

FUNKČNÉ HODNOTY IMPERATÍVU V RADE A NÁVODE V PUBLICISTICKÝCH TEXTOCH O BÝVANÍ¹

Zuzana Popovičová Sedláčková

*Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave
Gondova 2, Bratislava
E-mail: zuzana.popovicova.sedlackova@uniba.sk*

POPOVIČOVÁ SEDLÁČKOVÁ, Zuzana: Functional values of imperative in the COUNSEL and the INSTRUCTIONS in journalistic texts about housing. Slovenská reč, 2022, Vol. 87, No. 1, pp. 80 – 88.

Abstract: The contribution is based on the knowledge that the speaker, with his statement realized in a certain communication situation, not only says something but also does something - evaluates, announces, praises, etc. In other words, we follow the communication (illocutionary) functions of statements, by which the speaker expresses his attitude to the propositional content of the sentence and realizes his intentions. Based on journalistic texts about housing, the article focuses only on a narrow range of issues – weaker challenges such as the COUNSEL and INSTRUCTIONS. The article also focuses on their formal signaling through grammatical language means and on their functionality in these thematically specified journalistic texts.

Keywords: imperative, communication function of utterance, directive communication function, challenge, imperative value

Článok v skratke:

- Príspevok si všima polyfunkčnosť morfológického imperatívu.
- Príspevok sa zaoberá pragmatickým a komunikačným využitím jazykových prostriedkov vo výpovediach s komunikačnou funkciou rady a návodu.
- Materiálovú bázu tvorili publicistické texty o bývaní.

1. ÚVOD

Ústrednou témou príspevku sa stalo sledovanie viet a súvetí typu *Na masívne drevené police vystavte porcelán, keramiku, drevené misy, obrazy, košíky a vázy. – Celý aranžmán doladte prírodným jutovým kobercom a, samozrejme, sviečkami. – Zamyslime sa nad prepojením vonkajších a vnútorných priestorov. – Víno uschovajte v čo najtmavšom priestore.* a mnohých ďalších.

Naznačený výber výpovedí reaguje na našu prvotnú výskumnú otázku, aké pragmatické a komunikačné využitie má morfológický imperatív a ako sa s jeho polyfunkčnosťou vyrovnávajú používatelia jazyka pri interpretácii vybraných publicistických textov o bývaní. Vzhľadom na rozsahové možnosti príspevku pozornosť smerujeme k sústredenejšiemu záujmu o rozkazovací slovesný spôsob v direktív-

¹ Príspevok vznikol v rámci riešenia grantovej úlohy VEGA 1/0553/18 s názvom *Pragmatické a gramatické princípy zo zreteľom na kultivovanie používateľskej praxe*.

ných výpovediach s funkčnou hodnotou RADY² (resp. ODPORUČENIA) a NÁVODU (resp. INŠTRUKCIE), ktoré sme vyexcerpovali z magazínov *Môj dom* a *Pekné bývanie na webe* (presnejšie z ich online verzií), a všímame si tiež ich typické spôsoby signalizácie prostredníctvom gramatických jazykových prostriedkov. V dôsledku koncentrácie na predstavený výsek problematiky má naše uvažovanie skôr povahu parciálnej sondy, ktorá nemá ambíciu priniesť vyčerpávajúci výklad či definitívne závery, ale skôr ponúknuť istý pohľad či inšpirácie pri skúmaní jazykových prostriedkov a ich využitia v rôznych komunikačných situáciách.

2. JAZYKOVÝ MATERIÁL

Zdrojovým materiálom predkladanej sondy boli texty z mesačníka *Môj dom* a *Pekné bývanie na webe*. Ilustračný materiál sme excerpovali z textov väčšieho časového rozpätia, konkrétne sme si všímali texty uverejnené od r. 2019 do r. 2021. Pri textových ukážkach, ktoré slúžia ako príklady, uvádzame skrátený odkaz na východiskový text vo forme: MD (= *Môj dom*) alebo PB (= *Pekné bývanie na webe*) s doplnením dátumu, v ktorom bol príspevok na internete zverejnený (napr. 20. október 2021). Zoznam textov, z ktorých boli použité príklady pre potreby tejto práce, uvádzame v záverečnom zozname internetových zdrojov. Voľba výhradne internetových verzií magazínov bola motivovaná najmä tým, že sú pre verejnosť ľahšie dostupné a zároveň sa k jednotlivým textom dá sprostredkovanne dostať (po zdieľaní, „prelinkovaní“) aj z iných internetových portálov a sociálnych sietí (*Môj dom* je začlenený do siete Zoznam, *Pekné bývanie na webe* zas do siete Nový čas). Jednotnosť pri sledovaní online verzie sme zvolili aj preto, že tlačенá verzia magazínov (rovnomený tlačенý časopis *Môj dom* a tlačенý časopis *Pekné bývanie*) nemusí byť vždy identická s online verziou, v ktorej môžu byť uvedené príspevky aj z iných zdrojov.

