

*Konstruování obrazu minulosti zaměřené na dětské adresáty: míšení stylů a žánrů**

JANA HOFFMANNOVÁ**

<https://doi.org/10.25167/Stylestyka28.2019.10>

V rámci inspirativního tématu „Styl a paměť“ bych se ráda zaměřila na styl **popularizační** a speciálně na popularizaci **historie**, která je ztělesněním **paměti**. Nelze pochybovat o tom, že všechny pomyslné hranice se dnes rozostřují, rozšiřují se přechodné zóny, přibývá hybridních útvarů a textů. Z tohoto hlediska mě už delší dobu zajímá právě styl **popularizační** (resp. populárně naučný či populárně odborný), zaměřený na sdělování vědeckých poznatků širší veřejnosti. Jen stručně zrekapituluji, že při Havránkově (1932) rozlišení funkčního stylu/jazyka odborného na **vědecký** a **prakticky odborný** by styl popularizační patřil zřejmě do podtypu prakticky odborného. U dalších českých stylistiků (Jedlička et al. 1970; Jelínek 1995; Čmejrková – Daneš – Světlá 1999; Čechová et al. 2008) se styl prakticky odborný a popularizační od sebe oddělují, přibývá ještě styl **učební**. V hierarchii J. Filipce (1955) stojí nejvýše rozlišení **vlastního odborného** stylu a stylu popularizačního; vlastní odborný se dělí na vědecký a praktický; na přechod mezi těmito dvěma styly je umístěn ještě styl **úvahový**, jehož odrůdou je **esej**. Mistrík (1975) připomíná, že někdy se rozlišuje odborný styl vyšší (vědecký) a **nižší**, ale hodnocení popularizačního stylu jako „nižšího“ asi není příliš šťastné.

* Příspěvek byl vypracován jako součást projektu č. 18-08651S podporovaného Grantovou agenturou České republiky.

** <https://orcid.org/0000-0003-1441-8347>, Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, Praha, hoffmannova@ujc.cas.cz

V české a slovenské stylistice se popularizačnímu stylu zatím nevěnovala příliš soustředěná pozornost; kromě výše uvedených autorů je samozřejmě zmiňován i v dalších stylistických kompendiích, srov. např. Pauliny (1968), Findra (2004), Pavlovič (2011), Kaderka (2016), a je tématem diplomové práce S. Benediktové (2006) „Porovnání stylu vědeckých a popularizačních textů“. Z kratších článků lze kromě Filipce a Mistríka (viz výše) uvést ještě Křístka (1972), Mlacka (1996) nebo Krčmovou (1999). Daleko více se o toto téma zajímali stylistikové polští jako W. Pisarek, S. Gajda a především Anna Starzec, autorka monografie z r. 1999, která populárně naučný styl (resp. diskurs) zpracovala i v kolektivní stylistické publikaci z r. 2013. Popularizačnímu diskursu se dlouhodobě věnují též autoři jako Greg Myers; jeho přehledový článek je součástí speciálního čísla časopisu *Discourse Studies* z r. 2003. Značný prostor pro zmenšování propasti mezi vědci a laickým publikem otvírá nástup nových médií; proto lze očekávat i čím dál větší zájem o popularizační diskurs.

Na čem je tedy založena hybridnost, smíšenost popularizačních textů? Plní funkci **informační**, stejně jako texty vědecké. Zejména v případě, že jsou zaměřeny na mladé publikum, plní i funkci **didaktickou**, edukační, výchovnou (a právě tomuto typu se zde budu dále věnovat). Čtenáře ale také ovlivňují, získávají pro určité postoje, a plněním funkce **persvazivní** se výrazně blíží sféře **publicistické**; vždyť také Jelínek (2002) vymezuje popularizační styl jako „styl textů s odbornou tematikou, zpracovanou publicistickým způsobem“. Popularizátoři by přitom neměli své čtenáře nudit, měli by je i zaujmout a pobavit – plní tedy i funkci **zábavní**, případně **ludickou**. Kombinace funkce informační a zábavní bývá v poslední době označována jako *infotainment*, spojení funkce edukační a zábavní pak jako *edutainment*. Jestliže např. Kaderka (2016) zdůrazňuje u popularizace charakteristiky jako dialogičnost, kontaktovost, oslovování implikovaného čtenáře, je jasné, že tyto texty plní také funkci **fatickou (kontaktovou)**, a v tom se do značné míry blíží i sféře **běžného dorozumívání**, neformální konverzace. A na okraj této hybridní charakteristiky by bylo možno přidat snad i sféru komunikace **umělecké** – protože autoři popularizačních textů, podobně jako **esejisté**, se na rozdíl od prototypických vědců leckdy nevyhýbají např. obraznému vyjadřování.

