



UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra slavistiky

MIRIAM JABLONČÍKOVÁ

Obor: Odborná ruština pro hospodářskou praxi

**JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY REALIZACE PRAGMATICKÉ
FUNKCE V NOVINOVÝCH TITULCÍCH**

Diplomová práce

Vedoucí práce: Prof. Alla Arkhanhelska, DrSc.

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím informačních zdrojů, které jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Olomouci, dne

podpis

Děkuji paní prof. Alle Arkhanhelské, DrSc. za odborné vedení, vstřícný přístup a cenné rady, které mi jako vedoucí práce poskytla.

OBSAH

ÚVOD	5
1. SPECIFIKA A FUNKCE NOVINOVÝCH TITULKŮ	8
1.1 Charakteristika a význam novinových titulků	8
1.2 Klasifikace novinových titulků	10
1.3 Funkce novinových titulků	12
1.3.1 Pragmatická funkce	13
1.4 Automatizace a aktualizace v publicistickém stylu	14
2. JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY REALIZACE PRAGMATICKÉ FUNKCE V NOVINOVÝCH TITULCÍCH	16
2.1 Expresivita novinových titulků	16
2.1.1 Intertextovost a aluze, jazyková hra a kalambúry, oxymóron, personifikace, elipsa	19
2.1.4 Ustálená slovní spojení, frazeologismy a jejich transformace	24
3. ANALÝZA JAZYKOVÝCH PROSTŘEDKŮ V NOVINOVÝCH TITULCÍCH.....	30
3.1 Aluze.....	31
3.2 Kalambúr	43
3.3 Oxymóron	53
3.4 Personifikace.....	55
3.5 Elipsa	56
3.6 Ustálená slovní spojení	58
3.7 Frazeologismy.....	64
ZÁVĚR.....	73
PE3IOME	79
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	88
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	93
PŘÍLOHY	93

ÚVOD

Cílem této diplomové práce je analýza jazykových prostředků v novinových titulcích z hlediska pragmatické funkce. Jazyk titulků a celé publicistiky slouží jako nástroj masové komunikace a masové informace, protože se s ním setkává velký počet lidí. Při charakteristice a analýze novinových titulků je na ně nahlíženo buď jako na součást publicistického textu nebo jako na jev samostatný. Útvar novinového titulku má velký význam z hlediska komunikace, protože většina čtenářů začíná četbu zpráv právě od titulků. Už Bartošek řekl, že čtenář novin bývá považován za čtenáře titulků a noviny pak za kavárnu, kde si každý podle menu (titulků) vybírá, co bude číst. (Bartošek, 1996)

Téma *Jazykové prostředky realizace pragmatické funkce v novinových titulcích* jsem si pro svou diplomovou práci vybrala především z toho důvodu, že ačkoli je problematika okolo titulků ve velkém zájmu vědců, vždy na ni můžeme nahlížet z nového a nového úhlu pohledu. Díky vzrůstajícímu životnímu tempu se i jazyk publicistiky a novinových titulků rychle mění a aktualizuje. Především v důsledku tohoto rychlého životního tempa se lidé stále více zaměřují spíše než na čtení článků na čtení novinových titulků, díky kterým rychle získají přehled o událostech, které se staly v určité oblasti, za určitou dobu.

Novináři se začali zaměřovat právě na tvorbu titulků, která se stává stěžejním, protože jsou to právě titulky, které čtenáře mohou zaujmout a získat pro přečtení článku. Ale stejně tak ho mohou i odradit. A zejména v oblasti internetových médií je potřeba hodnotu titulku vyzdvihnout verbálně, na rozdíl od tištěných novin, kde lze využít typografické a designérské prostředky.

Již někteří autoři v minulosti poukazovali na to, že další etapou zkoumání by měla být pragmatická stránka novinových titulků. A protože pragmatická složka je významným jevem, vyskytujícím se v mnoha titulcích bez ohledu na to, s jakou oblastí, žánrem nebo tématem souvisí, ponecháme v této práci stranou rozpory v názorech na rozdělení žurnalistiky, vymezení publicistiky a zpravodajství, jednotlivé žánry a také jiné základní pojmy a jejich klasifikaci.

Tato práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část se zabývá problematikou novinových titulků, jejich funkcemi a jazykovými prostředky, používanými při tvorbě titulků. První kapitola se věnuje charakteristice novinového titulku z mnoha různých aspektů, jeho významu mezi ostatními publicistickými jevy. Dále je zde popsána klasifikace titulků tak, jak na ni nahlízejí jednotliví autoři. Velká pozornost je zaměřena

především na funkce novinového titulku, přičemž jeho pragmatickou funkcí se budeme zabývat podrobněji. V první kapitole také vysvětlíme pojmy automatizace a aktualizace, protože oba tyto procesy jsou typické pro současný publicistický styl.

Ve druhé kapitole se pak práce věnuje jazykovým prostředkům, používaným k vyjádření pragmatické funkce. Nejprve se věnujeme pojmu expresivity, která je výchozím bodem pro pragmatickou složku novinových titulků. Je zde stručně nastíněno využití expresivity ve všech jazykových rovinách s důrazem na lexikální a syntaktickou. Kapitola dále pokračuje definicemi jednotlivých jevů, které byly zaznamenány v nashromážděném jazykovém materiálu, analyzovaném v praktické části této práce. Byly to především tyto jevy – intertextovost a aluze, jazyková hra a kalambúry, oxymóron, personifikace, elipsa, ustálená spojení a frazeologismy a jejich transformace.

Při psaní teoretické části této práce bylo čerpáno z českých i ruských zdrojů, zabývajících se problematikou novinových titulků i expresivitou a prostředky k jejímu vyjádření, protože se ve většině témat shodují. Zásadní rozpor byl zaznamenán pouze při charakteristice funkcí novinového titulku, které byly proto podrobněji popsány z obou hledisek a byl vytvořen jeden souhrnný závěr.

Pro praktickou část, která má poukázat na to, jakým způsobem je realizována pragmatická funkce v novinových titulcích, byl nashromážděn materiál, čítající přibližně 500 ruských novinových titulků bez ohledu na oblast, zemi nebo téma. Tento materiál pochází z let 2008 – 2012 a byl sestaven s použitím excerpovaného jazykového materiálu 21 ruských internetových periodik (*Аргументы и факты, Лента.ру, Газета.ру, Российская газета, Московский комсомолец, Московская правда, Коммерсантъ, Независимая газета, Новые известия, Комсомольская правда, Московские новости, Мир новостей, Известия, РБК daily, Собеседник.ру, Аргументы недели, Труд.ру, Итоги, Русский репортёр, Профиль, Эксперт*).

Nashromážděné titulky jsou rozděleny do sedmi skupin podle toho, které jazykové prostředky se v nich objevují. Jsou to aluze, kalambúr, oxymóron, personifikace, elipsa, ustálená slovní spojení a frazeologismy. Všechny tyto kategorie jsou dále podrobněji rozděleny na jednotlivé druhy. Z jednotlivých skupin jsou vybrány příklady novinových titulků, které nejlépe danou kategorii reprezentují. Každý z těchto titulků je poté analyzován z různých hledisek podle toho, co je pro něj charakteristické. Bylo to především hledisko lexikální, ale i morfologické, syntaktické nebo grafické.

Záměrem této práce není poskytnout úplnou charakteristiku dané problematiky, ale měla by ji pouze nastínit a naznačit možnosti dalšího zkoumání této velice zajímavé a rychle se měnící oblasti současné komunikace i jazyka.

Poznatky z celé práce jsou shrnuty v závěru. Na konci diplomové práci se nachází ruské resumé, seznam použitých zkratek, seznam použité odborné literatury a internetových zdrojů. Součástí práce je také příloha, kde se nacházejí grafy, které přehledně popisují výsledky našeho zkoumání, a tabulka se seznamem všech nasbíraných novinových titulků.

1. SPECIFIKA A FUNKCE NOVINOVÝCH TITULKŮ

1.1 Charakteristika a význam novinových titulků

Novinový titulek je již mnoho desítek let objektem zájmu celé řady různých odborníků. Nelze se tomu divit, protože novinový titulek je obvykle první věcí, která čtenáře zaujme jak při čtení novin, tak i zpráv na internetu. Abychom mohli titulek charakterizovat, je dobré nejprve vyjít z některé definice. Například Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace uvádí, že titulek je „nadpis a u většiny tiskovin obvykle i hlavní poutač, který svým ztvárněním a umístěním zásadně ovlivňuje působení tiskoviny. Má informační, orientační i estetickou funkci, má vzbudit pozornost, zvědavost, ulehčit výběr a naznačit obsah materiálu.“ (Osvaldová, Halada, 2007: 219)

Novinový text i titulky patří do publicistického funkčního stylu. V něm se spojují prvky stylu odborného (populárně vědeckého) a prvky jazyka umělecké literatury a zároveň přijímá i prvky hovorového jazyka. (Zimková, 1988) Publicistický styl plní celospolečenské poslání, „tj. rychle, výstižně a co nejúčinněji informovat adresáty nejrůznějšího sociálního zařazení, věku i vzdělání, zprostředkovávat myšlenky v míře největší srozumitelnosti, bezprostřednosti a přesvědčivosti, získat čtenáře nebo posluchače pro sdělované myšlenky.“ (Minářová, 2009: 56)

Novinový titulek je důležitou a funkční součástí publicistického textu. Jeho formulace je tvůrčí ukázkou autorova přístupu k obsahu, záměru a funkci textu. Funkčnost titulku pak spočívá v upoutání pozornosti a v jeho informujícím a orientujícím poslání. Podle Išmekejevové lze však brát titulek jako autonomní, nezávislý na následujícím textu. Titulek je sice na jednu stranu těsně spjat s vlastním textem, ale zároveň je i jakýmsi prostředníkem mezi textem a čtenářem. V tom spočívá jeho dialektický rozpor – je zároveň autosémantickým i synsémantickým prvkem. I když je titulek odtržen od textu, je schopen samostatně vyjadřovat určitý názor nebo postoj. (6)

Někteří autoři podobně považují titulek za samostatný zpravodajský žánr a jeho tvorbu za samostatnou zpravodajskou oblast, jejíž „úspěšné zvládnutí nesouvisí jen s uměním protlačit do omezeného prostoru maximum informací“, ale autor „musí volit obsah titulku tak, aby zahrnoval samostatnou, ucelenou a životaschopnou informaci, která je smysluplná sama o sobě a dokáže existovat bez těla zprávy“. (Stejskal, 2004: 249–250) Čtenář si článek vybírá v první řadě podle titulku, pokud ho neosloví, nemusí zprávu ani „otevřít“.

Zjednodušeně můžeme říct, že titulek je tím prvním, s čím se čtenář u článku setká a co ho přiměje si článek přečíst. Podle Bednáře ale zároveň dokáže čtenáře i odpudit. Pokud toto platí v tradičním světě novin, ve světě internetových médií to platí několikanásobně. Při výběru vhodného titulku existuje několik hlavních bodů, které by měl autor dodržovat. Titulek by měl pravdivě vystihovat obsah a podstatu článku, neměl by informace ani zveličovat ani jejich význam snižovat. Měl by přilákat čtenáře a zaujmout ho, v titulku by měl být také zvýrazněn rozpor, který obsahuje následující článek. Přičemž první a druhý bod nejčastěji přicházejí do konfliktu. Často proto vzniká tzv. frustrační stav, který nastává u čtenáře, pokud titulek neodpovídá obsahu článku, jelikož čtenář se k článku dostane vždy právě přes titulek.

Titulek by měl být také stručný, dlouhé titulky čtenář většinou ani nedočte do konce. Titulky by neměly podléhat módním vlivům, jelikož zpočátku se sice jeví jako originální, ale pokud jsou používána opakovaně u dalších článků, stávají se z nich klišé. (Bednář, 2011)

Titulky také mohou vyjadřovat postoj autora k popisované informaci, jeho hodnocení a to, jakou míru důležitosti jí přiřazuje on nebo redakce. Smirnovová říká, že „по заголовку статьи, репортажа... часто можно судить об отношении автора к описываемым событиям, о позиции редакции.“ (9) V publicistickém stylu se tak může objevit emocionální zabarvení, vyjádřené různými stylistickými prostředky a citově zabarvenými slovy. (9)

Titulky mohou být buď delší, popisné a obsahovat co nejvíce informací, které však tolik neupoutají pozornost čtenáře, nebo naopak krátké a stručné, expresivní a dynamické, vyjádřené vágně a mnohoznačně, kterými se autor snaží zaujmout čtenáře, upoutat jeho pozornost a vzbudit zájem o celý článek, ale stylisticky a obsahově mohou být slabé a nemají těsnější vazbu s obsahem textu. Čtenáři však poznají, že přehnaná formální stránka titulku chce nahradit stránku obsahovou, že dochází k jeho podceňování a může dojít k výše zmíněnému frustračnímu stavu. (Zimková, 1988)

Srpová ve své práci Funkční a jazyková analýza novinových titulků uvádí, že titulky jsou specifickým publicistickým prostředkem, který je podřízen požadavku jazykové ekonomie. Titulek je hlavní rámcovou složkou novinového článku, který s ním po stránce obsahové úzce souvisí, zároveň se od něj ale výrazně odlišuje po stránce výrazové. Titulek je tedy „promyšleně tvořená jednotka“, která se liší od dalšího textu „svou typografickou úpravou i svým jazykovým stylem“. (Srpová, 1993: 85)

Podle Zimkové je porozumění textu titulku závislé na časoprostorových faktorech a také na tom, že čtenář má alespoň hrubou představu o současném politickém, ekonomickém, kulturním a sportovním dění, zná alespoň obecné reálie dané země a chce si tyto informace doplnit a rozšířit. Časoprostorové faktory jsou důležité proto, že článek je čtenáři předkládán jako událost současná, ale vždy se jedná o události minulé nebo budoucí, déletrvající nebo mimočasové. (Zimková, 1988)

Kromě časoprostorových faktorů by měl autor brát v úvahu také extralingvistické faktory. Novinové titulky se na jedné straně vztahují k textu, kterému předcházejí, kondenzují v sobě jeho obsah, na druhé straně jsou ale silně ovlivněny takovými faktory, jako jsou mentalita a národní charakter čtenářů, rozdíly v kulturní a politické orientaci a podobně. (5)

Mezi hlavní úskalí při vytváření titulku patří především to, že se čtenáři mezi sebou liší v tom, co je zajímavé. Co upoutá pozornost jednoho čtenáře, nemusí upoutat jiného. Vedle zájmu je problémem také nedostatek času. Adresátovi postačí informace poskytnutá dobře napsaným titulkem a následující článek si pak již nepřečte. Přesto, nebo právě proto se nedoporučuje používat v titulcích nekonkrétní slova, různé „vycpávky“, nesrozumitelná slova a zkratky apod. (Příručka pro novináře střední a východní Evropy, 1991) Nelze doporučit ani používání příliš dlouhých titulků, které čtenáře brzy unaví, ani na druhou stranu titulky příliš stručné, vágní a mnohoznačné, které mohou čtenáře frustrovat.

1.2 Klasifikace novinových titulků

Bartošek dělí novinové titulky na několik typů podle:

- přítomnosti nebo absence slovesa v určitém tvaru na statické a dynamické (např. *Vsetín do čela x Vsetín se probjoval do čela; Под прессом прессы x Теннисистка находилась под прессом прессы*)
- obsažnosti sdělení a míry určitých informací na konkrétní a neurčité (obecné) (např. *Po velkém boji a se štěstím Vsetín vyhrál v Pardubicích 4:2 x V Čechách byli lepší Моравané; Динара Сафина находится под прессом прессы в связи с своим лидерством в мировой теннисной классификации x Теннисистка находится под прессом прессы*)
- počtu slov na krátké (do čtyř slov) a dlouhé (např. *Vsetín před Pardubicemi x Po devátém kole Vsetín před Pardubicemi; Сафина под прессом прессы x*

Теннисистка Динара Сафина находится на пресс-конференциях под большим прессом)

- образности na věcné a obrazné (např. *Vsetín zvítězil nad Pardubicemi x Valašská slivovice oslazená českým perníkem; Лидерство Динары Сафиной на пресс-конференциях подвергают сомнению x Первая ракетка мира под прессингом четвертой власти*)
- přítomnosti tématu (východisko výpovědi) a rématu (jádro výpovědi, řešení) na tematické, rematické a tematicko-rematické (např. *Jak se dařilo Vsetínu? x Vrátili se jako vítězové x Vsetín si z Pardubic přivezl vítězství; Как журналисты оценивают лидерство Динары Сафиной? x Лидерство подвергают сомнению x Журналисты часто подвергают сомнению лидерство Динары Сафиной в мировой теннисной классификации¹*) (Bartošek, 2002)

Minářová doplňuje tuto klasifikaci ještě o syntaktické hledisko, podle kterého rozděluje titulky na větné nebo souvětné a na nevětné, heslovité nebo tezovité. Titulkové konstrukce lze tedy dělit na jednoduché věty a souvětí a na jednočlenné a dvoučlenné věty. Také podle větné modality můžeme titulky dělit především na oznamovací, rozkazovací a tázací konstrukce. (Minářová, 2011)

Maggeramov ze syntaktického pohledu dělí novinové titulky podrobněji na jmenné (např. *Бриллиантовая рука Москвы*), plně predikativní bez dodatečných konotací (např. *Бесланский террорист сказал свое последнее слово*), bezpodmětné – s neurčitým podmětem (např. *«Спартак» устроили Лиссабон, Саддама Хусейна разоблачили до белья*), tzv. kvazi tázací, kde je tázací modalita použita k tomu, aby skryla potvrzení (např. *Звенигородский тоннель роют для террористов?*) a titulky s příslovcem „когда“ (např. *Когда автокредит себе дороже*). (8)

Srprová pak podle žánru ještě klasifikuje titulky na zpravodajské, publicistické analytické a publicistické beletristické, které se však překrývají a těžko od sebe odlišují. (Srprová, 1993)

¹ všechny ruské titulky v této klasifikaci byly vytvořeny analogicky podle českých a vycházejí z titulku *Под прессом прессы* (Ни, 8.10.2009)

1.3 Funkce novinových titulků

Jazyk novinových titulků je ovlivňován funkcemi, které by titulky měly plnit. Ve vymezení těchto funkcí se však ruští a čeští autoři poměrně rozcházejí. Většina ruských autorů, například Popov nebo Išmekejevová uvádějí funkci nominativní, informativní a pragmatickou. Podle Popova plní titulky jako komunikační jednotky řeči tři základní specifické funkce – nominativní, informativní a „reklamní“, propagační (může být považována za pragmatickou funkci). Tyto funkce jsou vzájemně propojeny, ale zároveň jedna vždy vystupuje do popředí. Nominativní funkce sblížuje titulky s vlastními jmény, protože každý titulek je zároveň názvem článku, pojmenovává ho, vyčleňuje ho mezi ostatními. Titulky můžeme brát jako názvy, avšak od vlastních jmen se odlišují tím, že jsou spojeny s obsahem dalšího textu. Informační funkci plní titulek tím, že vyjadřuje stručný obsah následného textu. V případě propagační (pragmatické) funkce titulek přitahuje zájem čtenáře, nutí ho věnovat pozornost dalšímu textu. Titulek může svým propagačním působením oslabovat nebo úplně potlačovat informativní funkci. Propagační funkci však neplní všechny titulky. [Попов, 1966, Ишмекеева, (6)]

Čeští autoři popisují funkce novinových titulků většinou shodně, přesto však ne zcela v souladu s autory ruskými. Macháčková, Srpová, Bartošek i další jako první funkce novinových titulků uvádějí tzv. funkce nadpisové a nápisové, a to upoutání pozornosti čtenáře a orientování čtenáře. Titulek by měl vyvolat čtenářův zájem o přečtení článku, který uvádí. Tato funkce je realizována často paradoxně tím, že v titulku je informace neúplná, dvojznačná, založená na slovní hříčce nebo expresivitě. Orientační funkce slouží k tomu, aby čtenář mohl jak na stránkách novin, tak i na internetu rychle najít článek, který ho zajímá.

Další uváděné funkce nejsou specifické pouze pro titulky, ale pro celý publicistický styl. Důležitou funkcí titulků je funkce informativní, kdy titulek stručně předává buď vlastní obsah článku, nebo jen téma informace. Často bývá některá část informace záměrně vypuštěna, aby si ji čtenář přečetl až v textu článku.

Agitační funkce, významná především v minulosti (např. *Sloužit masám, Zvýšit produktivitu práce; Жизнь частно* (Pr, 5.10.2011), *Шестилетку в четыре года* (K, 20.1.2012) apod.) spolu s poslední funkcí hodnotící, která využívá hodnotícího přívlastku, adverbia apod. (např. *Nevydařený útok, Nově na gymnáziích; Чисто русская айфера* (K, 7.11.2011, *Наши цены бесценны* (Ни, 26.1.2009) apod.) odpovídají jedné ze

základních funkcí publicistického stylu – funkci ovlivňovací (získávací, přesvědčovací, popř. persvazivní) (Macháčková, 1985, Srpová, 1993, Bartošek 1996)

Publicistický styl tedy plní z jedné strany funkci informativní, sdělnou, komunikační a z druhé strany plní funkci ovlivňovací, přesvědčovací a získávací. Všechny tyto funkce plní i titulky společně se svými primárními funkcemi – upoutáváním pozornosti čtenáře a jeho orientování. (2)

Pokud shrneme názory ruských i českých autorů, plní novinový titulek těchto pět základních funkcí:

1. Nominativní funkce – pojmenovává článek
2. Informativní funkce – informuje o obsahu článku
3. Pragmatická funkce – upoutává pozornost čtenáře
4. Orientační funkce – orientuje čtenáře v článku i v novinách, popř. na internetu
5. Persvazivní funkce (přesvědčovací, ovlivňovací, získávací, agitační, příp. i hodnotící) – získává čtenáře pro přečtení článku.

1.3.1 Pragmatická funkce

Tato práce si klade za cíl zkoumání pragmatické funkce novinových titulků, proto se touto funkcí budeme nyní zabývat podrobněji.

Novinový titulek při plnění pragmatické funkce formálně i obsahově upoutává pozornost čtenáře na text a vzbuzuje u něj celou řadu emocí – nejen zájem, ale i zvědavost, údiv, překvapení, pohoršení, rozpaky, rozčarování nebo i zklamání. Titulek často vytváří různé stylistické efekty (např. efekt zklamaného očekávání). Právě tyto efekty vyvolávají u čtenáře emoce, aktivují jeho fantazii, zaostřují pozornost na jednotlivé smyslové a hodnotící části článku. (Лазарева, 1989)

Při tvorbě titulku by mělo být dodržováno pravidlo, že titulek i článek, který uvádí, by měli tvořit jednotu, tedy že sdělení v titulku i článku by se mělo vztahovat ke stejnému denotátu. Měla by zde být správná koherence, tj. soudržnost textu, udržovaná tématem a logickou posloupností. Novinář musí mít při sestavování titulku na paměti jak koherenci, tak i čtenáře, tedy pragmatický aspekt. K dosažení správné kompaktnosti, soudržnosti i správné hustoty textu by měl být mezi titulkem a textem jednotný styl, jednotný výběr lexiky ze stejné stylové oblasti, jednotný čas i vid. Přesto však při plnění pragmatické funkce a upoutání pozornosti čtenáře může být pojmenování různé, které je často žádoucí – např. synonymní pojmenování. (Zimková, 1988)

Podle Minářové napomáhá nejvíce pragmatické funkci titulku výrazová originalita, neobvyklost, ozvláštňování textu všemi výrazovými prostředky, které má stylová vrstva k dispozici. Jsou to především modifikace frazeologismů a jiných ustálených spojení, rčení a pořekadel, obraznost vyjádření, parafráze výroků významných osobností a intertextovost nejrůznějšího druhu, vytvářené především literárními, kulturními a historickými aluzemi. To slouží i stylové aktivizaci, aktualizaci. Neměli by však být používány přesné nebo pozměněné názvy zapomenutých děl, postav nebo politických činitelů. (Minářová, 2011)

Novinové titulky mají při plnění pragmatické funkce za úkol zejména zaujmout čtenáře svou výraznou expresivitou. Jakékoli stylistické manipulace autora (slovní hříčky, citáty, transformace frazeologismů apod.) lákají potenciální čtenáře a zvyšují tak rating novin. Podle Basovské umožňuje použití nejrůznějších citátů a aluzí autorovi „не только заинтересовать аудиторию, но и продемонстрировать кругозор, а также настроить компетентного читателя на диалог культурных единомышленников“ (Басовская, 2003: 57). Proto je důležité, aby byl citovaný nebo parafrázovaný výraz všeobecně známý.

Autor v titulku vyjadřuje nejen svůj vztah k popisované skutečnosti, ale musí brát v úvahu i systém hodnot, potřeby a zájmy čtenáře. Především ruský publicistický styl je charakteristický svou výrazností a emocionálním efektem titulků. Z lexikálního hlediska posiluje pragmatickou funkci novinových titulků použití emocionálně a expresivně zabarvené lexiky, frazeologismů, slovních hříček (postavených na protikladech nebo srovnáních), výrazy, vyvolávající různé obrazné asociace (např. *ловкость рук, русская Татьяна*). Ze syntaktického hlediska jsou potom v aktuální větné struktuře aplikovány takové prostředky jako konotace slov, použití protikladů, zájmen, záporu, velmi často se také objevují konstrukce s nevyjádřeným subjektem (např. *Доверяй, но проверяй. Не уверен – не покупай*). (5)

1.4 Automatizace a aktualizace v publicistickém stylu

Pro plnění funkcí a jako specifický rys publicistických komunikátů jsou v publicistickém stylu užívány dvě skupiny jazykových prostředků. Jedna skupina je neměnná a stálá, kam patří ustálené vazby a obraty, opakující se lexikální prostředky, které novináři používají v určitých situacích až mechanicky. Tyto prostředky označujeme jako plně automatizované, v mnoha oblastech téměř konvenční. Druhá skupina jazykových prostředků je těsně závislá na době, na společenské a politické situaci. Tyto prostředky jsou

proměnné a aktivní, reagují na současné dění, nově se aktualizují a používají. (Chloupek, 1978, Minářová, 2009)

Z výše uvedeného rozdělení můžeme pozorovat, že procesy aktualizace a automatizace se týkají především lexikálních prostředků. Používané výrazy se váží k určité době nebo situaci. Zatímco jedna část stabilizovaných prostředků přetrvává vždy z minulého období, druhá část se obměňuje v závislosti na celospolečenském dění a vznikají nové výrazové prostředky, které mohou výrazněji působit na čtenáře. Aktualizace projevu je vysvětlována aktivní životní pozicí novinářů, snahou jasně a účinně vyjádřit hodnocení společensko-politických událostí a maximálně působit na společenské mínění.

