řech letech Eva omrzela*
- *jenom jsem si vzpomnel na dobu kdy me bylo asi tak 20cet*
- *pitomci co tenhle Web opanovali asi tak pred 2ma lety*
- *Doba přípravy pokrmů se dle náročnosti a množství objednávek pohybuje mezi 20ti až 50ti minutami*
- *18cti LETÁ KRISTÝNKA/18ti letá Kristýnka*
- *45 Kč za 2 šálky pravé horké čokolády – výběr z 5 -ti DRUHŮ!*
- *5ti minutová přesilovka je nevýrazná*
- *6-ti válcový motor nového Fordu Focus)*
- *Novému Jičínu, jako by v poslední 20ti minutovce došly síly*

Některé příklady jsou do jisté míry obhajitelné (např. *2ma*, kde je při deklinaci připojen k základové podobě číslice *2* – rozepsáno *dvě* – pouze segment *ma*), některé však po takovém rozepsání již působí nesmyslně – jako např. výraz *1564řech*.

V našem případě se tedy Ecovy instance ratio difficilis týkají aktivit tvorby kódu – čili procesu rozhodování se, jak (příp. zda vůbec) graficky zaznamenat zvukový obraz příslušného tvaru číslovky tak, aby a) pokud možno co nejvíce korespondoval se svým grafickým znázorněním, b) byl grafický záznam utvořen podle (ortografických) pravidel; jelikož se však ke zkoumanému jevu žádná konkrétní ortografická pravidla nevztahují, otevírají se tak (mnohdy rozmanité) možnosti k naplnění bodu a).

Co se týká výše nastíněného pojetí s-kódů: mějme tedy s-kód (systém) číslic, resp. číslovek a s-kód (systém) fonematicko-grafématický. Jak jsem ukázal

výše, mimo základní tvar (nominativ/akuzativ) neexistuje mezi oběma s-kódy jedno-jednoznačná korespondence, a tak se uživatelé jazyka snaží přidáváním různých (deklinačních) segmentů (na principu aglutinace) onu korespondenci disambiguovat.

5 Závěr

Je to obraz slova (jak o tom píše i Ong 2006), který se nám při jeho vyslovení a/nebo i při jeho pouhém uvažování zobrazuje v mysli, proto je tendence zapisovat slovo tak, jak jej slyšíme, resp. vidíme. (Jistě nejen) proto volí uživatelé takové zápisy (*1564řech / 20cet / 2ma / 50ti* atd.), jaké volí, aby nebyla grafická substance výrazu oproti té zvukové (obrazové) „v nevýhodě".

I když předmětem této úvahy nebyla statistická analýza, mé předběžné výzkumy (na příkladech psaných projevů žáků ZŠ) ukazují, že současná (vizuální) kultura nepovažuje jiné (zejména lokál a instrumentál) než základní tvary (nominativ) číslovek vyjádřené pouhou číslicí/číslicemi za dostatečné, resp. že potřebuje flexí realizovanou (a ve zvukové podobě oporu mající) skutečnost vyjádřit adekvátně také „obrazově", v jazyce psaném. Výraz logografické (resp. ideografické) povahy sestávající pouze z číslic(e) je tedy v takových případech pro vizuální kulturu nedostačující.

Prvky mluveného jazyka jsou obecně charakteristické pro psanou komunikaci v prostředí internetu, jako jsou chaty, diskusní fóra apod. Na mnou uvedených příkladech textů (zejména těch podpořených vizualizací) je však zajímavé to, že většina z nich nevznikla spontánně, resp. nepřipraveně, tedy jako produkt mluveného jazyka – právě naopak. Můžeme se však jen domnívat, zda bylo cílem tento zápis co nejvíce ztotožnit s podobou mluvenou, a tím jej přiblížit adresátovi (příjemci) sdělení, nebo za podobu tohoto zápisu může to, že si produktor (podavatel) dostatečně neosvojil zacházení s psací soustavou češtiny.

Co s tímto jevem z hlediska čistě ortografického, resp. kodifikačního, zůstává zatím pouze v rovině spekulací. Lze mít za pravděpodobné, že jev je již dostatečně uzuální, zda jej však bude možné považovat za noremní, netroufám si odhadovat – uživatelský tlak však podle mého bude silný.

Literatura

ECO, U. (2009). *Teorie sémiotiky.* Praha.

FRINTA, A. (1992). Novočeská výslovnost. In: STARÝ, Z. *Psací soustavy a český pravopis.* Praha.

KOŘENSKÝ, J. (2009). Sémiotika sdělování a její terminologické problémy. In: FORET, M. – LAPČÍK, M. – ORSÁG, P., eds. *Média dnes.* Olomouc, s. 95–100.