Hybridnost a přechodovost popularizačních textů lze podepřít i tím, že se v nich výrazně uplatňují všechny slohové postupy. Kromě postupu **výklado-**

vého (výklad tu ve srovnání s vědeckými texty nemá tak soustavnou podobu, logickou výstavbu a propracovanou argumentaci) jsou hojně zastoupeny pasáže **úvahové a popisné**; v případě popularizace historie, na kterou se zde zaměřím, i **epické vyprávění**, které k historiografii přirozeně patří; a pokud J. Mistrík navrhoval etablovat jako zvláštní slohový postup i **dialogičnost**, zde by to bylo opravdu namístě. Dále se u některých stylistiků (např. u J. Krause, 1966) objevují návrhy osamostatnit postup **návodový**; ten sice bývá vztahován převážně ke stylu prakticky odbornému nebo učebnímu (Filipec, 1955, ho připomíná v souvislosti s imperativními pokyny v učebnicích), nicméně v popularizačních textech určených dětem jsou adresáti neustále instruováni: jak se mají chovat v určitých situacích, jaké postoje mohou zaujímat, jak mají luštit hádanky nebo hrát hry... V rámci rozšiřující se **interaktivní** dimenze těchto textů se instruktážní postupy opravdu výrazně uplatňují. Není divu, vždyť dětem je při popularizaci historie nabízen mj. i jídelníček starých Řeků s **recepty** na vybrané pokrmy.

V tomto příspěvku se tedy budu zabývat analýzou psaných textů, především časopiseckých, zaměřených na popularizaci **historie**. Na mezinárodním sjezdu slavistů v Bělehradě hovořil W. Chlebda (2018) o vztahu historie, paměti a jazyka a vyzdvihl pro tuto oblast pět integračních rysů: **narativnost**, **subjektivost (personalizaci)**, **selektivnost**, **interpretativnost** a materializaci historické paměti v **jazyce**. A. Starzec pak ve své monografii o „populárně naučné polštině“ zdůrazňuje jako profilové rysy **přístupnost** textů (jasnost, srozumitelnost) a jejich **atraktivnost**. Narativnost a interpretativnost souvisí se vztahem objektivní historické „pravdy“ a fikce. R. Barthes (1967) definuje paradox historického diskursu: fakta mají pouze jazykovou existenci, ta je ale v rámci referenční iluze nahlížena jako kopie „skutečnosti“ vně diskursu. Odvolává se při tom na výrok Nietzscheho, že „žádná fakta o sobě neexistují; vždy je třeba nejprve nastolit nějaký smysl, aby mohl existovat nějaký fakt“. Paradoxní kruh vytvářený tím, že „narativní struktura, vypracovaná v tyglíku fikcí, se stává současně znakem i důkazem skutečnosti“, pokládal Barthes ve své době za příčinu ústupu narativní historiografie a jejího vystřídání historiografií strukturalistickou. Dnes lze ovšem konstatovat, že narativy nezmizely (a neprosadila se ani strukturální naratologie se svými invariantními vzorci). Nejen vědecká historiografie, ale i kvalitní popularizace by měla vycházet z toho, že objektivní historická pravda neexistuje, že možné jsou pouze různé interpretace fakt z naší minulosti a ztvárnění těchto interpretací v různých narativech.

Složitostí přechodu mezi vyprávěním (epickou fikcí) a historiografickým vysvětlováním se později zabýval Paul Ricoeur (*Čas a vyprávění 1–3*, česky 2000–2007). Souvislost historiografie s narativitou neodmítá; historické dílo nabývá podle jeho názoru fikční povahy všude tam, kde se historik „vmýšlí“ do postav, „kreslí“ situace, resp. vnáší do výkladu hodnotící hlediska (ať přímo, či stimulací čtenáře). Historiografické dílo může být podle něj kvazifiktivní v tom, že živým vyprávěním staví událost před oči čtenáře a unikající ráz minulého nahrazuje kvazipřítomností. V tomto smyslu dochází k překřížení historie a fikce, k historizaci fikce a fikcionalizaci historie. (Srov. o Ricoeurovi Haman 1994, 2012.) Ostatně v poslední době se stále více mluví o narativizaci paměti (viz i Ricoeur, 2000, v knize s názvem *Paměť, historie, zapomínání*), o nových typech narace, dokonce o **narativním obratu**. Ale také o **vizuálním obratu**; o rozmanitých způsobech, jakými se při popularizaci historie razantně prosazuje vizualizace, se hodně dozvídáme v polské publikaci *Historia w wersji popularnej* (Kowalczyk – Kiec 2015), kde se uvádějí mj. fotografie, ilustrace, komiksy, filmy a televizní pořady, interaktivně zaměřená muzea a výstavy, také tzv. historické rekonstrukce (bitev apod.; srov. k tomu též Beneš 2017). Bohaté využívání vizuálních prostředků je ale příznačné i pro popularizační časopisy; pouhé slovo už dnes rozhodně nestačí (viz i Myers, 2010, o „komplexních layoutech“). Vizualizace představuje nepochybně základní složku atraktivnosti, kterou zdůrazňuje A. Starzec.

