# Konceptualizace kulturních a kreativních průmyslů a vývojová dynamika odborné terminologie[1]

Eva Lehečková

**ABSTRACT:**
The paper deals with the development of specialized terminology in the field of cultural and creative industries. The first part, based on the Theory of Language Management and Critical Discourse Analysis, surveys how speakers in the field reflect the terminology and problems imposed by its use. The analysis focuses on a particular controversy in the nature of cultural and creative industries and its implementation in the Czech Republic (Gajdoš, 2010; Cikánek, 2011; Gajdoš, 2011). The second part scrutinizes the key collocation term *kulturní a kreativní průmysly* and its terminological variants. It investigates how the lexical components of the terms are used in Czech, what their common collocations are and what connotations they induce. The study shows how these properties affect the overall process of terminologization.

**KLÍČOVÁ SLOVA / KEY WORDS:**
kulturní a kreativní průmysly, variantnost v terminologii, jazykové korpusy, polemika, narativ, kritická analýza diskurzu
cultural and creative industries, terminological variation, language corpora, polemic, narrative, critical discourse analysis

## 1. ÚVOD

Studie se zabývá analýzou soudobého diskurzu o tzv. kulturních a kreativních průmyslech v České republice. Oblast řízení kultury v současné době prochází proměnou paradigmatu, což lze rozpoznat jak ve vývoji konceptů, tak i ve variabilitě terminologie užívané v tomto oboru. Tento proces s sebou nese polemický střet přístupů, jenž se zhmotňuje jednak ve formě otevřených polemik, jednak implicitněji v podobě rozdílů v užívané terminologii. Tato studie se — po úvodním vymezení předmětné oblasti kulturních a kreativních průmyslů — věnuje oběma aspektům. Podoby konceptualizace kulturních a kreativních průmyslů ukazuje prostřednictvím analýzy polemiky mezi Martinem Cikánkem a Júliem Gajdošem, iniciované publikací M. Cikánka (2009) *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*, jež se vedla na stránkách časopisu pro scénickou tvorbu *Disk* (Gajdoš, 2010; Cikánek, 2011; Gajdoš, 2011). Jednou z významných rovin této diskuse přitom byl explicitní střet konceptů ustavu-

1 Tato studie je přepracovanou a rozšířenou verzí textu Lehečková (2013) a vznikla v rámci výzkumného projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice (NAKI DF11P010VV31).

jících oblast kultury a jejího řízení. Zmíněná polemika je nahlížena zejména prizmatem kritické analýzy diskurzu (viz např. Fairclough, 2003, Wodak — Meyer, 2006), ale čerpám také z komunikačního pojetí polemiky Jiřího Homoláče (1998). Postoje aktérů diskurzu o kulturních a kreativních průmyslech v další části konfrontuji s analýzou vývojové dynamiky označování ústředního pojmu této oblasti, totiž kolokačního termínu *kulturní a kreativní průmysly* a jeho synonym. Tato část se materiálově zakládá jednak na excerpci souboru česky psaných pramenů z oblasti řízení kultury, jednak na korpusové sondě provedené pomocí nástroje SyD (viz Cvrček — Vondřička, 2011), jenž slouží k průzkumu jazykových variant.

## 2. OBLAST KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

V posledním desetiletí[2] se v rámci diskurzu o kultuře v České republice utváří nový typ diskurzu, který k různým oblastem umění a kultury a k dalším styčným oblastem odkazuje jako ke kulturním a kreativním průmyslům (dále KKP). Toto novum v českém diskurzu o kultuře nevzniká izolovaně, ale rozvíjí se paralelně v různých evropských zemích i na úrovni Evropské unie a jejích institucí. Rozšíření slovního spojení KKP (v různých terminologických variantách) a postupné definování a zpřesňování konceptu, jenž se za ním skrývá, tak ukazuje na primární proces určité proměny skutečnosti, již je třeba konceptualizovat a uchopit slovy. Tuto proměnu skutečnosti můžeme stručně charakterizovat jako úsilí vymezit kulturní politiku a popsat roli umění a kultury a přidružených oblastí v hospodářské struktuře jednotlivých států i celé Evropské unie. Jedna z aktuálně hojně citovaných definic kulturních a kreativních průmyslů pochází z roku 2011 a byla zformulována na úrovni Evropské unie pro potřeby zjišťování takzvaného satelitního účtu kultury.[3] Podle této definice do KKP náležejí „takové kulturní oblasti (kulturní dědictví, archivy, knihovny, knihy a tisk, výtvarné umění, jevištní umění, audiovizuální média a multimédia, architektura, reklama, umění a *řemesla), které jsou založené na ekonomické funkci zasahující do tvorby, výroby a* vydávání, šíření a obchodu, ochrany kulturního dědictví, vzdělávání, řízení a regulace“ (cit. podle Krause, 2012a, s. 2). Po konceptuální stránce lze KKP vymezit následujícími rysy:

— Ústředním pojmem sektoru KKP je koncept kreativity, z nějž plynou různé inovace.
— Sektor KKP se tedy zakládá na duševním vlastnictví.
— Systematicky kategorizuje kulturní a kreativní průmysly na různá odvětví (viz dále) a řeší jejich vzájemné vztahy, shody a rozdíly.

2 Volím zde přibližnou dataci stanovenou rokem 2006, kdy byl vydán respektovaný materiál společností KEA Public Affairs pod názvem *The Economy of Culture of Europe*. O historii pojmu pojednává podrobněji Cikánek (2009) či Gajdoš (2011).

3 Satelitní účet kultury představuje ekonomické toky v oblasti kultury a pro Českou republiku jej zpracovává Český statistický úřad, viz <http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/ekonomika_v_kulture20110601> (cit. 15. 11. 2013).

— Vztah mezi komerčními a nekomerčními subjekty v umění, kultuře a přilehlých oblastech modeluje jako kontinuum od oblasti ryzí kreativity (například v jevištních uměních) po aplikaci kreativních výstupů na produkty (například v designu nebo módním návrhářství).
— Zdůrazňuje ekonomický potenciál kulturních a kreativních průmyslů a zabývá se tím, jak jej realizovat na nadnárodní úrovni, úrovních jednotlivých států i regionů.
— Kromě ekonomického potenciálu poukazuje také na rozměr sociální (reflexe národní identity, rozvoj regionů, práce s různými sociálními skupinami apod.).
— Navrhuje konkrétní speciální strategie, jak toho dosáhnout (například mapování KKP, tvorba kreativních klastrů a sítí, zavedení kreativních kreditů).
— Začleňuje KKP do rámce tzv. nové neboli kreativní ekonomiky a osoby aktivně se podílející na rozvoji KKP pojmenovává jako kreativní třídu.
— V podpoře a rozvoji KKP spatřuje budoucnost vyspělého světa, Evropy i České republiky a klíč k jejich konkurenceschopnosti.

Novost tohoto diskurzu, který v této perspektivě a v této míře dosud v diskurzu o umění a kultuře přítomen nebyl, dokládá například porovnání úvodního slova ministrů kultury ve dvou verzích kulturní politiky ČR: Martin Stropnický v roce 1998 ve své předmluvě věnuje ekonomickému přínosu kulturních odvětví a jejich podpoře pouze stručnou poznámku, kdežto Václav Jehlička v roce 2009 na tomto tématu staví celé své úvodní slovo, v němž mimo jiné říká, že „[s]tatistiky v Evropě ukazují, že kultura je sektor, který se velmi výrazně podílí na tvorbě hrubého domácího produktu. Jinými slovy, kultura peníze neutrácí, ale vydělává. […] Chceme, aby v roce 2015 byla kultura chápána ještě více jako odvětví, do kterého je nejen vhodné, ale i výhodné investovat čas, energii a lidský i finanční potenciál“ (*Státní kulturní politika*, 2009, s. 14). V knize M. Cikánka (2009) se v první kapitole věnované předchůdcům soudobého konceptu KKP ukazuje postupný vývoj od proslulé koncepce kulturního průmyslu představitelů frankfurtské školy T. Adorna s M. Horkheimerem (původně 1947, česky 2009) přes kulturní průmysly francouzských sociologů a kreativní klastry po kreativní průmysly, rozvíjené pod označením *creative industries* nejprve primárně v Austrálii a Velké Británii. Autor přitom klade zvláštní důraz na to, že tato vývojová linie není zcela přímá, tj. že soudobý koncept KKP nelze s původním konceptem kulturního průmyslu bez ztráty exaktnosti převádět na společného jmenovatele, a to vzhledem k proměně konceptu samého, proměně společenského prostředí, do nějž oba koncepty vcházejí, i proměně cílů, které si kladou. Jinými slovy pro tuto předmětnou oblast prosazuje pohled analogický s pojetím dějin u S. Toulmina (1972), jež charakterizuje důraz na problematičnost komparace a ztotožňování historicky různě zakotvených teorií a přístupů.

Existují četné klasifikace kulturních a kreativních průmyslů, které vytvářejí extenzi tohoto termínu. Tyto klasifikace částečně variují napříč různými teoretickými přístupy i napříč různými národními klasifikacemi obsaženými v kulturních politikách, avšak pro základní představu lze využít např. následující vymezení (podle studie Žáková — Cikánek, 2012, s. 19):

| **Sektor** | **Oblast** |
|---|---|
| Kulturní sektor | Historické památky<br>Muzea a galerie<br>Knihovny a archivy<br>Scénická umění<br>Výtvarná umění<br>Kulturní a umělecké vzdělávání<br>Řemesla |
| Kulturní průmysly | Film a video<br>Hudba<br>Televize<br>Rozhlas<br>Knihy a tisk<br>Videohry |
| Kreativní průmysly | Architektura<br>Reklama<br>Design |

**TABULKA 1:** Klasifikace kulturních a kreativních průmyslů podle studie Žákové a Cikánka (2012, s. 19).

Pro označení celé oblasti KKP se v různých jazycích používají různá slovní spojení — v některých se základní odborný termín již ustálil, v jiných, zejména slovanských včetně češtiny, dochází k různému stupni variability. Slovní spojení v množném čísle nacházíme v angličtině (*cultural and creative industries*) a francouzštině (*industries créatives et culturelles*), v němčině je obvyklé číslo jednotné (*Kultur- und Kreativwirtschaft*; viz Kraus, 2012b). Ze slovanských jazyků se ve slovenštině poměrně stabilně používá *kultúrny* či *kreatívny priemysel* (patrně zejména díky terminologické jednotnosti slovenských znění evropských a vládních materiálů), ve slovinštině nacházíme plurálovou formu (*kulturne in kreativne industrije*), v polštině existuje v současné době vysoká variabilita (*przemysł(y) kultury, kulturalny/kulturalne, kulturowy/kulturowe, kreatywny/kreatywne*).[4] Termín pro souhrnné označení neboli makrorovinu KKP se v různých jazycích používá buď v jednotném čísle (němčina, slovenština), nebo v množném (angličtina, románské jazyky, slovinština), nebo se dosud nepoužívá jednotně (polština, čeština). Podstatné je, že slovanské jazyky nevolí jednotnou strategii a že existuje variabilita i mezi nimi.