Pevné hranice mezi aktualizací a automatizací neexistují, oba procesy se prolínají. Stále automatizované výrazy se proměňují, aktualizují a naopak dobové, proměnné, aktivní prostředky se ustalují a automatizují. (Minářová, 2011)

Pojmy automatizace a aktualizace poprvé použil Havránek ve sborníku *Spisovná čeština a jazyková kultura*, kde ještě nebyly vztaženy na styl publicistický, nicméně z těchto definicí vycházejí ostatní autoři dodnes (Srpková, 1993, Minářová, 2011) a lze je vztáhnout jak na celý publicistický text, tak i na novinové titulky. Havránek definuje pojmy takto: „Automatisací rozumíme tedy takové užívání jazykových prostředků, a to buď izolovaných, nebo vzájemně spojovaných, jaké je obvyklé pro určitý úkol vyjádření, totiž takové, že výraz sám nebudí pozornost, vyjádření po stránce formy jazykové se děje a je přijímáno jako konvenční...Aktualisací naopak rozumíme užití jazykových prostředků takovým způsobem, že samo budí pozornost a je přijímáno jako neobvyklé, jako zbavené automatisace, disautomatisované...“ (Havránek, 1923: 52-53)

Stejně jako se pro novináře stává stěžejním tvorbou titulku, tak se i pro novinové titulky v souvislosti s plněním jejich funkcí stává stěžejním výběr jazykových prostředků. Procesy automatizace a aktualizace tyto funkce značně ovlivňují. Ustálené neměnné prostředky plní dobře informativní funkci, protože jsou pohotové. Nevyhovují ale funkci pragmatické, protože nevyvolávají čtenářův zájem. Ten mohou podnítit pouze prostředky zajímavé, nové a obměňované.

2. JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY REALIZACE PRAGMATICKÉ FUNKCE V NOVINOVÝCH TITULCÍCH

Hlavní úkoly titulků jsou vždy spjaty s jeho základními funkcemi (nominativní, informativní, pragmatická, orientační, persvazivní). Tyto funkce vedle jiných stylových faktorů vždy výrazně ovlivňují výběr a užití výrazových prostředků, především pak prostředků jazykových. Užitý jazykový materiál je mimo to odrazem střetu různých vlastností a tendencí, které se objevují v žurnalistické komunikaci a často bývají protichůdné. (Minářová, 2011)

2.1 Expresivita novinových titulků

Expresivita je pragmatická složka významu určitého výrazového prostředku, která je dána postojem autora. Expresivitou je text často nečekaně ozvláštěn, sdělení je nápadné a upoutá pozornost. Velice blízkým pojmem expresivity je emocionálnost, někdy jsou dokonce tyto pojmy používány jako synonyma nebo se jejich vymezení nepovažuje za podstatné. Emocionálnost má ale užší význam a jedná se pouze o vyjádření pozitivních nebo negativních emocí.

Na vznik expresivity má vliv především komunikativní situace – záměr autora, předpoklady čtenáře (výchozí znalosti a představy, se kterými vstupuje do komunikace) a také lingvistický a extralingvistický (sociální) kontext komunikativního aktu.

Jazykovými prostředky k vyjádření expresivity disponují všechny základní jazykové úrovně (fonetická, morfologická, syntaktická i lexikální, včetně frazeologie). Lexikální výrazové prostředky vyjadřují zejména citový a hodnotící vztah autora ke sdělované skutečnosti. Z lexikálních prostředků převládají vulgarismy, depreciativa (slova hanlivá), eufemismy, dysfemismy/pejorativa, tzv. dětská slova, hypokoristika, deminutiva a augmentativa. (EŠČ, 2002)

Současné novinové titulky často používají expresivní syntaktické konstrukce, které umožňují autorovi působit na povědomí a emoce čtenáře. Vzhledem k možnému obsahu syntakticky expresivního titulku vzniká u čtenáře individuální představa o smyslu titulku a o obsahu ještě nepřečteného textu. Nejednoznačné titulky v takových případech nutí čtenáře samostatně si domýšlet jejich smysl. (7)

Expresivitu můžeme dělit na inherentní, adherentní a kontextovou. Inherentní vyplývá z podoby slova a je součástí jeho lexikálního významu. Expresivní zabarvení je jasné i bez kontextu. Patří sem výše zmíněná deminutiva, augmentativa, pejorativní slova nebo i doprovodná ironie (např. *sumička, chlapisko, душенька, балбес*). Adherentní expresivita vzniká použitím běžného výrazu bez emocionálně-expresivního příznaku v určitém kontextu, kde se neutrální význam mění v expresivní, hanlivý a ironický (např. *pokulhávat za někým, smést něco ze stolu, намазать лысину кому*).

Kontextová expresivita je charakteristická širším kontextem s častou změnou, posunem, přenášením významu a obrazností, dochází ke konfrontaci výrazových prostředků z různých stylistických vrstev (např. *Hladoví dravci se včera proměnili v bezzubá štěňátka*). (Minářová, 2011) Z ruských příkladů kontextové expresivity uvedeme např....*не рекомендуется пускать козла в огород, а лису назначать заведующей курятником*. (Мокиенко, Мелерович, 1997) Kontextová expresivita je jedním ze způsobů aktualizace vyjádření.

Jazykové jednotky se tedy zásadně dělí na expresivní a neutrální (tj. slova, která sama o sobě nejsou expresivní, ale mohou na sebe za určitých podmínek brát tuto funkci). Podle použitých jazykových prostředků a charakteristiky komunikativní situace můžeme dělit čtyři typy realizace expresivity, mezi nimiž však nejsou pevné hranice:

- a) expresivní výrazy použité v expresivním kontextu – realizuje se vnitřní (inherentní, lexikální, paradigmatická) expresivita;
- b) neutrální výrazy použité v expresivním kontextu – získávají vlastnosti expresivity, realizuje se adherentní nebo kontextová (syntagmatická, získaná) expresivita;
- c) expresivní výrazy použité v neutrálním kontextu – dochází ke kontextovému zániku expresivity (vniká tzv. pseudoexpresivita)
- d) neutrální výrazy použité v neutrálním kontextu – realizuje se nulová expresivita (ЭК)

Emocionální a expresivní výrazy v titulcích působí na city adresátů, ovlivňují jejich myšlení a podporují tak persvazivní a pragmatickou funkci. V neutrální syntaktické konstrukci se pak objevuje užití expresivních prostředků ze všech jazykových rovin. Vyšší míra expresivity je typická pro celou současnou ruskou publicistiku. Podle Pilátové mohou být jako prostředky expresivity použity kromě prostředků lexikálních, morfologických, syntaktických a fonetických také prostředky grafické a kompoziční.

Na úrovni lexikální jsou to standardizované, již zmíněné běžně hodnotící lexikální výrazy a výrazy s jiným stylistickým zabarvením (např. hovorový jazyk). Tato úroveň

zahrnuje také aktualizující postupy, nové přístupy k lexikálnímu materiálu, který získává hodnotící expresivní zabarvení především prostřednictvím tvorby okazionalismů, lexikální kontaminace a slovních hříček nebo formální transformace ustálených spojení a frazeologismů. Současné publicistické texty jsou charakteristické také vysokou frekvencí citátů a parafrází precedentních textů, využívají hru s kulturními znaky a hru s jazykem.

Co se týče morfologických prostředků, je v titulcích využívána zejména tzv. intimizace projevu (Бельчиков, 1974), což je navození aktuální osobní komunikace se čtenářem pomocí 1. a 2. osoby jednotného nebo množného čísla zájmen a sloves (např. *Всех не пересчитаешь*)

Z hlediska syntaktických prostředků je využívána např. modalitní modifikace neutrální oznamovací konstrukce (věty tázací, rozkazovací apod.) (např. *Новый хозяин НТБ?*; *На паромах не звонить!*), neúplná realizace základní konstrukce (elipsa, apoziopese) (např. *Медицина бессильна...*) nebo parcelace výpovědi s významem kontrastu nebo ironie (např. *Отпустили. Пока*).

Z fonetického hlediska jsou v titulcích využity hlavně rýmy a rytmičtější výpovědi (např. *Указы – продавать алмазы*) nebo stylistické figury jako je anafora a řečnický triplet (např. *Выпил яд, выстрелил и утонул*).

Z grafických prostředků vyjádření expresivity jsou využívány především uvozovky, které poukazují na jinou stylistickou nebo sémantickou příslušnost výrazových prostředků. Autor se s výrazy v uvozovkách nemusí zcela ztotožňovat (např. *Березовский предложил ТВ-6 «в нагрузку»*; *«Курск» будут поднимать «с другим набором компаний»*).

Expresivní prostředky prostupují i kompozičními postupy v rámci výstavby celého textu. Příkladem může být kontrast mezi informativním textem a pragmatickým titulkem. Titulek je hodnocením nebo obecným závěrem popisované události, plní pragmatickou funkci a často ho tvoří přísloví nebo rčení. Takovýto titulek je často v celém textu jediným místem, kde je realizována expresivita. V dalším textu se její prvky neobjevují a je tedy oslabena koheze titulku a textu, titulek je od textu výrazně odchýlen a obsahová souvislost je zřejmá až po přečtení celého textu. Titulek je tedy synsémantický – neplnovýznamový a kataforický. (např. *За собой придётся убраться; Досталось всем*).

Všechny výrazové prostředky expresivity z těchto jazykových rovin se mohou kombinovat a může se jich v jednom novinovém titulku objevit několik. Pro publicistický styl je příznačné, že nositelem expresivity je právě titulek. Ruské novinové titulky využívají expresivní vyjádření velmi často a je také velmi rozmanité. (Pilátová, 2009)

Celkovým úkolem expresivity je tedy vyjádření nebo stimulace subjektivního vztahu autora k danému obsahu a adresátovi. Ze strany autora jde o vymezení a zdůraznění výpovědi, autor se odchyluje od stereotypu, řečového standardu a normy, vyjadřuje své pocity, emoce a nálady. Pomocí expresivity přiděluje svému výroku emocionální sílu a hodnocení a vytváří estetický efekt. Ze strany čtenáře jde o udržení a koncentraci pozornosti, posílení reflexe a vznik emocí.

Expresivita je tedy základem a výchozím bodem pro realizaci pragmatické funkce v novinových titulcích. Je to odchylka od očekávaného, která dokáže čtenáře přilákat, zaujmout a působit na něj.

2.1.1 Intertextovost a aluze, jazyková hra a kalambúry, oxymóron, personifikace, elipsa

Intertextovost a aluze

Jedním z prvních způsobů vyjádření expresivity v novinových titulcích je intertextovost. Její využití je zapříčiněno tím, že se autor snaží potvrdit svá slova, podpořit je využitím obecně uznávaných prostředků, který mají tzv. zaručenou autoritu.

Intertextovost (intertextualita) je termín, který označuje vztah mezi dvěma texty. Rozdělujeme implicitní nebo explicitní vztah k textu jako druhu, k obecným pravidlům jeho tvoření, odkaz k textu samotnému, komentáře k obsahu nebo formě textu, odkaz k jinému textu, přičemž se může jednat o konkrétní text, text předpokládaný nebo jen žádoucí (ESČ, 2002)

Podle Fatějevové je intertextovost chápána jako „cizí slovo“, interpretované jako výpověď jiného subjektu, která nejprve stojí samostatně a mimo nově vznikající kontext, a míra jejího zapojení do daného kontextu může být různá. Je to tedy více či méně přesná reprodukce části textu v určitém kontextu, náležící jiné osobě. (Фатеева, 2007)

Intertextovostí tedy rozumíme vnášení jiných textů nebo jejich částí do nově vznikajícího textu a patří mezi nejvýraznější rysy současného publicistického stylu. Jako intertextovost lze chápat záměrné využití přísloví, rčení, pořekadel a průpovědek (parémii) v plném znění nebo s modifikacemi. Do intertextovosti se dále zahrnují citace nebo parafráze výroků jiných původců textu (citáty politiků, ekonomů, vědců, sportovců, světců a jiných významných osobností) a samozřejmě i citáty a parafráze z literárních děl, bible, filmů a hudebních děl apod.

Nejtypičtějším projevem intertextovosti je však aluze. Aluze jsou záměrné návaznosti vznikajícího textu na text jiný, dřívější, uznávaný a nyní funkčně připomínaný. Junková uvádí, že „aluze je odkaz v textu na jiný kontext, nejčastěji literární, historický nebo politický. Na rozdíl od citátu, u něhož jde o doslovnou reprodukci části textu v textu jiném, aluzí rozumíme reprodukci nepřesnou, náznakové navázání na jiný text nebo reprodukci vybraných složek či rovin původního textu.“ (Junková, 2005: 119)

Aluze je jedním z hlavních typů mezitextového navazování. U aluze je důležitá kontextovost. Text, na který je navazováno, se označuje jako pretext nebo aludovaný text. Text, který odkazuje k pretextu, je označován jako metatext, text navazující nebo aludující. Informace zprostředkovaná aluzí se pak vytváří na základě konfrontace kontextů těchto dvou textů. Recepce aluze má dvě základní fáze – fázi identifikace aluze, kde se uplatňují signály aluze (uvozovky, jiný typ nebo barva písma, vlastní jména, prvky jazykové a stylově příznakové, nesourodé apod.) a fáze interpretace aluze, v níž se uplatňují vlastní prostředky aluze. Vždy záleží na „kompetenci“ konkrétního čtenáře, zda aluzi pochopí či ne. Význam aluze se vytváří až v procesu interpretace. (ESČ, 2002)

Aluze jsou určeny „průměrnému“ čtenáři, který by však měl být dostatečně dobře obeznámen s životem, kulturou, historií, literaturou dané země. Většinou se naráží na problém, že aluzi dokážou v textu identifikovat jen rodilí mluvčí daného jazyka.

Zjednodušeně můžeme říct, že aluze je odkaz k jakékoli reálné politické, společenské, historické nebo literární skutečnosti, u které se předpokládá, že je všeobecně známá. Autor používá běžný výraz jako narážku na dobře známý fakt, ať už historický nebo současný. V publicistických textech jde především o zašifrované narážky na aktuální společensko-politické události.

Jazyková hra a kalambúry

Dalším významným jazykovým prostředkem k naplnění pragmatické funkce v novinových titulcích je kalambúr neboli slovní hříčka. Tyto dva pojmy považujeme v naší práci za synonymní, i když mezi nimi někteří autoři chápou rozdíl.

Coněvová nadřazuje pojmu kalambúr ještě pojem jazyková hra. Jazyková hra je vědomé narušení systémových vztahů mezi jazykovými znaky, které umožňuje realizovat mezi nimi vztahy nové a nestandardní. Za každým textem stojí vždy nejen určitý jazykový systém, ale i člověk, který tento systém ovládá. Autor při jazykové hře přechází na pozici

tzv. homo ludens². Každý přirozený jazyk disponuje kreativním, tvůrčím potenciálem a variantností. Při jazykové hře se autor snaží realizovat jak tento potenciál, tak i svůj vlastní. Proto se u něj předpokládají nové jazykové kompetence – nejen pasivní ovládnutí jazyka, ale i pochopení způsobů tvůrčího využití jazyka.

Hra s jazykem je charakteristická pro současný publicistický styl. Svou roli v tom hrají i faktory extralingvistického charakteru, jako je snaha o expresivitu, výsměch a ironii. Jazyková hra slouží k dosažení nejazykového, estetického, uměleckého efektu. Jejím projevem mohou být kalambúry, vtipy, rčení, úsloví, transformace frazeologismů, vědomé fonetické a morfologické „komolení“ jazyka, metafory, přirovnání apod. V publicistickém textu je jazyková hra vždy spjata se složitějším a expresivnějším vyjádřením myšlenek.

V rámci jazykové hry se do publicistického textu zapojují tzv. klíčová slova, která jsou charakteristická pro danou dobu a společnost a jsou součástí společenského povědomí. Tato slova se velmi často objevují právě v novinových titulcích. Nejvýznamnější složkou těchto klíčových slov jsou pak jména známých osobností (politiků, ekonomů, podnikatelů, teroristů, umělců, sportovců, vědců, spisovatelů). Tato jména mají nejen lingvistický potenciál, ale především extralingvistický asociační potenciál. Některá jména se prostě sama k jazykové hře tzv. nabízejí.

Tradiční formou jazykové hry jsou okazionalismy neboli příležitostné neologismy, které jsou vytvořeny konkrétním autorem za určitým účelem a jsou vázány na svůj kontext, mimo který se zpravidla nevyskytují. Jejich použití je jednorázové, většinou nemají možnost se včlenit do lexikálního systému jazyka nebo se tak stává jen zřídka. Vždy mají expresivní význam. Podle Coněvové jsou k okazionalismům nejčastěji využívána jména současných politiků a většinou negativně hodnotí jejich vlastnosti nebo činy (např. *Кондолизируй это; Высшая добродетель в Хиллариленде – лояльность*). „Hrdinou“ je v ruštině Vladimír Putin (např. *А как оценивают семилетнюю „путиниану” академические аналитики?; Условия успеха путиномики; Тверь – путингу дверь*). Ze zahraničních jmen je nejvíce skloňováno jméno amerického prezidenta Baracka Obamy (např. *За сто дней президентства нового американского лидера обамомания, которой заболела страна, еще не пошла на убыль; Обаманутые ожидания; Маккейна опять забараковали*). (Цонева, 2011)

² člověk jako bytost hravá, schopná činnosti jen pro radost z činnosti samé

Jednou z nejdůležitějších forem jazykové hry, využívanou v novinových titulcích, je již zmíněný kalambúr. Kalambúr neboli slovní hříčka je prostředek aktualizace výrazu založený na zvukové nebo grafické blízkosti slov či slovních spojení s rozdílným významem, a také na obnovení původního významu, který byl významovým posunem setřen. Funkcí slovní hříčky je dosáhnout komického účinku, a proto je často využívána k ironii a výsměchu. Funkční efekt slovních hříček je podmíněn jejich pragmatickou orientací.

Zdrojem kalambúru může být paronomázie, která spočívá ve spojování slov tvořených ze stejného základu nebo slov náhodně zvukově podobných (např. *Co by vláda do „balíčku“ měla vlastně vůbec zabalit?*). Dalším zdrojem je souvislost nebo podobnost jmen vlastních a obecných (např. *Kolo dějin v Kolodějích*). Za kalambúr jsou považovány také neologismy a jazykolamy. Hříčka je často založena na obnovení nebo ozřejmění původního významu polysémního slova (např. *Vřelá slova by neměla pálit*). (ESČ, 2002)

S kalambúrem úzce souvisí pojem homonymie. Homonymie je případ víceznačnosti jazykové formy, ale na rozdíl od polysémie bez významové příbuznosti. Homonyma se shodují graficky i zvukově, jsou pravá. Vedle nich existují i tzv. homonyma nepravá – homofona (jsou zvukově shodná, ale graficky odlišná), homografa (graficky shodná, ale zvukově odlišná). Homonymům jsou blízká paronyma – slova formálně podobná, avšak významově zcela odlišná. (ESČ, 2002)

Na tomto základě rozdělujeme několik druhů kalambúru:

1. spojení homonym (např. slovní spojení s výrazy jako *ключ, коса, лук, ручка, мир, зебра* apod.)
2. spojení homofonů (např. *поласкать дитя или собаку – полоскать рот; výška – vížka*)
3. spojení homografů (např. *Я приехал в Москву, плачу и плачу.; panický související s panikou a panický související se slovem panic*)
4. spojení paronym (např. *заведующий – завидующий; historie – hysterie; efektní – эффективní*)
5. transformace a vznik nových ustálených spojení a frazeologismů (např. *Он нёс вздор, но нёс его в журналы.*)
6. spojení různých významů slov nebo slovních spojení (např. *«Есть пьесы настолько слабые, что не могут сойти со сцены»*)
7. humorná etymologizace (např. *«Хочешь чаю, Никанор?», предложил хозяин. «Нет, спасибо, я уже отчаялся»*) (БСЭ)

Jazyková hra je tedy jednoduše řečeno jakékoli narušení jazykové normy. Slovní hříčka je narušení této normy v tom, že jsou v jednom kontextu spojena slova stejně nebo podobně znějící, ale s různými významy.

Oxymóron, personifikace a elipsa

Okrajovými jazykovými prostředky k vyjádření pragmatické funkce novinového titulku, které se objevily v našem analyzovaném materiálu, jsou oxymóron, personifikace a elipsa.

Oxymóron je spojení slov (nejčastěji podstatného a přídavného jména), která si svým významem odporují, mají opačný význam, ale patří do stejné kategorie jevů. Tímto spojením vzniká nový smyslový celek s novým významem, ve kterém se rozpor vlastně ruší (např. *грустная радость, černé světlo, veřejné tajemství*). Účelem oxymóronu je poukázat na rozporuplnost a komplikovanost určité skutečnosti. Oxymóron posiluje emocionálně-expresivní význam daného slovního spojení a napomáhá vytváření jednoty v protichůdných životních jevech. (БСЭ)

Personifikace (zosobnění, antropomorfizace) je druh metafory, kdy jsou děje a vlastnosti charakteristické pro člověka, významy lidské činnosti přiřazovány neživým předmětům, zvířatům, rostlinám, abstraktním pojmům (např. *и звезда с звездой говорит, море смеялось*). Díky personifikaci ve všech podobách vznikl důvěrnější vztah mezi autorem a světem. Personifikace je pozůstatkem starodávných kultur, ve kterých byla příroda ztvárněna v bozích a bůžcích s lidským vzhledem. (Русский язык. Энциклопедия, 1979)

Elipsa je vypuštěná část syntaktické konstrukce, kterou v ní podle větného schématu očekáváme a kterou lze rekonstruovat. Elipsou vzniká eliptická věta. (ESČ, 2002) Již Macháčková říká, že pro novinové titulky je typické použití elipsy, která je příznakem snahy o jazykovou ekonomii a také způsobem, jak přimět čtenáře k přečtení celého textu. Elipsa může být anaforická nebo kataforická, přičemž pro titulky je charakteristická především kataforická elipsa. Ta je projevem silné dynamizace a znamená vynechání podmětu nebo jiného členu, který se identifikuje až z následujícího textu (např. *Невымlouvají се на потізе, Вѣдци вари́jí, Люди в Белом*). Vypuštění některých větných členů je záměrné a je způsobeno na jedné straně snahou po stručnosti a tím, aby čtenář nahlédl do textu a chybějící informace si tam přečetl, na druhé straně bývají v titulcích i elipsy speciální, nadpisové. (Macháčková, 1985)

Elipsa, tedy vynechávka v textu nebo v řeči, se může vztahovat i na vypuštěnou součást frazeologického obratu nebo ustáleného spojení (např. *Ты в любом случае выйдешь сухим* = из воды) nebo na vynechání slova, které je předvídáno formou jiného slova (např. *Ты на работу?* = идёшь) nebo je jasné ze situace (např. *Мне чёрный* = кофе, хлеб...). Elipsa jednoho ze syntaktických členů, který nelze jednoznačně doplnit, má emocionálně-expresivní charakter. (БСЭ)

2.1.4 Ustálená slovní spojení, frazeologismy a jejich transformace

Jednou z nejvýznamněji zastoupených skupin jazykových prostředků v našem analyzovaném materiálu, sloužících k vyjádření pragmatické funkce v novinových titulcích, jsou ustálená slovní spojení a frazeologismy a také jejich transformace.

Ustálená slovní spojení neboli sousloví jsou víceslovná pojmenování, která mají význam jednoho slova, a žádné ze slov nelze nahradit synonymem. Patří k jevům frazeologického charakteru. Mezi vymezeními pojmu ustálené slovní spojení a frazeologismus panuje jistá nesourodost a někteří autoři považují ustálená sousloví a frazeologismy za synonyma. My však v naší práci nadřazujeme pojem ustálené slovní spojení pojmu frazeologismus, protože frazeologismus je nejčastěji charakterizován jako „относительно устойчивое, воспроизводимое, экспрессивное сочетание слов, обладающее, как правило, целостным значением“. (Мокиенко, Степанова, 2008: 12)

Frazeologismus je tedy ustálené, expresivní slovní spojení, charakteristické svou stálou lexikální a gramatickou stavbou – vystupuje jako hotová jednotka. Jeho význam je známý rodilým mluvčím daného jazyka a nelze ho vyvodit z významu jednotlivých částí frazeologismu (např. *разбираться как свинья в апельсинах, бить баклуши*). Tento význam je pak v řeči reprodukován v souladu s historickými normami jeho užití. Mezi frazeologismy jsou v širším smyslu většinou řazena i rčení, pořekadla a přísloví (např. *Москва слезам не верит, ей дело подавай*).

Výše uvedené příznaky (ustálenost, expresivita, opakovatelnost, celistvost) se nemusí vždy vyskytovat u všech frazeologismů. Někdy mohou být určité vlastnosti potlačeny nebo se nemusí vyskytovat vůbec. Nejdůležitějším znakem frazeologismu je zpravidla jeho ustálenost, což znamená, že jednou ustálené spojení se již nemůže rozpadnout na jednotlivé části a zůstává konzistentní. Přesto však často bývá porušena jak lexikální a gramatická stavba frazeologismu, tak i jeho sémantická struktura (viz transformace frazeologismů). Stejně jako ustálenost je i reprodukovatelnost u

frazeologických jednotek podmíněná. Pokud je frazeologismus reprodukovatelný, je člověk schopen si ho vybavit jako jeden celek s jedním významem.

Sémantická celistvost frazeologismu je dalším charakteristickým znakem, ze kterého vyplývá, že frazeologismus může být nahrazen jedním slovem, jedním výrazem. (Мокиенко, Степанова, 2008) Frazeologismy jsou vždy sekundární slovní spojení, protože mohou být nahrazena jiným primárním jazykovým prostředkem (např. *после дождичка в четверг* = неизвестно когда, *сиграть в ящик* = умереть). Expresivitou celkově jsme se zabývali už výše. Expresivita frazeologické jednotky je chápána jako její subjektivní, a proto ne zcela nezbytná vlastnost. Přesto však můžeme konstatovat, že většina frazeologismů má expresivní charakter, jejich užití je podmíněno subjektivním vztahem autora k popisované situaci, ve většině případů je vyjádřením jeho emocí nebo hodnocení.