Z mnoha českých časopisů popularizujících historii jsem si zatím vybrala časopis s názvem *Časostroj*, který zve na „zábavnou cestu do historie“ děti a mladé čtenáře ve věku 7–15 let. Vychází od r. 2011 každý měsíc a v soutěžní přehlídce pořádané před několika lety Akademií věd ČR získal 2. místo za popularizaci vědy. Každé číslo má určité hlavní téma (plus další doplňkové materiály), a navíc dvakrát do roka vycházejí monotematické speciály.

Pokud jde o hlavní témata čísel a témata speciálů, řídí se redakce *Časostroje* jistě do značné míry zásadou atraktivnosti; mohlo by se zdát, že se tu potvrzuje názor J. Pavloviče, podle něhož je pro populárně naučný styl příznačné nesystematické zpracovávání témat, zaměřené na „vybírání rozinek“. (Srov. i rys selektivnosti u W. Chlebdy, 2018.) Také v rámci zvolených témat totiž jde o určitou koláž nebo montáž vybraných fragmentů z historie příslušného období, která je ale podle mého soudu prováděna velice erudovaně a důmyslně. U popularizačního stylu se dnes nezřídka konstatuje, že se vzdaluje od vědy a přibližuje se publicistice (např. Hyland 2010), což se projevuje

přehnaným zjednodušováním („ředěním“ informací), bulvarizací a banalizací, lovením senzačních příběhů, snahou šokovat; a že tyto postupy vedou nezdávka až k podbízivému falšování, vulgarizaci vědeckého obrazu minulosti. Rovněž M. Krčmová (1999) píše o tom, že se ve výstavbě popularizačních textů ztrácejí logické souvislosti, hierarchie podstatného a nepodstatného, že do popředí vystupují okrajové, leč zábavné detaily. Charakterizuje současné popularizační texty jako „rozbité zrcadlo“.

Z textů Časostroje takový dojem nemám; jejich redaktoři a autoři si výrazně uvědomují, že píší pro děti a mládež, a funkci poznávací (vzdělávací), výchovnou a zábavní promyšleně vyvažují. Výběr dílčích témat, historických událostí a okolností je opravdu řízen ohledem na mladé čtenáře; dalo by se říci, že je tu v popředí „recipient design“, „reader-oriented approach“ nebo zásada proximity (srov. Hyland 2010), přibližování autorů (a hlavně textů) potenciálním čtenářům. Jak o tom píšou Calsamiglia (2003) i Myers (2003), nejde tu opravdu jen o „překlad“ textů odborného stylu a vědeckých zjištění do stylu popularizačního, ale o rekontextualizaci, která je řízena především novou komunikační situací a ohledem na publikum, které nelze považovat za „ignorantské“. Calsamiglia zdůrazňuje, že jde o posun v dimenzi kognitivní, situační i sociální. Autoři časopisu se nesnaží šokovat a prezentace „zábavních“ detailů je decentní a přiměřená – např. když se věnují tomu, s jakou přísností Marie Terezie vychovávala své početné potomky; nebo když rozebírají otázku, že Karel IV. neměl čtyři manželky proto, že by byl „proutník“, ale z úplně jiných důvodů (státnických, dynastických, geopolitických). V několika číslech (a obvykle jako hlavní téma) se nabízí množství informací o pravěku, dinosaurech, praještěrech; mohlo by se zdát, že se tomuto období věnuje až přehnaná pozornost, ale pro dnešní děti je nesporně atraktivní.

Snaha zaujmout adresáty určitými historickými „senzacemi“ se ovšem projevuje i v tomto periodiku a je zvláště koncentrována do některých specifických forem. Jsou to jednak jakési „výkřiky“, které tvoří graficky separovanou vrstvu textu (bílé písmo na výrazném červeném nebo modrém podkladu). Někdy jde o konstatování kontroverzní nebo provokativní, ale většinou to nejsou bůhvíjaké „senzace“:

Libuše Přemysla poznala už dřív a byla do něj zamilovaná!

Musel praotec Čech opustit svou vlast, protože byl vrah!

Angličané u Poitiers drtivě zvítězili!

Král Jan se vrátil dobrovolně do zajetí!

Udatný Karel se bitev nikdy nebál!
Po jednom turnaji Karel ochrnul!
Marie nezavedla povinnou školní docházku!
Místo vody proudilo kašnamí víno!

