

Na káve so štýlom: multimodálna štylistická analýza komunikácie s kávomatom

Milan Ferenčík – Michaela Sepešiová

Inštitút anglistiky a amerikanistiky, Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove
milan.ferencik@unipo.sk
michaela.sepesiova@unipo.sk

Kľúčové slová: multimodálna komunikácia, multimodalita, multimodálna štylistika, funkčno-semiotický prístup k jazyku, gramatika vizuálneho dizajnu

Key words: multimodal communication, multimodality, multimodal stylistics, functional-semiotic approach to language, grammar of visual design

1 Úvod

Od etablovania sa lingvistiky ako vedeckej disciplíny začiatkom 20. storočia došlo v jej vývine k viacerým obratom, ktoré významne poznačili jej ďalšie smerovanie a ktoré viedli k jej postupnému vetveniu sa na výskumné oblasti s osobitnými školami a vlastnými výskumnými programami. Po počiatočnom sústredení sa na samotný jazyk sa postupne začala rozkrývať zložitosť jeho podstaty, a to v podobe viacerých výskumných obrátov (kognitívneho, komunikačno-pragmatického a sociálneho), ktorými sa jazykoveda dostala do styku s výskumnými oblasťami zameranými na človeka, jeho myseľ a fungovanie v spoločnosti. V poslednej dekáde 20. storočia došlo aj k multimodálnemu výskumnému obratu, ktorý vníma medziľudskú komunikáciu ako kombináciu použitia rôznych semiotických systémov (modov), pričom jazyk v nej často nehrá hlavnú úlohu. Výskum sa sústreďuje na to, ako a v akej miere sa na tvorbe významu podieľajú aj iné mody, pričom význam je synergickým výsledkom ich integrácie a súbežného pôsobenia. Nárast záujmu o výskum multimodalita koreluje s nástupom digitálnych technológií, ktoré vytvárajú množstvo platforiem na produkciu a recepciu multimodálnych textov, čo spätne vyvoláva potrebu redefinície gramotnosti digitálneho veku, ktorá okrem iného musí aj prehodnotiť pôvodnú výlučnosť jej jazykovej bázy a začleniť ju do novej hierarchie semiotických modov.

Obrat k multimodalite je užitočné vnímať na pozadí celkového odklonu od modernistickej pozitivisticko-paradigmaty interdisciplinárneho výskumu jazyka, v rámci ktorej sa jazyk vníma ako monolitická a ohraničená entita (*monolithic and bounded entity*) fungujúca v rámci hraníc národných štátov s prevládajúcim normatívnym jazykovým monolingvizmom a jazykovým plánovaním. V postpozitivistickom prístupe k jazyku sa spochybňuje jeho ontologický status a namiesto klasického sociolingvistického skúmania typu „kto hovorí akým jazykom, s kým a kde“ sa skúma komunikačná prax v celej jej komplexnosti a nepredvídateľnosti. Po tomto „odvynájaní“ jazyka (*disinvention*) (Makoni – Pennycook, 2007) a odklone od fonografickej centricity ako privilegovaného základu (západnej) gramotnosti sa skúmanie sústreďuje na „ľudskú jazykovú prácu“ (*linguistic human work*) (Makoni, 2017) ako súčasť multimodálnej komunikačnej praxe, v ktorej je jazyk „distribúovaný“ (*distributed language*) (Pennycook, 2018), t. j. integrovaný s celkovou zmyslovou telesnou činnosťou človeka, pri ktorej často nehrá hlavnú úlohu, a s prostredím, v ktorom sa používa.

V našej štúdií predkladáme analýzu komunikácie s kávomatom ako objektom tvoriacim súčasť každodennej ľudskej skúsenosti, ktorú pokladáme za multisemiotickú, keďže

komunikačné významy sa tvoria súbežne s účasťou viacerých semiotických systémov. Vychádzame z viacerých interdisciplinárnych prístupov, ktoré pomáhajú osvetliť multimodálne komunikačné procesy tvorby významu a ktorými sú geosemiotika, jazyková krajina, sociolingvistika globalizácie, no ako kľúčové analytické nástroje používame Hallidayovu systémovo-funkčnú lingvistiku a Kressovu a van Leeuwenovu gramatiku vizuálneho dizajnu.

V príspevku sa najprv zaoberáme problematikou multimodality vo vzťahu k štylistike (časť 2), následne predložíme svoju analýzu kávomatu ako multisemiotického objektu s použitím vybraných prístupov (časť 3) a venujeme sa možnostiam aplikácie princípov multimodality v pedagogickej praxi, osobitne pri jazykovom vyučovaní (časť 4).

2 Multimodalita

Pod termínom *multimodalita* rozumieme jednak vlastnosť medziľudskej komunikácie, ktorá označuje integrované využívanie viacerých semiotických systémov pri tvorbe významu, a jednak interdisciplinárnu oblasť spoločenskovedného skúmania. Prvý význam označuje „starý“ fenomén, keďže komunikácia je, a stále bola, vo svojej podstate multimodálna, a to z hľadiska vývoja človeka ako druhu, ako aj vývoja ľudského jedinca (Levinson – Holler, 2014). Na označenie spoločnej platformy pre skúmania pochádzajúce z oblastí semiotiky, lingvistiky, mediálnych štúdií, pedagogiky, sociológie a psychológie sa termín multimodalita začal používať až od 90. rokov minulého storočia (Jewitt – Bezemer – O’Halloran, 2016). Podľa P. Kaderku (2017) sa však tento termín po prvýkrát použil už v 20. rokoch 20. storočia v psychológii na označenie multisenzorickosti percepcie, čiže spoluúčasti viacerých zmyslov na percepcii a ich vzájomné ovplyvňovanie, pričom tento význam je prítomný aj v súčasných výskumoch. Je dôležité podotknúť, že „multimodálne štúdiá“ (O’Halloran – Smith, 2011) v súčasnosti predstavujú pomerne diverzifikovaný výskumný prúd s množstvom rozličných metodologických prístupov, pričom princípy multimodality boli skúmané už pred nástupom „multimodálneho obratu“, a to nielen v anglofónnom lingvokultúrnom prostredí.¹ Na etablovanie sa a ďalšie smerovanie multimodálneho výskumu mala zásadný vplyv funkčno-systémová lingvistika vypracovaná M. A. K. Hallidayom (1978, 1994; tiež Halliday – Mathiesen, 2014), a to predovšetkým formulovanie triády jazykových metafunkcií (ideačná, interpersonálna a textová). Táto triáda bola prevzatá a aplikovaná v klasickom rozpracovaní multimodality autormi G. Kressom a T. van Leeuwenom (1996) na vizuálnu komunikáciu a iniciovala vznik osobitného prúdu sociálnej semiotiky, tzv. *social semiotics*. Následná vlna multimodálneho výskumu sa zamerala na analýzu semiotických prostriedkov založených na gestike, kinezike, farbe, zvuku (hudba), (dynamickom) obraze a dotyku. V ďalšej spoločnej práci sa G. Kress a T. van Leeuwen (2001) už odklňajú od čiastkového podielu modov na komunikácii a pokúšajú sa nájsť semiotické princípy fungujúce v podloží všetkých modov (napr. vyjadrovanie deja, pocitov a pod.). V multimodálnych výskumoch sa popri uvedených metafunkciách začali využívať aj ďalšie postuláty hallidayovskej lingvistiky a jej záber sa postupne rozširuje poza/ponad jej pôvodnú lingvistickú a sociálno-semiotickú bázu, čo vedie k vzniku interdisciplín, ako napr. kritická multimodálna analýza diskurzu (Machin, 2007), multimodálna interakčná analýza (Norris, 2004) a geosemiotika (Scollon – Scollon, 2003). Ako analytický nástroj sa multimodálna analýza používa v konverzačnej analýze, etnometodológii, vo výskume nadobúdania a vyučovania jazyka, prekladu, komunikácie v obchodnej sfére, ale aj v prípadových štúdiách pri analýze architektonických objektov (napr. analýza budovy ikonickej opery v Sydney; O’Toole, 2004) a objektov bežného života (napr. analýza stolov značky IKEA; Björkvall, 2014).

¹ Štúdiá vychádza z anglofónnych výskumných tradícií, prístupov a zdrojov, no autori sú si vedomí skutočnosti, že skúmanie multimodality nie je výlučne vecou tejto lingvokultúrnej oblasti. V slovenskej štylistike je multimodálny aspekt prítomný v prácach J. Mistríka (1985, 1997), ktorý však termín multimodalita nepoužíva.