3. KOMUNIKAČNÁ FUNKCIA VÝPOVEDE

Východiskom pri rozvíjaní našich myšlienok je poznatok, že prednesením vety autor výpovede v konkrétnej komunikačnej situácii nielen niečo hovorí, ale zároveň aj niečo koná (radí, informuje, súhlasí, varuje, chváli, ponúka...). Do popredia sa tak dostáva potreba odlišovať medzi funkčným potenciálom formy vety a aktuálnou komunikačnou funkciou konkrétnej výpovede (ako na to upozornili napr. Searle 2007; Dolník 2013; Grepl – Karlík 1998; Grepl 2011 a ďalší). Výpoveď teda chápeme ako vetu, ktorá je ukotvená v konkrétnej komunikačnej situácii a z pohľadu jej tvorca má určitú aktuálnu komunikačnú (ilokučnú) funkciu.

Pri dešifrovaní jednotlivých typov komunikačných funkcií sú nápomocné ustá-

² Konkrétne komunikačné funkcie zaznačujeme z dôvodu lepšej prehľadnosti kapitálkami (inšpirujúc sa spôsobom zápisu, ktorý je častý v odborných prácach, porov. použitú literatúru).

lené jazykové prostriedky, ktoré slúžia ako signalizátory konkrétnej komunikačnej funkcie. Na konštituovaní komunikačnej funkcie sa podieľajú súčasne viaceré jazykové prostriedky: morfológické (napríklad slovesný spôsob, vid, negácia), lexikálne (najmä častice, modálne slovesá, zámená), fónické prostriedky (intonácia, tempo), v písaných textoch sú to interpunkčné znamienka (otáznik, bodka, výkričník), syntaktické prostriedky či slovosled. Prirodzene, jazykové prostriedky sa realizujú pri viacerých typoch komunikačných funkcií a to, ktorú komunikačnú funkciu aktuálne indikujú, naznačuje ich ustálené usporiadanie. Ustálená konfigurácia jazykových prostriedkov podmieňuje existenciu konvencionalizovaných výpovedných foriem, ktoré používatelia jazyka registrujú ako prvotné signály, ktoré im napovedajú, s akým zámerom sa výpoveď realizuje a akú má komunikačnú funkciu (podrobnejšie napr. Grepl – Karlík 1998; výberovo aj Sokolová 2020).

3.1 VÝPOVEDE S DIREKTÍVNOU KOMUNIKAČNOU FUNKCIOU A FUNKČNÉ HODNOTY RADY A NÁVODU

Ako sme signalizovali už aj v úvode, v príspevku koncentrujeme našu pozornosť iba na značne zúžený aspekt problematiky tematizujúci komunikačné funkcie výpovedí. Zaujímajú nás direktívne výpovede slabšej sily (konkrétne iba RADA a NÁVOD), ktoré boli vo vybraných časopisoch signalizované slovesom v imperatíve.