Z výše řečeného plynou následující poznatky relevantní pro popis odborné terminologie KKP:

1. Koncept KKP se nějakým způsobem vztahuje k předcházejícím konceptům v oblasti kultury, které se zabývaly vztahem kultury a ekonomiky. Jedná se tedy o oblast konceptuálně rozrůzněnou a je opakovaně třeba precizovat, o jakém konceptu kdy mluvíme, a exaktně jednotlivé koncepty porovnávat.

4 Složitou situaci s odbornou terminologií této oblasti v polštině dokládá například blogový příspěvek dostupný na webové adrese: <http://pga.blox.pl/2007/05/problemy-z-polska--terminologia.html> (cit. 19. 3. 2013).

2. Přesto, že existují dřívější koncepty, k nimž se KKP vztahuje, mnoha svými rysy reprezentuje koncept svébytný a nový, který v diskurzu o kultuře formuje nový narativ. V diskurzu o kultuře tak nastává proměna paradigmatu (Kuhn, 1997).
3. Posun tak základního aspektu předmětné oblasti, jako je její paradigma, provází nejistota ohledně stability definic základních pojmů — jak po stránce intenzionální, tak extenzionální.
4. Odborná terminologie dané oblasti je tímto děním zasažena. Může vznikat nejistota ohledně přesnosti a budoucí platnosti dosavadní terminologie. Mohou vznikat i nové koncepty, pro něž je třeba nalézt nové termíny — buď rozšířit platnost dosavadních, nebo vytvořit či přijmout z jiného jazyka nové. Důsledkem je po nějaký čas rozkolísanost odborné terminologie.[5]
5. Oblast KKP je hierarchizovaná alespoň do tří rovin (makrorovina KKP, rovina jednotlivých sektorů a rovina jednotlivých odvětví), jež je potřeba pojmenovat.

## 3. KONCEPTUALIZACE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

Jiří Nekvapil (2002, s. 127) ve studii věnované sociolingvistickému přístupu k jazykům pro speciální účely poznamenává, že při studiu vývoje odborné terminologie je obtížné postihnout zejména „jazykové variování uvnitř i vně" těchto speciálních jazykových útvarů i „postupné zobecňování ‚úspěšných' variant". Nosnou metodu pro popis těchto procesů spatřuje v teorii jazykového managementu, jenž tak jako některé jiné soudobé metody operuje na rovině diskurzu a zaměřuje se na to, „jak mluvčí v diskurzu prožívají odchylky od jazykových norem a tím vlastně indikují potenciál jazykové změny" (ibid.). Neustupný (2002, s. 436) přitom rozkládá proces jazykového managementu do pěti fází (odchýlení se od noremního jednání — zaznamenání tohoto jevu mluvčími — hodnocení daného jevu — volba akčního plánu — a jeho realizace) a zdůrazňuje (ibid., s. 437), že až pokud proces dospěje do třetího stadia, „je možné mluvit o existenci problému". Při aplikaci tohoto obecného procesu na diskurz o řízení kultury jsou tedy myslitelné i takové varianty, že zde nenormativní odchylky (například z hlediska odborného diskurzu nežádoucí variabilita, nejednotnost a neustálenost odborné terminologie) nenastávají nebo k nim dochází a mluvčí je nereflektují nebo je reflektují, ale nepovažují tuto skutečnost za problematickou. Pro posouzení, zda v daném diskurzu nastává jedna z těchto možností, nebo zda se zde realizuje možnost, již Neustupný klasifikuje jako „problém" v terminologickém smyslu slova, jsem se rozhodla opřít o polemiku vedenou mezi Martinem Cikánkem a Júliem Gajdošem v letech 2010–2011. Polemika byla iniciována publikací M. Cikánka *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*, v níž se autor věnoval historii, definicím a klasifikaci KKP, ale také úvaze o české terminologii používané v této oblasti. Vlastní polemické texty (Gajdoš, 2010; Cikánek, 2011; Gajdoš, 2011) vyšly v časopise nazvaném *Disk — časopis pro studium scénické tvorby*, odborném periodiku, jež v le-

5 Odborná literatura pojednávající o odborné terminologii a jejím vývoji přitom tyto procesy opakovaně identifikuje a popisuje, viz např. Poštolková et al. (1983) nebo Bozděchová (2009).

tech 2002–2012 vycházelo čtvrtletně péčí Ústavu dramatické a scénické tvorby DAMU. První text je koncipován jako recenze Cikánkovy monografie, ostatní dva jsou navazujícími reakcemi vztahujícími se k některým tématům jak původní monografie, tak Gajdošovy recenze. Tuto polemiku lze přitom v daném diskurzu hodnotit jako významnou, neboť se jedná o jedinou ucelenou diskusi k tématu konceptů a termínů v oblasti KKP, která existuje ve veřejné a psané podobě. Odráží přitom témata a názory prezentované i v rámci různých diskusí na téma kulturních a kreativních průmyslů, jichž se účastnili zástupci uměleckých kruhů a kultury a jež měly buď veřejný, nebo neveřejný charakter. Domněnku, že terminologie KKP je ve své současné podobě mluvčími vnímána jako problematická, potvrzuje již to, kolik prostoru jejímu vyjasňování a diskusi o různých variantách ve svých textech věnují. Některé terminologické varianty (nebo lexikální komponenty synonymních kolokačních termínů) přitom hodnotí jako nenáležité, neadekvátní apod. a tematizují také nejen zmíněnou terminologickou nejednotnost v předmětné oblasti, ale také rozdílné postoje mluvčích k jednotlivým terminologickým variantám. Zmíněná polemika tedy podchycuje komunikační problém vnímaný mluvčími a zaslouží si hlubší průzkum.

Zmíněné texty M. Cikánka a J. Gajdoše systematicky označuji jako polemiku na základě toho, že tato množina naplňuje přinejmenším několik jejích konstitutivních rysů, jež ve svém komunikačním přístupu k polemice jako žánru vymezuje J. Homoláč (1998). Konkrétní příklady k jednotlivým rysům uvádím níže — je přitom vhodné zmínit, že míra zastoupení polemických rysů v textech obou aktérů v průběhu polemiky narůstá.

1. Polemizující projevy mají sebeutvrzovací funkci, neboť polemika coby střet dvou pohledů ohrožuje integritu každého z názorů do polemiky vnesených. Z toho důvodu je polemikám vlastní určitá míra emotivnosti.

Gajdoš (2010 i 2011) k Cikánkovi zaujímá umírněný a shovívavý postoj zkušenějšího kolegy vůči mladšímu, jenž se nechal zlákat k nadšení novou teorií a ne vždy se mu daří domýšlet rizika implementace tohoto přístupu v České republice. Cikánek (2011) jak explicitně v úvodu svého textu („Byť příspěvek Júlia Gajdoše považuji za mimořádně kvalitní, velmi inspirativní, velmi fundovaný, a jako člověk, který se kreativními průmysly dlouhodobě zabývá, jsem za jeho kritické názory nesmírně vděčný“, s. 151), tak strukturou celého příspěvku vzdává hold erudici svého oponenta, za kterýmžto oceněním postupně následují vyvracení jednotlivých oponentových interpretací od „nepřesných“ přes „neúplné“ až po „v ojedinělých případech […] chybné“ (ibid.).

2. Polemika se odehrává před svědky-čtenáři a její persvazivní funkce je významnou měrou namířena právě k nim.

Tento rys lze ve zkoumané polemice doložit mnohými příklady. Instruktivní je v tomto ohledu porovnání názvů klíčových textů, a to Gajdošova (2010) článku *Kreativní průmysly: rozvoj kultury, nebo nová tržní totalita* vs. Cikánkova (2011) *Kreativní průmysly: cesta ze země montoven a překladišť*. Gajdoš již od počátku KKP modeluje jako střet potenciálně pozitivního efektu s potenciálně negativním („pokud je předmětem jejich výzkumu umění a kultura, a nikoliv pouze sociálně-ekonomický potenciál kultury“) a tázací mo-

dalitou ponechává v diskurzu nejistotu, která varianta nastane. V tom spočívá největší a nejdůležitější efekt u čtenáře, tedy vyvolání obezřetnosti a opatrnosti (viz místa, kde Gajdoš o Cikánkovi mluví jako o nadšenci pro KKP a varuje před tímto postojem, např. „[...] právě a jenom kritické myšlení nám nedovolí stát se pouhým fanouškem i sebelepší koncepce"). Gajdoš zároveň demonstruje svou znalost aktuálního obecného postoje ke KKP v uměleckých kruzích (odkud většinou pocházejí čtenáři periodika, v němž polemika vyšla), a tak místy tuto skupinu a sebe konstruuje jako jednu množinu účastníků diskurzu, vůči nimž jsou v opozici stoupenci nového pojetí KKP („Společně s námi by si tyto otázky měli samozřejmě klást i představitelé Institutu umění [...]."). Cikánek naproti tomu KKP modeluje metaforou cesty od aktuálního neutěšeného stavu České republiky coby nechvalně proslulé výrobny součástek ke společnosti se silnou kreativní třídou, jež bude mít silný hlas ve veřejném prostoru a velký vliv na hospodářskou strukturu a ekonomické výsledky své země. Vedle této obecné roviny svou persvazi zakládá na popisu účinnosti KKP v jiných zemí a na popisu projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice, jehož realizaci pojímá jako jediný soustavný výzkum KKP v České republice. Výstupy projektu tudíž budou spolehlivé a relevantní, a tak nejen ony, ale celý koncept KKP jsou spravedlivé a bezpečné.

3. Polemika stojí na manifestaci moci a dominance.

Vzhledem k odbornému tématu, jež je předmětem diskuse, oba autoři manifestují svou moc důrazem na vlastní erudici. Cikánek zdůrazňuje své dlouhodobé studium problematiky kreativních průmyslů, odkazuje na svou monografii *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*, zmiňuje své několikaleté studium v zahraničí a v jeho kontextu vyzdvihuje zejména konkrétní zkušenosti s praktickými aplikacemi konceptu KKP v určitých projektech; Gajdoš se naproti tomu pasuje do role vědecké autority ve smyslu odborníka na základní výzkum dané oblasti („Nemohl bych jinak být členem I. mezinárodní akademické rady pro kreativní výzkum") a svůj rozhled také nepřímo podporuje exemplifikací obecných tvrzení pomocí význačných událostí z dějin umění, kultury a užitého umění.

4. Polemika často obsahuje metatextová vyjádření: ukazuje sama na sebe a obvyklá pravidla polemiky, využívají se citace oponentova textu, interpretuje se oponentův komunikační záměr.