Tím jsem už naznačila výběr ústředních témat některých čísel Časostroje. Značně se tu uplatňuje personalizace historie – hlavními tématy se stávají historické postavy fiktivní (praotec Čech, Přemysl Oráč) i reálné (Karel IV., Marie Terezie, Franz Josef I.). To se týká českých dějin; při výběru z dějin světových se redaktorky orientují spíše na výrazná období (např. antický Řím), ale ani tady protagonisté jako Caesar nejsou opomíjeni. Proporce témat českých a světových je jistě dobře uvážena a mladí čtenáři jsou nenásilně vedeni k vlastenectví – nejen u témat z českých dějin, ale i v rámci témat obecnějších (např. v čísle věnovaném cestovatelství je zařazen text *Česká stopa* s podrobnou informací o proslulých českých cestovatelích).

Celá koncepce časopisu je založena na tom, že Časostroj přenesse čtenáře přímo do historie, kam se „chronoportují“ a mohou minulost zažívat na vlastní kůži, seznámit se přímo s aktéry minulých dějů, prožívat různá dobrodružství. Právě takový „akční přístup“ asi současné děti a mladí lidé potřebují; ostatně je to v souladu s důrazem, který se dnes klade na *living history*, simulované prožívání (a rovněž v souladu s Baudrillardovým pojmem *simulacrum*, jedním ze stěžejních konceptů postmoderní doby). Není to statické pojetí historie (co se kdysi dávno **stalo**), ale velmi živé a dynamické (zažít, co se v minulosti **dělo**). Vytváří se tu iluze bezprostředního pozorování minulých dějů (např. rozhodující bitvy) nebo dokonce přímé angažované účasti, zapojení do minulých dějů (navštěvování školy pro gladiátory). Takže např.:

Vítej ve starověkém Římě [...], mocné říši! Zajímá tě, jak ji Řimané vybudovali? Tak to jsi na správné adrese! Jízda Časostrojem do minulosti bude tentokrát opravdu dlouhá. Aby ne!

Cesty do minulosti, na které se čtenáři se svým časopisem vydávají, jsou pak především cesty **dialogické** a **dialogizované**, plné vzájemného **kontaktu**. Fiktivní dialog tvůrců časopisu s implikovaným čtenářem je nesmírně intenzivní, podílí se na vykládání a vysvětlování, na ověřování znalostí (např. formou kvízů), na hravosti a zábavnosti textů. Roland Barthes (1967) ukazuje, že v historickém diskursu zpravidla chybí Jakobsonovy shiftery destinace: mluvčí se vytrácí a je nahrazen „objektivní osobou“, *já* je potlačeno, dějiny

se vyprávějí samy. A chybí tu i znaky čtenáře, jde o diskurs bez *ty* – až na výjimky, kdy např. dějiny předkládá učitel jako lekci svému žáku. V našem popularizačním diskursu je tomu právě naopak. Probíhá tu neustálé „positi-
oning“, stavění implikovaného čtenáře do pozice subjektu poznávajícího, ale i účastníčího se minulých dějů. Autoři se obracejí ke čtenářům s pomocí 2. osoby (singuláru, jen výjimečně plurálu), otázek, výzev; častý je i inkluzivní plurál, který přispívá ke sblížení účastníků tohoto dialogu a k vyrovnávání asymetrie. Dialogičností jsou prostoupeny téměř všechny užívané **žánry**, je na ní založena i bohatá a výrazná (také graficky) **segmentace** textů.

Už upoutávky na obálce mají charakter nejrůznějších **otázek** adresovaných čtenářům:

Kdo zabil posledního Přemyslovce? Dokážeš rozlousknout největší záhadu českých dě-
jin?

Opravdu Marie Terezie zavedla povinnou školu? Co všechno zakazovala svým šestnácti
dětem?

V **úvodníku** zvaném *Na rozjezd* se pak redaktorky časopisu obracejí k implikovaným čtenářům „přímo“. Oslovují je např. *Milá Časostrojačko, milý Časostrojačku*, nebo *Milá Přemyslovno, milý Přemyslovče*, či *Milá Římanko, milý Římane* (v souladu s hlavním tématem čísla) a podepisují se *tvé pilotky Časostroje*. Na dialogu a permanentně rozvíjeném kontaktu jsou pak založeny i další žánry – pravidelné rubriky nazývané např. *Historická perlička, Historická detektivka, Duel, Na kus řeči* nebo *Na slovíčko s...* V některých textech autoři čtenáře vtahují do vybrané situace z minulosti, přenášejí ho do ní, provázejí ho probíhajícími ději a událostmi. Zde se uplatňují i pokyny a imperativy (*vstup, usedni, všimni si...*). Jinde se uskutečňuje fiktivní rozhovor mezi historickými postavami, ty jsou vzájemně konfrontovány, čtenáři pak mají posoudit, kdo z nich se v historii více vyznamenal (např. duel mezi Catonem a Caesarem, Hannibalem a Scipiem, v mnohem novějších dějinách mezi Amundsenem a Scottem). Opět jinou formu mají **interview** s historickými celebritami; takový fiktivní rozhovor uskutečňuje buď redaktorka (v zastoupení čtenářů), nebo staví do této pozice přímo čtenáře, a rozhovory mají většinou spontánní, neformální podobu – jako např. rozhovor s Antoinem de Saint-Exupérem, jehož „letoun ze záhroby právě přistává“:

Bonjour, Antoine, jaká byla cesta?