Direktívnych komunikačných funkcií s výzvovou komunikačnou funkciou (t. j. výpovedí, ktorých cieľom je vyjadriť výzvu, apel, aby adresát konal v nadväznosti na vôľu a požiadavky hovoriaceho) je viacero typov. Odlišujú sa od seba na základe imperatívneho postoja rôznej sily, v dôsledku čoho nadobúdajú v komunikácii rôzne funkčné hodnoty. Vychádzame tak z poznámky o existencii dvoch typov výzev – 1. zaväzujúcich a 2. nezaväzujúcich (Grepl 2011, s. 189; Grepl – Karlík 1998, s. 450 – 451; Ivanová 2016, s. 214). V prvom type výzev je sila výzvy hovoriaceho smerom k adresátovi podmienená asymetrickým vzťahom medzi komunikantmi, pričom adresát sa podriaďuje hovoriacemu. Nutnosť (záväznosť) konať/nekonať podľa vôle hovoriaceho spravidla vychádza z nutnosti dodržiavať zákon, nariadenie, zmluvu a pod. Patrí sem preto napríklad POVEL, ROZKAZ, PRÍKAZ, OBJEDNÁVKA, NARIADENIE a iné. V prípade výzev druhého typu ide o výzvy nezaväzujúce, menej autoritatívne, so slabšou mierou naliehavosti.

Imperatívne funkčné hodnoty RADY a NÁVODU sú výzvy so slabším imperatívnym postojom a vo vybraných magazínoch patria k dominantným komunikačným funkciám. Predurčuje ich na to už samotná tematická vyhranenosť časopisov *Môj dom* a *Pekné bývanie na webe*. Hlavným poslaním magazínov³ je prinášať informácie o zveľadení interiéru a exteriéru bytu a domu, o nových trendoch pri ich zariad'o-

³ Podľa charakteristiky na <https://predplatne.doma.sk/rocne-predplatne-pekne-byvanie/> (*Pekné bývanie na webe*) a (<https://predplatne.jaga.sk/moj-dom/polrocne-predplatne-moj-dom/>) (*Môj dom*).

vaní, ale aj o funkciách moderných domácich spotrebičov v záujme ekologickejšej domácnosti. V stálych rubrikách časopisov nechýbajú ani rady odborníkov uplatniteľné pri výstavbe a rekonštrukcii rodinného domu, bytu alebo záhrady či balkóna. Aktérmi interakcie sú preto redaktori časopisov (v pozícii sprostredkovateľov odborných poznatkov a tiež autorov vlastných tvorivých príspevkov) a laici so záujmom o poradenstvo pri kúpe nehnuteľnosti, jej rekonštrukcie a zveľadenia a tiež s túžbou inšpirovať sa pri zariaďovaní príbytkov. Magazíny môžu ako zdroj inšpirácií či doplnkový materiál poslúžiť taktiež profesionálnym príjemcom, napríklad interiérovým dizajnérom, architektom či (umeleckým) remeselníkom. Dôležitým predpokladom na to, aby boli čitateľmi konkrétne výpovede interpretované ako RADA alebo NÁVOD je jednak to, aby autor zohľadňoval záujem čitateľa o jednotlivé témy týkajúce sa zveľadenia vlastného bývania, na druhej strane by mal prijímateľ vnímať text ako relevantný zdroj informácií a redaktora časopisu ako dôveryhodného sprostredkovateľa (aj odborných) informácií alebo kreatívnych nápadov. RADA a NÁVOD adresáta nezaväzujú dej vykonať. Produktor výpovede v prípade RADY prináša informácie alebo nové pohľady na známu skutočnosť, o ktorých predpokladá, že nimi prijímateľ (čitateľ časopisu) nedisponuje a mohol by si ich preto osvojiť a uplatniť vo vzťahu k svojmu bývaniu. Pokiaľ ide o NÁVOD, autor ponúka adresátovi postupnosť krokov (inštrukcie) pri výrobe dekorácií, oprave nábytku či drobných stavebných a kreatívnych činnostiach, ktoré môže realizovať sám adresát vlastnou tvorivou činnosťou. Skrátka, pri sledovaných funkčných hodnotách RADY a NÁVODU by mal získať benefit najmä samotný adresát (napr. v zmysle zútulnenia bývania, uľahčenia rozhodovania pri výbere stavebného materiálu alebo moderných spotrebičov a pod.).

Dôvod, prečo sme do užšieho záberu zaradili iba výpovede obsahujúce predikát v rozkazovacom spôsobe, je ten, že imperatív je primárnym indikátorom výpovedí s direktívnou komunikačnou funkciou. Na druhej strane, imperatív je prostriedok polyfunkčný a môže sa spolupodieľať na kreovaní viacerých funkčných hodnôt imperatívneho postoja.