2.1 Multimodalita a štylistika

Z povahy disciplíny štylistika vyplýva, že musela zachytiť obrat k multimodalite a zahrnúť ju tak do svojej analytickej výbavy. V syntetickom prehľade súčasnej (anglofónnej) štylistiky (Burke, 2014) je multimodálna štylistika zaradená medzi perspektívne výskumné prúdy, kde N. Nørgaard (2014) identifikuje popri kognitívnej aj sociálno-semiotickú líniu. Vychádza sa v nej z „multimodálneho kréda“, podľa ktorého všetky mody realizujú spoločné semiotické princípy. Na analýzu tradičných literárnych textov (napr. dráma – McIntyre, 2008; román – Nørgaard, 2014) sa používa metodologický aparát hallidayovskej lingvistiky, na základe ktorého bola vypracovaná „gramatika vizuálneho dizajnu“ (Kress – van Leeuwen 1996), ktorej objektom záujmu je vzťah textového a obrazového modu.

2.2 Semiotický modus

Kľúčovým pojmom multimodality je (semiotický) modus (*semiotic mode*), ktorý autori jednotlivých prístupov definujú v závislosti od svojich teoreticko-metodologických východísk. Vo výskume komunikácie zdôrazňujúcom jej sociálnu a situačnú ukotvenosť (napr. konverzačná analýza, interakčná sociolingvistika, lingvistická antropológia) sa za dva základné reprezentačné mody tradične pokladajú hovorenie a písanie (Bezemer – Jewitt, 2010). Ich používanie je sprevádzané ďalšími modmi využívajúcimi semiotické prostriedky postavené na inej než jazykovej báze, ako napr. gestika, posturika, pohľad a pod., pričom jazykový modus sa pokladá za dominantný, kým ostatné „iba“ za paralingvistické, t. j. sprievodné, doplnujúce, resp. modifikujúce jeho význam. V sociálnej semiotike sa však kladie veľký dôraz na sociálnu povahu a kultúrnu špecifickosť modu (Kaderka, 2017) tým, že sa definuje ako „sociálne stvárnený a kultúrne podmienený prostriedok na tvorbu významu“ (Kress, 2009, s. 54).² Každý modus predstavuje osobitný spôsob reprezentácie reality a jej konceptuálneho spracovania, ktorého fungovanie je dané jeho špecifickými výrazovými možnosťami (*affordances*), ako aj tým, do akej miery jeho používateľa dokážu tieto možnosti využiť (*effectivities*). Multimodálny charakter komunikácie vyplýva zo štyroch všeobecných princíпов (Adami, 2017): v princípe každá komunikácia je multimodálna, analýza komunikácie zameraná iba na jazyk plne nepostačuje na vysvetlenie procesov tvorby významu, každý modus sa podieľa na tvorbe významu špecifickým spôsobom, ktorý vyplýva z jeho materiálnych a sociálno-historických okolností jeho vývinu, a napokon všetky mody fungujú pri tvorbe významu súčasne, a to každý svojím spôsobom. Kľúčom k interpretácii každej komunikačnej situácie je teda pochopenie ich súbežného spolupôsobenia a vzťahov medzi nimi.

3 Kávomat ako objekt semiotického výskumu

Pri kupovaní kávy z kávomatu človek vstupuje do komunikácie s naprogramovaným strojom, pri ktorej sa naplno prejavuje multimodálny charakter ľudskej kognície a percepcie, keďže význam vzniká integrovaným uplatnením prostriedkov viacerých semiotických modov (jazykové, nejazykové auditívne, taktilné, olfaktorické a gustatorické) naviazaných na zodpovedajúce druhy senzoričných vnemov (vizuálnych, sluchových, hmatových, chuťových a čuchových). Kávomat teda predstavuje semioticky heterogénny, resp. komplexný multimodálny komunikát (Kaderka, 2017), semiotický agregát (Scollon – Scollon, 2003), multisenzoriálny semiotický súbor/zostavu (*assemblage*) (Pennycook, 2018), ktorý sa ponúka na semiotickú analýzu z viacerých perspektív. Na vysvetlenie komplexnosti procesov tvorby

² „[...] socially shaped and culturally given resource[for making meaning]“ (Kress, 2009, s. 54). Poznámka: Všetky citácie do slovenčiny preložili autori štúdie. V snahe predísť prípadným posunom pri preklade sa viaceré odborné termíny ponechávajú v pôvodnej anglickej podobe (v kurzíve v zátvorke).

významu v našom príspevku volíme viaceré prístupy, ktoré postupne predstavíme: geosemiotika (Scollon – Scollon, 2003), jazyková krajina (napr. Ben-Rafael, 2009), sociolingvistika globalizácie (Blommaert, 2013), funkčno-semiotická lingvistika (napr. Halliday – Mathiessen, 2014) a gramatika vizuálneho dizajnu (Kress – van Leeuwen, 1996). Interpretáciu doplníme kriticko-analytickými poznámkami z perspektívy kritickej sociolingvistiky a politickej vedy.

3.1 Kávomat z hľadiska geosemiotiky (*geosemiotics*)

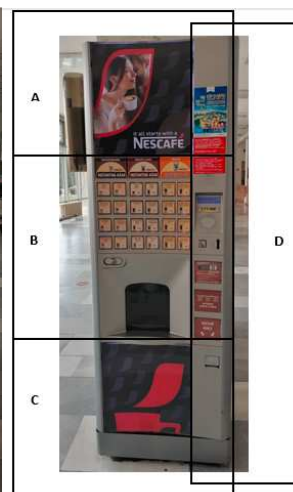
Osobitosťou geosemiotického prístupu ku komunikácii človeka v prostredí a s prostredím je integrácia významov generovaných štyrmi semiotickými systémami, ktorými sú typ priestoru, typ diskurzu, typ sociálnej interakcie (interakčný poriadok; Goffman, 1971) a pravidlá priestorového usporiadania znakov v znakových komplexoch (tu geosemiotika preberá Kressovu a van Leeuwenovu (1996) gramatiku vizuálneho dizajnu, ktorou sa zaoberáme v časti 3.4).

3.1.1 Typ semiotického priestoru a diskurzu

Kávomat je materiálny objekt umiestnený do **verejného prechodového priestoru** (*passage space*; obrázok 1), čo ho robí dostupným pre potenciálnych používateľov. Jeho predná strana je semiotický priestor (*special use space*) určený na umiestnenie špecifických diskurzov spojených s fungovaním kávomatu. Keďže jeho primárnou funkciou je poskytnúť materiálnu službu – nápoj na konzumáciu „na mieste“, kávomat je prostriedkom vytvorenia kontaktu medzi poskytovateľom služby a zákazníkom, ktorí tak vstupujú do komerčného vzťahu. Tomuto vzťahu zodpovedajú aj všetky typy zobrazených diskurzov, ktoré sú umiestnené do viacerých blokov a modulov na prednej pravej strane kávomatu (obrázok 2, blok D) a ktoré sa realizujú jazykovými a nejazykovými materiálnymi prostriedkami. Ide o **komerčný** diskurz (*commercial discourse*) tvoriaci vzťah poskytovateľ služby – zákazník (upozornenie na právne aspekty fungovania prístroja, zloženie nápoja), **infraštruktúrny** diskurz (*infrastructural discourse*) tvoriaci priestor na realizáciu služby (voľba nápoja, vklad a výber mincí, regulácia množstva cukru) a **regulatívny** diskurz tvoriaci postup pri realizácii služby (návod na obsluhu). Blok D (obrázok 2) ponúka aj **výstavný** priestor (*display space*) na umiestnenie reklamy na propagáciu vlastnej obchodnej značky, ako aj hosťujúcej reklamy.



Obrázok 1



Obrázok 2

Na vysvetlenie prepojenia produktu globalizovanej značky patriacej nadnárodnej korporácii, jeho umiestnenia v prechodových priestoroch, v ktorých sa predpokladá vysoká

mobilita ľudí ako potenciálnych zákazníkov, a slovensko-anglického bilingvizmu jeho marketizácie sa ponúka kriticko-analytický pohľad z niekoľkých oblastí spoločenskovedného výskumu. Ich prienik indikuje étos postmodernej doby, ktorej príznakom je aj neutíčajúca túžba človeka po spotrebe komodít a komodifikovaných obrazov na kolektívnej púti po hyperrealite (Hardt – Negri, 2000, s. 151). Práve vysoká dostupnosť automatov na spotrebný tovar rôzneho druhu túto túžbu sýti ihneď a na počkание, a to marketingovou stratégiou zameranou na okamžité uspokojenie potrieb (*instant gratification*). Pokiaľ ide o fungovanie angličtiny pri marketizácii tejto obchodnej značky, možno ho vnímať skôr ako sprievodný proces vzostupu a globálnej expanzie nadnárodného korporatívneho kapitalizmu, ktorý exploituje mnohé teritória sveta na produkciu služieb a tovarov³ vrátane kávy (Saraceni, 2015), ako aj semiotické prostriedky jazyka, na báze ktorého ich umiestňuje na globálny trh, než ako výsledok „jazykového imperializmu“ (Phillipson, 1992) sprevádzajúceho ideologicko-politicko-kultúrnu kolonizáciu (amerikanizáciu) sveta. Teritóriom tejto exploatacie je teda aj „angličtina“, no nie „celý“ jazyk, ale iba tie jazykové prostriedky, ktoré sú využiteľné ako súčasť globalizovanej marketizácie produktu a ktoré sa stávajú súčasťou sloganu (*It all starts with a NESCAFÉ*), motivačnej výzvy (*take a moment to relax*) a názvu produktu (*Coffee to go*). Táto „angličtina“ v podobe komerčno-marketingového registra je deteritorializovaná a ako virtuálny jazyk (*virtual language*) (Widdowson, 1997) nepatrí žiadnej lingvokultúre.