Skvělá. Strašně rád totiž létám. Tato vášeň mě neopustila ani po smrti.

[...]

A podařil se vám ten let?

Bohužel. Havarovali jsme uprostřed Libyjské pouště. [...] Málem jsme zemřeli žízni a hladem.

Páni, to muselo být příšerné! A potkal jsi na poušti Malého prince?

Možná. Blouznili jsme a zmítali se mezi životem a smrtí. Kdo ví, třeba jsme se opravdu setkali...

[...]

Jenže z letu nad Středozemním mořem v červenci 1944 ses už nevrátil. Co se stalo?

A není to jedno? Možná mě sestřelili Němci, možná mi selhalo zdraví nebo letadlu motor. Na tom už nesejde.

Asi máš pravdu. Tak šťastný let domů a pozdravuj Malého prince!

Mimochodem, Exupéry je osloven *Bonjour, Antoine*; podobně probíhá úvodní navazování kontaktu i v jiných rozhovorech tohoto typu, např. *Ave, císaři* (oslovení Trajána); *Buenos días, králi Ferdinande* (dále se píše o španělském původu Ferdinanda I. Habsburského); *Kaliméra, Herodote* (a rozhovor s antickým historikem je také zakončen *Tak antio, sbohem, Herodote*).

Pozornost představitelů historické vědy se ovšem dnes od vládců, bitev apod. obrací i k historické **každodennosti**, k prožívání historie obyčejnými lidmi, a ještě více se každodennost stává oblíbeným předmětem popularizace. V Časostroji je to velmi výrazné, zvláště v rubrikách *Jak se žilo a Módní pavlač*. I zde jsou čtenáři usilovně vtahováni do dějin, např.:

Vymódi se jako Říman! aneb co frčelo na Foru Romanu

Chceš vypadat jako správný Říman či Římanka? Ukážeme ti, jak na to! Když se budeš řídit našimi radami, určitě mezi ně zapadneš! [...] Budeš oblékat tuniku [...]. Přes tuniku ještě tógu [...]. Pozor, takový kousek do šatníku tě přijde pěkně draho! [...] Jako bohatý Říman budeš potřebovat pečetní prsten, vlastně je to taková starověká občanka! [...] Na obličej a krk si nanášej pudr z bílé křídly, arzeniku a olova. Jo, je to trochu jedovatá kombinace, ale co by Římanka neudělala pro krásu! [...] Frčí výrazně tmavé obočí [...]. Na jeho obarvení můžeš použít i prášek ze spálených mravenčích vajíček...

Dalším současným trendem, prosazujícím se ve společenských vědách, je bezpochyby **genderové** hledisko, resp. feministický pohled (v tomto případě na historii), snaha zrovnoprávnit *HisStory* a *HerStory*. Opět silně zasahuje popularizaci a je reflektován i v Časostroji, obvykle v rubrice *Holky v akci*. V římském speciálu je zaměřen na „slavné římské intrikánky“ (Messalinu a další), a dialog začíná: *Seznam se s císařovnamí, které šly přes mrtvolu!* Z tohoto zaměření ovšem „holky“ nevycházejí příliš pozitivně; lepší je to v některých jiných číslech, např. u manželek Karla IV. Ve stylizovaném

rozhovoru Anny Falcké s Karlem se přitom spojuje ženská perspektiva s akcentováním každodennosti.

Dialogickým žánrem je i **kvíz**, který se vztahuje k hlavnímu tématu a je vždy umístěn v závěru čísla. Autorky (resp. příslušné vnitrotextové subjekty) si povídají s implikovanými čtenáři i při vyhlášení výsledků:

7–9 bodů: Skvěle! Česká pravěká naleziště máš v malíčku. Už ti nic nebrání vyrazit na výpravu. Přejeme ti ostříží zrak a hodně štěstí!

[...]

0–2 body: Hrůza! Máš v tom českém pravěku pěkný guláš. Než někam vyrazíš na průzkum, raději si o dané lokalitě ještě něco nastuduj. Anebo si vezmi s sebou toto vydání Časostroje.

