

* RECENZE *

Tradice a inovace: bolestný problém návaznosti a původnosti

Valček, P.: Slovník teórie médií A–Ž. Literárne informačné centrum, Bratislava 2011.

Vydání slovníku tohoto typu je jistě záslužné, užitečné, stejně jako silně inovativní slovníky, jimž nás nyní zahrnuje polská literární věda a teorie masmediální komunikace.¹

I zde se však opakuje stejný problém: do jaké míry je slovník inovativní a informuje o novém a do jaké míry musí ve výkladu zachovat tradiční pojmy a jejich interpretaci. Posuzovatelé pěkně vypraveného svazku Andrej Tušera a Pavel Horiňák, oba profesori, nejsou primárně literárními vědci. Specializace A. Tušera je na internetu uvedena jako „žánrológia“, konkrétně žurnalistické žánry, P. Horiňák se zas zabývá marketingovou komunikací. Pojem žánrologie se v našich zeměpisných šířkách neuzívá, spíše je typický pro Rusko, u nás je zavedený pojem „genologie“ známý ve světě od 30. let 20. století, již etablovaná vědní disciplína s rozpracovanou metodologií. V této oblasti není tedy třeba diletovat a vymýšlet již vymyšlené. Zde se obávám, že je i kámen úrazu, tedy slabá propojenost se stávajícími i tradičními výzkumy v oblasti genologie a teorie literatury, na nichž by bylo možné inovativně postavit i výklad nových jevů. Prostě není třeba jásat nad každou deklarovanou novinkou. Autor se s tím vyrovnává v podstatě se ctí, je to dáno i jeho značnou lexikografickou zkušeností; jeho orientace na teoretické pojmy hraničící s obecnou metodologií, teorií informace, sémiotikou a filozofií je tu zřetelná. Je však i tu jasné, že se soustředí pouze na některé prameny, často nikoli prvotní, spíše odvozené, patrně mu z nějakých důvodů bližší nebo známé, jiné ponechává stranou. V tomto skupinovém a vkusovém vnímání pramenů se tento slovník podobá českému slovníku, jenž se objevil také docela nedávno.² Určitou, i když pochopitelnou slabinou slovníku je fragmentárnost uvedené odborné literatury. Zajímavé je, že někde tu absentují celé mezinárodně uznávané knihy, jinde se objevují odkazy i na marginálie; v tom spatřuji určitý nepoměr. I když třeba existuje dostupný překlad do bližšího jazyka, např. češtiny, již Slováci běžně čtou, jak dobře víme, na rozdíl od řady Čechů, kteří slovenskou produkci čtou bohužel jen zřídka, je tu jen dávný originál, navíc tíže dostupný (N. Frye). Nejhůře dopadla klasická, tradiční hesla. U samotného pojmu „žánre“ nenajdeme ani odkaz na klasické práce P. van Tieghema, ale ani – což šokuje – J. Hvišče, ani na českou odvozenou a originalitu jen předstírající Encyklopedii literárních žánrů. Na jiné věci raději ani neupozorňuji, abych

¹ Viz např. naši recenzi: Nové literární žánry – nová genologie? (Paulina Potrykus-Woźniak: Słownik Noech gatunków i zjawisk literackich. ParkEdukacja, Warszawa – Bielsko-Biała 2010). Opera Slavica 2011, roč. XXI, č. 1, s. 54–56. ISSN 1211-7676.

² R. Müller, P. Šidák (eds): Slovník novější literární teorie. Glossář pojmů. Academia, Praha 2012.

nebyl obviněn z podjatosti. Lehce se kritizuje, zkus si to napsat sám, mohla by znít odpověď a z toho vycházím, když se snažím posuzovat tolerantně, i když koneckonců nikdo nikoho k psaní takových kompendií nenutí. Vcelku nemá smysl uvádět, co v slovníku chybí, to je všude a vždy běžně, spíše nás zajímají systémová bílá místa, a to nejen v odborné literatuře, na niž se odkazuje, ale i absence podstatných titulů, zatímco ty nedůležité a méně odborné, odvozené a nepůvodní jsou uváděny běžně. Tím se o oboru vytváří poněkud falešný obraz. Prostě platí jako dnes všude jinde: originalita nemá hodnotu, tu mají naopak obratní kompilátoři, kteří mohou pak vypadat jako tvůrci celých oborů. To je ovšem možné jen v humanitních pseudovědách. Tedy ten, kdo chce objevovat a být za to uznáván, měl by se od těchto „věd“ obrátit rychle na útěk, nebo se naopak snažit situaci v nich radikálně změnit.

Nejdříve jsem si myslel, že slovník bude soustředěn na teorii médií, ale nakonec to dopadlo tak, že jde o směs tradičních pojmů a pojmů relativně novějších, teorie masmediální komunikace je tedy juxtaopozičně řazena k tradičním lexikálním vrstvám. Tak se stane, že odtud vypadnou zavedené publikace a objeví se věci okrajové, jež však ani nejsou aplikací na teorii médií. V této jisté neujasněnosti vidím hlavní problém slovníku i jeho praktickou uplatnitelnost. Další problém je obecnější povahy a týká se řady dalších příruček. Již neplatí, že se odkazuje na předchůdce, prostě někde se začíná rokem nula. Tento „revoluční“ přístup příliš neuznávám: člověk by se měl snažit vycházet z toho, co už vzniklo a neobjevovat objevené nebo, jak se říká, Ameriku po Fěničanech, vikinzích a Kolumbovi.

Psát stručnou recenzi nebo glosu pro mě znamená hledat problémy, často i obecnější povahy: zde bych je tedy viděl v tom, že ještě není jasný předmět teorie médií a jeho žánrová struktura. To nic podstatného nemění na potřebnosti a vlastně prospěšnosti takového slovníku pro studenty, odborníky a další: jen se obávám, že nezískají přesný a autentický obraz celé soustavy pojmů a jejich i aplikační rovinu synchronní a hlavně diachronní.

Ivo Pospíšil

Дубровина, К. Н.: Библиейские фразеологизмы в русской и европейской культуре. Флинта, Наука, Москва 2012, 264 стр.

Библиейская фразеология, как кажется, является одной из наиболее часто исследуемых областей. Однако, несмотря на наличие сравнительно большого количества как теоретических, так и фразеографических работ по данной теме, многие проблемы библиейской фразеологии до сих пор не решены окончательно.

В частности, спорным остается часто констатируемый интернациональный характер библиейской фразеологии (ср. Степанова 1994: 132; 2003: 38; 2008: 109). Проблематичным является, как кажется, и само определение библиейских ФЕ и тем самым их отграничение от других единиц. Спорными оказываются, в частности, те единицы, которые не обладают идиоматичностью (ср. Картина 2011: 174). Во многих случаях вызывает вопросы и включение в число библиейских так называемых «косвенных» (см. Вальтер, Мокиенко 2009: 11; Степанова 2003: 40–41; 2004: 65). При составлении фразеологических словарей нередко возникает проблема с отсылкой