Ne všechna ustálená slovní spojení jsou tedy frazeologismy. V naší práci budeme proto chápat ustálená slovní spojení právě jako víceslovná pojmenování, sousloví, která mají význam jednoho slova. Na rozdíl od frazeologismů ale nemusí být expresivní ani reprodukovatelné v souladu s historickými normami (např. *кyselina sírová, tváří v tvář, кризис среднего возраста, национальная безопасность, скорая помощь, зал ожидания* apod.)

Transformace frazeologismů

Používání nejrůznějších frazeologismů je celkově typické pro současný ruský jazyk, proto se nevyhýbá ani novinovým titulům. Na frazeologismy je ale nahlíženo jako na automatizované jazykové prostředky, které jsou autorovi kdykoli k dispozici a nad jejichž užitím se nemusí zamýšlet. Z pohledu pragmatické funkce však běžný frazeologismus v novinovém titulku sám o sobě nedokáže čtenáře zaujmout. Proto se novináři uchylují k jeho transformacím, zaměňují slova, vytvářejí nové významy, nové okazionální frazeologismy, které právě svojí „novotou“, individuálností a aktualizovanou podobou přilákají pozornost čtenářů.

Při klasifikaci frazeologických transformací budeme vycházet především z knihy Mokijenkova a Melerovičové *Фразаологизмы в русской речи*. Podle autorů existují dvě základní skupiny frazeologických transformací – sémantické a strukturně-sémantické. Obě tyto skupiny se dále člení na další podskupiny a druhy.

Do první skupiny se řadí ty typy sémanticko-stylistických transformací, které nezasahují do lexikálně-gramatické struktury frazeologismu. Patří sem:

1. Frazeologismy s dodatečným sémantickým odstínem – tyto odstíny vznikají při individuálním použití frazeologismu.
2. Přehodnocení frazeologismu – transformace základního významu, obsahu frazeologické jednotky (např. *А твои рассуждения – это седьмая вода на киселе. Ведь ничего конкретного у тебя нет, только понятия и фразы.*)
3. Změna konotativního obsahu frazeologismu – konotace jako významový nebo stylistický odstín, doplňující základní význam slova, je spjata s jeho předmětným obsahem. Rozlišují se kvantitativní a kvalitativní změny komponentů konotace. Kvantitativní se projevují v zesílení nebo zeslabení expresivity a hodnocení, kvalitativní v transformaci nebo obnově emocionálně-expresivního záměru.
4. Transformace založené na obraznosti frazeologismu – při nich dochází ke střetu mezi frazeologickým významem, obrazností, vnitřní formou a doslovným významem slovního spojení. Patří sem dvojí aktualizace (dvojí sémantický záměr) – zde se spojuje frazeologický význam s obrazností nebo vnitřní formou frazeologismu, doslovný význam frazeologismu, který vystupuje do popředí, lidová etymologie, autorská etymologie a explikace vnitřní formy nebo obraznosti frazeologismu, kdy je důraz zaměřen na výchozí představy, situace, při kterých byl frazeologický obrat vytvořen.

Druhá skupina transformací souvisí se strukturně-sémantickými přeměnami frazeologických jednotek. Při nich dochází k modifikaci významu, spojené se změnami v lexikálním složení nebo se změnami gramatických tvarů slov, která jsou součástí frazeologismu. Rozdělujeme dvě základní podskupiny strukturně-sémantických transformací a to transformace: a) při nichž nedochází k narušení jednoty frazeologismu a b) při kterých vznikají okazionální (autorské) frazeologismy.

V případě první podskupiny dochází k individuálnímu použití frazeologismu, při kterém se konkretizuje a rozvíjí jeho obsah, posiluje expresivita, modifikuje emocionálně-hodnotící záměr, ale není porušena celistvost frazeologismu. Patří sem tyto typy transformací:

1. Změny ve složení frazeologismu

a) rozšíření počtu komponentů ve frazeologismu – jednotlivá slova nebo slovní spojení jsou rozšířena o běžně užívaná slova (např. *Если правительства перестанут держать за пазухой ядерный камень, человечество уверенно вступит в третье тысячелетие...*)

b) substituce jednoho komponentu ve frazeologismu jiným slovem nebo slovním spojením (např. *На спектакль приехала публика даже из далекого Лагоса. Банану негде упасть.*)

c) snížení počtu komponentů (elipsa) – významový obsah zůstává zachován, ale často je snížena intenzita expresivity nebo obraznosti (např. *Подошел Галкин, брат не брат, «седьмая вода».*)

2. Změny v poloze komponentů v rámci frazeologismu

a) vzdálená poloha jednotlivých komponentů – spojeno i s významovým oddělením, izolováním (např. *Ученый-экономист давал, что называется, экономическую маху.*)

b) syntaktická inverze – prostředek zesílení expresivity, významové oddělení částí (např. *Нет, брат, нас не надуешь. Мы тоже волки травленные.*)

3. Morfologické transformace frazeologismů – změny gramatických kategorií (pád, číslo, rod, vid, čas, změna slovního druhu apod.) (např. *сдавать в архив – сдающий в архив; козел отпущения – коза отпущения*)

4. Syntaktické transformace frazeologismů – záměna větných členů, změna syntaktické funkce, syntaktické spojitelnosti (např. *работать спустя рукава – работа спустя рукава*), příp. změna vnitřní syntaktické struktury (např. *мерить на аршин – мерить аршином*)

5. Záměna kladných forem za záporné a naopak (např. *В конце концов он может завтра пойти работать! Да и без должности не бьет баклуши.*)

6. Změna nebo rozšíření lexikálně-sémantické a syntaktické spojitelnosti frazeologismu a jeho komponentů (např. *Толча комплименты, как воду в ступке, люди совершают благородные поступки.*)

7. Deformace frazeologismu – jednotlivé komponenty se použijí samostatně, nebo jako významový základ slovních spojení, které se svojí strukturou a lexikálním složením odlišují od původního frazeologismu (např. *...лучше такая компания, чем...вынужденное одиночество, доводящее до черной тоски. Короче, это тот самый рак, который на безрыбье.*)

8. Použití jednotlivých komponentů jako vyjádření frazeologického významu – komponenty jsou využity mimo svůj frazeologismus, ale stále vyjadřují jeho význam (např. *Заварили кашу главари, расхлебывать же приходится всей нации.*)

Druhá podskupina strukturně-sémantických transformací je založena na vytváření okazionálních (autorských) slov a frazeologismů. Existuje několik druhů okazionalismů:

1. Okazionální slova vytvořená na základě frazeologismu (např. *...за все годы своего существования ни разу не сумели представить на выставку какое-либо настоящее изобретение. Велосипедоизобретательство, как видите, и тут сыграло роковую роль.*)

2. Okazionální frazeologismy odvozené od běžných frazeologismů – jsou charakteristické změnou předmětného obsahu, kategoriálního významu, neshodující se obrazností. Mezi ně patří zejména:

a) okazionální frazeologismy vyčleněné ze souboru ustálených spojení (např. *Опыт совместной советско-итальянской комедии Эльдара Рязанова при всех издержках «первого блина» оказался сравнительно удачным.*)

b) okazionální frazeologismy vytvořené podle sémantického vzoru synonymních frazeologismů – vznikají okazionální synonymy frazeologismů (např. *...администрация ПМК-390 подбирает и расставляет кадры вопреки давним хорошим традициям...И по этим традициям не рекомендуется пускать козла в огород, а лису назначать заведующей курятником.*)

c) okazionální frazeologismy vytvořené pomocí sémantické analogie na základě protikladu – vznikají okazionální frazeologická antonyma (např. *...писателю показывают лишь лицевую сторону медали.*)

d) okazionální frazeologismy založené na sémantické inverzi (tzv. inverze rolí) – dochází k vzájemné záměně komponentů, které vyjadřují protikladný význam. Tyto komponenty označují osoby, neživé předměty nebo jevy, které jakoby si měnily své role – dochází k inverzi rolí. (např. *овца, натягивающая на себя шкуру волка*)

e) okazionální frazeologismy založené na konverzi situace – ve frazeologismech jsou slovesné komponenty zaměněny slovesy vyjadřujícími opačný vztah (např. označující různosměrné děje – *заходить в тупик – заводит в тупик*).

f) okazionální frazeologismy založené na změně kategoriálního významu frazeologismu – dochází především k záměně slovesného frazeologismu za jmenný (např. *камня на камне не оставит – неоставление камня на камне*)

g) kontaminace frazeologismu – spojení částí dvou nebo více frazeologismů, v důsledku čehož vzniká nový frazeologismus s jiným obsahem (např. *Что ни на есть отчаянный был Клим мужик: и пьяница, и на руку нечист....Горазд орать,*

блясничать, гнилой товар показывать с казового конца. = товар лицом показать + казовый конец)

h) okazionální frazeologismy, které vznikly zásadní změnou významu běžného frazeologismu – zanikají logické souvislosti a je narušena sémantická identita s produktivním frazeologismem. Lexikální a gramatická struktura původního frazeologismu může být plně nebo částečně zachována (např. *голубая кровь* = аристократическое происхождение; *голубая кровь* = истинное благородство, высота духа)

ch) okazionální frazeologismy vytvořené podle vzoru běžných frazeologismů s částečnou změnou významu a obraznosti (např. *строить воздушные замки – торговать воздушными замками*) (Мокиенко, Мелерович, 1997)

Autoři se ve své knize zabývají transformacemi frazeologismů z obecného hlediska se zaměřením na uměleckou literaturu. My se v této práci pokusíme aplikovat tyto transformace na náš jazykový materiál, tedy na novinové titulky a provést analýzu toho, které transformace se v titulcích nacházejí nejčastěji, a které naopak novináři při tvorbě titulku téměř nebo vůbec nevyužívají. Zároveň tyto transformace aplikujeme kromě frazeologismů také na ustálená slovní spojení.

Všechny výše uvedené jazykové prostředky se v našem analyzovaném materiálu objevovaly v různém množství a s různou intenzitou expresivity. Každý z těchto prostředků vyjadřuje něco jiného a také jinak působí na čtenáře. Ať již jako potvrzení pravdivosti od tzv. zaručených autorit v případě aluze nebo jako prostředek ironizace a komičnosti v případě kalambúru či například jako prostředek aktualizace a aktivizace jazyka v případě transformovaných frazeologismů.

3. ANALÝZA JAZYKOVÝCH PROSTŘEDKŮ V NOVINOVÝCH TITULCÍCH

V praktické části této práce jsme se pokusili o klasifikaci nashromážděného jazykového materiálu, tedy ruských novinových titulků, do několika kategorií a to podle obsažených jazykových prostředků, jejichž pomocí je v titulcích realizována pragmatická funkce. Na základě analyzovaného materiálu jsme vyčlenili následující kategorie: **aluze**, **kalambúr**, **oxymóron**, **personifikace**, **elipsa**, **ustálená slovní spojení** a **frazeologismy**.

Vzhledem k těmto skupinám nebylo vždy snadné daný titulek zařadit a rozhodnout, zda je titulek už frazeologismem nebo pouze ustáleným spojením, zda představuje aluzi na určitý fakt nebo jde pouze o slovní hříčku apod. Proto je uvedené třídění pouze orientační, uvedené kategorie se prolínají a jeden titulek může být zařazen hned do několika kategorií, protože se v něm vyskytuje několik výše popsaných jazykových prostředků. Záleží především na úhlu pohledu daného recipienta.

Celkově bylo shromážděno okolo 500 ruských novinových titulků z 21 ruských internetových periodik (*Аргументы и факты*, *Лента.ру*, *Газета.ру*, *Российская газета*, *Московский комсомолец*, *Московская правда*, *Коммерсантъ*, *Независимая газета*, *Новые известия*, *Комсомольская правда*, *Московские новости*, *Мир новостей*, *Известия*, *РБК daily*, *Собеседник.ру*, *Аргументы недели*, *Труд.ру*, *Итоги*, *Русский репортёр*, *Профиль*, *Эксперт*). Tyto titulky byly vybrány na základě toho, že přilákají pozornost čtenáře na první pohled, zaujmou ho a pobaví. Informační funkce je v nich většinou slabá, zato převažuje funkce pragmatická a persvazivní.

Při zkoumání ruských novinových titulků je potřeba si uvědomit, že v každé zemi existují jiné tradice ve formování titulků, v jejich sémantických a strukturních rysech, že se zde odrážejí realie dané země, je potřeba znalost zkratek apod. (Zimková, 1988) Obecně v ruském jazyce převažuje automatizace, stabilizace, ale současně i tendence k novému, obměňovanému a aktualizovanému. Zjednodušeně můžeme říci, že „klišé“ nejsou pořád stejná, což především přispívá k pragmatické funkci novinových titulků. Příkladem procesu automatizace vyjadřování je používání frazeologismů, naopak aktualizaci slouží transformace frazeologismů, stejně jako použití názvu literárního díla v titulku je projevem automatizace, ale použití aluze na toto dílo je už aktualizací.

Seznam všech nasbíraných novinových titulků je uveden v příloze této práce. Pro samotnou práci jsme z každé kategorie vybrali několik titulků, které poslouží jako příklady

nejlépe reprezentující danou skupinu. Za každým titulkem je v závorce uveden jeho zdroj a datum zveřejnění. Vysvětlivky zkratk jednotlivých periodik se nacházejí v závěru práce v seznamu použitých zkratk. Uvedené titulky plní především pragmatickou funkci a jejich informační hodnota je slabá. Proto je k jejich pochopení často nutné přečíst si celý následující článek. Z tohoto důvodu uvádíme u titulků stručný obsah článku. Stejně tak jsou všechny titulky doplněny komentářem, který vysvětluje vyskytující se v nich jevy.

3.1 Aluze

Aluze je jeden z nejtypičtějších příznaků intertextovosti. Je to narážka nebo odkaz na jiný kontext, nejčastěji literární, historický nebo společenský.

V našem analyzovaném materiálu bylo zaznamenáno celkem 127 novinových titulků, které obsahovaly aluzi. Tyto titulky jsme dále rozdělili do skupin podle toho, který druh aluze se v nich vyskytoval. Nejpočetnější skupinou byly literární aluze, které obsahovaly 58 titulků. Druhou největší skupinu tvořily filmové aluze s 31 případy. Dalšími druhy aluze potom byly historické aluze – 14 případů, hudební aluze – 10 případů, společenské aluze – 7 případů. Skupinami s nejmenším počtem případů byly televizní aluze s 5 případy a náboženské aluze se 2 případy.

3.1.1 Literární aluze

Do skupiny literárních aluzí jsme přiřadili především aluze na název literárního díla (kniha, báseň apod.) a také aluze na citáty nebo úryvky z nich.

- *Борись, Годунов* (МК, 27.11.2010)
 - Novým šéfem moskevského oddělení dopravy a spojů byl jmenován Nikolaj Godunov, který by se měl vypořádat s dopravními zácpami ve městě.
 - narážka na tragédii A. S. Puškina «**Борис Годунов**»,
 - původní význam byl setřen a pomocí homonymního spojení imperativu **борись** a jména **Борис** a shodného příjmení obou představitelů byl vytvořen význam nový

- *Мертвые пенсионные души* (РБК, 16.11.2009)
 - Soukromé penzijní fondy přišly na způsob, jak se ochránit před nepoctivými agenty, kteří obchodují se smlouvami o povinném penzijním připojištění.

- narážka na dílo N. V. Gogola «**Мертвые души**», jehož název byl rozšířen komponentem **пенсионные**, který tak konkretizoval jeho původní význam

- *И дольше века длится срок* (Ни, 3.7.2009)
 - V New Yorku byl odsouzen zakladatel finančních pyramid Bernard Madoff ke 150 letům odnětí svobody.
 - narážka na román Č. Ajtmatova «**И дольше века длится день**» (také pod názvem «Буранный полустанок»)
 - původní význam názvu díla zůstal v aluzi zachován, pouze byl zaměněn časový úsek **день** výrazem **срок**, který se vztahuje k délce odnětí svobody odsouzeného miliardáře

- *PR во время чумы* (К, 23.5.2009)
 - Ruské PR agentury zaznamenaly v roce 2008 rekordní tržby. V roce 2009 už se tak vysoké příjmy neočekávají.
 - narážka na jednu z tzv. malých tragédií A. S. Puškina «**Пир во время чумы**»
 - opět je zde využita slovní hříčka a slovo **пир** je nahrazeno formálně podobným slovem **PR** (public relations), vztahujícím se k tématu článku, **чума** poté vystihuje období hospodářské krize

- *По ком звонит рында* (РГ, 5.8.2010)
 - Premiér Vladimír Putin odpověděl rozhněvanému blogerovi na jeho dotaz týkající se požárního zvonu a požárních nádrží v jeho vesnici.
 - **рында** – je druh lodního zvonu, přesněji řečeno je to odbíjení tohoto zvonu v pravé poledne (Ожегов, Шведова, 2001)

- *По ком звонят бабушки* (РБК, 13.1.2010)
 - O konkurenčním boji mezi telefonními operátory.
 - oba titulky jsou narážkou na román E. Hemingwaye «**По ком звонит колокол**», v obou titulcích se vyskytuje substituce jednoho ze slov, ve druhém titulku došlo navíc ke gramatické záměně singuláru za plurál

- *Много секса из ничего* (К, 17.2.2012)
 - Článek píše o novém britském filmu Stud (rus. «Стыд») režiséra Stevea McQueena

- *Много шума из всего* (Ни, 28.8.2012)
 - Žádný z úřadů není schopen pomoci obyvatelům Moskvy, kteří v noci nemohou spát kvůli hlučným stavbařům, továrnám, obchodům nebo opileckým skupinkám.
 - oba titulky jsou narážkou na komedii W. Shakespeara **«Много шума из ничего»**
 - v prvním titulku došlo k substituci jednoho z komponentů na základě tematického určení popisovaného filmu, ve druhém pak došlo k antonymické záměně

- *Ешь ананасы, гапстуки жуи* (Мк, 19.8.2008)
 - Gruzínský prezident Michail Saakašvili má ve zvyku z nervozity žvýkat vlastní kravatu. Proto dostal speciální dárek – jedlou kravatu z rýžového papíru.
 - narážka na dvojverší **«Ешь ананасы, рябчиков жуи, день твой последний приходит, буржуи.»** z díla «Стихотворение 1917» Vladimira Majakovského

- *Двенадцать подвигов Шойгу* (Мк, 14.11.2012)
 - Nový ministr obrany Sergej Šojgu je nucen napravovat špatná rozhodnutí svého předchůdce.
 - aluze na řecký mýtus **«Двенадцать подвигов Геракла»**

- *А ввоз и ныне там* (Ни, 28.1.2010)
 - Dovoz do Ruska se snížil více než o třetinu a dotknul se téměř všech druhů zboží.
- *А ВУЗ и ныне там* (Мир, 18.4.2012)
 - O tom, že je v Rusku příliš mnoho vysokých škol a na co Rusko potřebuje takové množství specialistů s vysokoškolským vzděláním.
- *А кот и ныне там* (Мк, 24.11.2012)
 - Majitelé domů zazdívají ventilační průduchy v domech i s kočkami, které v nich žijí a odsuzují je tak k jisté smrti.
- *МРОТ и ныне там* (К, 30.8.2012)
 - Ani po zvýšení minimální mzdy nedosáhne tato částka výše životního minima.
 - všechny čtyři titulky jsou narážkou na citát z Krylovovi bajky «Лебедь, Щука и Рак» – **«Да только воз и ныне там»**

- *Преступление и выдвигение* (К, 17.4.2012)
 - Státní дума chce při přijímání nového zákona o gubernátorských volbách zbavit volebního práva ty, kteří byli odsouzeni za těžké zločiny.
- *Подрезание и наказание* (Ни, 27.3.2012)
 - Příslušníci Federální služby ochrany zbili mladíka za to, že údajně předjel jejich auto.
- *Представление и наказание* (Ни, 28.8.2012)
 - Soudní proces se skupinou Pussy Riot promítali v divadle «Театре.doc»
- *Отступление и наказание* (Мн, 11.9.2012)
 - Předseda Společnosti na ochranu práv spotřebitelů žádá vyloučení patriarchy z církve.
- *Исцеление и наказание* (К, 8.7.2008)
 - Lidový léčitel a senzibil Grigorij Grabovoj byl odsouzen k 11 letům odnětí svobody za podvody.
 - všechny titulky jsou jasnou narážkou na román L. N. Tolstého **«Преступление и наказание»**, jehož název se stal velmi oblíbeným vzhledem k současné společenské situaci, kdy denně dochází k páčání zločinů, ale také k jejich trestání

3.1.2 Filmová aluze

V této skupině se vyskytovaly aluze na názvy hraných a animovaných filmů, seriálů z produkce ruské i světové kinematografie a také různé výroky z těchto filmů.

- *Хвостатые тоже плачут* (РБК, 9.3.2010)
 - Článek pojednává o tom, že film Avatar nakonec nezískal na předávání cen Oskar tolik ocenění, kolik se jich očekávalo.
 - aluze na mexický seriál **«Богатые тоже плачут»** z roku 1979, který byl populární v SSSR a později i v Rusku
 - došlo k záměně slova **богатые** za **хвостатые**, což odkazuje ke vzhledu mimozemských postav z filmu Avatar, které mají ocas
- *Все, что нажито непосильным постом* (К, 27.10.2012)
 - Дума přijala zákon o kontrole výdajů státních úředníků.

- *Все, что отдано непосильным трудом* (К, 23.6.2012)
 - Ruská vláda schválila tzv. velkou privatizaci, lze se proti ní ale bránit.
 - oba titulky jsou narážkou na výrok Antona Semjonoviče Špaka z filmu «Иван Васильевич меняет профессию» – **«Все, что нажито непосильным трудом»**
 - v titulcích jsou vždy určité komponenty citátu nahrazeny jinými tak, aby odpovídaly popisovanému tématu, vždy je zde však řeč o určitém druhu majetku

- *Евро в тумане* (Мк, 27.1.201)
 - Článek pojednává o ekonomické krizi a situaci eura.
 - aluze na název animovaného filmu **«Ежик в тумане»** režiséra Jurije Norštejna

- *Чип не спешит на помощь* (Мп, 16.11.2009)
 - V Rusku budou zavedeny nové biometrické pasy s dobou platnosti 10 let.
 - narážka na animovaný seriál z produkce studia Walta Disneyho **«Чип и Дейл спешат на помощь»**
 - titulky je založen na slovní hříčce s homonymními slovy **чип** a jménem hlavní postavy **Чип**

- *В Россию с любовью* (Ни, 12.10.2012)
 - Článek je o portugalském fotbalistovi Christianu Ronaldovi, kterého s Ruskem pojí jeho partnerka – ruská modelka Irina Shayk.
 - narážka na druhý film o agentu Jamesi Bondovi **«Из России с любовью»** (angl. From Russia with love), ve kterém hrál hlavní roli herec Sean Connery

- *Тимошенко. Спасибо, что жива* (Мк, 18.1.2012)
 - Bývalou ukrajinskou premiérku Julii Timošenkovou se údajně pokoušeli ve vězení „zlikvidovat“.
 - narážka na film **«Высоцкий. Спасибо, что живой»**, který také popisuje několik dramatických dní ze života Vladimira Vysockého

- *Пролетая над гнездом Каддафи* (Рг, 31.10.2011)
 - O úspěšné vojenské operaci NATO v Libyi.

- narážka na americký film «**Полет над гнездом кукушки**» (také pod názvem «Пролетая над гнездом кукушки») režiséra Miloše Formana natočeného na motivy stejnojmenné knihy Kena Keseyho z roku 1975
- *Дипмиссия невыполнима* (Рг, 18.8.2010)
 - Američané přesvědčují svět, že se situace v Iráku normalizuje a otevírají zde čtyři nová diplomatická zastoupení na pozadí krvavých teroristických útoků.
 - narážka na americký film «**Миссия невыполнима**» (angl. Mission: Impossible) s Tomem Cruisem v hlavní roli
 - slovo **миссия** je zde rozšířeno o nový komponent – **дипломатическая**, význam zůstává zachován, pouze se jakoby „přesunuje“ na vyšší, důležitější úroveň
- *Убить билль* (Мк, 23.3.2010)
 - V USA byla schválena reforma zdravotnictví, která zabezpečí občanům zdravotní pojištění prostřednictvím daňových zvýhodnění a přístup ke zdravotní péči pro lidi s nízkými příjmy
 - narážka na americký film «**Убить Билла**» (angl. Kill Bill) režiséra Quentina Tarantina
 - titul je založen na slovní hříčce se slovem **билль** a jménem **Билл**
- *Доскрипим до понедельника* (Ни, 12.2.2009)
 - Zdraví ruských žáků a studentů se zhoršuje.
 - narážka na sovětský film «**Доживем до понедельника**» režiséra Stanislava Rostockého
 - souvislost článku s filmem, který byl natáčen ve škole a popisuje tři dny školního života
- *Утомленная сексом* (К, 19.10.2012)
 - O smrti nizozemské herečky a umělkyně Sylvie Kristel, která podlehla rakovině, a která se proslavila především rolí Emmanuelle.
- *Утомленные долларами* (Рг, 18.6.2010)
 - Američtí miliardáři Bill Gates a Warren Buffett vyzvali další multimilionáře, aby věnovali polovinu svého majetku na charitu.

- *Утомленные сбором* (Ни, 2.4.2012)
 - daň z prázdných CD a DVD nosičů, kterou navrhl režisér Nikita Michalkov, i po roce své platnosti stále vyvolává spory a konflikty
 - všechny tři titulky jsou narážkou na rusko-francouzský film **«УТОМЛЕННЫЕ СОЛНЦЕМ»** režiséra Nikity Michalkova

3.1.3 *Historická aluze*

Mezi tyto aluze patří především narážky na historické události, jak ruské, tak i světové, aluze na historická hesla a citáty různých historických osobností.