3.2 SIGNALIZÁCIA RADY A NÁVODU V PUBLICISTICKÝCH TEXTOCH O BÝVANÍ

Spôsoby signalizácie výzvoých výpovedí s funkciou RADY a NÁVODU sú v časopisoch rozmanité a vzájomne sa dopĺňajú. Na jednej strane sú niektoré jazykové prostriedky signalizácie funkcií konvencionalizované (forma výpovede je tvorená ustálenou konfiguráciou jazykových prostriedkov), a preto predznamenávajú samotnú funkciu výpovede ako rady či návodu. Na druhej strane však orientácia aktérov v konkrétnej komunikačnej situácii, v ktorej je výpoveď realizovaná, môže roztvoriť pragmatický potenciál jednotlivých výpovedí, v dôsledku čoho nemusí byť forma

výpovede typická pre RADU a NÁVOD s touto funkciou aj stotožňovaná. Ako relevantné jazykové prostriedky indukujúce RADU a NÁVOD (vychádzajúc z Grepla – Karlíka 1998; Grepla 2011) s dôrazom na publicistické texty o bývaní sa nám ukázali tieto:

a) Morfológický imperatív (rozkazovací spôsob)

Typickým signalizátorom direktívnych výpovedí je morfológický imperatív (Grepl 2011, s. 190). Imperatív má v slovenčine širšie komunikačné využitie a okrem primárneho významu (konať dej na základe vôle hovoriaceho) má aj sekundárne štylistické (Morfológia slovenského jazyka, 1966, s. 546) a pragmatické uplatnenie. Autor výpovede môže svoju vôľu adresovanú prijímateľovi, aby vykonal/nevykonal dej, formulovať individuálnemu adresátovu (2. osobe sg.) alebo kolektívu prijímateľov (2. osobe pl.), resp. vôľu adresuje kolektívu, ktorého je hovoriaci zároveň súčasťou (1. osobe pl.). Rozkazovací spôsob je hodnotený ako štylisticky príznakový najmä vtedy, ak je použitý v 2. osobe singuláru a túto podobu sme v časopisoch nezachytili. Naopak, značne frekventovaná bola podoba imperatívu v 2. os. plurálu. V pluráli sa príznakovosť rozkazovacieho spôsobu zvyčajne prehodnocuje, až stráca (porov. aj Místrík 1997, s. 174) a imperatív zvyčajne získava neutrálny ráz, pretože sa svojím významom približuje k oznamovaciemu alebo podmieňovaciemu spôsobu, a teda aj sila výzvy je pociťovaná ako menej nástojčivá. Imperatív v 2. osobe plurálu má preto potenciál byť v sledovaných výpovediach vnímaný nielen ako typický indikátor slabšej výzvy, ale zároveň aj ako štylistické ozvláštnenie textu a možný ekvivalent k oznamovaciemu alebo podmieňovaciemu spôsobu,⁴ čo zreteľne vidieť aj na ilustračnom príklade (P1), kde sa v rámci jedného súvetia „stretli“ viaceré slovesné spôsoby.

(P1): *...z kuchynskej linky uchmatnite formu na pečenie a vyplňte ju floristickou penou v tvare kruhu, do ktorej zapichnete dlhé sviečky...* (PB, 26. november 2021)

V excerptovaných textoch výrazne prevládal imperatív v 2. osobe plurálu. Výskyt imperatívnej formy v 1. osobe plurálu bol výnimočný a pri týchto výpovediach sa aktualizovala skôr imperatívna funkčná hodnota POVZBUDENIA, pri ktorej autor textu adresáta povzbudzuje k istému konaniu (spoločne s hovoriacim) v záujme dočielenia prospechu pre adresáta.

(P2): *Zamyslime sa nad prepojením vonkajších a vnútorných priestorov, dosiahneme tak omnoho lepší efekt.* (MD, 9. september 2021)

b) Vid slovesa v imperatívne

⁴ Uplatnenie 1. a 2. os. pl. indikatívu je taktiež bežné v pracovných návodoch a opisoch pracovného postupu.

Vid slovesa má potenciál ovplyvniť funkčné hodnoty imperatívneho postoja, a to takým spôsobom, že nedokonavé sloveso v imperatíve sa zvyčajne vníma ako zdvorilejšie a s menšou silou apelu (P3), čo by korešpondovalo so slabšou silou výzvy, rady a návodu. Naopak, dokonavé sloveso v imperatíve je pociťované zvyčajne ako ráznejšie (porov. ilustračne vytvorený P4) (porov. aj Grepl 2011, s. 193).