Z tohoto ohledu je pozoruhodný zejména úvod druhého Gajdošova (2011) textu *Od kulturních průmyslů ke ‚kontinuu'*, v němž autor nejprve obecně ocení přínos diskuse („Je to vždy potěšující, jestliže publikovaný článek vyvolá reakci či případnou diskusi, protože jen tak se vytváří prostor k ověřování myšlenek, které si vždy ověřujeme z reakce druhých", s. 161). Za nutný rys konstruktivní kritiky však označí „jistou míru odosobnění a poodstoupení od svého způsobu myšlení [...], a to i ve vztahu k jazyku, který toto myšlení zprostředkovává" (ibid.). Následně vyjádří pochybnost o tom, zda M. Cikánek tuto potřebnou zásadu ve svém textu naplnil („Po přečtení reakce M. Cikánka [...] si nejsem zcela jistý, jestli k tomu v jeho případě skutečně došlo"). Nicméně se rozhoduje být kooperativní a „dovolat se [...] jeho subjektivního pochopení. To mě vede k tomu, abych

kladl otázky v naději, že si je můj oponent bude klást se mnou, a to právě proto, že se situoval do pozice jednoznačného prosazovatele kreativních průmyslů, jejichž nejsem zásadním oponentem, dokonce si ani nepřipadám jako jejich *advocatus diaboli*" (ibid.).

Pro oba autory je přitom typické, že při reinterpretaci oponentových slov obvykle uvádějí přímo jeho slova, a to poměrně často s důrazem na použité lexikální jednotky, nikoliv pouze na jejich nocionální význam — tento fakt je dán tím, že jedna rovina polemiky spočívá v tom, jakým jazykem je vhodné mluvit o umění a kultuře, konkrétně zda lze pro tuto oblast adekvátně použít i jazyk ekonomie.

5. Polemika souvisí s morálkou: za prvé v souvislosti s prvním rysem uvedeným výše. Homoláč (1998, s. 259) však poukazuje s odkazem na Michela Foucaulta na hlubší morální rozměr polemiky, a to když ji nazírá jako parazitní formu dialogu, která se „k [nepolemickému; EL] dialogu jako společnému hledání pravdy vztahuje jako k ideálu" a její aktéři vnímají, že „na začátku i na konci polemiky bude stát *ne(po)rozumění*". Již samo stvoření polemiky je tak morálním proviněním proti ideální formě vzájemné komunikace.

Tento rys je v dané polemice patrný zejména v následujícím paradoxu: Oba autoři již v titulech svých textů krystalicky ukázali, že jejich náhled na KKP, ač je ani jeden z nich neodmítá, je zásadně odlišný — viz dichotomická, ambivalentní konceptualizace u Gajdoše a jednoznačná, konjunkturální u Cikánka. Jestliže se navzdory těmto perspektivám oba hrouží do sebe-vysvětlení, dořečení kontextově relevantních informací, činí tak primárně v zájmu dokreslení svého vlastního světa, svého narativu KKP, do většího detailu, explicitnosti a názornosti, přičemž nestejnost pohledů přetrvává i na konci polemiky.

Uvedené rysy dobře demonstrují, že pro vlastní obsahovou analýzu polemiky lze využít metodu kritické analýzy diskurzu, jež umožňuje systematicky sledovat, jaké diskurzivní strategie volí jednotliví mluvčí při jazykovém ztvárnění určitého výseku reality. Jinými slovy se zkoumá to, jakými jazykovými prostředky mluvčí v daném diskurzu konstruují koherentní narativ, jaké komunikační strategie používají, jaké aktéry do narativu zahrnují, jaké statické a dynamické vlastnosti jim přisuzují, o jaké argumenty se opírají a zda pro jazykové uchopení myšlenkových obsahů využívají nějaké zjemňující, nebo naopak hyperbolizující konstrukce, popřípadě metaforická vyjádření. Tyto sledované rysy odpovídají pěti hlavním makrostrategiím, jež jsou podle diskurzně-historického přístupu (discourse-historical approach, DHA, viz Reisigl — Wodak, 2006) k analýze diskurzu obecnými lingvistickými strategiemi uplatňovanými ve většině textů persvazivního charakteru.

Narativy obou účastníků polemiky zobrazuji schematicky v podobě myšlenkových map.[6] Mapy zachycují základní strukturu argumentace obou narativů, klíčové koncepty, jim přisuzované vlastnosti a predikace, popis toho, jak dané narativy konstruují

6 Myšlenkové nebo mentální mapy představují techniku grafického uspořádání a prezentace souvisejících pojmů a idejí, viz základní publikaci T. a B. Buzanových (2012). Myšlenkové mapy jsem vytvořila v softwarovém nástroji XMind: <http://www.xmind.net/> (cit. 15. 11. 2013).

hlavní aktéry diskurzu, jejich recepci minulosti i pohled do budoucnosti předmětné oblasti, jejich preference v oblasti terminologie i hlavní argumenty, na nichž volbu zakládají. Problematiku konstrukce a reprezentace vzájemného vztahu polemizujících autorů ponechávám stranou, neboť o tomto bylo v míře pro tento text dostatečné pojednáno výše v rámci přehledu distinktivních rysů přítomných ve zkoumané polemice. Místa (ve smyslu topoi užívaných v DHA), na něž autoři ve svých textech kladou největší důraz a jež jsou i klíčovými rozdíly mezi jejich pojetími, jsou zvýrazněna tučně.

Makrokonstruktem Gajdošova textu je disjunkce mezi náhledem na KKP jako na koncept rozvíjející umění a kulturu, nebo jako na nositele nové tržní reality. Ekonomické rovině přitom věnuje výraznější pozornost. Tento pohled je založen na tom, že umění a kultura jsou nově nazírány pohledem ekonomů. Možnou příčinu vidí Gajdoš v tom, že současnou ekonomickou krizí se vyčerpaly jiné zdroje zisků, a tak je nyní na řadě oblast umění a kultury, aby byla *vytěžena*. Tato metafora vyjadřuje jeho hlavní obavu prolínající oběma texty. Precedens vidí v již uskutečněném ovládnutí médií i v jiných dílčích událostech (např. v institucionalizaci a komercionalizaci spontánních občanských kulturních aktivit). Ekonomický pohled přitom hodnotí expresivními formulacemi typu *drancování málem při každé příležitosti* či *sebescénování neoliberální ekonomiky*. Výsledkem tohoto procesu podle Gajdoše může být komodizace umění a kultury, a tedy jejich odduchovnění. Nahrávají tomu dva další aspekty: jednak zásadně nekoncepční kulturní politika, jež už přivedla některé oblasti umění a kultury do stavu boje o *holé přežití*, jednak fakt, že KKP byly stvořeny v jiném prostředí a pro jiné prostředí, v němž vždy hrál podstatnou roli zábavní průmysl, zatímco „kultura v německy mluvících zemích s jejich vlivem na střední a východní Evropu [...] považovala se vždycky za jistý druh duchovní instituce". Kromě aktuální neutěšené situace v České republice a odkazu na duchovní tradici českého umění a kultury autor argumentuje specifičností uměleckého díla jako z principu neměřitelné komodity. Jak hodnota díla, tak hodnota individuální lidské kreativity je pro individuální charakter neměřitelná a neprediktabilní: „[...] při dostatečné dávce skromnosti je potřeba přiznat, že není snadné mu [tj. požadavku kreativity; EL] dostát. Tvořivost souvisí s okamžiky, které se možná dostaví, možná ne, ale také mohou zmizet zrovna tak rychle, jak se objeví" (Gajdoš, 2010, s. 14). Přijetím KKP hrozí *podvázání tvořivosti, svobody tvorby i autonomnosti umění ekonomickými parametry*. Gajdoš ve svých textech tedy připouští, že koncept KKP má svá pozitiva, ale v úvahách o jeho uvedení do českého prostředí je jeho hlavním postojem silná obezřetnost. Pokud jde o terminologii předmětné oblasti, ústředním tvrzením je, že *zvolený jazyk je klíčem k porozumění*. Na základě toho Gajdoš kalkové překlady termínů hodnotí jako mechanické a otrocké, paradoxně nekreativní, vnucující umění a kultuře ekonomizující slovní zásobu (*komodity*, *kulturní kapitál* apod.). Snaží se oponovat tomuto procesu poukazem na jiné zdroje inspirace v podobě nizozemské výzkumné skupiny s odlišnou terminologií (vynalézavost, odvětví). U konkrétních lexikálních jednotek *kreativní* a *průmysly* akcentuje (kromě výše řečeného) v prvním případě ideologičnost používaného výrazu (s odkazem na reklamní průmysl), u druhého odlišný, obecnější význam slova v angličtině nebo francouzštině a naproti tomu negativní konotaci v češtině při upomenutí na těžký průmysl, zejména povinné výrobní normy a vysokou hodnotu, jež byla tomuto odvětví lidské činnosti v českém komunistickém režimu přisuzována.

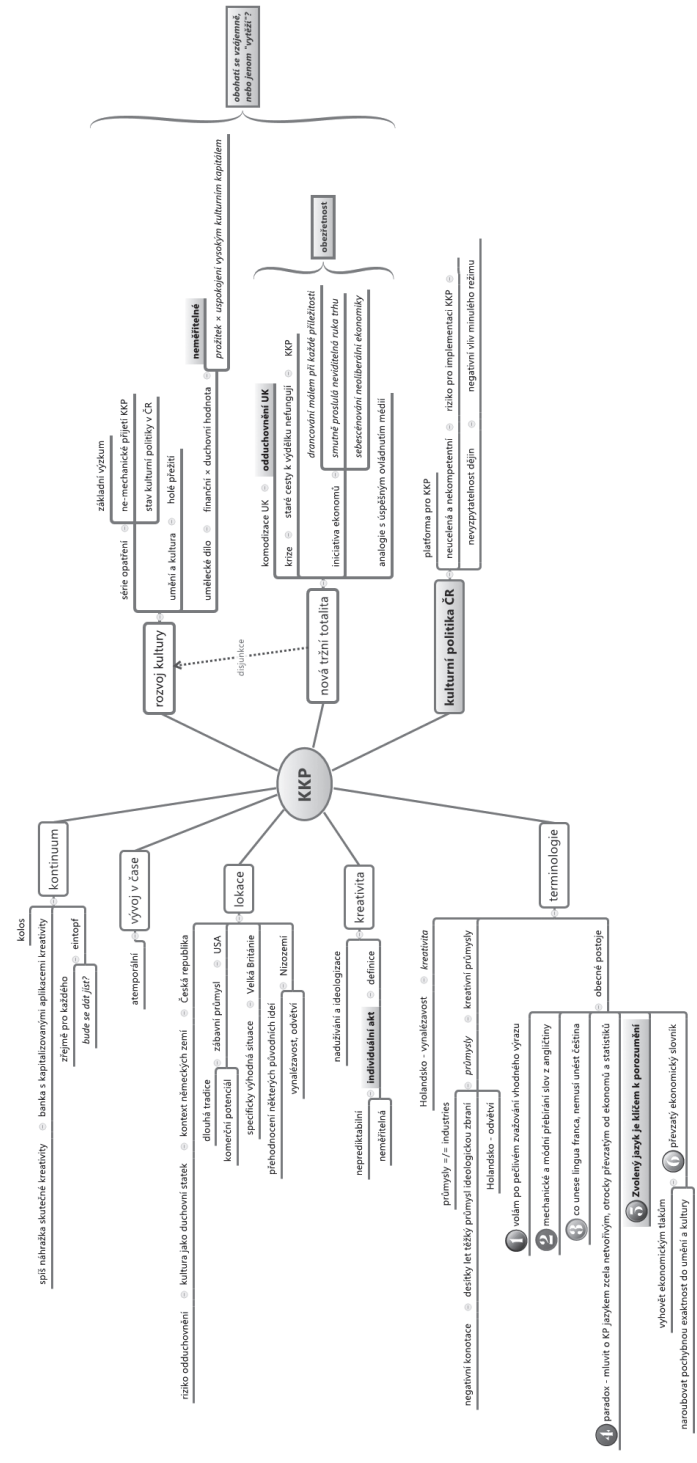



**SCHÉMA 1:** Myšlenková mapa zachycující ústřední aspekty narativu J. Gajdoše o kulturních a kreativních průmyslech (na základě textů Gajdoš, 2010; 2011).