Na vsudypřítomné dialogičnosti jsou založeny i další žánry, jako stolní hry, plakáty, vystřihovánky, hádanky, a též recenze počítačových her s historickým zaměřením. A ještě nebyl zmíněn hlavní žánr, totiž **článek** (A. Starzec, 1999, se nakonec rozhodla svou knihu o popularizaci v polštině založit pouze na člancích). I v Časostroji jistě dominují články o nejrůznějších tématech; příznačně však je, že na začátku po nadpisu je vždy umístěn asi 4–5řádkový, tučně vtištěný **perex** plnící funkci upoutávky, veskrze dialogizovaný a kontaktní, složený takřka výhradně z otázek a výkřiků. Např. u článku s názvem *Po čem to kráčíš, pane?* aneb *Historie silnic a cest*:

Dokážeš si představit, že by na světě nebyly asfaltové silnice, dálnice a zpevněné cesty? Že tě bolí zadnice, jen na to pomyslíš? Tak si představ, že ještě v 19. století bylo cestování drncavé nepohodlné peklo! Nevěříš? Pojď se přesvědčit!

Položky nedialogické, věcné a faktografické, které tento popularizační styl vracejí do náruče stylu odborného, se v záplavě dialogů skoro ztrácejí, nicméně v pevné struktuře časopisu mají závažné místo a jsou zvýrazněny i graficky. Jsou to hojné rámečky, které obsahují historická data (jména, místa, letopočty, čísla), a tzv. *Vizitky*, stručně (v bodech) přibližující životopisy historických osobností. Někdy bývá zařazen i *Slovníček*. K tomu přistupují názorné ilustrace, mapy, plánky, a vše je vzájemně proodkazováno; jde tedy o opravdu náročně strukturované, ale přitom maximálně zpřístupněné hypertexty. Hlavní text je vždy doplněn texty paralelními, vznikají tu různé linie výstavby textu, v polyfonické instrumentaci sem vstupují různé hlasy. V jednotlivých liniích a hlasech se leccos opakuje, nebo nejdříve rozvádí a pak shrnuje; a právě zásada opakování v různých formách bývá uváděna

jako příznačná pro popularizaci. Čtenář má možnost si vybrat: spíše linii vzdělávací, nebo zábavnou, nebo vyloženě interaktivní (odpovídá na otázky, luští hádanky, hraje hry).

Čtenáři se tak při četbě neustále pohybují mezi minulostí a přítomností (svět současného dítěte navozuje mj. i přirovnání pravěké osady k *Hobitínu*), a navíc mezi historickými fakty a fikcí. Z těchto neustálých přechodů a přesunů vznikají někdy i situace vsutku humorné – např. když je čtenář chronoportován do 18. století, aby udělal interview s Marií Terezií: „*Poslali mě z roku 2017 s gratulací k tvým třístým narozeninám,“ vyklopíš pravdu.* A podobných komických výsledků „zcizování“ tu najdeme víc. Třeba v rozhovoru s Moravanem Fr. Budíkem, který vedl roku 1896 výpravu rakouských námořníků na ostrov Guadalcanal. V rozhovoru Budík říká: „*Příští rok oslavím sté výročí své smrti.*“ V jiném interview přemítá Přemysl Oráč: „*Možná jsem nikdy ve skutečnosti nežil. Stejně jako Libuše. Každopádně o nás existují legendy a ty jsou nesmrtelné.*“

Zajímavé výsledky přináší také analýza **jazyka** těchto popularizačních textů. Snad všechny práce pojednávající o popularizačním stylu/diskursu vzdvihují fakt, že se popularizační texty (na rozdíl od vědeckých, teoretických) přibližují – někdy možná podbízejí – adresátům i **jazykem** – kvalitou, kterou lze označit jako **hovorovost, kolokviálnost**... Poměry v jednotlivých jazycích jsou tu samozřejmě odlišné. V Časostroji se kolokviální výrazy vyskytují, ale jsou zařazovány uvážlivě. Texty jsou psány velice kvalitní, živou, ale v převážné většině neomylně **spisovnou** češtinou. Příznakové lexikální jednotky lze považovat vesměs za exponenty tzv. hovorové češtiny, nevyskytují se ani výrazy slangové, ani vulgarismy, ani výrazy přehnaně expresivní.

Výše jsem uváděla, že se autoři Časostroje brání přehnané honbě za lacinými senzacemi. Pokud chtějí čtenáře zaujmout atraktivními texty, nemohou se ale ubránit úplně, což vede i k užívání „reklamních“ **hodnotících** výrazů jako *největší, nejmocnější, nejkrásnější, nejbohatší, slavný, úžasný, skvělý, nevýslovný, neuvěřitelný, ohromný, obří*, ale na druhé straně i *krutý, drsný, smrtící*... Rozložení hodnotícího lexika zřejmě odpovídá konstatování M. Bondi a A. Sezzi (2016), že v popularizačním diskursu (na rozdíl od akademického) převládají výrazy s pozitivní sémantikou.