- *Великое переселение народа* (Pr, 2.3.2012)
 - O programu, který podporuje návrat Rusů žijících mimo Rusko zpět do vlasti.
 - narážka na **«Великое переселение народов»** probíhající ve 4. – 7. stol. n. l., kdy se jednotlivé kmeny stěhovaly z důvodů demografických i sociálních (Б.ру)

- *«Потемкинские» инновации* (Ни, 21.4.2011)
 - Státní firmy zabezpečují 30 % výdajů na vědecko-výzkumnou činnost, přesto efektivita některých „inovací“ vyvolává pochybnosti
 - narážka na tzv. **«Потемкинские деревни»** – historický mýtus, zakládající se na tom, že kníže Potěmkin nechal postavit atrapy vesnic podél cesty, kterou projížděla carevna Kateřina II.; přeneseně jde o snahu vylepšit něco více, než je tomu ve skutečnosti, zastírat pravý stav věcí (Б.ру)
 - v titulku jsou použity také uvozovky, které mohou mít v titulcích mnoho významů, v tomto případě vyjadřují ironický význam

- *Великая октябрьская резолюция* (К, 10.10.2009)
 - O projednávání stavby 403m vysokého mrakodrapu „Ochta-centr“, který údajně odporuje zákonům.
 - narážka na historický fakt **«Великая Октябрьская Социалистическая революция»**, ke které došlo v roce 1917 (Б.ру)
 - titulek založen na podobnosti slov **октябрьский** a okazionálního slova **охтябрьский**, vytvořeného na základě názvu mrakodrapu, stejně jako na podobnosti

slov **резолюция** a **революция**, původní význam je zde zachován, protože autor přiřazuje usnesení od prokuratury velkou důležitost

- *Закрытие Америки* (Ни, 8.8.2008)
 - USA omezuje právo bezvízového vjezdu do země pro Evropany.
 - narážka na historickou událost **«Открытие Америки»**, které v roce 1492 uskutečnil Kryštof Kolumbus (Б.ру)
 - omezením bezvízového vjezdu USA omezují příjezd Evropanů do země, která se tak pro ně fakticky „uzavírá“

- *Культ безразличности* (Мк, 16.10.2012)
 - V článku se píše o tom, že Rusové nevěří ani ve volby ani sami v sebe.
 - narážka na historický pojem **культ личности**, který je vztahován k osobě J. V. Stalina, ale rozvinul se i u jiných osobností – jde o přehnané zveličování vlastností a zásluh jedné osobnosti, kterou zároveň nelze kritizovat. (Б.ру)
 - v titulku je právě zvýrazněna podobnost, že tak jako může být vyzdvihována jedna osobnost, může u mnoha lidí hrát důležitou roli lhostejnost a nízká sebedůvěra

- *Кто с мячом к нам придет, тот не пожалеет* (Мк, 20.3.2012)
 - Mistrovství Evropy ve fotbale 2012 je pro Polsko více než jen obyčejné mistrovství.
 - narážka na citát **«Кто с мечом к нам придет, от меча и погибнет. На том стояла и стоит русская земля!»**, který ve filmu «Александр Невский» pronesl hlavní hrdina směrem k posílům Livonského řádu, kteří za ním přijeli do Velikého Novgorodu v roce 1242 žádat „věčný mír“ (Б.ру)
 - titulek byl vytvořen analogicky podle vzoru tohoto citátu

- *Пришел, увидел, взбунтовал* (Рг, 9.4.2012)
 - Probíhá vyšetřování týkající se ředitele Lgovské vězeňské kolonie, který je prý k vězňům příliš tvrdý a jehož podřízení údajně vyprovokovali vězně ke vzpouře.

- *Пришел, увидел, разозлил* (Ни, 27.8.2012)
 - O novém trenérovi fotbalového klubu Dynamo Moskva, který dokázal tým výrazně povzbudit.

- oba titulky jsou narážkou na známý citát Julia Césara *«Пришел, увидел, победил»* (lat. Veni vidi vici), který César pronesl po pětidenní bitvě proti pontskému králi Farnakovi II. v bitvě u Zely. (Б.ру)
- v člancích se vždy jedná o člověka, který někam přichází a rychle způsobí nějakou mimořádnou událost, ať již negativní v případě prvního titulku nebo pozitivní v případě druhého, stejně jako César

3.1.4 Hudební aluze

Do této skupiny řadíme zejména názvy písní, muzikálů a jiných hudebních děl a citace z jejich textů.

- *Аты-баты, или солдаты снимать деньги в банкоматы* (Кп, 30.3.2012)
 - Rekrutovaným vojákům se bude mzda vyplácet také bezhotovostně stejně jako důstojníkům.
 - narážka na píseň *«Аты-баты шли солдаты»* Bulata Okudžavy, jejíž název byl rozšířen novými komponenty; dalším pragmatickým prostředkem je zde také rým
- *Евросоюз нерушимый* (К, 30.10.2010)
 - EU vymyslela, jak pomůže ekonomikám slabých členských zemí.
 - narážka na píseň *«Союз нерушимый»*, státní hymnu SSSR v letech 1944 – 1991
- *Есть только Мигт между прошлым и будущим* (Рг, 10.9.2012)
 - Článek pojednává o předvolebních diskuzích Baracka Obamy a Mitta Romneyho, na kterých se příliš nehovoří o zahraničně-politických vztazích.
 - narážka na píseň *«Есть только миг между прошлым и будущим»* z filmu *«Земля Санникова»*
 - založeno na formální podobnosti slova **миг** a jména **Мигт**
- *Шоу должно возвращаться* (К, 26.9.2008)
 - O vystoupeních britského zpěváka Marca Almonda v Moskvě.
 - narážka na píseň *«Шоу должно продолжаться»*, což je ruský překlad písně *Show must go on* od skupiny Queen

- sloveso **продолжаться** je zde nahrazeno slovesem **возвращаться**, což odpovídá tématu článku, který se zabývá návratem Marca Almonda do Ruska

➤ *Дед Мороз не суперстар* (Мк, 28.12.2011)

- Za dědu Mráze se často převlékají i muži, kterým ještě nebylo 30 let.

- narážka na muzikál **«Иисус Христос – суперзвезда»** (angl. Jesus Christ Superstar)

- došlo zde k homonymní záměně, kdy slovo **суперстар** neznamená суперзвезда, ale to, že děda Mráz nebývá příliš starý

➤ *Связанные одной снедью* (К, 28.9.2009)

- Globalizace ekonomiky přispěla k tomu, že všichni obyvatelé planety jedí stejné jídlo podle stejných potravinářských standardů a trpí stejnými nemocemi.

- narážka na píseň **«Скованные одной цепью»** skupiny «Nautilus Pompilius», jejíž text pokračuje slovy **«связанные одной целью»**

➤ *Идет война билетная* (Мк, 30.11.2012)

- O problémech s lístky na zápasy týmů Spartak Moskva a Zenit Petrohrad.

- narážka na úryvek **«Идет война народная»** z písně **«Священная война»** od skladatele A. V. Alexandrova

3.1.5 Společenská aluze

Do této skupiny jsme zařadili aluze na společenské fakty, především volební hesla, svátky a aluze na název novin.

➤ *За честные камеры* (К, 5.3.2012)

- Prezidentské volby se konaly pod dohledem kamer.

➤ *За честные выборы Владимира Путина* (К, 13.2.2012)

- Ředitel zahraničně-obchodní banky Andrej Kostin napsal článek o vztazích obchodu a úřadů a vyjádřil podporu Vladimíru Putinovi.

- oba titulky jsou narážkou na heslo **«За честные выборы»**; v prvním titulku došlo k záměně komponentů **выборы** za **камеры**, ve druhém pak došlo k rozšíření počtu komponentů

- *Вербное примирение* (К, 9.4.2012)
 - Nový prezident Jižní Osetie a jeho protikandidát se objali v chrámu.
- *Сербное воскресенье* (РГ, 16.11.2009)
 - Úřady v Kosovu mohou poprvé uspořádat vlastní volby.
 - oba titulky jsou narážkou na velikonoční svátek **Вербное воскресенье** (také náboženská aluze); v prvním titulku je slovo **воскресенье** nahrazeno slovem **примирение**, ve druhém titulku jde o formální podobnost slov **вербное** a **сербное** (od Сербия) a titulek spíše než k velikonočnímu svátku odkazuje k tomu, že se volby konaly v neděli
- *День полупобеды* (МК, 23.11.2011)
 - Článek, píše o tom, že se Rusku podařilo ochránit práva svých občanů v zemích SNS, jen je to potřeba dělat častěji.
 - narážka na svátek **День победы**, který se v Rusku slaví 9. května
- *Аргументы за контрафакты* (К, 24.12.2008)
 - Nejvyšší arbitrážní soud se zabývá otázkou, zda za porušování práv na internetu odpovídají jeho poskytovatelé.
 - narážka na ruský novinový týdeník **«Аргументы и факты»**, jehož transformovaný název vhodně popisuje danou situaci

3.1.6 Televizní aluze

Tuto skupinu tvoří především aluze na název televizního pořadu. Pro zjednodušení jsme sem zařadili i jednu aluzi na rozhlasový pořad.

- *Как остаться миллионером* (Ни, 17.10.2012)
 - Bohatí Francouzi, kteří nechtějí platit novou superdaň, začali opouštět zemi.
- *Кто хочет остаться миллионером?* (МК, 3.11.2012)
 - Kompenzace za vklady v bankách se zvýší o tři sta tisíc rublů. Pokud má člověk v bance uložen milion rublů, bude mu případně poškození ze strany banky vrácen celý milion, ne pouze sedm set tisíc jako doposud.
 - oba titulky jsou narážkou na televizní pořad **«Кто хочет стать миллионером?»**, který byl vysílán téměř po celém světě

- v obou titulcích je sloveso **стать** zaměněno slovesem **остаться**, je zde tedy vždy řeč o stávajících milionářích, ve druhém titulku je navíc zachována i původní modalita – jde o tázací větu

➤ *Старые песни о новом* (И, 14.5.2012)

- Rozhovor s hudebním producentem, který tvrdí, že lidé nevyužívají své bohatství ke správným věcem a stejná je i současná hudba, která způsobuje zakrnění mozku.

- narážka na název populárního televizního estrádního filmu **«Старые песни о главном»**

➤ *Сам себе пенсионер* (Pr, 27.12.2012)

- Vláda hledá možnosti k posunutí doby odchodu do důchodu. Budoucí penze by také měla být závislá na počtu odpracovaných let.

- narážka na televizní pořad **«Сам себе режиссёр»**, ve které jsou ukazována amatérská videa

➤ *Радио нужна няня* (К, 15.6.2011)

- Téměř čtvrtinu z celkových příjmů rozhlasových stanic tvoří dotace od státu a majitelů, reklamní příjmy tvoří pouze 71 % na rozdíl od evropských zemí, kde je tento podíl více než 85 %.

- titulek může být narážkou na sovětský vzdělávací rozhlasový pořad pro děti **«Радионяня»**, vysílaný v 70. a 80. letech 20. stol. – došlo zde k transformaci tohoto názvu a rozšíření počtu komponentů

3.1.7 Náboženská aluze

Do této kategorie jsme zařadili titulky, které se jakýmkoli způsobem týkají náboženství.

➤ *Крестовый поход* (Pr, 14.3.2012)

- Článek je rozhovorem s protodiákonem Andrejem Kurajevem o situaci církve a víry po vystoupení skupiny Pussy Riot v Chrámu Krista Spasitele.

- narážka na **крестовые походы** – středověké vojenské výpravy, vyhlášené papežem a podnikané proti muslimům, pohanům a kacířům (Б.ру)

- založeno na paronymické podobnosti slov **поход** a **подход**

➤ *Распятие Христо* (Мк, 21.11.2011)

- Ministerstvo zdravotnictví uspořádalo „štvanici“ na šéfa vědecko-technického komplexu Hrista Tahchidi na základě lživých obvinění.
- narážka na událost z bible – **Распятие Христа**
- aluze založena na podobnosti jmen **Христо** a **Христос**, ale také na podobnosti situací, do které se neprávem dostali

Aluze sice netvořily nejpočetnější kategorii novinových titulků, přesto jich bylo nashromážděno velké množství a byly různě transformovány. Důvodem, proč je použití aluzí tak široké, je především vysoká kulturní hodnota textů, ke kterým odkazují, a které zároveň představují kulturní dědictví dané společnosti. Dále také tvoří jakýsi kulturní obzor, o kterém se autor domnívá, že je stejný jak pro něj, tak pro potenciálního čtenáře.

3.2 Kalambúr

Kalambúr je jednou z nejvýraznějších forem jazykové hry. Využívá fonetickou a grafickou blízkost slov či slovních spojení s rozdílným významem, a také obnovení původního významu, který byl významovým posunem setřen. Hlavní funkcí slovní hříčky je dosáhnout komického účinku, který často slouží k ironii a výsměchu. Právě komičnost a ironie nám posloužily při rozhodování, zda daný titulek zařadit mezi transformace ustálených spojení nebo slovní hříčky. Převážná většina novinových titulků, zařazených do této kategorie, totiž byla původně ustálenými slovními spojení, která byla slovní hříčkou pozměněna a aktualizována.

Do této kategorie jsme tedy z našeho jazykového materiálu zařadili 143 novinových titulků. Nejpočetnější skupinou slovních hříček byla paronyma – ta tvořila 79 případů. Druhou největší skupinou byly autorská okazionální slova a slovní spojení – 23 případů. Dále potom následovala změna významu pomocí prefixace s 13 případy, paronomázie s 10 případy, rým s 6 případy a precedentní jména také s 6 případy. Nejmenšími skupinami byla homonyma – 3 případy a spojení různých významů slov – rovněž 3 případy.

3.2.1 Паронима

- *Между ураном и Ираном* (Рг, 9.11.2012)
 - Článek je rozhovorem s ředitelem Mezinárodní agentury pro jadernou energii o situaci s jadernými zbraněmi v Iránu.
 - spojení paronym **уран** a **Иран**

- *Неизученный измученный Кавказ* (Нг, 31.3.2010)
 - O situaci po výbuších v moskevském metru, kdy vyšlo najevo, že úřady nemají mnoho informací o nebezpečném území Kavkazu.
 - spojení paronym **изученный** a **измученный**

- *Царь-молоко* (Рг, 19.10.2011)
 - O tom, jaké mléčné výrobky a další potraviny jedí v Kremlu a obou komorách parlamentu, a odkud tyto potraviny pocházejí.
 - podobnost s názvem historické památky «**Царь-колокол**» – zvon, který se nachází na území Kremlu

- *Мэры приняты* (К, 2.10.2010)
 - Na moskevské výstavě „Zlatý podzim“ jednal premiér Vladimir Putin s prezidentem Dmitrijem Medveděvem o tom, kdo bude novým primátorem Moskvy.
 - spojení paronym **мэры** a **меры**

- *Вводные процедуры* (Рг, 11.8.2010)
 - Abnormální teploty vody a vzduchu a také zvýšená návštěvnost pláží způsobily, že voda na dvou nejoblíbenějších místech neodpovídá normám.
 - ustálené slovní spojení bylo využito pro slovní hříčku s paronymy **ВВОДНЫЙ** a **ВОДНЫЙ**

- *Мерси, Баку* (Мк, 4.9.2010)
 - Na jednání ruského a ázerbájdžánského prezidenta bylo podepsáno mnoho dokumentů, mimo jiné i o tom, že Ázerbájdžán bude do Ruska dodávat více zemního plynu.

- v titulku bylo použito transkribované francouzské poděkování **мерси боку** (franc. merci beaucoup), jehož druhý komponent byl zaměněn na základě formální podobnosti s názvem ázerbájdžánského hlavního města **Баку**

➤ *Избитые сливки* (Ни, 18.8.2009)

- Rusko omezilo dodávky mléčných výrobků z Litvy, byl v nich nalezen tetracyklin.
- v původním ustáleném spojení **сбитые сливки** bylo slovo **сбитый** zaměněno podobným slovem **избитый**

➤ *Центральный избивательный участок* (К, 7.12.2011)

- V Moskvě byly potlačeny protesty opozice proti výsledkům údajně zfalšovaných voleb do Státní dumy.
- slovní hříčka postavena na podobnosti slov **избивать** a **избирать**

➤ *Пункт обмана валют* (Труд, 9.7.2008)

- Na Běloruském nádraží v Moskvě byla odhalena síť nelegálních směnáren, ve kterých byly podvedeny tisíce klientů.

➤ *Пункты обмана валюты* (Мк, 2.10.2010)

- Podle nového nařízení centrální banky by měli být v Rusku zavřeny všechny směnárny, které neposkytují i další bankovní služby. Směnárny však vymýšlejí různé způsoby, jak toto nařízení obejít.
- oba titulky jsou zároveň ustálenými slovními spojeními, ve kterých došlo ke spojení paronym **обмен** a **обман**

➤ *Дружественный нажим* (К, 8.2.2012)

- Rusko se snaží smířit Syrskou vládu s opozicí, zabránit začínající občanské válce a zachovat tak pro něj nakloněný režim.

➤ *Визовый нажим* (К, 20.5.2010)

- Rusko navrhne Evropské unii, aby začali jednat o zrušení vízového režimu.

➤ *Визовый отжим* (К, 29.11.2012)

- Velká Británie zpřísní pravidla pro získání investorského víza, na jehož základě v Británii žijí stovky Rusů.

- ve všech třech titulcích bylo v původně ustálených spojeních zaměněno slovo **режим** paronymem **нажим**, resp. **отжим**

➤ *Контрабандный навар* (Труд, 22.7.2008)

- V Moskvě byl zatčen ředitel celního úřadu, podezřelý z braní úplatků, které je ale na všech celnících velmi časté.

➤ *Контрабатькин товар* (Мк, 12.10.2012)

- Bělorusko prodává benzín, vyrobený z ruské ropy, dál na západ v podobě rozpouštědel. Za benzín by totiž muselo Rusku platit vývozní clo.

- oba titulky vytvořeny z původního ustáleného spojení **контрабандный товар**

- první titulek založen na podobnosti slov **товар** a **навар**, druhý pak na podobnosti slova **контрабандный** a okazionalismu **контрабатькин**, který byl vytvořen na základě přezdívky běloruského prezidenta Lukašenka – **Бацька** (rus. **бацька**)

➤ *Шутка по-пекински* (Pr, 17.2.2010)

- Na olympiádě ve Vancouveru v soutěži sportovních dvojic poprvé zvítězili čínští krasobruslaři. Ruskému páru se nedařilo, skončil až na čtvrtém místě.

➤ *Жутко по-пекински* (К, 26.11.2012)

- Nové politické vedení Číny je stejné jako předcházející. Vzhledem k hospodářské krizi se mu ale nejspíš nepodaří udržet dřívější kurz a udělat z Číny supervelmoc.

- oba titulky vytvořeny na základě ustáleného slovního spojení **утка по-пекински**, což je jedna z nejznámějších specialit čínské kuchyně

- slovo **утка** bylo v titulku nahrazeno podobně znějícími výrazy **шутка** a **жутко**

3.2.2 Okazionální slova a slovní spojení

➤ *Олимпиадофобия* (Ни, 13.4.2012)

- S blížícími se letními olympijskými hrami narůstají v Londýně obavy především z toho, že někteří sportovci zůstanou v zemi i po skončení her a stanou se z nich nelegální imigranti nebo že přivezou nějakou nákazu.

- okazionální spojení vzniklo spojením slov **олимпиада** a **фобия**

- *Бес партийный* (Мн, 16.2.2012)
 - V Rusku dojde ke zjednodušení registrace politických stran, a tak se například dnešní ženské, ekologické, agrární, automobilové nebo dělnické organizace mohou transformovat na politické strany a hnutí
 - titulek vznikl rozdělením slova **беспартийный** do dvou slov **бес** a **партийный**, které tak naprosto změnilo jeho původní význam

- *Безвыдохная ситуация* (Мк, 9.9.2010)
 - Zákon o nulové toleranci alkoholu za volantem může udělat opilého člověka z každého řidiče, který policistům dýchne do přístroje na měření alkoholu.
 - okazionalismus **безвыдохный** vznikl zaměněním písmen ve slově **безвыходный**

- *В Москве будут действовать осторожно* (Мк, 10.12.2008)
 - Moskva pořádá další ročník hudební soutěže Eurovize a Jurij Lužkov slíbil, že na ní nedojde k urážení sexuálních menšin.
 - okazionalismus **действовать** vznikl záměnou písmene ve slově **действовать**

- *Чисто русская айфера* (К, 7.11.2011)
 - V Rusku je vše velmi drahé, proto když začaly jedny webové stránky prodávat kupóny na nový iPhone 4 za nevídanou cenu, vzbuzovalo to podezření z podvodu.
 - okazionalismus **айфера** vznikl transkripcí anglického názvu iPhone – айфон a na základě podobnosti se slovem **афера**; lze konstatovat, že jsou tato slova paronymy

- *Золотоумышленники* (К, 6.12.2012)
 - Banka pro rozvoj a zahraniční ekonomické aktivity byla obviněna z toho, že podvodem získala velké naleziště zlata.
 - okazionalismus **золотоумышленник** byl vytvořen na základě podobnosti se slovem **злоумышленник**

Okazionalismy slouží především k vyjádření subjektivního postoje autora k popisované skutečnosti. Jejich použití vede k zpestření projevu, k šokování a překvapení čtenáře. Okazionální slova a slovní spojení dokážou přitáhnout pozornost tím, že jsou neočekávaná a neobvyklá.

3.2.3 Paronomázie

- *Нерегулируемый регулятор* (Ни, 22.5.2012)
 - Ukázalo se, že Federální antimonopolní služba, která má regulovat konkurenci, sama při státních nákupech nepostupovala v souladu s pravidly hospodářské soutěže.
 - paronomázie byla v titulku vytvořena spojením slov se stejným kořenem **регулируемый** a **регулятор**

- *Непоправимые поправки* (Мп, 17.3.2009)
 - Nové pozměňovací návrhy k Lesnímu kodexu RF umožňují, aby byly lesní pozemky, ochranná pásma lesa a lesoparky převáděny na hospodářské pozemky jiné kategorie, což prakticky znamená jejich zánik.
 - spojení slov se stejným kořenem **поправимый** a **поправка**

- *Пошлая пошлина* (Мп, 13.11.2008)
 - Ruští zákonodárci se snaží podporovat domácí automobilový trh především zvýšením cla na dovoz ojetých automobilů zahraničních značek.
 - paronomázie vznikla spojením slov se stejným kořenem **пошлый** a **пошлина**

- *Пресса под прессом* (Рг, 9.2.2009)
 - Článek je rozhovorem s tiskovým poradcem francouzského ministra kultury a komunikace o situaci tištěných novin v době krize a opatřeních, která vyhlásil prezident Sarkozy.

- *Под прессом прессы* (Ни, 8.10.2009)
 - Část viny za poslední neúspěchy tenistky Dinary Safinové nesou novináři, kteří se jí často ptají, zda je hodna pozice světové tenisové jedničky, když nevyhrála žádný grandslamový turnaj.
 - v obou titulcích je paronomázie založena na spojení slov **пресса** a **пресс**

3.2.4 Rým

Rým je zvuková shoda koncových hlásek na konci dvou nebo více slov. Používá se především v poezii, ale i v próze. Jeho hlavní funkcí je působit libozvučně. (БЭС) Rým je také jedním z fonetických prostředků k vyjádření expresivity.

- *Пассажиру не до жиру* (Мп, 24.1.2012)
 - Podle nového zákona musí taxikáři splňovat nové povinnosti – např. mít licenci a vydávat cestujícím potvrzení o zaplacení. Ti by také správně měli při nástupu do vozidla zkontrolovat, zda taxikáři neporušují zákon a uvádějí vše, co mají.
 - v titulku je k rýmu použit frazeologismus **не до жиру** – člověku nejde o bohatství nebo zisk, ale o prosté živobytí, mít jen to nejnnutnější (Stěpanova, 2007)

- *Поезда: дальние, скандальные* (Мир, 4.7.2011)
 - Článek uvádí několik rad pro lidi, kteří rádi cestují vlakem, a také několik příběhů slavných osobností o cestování ve vlaku.
 - v titulku byly využity rýmující se slova **дальние** a **скандальные**

- *Чтобы в лес никто не влез* (Мк, 16.6.2011)
 - Organizátoři občanského fóra Anti-seliger v Chimkinském lese proti stavbě dálnice z Moskvy do Petrohradu požádali prezidenta Medveděva, aby nebránil konání akce.
 - v titulku se rýmuje podstatné jméno **лес** a sloveso v minulém čase **влез**

- *Массы пошли мимо кассы* (Мк, 5.2.2009)
 - Krize se dotkla i moskevských obchodů – zákazníků je méně, zato se zvýšil počet drobných krádeží a šizení při placení.
 - v novinovém titulku se rýmují slova **массы** a **кассы**, která jsou si zároveň graficky podobná

3.2.5 Precedentní jména

Precedentní jména jsou vlastní jména, která mají jasnou vnitřní formu, a která si zachovala sémantickou souvislost s produktivním kořenem. Při jejich použití dochází k odkrytí vnitřní formy a odhalení sémantických prvků, které poté signalizují určité vlastnosti nebo činnosti dané osobnosti. V kontextu se pak spojuje vlastní jméno a příbuzné slovo.

- *Северный морской Путин* (К, 23.9.2011)
 - Premiér Putin na Arktickém fóru v Archangelsku mluvil o tom, jak Rusko hodlá ovládnout Arktidu a jaké nevídané služby je Rusko připraveno poskytovat světu při přepravě po Severní námořní cestě.

- **Северный морской путь** – námořní cesta vedoucí podél celého severního a východního pobřeží Ruska (БЭС)
 - titulěk založen na podobnosti jména **Путин** a slova **путь**
- *ВВП принял ДДТ* (Мк, 31.5.2010)
 - Vladimir Putin se v Petrohradu sešel s umělci a došlo i na velmi ostrý a otevřený rozhovor s frontmanem skupiny DDT Jurijem Ševčukem.
 - v titulku je použita často používaná zkratka jména premiéra – **ВВП**, které tak koresponduje s názvem skupiny – zkratkou **ДДТ** a vytváří komický efekt
 - *Чавесовые пояса* (Рг, 5.4.2010)
 - O návštěvě ruského premiéra Vladimira Putina ve Venezuele, při které s prezidentem Hugo Chávezem projednávali různé otázky spolupráce v oblasti energetiky, průmyslu a obchodu.
 - transformace ustáleného spojení **часовые пояса** na základě slovní hříčky se jménem prezidenta **Чавес**
 - *Обманутые надежды* (К, 7.12.2009)
 - V USA byly shrnuty první výsledky tzv. Obamova záchranného plánu na stimulaci ekonomiky. Ukázalo se, že tento plán nijak výrazně nikomu nepomohl a znamenal pouze zvýšené výdaje.
 - v ustáleném slovním spojení **обманутые надежды** byla použita slovní hříčka se jménem amerického prezidenta – **Обама**
 - *Адвокат и другие неадеквататы* (Мк, 18.6.2012)
 - Viníkem neúspěchu Ruska na Mistrovství Evropy ve fotbale 2012 je mimo jiné i trenér Dirk (Dick) Nicolaas Advocaat (rus. Дирк (Дик) Николас Адвокат)
 - založeno na podobnosti jména **Адвокат** a slova **адекватный**

3.2.6 Změna významu pomocí prefixace

- *Медицинский недосмотр* (Ни, 16.5.2012)
 - Preventivní a léčebná péče je v Rusku neefektivní jak kvůli nedbalosti lékařů, tak i kvůli tomu, že občané vlastní zdraví zanedbávají.