3.1.2 Interakčný poriadok

Fyzická prítomnosť zákazníka, ktorá je nevyhnutná na využitie poskytovanej služby, je zásadným zdrojom komplexu významov, ktorý E. Goffman (1971) zahŕňa pod spoločný názov interakčný poriadok (*interaction order*). Jeho prostriedkami sú ľudské telo (kinezika, posturika), materiálne objekty spojené s prevádzkou kávomatu (mince, pohár), ale aj čas (strávený obstarávaním nápoja) a priestor (vzdialenosť medzi zákazníkmi). Interakčný poriadok zahŕňa aj typy sociálnych interakcií jednej alebo viacerých osôb. Podľa Goffmanovej typológie je kupovanie kávy z automatu prípadom **obslužnej činnosti** (*service encounter*), ktorá prototypovo prebieha za účasti jednej (*single*) alebo dvoch/viacerých osôb (*with*), ktorých správanie indikuje, že využitie služby je v danej chvíli v centre ich pozornosti. Ak to tak nie je, ich zoskupenie tvorí **rad** (*queue*), ktorého členovia síce nemusia vstúpiť do vzájomnej interakcie, no sú si vedomí participácie na spoločnej činnosti, čo prejavujú rešpektovaním očakávaní spojených s (ne)vhodnosťou správania v tomto type situácií (tzv. *civil inattention*), ako napr. vedomie o tom, kto je kedy a po kom na rade (jeho významným indikátorom je napr. sankcionovanie prípadného predbiehania sa v rade). V rámci radu môže vzniknúť zoskupenie s vlastnou agendou, tzv. **konverzačné stretnutie** (*conversational encounter*), ktoré môže napr. tematizovať spoločný problém ako predmet rozhovoru. Z hľadiska pozorovateľa každá konfigurácia uvedených semiotických zdrojov indikuje istý stav možností použitia kávomatu a jeho (ne)dostupnosť. Napríklad typ sociálnej interakcie „kupovanie kávy jedným človekom“ (*single*) sa vizuálne „číta“ sledovaním postavenia jeho tela vo vzťahu k prístroju a pohybov rúk pri obslužnej činnosti, ktorej dĺžka zodpovedá času potrebnému na jeden obslužný cyklus a ktorého priebeh indikujú aj sprievodné zvukové, prípadne aj čuchové signály.

Súčasťou geosemiotického prístupu je aj voľba jazykového kódu a celková vizuálna kompozícia, ktorým sa osobitne venujeme v častiach jazyková krajina (3.2) a gramatika vizuálneho dizajnu (3.4).

³ Na kontroverznosť tejto obchodnej značky poukazujú publicistické texty *Why Nestlé is one of the most hated companies in the world* (Dostupné na internete: <<https://www.zmescience.com/science/nestle-company-pollution-children/>> [Cit. 2022-10-07.]) a *Why Nestlé is the most evil and hated company in the world* (Dostupné na internete: <<https://startuptalky.com/nestle-evil-company/>> [Cit. 2022-10-07.]).

3.2 Jazyková krajina a sociolingvistika globalizácie

Kávomat je semiotický objekt umiestnený vo verejnom priestore, na ktorom sú prítomné aj jazykové semiotické prostriedky, čím sa stáva vhodným objektom aj pre sociolingvistickú analýzu. Na tento účel volíme dva aktuálne sociolingvistické vedeckovýskumné prúdy reflektujúce umiestnenie kávomatu v sociálnom prostredí, ako aj slovensko-anglickú bilingválnosť jazykových prostriedkov.

Výskum jazykovej krajiny (*linguistic landscape*) sa prelína s geosemiotikou v spoločnom záujme o znaky umiestnené vo verejných priestoroch, no presahuje ju sústredením sa na „prítomnosť, reprezentáciu, významy a interpretáciu jazykov zobrazených na verejných miestach“ (Shohamy – Ben-Rafael, 2015, s. 1)⁴. Od svojho vzniku v polovici 90. rokov 20. storočia sa tento výskumný smer etabloval ako dynamicky sa vyvíjajúci prúd sociolingvistiky, pričom v priebehu ostatných dvoch dekád rozšíril svoj záber o multimodálne značenie. Popri tom prešiel aj teoreticko-metodologickým posunom od počiatočného kvantitatívneho obdobia zameraného na identifikáciu, počítanie a mapovanie distribúcie jazykov smerom ku kvalitatívnemu prístupu, v ktorom sa venuje väčšia pozornosť samotným znakom, a to uplatnením metód etnografickej analýzy.

Čelná plocha kávomatu je semiotickým priestorom, ktorého významnú, no svojím umiestnením v princípe periférnu časť tvorí jazyková vrstva semiotiky. V nej identifikujeme slovenský a anglický jazyk, ktoré sú použité v spisovných, resp. štandardizovaných formách. Ide o prípad neoficiálneho bilingválneho značenia, keďže jeho producentom je z hľadiska uplatňovania inštitucionalizovanej moci neoficiálna, obchodná spoločnosť⁵. V značení plnia jazyky odlišné, a to komplementárne funkcie – kým slovenčina realizuje infraštruktúrny diskurz, plniac informačnú, denotačnú funkciu, angličtina tvorí reklamný diskurz a jej funkcia je symbolická, konotačná. Táto distribúcia úloh je indikátorom sociolingvistických procesov, ktoré presahujú dané umiestnenie značenia a ktoré možno vysvetliť interpretačným filtrom sociolingvistiky globalizácie (Blommaert, 2010), a to uplatnením konceptov úroveň procesov (*scale*) a centrum/periféria. Slovenčina je kódom transakčným (komerčný diskurz; Scollon – Scollon, 2003), ktorý lokalizuje globalizovaný produkt na domáci trh a re-produkuje jazykový režim trans-lokálnej sociolingvistickej škály (Blommaert, 2010). Produkt ako globalizovaný objekt, hodnoty, ktoré asociuje, a jazyky tak prestupujú fyzické, politické, semiotické a ideologické hranice (národných) štátov – angličtina a slovenčina pôsobia na odlišných semiotických škálach (globálna verzus translokálna), majú odlišné funkcie (symbolická verzus informačná) a nesú rôzne významy. Angličtina ako kód je navyše aj metasymbolom – popri vlastných symbolických významoch použitých slov indikuje participáciu miesta na globalizačných procesoch a symbolizuje jeho globálnu prepojenosť a „svetovosť“.

Uvedené jazyky teda nielen plnia rôzne funkcie, ale fungujú aj na rôznych úrovniach. Spisovná, resp. štandardná forma slovenčiny funguje na lokálnej a translokálnej úrovni, keďže jej štandardizovaná norma zabezpečuje pokrytie komunikačných potrieb realizovaných písanou formou vo verejnom priestore na škále od lokálnych cez regionálne až po celonárodné umiestnenia. Oproti tomu angličtina prítomná v reklamnom slogane *It all starts with a NESCAFÉ* (obrázok 3), obchodnej značke (*Coffee to go*) a motivačnej výzve na displeji (*take a moment to relax*; obrázok 4), realizujúc komerčný diskurz, funguje na globálnej úrovni tým, že plní „iba“ symbolickú funkciu, a to evokovaním životného štýlu spojeného s konzumáciou produktu globálne etablovanej a prestížnej značky a jeho asociáciou s kozmopolitnou

⁴ „[...] the presence, representation, meanings and interpretation of languages displayed in public places“ (Shohamy – Ben-Rafael, 2015, s. 1).

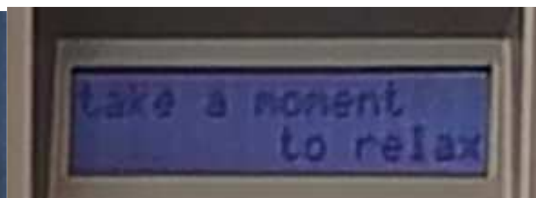
⁵ V odbornej literatúre sa používa termín „zdola nahor“ (*bottom-up signs*) (Ben-Rafael et al., 2006) na označenie smerovania „prúdenia“ nápisov, a to od autorov, ktorí nie sú zdrojom oficiálnej administratívnej moci na danom teritóriu.

globalizovanou identitou. V podobe obsahovo vágnej floskuly a globálne cirkulujúceho prefabrikátu angličtina má aj homogenizačný efekt.