(P3): *Farbu nanášajte až po zaschnutí penetrácie...* (MD, 6. august 2019)

(P4): *Farbu naneste až po zaschnutí penetrácie...* (ilustračný príklad)

Na podklade sledovaných výpovedí v publicistických textoch sme však výraznú prevahu v použití nedokonavého vidu slovesa v imperatíve (P5) oproti dokonavému (P6) pri signalizácii RADY neidentifikovali. Pokiaľ však išlo o signalizáciu NÁVODU (P7) a (P8), postrehli sme miernu dominanciu v preferencii dokonavého slovesa nad nedokonavými tvarmi.

(P5): *...víno ukladajte do horizontálnej alebo šikmej polohy...* (MD, 13. september 2021)

(P6): *Ak máte radi vzdušnosť a nápaditosť, podporte ju farbami.* (PB, 8. november 2021)

(P7): *Penu vložte napríklad do okrúhlej formy na pečenie a celú plochu prikryte vysušeným machom. Z farebného výkresu vystrihnite 24 dlhých trojuholníkov.* (PB, 26. november 2021)

(P8): *Nábytok a police, trebárs z čiernej kovovej konštrukcie, doplníte okrúhlym nástenným zrkadlom v lahučkom drevenom ráme alebo konferenčným stolíkom.* (PB, 8. november 2021)

Tvar slovesa v imperatíve v dokonavom vide predstavuje pre adresáta častejšie výpoveď záväznejšiu – môže indikovať silnejšiu výzvu, akou je VAROVNÝ PRÍKAZ/ZÁKAZ, ale aj admonitívne výpovede s komunikačnou funkciou VÝSTRAHY, prípadne VAROVANIA (Grepl 2011, s. 193). Rozdiel medzi VÝSTRAHOU a VAROVNÝM ZÁKAZOM/PRÍKAZOM spočíva v tom, že VAROVNÝM PRÍKAZOM/ZÁKAZOM autor výpovede pôsobí na adresáta a motivuje ho k tomu, aby sa vyhol neželanému alebo nežiaducemu stavu, ktorý by mohol (v budúcnosti) pre adresáta nastať (P9), (P10). Avšak to, či ho adresát „poslúchne“, už nie je isté a autor to ani striktné nevyžaduje. VÝSTRAHA, VAROVANIE taktiež odvracia potenciálnu hrozbu, avšak autor výpovede očakáva, že adresát zareaguje, že zmení svoje konanie a odvráti tak negatívne dôsledky, vrátane sankcií.

(P9): *...vyhnite sa nadmernej vlhkosti, ktorá by ho (myslené víno) znehodnotila...*

(MD, 13. september 2021)

(poznámka k interpretácii: víno dlhodobo uskladnené v nevyhovujúcom priestore môže byť znehodnotené)

(P10): ...*dôkladne zväzť aj miesto výsadby, neustále presádzanie totiž nie je pre strom žiaduce...* (PB, 27. november 2021)

c) Interpunkcia

Silu imperatívu v prípade písaných textov podporujú alebo zoslabujú aj interpunkčné znamienka. V skúmaných publicistických textoch sa na konci viet s morfológickým imperatívom, ktoré môžu byť hodnotené ako RADA a NÁVOD, nachádzala takmer výhradne bodka. Táto skutočnosť zrejme súvisí aj s tým, že výkričník je frekventovanejší v prípade singulárového tvaru slovesa v imperatíve, kdežto v pluráli sa výkričník uplatňuje zriedkavejšie (Mistrík 1997, s. 174). Ojedinelosť výkričníka v kombinácii s imperatívom a aktuálnou komunikačnou situáciou môže posunúť interpretáciu sledovaných výpovedí skôr ku komunikačnej funkcii POVZBUDENIA (vychádzajúc z ilustračného príkladu (P11) ide o povzbudenie redaktorov časopisu k výrobe inovatívneho a „netradičného“ adventného venca) alebo NABÁDANIA (P12), pri ktorom je prijímateľ nabádaný k ekologickejšiemu spôsobu života vďaka využívaniu digitálnych technológií, ktoré sú bežnou súčasťou moderných kuchynských spotrebičov (resp. aj konkrétnej značky).