- slovní hříčka vznikla z ustálené slovního spojení **медицинский осмотр**
 - slovo **осмотр** (kontrolní prozkoumání, vyšetření) bylo pomocí předpon změněno na **недосмотр** (nedostatečná kontrola; drobná chyba způsobená nepozorností, omylem) (Ожегов, Шведова, 2001)
- *Отрешительные меры* (К, 24.3.2012)
 - Gubernátoři Saratovské a Moskevské oblasti rezignovali na své funkce.
 - ustálené slovní spojení **решительные меры** změnilo pomocí předpony svůj význam
 - titulky založen na významu slovesa **отрешиться** – vzdát se něčeho (např. funkce); odmítnout, odstoupit (Ожегов, Шведова, 2001)
 - *День приоткрытых дверей* (Рг, 11.10.2012)
 - V Radě federace na uzavřeném zasedání vystoupil ministr zahraničních věcí Sergej Lavrov a kromě zahraniční politiky poté se senátory diskutoval o obsahu filmu Anatomie protestu 2.
 - transformace ustáleného spojení **день открытых дверей** s pomocí slovní hříčky
 - přídavné jméno **приоткрытый** má význam – ne zcela otevřený, otevřený jen trochu (Ожегов, Шведова, 2001)
 - *Конфискация преимущества* (К, 6.10.2010)
 - Ruští volejbalisté se na mistrovství světa v Itálii nedostali ani do semifinále, když prohráli se Srbskem 1:3.
 - v ustáleném slovním spojení **конфискация имущества** se pomocí předpony zcela změnil význam
 - podstatné jméno **преимущество** má tento význam – výhoda; vlastnost, jíž se něco/někdo příznivě odlišuje od něčeho/někoho jiného (Ожегов, Шведова, 2001)

3.2.7 Нотопута

- *Нет выбора, кроме выборов* (Мк, 6.4.2012)
 - Volby primátora Jaroslavl vyhrál Jevgenij Urlašov, kterého podporovala opozice, a který tak zvítězil nad členem vládní strany Jednotné Rusko.

- v titulku je použito homonymní slovo **выбор**, resp. **выборы** s významy: 1. rozhodování pro jednu z možností nebo to, z čeho je možné vybírat; 2. výběr osob určených k zastávání nějaké funkce, prováděný prostřednictvím hlasování (Ожегов, Шведова, 2001)

➤ *С видом на жительство* (Ни, 25.10.2011)

- V Rusku se zpřísní pravidla pro získání občanství na základě mezinárodních smluv. Cizinci, kteří počítali se zjednodušeným postupem, budou nuceni projít všechny etapy složité a zdlouhavé procedury.

- slovní hříčka založena na homonymu **вид** s významy: 1. možnost odněkud něco vidět, něco viditelné pohledem; 2. вид на жительство – průkaz, povolení k pobytu (Ожегов, Шведова, 2001)

➤ *Советы Совету Федерации* (Ни, 12.9.2012)

- V Rusku je projednáván návrh zákona o novém způsobu utváření Rady federace, týkající se především přímé volby senátorů.

- v titulku byl použit kalambúr založený na homonymu **совет** s významy: 1. názor, poučení, pokyn, návod daný někomu k jednání nebo vykonání něčeho; 2. orgán, zastupující státní moc (Ожегов, Шведова, 2001)

3.2.8 *Spojení různých významů polysémních slov*

➤ *Иран обогащает уран идеями* (К, 10.4.2012)

- V Istanbulu proběhne další kolo jednání mezi Íránem a šesticí mezinárodních zprostředkovatelů o íránském jaderném programu. Írán už předem sdělil, že je ochoten omezit výrobu uranu, což je bráno pouze jako taktický tah.

- došlo zde ke spojení různých významů – **обогащать уран** a **обогащать кого идеями**

➤ *Горькая правда о шоколаде* (Мк, 11.3.2011)

- Většina hořké čokolády prodávané v Rusku je spíše napodobeninou čokolády, státním standardům odpovídají tři tabulky z deseti.

- spojení různých významů slova **горький**, a to: 1. mající specifickou nepříjemnou chuť jako např. pelyněk nebo chinin; 2. truchlivý, trpký, bolestný, nepříjemný

- *Следующая станция – атомная* (Pr, 18.11.2008)
 - Během jednání ruské vlády přišla informace, že jedna ze společností patřících Rosatomu vyhrála na Slovensku výběrové řízení na stavbu energetických bloků tamější jaderné elektrárny a také na dodávku jaderného paliva.
 - spojení různých významů slova **станция** – 1. místo, kde zastavuje vlak nebo jiný dopravní prostředek; 2. název institucí, podniků, středisek s vědecko-výzkumným zaměřením

Kalambúr tvořil v našem analyzovaném materiálu nejpočetnější skupinu. Z toho lze usuzovat, že slovní hříčka autory titulků přitahuje, a to jak svou jednoduchostí, tak i svým komickým účinkem. Prostřednictvím kalambúru může novinář čtenáře nejen zaujmout a přimět k přečtení následujícího článku, ale i pobavit a předpokládá, že to čtenář ocení. Slovní hříčka může mít nepřeborné množství podob, vždy je to však v určitém smyslu narušení jazykové normy, které tak tvoří odchylku od toho, co je očekávané.

3.3 Oxymóron

Oxymóron je spojení slov, která si svým významem odporují, mají opačný význam, ale patří do stejné kategorie jevů. V novinových titulcích je účelem oxymóronu především poukázat na rozporuplnost popisované situace nebo události, její složitost a kontrast. Oxymóron je na první pohled vidět, zaujme čtenáře a přiměje ho přemýšlet o této rozporuplnosti. Celkově bylo v našem jazykovém materiálu zaznamenáno 9 případů oxymóronu.

- *Богатая борьба с бедностью* (Mk, 25.5.2012)
 - Dmitrij Medveděv chce jako nový premiér především bojovat proti chudobě.
 - oxymóron je v titulku postaven na antonymech **богатый – бедный**
- *Победа вничью* (Ни, 24.4.2012)
 - Po sečtení všech hlasů ve volbách francouzského prezidenta je jasné, že se bude konat druhé kolo voleb, do kterého postoupili Sarkozy a Hollande.
 - oxymóron založen na spojení protichůdných významů **победить а вничью**

- *Полезный вред* (Рг, 19.4.2012)
 - Článek píše o tom, že někteří zaměstnanci a odbory jsou proti ověřování pracovních podmínek na svých místech, protože pokud se ukáže, že jsou pracovní podmínky přijatelné, mohou přijít o příplatky za práci ve ztížených a zdraví škodlivých podmínkách.
 - spojení antonym **полезный – вредный**

- *Пережиток будущего* (Ит, 4.10.2010)
 - Italský kněz a profesor slibuje prodloužení života každého zájemce do 120 let pomocí mikročipu, který bude napojen na řídicí centrum a odhalí každou anomálii v lidském těle.
 - protichůdné významy slov **пережиток** a **будущее**

- *Правый левша* (Мк, 13.5.2010)
 - O novém premiérovi Velké Británie Davidu Cameronovi, který je nejmladším premiérem za dvě stě let.
 - oxymóron zde spočívá ve spojení slov **правый**, který vyjadřuje příslušnost premiéra k pravicové Konzervativní straně a **левша**, které poukazuje na to, že premiér je levák

- *Максимальный минимум* (Ни, 4.12.2008)
 - Ceny základních potravin rostou v Rusku asi o jedno procento měsíčně. Inlace postihuje mnohem více chudé než bohaté.
 - oxymóron založen na antonimech **максимум – минимум**

- *Наедине со всеми* (Рг, 16.10.2008)
 - Článek je rozhovorem s ruským dramatikem Alexandrem Gelmanem, který věřil v socialismus s lidskou tváří, a který slaví 75. narozeniny.
 - «*Наедине со всеми*» je název jeho nejslavnější divadelní hry, proto lze tento titul charakterizovat jako literární aluzi, která zároveň obsahuje oxymóron založený na protichůdných významech výrazů **наедине** a **со всеми**

Oxymóronu se v analyzovaném materiálu vyskytuje velice málo a to i přesto, že se v životě střetáváme s nejrůznějšími kontrasty a rozdílnostmi. Může to být zapříčiněno tím, že pro novináře není vždy jednoduché nalézt správné protichůdné významy slov a slovních spojení, které by odpovídaly tématu jeho článku. Naopak k určitým tématům se oxymórony přímo nabízejí.

3.4 Personifikace

Personifikace je druhem metafory, kdy jsou děje a vlastnosti charakteristické pro člověka přiřazovány neživým předmětům, zvířatům, rostlinám a abstraktním pojmům. Personifikace slouží především ke sblížení autora s okolním světem, čímž vzniká také důvěrnější vztah mezi tímto světem a čtenářem. Personifikace se v našem materiálu vyskytla u 6 případů.

- *Деньги с новыми лицами* (Г.ру, 5.3.2012)
 - Investoři nepochybovali o tom, že bude Vladimir Putin znovu zvolen ruským prezidentem. Nejsou si však jisti jeho schopností reformovat ekonomický systém. A bez zpřísnění rozpočtové politiky může Rusku klesnout rating.
 - v titulku byl použit význam slova **лицо** jako části obličeje člověka

- *Инвестиции берут паузу* (Г.ру, 12.3.2012)
 - Podle ministerstva pro ekonomický rozvoj se může snížit příliv investic do Ruska a nastoupit tzv. „investiční pauza“.
 - **брать паузу** – udělat si přestávku, dočasně přerušit práci nebo určitou činnost (Ожегов, Шведова, 2001)

- *Инвестиционный климакс* (Мк, 19.6.2012)
 - Rusko přestává být atraktivní zemí pro domácí i zahraniční podnikatele, daleko více je láká Bělorusko.
 - **климакс** – období vyhasínání pohlavního cyklu ženy a útlumu funkce pohlavních orgánů v souvislosti s věkem (Ожегов, Шведова, 2001)

- *Колбаса с пропиской* (РГ, 16.6.2009)
 - Ministerstvo průmyslu a obchodu navrhlo nový zákon týkající se obchodu, na jehož základě se má dodávka zboží do obchodů stát maximálně transparentní a také se má zvýšit počet všech typů obchodů.
 - **прописка** – registrace trvalého pobytu a také příslušné označení v průkazu (Ожегов, Шведова, 2001)

- *Воспитание рубля* (РГ, 16.12.2008)
 - O tom, že protikrizová opatření se musejí stát součástí nové ekonomické politiky Ruska.
 - **воспитание** – soustavné působení na fyzický a psychický rozvoj člověka (dítěte), jeho vzdělávání a učení pravidlům chování (Ожегов, Шведова, 2001)

Také personifikace se v daném jazykovém materiálu objevila jen v několika případech, což svědčí o jejich nízké atraktivnosti, způsobené tím, že ani personifikované výrazy se k určitým tématům nenalézají snadno. Přesto se v těchto několika málo novinových titulcích personifikace objevila, a vždy vyjadřovala skutečnosti a charakteristiky, které jsou typické pouze pro člověka.

3.5 Elipsa

Elipsa je vypuštěná část syntaktické konstrukce, kterou v ní podle větného schématu očekáváme a kterou lze rekonstruovat. Pro novinové titulky je charakteristická především kataforická elipsa, která znamená vynechání podmětu nebo jiného členu, který se identifikuje až z následujícího textu. Elipsa se v analyzovaném materiálu objevila i u několika případů, které jsme zařadili do jiných kategorií. Pro zařazení titulku do kategorie elipsy jsme se rozhodli u 7 případů, přičemž rozhodovala především sémantická úplnost, v eliptickém novinovém titulku vždy chyběla jeho podstatná část, která by ho objasňovala.

- *Время собирать* (Л, 20.1.2012)
 - Příslušníci tajných služeb Velké Británie přiznali, že používali při sběru údajů v Rusku tzv. špionský kámen – speciální zařízení maskované jako kámen.

- elipsa frazeologismu **время разбрасывать камни и время собирать камни** – výraz z bible, který znamená, že všechno má svůj čas (Б.ру)
 - titulek je dvojnásobný – na jednu stranu odkazuje k frazeologismu, který transformuje, na druhou stranu však odkazuje i k tématu článku, jímž byl sběr kompromitujících údajů
- *Люди в Белом* (К, 22.5.2012)
- V Kremlu byla jmenována nová vláda Ruské federace, která poté odjela do Bílého domu.
 - elipsa názvu sídla vlády – **«Белый дом»** – oficiálně «Дом Правительства Российской Федерации»
- *Слово – не самолет* (Ни, 27.8.2012)
- Ruský vicepremiér Dmitrij Rogozin chce z domácího trhu vytlačit veškerou dováženou leteckou techniku.
 - elipsa frazeologismu **Слово не воробей, вылетит – не поймаешь** – co bylo jednou řečeno, to nelze vrátit zpět, nelze to odvolat (СРПП, 1966)
- *Семь раз отмерь* (Ит, 11.10.2010)
- Článek píše o volbě nového primátora Moskvy a o tom, jak vybrat z velkého množství kandidátů.
 - elipsa frazeologismu **Семь раз отмерь, один раз отрежь** – předtím než člověk udělá nebo rozhodne něco závažného a důležitého, má si vše důkladně promyslet (СРПП, 1966)
 - v titulku se objevuje také slovní hříčka založená na podobnosti slov **мэр** a **мера** (genitiv plurálu – **мер**)
- *Вторая мэровая* (Мк, 15.6.2012)
- Starostu města Volokolamsk obviňují z prodeje vzácného děla z 2. světové války, který byl součástí památníku.
 - elipsa ustáleného spojení **Вторая мировая война**
 - i v tomto titulku se objevil kalambúr, založený na paronimech **мир** a **мэр**

Případů elipsy bylo tedy celkově v našem materiálu více než příkladů, uvedených v této podkapitole. Vytvořit samostatnou část věnovanou elipse jsme se rozhodli především proto, že tento jev pokládáme z hlediska novinových titulků za důležitý. Elipsa významně působí na čtenáře a chybějící část titulku mu pak pomáhá v rozhodnutí přečíst si následující článek.

3.6 Ustálená slovní spojení

Ustálená slovní spojení jsou víceslovná pojmenování, která mají význam jednoho slova, a žádné ze slov nelze nahradit synonymem. V novinových titulcích jsou používána relativně často a dochází u nich ke stejným transformacím jako u frazeologismů. Proto jsme i na ně vztáhli klasifikaci transformací podle Mokijenk a Melerovičové (Мокиенко, Мелерович, 1997). Celkově jsme v našem analyzovaném materiálu zaznamenali 88 případů ustálených slovních spojení.

Ze dvou základních druhů transformací (viz druhá kapitola) se v titulcích vyskytují především strukturně-sémantické transformace. Z nich tvořila největší skupinu transformací substituce jednoho z komponentů slovního spojení, kterou považujeme za nejjednodušší, a proto také nejoblíbenější – celkem 59 případů. Druhou nejpočetnější skupinou byla záměna kladných forem v titulku za záporné a naopak s 13 případy. Za ní poté následovala syntaktická transformace a rozšíření počtu komponentů v ustáleném spojení – obě s 5 případy. Nejmenšími skupinami byla okazionální slovní spojení vytvořená analogicky podle sémantického vzoru synonymních ustálených spojení – 3 případy, morfologická transformace s 2 případy a okazionální ustálené spojení založené na sémantické inverzi (inverzi rolí) – 1 případ.

3.6.1 Substituce jednoho z komponentů

➤ *Зарплата-невидимка* (Pr, 2.5.2012)

- Rusko ratifikovalo konvenci Mezinárodní organizace práce, která dává zaměstnancům přednostní právo na výplatu mezd v případě bankrotu podniku. Přesto bankrotující podniky dluží lidem stovky milionů rublů.
- záměna komponentu v ustálených spojeních **платц-невидимка, шапка-невидимка**, příp. **мантия-невидимка**

- *Есть ли жизнь после саммита* (Нг, 22.2.2012)
 - Článek píše o stavbě mostu ve Vladivostoku, který má být dokončen před summitem Asijsko-pacifického hospodářského společenství. Stavitelé se však více obávají toho, zda po dokončení mostu budou mít další zakázky.
 - transformace ustáleného spojení **Есть ли жизнь после смерти?**

- *Страна восходящего риска* (К, 17.3.2011)
 - Úřady v Japonsku uklidňují, že úroveň radiace po havárii jaderné elektrárny Fukušima I je nízká, přesto cizinci masově opouštějí zemi.
 - ustálené slovní spojení **Страна восходящего солнца** – perifráze názvu Japonska

- *За кота ответишь* (Ни, 21.9.2009)
 - Těm, kteří surově zacházejí s domácími zvířaty, hrozí skutečné tresty.
 - ustálené slovní spojení **за базар ответишь** – *žarg.* nést odpovědnost za svá slova; plnit slíbené (Ожегов, Шведова, 2001)

- *Мухомор всея Руси* (Ни, 14.4.2009)
 - Na internetu začaly volby Nejvyššího šamana Ruska, protože pohané se po vzoru různých náboženství chtějí také sjednotit.
 - v ustáleném spojení **патриарх всея Руси** byl jeden z komponentů zaměněn slovem **мухомор** s významem sešlý, vetchý stařík (ТСК); došlo k ironizaci smyslu původního slovního spojení

- *Соединенные шансы Америки* (К, 1.11.2008)
 - V prezidentských volbách v USA s největší pravděpodobností zvítězí Barack Obama a stane se tak prvním prezidentem tmavé pleti v dějinách USA.
 - ustálené slovní spojení – název země **Соединенные штаты Америки**

- *Пробка с человеческим лицом* (Мп, 18.4.2012)
 - Viníkem většiny zácep v Moskvě nejsou velká obchodní centra, ale ve většině případů lidský faktor.

- *Медведев с человеческим лицом* (МК, 7.10.2011)
 - Televize zobrazuje Vladimíra Putina nejčastěji jako silného, statečného muže, u kterého nikdo neví, co si zrovna myslí, zato Dmitrije Medveděva jako jeho pravý opak – klidného inteligenta, který nikdy nezvyšuje hlas.
 - v obou titulcích je použito ustálené slovní spojení **социализм с человеческим лицом** – výraz charakterizující snahu o zmírnění totalitního režimu v Československu v roce 1968; v širším slova smyslu znamená snahu o spojení socialistických a demokratických prvků; za autora fráze je považován Alexander Dubček (Б.ру)

- *Спасите наши суши* (МК, 22.3.2011)
 - Ruští spotřebitelé začali po kilogramech nakupovat japonské výrobky, především suši, bez ohledu na varování Světové zdravotnické organizace, že ryby mohou po havárii jaderné elektrárny Fukušima obsahovat radiaci.
- *Спасите наши метры* (И, 2.3.2009)
 - Až dva miliony lidí v Rusku čekají na postavení svých bytů. Úřady se obávají masových protestů, proto začaly vymýšlet plán na záchranu stavebního odvětví.
 - ustálené slovní spojení **Спасите наши души** – volný ruský překlad anglického výrazu SOS (Save our souls), což je známý nouzový signál z Morseovy abecedy (Б.ру)

3.6.2 Záměna kladných forem za záporné a naopak

- *Несоединенное королевство* (К, 28.5.2012)
 - Ve Skotsku byla spuštěna kampaň za nezávislost, která má před referendem přesvědčit obyvatele, že Skotsko je schopné být nezávislé na zbytku Velké Británie.
 - ustálené slovní spojení – název země **Соединенное королевство Великобритании и Северной Ирландии**; vyskytuje se zde tedy také elipsa

- *По немногочисленным просьбам общественности* (Ни, 25.4.2012)
 - V Rusku začne na základě výnosu prezidenta Medveděva vysílat první veřejnoprávní televize, která však ještě nemá žádnou koncepci ani vedení a nejspíš nebude mít ani diváky, protože veřejné televize i v jiných zemích nejsou příliš populární.

- ustálené slovní spojení **по многочисленным просьбам** *кого-то*

➤ *Полиция получила аттестат незрелости* (Мк, 13.5.2011)

- Prezident Medveděv musel odložit termín reformy Ministerstva vnitra, při které mělo dojít k přezkoušení kvalifikace všech policistů.

- ustálené slovní spojení **получить аттестат зрелости** – dokument, který potvrzuje zakončení středoškolského vzdělání, příp. zkouška k získání tohoto potvrzení

➤ *Немецкий беспорядок* (Ни, 30.3.2009)

- Německý profesor, který učil na škole při velvyslanectví SRN v Rusku, srazil a zabil na přechodu pro chodce dva studenty. Podle vyšetřování neměl v době nehody diplomatickou imunitu, přesto mu bylo umožněno vyhnout se trestu a odjet ze země.

- ustálené slovní spojení **немецкий порядок** – Němci jsou proslulí svým smyslem pro pořádek, ve všem musí být řád

➤ *Форс-минор* (К, 29.6.2010)

- Management společnosti Nornikel s pomocí minoritních akcionářů změnil rozložení sil v Radě ředitelů.

- ustálené slovní spojení **форс-мажор** – nepředvídatelné události, které v občansko-právní oblasti vedou k tomu, že nelze splnit povinnosti vyplývající ze smluv, a které osvobozují smluvní strany od odpovědnosti (БЭС)

- kontrast je v titulku založen na protikladných významech slov **миноритарный** a **мажоритарный**, vyjadřujících akciové podíly akcionářů

3.6.3 Rozšíření počtu komponentů

➤ *Торговля органами власти* (Из, 2.12.2010)

- Poradce senátora Alexandra Ter-Avanesova Michail Beridze byl zatčen za to, že obchodoval s funkcemi poradců a zástupců členů obou komor parlamentu

- ustálené slovní spojení **торговля органами** – slovo **орган** je homonymní a v titulku se spojují jeho rozdílné významy: 1. část organismu mající určitou funkci; 2. státní nebo veřejná instituce, organizace (Ожегов, Шведова, 2001)

- *Скорая выборная помощь* (Нг, 8.11.2012)
 - V nadcházejících regionálních volbách by se mohly všechny organizace, které se zabývají kontrolou voleb, spojit a vytvořit jednotné koordinační středisko.
 - ustálené slovní spojení **скорая помощь** bylo rozšířeno o komponent **выборный** související s tématem článku

- *Вооруженные силы и слабости* (К, 9.8.2008)
 - Článek hodnotí bojeschopnost a vybavenost armád Gruzie a Jižní Osetie.
 - ustálené slovní spojení **вооруженные силы** bylo rozšířeno o nový komponent – antonymum **слабости**
 - v titulku došlo ke změně původního významu slovního spojení – význam armády byla zaměněn významem silných a slabých stránek

3.6.4 Syntaktická transformace

- *Полис страха* (Рг, 27.4.2012)
 - Generální prokuratura RF se zastala řidičů a ochránila je před chamtivostí pojišťovacích společností, které v případě nehody pro vyplacení peněz kladly další překážky a požadovaly nepotřebné dokumenty.
 - **страховой полис** – dokument potvrzující uzavření pojistné smlouvy (Ожегов, Шведова, 2001)
 - v titulku došlo k záměně větných členů – záměně shodného přívlastku za neshodný, čímž se změnil i význam

- *Полное собрание у Чехова* (Рг, 1.2.2010)
 - 150leté výročí spisovatele Antona Pavloviče Čecha oslavil i prezident Medveděv v jeho rodišti v Taganrogu, kde se sešla také divadelní elita.
 - ustálené slovní spojení **полное собрание (сочинений)** – druh publikace, která soustřeďuje všechna nebo hlavní díla jednoho autora do několika stejných dílů a vytváří tak jeho vědecký, literárně-umělecký nebo publicistický odkaz (БСЭ)

- *Министр и чрезвычайные ситуации* (К, 12.11.2012)
 - Článek píše o jmenování Sergeje Šojgu novým ministrem obrany místo Anatolije Serdjukova. Сергей Шойгу předtím zastával funkci gubernátora Moskevské oblasti, a předtím byl také ministrem pro mimořádné situace.
 - ustálené slovní spojení *Министр по делам гражданском обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий*, zkrác. **Министр по чрезвычайным ситуациям**
 - v titulku byl neshodný přívlastek zaměněn rozvitým podstatným jménem

3.6.5 Morfologická transformace

- *Зал ожидаемого* (К, 19.12.2011)
 - O tom, jakými filmy se budou chtít filmoví distributoři zavděčit divákům na novoroční prázdniny v Rusku.
 - ustálené slovní spojení **зал ожидания** – místnost pro cestující nebo jinou skupinu osob (Ожегов, Шведова, 2001); v titulku došlo k záměně podstatného jména přičestím
- *Конец фильмов* (К, 24.10.2008)
 - Kvůli finanční krizi museli ruští producenti zastavit až 30 % již roztočených filmů.
 - ustálené slovní spojení **конец фильма** – nápis na konci ruských filmů
 - došlo zde k záměně singuláru za plurál

3.6.6 Okazionální slovní spojení vytvořené analogicky podle sémantického vzoru synonymních ustálených spojení

- *Уралвагонзаводский федеральный округ* (К, 21.5.2012)
 - V Uralském federálním okruhu bude představen nový zplnomocněný zástupce prezidenta Igor Cholmanskich, který dříve pracoval ve firmě Uralvagonzavod
 - titulek vznikl analogicky na základě ustáleného slovního spojení – názvu federálního okruhu **Уральский федеральный округ**

- *Страна восходящего Баха* (Мк, 4.2.2012)
 - V Koreji začíná být na rozdíl od Ruska stále více populární vážná hudba a každý Korejec by měl umět hrát na nějaký hudební nástroj. Na první ruské turné se vydal slavný korejský komorní orchestr.
 - ustálené slovní spojení **Страна восходящего солнца** – perifráze názvu Japonska, ze kterého bylo analogicky vytvořeno slovní spojení vztahující se ke Koreji

- *Киргизско-американские штаты Центральной Азии* (Нг, 22.3.2010)
 - Zatímco USA upevňují vojenskou spolupráci s Kyrgyzstánem, kde staví své základny, Rusko zde počet svých vojenských jednotek snižuje.
 - titulky byl vytvořen analogicky podle ustáleného slovního spojení – názvu země **Соединенные Штаты Америки**

3.6.7 Okazionální ustálené spojení založené na sémantické inverzi (inverzi rolí)

- *Хвост виляет собакой* (Ни, 12.8.2009)
 - Rusko odmítlo podepsat Energetickou chartu zřejmě kvůli kauze Jukos.
 - za ustálené sousloví můžeme považovat také spojení **собака виляет хвостом**, ve kterém došlo k převrácení rolí

S ustálenými slovními spojeními se člověk setkává denně téměř v každé situaci. Použití slovních spojení se nevyhýbá žádné oblasti, je potřebné i při tvorbě novinových titulků, a proto tvoří v našem analyzovaném materiálu relativně velkou skupinu. Běžné výrazy jsou však používány automatizovaně a samy o sobě neupoutají čtenářovu pozornost. Právě z toho důvodu novináři ustálená slovní spojení modifikují, zaměňují v nich slova, používají hru s významy a vytvářejí tak okazionální ustálená slovní spojení, která jsou nová a neotřelá.