Cikánek se mnohem více než Gajdoš věnuje charakteristice KKP a jejich implementaci v České republice. Podává určitou predikci vývoje tohoto procesu. Přináší charakteristiku KKP jako přístupu modelujícího kontinuum kulturních a uměleckých činností a důrazně trvá na tom, že je nutné odlišovat KKP jako přístup a konkrétní kulturní politiku určité země. Coby stoupenec KKP připouští rizika implementace v českém prostředí, ale v tom případě je odmítá interpretovat jako problém konceptu KKP, ale právě jako problém nenáležitého pochopení a nevhodné aplikace — vypočítává proto, za jakých předpokladů je možné KKP v České republice zavést s úspěchem (viz například body *je třeba* v myšlenkové mapě). Na rozdíl od Gajdoše trvá Cikánek na tom, aby se posouzení KKP zakládalo výhradně na aktuální podobě tohoto konceptu — žádá tedy opuštění postojů frankfurtské školy i autorů z neoliberální Británie 80. let 20. století. Tento akcent dává jeho narativu výraznější časovou perspektivu, zatímco Gajdoš cituje názory různých badatelů v oblasti KKP bez specifického ohledu na socio-historické zakotvení jejich teorií. Tato časová perspektiva umožňuje Cikánkovi oponovat Gajdošovým metaforám o drancujícím požadavku zisku a tvrdit, že v dnešní době již KKP nemají primárně vytěžit kreativitu, nýbrž podpořit rovnoměrně tři hodnoty umění — imanentní, sociální a ekonomickou — institucionalizací kreativní ekologie neboli vztahů a procesů v oblasti kulturního a uměleckého kontinua, jež se obvykle modeluje jako schéma dostředných kruhů jdoucí od nekomerčního, experimentálního umění přes umění s komerčním potenciálem po umění ryze komerční, masové a užitné umění a průmysly typu módního průmyslu, architektury a designu. KKP jsou tedy Cikánkovi budoucí (a jedinou možnou) cestou ze země montoven a překladišť. Gajdoš (2011) však toto kontinuum představené Cikánkem nahlíží metaforicky jako *eintopf, určený zřejmě každému* a uzavírá svůj druhý text zpochybňující otázkou: „Bude se […] ještě dát jíst?“ Pokud jde o terminologii, Cikánek (2011) s odkazem na první vydání své monografie (2009) stručně konstatuje, že *kreativní průmysly* jsou i nadále jím preferovaná varianta. V publikaci z roku 2009 přitom v předmluvě za hlavní přednosti označil souvislost s originálním zněním bez zatížení konotacemi jen částečně synonymních českých termínů, což činí odbornou komunikaci efektivnější. Důvod, proč se v textu z roku 2011 terminologii nevěnuje podrobně, je, že odkazuje jednak na zpracovávanou lingvistickou studii (viz Lehečková, 2013) a na očekávanou veřejnou diskusi o terminologii. Tyto procesy by podle Cikánka měly vést k vyjasnění a ustálení terminologie předmětné oblasti. V textu z roku 2011 přitom jako hlavní bod tohoto tématu, a to na základě dosavadních diskusí, zmiňuje názor, že spíše než o rozhodnutí, zda se bude používat ten a ten výraz v určitém tvaru, je klíčové vyjasnit koncepty-pojmy, k nimž mají termíny odkazovat. V té souvislosti akcentuje nutnost upřesnit vymezení KKP a avizuje návrh oficiální definice KKP vzešlé z týmu okolo mapovacího projektu — tato aktivita je přitom Gajdošem nazřena jako nepotřebná, neboť existuje intuitivní porozumění obsahu daného pojmu. Zde se ukazuje zřetelný rozdíl mezi narativy obou autorů: zatímco Cikánek v souladu s evropským diskurzem o KKP, v jehož rámci se na úrovni jednotlivých zemí či celé Evropské unie projevuje snaha o jednoznačné a ideálně i jednotné pojetí tohoto konceptu a jeho složek, takže ve svých textech na materiály Evropské unie a evropský kontext pravidelně odkazuje, Gajdoš tuto institucionální rovinu KKP pomíjí, takže Evropská unie v jeho myšlenkové mapě není zastoupena.

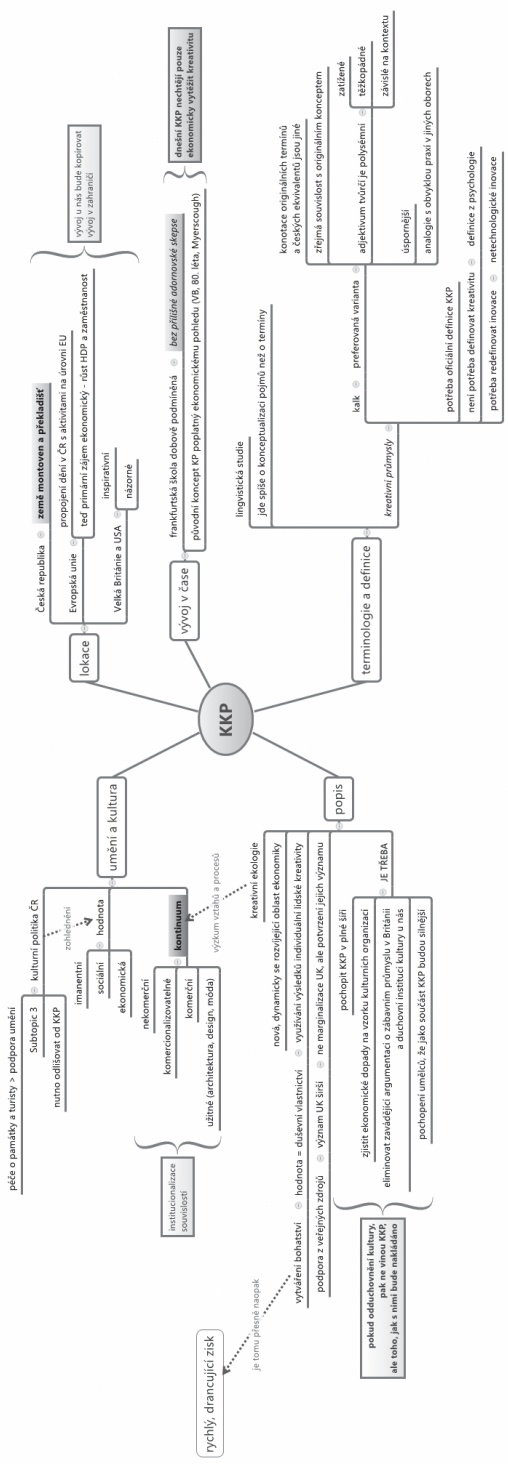



**SCHÉMA 2:** Myšlenková mapa zachycující ústřední aspekty narativu M. Cikánka o kulturních a kreativních průmyslech (na základě textů Cikánek, 2009; 2011).

## 4. KORPUSOVÁ SONDA

Pro následující analýzu ústředního konceptu KKP jsem nejprve identifikovala všechny varianty termínu v odborných pramenech (viz seznam pramenů níže) a zkoumala jejich obvyklé používání v těchto textech. Varianty přitom v souladu s Kocourkovým vymezením (1965, s. 216) chápu jako synonymní termíny tvořící jednu synonymickou řadu, neboť jsou formálně rozdílné, označují však stejný signifikát-pojem a jsou schopné plnit stejnou syntaktickou funkci. Poté jsem provedla korpusovou sondu do užívání vybraných konkurenčních lexikálních komponentů těchto terminologických variant, a to na materiále psaného korpusu SYN2010 a s využitím nástroje pro porovnávání variant SyD.[7] U zkoumaných lexémů jsem se zaměřila zejména na jejich kolokace, zastoupení v žánrech a proměnu výskytu v čase.

### 4.1 POUŽITÍ TERMÍNU A JEHO VARIANT V PRAMENECH

V odborných pramenech najdeme následující varianty zkoumaného termínu: *kulturní průmysl*, *kulturní průmysly*, *kulturní odvětví* (v jednotném i množném čísle), *kulturní a kreativní odvětví*, *kreativní průmysl*, *kreativní průmysly*, *kulturní a kreativní průmysly*, *tvůrčí odvětví*, *kulturní a tvůrčí odvětví*, *kulturní a kreativní sektor*, *sektor kultury*. Uplatnění těchto termínů v konkrétních textech výběrově dokládají následující příklady:

(1) „[P]ro plnění úkolu uvedeného v č. 8, jakož i pro vytváření příznivých finančních a legislativních podmínek pro rozvoj kultury, jsou nezbytné informace, a to nejen statistické údaje o využívání kulturních zařízení občany a nákladech státního rozpočtu na kulturu, ale též statistiky o ekonomických přínosech jednotlivých odvětví tzv. *kulturního průmyslu*“ (Hlavní linie kulturní politiky, 1998, s. 11).
(2) *Kulturní a tvůrčí odvětví* dosáhlo v roce 2003 obratu přesahujícího 654 mld. eur (Státní kulturní politika ČR 2009–2014, s. 42).
(3) *Kulturní a kreativní sektor* trpí stereotypy, je-li nahlížena jeho ekonomická výkonnost (Ekonomika kultury v Evropě, 2006).
(4) Na cestě ke kreativnímu hospodářství: pozitivní vedlejší účinky *kulturních a tvůrčích odvětví* (Zelená kniha, 2010, s. 18).
(5) V případě začlenění *kreativních průmyslů* do vládní agendy Velké Británie se jednalo z velké části o brandingové cvičení, protože tzv. nová (kreativní, znalostní) ekonomika běžela již v té době ve Spojeném království na plné obrátky […] (Cikánek, 2009, s. 48).
(6) V poslední části je poměrně podrobná pozornost věnována analýze aktuální situace *kulturních a kreativních průmyslů* v České republice, a to zejména *odvětvím*: architektura, design, knihy […] (Žáková — Cikánek, 2012, s. 6).
(7) Definice *kulturních a kreativních odvětví* vzešlá z této konference byla téměř kompletně převzata Švýcarskem (Kraus, 2012b, s. 2).
(8) Zde již je rozlišováno mezi *kulturním a kreativním průmyslem*. Výhodou tohoto dělení je, že rozdělení do statisticky definovaných oblastí umožňuje odpovída-

7 Viz <http://syd.korpus.cz/> (cit. 10. 3. 2013).

jící srovnání *kreativních průmyslů* na evropské úrovni. Všechny politiky pro podporu *kulturního a kreativního sektoru* německy mluvících zemí, tedy Rakouska, Německa a Švýcarska, vycházejí z poslední jmenované studie (Kraus, 2012b, s. 1).