V uvedených troch prípadoch je angličtina prítomná v podobe istého výseku, fragmentu reklamného registra štruktúrne postaveného na modeli jednoduchej vety alebo frázy, no fungujúceho celostne, ako komplexný znak bez obsahu, ako symbol globalizovanej kultúry konzumu. V tomto zmysle ustupuje ich prináležitosť k angličtine ako pozitivisticky chápanému jazyku patriacemu konkrétnej lingvokultúre do úzadia a ponúka sa ich post-pozitivistická interpretácia – ide o semiotické prostriedky migrujúce v priestore a čase globalizovaných jazykových krajín, ktoré majú s angličtinou len voľnejší vzťah. Použité prostriedky sú jedny z príkladov množstva podobných deteritorializovaných fragmentov nepatriacich k žiadnej konkrétnej variete jazyka, nedokončených jazykových produktov, ktoré odolávajú opisom v duchu klasického štrukturalizmu. Je teda vhodné ich vnímať v rámci situovanej rečovej praxe účastníkmi, ktorí ich majú k dispozícii ako voľne dostupný „softvér“ (*open-source software*) (Saraceni, 2015). Každým použitím sa tieto prostriedky začleňujú do lokálneho semiotického prostredia a svojím umiestnením sa zároveň transformujú a vracajú do transkultúrneho „prúdenia“ (*transcultural flow*) (Pennycook, 2007) a vzájomnej výmeny jazykových foriem a transidiomatických praktík (*transidiomatic practices*) (Blommaert, 2014).



Obrázok 3



Obrázok 4

3.3 Funkčno-semiotická lingvistika vo vizuálnom dizajne kávomatu

Hlavným nástrojom multimodálnej štylistiky pri analýze predovšetkým literárnych textov (napr. McIntyre, 2008; Nørgaard, 2014) je Hallidayov funkčno-semiotický model jazyka, ktorý G. Kress a T. van Leeuwen (1996) „preložili“ z pôvodne jazykového do vizuálneho semiotického modu na analýzu spôsobov súbežnej realizácie troch globálnych funkcií jazyka, a to reprezentatívnej, interpersonálnej a textovej. V tejto časti príspevku uplatňujeme tento model na semiotickú analýzu prednej strany kávomatu (obrázok 2). V jej celkovom vizuálnom dizajne je možné vyčleniť štyri odlišné semiotické priestory: dva „symbolické“ bloky A a C a dva „infraštruktúrne“ bloky B a D. Bloky A a C, ktorým dominuje **semiotika pocitu/zážitku** spojeného s **navodením** (A) a **uspokojením potreby** (C), obklopujú „infraštruktúrny/obslužný“ priestor **zabezpečenia potreby** B, ktorému dominuje **semiotika racionality rozhodovania** spojeného s voľbou produktu a jej realizácie; platí to aj pre blok D, ktorý je však umiestnený vpravo paralelne k blokum A, B a C. Odlišné priestory sa vyjadrujú odlišnými semiotickými prostriedkami – na jednej strane (bloky A a C) sú to oblúky línie a krivky a nízky stupeň vernosti odrazu reality (nízka epistemická modalita), čomu zodpovedá celková abstraktnosť, neurčitosť, vágnosť, konotatívnosť, asociatívnosť a efemérnosť, na druhej strane (blok B) sa využívajú rovné čiary, pravidelné geometrické útvary, pravé uhly, celková symetria a vysoká epistemická modalita, ktoré indikujú intencionalitu a agentnosť, vecnosť, konkrétnosť, určitosť a denotatívnosť.

Každý z týchto priestorov je plochou, na ktorej sa realizujú všetky tri uvedené metafunkcie súčasne. Kým **reprezentačná funkcia** slúži na konštruovanie istej podoby sveta v najširšom zmysle chápanej ako istá konfigurácia účastníkov procesov, typov procesov a okolností, v ktorých prebiehajú, **interpersonálna funkcia** slúži na realizáciu sociálnych vzťahov/rolí medzi účastníkmi a recipientom/pozorovateľom/čitateľom a **textová funkcia**

slúži na usporiadanie výrazových prostriedkov do textov ako koherentných celkov, a to vizuálnymi prostriedkami, takto: v symbolických blokoch A a C (obrázok 5 a obrázok 6) sa predkladá svet pocitu/voľby z pitia kávy, a to štylizovaným zobrazením fragmentu šálky kávy, z ktorej stúpajú „obláčiky“ vône prestupujúce obidva symbolické priestory A a C. Do jedného z obláčikov v časti A (obrázok 5) je vložená fotografia páru v dôvernom rozhovore, ktorého obsah je síce neznámy (ústa muža zostávajú nezobrazené), no jej kompozícia navádza na vyvodenie záveru, že jeho charakter je zásadne ovplyvnený zážitkom z pitia kávy zo šálky umiestnenej v strede fotografie a jeho prežívaním ženou, ktorá ju drží v blízkosti úst.

V centrálnej časti infraštruktúrneho bloku B (obrázok 7) sa **reprezentačná funkcia** plní konštruovaním „sveta **možností** voľby“, a to predložením ponúkaných druhov kávy v podobe klasifikačnej konceptuálnej mapy – geometrických štvorcov symetricky umiestnených do radov a stĺpcov, z ktorých každý uvádza druh nápoja a jeho klasifikačný príznak (veľkosť, prísada a cena). Preložené do semotiky jazyka, verbálnym ekvivalentom každej jednotlivkej ponuky by mohla byť napr. výpoveď „*Toto je malá káva s cukrom*“ (obrázok 8). **Interpersonálna** funkcia sa realizuje konštruovaním „sveta **realizácií** voľby“, a to tým, že každý štvorec je zároveň aj tlačidlom, teda interaktívnym semiotickým komponentom, ktorým sa realizuje voľba nápoja. Keďže tlačidlo zobrazuje smer pohybu, predstavuje aj taktilný vektor, ktorého verbálnym ekvivalentom by mohlo byť napr. „*Stlačte ...*“. Napokon **textová** funkcia sa plní konštruovaním „sveta **usporiadaných** možností voľby“, a to tak, že nie sú predložené náhodne, ale usporiadane podľa istých pravidiel, ktoré tvoria gramatiku vizuálneho dizajnu. Týmito pravidlami sú smerovanie usporiadania zľava doprava, zhora nadol a zo stredu na okraj. Verbálnym ekvivalentom by tu mohla byť napr. výpoveď „*Toto je jedna z predložených možností voľby*“. Súbežnosť realizácie funkcií je možné doložiť prítomnosťou konštrukčného princípu vloženia (*embedding*) – napr. stlačením tlačidla (interpersonálna funkcia), ktoré sa nachádza na istom mieste, v rámci iných možností voľby (textová funkcia) sa realizuje voľba nápoja špecifického druhu, veľkosti, príchute a ceny (reprezentačná funkcia).



Obrázok 5

Obrázok 6

Obrázok 7

Obrázok 8

3.4 Gramatika vizuálneho dizajnu

Vo všeobecnosti pod gramatikou rozumieme súbor komponentov a pravidiel ich usporiadania, a to doslovne zvyčajne vo vzťahu k jazyku, ale aj metaforicky, v našom prípade vo vzťahu k vizuálnym objektom prítomným na kávomate. Ak túto metaforu ďalej rozvineme, tak kávomat môžeme pokladať za multimodálny text, ktorého vizuálna percepcia predstavuje jeho „čítanie“ – jeho frontálna strana predstavuje text, ktorého časti („slová“) sú jeho zložky majúce vlastnú vnútornú štruktúru („morfológiu“), sú umiestnené vo vzťahu k iným zložkám („syntax“) a spolu s nimi tvoria súčasť celku (kompozícia). Semiotickými prostriedkami sú vizuálne – jazykové a nejazykové (ikona, piktogram, schéma) a nevizuálne proxemické, chronemické, kinezické, olfaktorické, gustatorické, taktilné a zvukové zdroje, pričom ich čítanie môže byť lineárne (jazykové znaky), nelineárne, a to v smeroch zľava doprava, zdola nahor, zo stredu na okraje, a komplexné, súbežné, paralelné, komplementárne, z ktorého vzniká

dojem synergického celku, celkovosti, geštalto⁶. Gramatika vizuálneho dizajnu zahŕňa tri semiotické systémy, a to vizuálnu semiotiku, kompozíciu a modalitu, ktoré postupne predstavíme.