3.7 Frazeologismy

Frazeologismus charakterizují čtyři příznaky – ustálenost, reprodukovatelnost, expresivita a sémantická celistvost. Jsou to hotové jednotky, připravené k použití v příslušné situaci. Pokud se frazeologismus vyskytne v novinovém titulku, je zpravidla očekáván, a proto nezaujme. Proto novináři frazeologismy v titulcích často transformují.

I v případě tohoto jevu se ze dvou základních druhů frazeologických transformací v titulcích vyskytovaly především strukturně-sémantické transformace. Při nich může být původní význam frazeologismu zachován i změněn, vždy ale dochází ke změnám v lexikální nebo morfoloické stavbě frazeologické jednotky. Celkově bylo v našem materiálu zaznamenáno 125 případů transformovaných frazeologismů. Nejpočetnější skupinou transformací byla substituce jednoho z komponentů frazeologismu s 92 případy. Také zde se tedy potvrdilo pravidlo, že je tato transformace považována za nejjednodušší, a proto také nejoblíbenější z hlediska tvůrců titulku. Za ní následovaly skupiny s daleko menším počtem případů. Jednalo se především o morfoloické transformace s 8 případy a rozšíření počtu komponentů ve frazeologismu se 7 případy. Z okazionálních frazeologismů (OF) měly největší zastoupení ty, které byly vytvořeny analogicky podle sémantického vzoru synonymních frazeologismů – 9 případů. Dva případy tvořily transformaci založenou na záměně kladných forem na záporné a naopak a také rozšíření syntaktické spojitelnosti frazeologismu a jeho komponentů.

Další druhy frazeologických transformací už měly pouze po jednom zástupci – byly to OF založené na sémantické inverzi (inverzi rolí), OF založené na konverzi situace, syntaktická transformace a rozšíření kontextu. Vyskytl se také jeden případ transformace založené na kalambúru.

3.7.1 Substituce jednoho z komponentů ve frazeologismu

Tato transformace patřila mezi nejrozšířenější, což je možné vysvětlit především její jednoduchostí. Autor si vybere frazeologismus, které nejlépe odpovídá tématu jeho článku, a aby čtenáře zaujal a někdy i šokoval, zamění jeden z komponentů frazeologismu slovem, které odpovídá popisované situaci nebo události. Jelikož nebylo možné z tak široké skupiny vybrat jen několik reprezentantů, zaměřili jsme se na frazeologismy, které novináři v titulcích používají nejčastěji.

- **Друг познается в беде** – opravdový přítel se pozná až v těžké situaci (Жуков, 1966)

➤ *Друг познается в еде* (Ни, 12.12.2008)

- V Moskvě bude postaven největší útulek pro opuštěná zvířata, kterých kvůli krizi značně přibývá.

- *Друз познается в бою* (Нг, 25.5.2012)
 - Článek píše o mladých vojácích, bojujících v izraelské armádě, kteří se hlásí k nábožensko-etnické komunitě drúzů
 - **drúzové** (rus. *друзы*) – nábožensko-etnická sekta, jejíž členové žijí převážně v Sýrii, Libanonu a Izraeli. Původem pocházejí z Egypta. Jde o poměrně uzavřenou skupinu, která se v 11. století oddělila od šíitské větve ismailitů (БСЭ)

- *БРИКС познается в беде* (Рг, 19.11.2012)
 - Partnerské země se dohodly na vzájemné podpoře v době ekonomické krize.
 - **BRICS** (rus. *БРИКС*) – je společné hospodářské uskupení Brazílie, Ruska, Indie, Číny a Jihoafrické republiky, které vzniklo v roce 2001, Jihoafrická republika se připojila v roce 2010. Tyto země, podle jejichž názvů byla zkratka vytvořena, se mají do roku 2050 vzhledem ke svému růstu stát dominantními ekonomikami světa. (4)

- *Друзья познаются в Кремле* (К, 11.4.2012)
 - Na inauguraci Vladimira Putina přijede většina jeho starých známých – významných současných nebo bývalých světových politiků a státníků.

- *Друзья познаются в сырье* (РБК, 7.6.2010)
 - Petrohradští známí premiéra Vladimira Putina stále častěji figurují jako majitelé různých podnikatelských seskupení, především v oblasti ropných a plynárenských společností.

- **Долг платежом красен** – dluhy je vždy nutné splatit (Жуков, 1966)
 - *Долг платежом страшен* (Мк, 19.10.2008)
 - V Rusku se stal běžným život na úvěr. Ten se ale může stát pastí pro ty, kteří příliš nepromysleli to, čím budou tento dluh platit.

 - *Долг торпедой красен* (К, 8.7.2010)
 - Rusko by mělo získat kontrolní balík akcií v kyrgyzstánské firmě na výrobu torpéd „Dastan“ výměnou za odepsání části kyrgyzstánského státního dluhu.

- *Крест платежом красен* (Ни, 14.7.2010)
 - O soudu s dvěma autory výstavy „Zakázané umění 2006“, kteří místo tří let odnětí svobody dostali pouze pokuty.

- **У страха глаза велики** – o vystrašeném člověku, který zveličuje nebezpečí, vidí ho tam, kde není (Stěpanova, 2007)

- *У Астрахани глаза велики* (Мк, 11.4.2012)
 - Hladovka, kterou držel kandidát, poražený ve volbách starosty Astrachaně, vedla k nepokojům ve městě.
- *У группа глаза велики* (К, 6.5.2009)
 - V Rusku se vedou spory ohledně příchodu viru prasečí chřipky.
- *У штрафа глаза велики* (Рг, 18.10.2011)
 - Ministerstvo vnitra zavede vysoké pokuty za stání na zastávkách hromadné dopravy a za špatné parkování.

- **Из песни слова не выкинешь** – není jiného zbytí než říct celou (většinou nepříjemnou) pravdu. (Жуков, 1966)

- *Из песни слез не выкинешь* (К, 17.9.2010)
 - O historii skupiny Placebo a jejích koncertech v Moskvě.
- *Из песни стройки не выкинешь* (К, 22.8.2011)
 - Divadlo Ally Pugačevové bude postaveno na Vasiljevském ostrově v Petrohradě společně s kulturně-obchodním centrem.
- *Из песни фонд не выкинешь* (К, 7.7.2011)
 - Dobročinný koncert fondu Federace, kterého se mají zúčastnit hollywoodské hvězdy, doprovázejí skandály.

3.7.2 OF vytvořené analogicky podle sémantického vzoru synonymních frazeologismů

- *Хотела Украина в ЕС, да газ не пустил* (Нг, 30.12.2011)

- Hlavní problémy Ukrajiny jsou spojeny s ruským plynem – zatčení premiérky Julie Timošenkové, neúspěch summitu EU a Ukrajiny a také komplikované vztahy Ukrajiny a Ruska
- frazeologismus **И рад бы в рай, да грехи не пускают** – člověk by rád něco udělal, ale není to možné; používá se, pokud je člověk nucen smířit se s okolnostmi (Жуков, 1966)
- *Гадание на форельной чешуе* (Мк, 4.10.2011)
 - Předmět jednání ukrajinského prezidenta Janukoviče s ruským prezidentem Medveděvem a premiérem Putinem v Zavidově zůstává tajný. Na venkovském sídle pro ně kromě občerstvení bylo vše přichystáno také k rybolovu.
 - frazeologismus **гадание на кофейной гуще** – neopodstatněné, na ničem se nezakládající předpoklady, domněnky nebo dohady (Stěpanova, 2007)
- *Армию пилят — шишки летят* (Мк, 24.11.2010)
 - Ministerstvo obrany propustilo téměř dvacet generálu, plukovníků a admirálů.
 - frazeologismus **лес рубят – щепки летят** – žádný čin se neobejde bez chyb, ztrát nebo obětí; používá se, pokud jsme přesvědčeni, že chyby a ztráty se nedotýkají podstaty věci, nepodkopávají její základy (Жуков, 1966)
- *Память до милиции доведет* (Ни, 22.1.2009)
 - V Moskvě a Petrohradě se konaly protestní pochody antifašistů, věnované památce zavražděného právníka a novinářky. V Moskvě bylo několik účastníků zatčeno.
 - frazeologismus **язык до Киева доведет** – pokud se člověk zeptá, všechno zjistí a najde (Жуков, 1966)

3.7.3 Morfologická transformace frazeologismu

- *Москва не сразу строится* (Мк, 23.12.2011)
 - Sergej Sobjanin dodržel slib a v Moskvě byla zastavena velká část stavebních prací.
 - frazeologismus **Москва не сразу строилась** – nic nelze udělat ihned, na vše je potřeba čas (Stěpanova, 2007)
 - gramatická transformace => záměna minulého času za přítomný

- *«Яблоко» в раздоре* (Ни, 15.10.2009)
 - Sergej Mitrochin, předseda strany „Jabloko“ po prohraných volbách neodstoupí z čela strany, jak je tomu tradicí u demokratických stran.
 - frazeologismus **яблоко раздора** – příčina, důvod hádky, sporů a neshod (Stěpanova, 2007)
 - gramatická transformace => změna pádu z genitivu na lokál, zároveň také záměna komponentu slova **яблоко** za název politické strany **«Яблоко»**

- *Черное под белым* (Рг, 27.11.2008)
 - Kvůli poklesu cen ropy je zatím nevýnosná těžba ropy v Arktidě, kde se na dně Severního ledového oceánu nacházejí obrovské zásoby ropy a plynu.
 - frazeologismus **черное по белому** *сказать, написать* – jasně, přesně, zřetelně, jednoznačně (Stěpanova, 2007)

3.7.4 Rozšíření počtu komponentů ve frazeologismu

- *Где плакали наши денежки* (Со, 23.3.2010)
 - Článek píše o nových bankovkách s lakovaným povrchem, které vydrží déle a o tom, co se děje s již nepoužitelnými bankovkami.
 - frazeologismus **плакали денежки** – o nevhodně nebo zbytečně utracených penězích (Stěpanova, 2007)

- *Душа в душу, как Путин с Бушем* (Мк, 3.3.2010)
 - Francouzský prezident Sarkozy a ruský prezident Medveděv jednali o koupi francouzských útočných lodí a zároveň o sobě nešetřily komplimenty, stejně jako dříve prezident Putin s americkým prezidentem Bushem.
 - frazeologismus **душа в душу** (*жить*) – přátelsky, v plné shodě (Stěpanova, 2007)

- *Ни пуха, ни пера, ни сала* (Ни, 8.9.2009)
 - Rusko znovu zavádí zákazy na dovoz masa.
 - frazeologismus **ни пуха ни пера** – přání úspěchu a štěstí člověku v náročné a riskantní práci, činnosti apod. (Stěpanova, 2007)

3.7.5 Záměna kladných forem za záporné a naopak

- *Ни шагу вперед* (Pr, 20.4.2012)
 - Článek píše o jednání Ruska a NATO, při kterém vznikají zásadní otázky, na které není nikdy přímo odpovězeno.
 - frazeologismus **ни шагу назад!** – rozkaz zakazující ústup (ФС)

- *Прощение рублем* (Pr, 20.9.2011)
 - V novém rozměňovacím návrhu k Občanskému zákoníku je navrhována kompenzace za chyby úředníků.
 - frazeologismus **бить (наказывать/наказать) рублем** – trestat za špatnou kvalitu práce, porušení disciplíny, nedodržování smluvních podmínek atd. snížením platu nebo zisku (Stěpanova, 2007)

3.7.6 Rozšíření syntaktické spojitelnosti frazeologismu a jeho komponentů

- *Дацика судили, аж дым пошел* (Г.ру, 15.3.2012)
 - V Petrohradě začal soud s nacionalistou Vjačeslavem Dacikem, obviněným z krádeže a pokusu o zapálení pravoslavného chrámu. Soud zamítl, aby byl Dacikův případ posuzován porotou.
 - frazeologismus **делать что-то аж дым идет** – velmi aktivně, energicky (Stěpanova, 2007)
 - obvykle se slovesy typu *врать, работать* => v titulku použito nové sloveso – *судить*

- *Желание разбрасывать камни* (Эж, 9.5.2011)
 - Ruská společnost se stala nebezpečně tolerantní k politickému násilí, což může být překážkou na cestě k politické svobodě.
 - frazeologismus **Время собирать и время разбрасывать камни** – výraz z bible, který znamená, že všechno má svůj čas (Б.ру)
 - v titulku je slovo **время** nahrazeno slovem **желание**

3.7.7 OF založené na sémantické inverzi (inverzi rolí)

- *Дома хорошо, а в гостях – лучше* (Ни, 5.7.2012)
 - Irácký parlament zakázal uprchlíkům, kteří byli vyhoštěni z Evropy, aby se vraceli zpět do vlasti.
 - frazeologismus **В гостях хорошо, а дома лучше** – všude může být dobře, ale doma je nejlépe (Жуков, 1966)

3.7.8 OF založené na konverzi situace

- *Выход из спячки* (Л, 2.2.2012)
 - Období „zimního spánku“ filmových distributorů končí letos dříve a už v únoru se na plátna kin dostane mnoho nových významných filmů.
 - frazeologismus **впасть/войти в спячку** – upadnout do nečinnosti, apatie, pasivity (ФС)
 - změna směru **вход в спячку => выход из спячки**

3.7.9 Syntaktická transformace frazeologismu

- *Пудра для мозгов* (П, 13.6.2011)
 - Metody manipulace myslí mají univerzální charakter pro všechny národy světa.
 - frazeologismus **пудрить мозги кому** – mást někoho, vodit za nos, podvádět ho (Stěpanova, 2007)
 - v titulku došlo nejprve ke gramatické transformaci a záměně slovesa za podstatné jméno, následně pak k záměně větných členů – předmětu za neshodný přívlastek

3.7.10 Rozšíření kontextu

- *«Закручивать гайки я не буду». Путин встретился с западными журналистами* (АиФ, 2.3.2012)
 - Vladimir Putin se sešel s redaktory významných západních novin a odpověděl na jejich otázku.
 - frazeologismus **закручивать/закрутить гайки** – dělat pořádek, zavádět přísnou disciplínu, zvyšovat požadavky nebo útlak (Stěpanova, 2007)

3.7.11 Transformace založená na kalambúru

- *Россия затянет часовые пояса* (К, 25.3.2010)
 - Dmitrij Medveděv chce snížit počet časových pásem v Rusku a také zrušit přechod na zimní a letní čas.
 - frazeologismus **затягивать/затянуть пояс** – nuceně se omezovat v jídle, snižovat spotřebu životně důležitých výrobků (Stěpanova, 2007)
 - slovní hříčka s homonymem **пояс** a spojení významů: 1. úzký pruh látky, kůže apod. určený k zavazování nebo zapínání ve výši lidského pasu; 2. vyhrazená část zemského povrchu na základě určitého příznaku (Ожегов, Шведова, 2001)

Používání nejrůznějších frazeologismů je typické pro současný ruský jazyk, a proto se bez nich neobejde ani publicistický styl. Z hlediska pragmatické funkce ale běžné frazeologismy v novinovém titulku samy o sobě nedokážou čtenáře zaujmout. Proto je novináři transformují, nahrazují jejich komponenty a přidávají nové, modifikují jejich smysl a význam. Zároveň také nejrůznějšími způsoby vytvářejí nové okazionální frazeologismy. Všechny tyto transformované frazeologické jednotky právě svojí „novotou“ a individuálností zaujmají pozornost čtenářů a přesvědčují je k přečtení celého článku.

ZÁVĚR

Novinové titulky jsou významnou součástí publicistického textu. Jsou vždy funkční a představují stylistickou a kompoziční ukázkou tvůrčího přístupu autora textu k jeho obsahu, funkci a cíli. Existují dva základní typy titulků. První chtějí co nejstručněji podat maximální množství informací a tím zajistit rychlou orientaci čtenáře svým vypovídajícím charakterem. Druhý typ titulků chce podat informace jen částečné a zároveň vzbudit pozornost čtenáře ke čtení dalšího textu. Tyto titulky jsou účinnější právě svojí nedopovězeností a významovou neúplností, výrazně se odchyľují od dalšího textu a jejich obsahová souvislost se ozřejmí až po přečtení celého textu.

Cílem této diplomové práce bylo analyzovat jazykové prostředky v novinových titulcích z hlediska pragmatické funkce. Novinové titulky jsou obvykle tím prvním, co čtenáře zaujme při čtení novin nebo zpráv na internetu. Zejména proto mu novináři věnují velkou pozornost. Nutným předpokladem k tomu, abychom mohli analyzovat způsoby a prostředky realizace pragmatické funkce, bylo nashromáždit dostatečné množství vhodných novinových titulků, které podle našeho názoru plní pragmatickou funkci.

Charakteristika a význam novinového titulku jsou popsány v první kapitole. Také jsme se zde věnovali klasifikaci novinových titulků a funkcím, které by měly plnit. Shrnuli jsme názory ruských a českých autorů, ze kterých vyplynulo těchto pět funkcí –nominativní, informativní, pragmatická, orientační a persvazivní (také přesvědčovací, ovlivňovací, získávací, agitační, popř. i hodnotící). Většinou však v titulku vystupuje jedna nebo několik funkcí do popředí a ostatní funkce jsou spíše potlačeny. V závěru kapitoly jsme vysvětlili pojmy automatizace a aktualizace, které úzce souvisí s výběrem jazykových prostředků.

Ve druhé kapitole jsme se zabývali expresivitou a definicemi jednotlivých jazykových jevů. Z hlediska pragmatické funkce jsou v novinových titulcích v převážné většině případů používány expresivní jazykové prostředky nebo je jejich expresivně-emocionální působení zesíleno. Expresivita je pragmatická složka významu určitého slova nebo výrazu, jíž je text často nečekaně ozvláštňen, sdělení je nápadné a upoutá pozornost. Jazykovými prostředky k vyjádření expresivity disponují všechny základní jazykové úrovně – lexikální, morfologická, syntaktická i fonetická.

Dále jsme v této kapitole definovali intertextovost a aluzi, jazykovou hru a kalambúr, oxymóron, personifikaci, elipsu, ustálená slovní spojení, frazeologismy a jejich transformace. Aluze je nejtypičtější projev intertextovosti, což je vnášení jiných textů a

jejich částí do nově vznikajícího textu. Aluze je na rozdíl od citátu nepřesná, náznaková reprodukce části textu v textu jiném. Jde o narážku na určitý literární, historický, politický nebo kulturní fakt.

Jazyková hra je nadřazeným pojmem pro slovní hříčku. Je to vědomé narušení jazykové normy, které umožňuje realizovat nové a nestandardní systémové vztahy mezi jazykovými znaky. Jedním z hlavních projevů jazykové hry je právě kalambúr. Kalambúr je založen na zvukové nebo grafické blízkosti slov či slovních spojení s rozdílným významem, a také na obnovení jejich původního významu. Jeho hlavní funkcí je dosáhnout komického účinku a často je využíván k ironii.

Za projev jazykové hry je někdy považován i oxymóron, což je spojení slov, která si svým významem odporují, mají opačný význam, ale patří do stejné kategorie jevů. Personifikace je druh metafory, při které jsou děje a vlastnosti charakteristické pro člověka přiřazovány neživým předmětům, zvířatům, rostlinám nebo abstraktním pojmům. Elipsa je vynechávka v textu nebo vypuštěná část syntaktické konstrukce, kterou v ní očekáváme, a kterou lze rekonstruovat. Použití elipsy v novinových titulcích je příznakem snahy o jazykovou ekonomii a způsobem, jak přimět čtenáře k přečtení celého textu.

Ustálená slovní spojení jsme definovali jako víceslovná pojmenování, která mají význam jednoho slova, a žádné ze slov nelze nahradit synonymem. I když někteří autoři chápou pojmy ustálené slovní spojení a frazeologismu jako synonymní, my jsme nadřadili pojem ustálené slovní spojení pojmu frazeologismus. Ten jsme charakterizovali jako relativně ustálené, expresivní slovní spojení, které má stálou lexikální a gramatickou stavbu a vystupuje jako hotová jednotka, jejíž význam je v řeči používán podle historických norem.

Dále jsme charakterizovali frazeologické transformace. Vycházeli jsme především z dělení Mokienka a Melerovičové (Мокиенко, Мелерович, 1997). Ti dělí transformace na dva základní typy – sémantické a strukturně sémantické. Oba typy se dělí na mnoho dalších podskupin, podle kterých jsme rozdělili i frazeologismy v novinových titulcích, které jsou uvedeny v praktické části této práce. Zároveň jsme tuto klasifikaci vztáhli kromě frazeologismů i na ustálená slovní spojení, protože oba tyto jevy vycházejí ze stejného základu.

Třetí kapitolou začíná praktická část naší práce. V ní jsme se pokusili klasifikovat nashromážděný jazykový materiál (ruské novinové titulky) do několika kategorií podle obsažených jazykových prostředků, s jejichž pomocí titulky plní pragmatickou funkci. Celkově jsme nasbírali jazykový materiál čítající okolo 500 ruských novinových titulků

z 21 ruských internetových periodik. Na jeho základě jsme vyčlenili následující kategorie: aluze, kalambúr, oxymóron, personifikace, elipsa, ustálená spojení a frazeologismy.

Vzhledem k těmto skupinám nebylo vždy snadné daný titulek zařadit. Potíže působilo především rozhodnutí, zda je titulek ustáleným slovním spojením nebo už je považován za frazeologismus. Problém byl i s kategorií slovních hříček, protože většinu titulků, zařazených do této kategorie, tvořila původně ustálená slovní spojení. Také pro kategorii elipsy jsme sice vytvořili samostatnou podkapitolu, protože ji považujeme za důležitou, ale zařadili jsme do ní jen několik případů, i když se elipsa vyskytovala i u několika dalších titulků. Uvedené třídění je tedy pouze orientační, titulek může být zařazen do několika kategorií a záleží na úhlu pohledu daného příjemce sdělení.

První podkapitolu praktické části tvořily aluze. Bylo jich nashromážděno poměrně velké množství – 127 případů. Použití aluzí je rozšířené zejména díky tomu, že texty ke kterým odkazují, mají určitou hodnotu, tvoří kulturní dědictví dané společnosti. Rozdělili jsme sedm druhů aluzí. Literární aluze (58 případů) představovaly narážky na názvy literárních děl (knihy, básně apod.) a také narážky na citáty nebo úryvky z nich. Filmová aluze (31 případů) znamenala narážky na názvy světových i ruských filmů, seriálů, animovaných filmů a na různé výroky z nich. Historické aluze (14 případů) tvořily narážky na ruské i světové historické události, narážky na historická hesla a citáty historických osobností. Hudební aluze (10 případů) představovaly narážky na názvy písní, muzikálů a jiných hudebních děl a citace z jejich textů. Společenské aluze (7 případů) znamenaly narážky na společenské fakty – volební hesla, svátky, noviny. Televizní aluze (5 případů) byla tvořena především názvy televizních pořadů. Náboženské aluze (2 případy) reprezentovaly titulky, které se jakýmkoli způsobem týkaly náboženství.

Kalambúr tvořil druhou podkapitolu a byl v našem analyzovaném materiálu nejpočetnější skupinou – 143 případů. Z toho vyplývá, že slovní hříčka novináře přitahuje, a to zejména svým komickým účinkem, kterým dokáže čtenáře nejenom zaujmout, ale i pobavit. Slovní hříčka může mít nepřeberné množství podob, my jsme vyčlenili osm druhů. Prvním byla paronyma (79 případů), tedy slova formálně podobná, ale významově naprosto odlišná. Tato podskupina se částečně překrývala se substitucí jednoho z komponentů ustáleného slovního spojení. Při rozdělování jsme se řídili především komičností a ironickým významem titulku, a také jsme uváděli, v kterých titulcích bylo použito ustálené slovní spojení. Dalším druhem byla okazionální slova a slovní spojení (23 případů), která

jsou neobvyklá a neočekávaná a vyjadřují subjektivní postoj autora. Jako třetí druh jsme vyčlenili změnu významu pomocí prefixace (13 případů).

Paronomázií v titulcích (10 případů) tvořila slova, která byla vytvořena ze stejného základu nebo byla náhodně zvukově podobná. Pátým druhem byl rým (6 případů), tedy zvuková shoda koncových hlásek. Při použití precedentních jmen (6 případů) byla odhalena vnitřní forma vlastního jména se zachováním sémantické souvislosti, v titulku bylo pak spojeno jméno a příbuzné slovo. Dalším případem byla homonyma (3 případy), tedy slova, která se shodují graficky i zvukově, ale mají různé významy. Posledním druhem bylo spojení různých významů polysémných slov v jednom titulku (3 případy).

Oxymóronem se zabývala třetí podkapitola. Tento jev se v analyzovaném materiálu vyskytl pouze v devíti případech, z čehož jsme usoudili, že pro novináře není vždy snadné nalézat vhodné opačné významy slov a slovních spojení, která by korespondovala s tématem jeho článku. Naopak určitým tématům se však oxymórony přímo nabízely.

Čtvrtá podkapitola byla věnována personifikaci. Ta se v jazykovém materiálu objevovala ještě méně než předchozí oxymóron – v šesti případech. To svědčí buď o její nízké atraktivitě pro autory titulků, nebo o tom, co jsme zjistili u oxymóronu – že ani personifikované výrazy se k některým tématům nehledají právě snadno.

V páté podkapitole jsme se zabývali problematikou elipsy. Zařadili jsme sem celkem sedm titulků, které ji nejlépe reprezentují. Elipsa se však vyskytla i u několika titulků, zařazených do ostatních kategorií. Elipsu považujeme za důležitý jev, který významně působí na čtenáře, získává ho k přečtení následujícího článku a to zejména z toho důvodu, aby si tam chybějící informace přečetl.