(9) [...] proč si u nás ekonomové a tvůrci kulturní politiky zatím nevšimli, že *kulturní průmysly* stojí za jejich pozornost (Gajdoš, 2011, s. 162).

První dva doklady pocházejí z oficiálních materiálů ministerstva kultury. Lze na nich dobře doložit postupné pronikání konceptu KKP do českého prostředí a proměnu jeho terminologie. Ve státní kulturní politice z roku 1998 nacházíme termín *kulturní průmysl*, který je v současné době v této podobě (slovo *průmysl* v jednotném čísle a rozvité pouze přívlastkem *kulturní*) v menšině (de facto jej najdeme jen tam, kde se odkazuje k myšlenkám T. Adorna a M. Horkheimera). Druhý ministerský materiál jako jediný v našem výběru používá spojení *kulturní a tvůrčí odvětví* v jednotném čísle, takže navzdory dvěma přívlastkům *kulturní* a *tvůrčí* danou oblast zobrazuje z jazykového hlediska jako homogenní sektor, třebaže vlastní materiál, v němž je toto spojení v jednotném čísle používáno, obsahuje klasifikaci KKP do jednotlivých oblastí, a tedy přiznává tomuto sektoru vnitřní rozrůzněnost.

Třetí a čtvrtý doklad reprezentují překladové texty věnované problematice KKP, jež jsou v korpusu pramenů vzhledem k pronikání konceptu KKP do České republiky ze zahraničí a z Evropské unie početné. Zde je podstatné za prvé to, že se v daném diskurzu používá běžně i substantivum *sektor*, a to v jednotném čísle. Příklad (4) dále ukazuje, že občas snaha převést co nejvíce cizích slov do domácích termínů může narušit některé myšlenkové vztahy obsažené v textu původním (viz též Poštolková, 1984). Původní znění v angličtině totiž vypadá takto: „Towards a creative economy: the spillovers of the CCIs." V originále tak zůstává pevná vazba mezi oblastí KKP (v originále *CCIs*) a konceptem kreativní ekonomiky. V českém překladu může mít čtenář buď nepříliš orientovaný v dané předmětné oblasti, nebo zvyklý na variantu termínů kreativní ekonomika a kreativní průmysly či odvětví ztížené porozumění danému tvrzení. Klíčové zde přitom je, že čtenář nemusí neporozumět, ale porozumění danému tvrzení po něm může vyžadovat značné kognitivní úsilí, které by se zmenšilo, pokud by byla při prvním přečtení patrná souvislost mezi termíny a koncepty v daném sdělení obsaženými. Vzhledem k tomu, že co nejmenší kognitivní úsilí na straně vnímatele textu bývá označováno jako podstatné desideratum (nejen odborné) komunikace (pro oblast odborné zásoby viz např. Čmejrková et al., 2002), lze jej využít jako kritérium při posuzování odborné terminologie. Používá-li mluvčí terminologickou soustavu konzistentní z jazykového hlediska, je koherence promluvy vyšší, a tedy úsilí na straně recipienta menší než v opačném případě. Z tohoto hlediska není příklad (4) ideálním řešením. O až absolutní konzistentnost z hlediska terminologie se naproti tomu snaží M. Cikánek v práci z roku 2009 (viz příklad (5)) — autor jednotně používá nejen termín *kreativní průmysly*, ale důsledně mluví o *kreativitě*, nikoliv *tvořivosti* a věcem vždy přisuzuje aspekt *kreativní*, nikoliv *tvůrčí*. Vyvstává tak otázka, zda podobná důsledná výrazová konzistentnost ve všech kontextech je ideálním cílovým stavem. V zajímavém kontrastu k Cikánkovu pojetí jsou příklady (6)–(8), jež dokládají variabilitu termínu v rámci jednoho textu. Zejména příklad (8) může při takto relativně vysoké terminologické variantnosti vyvolávat u čtenáře nejistotu, zda se ve

všech třech případech odkazuje ke stejnému konceptu, nebo zda chtěl autor touto variabilitou naznačit nějaký dílčí významový rozdíl. Výsledkem je opět zvýšené kognitivní úsilí na straně adresáta sdělení, popř. neporozumění. Z těchto několika dokladů plyne otázka, jak tedy přistupovat ke (kon)textové variabilitě terminologie. Kocourek (1965, s. 211n) mluví o kontextové synonymii, v jejímž duchu na terminologické jednotky lze odkazovat i jednotkami, které pro daný význam v oboru nebyly vyčleněny, a to jednotkami synsémantickými (odkazování např. pomocí zájmen) i autosémantickými, obvykle s obecnějším významem, jaký má daný specifický termín. Tato (kon)textová variabilita a synonymie napomáhá stylistické vytříbenosti a ekonomičnosti textu, a může tedy vstupovat i do komunikační konkurence s jednoznačným, ale mnohde redundantním plným zněním termínu. Příklady (5) na jedné straně a (6)–(8) na druhé straně dokládají, že v předmětné oblasti mluvčí pociťovanou aktuální nestabilitu souboru terminologického aparátu komunikačně zohledňují různými strategiemi: od pokusu o rigidní užívání zvolené soustavy po integraci všech synonymických variant v rámci jednoho textu. Jako přijatelnou (kon)textovou variabilitu je přitom možné hodnotit například využití hyperonymních výrazů pro odkazování na prvotní plné znění termínu (viz příklad (6)) v porovnání s nežádoucí vlastní terminologickou variabilitou manifestovanou v jednom textu (příklad (8)).

Příklady (8) a (9) také ukazují, že někteří autoři používají i jednodušší podobu termínu, a to pouze s jedním adjektivem, přičemž se vyskytuje jak pouze adjektivum *kreativní*, tak *kulturní*. Domnívám se, že je to umožněno těsným sémantickým vztahem obou adjektiv *kulturní* a *kreativní*. V neterminologickém pojetí je zřejmé, že kulturní statky jakéhokoliv druhu se zakládají na tvořivosti, takže co je kulturní, by mělo být i kreativní; a naopak významným (a pro mnohé nejvýznamnějším) působištěm kreativity je oblast kultury, takže co je kreativní, je kulturní. Odtud může pramenit preference různých mluvčích buď pouze pro první, nebo pro druhý přívlastek v termínu, podle toho, na co chce mluvčí klást důraz. Vedle toho je třetí řešení se dvěma přívlastky, které akcentuje rozdílné rysy mezi kulturními a kreativními odvětvími KKP, tak jak jsou zmiňovány v odborných textech. V textových pramenech v současné době začíná převažovat třetí řešení se dvěma koordinovanými adjektivy, avšak variabilita terminologie je v tomto ohledu dosud velmi vysoká.

## 4.2 KONTRASTIVNÍ ANALÝZA JEDNOTLIVÝCH SLOV

Následující korpusová sonda nezkoumá vybrané lexikální komponenty synonymních kolokačních termínů z oblasti řízení kultury a umění pouze v odborných textech, tj. jako odborné termíny, ale zabývá se širší perspektivou jejich fungování v psaném jazyce. Odborná slovní zásoba se sice může vyvíjet procesy odlišnými od běžné slovní zásoby, avšak domnívám se, že postup zvolený pro tuto analýzu je legitimní z toho důvodu, že předmětem zkoumání je dosud nestabilizovaná terminologie. Bližší pohled na diskusi o odborné terminologii a konceptualizaci základních pojmů představený ve třetí části této studie ukázal, že i konotační složka obvyklého, neodborného užívání daných lexikálních jednotek může ovlivnit proces jejich terminologizace. Tento pohled je v souladu s přístupem kognitivní lingvistiky, jejíž teorii uplatněnou na odbornou oblast slovní zásoby v čekém prostředí představuje Bozděchová (2010).

### 4.2.1 PRŮMYSL VS. ODVĚTVÍ VS. SEKTOR

V pramenech textů ke KKP se slovo *průmysly* vyskytuje v množném čísle pod vlivem originálního anglického znění *industries*. Slovo *průmysl* se však v korpusu SYN2010 vyskytuje takřka výhradně v jednotném čísle. Na více než sto milionů dokladů připadají pouhé dva výskyty tohoto slova v množném čísle, a jejich relevantnost lze navíc zpochybnit:

(10) Od demonstrace si slibovala, že se problémy pěti tisíců zaměstnanců sklářského a keramického průmyslů začne zabývat vláda (Mladá fronta DNES, 24. 10. 2008).
(11) Děkuji Barbaře Wittové, šéfové ve Fulghumových těžkých průmyslech, která od začátku do konce odváděla veškerou práci spojenou s organizováním rukopisu (překlad knihy R. Fulghuma *Opravdová láska*)

První příklad obsahuje nestandardní „neshodu" v čísle, které se někdy užívá pouze u antepozice substantiva před adjektivy (například *literatury česká a francouzská*). Druhý doklad pochází z překladové literatury, kde může dojít k interferenci z výchozího jazyka (zde angličtiny) do cílového jazyka (češtiny). Srovnání dokladu s originálním zněním („To Barbara Witt, chief of staff of Fulghum Heavy Industries, who did the hard work of managing the manuscript from start to finish."[8]) vliv původního textu potvrzuje.[9] Rozhodně tedy nelze tvrdit, že by se tvar *průmysly* v češtině používal. Na druhou stranu je vhodné vzít v úvahu, že korpus SYN2010 neobsahuje ani jednou ani jeden ze základních termínů KKP. To znamená, že v korpusu nejsou obsaženy žádné texty, které by pojednávaly o předmětné oblasti řízení kultury, což relativizuje i zjištění o nepřítomnosti tvaru *průmysl* v plurálu. Platné zobecnění tedy může znít, že u pojmenování průmyslových odvětví, která jsou doložena v korpusu SYN2010, se nepoužívá výraz *průmysl* v množném čísle. Jakékoliv použití tohoto výrazu v množném čísle v češtině se pak vzhledem k tomuto současnému úzu bude jevit jako aktualizační. Zajímavé je, že v pramenech ke KKP analyzovaných výše se slovo *průmysly* v množném čísle vyskytuje obvykle pouze v rámci plného znění termínu, ať už jím je podoba *kulturní průmysly*, *kreativní průmysly* nebo *kulturní a kreativní průmysly*. Při dalším odkazování na tento termín-koncept se používá spíše slovo *odvětví*, eventuálně *sektor*. V pramenech tedy nenacházíme výpovědi typu *Tyto průmysly vykázaly v loňském roce výrazné hospodářské výsledky*. To lze interpretovat tak, že i ti mluvčí, kteří v plném znění termínu používají plurálový tvar *průmysly*, pociťují jeho nezačleněnost do českého gramatického systému, a tak v dalším odkazování volí výrazy jiné, již adaptované.