3.4.1 Vizuálna semiotika

Predmetom vizuálneho vnímania je **obraz** (*picture*), ktorý zvyčajne tvoria viaceré **komponenty** (*participants*), ktorými môže byť akýkoľvek jeho segment zreteľne odčlenený od svojho okolia, ako napr. nápis, celý blok textu, fotografia, schéma, piktogram a pod. Rozlišujú sa dva druhy komponentov – **zobrazený** (*represented*), ktorý sa vzťahuje na iné komponenty v rámci obrazu, a **interaktívny** (*interactive*), ktorý kontaktuje „čitateľa“. Ak je zobrazený komponent členom nejakej klasifikačnej schémy spolu s inými komponentmi, je **konceptuálny** (*conceptual*); ak zobrazený komponent kontaktuje iné komponenty, čím indikuje svoj pohyb a jeho smerovanie/trajektóriu, je **naratívny** (*narrative*). Je zrejmé, že obraz môže byť hybridný tým, že sa realizuje prostriedkami rôznych modov a obsahuje viaceré typy komponentov.

Typickým monomodálnym verbálnym konceptuálnym komponentom je textový blok s informáciami o zložení kávy (obrázok 9), ktorý je umiestnený na periférnej pravej strane kávomatu (obrázok 2, blok D). Najvýraznejší zobrazený vizuálny multimodálny konceptuálny komponent je modul umiestnený v centre infraštruktúrneho priestoru (a prednej strany kávomatu) (obrázok 2, blok B; obrázok 10), kde má zákazník možnosť zvoliť si nápoj z daných možností, čo je samotný dôvod na jeho vstup do komunikácie s prístrojom. Spolu 24 možností voľby je predložených v klasifikačnej štruktúre podľa druhu kávy (*NESCAFÉ MOCAMBO*, *NESCAFÉ CLASSIC* a *NESCAFÉ*) a príznaku (veľkosť, prísada). Porovnateľne významný, no naratívny vizuálny komponent v symbolickej pocitovo/zážitkovej časti (obrázok 2, blok A; tiež obrázok 5) je fotografia páru v komunikačnom vzťahu, ktorý indikujú vektory telesnej blízkosti a nasmerovania tváre muža k uchu ženy, pričom pozícia ruky ženy držiacej šálku predstavuje istú fázu pitia kávy. Ako sme už spomínali v časti 3.3, fotografia je vložená do štylizovaného obláčika reprezentujúceho jedno „kvantum“ vône kávy, ktorá prestupuje obidva symbolické bloky a naratívne ich prepája. Smerový vektor daný geometrickými tvarmi obláčikov vyjadruje stúpanie ďalších „kvánt vône“ zdola nahor prestupujúcich priestor symbolických významov.



Obrázok 9



Obrázok 10

Ďalšími interaktívnymi komponentmi sú aj vizuálne moduly, ktoré priamo kontaktujú čitateľa/zákazníka pri komunikácii s kávomatom, a to verbálne (návod na obsluhu, obrázok 11; pokyny na displeji, obrázok 12) alebo neverbálne, kinezicky a taktilne (vloženie mincí a oprava, obrázok 13; vybratie pohára s nápojom, obrázok 14). Hybridné komponenty kombinujú verbálne a taktilné prostriedky – voľba množstva cukru na displeji (obrázok 15) a výber mincí

⁶ Psychologický koncept *gestalt*, podľa ktorého je celok viac než suma jeho častí, je užitočný pri pochopení multimodálnej semiózy, ktorá je tak vnímaná ako uplatnenie rozšíreného významového potenciálu výrazových prostriedkov, ktorý nie je totožný so súčtom ich individuálneho pôsobenia (Jewitt – Bezemer – O'Halloran, 2016).

(obrázok 16). Kľúčovým hybridným interaktívnym komponentom je každé tlačidlo (obrázok 17), ktorým sa vykonáva voľba nápoja (umožňuje ju pohybový vektor (smer stlačania)) a ktoré je zároveň aj konceptuálnym komponentom, keďže obsahuje vložené súčasti (nápoj/prísada, veľkosť a cena) v konceptuálnom, klasifikačnom vzťahu. V návode na obsluhu (obrázok 11) je vektorom smeru interakcie slovesný spôsob (imperatív), ktorý využíva vykanie ako prostriedok sociálnej deixy a re-produkuje štandardizovanú normu verejného styku (čím zároveň realizuje aj interpersonálnu funkciu jazyka).



Obrázok 11

Obrázok 12

Obrázok 13

Obrázok 14



Obrázok 15

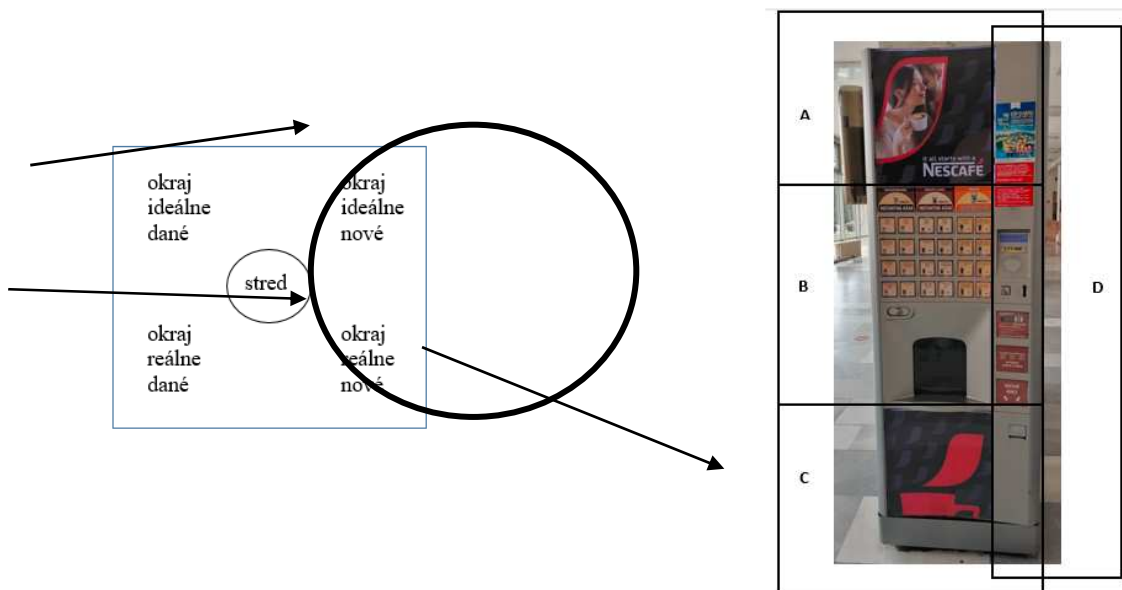
Obrázok 16

Obrázok 17

3.4.2 Kompozícia

Ďalším zdrojom významu je kompozícia ako spôsob usporiadania komponentov v obrázku, ktorá koordinuje tri kompozičné princípy: ideálne – reálne, dané – nové a stred – okraj, ktoré sa uplatňujú tak na úrovni celého textu, ako aj na úrovni jednotlivých komponentov osobitne, a to rôznymi stupňami vloženosti. Kým princíp **ideálne** – **reálne** označuje významy na škálach abstraktné verzus konkrétne a všeobecné verzus špecifické, princípom **dané** – **nové** sa majú na mysli významy, ktoré sú na jednej strane dané a z ktorých sa vychádza, a na druhej strane tie, ktoré prinášajú niečo nové, neznáme⁷. Ich vzájomné prelínanie je znázornené v schéme na obrázku 18, ktorá sa vzťahuje na prednú stranu kávomatu.

⁷ Na úrovni výstavby vety sa vo vplyvnej jazykovednej teórii funkčnej vetnej perspektívy tieto princípy nazývajú *téma*, t. j. „o čom sa hovorí“, a *réma*, čiže „čo sa hovorí o téme“ (Uhlířová – Svoboda, 2017).



Obrázok 18 Všeobecná kompozičná schéma obrazu (podľa Kressa – van Leeuwena, 1996, s. 208)

Uplatnením týchto princípov vznikajú tri základné kompozičné štruktúry: **centralizovaná**, kde sa bloky radia od stredy na okraj, a **polarizovaná**, kde sa bloky radia zľava doprava a zhora nadol. Z obrázok 18 je zrejmé, že celková kompozícia prednej strany kávomatu je v princípe centralizovaná, a to od stredy smerom nahor, nadol a napravo. Táto vizuálna kompozícia, ktorá do centra prednej strany kávomatu umiestňuje ponukovú schému a modul pre výdaj nápoja, je motivovaná samotnou funkcionalitou kávomatu a jeho rozdelením na infraštruktúrnu a symbolickú časť, ktoré tvoria zodpovedajúce diskurzy. Kompozície jednotlivých blokov sú už pestrejšie – sú polarizované (obrázok 2, bloky A a D), centralizované (obrázok 2, blok C) a kombinované (obrázok 2, blok B s infraštruktúrnymi časťami bloku D). Tieto kompozičné postupy ponúkajú viaceré smery čítania, a to zhora nadol (obrázok 2, blok D), zľava doprava (obrázok 2, textové bloky v D), zdola nahor (obrázok 2, blok C s pokračovaním v A) alebo kombinovane (obrázok 2, blok B).