Autoři a redaktorky časopisu tedy mladé čtenáře aktivizují, probouzejí v nich zájem o historii a vedou je k samostatnému uvažování o daných problémech. Přesně v duchu výsledků Caroline Coffin (2006), která v práci

o školním historickém diskursu na základě důkladného průzkumu předvedla, jak by se žáci a studenti na pozadí informací o historii měli učit hodnotit, argumentovat a vyvozovat závěry. V každém čísle jsou čtenáři mnohokrát vybízeni, aby si udělali vlastní názor – a to obvykle na podkladě rozporuplných interpretací nebo protichůdných pojetí. Např. u příchodu praotce Čecha rekapituluji autoři názory kronikářů Kosmy, Dalimila a Hájka z Libočan, i některé další – a nakonec se ptají: *Že by praotec českého národa přece jen existoval? Napiš nám svůj názor na adresu...* Kladou ale i otázky obecnější – třeba zda je možno „přepisovat dějiny“ (byť i v dobrém úmyslu, aby bylo pozvednuto sebevědomí národa), nebo zda by měly být historické památky vždy ponechány v zemi původu... Informace z různých zdrojů a pramenů přitom autoři parafrázuji, na rozdíl od vědeckých textů nejde o doslovné citace doprovázené přesnými odkazy.

Nejen do odborné historiografie, ale i do popularizačních textů přitom dnes stále více proniká historie **alternativní**; proto v Časostroji nacházíme i rubriku (ne úplně pravidelnou) *Bylo to jinak* (využitou např. k vyvrácení některých mýtů kolem Jana Husa), nebo články s nadpisem typu *Co by se stalo, kdyby Přemyslovci vládli další století?* Čtenář je vyzýván: *Pojď si tak trochu zafantazírovat... Jak by se historie vyvíjela, kdyby Václav III. nezemřel? Napiš nám...* A do tohoto okruhu patří i fiktivní rozhovor Matyáše Korvína s Mikolášem Alšem, který právě maluje slavné plátno Setkání Jiřího z Poděbrad s Matyášem Korvínem. Korvín se rozhodl přijít malíři vyčinit, jak zkresluje historii. A čtenáři se opět mají k „přepisování historie“ vyjádřit. Dělají to zřejmě rádi, a většinou zároveň chválí: *Jste super časopis!* Ostatně z dopisů mladých čtenářů je patrné, že volbu témat oceňují – často i jako přínosný doplněk ke školní výuce dějepisu.

G. Myers (2003) popisuje popularizační diskurs jako kontinuum zahrnující nejružnější žánry, v jejich rámci dále rozmanité registry, rétorické techniky apod.; jednotlivé texty pak mají nutně hybridní charakter. Stephen Hilgartner (1990) pak píše, že „popularization is the matter of degree“. Popularizace historie adresovaná dětem představuje jistě specifický stupeň a specifickou oblast tohoto kontinua; pokusila jsem se předvést jednu konkrétní realizaci tohoto stupně, značně vzdálenou od prototypického odborného (vědeckého) stylu, avšak podle mého soudu zdařilou a úspěšnou.

Literatura

- Barthes R., 1967/2007, *Diskurz historie*, „Česká literatura“, 53, č. 6, s. 815–827.
- Benediktová S., 2006, *Porovnání stylu vědeckých a popularizačních textů*. Diplomová práce. Praha.
- Beneš Z., 2017, *Historická výročí jako zpřítomňování dějin. – Přednášky z 60. běhu Letní školy slovanských studií*, Praha, s. 182–194.
- Bondi M., Sezzi A., 2016, *Evidence (re)presentation and evidentials in popular and academic history: facts and sources speaking for themselves*. „KALBOTYRA“, 69, s. 7–28.
- Calsamiglia H., 2003, *Popularization discourse*. „Discourse Studies“, 5 (2), s. 139–146.
- Coffin C., 2006, *Historical Discourse. The Language of Time, Cause and Evaluation*, London–New York.
- Čechová M., Krčmová M., Minářová E., 2008, *Současná stylistika*, Praha.
- Čmejrková S., Daneš F., Světlá J., 1999, *Jak napsat odborný text*, Praha.
- Filipec J., 1955, *Rozbor odborného stylu a jeho vnitřní diference*, „Slovo a slovesnost“, 16, č. 1, s. 37–52.
- Findra J., 2004, *Štylistika slovenčiny*, Martin.
- Haman A., 1994, *Čas a vyprávění Paula Ricoeura*, „Česká literatura“, 42, č. 6, s. 621–627.
- Haman A., 2012, *Paul Ricoeur: Čas a vyprávění. – Průvodce po světové literární teorii 20. století*, ed. V. Macura, A. Jedličková, Brno, s. 597–608.
- Havránek B., 1932, *Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura. – Spisovná čeština a jazyková kultura*, ed. B. Havránek, M. Weingart, Praha, s. 32–84.
- Hilgartner S., 1990, *The dominant view of popularization: Conceptual problems, political uses*, „Social Studies of Science“, 20, s. 519–539.
- Hyland K., 2010, *Constructing proximity: Relating to readers in popular and professional science*, „Journal of English for Academic Purposes“, 9, s. 116–127.
- Chlebda W., 2018, *Jak historia odkłada się w pamięci, jak pamięć odkłada się w języku?* Předneseno 25. 8. 2018 na 16. mezinárodním kongresu slavistů v Bělehradě.
- Jedlička A., Formánková V., Rejmánková M., 1970, *Základy české stylistiky*, Praha.
- Jelínek M., 1995, *Stylistika. – Příruční mluvnice češtiny*, ed. P. Karlík, M. Nekula, Z. Rusínová, Praha, s. 701–783.
- Jelínek M., 2002, *Odborný styl. – Encyklopedický slovník češtiny*, ed. P. Karlík, M. Nekula, J. Pleskalová, Praha, s. 454–456.
- Kaderka P., 2016, *Sféra odborné komunikace. – Stylistika mluvené a psané češtiny*, J. Hoffmannová et al., Praha, s. 182–221.
- Kowalczyk I., Kiec I. (eds.), 2015, *Historia w wersji popularnej*, Gdańsk.