(P11): *Adventný veniec nemusí mať vždy podobu venca. Presvedčte sa sami!* (PB, 26. november 2021)

(P12): *Žite smart! Pri nákupe vybraných spotrebičov Bosch teraz získate časť peňazí späť* (PB, 26. november 2021)

d) Podmienkové konštrukcie

Komunikačná funkcia RADY a NÁVODU môže byť indikovaná aj podmienkovými konštrukciami (neraz doplnenými aj hodnotiacimi výrazmi):

(P13): *Ak máte radi vzdušnosť a nápaditosť, podporte ju farbami.* (PB, 8. november 2021)

(P14): *Ak chladíte dva a viac druhov vína, zaobstarajte si dvoj- alebo viaczónovú vinotéku.* (PB, 13. september 2021)

Podmienkové konštrukcie sú signalizátormi aj ďalších funkčných hodnôt výzev a spolu s vidom slovesa (v našom príspevku s vidom slovesa v gramatickom imperatíve tak ako sme na to stručne poukázali vyššie) posúvajú vnímanie konkrét-

nej výpovede viac k funkcii VAROVNÉHO PRÍKAZU/ZÁKAZU (P15).

(P15): *Ak je však izba orientovaná na sever, s minimom denného svetla, voľte radšej jasnejšie odtiene.* (MD, 22. október 2021).

e) Častica *radšej*

Pri signalizácii komunikačnej funkcie RADY a NÁVODU sa spomedzi lexikálnych prostriedkov môže ako sprievodný prostriedok uplatniť aj častica *radšej* (porov. Grepl 2011, s. 190).

(P16): *Radšej jej (myslené záhrade) nechajme priestor voľne dýchať a meniť sa.* (MD, 9. september 2021)

Explicitné spôsoby signalizácie RADY a NÁVODU prostredníctvom performatívnych formúl sú v textoch o bývaní výnimočné a realizujú sa najmä neimperatívnou formou spolu s vedľajšou vetou s *aby* alebo *ako* (*radíme vám, aby ste..., odporúčame vám, aby..., poradíme vám, ako...*). Podobne aj výskyt nadpisov článkov s explicitne použitým substantívom *rada, návod* (napr. *10 rád ako..., Rady a tipy, Návod na...*) môže podmieniť vnímanie konkrétnych výpovedí ako radu alebo návod. Ako sa však v rámci hlbšej sondáže ukázalo, nie všetky výpovedné formy zaradené pod nadpisom „*rada*“ majú aj potenciál byť interpretované ako akt rady (porov. (P17)).

(P17) *RADY A TIPY* (PB, 13. september 2021, výber)

víno nikdy nevystavte výkyvom teploty, teplotu ani mrazu (VAROVNÝ PRÍKAZ)
ukladajte ho do horizontálnej alebo šikmej polohy (RADA)

Omnoho bežnejšie sú však v textoch o bývaní práve implicitné spôsoby signalizácie komunikačných funkcií rady a návodu.

4. ZÁVER

V príspevku sme sa venovali direktívnym výpovediam s výzvovou komunikačnou funkciou, konkrétnejšie výzvam nezaväzujúcim, menej autoritatívnym, so slabšou mierou naliehavosti namierenou voči adresátovi, medzi ktoré patrí RADA (resp. ODPORUČENIE) a NÁVOD (resp. INŠTRUKCIA). Sústredili sme sa na skúmanie iba tých výpovedí, ktoré boli v publicistických textoch o bývaní indikované morfológickým imperatívom (motiváciou bola skutočnosť, že imperatív je dominantným jazykovým prostriedkom direktívnych výpovedí). Pri sondáži sa potvrdilo, že autori publicistických článkov narábajú s ustáleným súborom jazykových prostriedkov, ktoré zvyčajne komunikačnú funkciu rady a návodu predznamenávajú. Na druhej strane sa ale ukázalo aj to, že napriek ustálenému súboru jazykových prostriedkov funkčné hod-

noty imperatívneho postoja môžu oscilovať a konkrétna výpoveď tak nemusí byť interpretovaná len ako rada, návod, ale aj ako varovný príkaz, nabádanie alebo povzbudenie. V týchto prípadoch sa už potom stalo relevantným sledovanie témy textu a aktuálnej konfigurácie jazykových prostriedkov.