Okrem umiestnenia blokov badáme v kompozícii prednej strany kávomatu aj uplatnenie princípu **ideálne – reálne**, ktorému zodpovedá umiestnenie symbolických, „ideálnych“ blokov A a C (smerovo orientované zdola nahor) vo vzťahu k infraštruktúrnemu, „reálnemu“ bloku B (s presahom do bloku D; obrázok 2). Uplatnenie princípu **dané – nové** je zrejmé v bloku B (obrázok 2), kde „dané“ sú možnosti voľby a „nové“ je nápoj vydaný v obslužnom okienku (v centralizovanom bloku je tento princíp smerovaný zhora nadol).

3.4.3 Modalita

V gramatike vizuálneho dizajnu sa modalita používa na označenie schopnosti obrazu „zobrazovať“ realitu v istom stupni pravdivosti, a to na škále od verného, naturalistického k štylizovanému, náznakovému zobrazovaniu. V našom prípade infraštruktúrny/obslužný diskurz kávomatu (obrázok 2, blok B, D) predstavuje **vysoký stupeň (epistemickej, istotnej) modalitu** predkladajúcej objekty (druhy nápojov), špecifické údaje (zloženie nápojov), informácie (číslo kávomatu, kontakt na prevádzkovateľa) ako fakticky existujúce, čím sa tvorí semiotika „racionality“ zvažovania voľby z daných možností a predkladá algoritmus na dosiahnutie výsledku. Na druhej strane, symbolický diskurz (obrázok 2, bloky A a C) má **nízkú modalitu**, ktorá je prostriedkom semiotiky „zážitku a pocitu“. Použité prostriedky sú vizuálne štylizované obláčiky vône naplňajúce priestory C a A (obrázok 2), ale aj verbálne – použitie kódu „angličtina“ v slogane *It all starts with a NESCAFÉ* má symbolickú funkciu, a teda sa nepredpokladá potreba zodpovedajúceho stupňa kompetencie na jeho porozumenie. Aj po jeho

dekódovaní však pragmatický význam zostáva nejasný, vágny – referent odkazujúceho prostriedku *it* (to) je neurčitý a je ponechaný na čitateľa, aby ho konverzačnou implikáciou identifikoval. Analogicky je súčasťou symbolického bloku A aj realistická fotografia páru v rozhovore, no jeho obsah je zámerne iba naznačený, nejasný a otvorený na doplnenie čitateľa vlastnými obsahmi.

3.5 Spolupôsobenie semiotických modov

Pri multimodálnom objekte je zásadnou otázkou spolupôsobenie modov pri tvorbe významu a ich integrácia do jednej komunikačnej udalosti. Hoci jazykový modus nie je v centre komunikácie s kávomatom, vzťah **jazykového textu a vizuálneho obrazu** sa ponúka ako prvý vstup do hľadania odpovedí na túto otázku.

Podľa R. Barthesa (1977), **obraz a text** môžu byť vzájomne rovnocenné, komplementárne (*relay*/spriahnutie), keď jeden modus dopĺňa druhý o iné informácie, alebo častejšie môžu vzájomne usmerňovať interpretáciu (*elaboration*), a to buď formou ilustrácie (*illustration*), keď text predchádza obrázku, alebo formou ukotvenia (*anchoring*), keď text nasleduje po obrázku. V našom prípade možno považovať prevažne vizuálny symbolický diskurz (obrázok 2, bloky A, C) a prevažne textový infraštruktúrny diskurz (obrázok 2, blok D) za **komplementárne**, keďže sa vzájomne dopĺňajú o rôzne informácie. Nachádzame však aj vzťahy interpretačnej závislosti – v symbolickom diskurze (A) text sloganu **ukotvuje** obrázok tým, že ho dopovedá a upresňuje (dôverný vzťah a blízkosť sú navodené zážitkom z pitia kávy). V infraštruktúrnom diskurze je ich závislosť prítomná na každom tlačidle voľby nápoja (obrázok 10), v ktorom piktogram **ilustruje** text/názov a faktograficky ho dopovedá (sémantika adjektíva *malá* sa vizuálne spresňuje informáciou o jej relatívnej veľkosti vo vzťahu k veľkosti pohára)⁸.

Pri spolupôsobení **textu a telesnosti** (proxemiky, kineziky, dotyku) sa dostávame do oblasti rozhrania reči a telesnej činnosti/konania, kde ako interpretačný kľúč môže poslúžiť pragmalingvistická teória rečových aktov (Austin, 1962), podľa ktorej rečou sa „robia veci“⁹, a to v skutočnom význame slovesa *robiť*. Klasická teória síce vychádza z verbálnych výpovedí, no faktom je to, že mnohé rečové akty majú ekvivalenty, ktoré sa realizujú neverbálne, a že vo viacerých typoch napr. obslužných sekvencií, ako napr. aj v prípade komunikácie s kávomatom, sa verbálne a neverbálne akty prepájajú (*interdigitate*) (Levinson, 2017). V tabuľke 1 predkladáme prehľad sekvencie multimodálnych aktov striedavo realizovaných zákazníkom a prístrojom s tým, že prvou (1) replikou v ich „konverzácii“ je ponuka nápojov realizovaná v ponukovej mape, ktorú nasleduje jej prijatie zákazníkom (2), uskutočňujúce sa multimodálne. Po prijatí voľby prístrojom (3) nasledujú repliky voľby nápoja (4), prijatia voľby/prípravy nápoja a (opakované) výzvy na jeho prevzatie (5) a prevzatie nápoja (prípadne aj mincí) (6). Prístroj realizuje repliky multimodálne, ale aj verbálne, a to ich zobrazením na displeji. Multimodálnosť komunikačnej situácie podčiarkuje významná prítomnosť semiotiky **zvuku** vydávaného prístrojom pri vhození mincí (3), príprave nápoja a dokončení jeho prípravy (5), ktorej interpretácia je usmernená, ukotvená (Barthes, 1977), a to textom (obrázok 11) a odkazmi na displeji (obrázok 12).

⁸ M. Tokár (1996) vo svojom výklade o vedeckej ilustrácii, ktorá má úlohu poznávaciu a viaže sa na vedecký text faktograficky a prísne ho reprodukuje, hovorí aj o vecnej ilustrácii. Tento typ ilustrácie je podľa nás použiteľný pre obrázok na tlačidlo, ktorého úlohou je zobraziť „aj také znaky, ktoré by textom ani nebolo možné názornejšie opísať“ (Tokár, 1996, s. 22).

⁹ Ide o parafrázu vzťahujúcu sa na prácu Johna Austina (1962) *How to do things with words* (Ako robiť veci slovami), ktorá položila základy teórie rečových aktov.

replika	účastník	akt	realizácia		
			zákazník	kávomat	
			multimodálna		verbálna (displej)
1	kávomat	ponuka nápoja	-	obraz	<i>Nestlé Professional take a moment to relax</i>
2	zákazník	prijatie ponuky	vloženie mincí = pohyb, dotyk	-	-
3	kávomat	prijatie mincí	-	zvuk	<i>KREDIT: 2.00</i>
4	zákazník	voľba nápoja	stlačenie tlačidla	-	-
5	kávomat	prijatie voľby = príprava nápoja		pohyb, zvuk	<i>NÁPOJ 13 SA PRIPRAVUJE</i>
		výzva na prevzatie 1		pohyb, zvuk, obraz	<i>NAPOJ JE HOTOVÝ. DOVIDENIA</i>
		výzva na prevzatie 2		-	<i>POHAR PREVZIAT</i>
6	zákazník	prevzatie mincí	pohyb, dotyk	-	-
		prevzatie nápoja	pohyb, dotyk, vôňa, chuť	-	-

Tabuľka 1 Sekvenčná štruktúra multimodálnych aktov účastníkov komunikácie

Z ďalších semiotických systémov sa synesteticky zobrazuje **vôňa nápoja** v podobe obláčikov vychádzajúcich zo šálky a vyplňajúcich priestory generujúce semiotiku pocitu/zážitku (obrázok 2, bloky A a C), ako aj **chut' nápoja**, ktorá sa dá „odčítať“ z výrazu tváre osoby držiacej šálku. Analýzu uzatvárame konštatovaním, že detailnejší výskum intersemiotických vzťahov a synergického spolupôsobenia modov presahuje možnosti tejto štúdie a je priestorom pre ďalší multimodálny výskum.