Předposlední, šestou podkapitolu tvořila ustálená slovní spojení a jejich transformace. Sem jsme zařadili 88 novinových titulků. Používání ustálených sousloví se nevyhýbá žádné oblasti lidské činnosti, proto jsou typické i pro publicistický styl a novinové titulky. V našem jazykovém materiálu se v případě ustálených slovních spojení vyskytovaly pouze strukturně-sémantické transformace, konkrétně sedm jejich druhů. Největší skupinu tvořila substituce jednoho z komponentů ustáleného slovního spojení (59 případů), kterou zároveň považujeme za nejjednodušší. Autor titulků v ní jednoduše zamění jeden z komponentů jiným slovem, které často zcela vystihuje téma jeho článku. Záměnu kladných forem za záporné (13 případů) pak novináři využívají zejména proto, že tak mohou snadno vystihnout negativní stránku popisované skutečnosti. Také rozšíření počtu komponentů (5 případů) slouží k většímu upřesnění popisované události. Syntaktická

(5 případů) a morfologická (2 případy) transformace různým způsobem modifikují ustálená spojení tak, aby se více shodovala s obsahem článku.

Okazionální slovní spojení vytvořená analogicky podle sémantického vzoru synonymních ustálených spojení (3 případy) si ponechávají význam původního sousloví, pouze jsou v nich použity komponenty, odpovídající lépe dané situaci. Jeden případ okazionálního ustáleného spojení založeného na sémantické inverzi jasně vyjadřuje danou inverzi rolí.

Poslední podkapitola byla věnována frazeologismům a jejich transformacím. Transformovaných frazeologismů bylo v našem analyzovaném materiálu 125 případů. Používání frazeologismů v různých situacích je typickým jevem nejen publicistického stylu, ale celkově současného ruského jazyka. Stejně jako ustálená spojení musí novináři transformovat i frazeologismy, aby nebyly pouze automatizovanými jednotkami, ale byly nové, neotřelé a zaujaly. Také v případě frazeologismů se vyskytovaly pouze strukturně-sémantické transformace, celkově jsme se zabývali jedenácti jejich druhy. Největší skupinu opět tvořila substituce jednoho z komponentů frazeologismu (92 případů). Kromě její jednoduchosti jsme zjistili, že autoři titulků v různých novinách často používají stejné frazeologismy, ve kterých zaměňují různé komponenty. Nejoblíbenějším v našem jazykovém materiálu byl frazeologismus *Друг познается в беде*.

Na rozdíl od ustálených spojení následovaly OF vytvořené analogicky podle sémantického vzoru synonymních frazeologismů (9 případů), které si zachovávají původní význam, ale jejich lexikální složení je až na výjimky zcela zaměněno. I morfologická transformace (8 případů) a rozšíření počtu komponentů ve frazeologismu (7 případů) stejně jako v případě ustálených spojení upřesňují původní význam frazeologismu v souvislosti s obsahem článku. Záměna kladných forem za záporné se na rozdíl od ustálených slovních spojení objevila velmi málo (2 případy). Rozšíření syntaktické spojitelnosti (2 případy) poukázalo na to, že novináři mohou frazeologismus v titulku použít i přesto, že příliš neodpovídá tématu jejich článku, stačí k němu připojit zcela nový výraz.

Po jednom zástupci měly tyto druhy transformací – OF založené na sémantické inverzi (inverzi rolí), OF založené na konverzi situace a syntaktická transformace. To dokazuje, že frazeologismy v novinových titulech mohou být transformovány opravdu nejrůznějšími způsoby a závisí to pouze na fantazii autora a tématu tvořeného článku. Jako zajímavost jsme také vyčlenili dvě transformace, které se u Mokienka a Melerovičové (Мокиенко, Мелерович, 1997) nevyskytují. Jde o jeden případ rozšíření kontextu, kdy byl

frazeologismus v titulku rozšířen o další, zdánlivě nesouvisející informace, a jeden případ transformace založené na kalambúru, konkrétně použití homonyma.

Celkově můžeme říct, že novinové titulky plní pragmatickou funkci, tedy upoutají pozornost čtenáře, pouze pokud obsahují aktualizované jazykové prostředky, ve většině případů expresivní. Jazykové prostředky k vyjádření informativní funkce jsou používány většinou automatizovaně, přičemž hrozí, že si čtenář přečte pouze titulek a vystačí si s informacemi, které obsahuje. Naopak k realizaci pragmatické funkce novinových titulků nelze automatizované prostředky použít. Novinář musí zcela zapojit svou fantazii, ustálené výrazy transformovat, zaměňovat v nich slova, přidávat nové komponenty, používat hru s významy, modifikovat smysl, používat narážky. Musí vytvářet nové, neotřelé a neočekávané výrazy, protože pouze „novostí“, aktualizovaností a individuálností může upoutat pozornost čtenářů, přesvědčit je k přečtení celého článku a zajistit tak budoucnost novin.

РЕЗЮМЕ

Газетный заголовок уже несколько десятков лет является объектом заинтересованности целого ряда ученых. Это не удивительно, так как газетный заголовок – обычно первая вещь, которая заинтересует читателя при чтении газет и статей в интернете. Газетные заголовки – важная составная часть публицистического текста. Они всегда функциональны и представляют собой стилистическую и композиционную демонстрацию творческого подхода автора к содержанию, функции и задаче текста.

Целью настоящей дипломной работы «Языковые средства реализации прагматической функции в газетных заголовках» был анализ заголовков с точки зрения их функций, в частности прагматической. Главной задачей было, с одной стороны, дать краткую характеристику газетного заголовка и его функций, с другой стороны, исследовать способы и средства реализации прагматической функции газетного заголовка (на материале русских СМИ). Для этого было необходимо собрать и систематизировать достаточное количество газетных заголовков, выполняющих прагматическую функцию.

Дипломная работа состоит из теоретической и практической части. Первая глава теоретической части посвящена характеристике и значению газетного заголовка. Газетный текст и заголовки относятся к публицистическому функциональному стилю, в котором объединяются элементы научного стиля (научно-популярного подстиля) с элементами художественного стиля. Этот стиль одновременно принимает и элементы разговорного языка. Назначением публицистического стиля является быстро, точно и эффективно информировать адресатов различного возраста, социального статуса и уровня образования, доступно и доходчиво убедить их в реальности сообщаемой информации.

В первой главе также представлена классификация газетных заголовков с разных точек зрения. Особое внимание мы уделили функциям заголовка, сопоставив мнения российских и чешских учёных, и создали список из пяти основных функций. Номинативная функция состоит в том, что заголовок является названием данной статьи. Информативная функция – заголовок информирует о содержании статьи, является его общим заключением. Прагматическая функция главным образом сориентирована на привлечении внимания читателя. С ней связана функция

убеждающая (также агитационная, оценивающая), которая привлекает читателя к чтению статьи. Ориентирующая функция ориентирует читателя в тематике и общем содержании статьи в газете или в интернете. В заголовке всегда одна или несколько функций являются более важными, чем остальные. Особое внимание было уделено прагматической функции, посредством которой заголовок своей внешней и внутренней формой привлекает внимание читателя к тексту и пробуждает у него целый ряд эмоций – не только интерес, но также любопытство, удивление, недоумение, возмущение или разочарование. Мы остановились также на понятиях автоматизации и актуализации, поскольку данные процессы тесно связаны с выбором языковых средств для создания газетных заголовков.

Вторая глава теоретической части посвящена теме экспрессивности и определению смежных языковых явлений. С точки зрения прагматической функции в газетных заголовках в большинстве случаев используются экспрессивные языковые средства или же их экспрессивно-эмоциональное воздействие усилено. Экспрессивность – это прагматическая составляющая слова или выражения. С помощью экспрессивности можно сделать текст более ярким, броским и привлекающим внимание. Языковыми средствами выражения экспрессивности располагают все уровни языка – лексический, морфологический, синтаксический и фонетический. На возникновение экспрессивности оказывает влияние, прежде всего, коммуникативная ситуация – намерение автора, исходные знания и представления читателя, а также лингвистический и экстралингвистический (социальный) контекст коммуникативного акта.

Эмоциональные и экспрессивные выражения в заголовках оказывают воздействие на чувства адресатов, влияют на их мышление и, таким образом, поддерживают прагматическую функцию. Высокая мера экспрессивности характерна для современной русской публицистики. Она является исходной точкой для реализации прагматической функции в газетных заголовках.

Следующая часть работы посвящена определению отдельных языковых средств, с помощью которых реализуется прагматическая функция. Так мы остановились на интертекстуальности и аллюзии, языковой игре и каламбуре, оксюмороне, олицетворении, эллипсисе, устойчивых сочетаниях и фразеологизмах. Интертекстуальность – это внесение других текстов или их частей в вновь возникающий текст. Аллюзия является самым типичным проявлением

интертекстуальности. В отличие от цитаты, аллюзия – это намек, неточная репродукция одного текста в другом. Аллюзия представляет собой намек на какой-либо литературный, исторический, политический или культурный факт.

Языковая игра означает сознательное нарушение языковой нормы, позволяющее реализовать новые и нестандартные системные отношения между языковыми знаками. Языковая игра объединяет в себе разнообразные понятия, в том числе и каламбур (игра слов). Каламбур основан на фонетической или графической близости слов или словосочетаний с разными значениями, и также на обновлении их исходного значения. Главной функцией каламбура является достижение комического эффекта. Данный эффект часто используется к иронизации смысла.

Проявлением языковой игры некоторые авторы считают оксюморон – сочетание слов, имеющих противоположное значение, но относящихся к одинаковой категории явлений. Вследствие сочетания таких слов возникает новое смысловое целое. Олицетворение – это вид метафоры, посредством которой происходит перенесение действий и качеств, характерных для человека, на неодушевленные предметы, животных, растения или отвлеченные понятия. Эллипсис обозначает пропуск в тексте или пропущенную часть синтаксической конструкции, которая в ней ожидается и которую возможно восстановить. Использование эллипсиса в газетных заголовках является проявлением стремления к языковой экономии, а также может побудить читателя подробно ознакомиться с последующим текстом.

Устойчивые словосочетания мы определили как названия, состоящие из нескольких слов, имеющие значение одного слова. В них ни одно из слов нельзя заменить синонимом (напр. *скорая помощь, кризис среднего возраста, торговля органами*). Некоторые учёные рассматривают понятия «устойчивые сочетания» и «фразеологизмы» как синонимичные. Мы понимаем устойчивое сочетание как родовое понятие, так как фразеологизм мы охарактеризовали как относительно устойчивое, экспрессивное и воспроизводимое словосочетание, которое имеет целостное значение (напр. *разбираться в чём-то как свинья в апельсинах*). К фразеологизмам можно в широком смысле отнести также поговорки и пословицы (напр. *Москва слезам не верит, ей дело подавай*).

В заключительной части второй главы мы сосредоточились на фразеологических трансформациях. Существуют два основных вида трансформаций – семантические и структурно-семантические. Оба типа далее подразделяются на

подгруппы, на которые мы опирались при разделении фразеологизмов в заголовках в практической части настоящей работы. По данной классификации мы проанализировали также устойчивые сочетания, так как оба этих явления имеют много общего.

Третья глава дипломной работы представляет практическую часть, в которой проанализирован собранный материал (русские газетные заголовки) и разделен на несколько категорий согласно языковым средствам, с помощью которых заголовки выполняют прагматическую функцию. Мы собрали и систематизировали около 500 русских газетных заголовков. Данные заголовки обнаружены в интернет-изданиях русских газет (*Аргументы и факты, Лента.ру, Газета.ру, Российская газета, Московский комсомолец, Московская правда, Коммерсантъ, Независимая газета, Новые известия, Комсомольская правда, Московские новости, Мир новостей, Известия, РБК daily, Собеседник.ру, Аргументы недели, Труд.ру, Итоги, Русский репортёр, Профиль, Эксперт*). Заголовки описаны по употреблению языковых средств реализации прагматической функции: аллюзия, каламбур, оксюморон, олицетворение, эллипсис, устойчивые сочетания и фразеологизмы, с использованием наиболее ярких примеров заголовков из перечисленных групп. Список всех заголовков находится в приложении к настоящей работе.

Однако даже с учётом данных категорий мы не всегда могли однозначно включить отдельный заголовок в определенную группу. Трудным оказалось решение, имеется ли в заголовке устойчивое словосочетание или его уже можно считать фразеологизмом. Проблемой оказалась также категория каламбура, поскольку большинство включенных сюда заголовков первоначально состояло из устойчивых словосочетаний. Также эллипсис мы определили как отдельную категорию, поскольку считаем его очень важным явлением в контексте прагматической функции заголовков. Следует заметить, что эллипсис обнаружен нами и в нескольких других заголовках, включенных в иные категории. Итак, указанная классификация является только ориентировочной, поскольку представляет собой явление пересечения и включения категорий анализируемых языковых средств.

В категории «аллюзия» нами обнаружено всего 127 случаев. Использование аллюзии распространено благодаря тому, что тексты, на которые аллюзии ссылаются, имеют особое значение для представителей данного общества и создают его культурное наследие. Для автора аллюзии представляют некий культурный кругозор,

который мог бы совпадать с кругозором читателя. Мы выделили семь видов аллюзий. Литературные аллюзии представляют собой намеки на названия произведений (книг, стихотворений и т. п.), намеки на цитаты или отрывки из них (напр. *Преступление и выдвигение*; *PR во время чумы*; *По ком звонят бабушки*; *А кот и ныне там*). Фильмовые аллюзии состоят из намеков на названия российских и мировых фильмов, сериалов, мультфильмов и также на крылатые фразы (напр. *Утомленные долларами*; *Чип не спешит на помощь*; *Все, что нажито непосильным постом*).

В состав исторических аллюзий входят намеки на российские и мировые исторические события, на исторические лозунги и цитаты исторических личностей (напр. *Великая октябрьская резолюция*; *Пришел, увидел, взбунтовал*). Музыкальные аллюзии содержат намеки на названия песен, мюзиклов и других музыкальных произведений и цитаты из их текстов (напр. *Аты-баты, или солдаты снимать деньги в банкоматы*; *Идет война билетная*). Общественные аллюзии представляют собой намеки на общественные факты – лозунги, праздники, газеты (напр. *День полупобеды*; *Аргументы за контрафакты*). Телевизионные аллюзии связаны, прежде всего, с названиями телевизионных передач (напр. *Кто хочет остаться миллионером?*; *Сам себе пенсионер*). Религиозные аллюзии определенным образом касаются религии (напр. *Крестовый подход*; *Распятие Христо*).

Второй, самой большой по количеству примеров, являлась категория «**каламбур**», в которую мы включили 143 газетных заголовка. Очевидно, что игра слов очень привлекает журналистов главным образом своим комическим эффектом, посредством которого автор способен не только заинтересовать читателя, но и развлечь. Каламбур имеет огромное количество разновидностей, но мы их при анализе свели к восьми основным группам.

Самой многочисленной группой оказались паронимы – слова, близкие по звучанию, но различные по значению (напр. *Неизученный измученный Кавказ*; *Шутка по-пекински*; *Приятно к исполнению*). Данная группа частично пересекалась с заменой одного из компонентов устойчивого сочетания. Мы эти группы разделили на основании комического эффекта и иронического смысла заголовка, уточнив, в которых из них было использовано также устойчивое сочетание. Вторым по количеству видом каламбура были окказиональные слова и словосочетания, которые являются необычными и неожиданными и выражают субъективную позицию автора (напр. *Олимпиадофобия*; *Управляемая энергодемократия*).

Особую группу составили примеры изменений значения слова путём префиксации (напр. *Медицинский недосмотр; День приоткрытых дверей*). Парономазия в заголовках обозначала сближение слов, образованных от одной основы или случайно сходных в звучании (напр. *Непоправимые поправки; Пресса под прессом*). Следующей группой заголовков стали заголовки рифмованные. Рифма – созвучие в конце двух или нескольких слов (напр. *Пассажиру не до журу; Массы пошли мимо кассы*). Особую группу составили заголовки, в состав которых входят прецедентные имена. В них происходит раскрытие внутренней формы, но сохраняется семантическая связь, вследствие чего в контексте объединяется данное имя и родственное слово (напр. *Северный морской Путин; Чавесовые пояса*).

Как вид каламбура мы определили сочетание омонимов, слов, которые совпадают фонетически и графически, но не имеют общих семантических признаков (напр. *С видом на жительство; Советы Совету Федерации*). Интересную группу представляло собой сочетание в заголовке разных значений многозначных слов (напр. *Иран обогащает уран идеями; Следующая станция – атомная*).

Третий подраздел представлял собой категорию «**оксюморон**». Данное явление обнаружено в нашем языковом материале только в девяти заголовках (напр. *Победа вничью; Полезный вред; Максимальный минимум*). Возможно, что для журналистов может оказаться проблемой находить противоположные значения слов и словосочетаний, которые бы соответствовали теме их статьи. Однако, можно утверждать, что оксюморон в некоторых из заголовков просто «напрашивался».

Четвёртая категория «**олицетворение**» включала ещё меньше заголовков, чем оксюморон – только шесть (напр. *Инвестиции берут паузу; Инвестиционный климакс; Воспитание рубля*). Такое количество свидетельствует либо о низкой привлекательности олицетворения для авторов заголовков, либо о том, что мы отметили в связи с оксюмороном: к некоторым темам не всегда легко найти удачные персонифицированные выражения.

Пятая категория – «**эллипсис**». Сюда мы включили семь заголовков, которые это явление представляют (напр. *Время собирать; Люди в Белом; Вторая мэровая*). Эллипсис содержали также несколько других заголовков, включенных нами в другие категории. Об эллипсисе можно говорить как об отдельной категории потому, что это явление оказывает значительное воздействие на читателя, побуждает его прочитать последующий текст, чтобы узнать из него недостающую в заголовке информацию.

В шестую категорию «**устойчивые сочетания**» вошли 88 газетных заголовков. Использование устойчивых словосочетаний характерно для всех областей человеческой деятельности. Исключением не являются ни публицистический стиль, ни газетные заголовки. Однако, устойчивые сочетания в заголовках сами по себе не могут привлечь внимание читателей, поэтому журналисты могут прибегать к их трансформациям. В нашем языковом материале представлены только структурно-семантические трансформации (семь их видов). Самой многочисленной группой оказалась замена компонента устойчивого словосочетания (напр. *Соединенные шансы Америки; Пробка с человеческим лицом*). Данную трансформацию мы считаем самой простой, так как автор заголовка может легко заменить один из компонентов другим словом или словосочетанием, которое полностью соответствует теме его статьи.

Второй вид, замену утвердительных форм на отрицательные и наоборот, журналисты используют по той причине, что они могут акцентировать именно отрицательную сторону описываемого факта (напр. *Несоединенное королевство; По немногочисленным просьбам общественности*). Также расширение компонентного состава устойчивого сочетания служит уточнению описываемого события (напр. *Скорая выборная помощь; Вооруженные силы и слабости*). Синтаксическая трансформация (напр. *Полное собрание у Чехова; Министр и чрезвычайные ситуации*) и морфологическая трансформации (напр. *Зал ожидаемого; Конец фильмов*) видоизменяют устойчивые словосочетания таким образом, чтобы они больше совпадали с содержанием данной статьи.

Окказиональные устойчивые сочетания, образованные по структурно-семантическим моделям синонимичных словосочетаний, сохраняют значение исходного словосочетания, однако в них использованы компоненты, в большей мере соответствующие описываемому факту (напр. *Уралвагонзаводский федеральный округ; Страна восходящего Баха*). Случай окказионального устойчивого словосочетания, основанного на структурно-семантической инверсии, наглядно представляет ролевою инверсию (*Хвост виляет собакой*).

В последнюю категорию, «**фразеологизмы**», мы включили 125 газетных заголовков. Использование фразеологизмов в разных ситуациях является типичным явлением не только для публицистического стиля, но и для современного русского языка в целом. Однако, фразеологизмы, как и устойчивые сочетания, являются автоматизированными средствами и журналисты должны прибегать к их

трансформациям, чтобы привлечь внимание читателей. Преобразованные фразеологизмы могут стать новыми, особенными, заинтересовать адресата. Среди фразеологизмов мы выделили одиннадцать видов структурно-семантических трансформаций. Наиболее частой была замена компонента ФЕ (напр. *У Астрахани глаза велики; Долг платежом страшен*). При этом авторы заголовков в разных газетах часто используют те же самые фразеологизмы, заменяя в них разные компоненты. Самым популярным в анализированном материале стал фразеологизм «**Друг познается в беде**» (напр. *Друз познается в бою; БРИКС познается в беде*).

В отличие от устойчивых сочетаний, второй по количеству примеров группой стали окказиональные фразеологизмы (ОФ), образованные по структурно-семантическим моделям синонимичных фразеологических единиц. Такие единицы сохраняют исходное значение, но их лексический состав в большинстве случаев полностью изменяется (напр. *Хотела Украина в ЕС, да газ не пустил; Память до милиции доведет*). Морфологические трансформации (напр. *Москва не сразу строится; «Яблоко» в раздоре*) и расширение компонентного состава ФЕ (напр. *Душа в душу, как Путин с Бушем; Ни пуха, ни пера, ни сала*) также уточняют исходное значение фразеологизма в связи с содержанием статьи.

Замена утвердительных форм на отрицательные и наоборот, в отличие от устойчивых сочетаний, появилась, по нашим данным, только в двух случаях (*Ни шагу вперед; Прощение рублем*). Расширение синтаксической сочетаемости фразеологизма и его компонентов показало то, что журналисты могут в своем заголовке использовать также фразеологизм, который не вполне соответствует теме статьи, но сочетать его с новым компонентом, который приближает фразеологизм к данной теме (напр. *Дацика судили, аж дым пошел; Желание разбрасывать камни*)

Немногочисленными оказались следующие трансформации – ОФ, основывающиеся на структурно-семантической (ролевой) инверсии (напр. *Дома хорошо, а в гостях – лучше*); ОФ, основывающиеся на конверсии ситуации (напр. *Выход из спячки*) и синтаксические трансформации (напр. *Пудра для мозгов*). Данные трансформации подтверждают, что фразеологизмы в газетных заголовках могут быть преобразованы разнообразными способами и способ преобразования зависит от фантазии автора и темы создаваемой статьи. Интересными оказались и две трансформации, которые Мокиенко и Мелерович (Мокиенко, Мелерович, 1997) не выделяют. Речь идёт об одном случае расширения сочетаемости, когда фразеологизм

был распространён новой, казалось бы, не связанной с ним информацией («Закручивать гайки я не буду». Путин встретился с западными журналистами) и об одном случае трансформации, основывающейся на каламбуре, в частности с использованием омонимии (*Россия затянет часовые пояса*).

В общем можно сказать, что газетные заголовки реализуют прагматическую функцию, т. е. привлекают внимание читателей, лишь в том случае, если содержат актуализированные языковые средства, которые, сверх того, в большинстве случаев обладают экспрессивной окраской. Для выражения информативной функции используются преимущественно автоматизированные языковые средства, однако здесь возникает опасность, что читатель ознакомится только с заголовком и содержащаяся в нем информация будет ему достаточной.

Для реализации прагматической функции неэффективны автоматизированные средства. Журналисту приходится включить фантазию, преобразовывать устойчивые выражения, заменять в них слова, расширять их новыми компонентами, применять игру со значениями слов, видоизменять смысл слов и словосочетаний, использовать намёки. Авторы заголовков должны создавать новые, особенные и неожиданные выражения, потому что только новое, актуализированное и индивидуально-авторское сможет привлечь внимание читателей, убедить его прочитать всю статью и обеспечить контакт автора с читателем и аудиторией.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. BARTOŠEK, J. *Základy žurnalistiky*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2002. 111 stran. ISBN 80-7318-058-6.
2. BARTOŠEK, J. *Novinové titulky*, In: Nebeská I., Macurová A. *Jazyk a jeho užívání*, Praha: FF UK 1996, 318 stran. ISBN 80-85899-19-1.
3. BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 216 stran. ISBN 978-80-247-3452-1.
4. ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ E. *Současná stylistika*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, s.r.o., 2008. 382 stran. ISBN 978-80-7106-961-4.
5. CHLOUPEK J. *Dialektika stálého a proměnného v publicistickém stylu*. In: Slovo a slovesnost, 1978, r. 39, č. 3-4, s. 317-319.
6. JUNKOVÁ, B. *Aluze v psané publicistice*. In: Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích, Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, FF, 2005. 237 s. ISBN 80-7368-101-3.
7. JUNKOVÁ, B. *Jazyková aktualizace a automatizace v současné publicistice*. In: Spisovná čeština a jazyková kultura. Praha: Filosofická fakulta Univerzity Karlovy, 1993, s. 226-229. ISBN 80-85899-02-7.
8. JUNKOVÁ, B. *Jazyková dynamika současné publicistiky*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství ARSCI, 2010. 241 s. ISBN 978-80-7420-007-6.
9. MACHÁČKOVÁ E. *K sémanticko-syntaktické výstavbě novinových titulků*. In: Slovo a slovesnost, 1985, R. 46, č. 3., s. 215–222.
10. McQUAIL, P. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. 448 s. ISBN 80-7178-200-9.
11. MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika čeština*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2009. 86 stran. ISBN 978-80-210-4973-4.
12. MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. 296 stran. ISBN 978-80-247-2979-4.
13. MLČOCH, M. *Titulek ve sportovní publicistice*. In. Studia Philologica 9. Olomouc: Vydavatelství UP, 1999.
14. *Novinářské žánry, část I. Knihovnička novináře*. 1. vyd. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1973. 116 stran.

15. OSVALDOVÁ, B., HALADA J. a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2002. 240 stran. ISBN 80-7277-108-6.
16. OSVALDOVÁ, B., HALADA J. a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. 263 stran.
17. PILÁTOVÁ, J. *Krátká zpráva v současné ruské a české publicistice*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. ISBN 978-80-244-2278-7.
18. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. Syndikát novinářů ČR, LN, World Press Freedom Committee. Praha: Lidové noviny, 1991. 166 stran. ISBN 80-7106-045-3.
19. RUß-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. 316 stran. ISBN 80-247-0158-8.
20. SRPOVÁ, H. *Funkční a jazyková analýza novinových titulků*. In: *Studia slavica* č 1. Ostrava: FF OU v nakladatelství SFINGA, 1993, 1. vyd. 144 stran. ISBN 80-7042-394-3.
21. SRPOVÁ, H. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 1998. 168 stran. ISBN 80-7042-490-7.
22. STEJSKAL, J. *Čtyřicet kapitol o zpravodajství*. 3. verze interního textu. Praha: ČTK, 2004.
23. ŠMÍD, M., TRUNEČKOVÁ, L. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009. 206 stran. ISBN 978-80-246-1661-2.
24. ZIMKOVÁ L. *Novinový titulek jako součást novinového textu (na materiálu rus. novinových titulků)*. Praha, 1988. 74 stran.
25. VAJKOVA, L., SKÁCEL, J. *Стилистика современного русского языка. Пособие для студентов/русистов*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita, 1994. 100 s. ISBN 80-7042-401-X.
26. MOKIENKO, V., STĚPANOVA, L. *Ruská frazeologie pro Čechy/Русская фразеология для чехов*. 2. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. 260 s. ISBN 978-80-244-1916-9.
27. БАСОВСКАЯ, Е. Н. *Обезглавливание через озаглавливание*. In: *Русская речь*. 2003. № 4. s. 56–62.