Slovo průmysl se ve *Slovníku spisovného jazyka českého* (SSJČ) definuje jako ‚odvětví národního hospodářství'. *Odvětví* má pak definici obecnější — ‚obor činnosti, působnosti'. Lze nalézt i spojení typu *hlavní odvětví*, *odvětví literární tvorby* apod., která nemusejí mít nic společného s průmyslem. Z toho plyne, že slovo *odvětví* má obecnější uplatnění a jedním z typů odvětví je odvětví průmyslové. *Průmysl* je slovo specifičtější. To ukazuje

8 Zdroj k nalezení například zde: <http://www.amazon.com/True-Love-Robert-Fulghum/dp/0061096164> (cit. 12. 3. 2013).

9 Tento dojem zesilují i další problematická místa tohoto překladu, například použití v češtině neobvyklého spojení „organizování rukopisu".

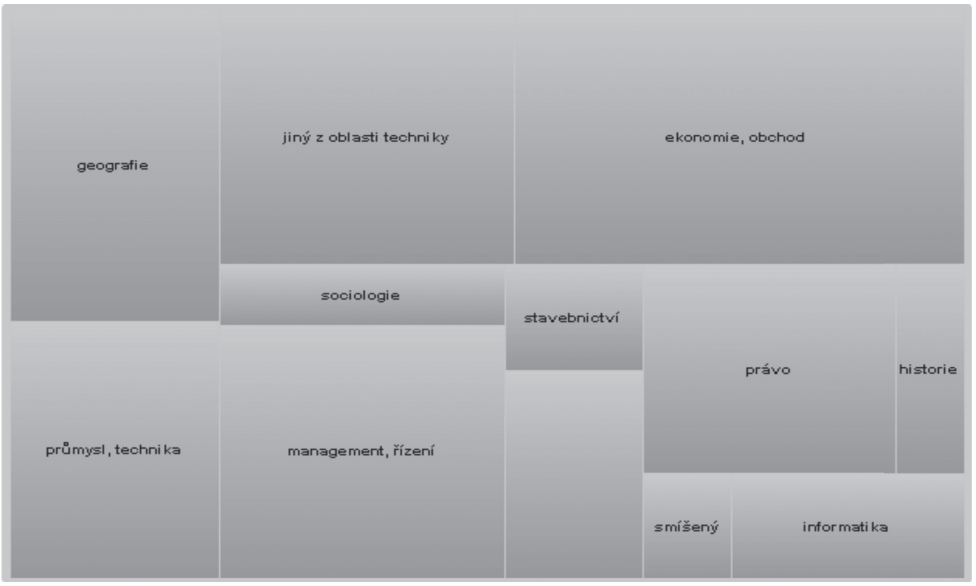
**GRAF 1:** Rozložení slova *průmysl* (= varianta 1) v jednotlivých žánrech textů (podle SyD).

i porovnání obou slov z hlediska rozložení podle žánrů v následujících dvou grafech získaných pomocí nástroje SyD.[10] Grafy 1 a 2 zobrazují rozložení na základě relativní frekvence (v jednotkách ppm = počet výskytů na milion slov) v jednotlivých žánrech textů.

Grafy ukazují větší výskyt slova *odvětví* v různých žánrech, a to i v oblastech, jako jsou ekonomie, management či historie, a tedy širší uplatnitelnost a obecnější význam, než má slovo *průmysl*. Při tvorbě odborné terminologie to může být výhodou, ale i nevýhodou — termín má být dostatečně přesný a jednoznačný, a proto de facto nemůže sestávat z příliš obecných slov: v našem konkrétním případě záleží na specifičnosti modifikujícího adjektiva, nakolik přesně vymezí extenzi a upřesní obsah relativně obecného pojmu.

Když se podíváme na nejdůležitější kolokace obou slov, vidíme, že spojení *průmyslové odvětví* je mezi nejfrekventovanějšími. Z tohoto hlediska lze slovo *odvětví* použít pro dílčí složky, oblasti nějakého průmyslu, a popsat tím hierarchii v rámci nějakého průmyslu, takže slovo *průmysl* pak odkazuje k vyššímu celku než slovo *odvětví*. Toto spojení se velmi často vyskytuje v množném čísle (např. *s pevnými základy v průmyslových odvětvích, přesun pracovní síly z průmyslových odvětví do sektoru služeb* apod.) a mnohdy tak v textu nahrazuje nepoužívaný tvar *průmysly* v množném čísle. Zatímco *průmysl* se běžně pojí s přídavnými jmény charakterizujícími konkrétní typ průmyslu (automobilový, potravinářský, zábavní, chemický), *odvětví* se sice také vyskytuje s typy průmyslu, ale poměrně často také se slovy *obor* nebo *sektor*. Typické je přitom souřadicí koordinační spojení (např. *podnikání v mnoha odvětvích a oborech, ocenit rizika daného oboru, odvětví či sektoru ekonomiky*), s výrazem *sektor* tvoří i závislé

10 Porovnání slov *průmysl* a *odvětví* zde: <http://syd.korpus.cz/LMW4X8S0.syn>.




**GRAF 2:** Rozložení slova *odvětví* (= varianta 2) v jednotlivých žánrech textů (podle SyD).

spojení vyjadřující vztah celku a části (*od loňského roku* [se] *v rozhodujících odvětvích podnikatelského sektoru vyvíjí příznivě produktivita práce*), tj. v těchto případech sektor představuje hierarchicky vyšší složku organizační struktury.

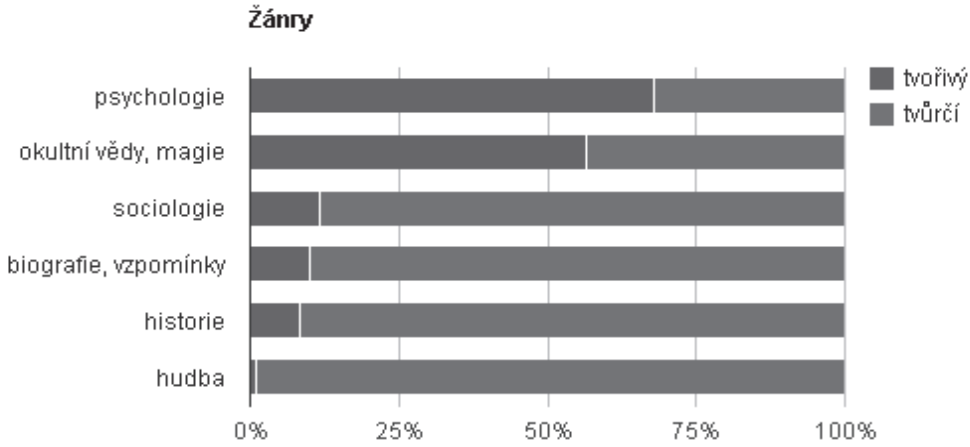
Slovo *sektor* SSJČ definuje ještě obecněji než *odvětví* jako ‚úsek, část, díl nějakého většího celku'. Doplňkové vyhledávání vztahu mezi slovem *odvětví* a *sektor* pomocí nástroje SyD[11] toto potvrzuje: u slova *sektor* nacházíme kolokáty jako *soukromý*, *veřejný*, *ziskový*, *podnikatelský*, jež jsou nepoužitelné v kombinaci se slovem *odvětví*.

### 4.2.2 KREATIVNÍ VS. TVŮRČÍ VS. TVOŘIVÝ

V této podkapitole se budeme zabývat vztahem přídavných jmen *tvůrčí*, resp. *tvořivý*, a *kreativní* a podstatných jmen *tvořivost* a *kreativita*. Jedná se o poměrně bohatou oblast z hlediska tvoření slov i synonymie. Ze slovotvorného hlediska stojí za zmínku, že ani jedno z adjektiv není součástí slovní čeledi, která by poskytovala všechny potřebné pojmenovací kategorie (substanci, vlastnost, děj a okolnost) se stejným základem:

— Adjektivum *kreativní* patří do slovní čeledi, která obsahuje substantivum *kreativita* a příslovce *kreativně*.
— Adjektivum *tvůrčí* patří do slovní čeledi, která obsahuje substantivum *tvůrce*; od tohoto adjektiva nelze utvořit adverbium, nahrazuje se spojením *tvůrčím způsobem*.
— Adjektivum *tvořivý* patří do slovní čeledi, která obsahuje substantivum *tvořivost*, příslovce *tvořivě* a sloveso *tvořit* (a jeho odvozeniny, např. *vytvářet*, *utvářet*, *přetvářet* apod.).

11 Porovnání variant v SyD je k dispozici zde: <http://syd.korpus.cz/GsFwzD76.syn>.




**GRAF 3:** Zastoupení adjektiv *tvořivý* a *tvůrčí* v jednotlivých žánrech v psaném jazyce v korpusu SYN2010 (získáno pomocí nástroje SyD).

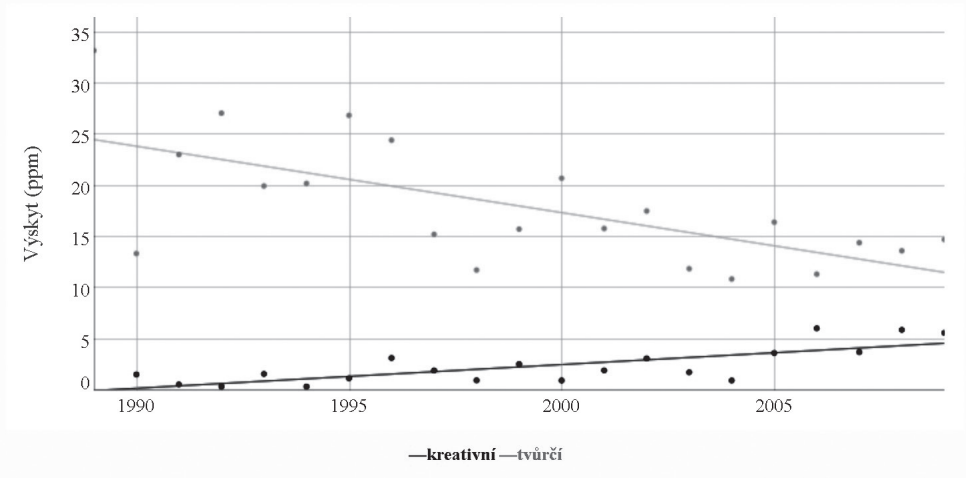
V textech věnovaných tvorbě, umění a kultuře se proto mohou a budou přirozeně a frekventovaně vyskytovat slova odvozená od všech zmíněných základů, přičemž poměr užití jednotlivých variant bude záviset i na subjektivních preferencích konkrétních mluvčích.

Slovo *kreativní* je na rozdíl od všeslovanských adjektiv *tvořivý* a *tvůrčí* (Rejzek, 2002) cizího původu, jedná se o relativně nedávnou adaptaci anglického slova *creative*. Z toho důvodu jej nezachycuje ani SSJČ, ani SSČ. Jako heslové slovo jej najdeme pouze ve slovníku Sochové a Poštolkové (1984) s definicí ‚tvůrčí, tvořivý' bez dalšího upřesnění a ve slovníku neologismů *Nová slova v češtině: Slovník neologizmů 1* (Martincová et al., 2008). V tomto slovníku je doloženo z oblasti reklamy ve významu ‚týkající se obsahové náplně reklamy a způsobu jejího zpracování' s typickými doklady *kreativní oddělení reklamní agentury*, *kreativní ředitel firmy*, která mají zřetelně terminologický charakter, neboť jednoznačně odkazují k strukturním jednotkám nebo pracovním pozicím v reklamním odvětví.