Konstruování obrazu minulosti zaměřené na dětské adresáty

JANA HOFFMANNOVÁ

- Kraus J., 1966, *Kvantitativní rozbor stylu pracovních návodů*, „Naše řeč“, 49, č. 4, s. 193–199.
- Krčmová M., 1999, *Rozbité zrcadlo. Nad textovou výstavbou současného popularizačního textu*. – *Dyskurs naukowy – tradycja i zmiana*, ed. S. Gajda, Opole, s. 271–281.
- Křístek V., 1972, *K otázce funkčního rozpětí odborného stylu*, „Slovo a slovesnost“, 33, č. 2, s. 173–178.
- Mistrík J., 1975, *Paralely mezi populárním a vědeckým textem*, „Kultúra slova“, 9, č. 8, s. 269–272.
- Mistrík J., 1997, *Štylistika*, 3. upr. vyd., Bratislava.
- Mlacek J., 1996, *Popularizácia vedeckých poznatkov a popularizačný štýl*. – *Studia Academica Slovaca*, 25, Bratislava, s. 134–144.
- Myers G., 2003, *Discourse studies of scientific popularization: questioning the boundaries*, „Discourse Studies“, 5 (2), s. 265–279.
- Pauliny E., 1968, *O slohu*. – *Slovenská gramatika*, E. Pauliny, J. Ružička, J. Štolc, Bratislava, s. 489–562.
- Pavlovič J., 2011, *Prednášky zo štylistiky slovenčiny*, Trnava.
- Ricoeur P., 2000–2007, *Čas a vyprávění 1–3*. (Tems et récit 1–3, Paris 1983–1985), Praha.
- Ricoeur P., 2000, *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, Paris.
- Starzec A., 1999, *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Opole.
- Starzec A., 2013, *Styl popularnonaukowy – Styl dyskursu popularnonaukowego*. – *Stylę współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, ed. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków.

Constructing an image of the past for young readers: mixing styles and genres

The monthly magazine *Časstroj (Time Machine)*, published in the Czech Republic since 2011, is meant to enable “a fun journey into history” for readers aged 7–15. Several years ago, this magazine took 2nd place in a competition organised by the Czech Academy of Sciences for the popularisation of science. The paper considers how this specifically-profiled popularisation of history oscillates between academic (pedagogical, didactic), everyday communicative and “entertainment” styles, as well as how the entertainment function of language and texts is promoted in contemporary communication. Attention is devoted to the fact that in this popularising discourse – probably much more than in scholarly historiography – narration merges with commentary, and historical fiction has a specific use. The selection of topics and historical events is determined with a consideration of young readers, who are transported into history and directly integrated into past events. The magazine’s authors and editors

Stylistyka XXVIII

engage their intended readers in continuous dialogue and maintain live contact with them. The paper also presents the various genres which appear in the magazine (from myths, legends and fables to comics, including, e.g. “historical detective stories”). It further recalls and accents everyday life in history in this popularising discourse and its connections to the gender perspective (female perspective), among others. Emphasis is also placed on the educational function of the texts – on how young readers are encouraged to be actively interested in history and to be independent thinkers (e.g. through alternative history).

Keywords: popularising style; informative, educational, entertainment function of language and texts; narration; dialogue and contact with intended readers; mixing of styles, genres, discourses