McLUHAN, M. (2000). *Člověk, média, elektronická kultura.* Brno.

ONG, W. J. (2006). *Technologizace slova.* Praha.

RYLICH, J. *Ikony a piktogramy v současné vizuální kultuře.* Cit. 2014-03-03. <http://www.media-net.cz/clanky/ikony_a_vizualni_kultura.php>.

de SAUSSURE, F. (1989). *Kurs obecné lingvistiky.* Praha.

SOLNCEV, V. M. (1981). *Systém a struktura v jazyce.* Praha.

VACHEK, J. (1942). Psaný jazyk a pravopis. In: *Čtení o jazyce a poezii.* Praha, s. 229–306.

VACHEK, J. (1964). *K obecným otázkám pravopisu a psané normy jazyka.* Slovo a slovesnost, 25, s. 117–126.

Expressions of secondary orality in written texts (not only) on the internet

I tried to sum up concisely and perhaps sufficiently for the purposes of this text, how the human society was developing in the ability of recording, categorizing, saving and transmitting information in different ages, what influence can history of these processes have on formation and state of the present-day culture. In other words – how the attributes of the primary (oral) culture were transmitted through the chirographic and typographic culture to the contemporary (visual) culture, which is legitimately called the secondary orality. I tried to transpose the theoretic-historical considerations into discussions about the relation between spoken and written forms of language that do not cooperate for various reasons. I came out of Vachek's distinction of written and spoken norm, where the function of the spoken norm is to react dynamically and the written norm reacts statically. I pointed out concrete examples from the language of internet, how these two norms collide.

Mgr. et Mgr. Martin Janečka
Katedra obecné lingvistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Palackého
Křížkovského 10
771 47 Olomouc
martin.jane@centrum.cz

Morfematika mluvené a psané češtiny

Ondřej Bláha

1 Rozdíly mezi mluveným a psaným jazykem jsou evidentní – výrazné disproporce nalézáme především v lexiku a syntaxi mluveného jazyka na straně jedné a psaného na straně druhé a literatura, která se za posledních šedesát let tématu „mluvenosti" a „psanosti" věnovala, je skutečně obsáhlá.[1] Naopak ne zcela dostatečný je podle našeho soudu zřetel k rozdílům mezi mluveným a psaným jazykem tam, kde je objektem lingvistova zájmu něco jiného než samotná „mluvenost" a „psanost" – např. v jazykové typologii.

Charakteristika jazyků, které mají ve své struktuře jako dominantní typologický princip flexi, se už od dob V. Skaličky (2004 [1951], s. 498n) ilustruje příkladem češtiny – češtiny psané. Právě psaná čeština se vyznačuje tím, že velká většina slovních tvarů v textu je ohebných – v našem textovém vzorku, který komentujeme níže a který dobře reprezentuje psanou češtinu,[2] byl podíl ohebných slov na úhrnu všech slovních tvarů 72,8 %. Podíl ohebných tvarů na celkovém počtu slovních tvarů v českém textu mluveném je však podstatně nižší – v našem vzorku to bylo 58,7 %. Zastoupení ohebných slovních tvarů je tu méně výrazné už jen proto, že se v mluvené češtině vyskytuje v průměru asi desetkrát více částic než v češtině psané, a propozice se zde tedy v mnohem větší míře vyjadřují „negramaticky" – nejen za užití částic a různých větných ekvivalentů, ale také paraverbálně (intonací, důrazem, zabarvením hlasu) a neverbálně.

Také další flexivní rys češtiny, definovaný V. Skaličkou (2004 [1951], s. 504) – bohaté využití hypotaxe – se při srovnání psaného a mluveného textu poněkud relativizuje, protože v mluvené češtině je tendence k hypotaxi nižší než v psané. Zde naše předběžná sonda[3] ukázala, že v textu mluveném tvořily věty vedlejší jen 23,99 % všech vět (resp. větných ekvivalentů v textu), zatímco v psaném textu byl podíl vedlejších vět v úhrnu všech vět v textu 30,37 %.

[1] Viz např. Tannen, ed. (1982); Vachek (1989); Čmejrková – Daneš – Havlová, eds. (1994); Müllerová (1994).

[2] Zastoupení ohebných slov v textu jsme počítali z rozšířené podoby textových vzorků (každý ze vzorků měl 3 000 slovních tvarů).

[3] Tyto syntaktické jevy byly zkoumány na ještě dále rozšířených textových vzorcích (každý ze vzorků měl 5 000 slovních tvarů).