Druhý a třetí stupeň tvoří pouze adjektiva *tvořivý* a *kreativní* (a to pouze v některých spojeních, například *klání o nejlepší a nejkreativnější českou reklamu*, nikoliv v takových, která prostě přiřazují příznak kreativity nějakému podstatnému jménu (*kreativní ředitel*)). Slovo *tvůrčí* je v korpusu SYN2010 výrazně více (takřka čtyřnásobně) zastoupeno než *tvořivý*,[12] což při bližším pohledu ukazuje na větší šíři jeho uplatnění. Rozložení podle žánrů dokládá, že *tvořivý* převládá jako pojem-termín v psychologii a v okultních, magických textech, tedy oblastech mimo KKP, zatímco *tvůrčí* je výrazně zastoupeno v historii, sociologii a hudbě. Tento zřetelný žánrový rozdíl mezi oběma adjektivy je jedním z diferencujících rysů jejich významu a použití (viz graf 3).

Prostudování nejdůležitějších kolokací obou adjektiv přináší další rozdíly. Adjektivum *tvořivý* se pojí zejména s lexikálními jednotkami náležejícími do sémantic-

12 Porovnání pomocí nástroje SyD dostupné zde: <http://syd.korpus.cz/jT2XrTws.syn>.




**GRAF 4:** Frekvence výskytu adjektiv *kreativní* a *tvůrčí* v letech 1990–2009 v psaných korpusech. Zachyceno pomocí lineární regrese (pomocí nástroje SyD).

kého pole lidská mysl, její schopnosti a produkty (*člověk*, *schopnost*, *duch*, *síla*, *energie*, *fantazie*, *činnost*). Adjektivum *tvůrčí* s adjektivem *tvořivý* některé kolokáty sdílí (např. *schopnost*, *činnost*, *fantazie*). Tato společná jména spoluutvářejí společné jádro významu obou adjektiv, které SSJČ definuje jako ‚mající schopnost vytvářet nějaké hodnoty duchovní'. U adjektiva *tvůrčí* však nacházíme i jiné velmi pevné (oproti adjektivu *tvořivý* i nejfrekventovanější) kolokace typu *tvůrčí dílna*, *tvůrčí psaní*, *tvůrčí kolektiv*, *tvůrčí svoboda*, jež jsou natolik ustálené, že v nich adjektivum *tvůrčí* nemůže být nahrazeno druhým adjektivem.

To, že adjektivum *tvůrčí* obvykle netvoří druhý a třetí stupeň a že má některé velmi stabilní a specifické kolokace zmíněné výše, z něj v rámci dvojice *tvůrčí—tvořivý* činí vhodnějšího adepta pro pojmenovávání konceptů přímo se netýkajících mysli (*dílna*, *volno*) a adepta pro terminologizaci. Adjektivum *tvůrčí* totiž vlastnost tvoření pojmenovává statičtějším způsobem než adjektivum *tvořivý*. Blíží se tím adjektivu *kreativní*, které téhož dosahuje zejména tím, že je cizího původu. Z těchto poznatků plyne, že adjektiva *tvůrčí* a *tvořivý* mohou mít kontexty, v nichž nejsou zaměnitelná. To může platit i pro vztah adjektiva *tvůrčí* a substantiva *tvořivost*. Z hlediska jazykového systému jsou adjektivum *tvůrčí* a substantivum *tvořivost* nutně propojeny, protože od adjektiva *tvůrčí* nelze přímo utvořit jméno pojmenovávající danou substanci. Je však možné, že z hlediska reálného užívání v textech i u vztahu těchto dvou výrazů bude docházet k tomu, že v některých kontextech bude přijatelné hovořit o něčem, co je *tvůrčí*, ale bude nepříliš vhodné použít slovo *tvořivost* (viz dále).

Pokud porovnáme adjektiva *tvůrčí* a *kreativní*,[13] najdeme následující relevantní informace: graf 4 ukazuje, že od roku 1989 do roku 2009 dochází k poklesu užívání adjektiva *tvůrčí* oproti dřívějšímu období a naopak k nárůstu frekvence adjektiva *kre-*

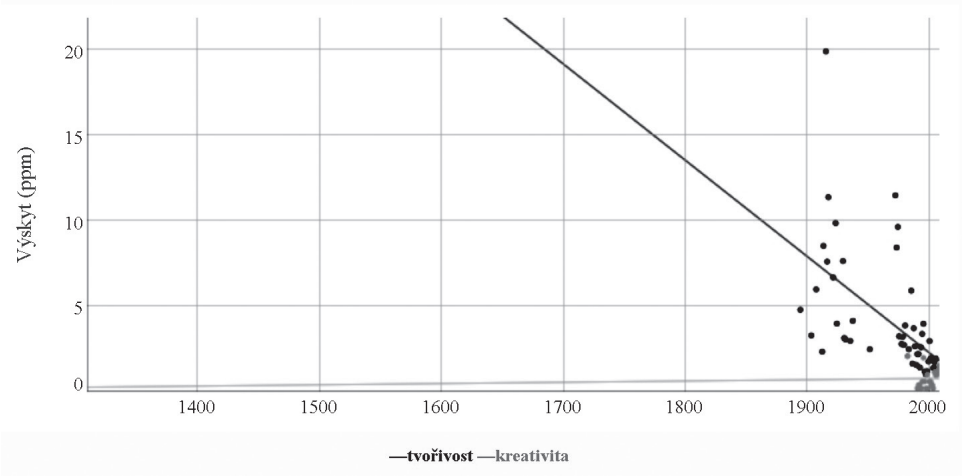
13 Dostupné zde: <http://syd.korpus.cz/MdjoyeoK.syn>.

*ativní*. Užívání obou adjektiv tak směřuje z hlediska frekvence k jistému vyrovnání. U nedávno přejatých slov je přitom běžné, že jejich výskyt je vázán na omezenou množinu textů co do typu textu a žánru.
Zatímco slovo *kreativní* se dosud uplatňuje zejména v managementu a v ekonomii a částečně sociologii, adjektivum *tvůrčí* je frekventované v oblasti textů věnovaných umění a kultuře v širším slova smyslu, i v meta-pojednáních o ní (viz výrazné zastoupení v textech věnovaných hudbě či historii). Použití adjektiva *tvůrčí* v nějakém termínu tedy může odkazovat k předmětné oblasti kultury, použití adjektiva *kreativní* k oblasti managementu a ekonomie.

Kolokace obou adjektiv se na první pohled částečně překrývají (viz příklady *Průmyslový design — kreativním myšlením k úspěchu na světových trzích* a *Novost je podstatným rysem tvůrčího myšlení*), částečně odrážejí rozdíl v zastoupení v různých textových žánrech (viz časté kolokace spjaté s reklamou u slova *kreativní*). U sdílených kolokátů je možné nalézt rozdíl spíše v míře významnosti daných kolokací pro obě adjektiva — u adjektiva *kreativní* jsou nejpodstatnější kolokace typu *myšlení*, *přístup*, *proces*, *způsob*, *technika*, u adjektiva *tvůrčí* pak spíše *schopnost*, *činnost*, *svoboda* s dílčí výraznou složkou zaměřenou na literární tvorbu (*dílna*, *psaní*, *kolektiv*), kterou u adjektiva *kreativní* nenacházíme. Celkově lze říci, že adjektiva mají (až na oblast literární tvorby a oblast reklamy) společnou doménu kolokační působnosti, avšak jednotlivá substantiva tíhnou k preferenci tu toho, tu onoho adjektiva, aniž by bylo dosud zcela zřejmé, na základě jaké sémantické motivace se tak děje. Zdá se například, že adjektivum *kreativní* popisuje spíše procesuální akty, kdežto adjektivum *tvůrčí* statičtější koncepty, avšak tento poznatek má dosud povahu spíše kvalitativní než kvantitativní a je třeba jej podrobit dalšímu zkoumání.

Nakonec doplňme porovnání použití substantiv *tvořivost* a *kreativita*.[14] Z hlediska slovníkového vymezení významu by se mělo jednat o plná synonyma, jedno českého, druhé cizího původu. Kolokace však ukazují rozdíly v užití. U slova *tvořivost* se jako nejdůležitější jeví spojení *lidová tvořivost* (*Byl vždy výrazným motivem v lidové tvořivosti* nebo *Dvě ukázky lidové tvořivosti týkající se Ústeckého kraje*), kdežto toto adjektivum u slova *kreativita* mezi významné kolokace nepatří. *Tvořivost* se častěji vyskytuje spolu se slovem *fantazie* (*Hra podporuje jeho fantazii a tvořivost*), relativně časté jsou odkazy na *soutěže tvořivosti mládeže* a vůbec na vztah k žákům, dětem a podpoře jejich uměleckých schopností (*klást větší důraz na dětskou tvořivost*). V kontextu kreativity se častěji než u slova *tvořivost* mluví o inovacích (*Jakkoli limitovat vaši schopnost inovace a kreativitu*) a rozvoji, podpoře a prostoru (*optimálním prostředím pro rozvoj lidské kreativity je prostředí takzvané stimulující nejistoty*; *Kdo dává architektovi víc prostoru pro kreativitu*). Zejména kolokace *kreativity* a *inovací* se i v pramenech jeví jako častá a pevná, spojení obou slov se tak posiluje; slovo *inovace* tak působí na druhý výraz, s nímž se pojí: vzhledem k tomu, že *inovace* je cizího původu, je přirozené, že ve spojení s ním a při možnosti volby ze dvou variant mluvčí často volí také slovo cizího původu, tj. rozhodují se pro slovo *kreativita*. Vzhledem k tomu, že v diskurzu KKP má slovo *inovace* také významné postavení, může mít ustálenost spojení *kreativita a inovace* vliv

14 Porovnání variant získané pomocí nástroje SyD dostupné zde: <http://syd.korpus.cz/x1PMRRyB.dia>.




**GRAF 5:** Porovnání slov *tvořivost* a *kreativita* z hlediska výskytu v čase, zobrazeno pomocí lineární regresní křivky.

i na podobu dalších termínů. Na tomto příkladu se ukazuje složitá provázanost vývoje a stabilizace termínů v rámci jedné konceptuální mapy.

Přehled užívání obou slov v čase přináší graf 5. Pokud si rozložení v čase zobrazíme pomocí lineární regresní křivky, vidíme postupný úbytek výskytu slova *tvořivost* a mírný nárůst slova *kreativita*. Jádro této změny spadá pochopitelně do 20. století a s největší pravděpodobností lze změnu přisoudit proměně nejdůležitějších kolokací u slova tvořivost a přijetí slova *kreativita* pro některá užití slova *tvořivost*. Zde se tedy ukazuje odlišný vývoj ve výskytu v psaných textech u substantiva *tvořivost* a adjektiva *tvůrčí* (viz výše), který může ovlivňovat i jejich různé používání v odborných textech.