Literatúra

- DOLNÍK, J. (2013): *Všeobecná jazykoveda*. 2., dopl. vyd. Bratislava: Veda.
- GREPL, M. (2011): *Jak dál v syntaxi*. Brno: Host.
- GREPL, M. – KARLÍK, P. (1998): *Skladba češtiny*. Olomouc: Votobia.
- IVANOVÁ, M. (2016): *Syntax slovenského jazyka*. 2., dopl. vyd. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
- MISTRÍK, J. (1997): *Štylistika*. 3., upr. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo.
- RUŽIČKA, J. a kol. (1966): *Morfológia slovenského jazyka*. Bratislava: Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied.
- SEARLE, J. R. (2007): *Rečové akty*. Bratislava: Kalligram.
- SOKOLOVÁ, J. (2020): Formuly odpustenia, prepáčenia a ospravedlnenia v pragmatických súvislostiach. In: *Jazykovedný časopis*, 71/1, s. 5 – 23.

Internetové zdroje, z ktorých boli čerpané exemplifikácie:

- DERÍKOVÁ, M.: *Osem pravidiel pre vytvorenie pravej jesennej hygye nálady u vás doma*. Dostupné na: <https://doma.cas.sk/interier/osmoro-pre-vytvorenie-pravej-jesennej-hygye-nalady-u-vas-doma/> (cit. 30. 11. 2021)
- FALŤANOVÁ, K.: *Ako dodať obyvačke stratený šmrnc? Tu je 14 tipov, z ktorých si vyberie každý*. Dostupné na: <https://doma.cas.sk/interier/ako-dodat-obyvacke-strateny-smrnc-tu-je-14-tipov-z-ktorych-si-vyberie-kazdy/> (cit. 17. 11. 2021)
- KUHNOVÁ, E.: *Ako si vymalovať izbu bez zbytočných chýb*. Dostupné na: <https://mojdom.zoznam.sk/styl/farby-materialy/ako-si-vymalovat-izbu-bez-zbytocnych-chyb/> (cit. 17. 11. 2021)
- MACEKOVÁ, M.: *Máte radi víno, ale nemáte ho doma kam dať? Vyberte si zo štýlových vinoték*. Dostupný na: <https://mojdom.zoznam.sk/byvanie/domace-spotrebice/mate-radi-vino-ale-nemate-ho-doma-kam-dat-vyberte-si-zo-stylovych-vinotek/> (cit. 20. 10. 2021)
- MĚKOTOVÁ, A. – DERÍKOVÁ, M.: *Výjdite zo zaužívaných kolíají a dajte adventnému vencu novú podobu*. Dostupné na: <https://doma.cas.sk/diy-a-inspiracia/netradicny-veniec-adventny-veniec-nemusi-byt-len-v-tvare-venca/> (cit. 28. 11. 2021)
- PAUKEJE, K.: *Jednoducho a v súlade s tradíciami i prírodou: Rustikálny interiérový štýl*. Dostupné na: <https://mojdom.zoznam.sk/styl/dizajn/jednoducho-a-v-sulade-s-tradiciami-i-prirodou-rustikalny-interierovy-styl/> (cit. 20. 10. 2021)
- ZAVARSKÁ, S.: *Ako sa vyhnúť najčastejším chybám pri navrhovaní záhrady*. Dostupný na: <https://mojdom.zoznam.sk/zahrada-a-exterior/zakladanie-zahrady/ako-sa-vyhnut-najcastejsim-chybam-pri-navrhovani-zahrady/> (cit. 28. 11. 2021)
- <https://doma.cas.sk/zahrada/aky-strom-sa-hodi-do-mensej-zahrady-kedy-je-vhodna-doba-na-vysadbu-okrasnych-stromov-a-ako-postupovat/> (cit. 29. 11. 2021)
- <https://doma.cas.sk/technika/neplytvajte-jedlom-ani-miestom-a-ziskajte-peniaze-spat/> (cit. 29. 11. 2021)
- <https://mojdom.zoznam.sk/styl/farby-materialy/co-vsetko-dokaze-modra-farba-v-interieri/> (cit. 29. 11. 2021)