4 Didaktické aspekty multimodality

V doterajšom texte predkladáme možnosti analýzy multimodálnej komunikácie s ohľadom na možnosti jej využitia vo vzdelávaní v kontexte meniacich sa technologických podmienok. Súčasný pohľad na vzdelávanie sa výrazne líši od klasického chápania pojmu transmisívneho vyučovania (Turek, 1997). Tradičné vzdelávanie sa chápe ako sprostredkovanie učiva v spracovanej, definitívnej podobe často formou mechanického transferu vedomostí. Z hľadiska moderného prístupu v cudzojazyčnom vzdelávaní musíme brať do úvahy vplyv informačných a komunikačných technológií na jedinca, napr. TELL (*technology-enhanced language learning*), CALL (*computer-assisted language learning*), CMC (*computer-mediated communication*) a MALL (*mobile-assisted language learning*). Technológie priniesli nové postupy a spôsoby, ktoré používame pri myslení a vnímaní sveta a ktoré majú zákonite vplyv na procesy jazykovej produkcie a interpretácie (Li, 2017). Naše predstavy o jazyku a komunikácii sa tak príchodom technológií podstatne zmenili a prístup k cudzojazyčnému vzdelávaniu by mal odrážať vnímanie reality a transformovať sa. Prudký rozvoj informatizácie a digitalizácie života vyvoláva nutnosť venovať pozornosť aj spôsobom, ako vnímať a spracovávať multimodálnu realitu informáciami saturovanej digitálnej doby. Zmeny vyvolávajú aj potrebu rekonceptualizácie cudzojazyčného vzdelávania ako procesu rozvíjania receptívnych a produktívnych kompetencií, pričom dochádza k posunu v chápaní podstaty gramotnosti. Permanentným používaním rôznych technológií sa gramotnosť už len zriedkavo spája s písaným slovom. Obraz, farba, zvuk, symbol, tvar, chuť, vôňa alebo ikona sú integrálnou súčasťou komunikácie a v spolupôsobení s verbálnymi prostriedkami sa podieľajú na tvorbe významov (viac napr. Ronzhina, 2020). Gramotnosť v informačnej dobe (*literacy of the information age*) sa tak chápe ako dekodovanie paralelných vstupov rôznorodých médií (Adams – Hamm, 2006). Stotožňujeme sa s modelom reflektujúcim tieto kognitívne výzvy navrhnutým Eshet-Alkalai (2004, v Eshet-Alkalai – Chajut, 2009), ktorý používa pojem digitálna gramotnosť (*digital literacy*) a vníma ju ako súbor šiestich oblastí, a to fotovizuálnej, reprodukčnej, rozvetvovej, informačnej, sociálno-emocionálnej a schopnosti myslieť v reálnom čase.

V oblasti odborovej didaktiky cudzojazyčného vzdelávania je potrebné prehodnotiť procesy učenia a učenia sa a nechápať ich len ako sociálno-kognitívne procesy, ktoré vychádzajú zo sociálno-kognitívnej teórie (*social-cognitive theory*) (Bandura, 1977; Bandura, 1986), ale nazerať na ne ako na multisenzorické/viaczmyslové procesy (napr. Korkmaz – Karatepe, 2021). Učenie už nie je len vizuálno-kognitívna činnosť, ale predovšetkým činnosť, ktorá si vyžaduje súhru viacerých zmyslových modalít (Fors – Bäckström – Pink, 2013). Učenie úzko súvisí s prežívaním života, v ktorom sa využívajú všetky zmysly, pričom prístup odrážajúci prepojenie viacerých modalít sa považuje za multimodálne učenie (sa). Prostredníctvom interakcií s digitálnymi technológiami multimodálne učenie (sa) poskytuje zdroje a príležitosti, ktoré menia tradičné formy komunikácie a vyučovania (Unsworth, 2001). Multimodálna pedagogika vychádza z teoretického konštruktumu multimodality G. Kressa (2003), ktorý ju vníma ako využívanie rôznych modalít (textových, zvukových, jazykových, priestorových a vizuálnych) na komunikáciu a konštruovanie významov. Multimodálna pedagogika zdôrazňuje dôležité využívanie viacerých modalít v reálnom prostredí výučby a jej implementácia do procesu cudzojazyčného vzdelávania sa podľa mnohých autorov javí ako nevyhnutná (pozri napr. Stein, 2000; Peng, 2019).

V kontexte cudzojazyčného vzdelávania s rozvojom digitalizácie dochádza k vytváraniu a spracovávaní veľkého množstva žánrov multimodálnych textov kombinujúcich slová, obrázky, zvukové a obrazové záznamy v rôznych digitálnych podobách. Táto situácia odzrkadľuje súčasné chápanie gramotnosti ako schopnosti pracovať s textami obsahujúcimi rôzne semiotické zdroje (New London Group, 1996). Multimodálne vzdelávanie využíva rôzne spôsoby tvorby a prezentácie obsahu, a to viac ako len jedným zmyslovým modom. Zistenia L. Jianga a J. Luka (2016) napr. preukázali, že zadávaním úloh prostredníctvom práce s multimodálnymi textami sa zvýšila motivácia a autonómia učiacich sa. T. Kiss a K. Mizusawa (2020) odporúčajú integrovať digitálne multimodálne nástroje do jazykového vyučovania s cieľom zlepšiť jazykové vzdelávanie. C. A. Hafner (2014) odporúča používať multimodálne edukačné postupy s cieľom produkovať multimodálne texty, a to paralelne s „tradičnými“, verbálnymi. Viacerí ďalší autori (napr. Miller, 2007; Royce, 2006) sa prikláňajú k myšlienke odklonu od tradičného vnímania cudzojazyčného vzdelávania a k akceptácii multimodálneho prístupu vo vzdelávaní.

5 Záver

Prudký nárast informačných technológií a digitálnych médií sprevádza decentralizáciu jazyka, v dôsledku čoho sa tradičný model (cudzojazyčného) vzdelávania zameraný na zvládnutie repertoáru komunikačných prostriedkov a chápania jazyka ako hlavného, resp. výlučného semiotického modu javí ako nepostačujúci. Ukazuje sa, že je potrebné prehodnotiť súčasné chápanie gramotnosti a postaviť ju na širšiu multimodálnu platformu, v ktorej sa význam tvorí využívaním multimodálnych výrazových prostriedkov. Porozumenie fungovaniu multimodálnych procesov tvorby významu pri komunikácii človeka s technológiami, ktoré tvoria súčasť každodenného života a bežnej ľudskej skúsenosti, sa ukazuje ako nevyhnutnosť pre zachovanie autonómie človeka vo vzťahu k nim a ako jedna z kľúčových výziev pre formálne a neformálne vzdelávanie.

Literatúra:

- ADAMI, E. (2017): Multimodality. In: O. García, – N. Flores, – M. Spotti (eds): *The Oxford handbook of language and society*. Oxford: Oxford University Press, s. 451–472.
- ADAMS, D. M. – HAMM, M. (2006): Multiple literacies and media across the curriculum. In: *Media and literacy: learning in the information age-issues, ideas, and teaching strategies*. Charles C Thomas Publisher. [Cit. 2022-16-08.] Dostupné na internete:

- <https://books.google.sk/books?hl=sk&lr=&id=pUZSsLZnFeUC&oi=fnd&pg=PR1&dq=information+age+literacy&ots=pLzRqddTi7&sig=PSaq3QNHDA-qxt7WYowzte_RPE4&redir_esc=y#v=onepage&q=information%20age%20literacy&f=false>
- AUSTIN, J. (1962): *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.
- BANDURA, A. (1977): *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- BANDURA, A. (1986): *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- BARTHES, R. (1977): *Image – Music – Text*. London: Fontana.
- BEN-RAFAEL, E. (2009): A sociological approach to the study of linguistic landscapes. In: E. Shohamy – D. Gorter (eds.): *Linguistic landscape: expanding the scenery*. London, New York: Routledge, s. 40–54.
- BEN-RAFAEL, E. – SHOHAMY, E. – AMARA, M. H. – TRUMPER-HECHT, N. (2006): Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel. In: *International Journal of Multilingualism*, 3/1, s. 7–30.
- BEZEMER, J. – JEWITT, C. (2010): Multimodal analysis: Key issues. In: L. Litosseliti (ed.), *Research Methods in Linguistics*. London, New Delhi, New York, Sydney: Bloomsbury, s. 180–197.
- BJÖRKVALL, A. (2014): Practical function and meaning: a case study of IKEA tables. In: C. Jewitt (ed.): *The Routledge handbook of multimodal analysis*. 2. rev. uppl. London, New York: Routledge, s. 342–353.
- BLOMMAERT, J. (2010): *The sociolinguistics of globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BURKE, M. (2014): Introduction. Stylistics: From classical rhetoric to cognitive neuroscience. In: M. Burke (ed.): *The Routledge handbook of stylistics*. London and New York: Routledge, s. 1–7.
- ESHET-ALKALAI, Y. – CHAJUT, E. (2006): Changes Over Time in Digital Literacy. In: *Cyber Psychology & Behavior*, 12/6, s. 713–715. [Cit. 2022-20-08.] Dostupné na internete: <<http://doi.org/10.1089/cpb.2008.0264>>
- FORS, V. – BÄCKSTRÖM, A. – PINK, S. (2013): Multisensory emplaced learning: resituating situated learning in a moving world. In: *Mind, Culture, and Activity*, 20/2, s. 170–183. [Cit. 2022-16-08.] Dostupné na internete: <DOI: 10.1080/10749039.2012.719991>
- GOFFMAN, E. (1971): *Relations in public*. New York: Harper and Row.
- HAFNER, C. A. (2014): Embedding digital literacies in English language teaching: Students' digital video projects as multimodal ensembles. In: *Tesol Quarterly*, 48/4, s. 655–685. [Cit. 2022-15-08.] Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.1002/tesq.138>>
- HALLIDAY, M. A. K. (1978): *Language as social semiotic: the social interpretation of language and meaning*. London: Arnold.
- HALLIDAY, M. A. K. (1994): *An introduction to functional grammar*. London, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
- HALLIDAY, M. A. K. – MATTHIESSEN, CH. (2014): *Halliday's introduction to functional grammar*. 4th ed. Oxon: Routledge.
- HARDT, M. – NEGRI, A. (2000): *Empire*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- JEWITT, C. – BEZEMER, J. – O'HALLORAN, K. (2016): *Introducing multimodality*. London: Routledge.
- JIANG, L. – LUK, J. (2016): Multimodal composing as a learning activity in English classrooms: Inquiring into the sources of its motivational capacity. In: *System*, 59, s. 1–11.
- KADERKA, P. (2017): Multimodální komunikace. In: P. Karlík – M. Nekula – J. Pleskalová (eds.): *Czech Ency – Nový encyklopedický slovník češtiny*. [Cit. 2022-19-12.] Dostupné na internete: <https://www.czechency.org/slovník/MULTIMODÁLNÍ_KOMUNIKACE>
- KISS, T. – MIZUSAWA, K. (2020): Connecting multiliteracies and writing pedagogy for 21st century English language classrooms: key considerations for Singapore and beyond. In: *Journal of Nusantara Studies* 5/2, s. 192–214.
- KORKMAZ, S. C. – KARATEPE, C. (2021): Multisensory language teaching. In: Giannikas N. Ch. (ed.): *Teaching practices and equitable learning in children's language education*, IGI Global, Hershey Pennsylvania, s. 151–170.

- KRESS, G. (2009): What is mode? In: C. Jewitt (ed.): *The Routled handbook of multimodal analysis*. London and New York: Routledge s. 54–67.
- KRESS, G. (2003): *Literacy in the new mediaage*. London: Routledge.
- KRESS, G. – VAN LEEUWEN. T. (1996): *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge.
- KRESS, G. – VAN LEEUWEN, T. (2001): *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- LEVINSON, S. C. (2017): Speech acts. In: Y. Huang (ed.): *The Oxford handbook of pragmatics*. Oxford: Oxford University Press, s. 199–216.
- LEVINSON, S. C. – HOLLER, J. (2014): The origin of human multi-modal communication. *Philosophical Transactions of the Royal Society B* 369. [Cit. 2022-15-08.] Dostupné na internete: <<https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rstb.2013.0302>>
- LI, L. (2017): *New technologies and language learning*. London, England: Palgrave.
- MACHIN, D. (2007): *Introduction to multimodal analysis*. London: Hodder Arnold.
- MAKONI, S. B. (2017): From elderspeak to gerontolinguistics: Sociolinguistic myths. In: O. García – N. Flores – M. Spotti (eds): *The Oxford handbook of language and society*. Oxford: Oxford University Press, s. 369–380.
- MAKONI, S. – PENNYCOOK, A. (2007): *Disinventing and reconstituting languages*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- McINTYRE, D. (2008): Integrating multimodal analysis and the stylistics of drama: a multimodal perspective on Ian McKellen’s Richard III. In: *Language and Literature*, 17/4, s. 309–334.
- MILLER, S. M. (2007): English teacher learning for new times: digital video composing as multimodal literacy practice. In: *English Education*, 40, s. 61–83.
- MISTRÍK (1985, 1997): *Štylistika*. Bratislava: SPN.
- MURPHY, K. M. (2012): Transmodality and temporality in design interactions. In: *Journal of Pragmatics*, 44, s. 1966–1981.
- NEW LONDON GROUP (1996): A pedagogy of multiliteracies: Designing social factors. In: *Harvard Educational Review*, 66/1, s. 60–92. [Cit. 2022-18-06.] Dostupné na internete: <http://vassarliteracy.pbworks.com/w/file/fetch/9012261/Pedagogy%20of%20Multiliteracies_New%20London%20Group.pdf>
- NORRIS, S. (2004): *Analyzing multimodal interaction: a methodological framework*. New York: Routledge.
- NØRGAARD, N. (2014): Multimodality and stylistics. In: M. Burke (ed.): *The Routledge handbook of stylistics*. London and New York: Routledge, s. 471–484.
- O’HALLORAN, K. – SMITH. B. A. (2011): „Multimodal studies“. In: K. O’Halloran – B. A. Smith (eds.): *Multimodal studies: exploring issues and domains*. London: Routledge, s. 1–13.
- O’TOOLE, M. (2004): Opera Ludentes: the Sydney Opera House at work and play. In: K. O’Halloran (ed.): *Multimodal discourse analysis. Systemic-functional perspectives*. London and New York: Continuum.
- PENG, J. (2019): The roles of multimodal pedagogic effects and classroom environment in willingness to communicate in English. In: *System*, 82, s.161–173.
- PENNYCOOK, A. (2007): *Global Englishes and transcultural flows*. London and New York: Routledge.
- PENNYCOOK, A. (2018): *Posthumanist applied linguistics*. London and New York: Routledge.
- PHILLIPSON, R. (1992): *Linguistic imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- RONZHINA, N. Y. (2020): Images as units of the semiotic space analysis. In: *Proceedings of the X International Conference "Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects" (WUT 2020)*, 27 – 29 April, 2020, Chelyabinsk State University, Russia. [Cit. 2022-15-08.] Dostupné na internete: <<https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2020.08.136>>
- ROYCE T. D. (2006): Multimodal communicative competence in second language. In: T. D. Royce – W. Bowcher (eds.): *new directions in the analysis of multimodal discourse*. London and New York: Roulledge.

- SARACENI, M. (2015): *World Englishes. A critical analysis*. London, New Delhi, New York, Sydney: Bloomsbury.
- SCOLLON, R. – SCOLLON, S. W. (2003): *Discourse in place: language in the material world*. London: Routledge.
- SHOHAMY, E. – BEN-RAFAEL, M. (2015): Introduction. In: *Linguistic landscape 1* (1), s. 1–5.
- STEIN, P. (2000): Rethinking resources: Multimodal pedagogies in the ESL classroom. In: *Tesol Quarterly*, 34, s. 333–336. [Cit. 2022-16-08.] Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.2307/3587958>>
- TUREK, I. (1997): *Zvyšovanie efektívnosti vyučovania*. Bratislava: Metodické centrum mesta Bratislavy.
- TOKÁR, M. (1996): *Kontexty umeleckej ilustrácie*. Prešov: Vydavateľstvo CUPER.
- UHLÍŘOVÁ, L. – SVOBODA, A. (2017): Funkční perspektiva větná. In: P. Karlík – M. Nekula – J. Pleskalová (eds.): *Czech Ency – Nový encyklopedický slovník češtiny*. [Cit. 2022-16-08.] Dostupné na internete: <https://www.czechency.org/slovník/FUNKČNÍ_PERSPEKTIVA_VĚTNÁ>
- UNSWORTH, L. (2001): *Teaching multiliteracies across the curriculum: changing contexts of text and image in classroom practice*. Buckingham: Open University Press.
- WIDDOWSON, H. G. (1997): EIL, ESL, EFL: global issues and local interests. In: *World Englishes*, 16/1, s. 135–146.

Summary

Drinking coffee in style: multimodal stylistic analysis of communication with a coffee vending machine

Buying coffee from a coffee machine is a case of human communication with a pre-programmed machine, in which the multimodal nature of human cognition is fully manifested. In the paper, we approach the communication between a person and a coffee vending machine as an example of multimodal communication in which the means of several semiotic systems are used in the making of meaning. We approach a coffee vending machine as a complex semiotic aggregate which is suitable for a multimodal stylistic analysis in which we use the functional-semiotic model of language (Halliday, 2004) and the grammar of visual design (Kress – van Leeuwen, 1996) as the main theoretical and methodological approaches.