## 5. ZÁVĚR

Kolokační termín *kulturní a kreativní průmysly* proniká do diskurzu o umění a kultuře a jejich řízení a v současné době v tomto diskurzu koexistuje s terminologickými variantami, z nichž nejvýznamnější co do frekvence je spojení *tvůrčí odvětví*. Účastníci tohoto diskurzu se liší v postojích k jednotlivým terminologickým variantám, přičemž negativní hodnocení jsou často založena na kolokačních a konotačních rysech jednotlivých lexikálních komponentů (z tohoto hlediska se pro různé skupiny mluvčích jako nejvýraznější jeví konotace slov *průmysly* a *tvůrčí*). Výrazy *tvůrčí* a *tvořivost* mohou být na základě těchto svých vlastností nazírány na jednu stranu jako příliš spojené s historickým vnímáním vztahu umění, kultury a společnosti (viz slovní spojení *lidová tvořivost*), na druhou stranu jako příliš akcentující vnitřní, individuální, idiosynkratické aspekty lidské imaginace, a proto nevhodné pro označení obecnějšího, nadindividuálního konceptu. U kolokačního termínu *kulturní a kreativní průmysly* se zase projevuje jednak vliv negativních konotací výrazu *kreativní*

(ve smyslu pseudokreativity, kreativity sloužící zisku, zejména v reklamním sektoru), jednak označení umělecké produkce výrazem *průmysl* s konotacemi odkazujícími k těžkému průmyslu, výkonnostním normám a zisku, navíc ve tvaru množného čísla, v němž se toto substantivum až do vzniku tohoto kalkového překladu v češtině de facto nevyskytovalo. Označení tvořivé umělecké činnosti podobnými výrazy vyvolává u některých aktérů diskurzu o umění a kultuře obavu z ovládnutí prostoru umění a kultury ekonomickými zájmy a podřízení procesu tvorby ekonomizaci jejich výtvorů. V předmětné oblasti tak můžeme ukázat propojení způsobu, jímž organizujeme a konceptualizujeme svět, a způsobu, jímž tuto konceptualizaci označujeme slovy, přičemž jako nejadekvátnější se jeví tyto dva procesy nazírat jako děj jednolitý a neoddělitelný. A tak ač existují jistá objektivní kritéria favorizující termín *kulturní a kreativní průmysly* z terminologického hlediska (jako je vztah k jinojazyčným ekvivalentům, překladová koherence s jinými, příbuznými termíny či přesnost jeho extenze zmíněné výše), tato studie poukázala i na jiné aspekty vzniku a konkurence termínů, jež mohou při jejich šíření a komunikačním úspěchu (Steels, 2012) sehrát podstatnou roli. Na tyto diskurzní a komunikační aspekty ukázalo propojení kritickoanalytického pohledu na průběh jedné polemiky o KKP a korpusové sondy věnované kolokacím a konotacím lexikálních komponentů konkurenčních kolokačních termínů. Pro rozšíření jedné terminologické varianty a ústup terminologické variantnosti ve zkoumané oblasti bude přitom klíčové, jaké preference budou mít aktéři s dobrým přístupem (srov. van Dijk, 1996; 2008) k diskurzu dané oblasti a jaká bude míra jejich společenské moci, jež se promítá do možnosti účastníků diskurzu prosadit určité varianty či řešení: „For instance, not everyone has equal access to the media or to the medical, legal, political, bureaucratic or scholarly text and talk. That is, we need to explore the implications of the complex question *Who may speak or write to whom, about what, when, and in what context* [...]. We may assume, as for other social resources, that *more* access [...] corresponds with *more* social power“ (van Dijk, 1996, s. 86).

Varuje-li Gajdoš (2010) před naivně vstřícným postojem k implementaci kulturních a kreativních průmyslů v České republice a nabádá k obezřetnosti před vytěžením bezmocného umění a kultury, nabádá-li Cikánek (2011) umělce, že „jako součást kreativních průmyslů budou daleko silnější skupinou s daleko větší vyjednávací silou“, a varuje předtím, aby nezůstali sami, je zřejmé, že i důležití aktéři diskurzu o KKP tento princip diskurzivní praxe vnímají jako dominantní, a proto rozhodující.

## LITERATURA:

### 1. Prameny:

CIKÁNEK, Martin (2009): *Kreativní průmysly. Příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: Institut umění — Divadelní ústav.

CIKÁNEK, Martin (2011): Kreativní průmysly: cesta ze země montoven a překladišť. *Disk*, 2011(37), s. 151–160.

*Ekonomika kultury v Evropě. Studie vypracovaná pro Evropskou komisi (Generální ředitelství pro vzdělávání a kulturu)* (2006).

GAJDOŠ, Július (2010): Kreativní průmysly: rozvoj kultury, nebo nová tržní totalita? *Disk*, 2011(32), s. 7–19.

GAJDOŠ, Július (2011): Od kulturních průmyslů ke ‚kontinuu‘. *Disk*, 2011(37), s. 161–164.

HEČKOVÁ, Michaela (2011): Multiplikuj, dokud můžeš aneb Reportáž z konference Kreativita a rozvoj měst a regionů České republiky. *Konstrukt* [online], 5(11). Cit. 11. 3. 2013. Dostupné z WWW: <http://www.konstruktmag.cz>.

*Hlavní linie kulturní politiky* (1998). Praha: Ministerstvo kultury ČR.

KRAUS, Marcel (2012a): *Kulturní a kreativní průmysly v Německu. Národohospodářský význam, struktura a způsob podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Institut umění — Divadelní ústav.

KRAUS, Marcel (2012b): *Kreativní průmysl v Rakousku*. Praha: Institut umění — Divadelní ústav.

*Státní kulturní politika České republiky 2009–2014* (2009). Praha: Ministerstvo kultury ČR.

STEPANČIČ, Lilijana (ed.) (2011): *CCIS. Cultural and Creative Industries — Slovene Style* [online]. Ljubljana: The Ministry of Culture of the Republic of Slovenia. Cit. 11. 3. 2013. Dostupné z WWW: <http://www.arhiv.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Drugo/aktualno/2011/KKIPS/brosura-web-en.pdf>.

ŠMÍDOVÁ, Zdena (2011): Ostrov svobody aneb „Knížepán v akci". *Tvar* [online], 2011(13), s. 8. Cit. 11. 3. 2013. Dostupné z WWW: <http://www.itvar.cz/prilohy/71/Tvar13-2011.pdf>.

*Zelená kniha. Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví* (2010). Brusel: Evropská unie.

ŽÁKOVÁ, Eva (2010): *Kulturní a kreativní průmysly v kulturní politice Evropské unie*. Praha: Institut umění — Divadelní ústav.

ŽÁKOVÁ, Eva — CIKÁNEK, Martin (2012): *Problémová analýza kulturních a kreativních průmyslů (KKP) v kontextu politiky soudržnosti EU 2014+*. Praha: Institut umění — Divadelní ústav.

**2. Odborná literatura:**

ADORNO, Theodor W. — HORKHEIMER, Max (2009): *Dialektika osvícenství*. Praha: OIKOYMENH.

BOZDĚCHOVÁ, Ivana (2009): *Současná terminologie (se zaměřením na kolokační termíny v lékařství)*. Praha: Karolinum.

BOZDĚCHOVÁ, Ivana (2010): Teorie terminologie a kognitivní lingvistika: k pojetí kategorizace, definice, nominace. *Slovo a slovesnost*, 71(3), s. 163–175.

BUZAN, Barry — BUZAN, Tony (2012): *Myšlenkové mapy. Probuďte svou kreativitu, zlepšete svou paměť, změňte svůj život!* Praha: BizBooks.

CVRČEK, Václav — VONDŘIČKA, Pavel (2011): *SyD — korpusový průzkum variant* [online]. Praha: ÚČNK FF UK v Praze. Cit. 31. 10. 2013. Dostupné z WWW: <http://syd.korpus.cz>.

ČMEJRKOVÁ, Světla — DANEŠ, František — SVĚTLÁ, Jindra (2002): *Jak napsat odborný text*. Voznice: Leda.

FAIRCLOUGH, Norman (2003): *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.

HOMOLÁČ, Jiří (1998): Polemika jako žánr (na materiálu šaldovském). *Česká literatura*, 46(3), s. 236–268.

KOCOUREK, Rostislav (1965): Synonyma v terminologii. *Československý terminologický časopis*, IV(4), s. 201–218.

KUHN, Thomas S. (1997): *Struktura vědeckých revolucí*. Praha: OIKOYMENH.

LEHEČKOVÁ, Eva (2013): Lingvistické poznámky k terminologii kulturních a kreativních průmyslů. In: Martin Cikánek et al., *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II*. Praha: Institut umění — Divadelní ústav, s. 108–125.

MARTINCOVÁ, Olga et al. (1998): *Nová slova v češtině: Slovník neologizmů 1*. Praha: Academia.

NEKVAPIL, Jiří (2002): Sociolingvistický pohled na vývoj odborných jazyků. In: Jiří Hasil (ed.), *Přednášky z XLV. běhu Letní školy slovanských studií*. Praha: FF UK v Praze, s. 117–132.

NEUSTUPNÝ, Jiří (2002): Sociolingvistika a jazykový management. *Sociologický časopis*, 38(4), s. 429–442.

POŠTOLKOVÁ, Běla (1984): *Odborná a běžná slovní zásoba*. Praha: Academia.

POŠTOLKOVÁ, Běla — ROUDNÝ, Miroslav — TEJNOR, Antonín (1983): *O české terminologii*. Praha: Academia.

REISIGL, Martin — WODAK, Ruth (2006): The discourse-historical approach (DHA). In: Ruth Wodak — Michael Meyer (eds.), *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: SAGE Publications, s. 87–121.

REJZEK, Jiří (2002): *Český etymologický slovník.* Voznice: Leda.

SSČ: *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost* (2012). Praha: Academia.

SSJČ: *Slovník spisovného jazyka českého I–IV* [online] (1960–1971). Praha: ČSAV. Cit. 19. 3. 2013. Dostupné z WWW: <http://ssjc.ujc.cas.cz/>.

STEELS, Luc (2012): Self-organization and selection in cultural language evolution. In: Luc Steels (ed.), *Experiments in Cultural Language Evolution*. Amsterdam — Philadelphia, PA: John Benjamins, s. 1–37.

TOULMIN, Stephen (1972): Rationality and scientific discovery. In: *Philosophy of Science Association: Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association.* Chicago, IL: University of Chicago Press, s. 387–406.

van DIJK, Teun A. (1996): Discourse, power and access. In: Carmen Rosa Caldas-Coulthard — Malcolm Coulthard (eds.), *Texts and Practices. Readings in Critical Discourse Analysis*. London: Routledge, s. 84–104.

van DIJK, Teun A. (2008): *Discourse and Power. Contributions to Critical Discourse Studies.* Houndsmills: Palgrave Macmillan.

WODAK, Ruth — MEYER, Michael (eds.) (2006): *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: SAGE Publications.

**Eva Lehečková** | Ústav českého jazyka a teorie komunikace FF UK v Praze
<Eva.Leheckova@ff.cuni.cz>