28. БЕЛЬЧИКОВ, Ю. А. *Интимизация изложения*. In: Русская речь, 1974, № 6, с. 31–43.
29. ГУРЕВИЧ, С.М. *Газета: Вчера, сегодня, завтра*. Учебное пособие для вузов. Москва: Аспект Пресс, 2004.
30. КРЫЛОВА, О. А. *Основы функциональной стилистики русского языка*. Москва: Издательство «Русский язык», 1979.
31. ЛАЗАРЕВА, Э. А. *Заголовок в газете*. Свердловск.: Изд-во Уральского университета, 1989. 96 с.
32. ЛЫСАКОВА, И. П. *Язык газеты: социолингвистический аспект*. Ленинград: Издательство Ленинградского университета, 1981.
33. МЕЛЕРОВИЧ, А. М., МОКИЕНКО В. М. *Фразеологизмы в русской речи*. Словарь. Москва: «Русские словари», 1997.
34. ПОПОВ, А. С. *Синтаксическая структура современных газетных заголовков и ее развитие*. In: Развитие синтаксиса современного русского языка. Москва: Издательство «Наука», 1966.
35. ТУРАЛИЕВА, Г. У. *Использование языковой игры в казахстанской прессе*. In: Лингвистика, Збірник наукових праць, № 3 (24), 2011, Частина II, Луганськ.
36. ФАТЕЕВА, Н. А. *Интертекст в мире текстов*. Москва: КомКнига, 2007. 282 с.
37. ФОКИНА, О. В. *Аксиологическая функция прецедентных имен литературного происхождения (на материале российских СМИ)*. In: Лингвистика, Збірник наукових праць, № 3 (24), 2011, Частина II, Луганськ.
38. ЦОНЕВА, Л. М. *Языковая игра как проявление креативности в медиа-тексте*. In: Лингвистика, Збірник наукових праць, № 3 (24), 2011, Частина II, Луганськ.

SLOVNÍKY A ENCYKLOPEDIĚ

39. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, ISBN 80-7106-484-X. (ESČ)
40. LEDERBUCHOVÁ, L. *Průvodce literárním dílem. Výkladový slovník základních pojmů literární teorie*. 1. vyd. Jinočany: Nakladatelství H H Vyšehradská, s. r. o., 2002. 356 stran. ISBN 80-7319-020-6.

41. VLAŠÍN, Š. a kol. *Slovník literární teorie*. 1. vyd. Praha: Československý spisovatel, 1977. 472 s.
42. ЖУКОВ, В. П. *Словарь русских пословиц и поговорок*. Moskva, 1966.
43. *Литературный энциклопедический словарь*. Под ред. В. М. КОЖЕНИКОВА и П. А. НИКОЛАЕВА. Москва: Советская энциклопедия, 1987. 752 с.
44. ОЖЕГОВ, С. И., ШВЕДОВА, Н. Ю. *Толковый словарь русского языка*. 4 изд. Москва: Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова, 2001. 944 с. ISBN 5-89285-003-X.
45. *Русский язык. Энциклопедия*. Ред. Ф. П. Филин. Москва: Издательство «Советская энциклопедия», 1979. 432 с.
46. СОЛГАНИК, Г.Я. *Стилистический словарь публицистики*. Москва: «Русские словари», 1999. 650 с. ISBN 5-93258-004-1.

INTERNETOVÉ ZDROJE

47. KŘÍSTEK, V. *Současné novinové titulky*. In: Naše řeč, r. 56, 1973 [online] Dostupné z WWW: <<http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5724>> [citováno 9. 11. 2012] (1)
48. SHATURY, A. A. *Titulky v psané publicistice (srovnávací studie)*. In: Naše řeč, 1999, r. 82, č. 2 [online] Dostupné z WWW: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7500#_ftn1> [citováno 9. 11. 2012] (2)
49. АРОШИДЗЕ, М., ТАВАРТКИЛАДЗЕ, С. *Прагматика газетных заголовков*. [online]. Dostupné z WWW: <<http://www.surbor.ru/printword.php?fks=237&idf=12083&text=%CF%F0%E0%E3%EC%E0%F2%E8%EA%E0+%E3%E0%E7%E5%F2%ED%FB%F5+%E7%E0%E3%EE%EB%EE%E2%EA%EE%E2+>>> [citováno 12. 11. 2012] (3)
50. БУХАРИН, В. В. *О БРИКС*. [online]. Dostupné z WWW: <http://www.spa.msu.ru/page_303.html> [citováno 18. 3. 2013] (4)
51. ЕВСТРАТОВА, С. Б. *Лексико-грамматические средства реализации функций газетного заголовка*. [online]. Dostupné z WWW: <<http://fixed.ru/prikling/conf/stislisist1/leksiopwhmp.html>> [citováno 19. 11. 2012] (5)

52. ИШМЕКЕЕВА, Т. Н. *Об отрицательных тенденциях развития языка современной прессы (на материале газетных заголовков)* [online]. Dostupné z WWW: <<http://journalist.masu.ru/index.php/about-us/2011-02-25-13-57-59/75--i---/440-2011-03-11-16-57-37>> [citováno 6. 11. 2012] (6)
53. ЛЮТАЯ, А. *Современный газетный заголовок*. [online]. Dostupné z WWW: <<http://www.dissercat.com/content/sovremennyi-gazetnyi-zagolovok-struktura-semantika-pragmatika>> [citováno 29. 10. 2012] (7)
54. МАГЕРРАМОВ, И. А. *Особенности композиции и синтаксиса газетного заголовка* [online]. Dostupné z WWW: <<http://www.philol.msu.ru/~rlc2007/abstracts/?sectionid=17>> [citováno 6. 11. 2012] (8)
55. СМИРНОВА, Е. А. *Функции газетного заголовка (на примере англоамериканской прессы)* [online]. Dostupné z WWW: <<http://pws-conf.ru/nauchnaya/lss-2009/153-smi-mediakultura/7343-funktsii-gazetnogo-zagolo.html>> [citováno 6. 11. 2012] (9)
56. *Большая советская энциклопедия*. [online] Dostupný z WWW: <<http://bse.sci-lib.com/>> [citováno 12. 2. 2013] (БСЭ)
57. *Большой словарь русских поговорок*. [online] Dostupný z WWW: <<http://dic.academic.ru/contents.nsf/proverbs/>> [citováno 21. 3. 2013] (БСПП)
58. *Фразеологический словарь русского литературного языка*. [online] Dostupný z WWW: <<http://phraseology.academic.ru/>> [citováno 21. 3. 2013] (ФС)
59. *Энциклопедия Кругосвет*. Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия [online] Dostupný z WWW: <<http://www.krugosvet.ru/taxonomy/term/33>> [citováno 17. 2. 2013] (ЭК)
60. *Большой Энциклопедический словарь*. [online] Dostupný z WWW: <<http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/>> [citováno 30. 3. 2013] (БЭС)
61. *Библиотекарь.Ру*. [online] Dostupný z WWW: <<http://www.bibliotekar.ru/>> [citováno 30. 3. 2013] (Б.ру)
62. *Толковый словарь русского языка Кузнецова*. [online] Dostupný z WWW: <<http://dic.academic.ru/contents.nsf/kuznetsov/>> [citováno 30. 3. 2013] (ТСК)

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

Zkratky ruských internetových periodik

- АиФ** – Аргументы и факты
Ан – Аргументы недели
Г.ру – Газета.ру
Из – Известия
Ит – Итоги
К – Коммерсантъ
Кп – Комсомольская правда
Л – Лента.ру
Мир – Мир новостей
Мк – Московский комсомолец
Мн – Московские новости
Мп – Московская правда
Нг – Независимая газета
Ни – Новые известия
П – Профиль
РБК – РБК daily
Рг – Российская газета
Рр – Русский репортёр
Со – Собеседник.ру
Труд – Труд.ру
Эк – Эксперт

Zkratky encyklopedií a slovníků

- ESČ** – *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, ISBN 80-7106-484-X
- БСЭ** – *Большая советская энциклопедия*. [online] Dostupný z WWW: <<http://bse.scilib.com/>> [citováno 12. 2. 2013]
- БСПИ** – *Большой словарь русских поговорок*. [online] Dostupný z WWW: <<http://dic.academic.ru/contents.nsf/proverbs/>> [citováno 21. 3. 2013]

- ФС** – *Фразеологический словарь русского литературного языка*. [online] Dostupný z WWW: <<http://phraseology.academic.ru/>> [citováno 21. 3. 2013]
- ЭК** – *Энциклопедия Кругосвет*. Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия [online] Dostupný z WWW: <<http://www.krugosvet.ru/taxonomy/term/33>> [citováno 17. 2. 2013]
- БЭС** – *Большой Энциклопедический словарь*. [online] Dostupný z WWW: <<http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/>> [citováno 30. 3. 2013]
- Б.ру** – *Библиотекарь.Ру*. [online] Dostupný z WWW: <<http://www.bibliotekar.ru/>> [citováno 30. 3. 2013]
- ТСК** – *Толковый словарь русского языка Кузнецова*. [online] Dostupný z WWW: <<http://dic.academic.ru/contents.nsf/kuznetsov/>> [citováno 30. 3. 2013]

Ostatní

zkrác. – zkráceně

FJ – frazeologická jednotka

OF – okazionální frazeologismus

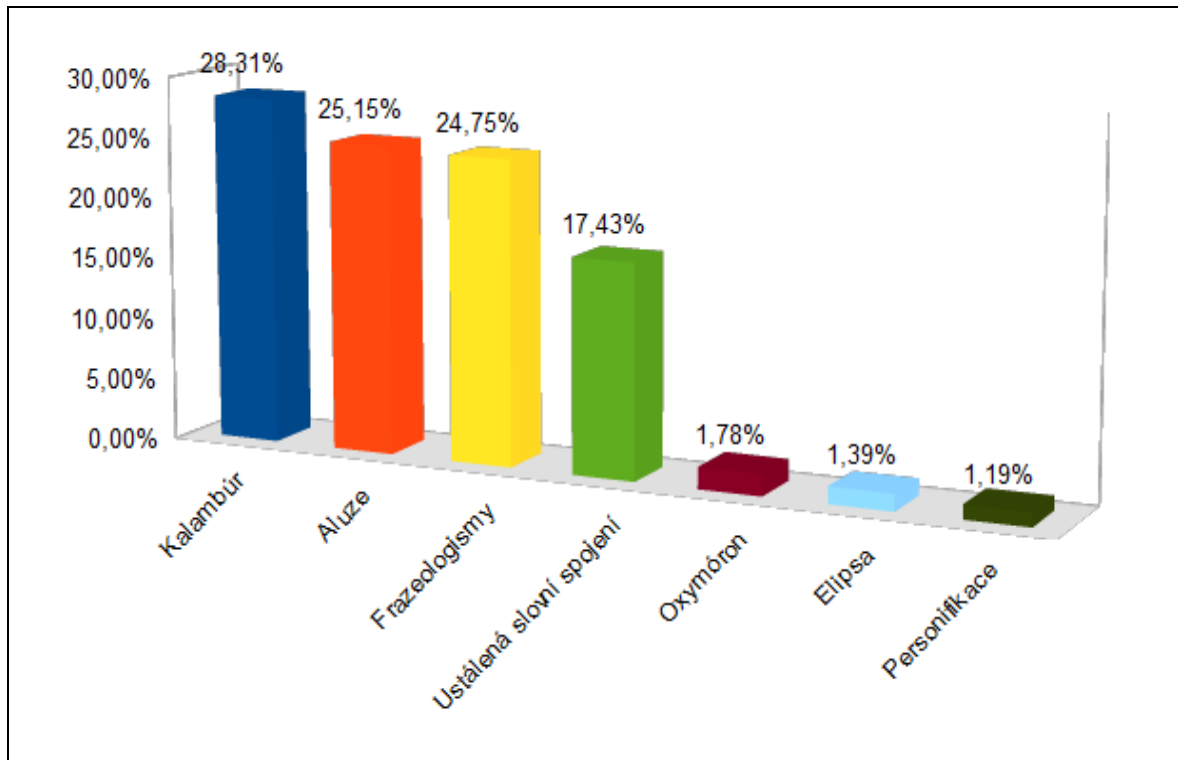
СМИ – средства массовой информации

ФЕ – фразеологическая единица

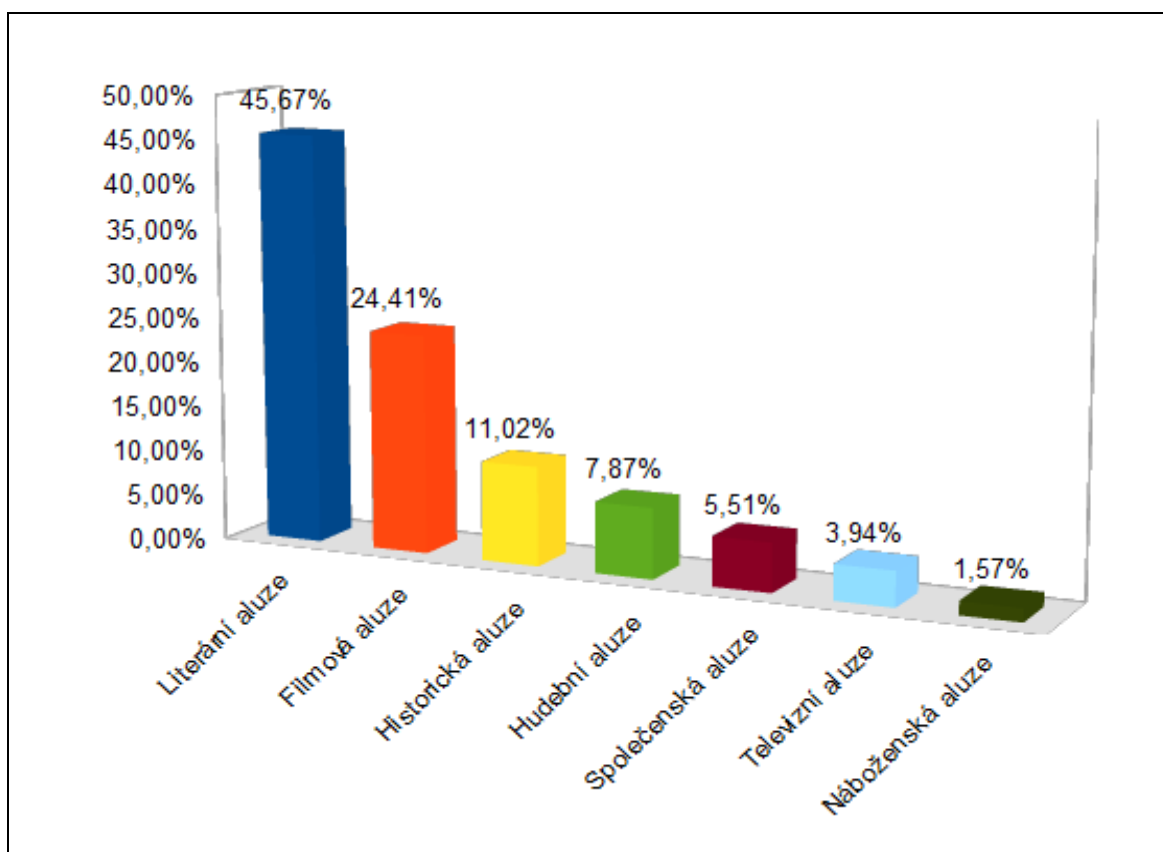
ОФ – окказиональные фразеологизмы

PŘÍLOHY

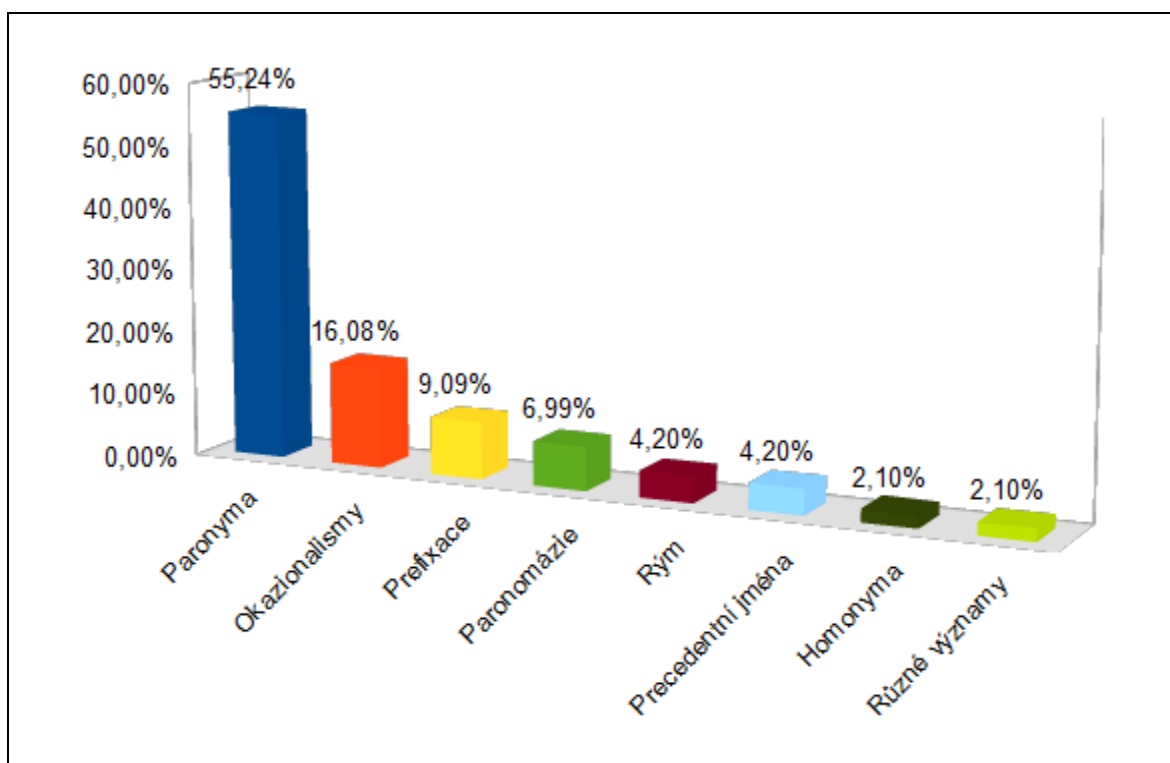
Příloha č. 1 – Grafy znázorňující poměr jednotlivých jevů v analyzovaném materiálu



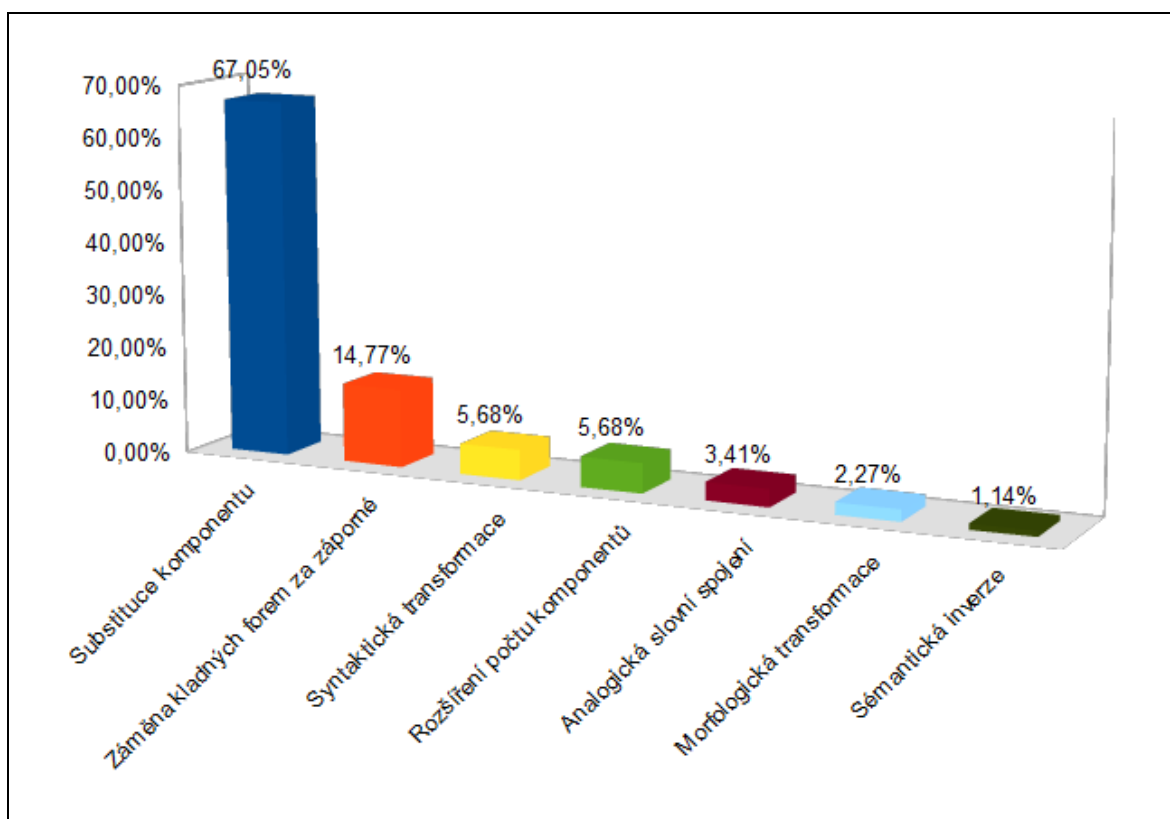
Graf č. 1: Poměr mezi jazykovými prostředky realizace pragmatické funkce v novinových titulcích, které se vyskytly v analyzovaném materiálu



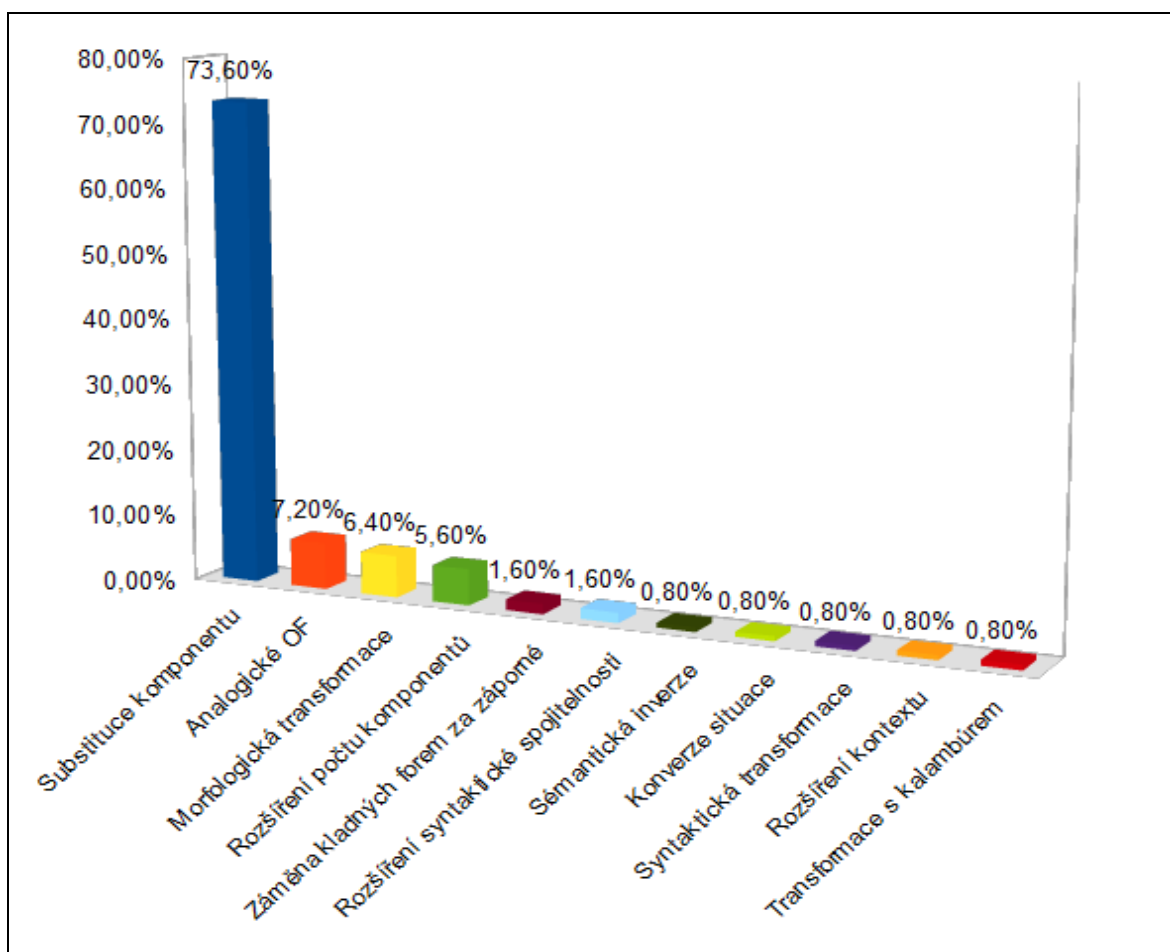
Graf č. 2: Poměr mezi jednotlivými druhy aluzí



Graf č. 3: Poměr mezi jednotlivými druhy kalambúru



Graf č. 4: Poměr mezi jednotlivými skupinami transformací ustálených slovních spojení



Graf č. 5: Poměr mezi jednotlivými skupinami frazeologických transformací

Пříloha č. 2 – Seznam všech nasbíraných ruských novinových titulků

Č.	Название Одказ	Дата звєрежнєні
ALUZE		
1.	А ввоз и ныне там http://www.newizv.ru/economics/2010-01-28/120775-a-vvoz-i-nyne-tam.html	28.1.2010
2.	А ВУЗ и ныне там http://www.mirnov.ru/arhiv/mn956/mn/08-1.php	18.4.2012
3.	А кот и ныне там http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2012/11/23/778394-a-kot-i-nyine-tam.html	24.11.2012
4.	А не спеши ты нас хоронить... http://www.newizv.ru/society/2009-06-05/109893-a-ne-speshi-ty-nas-horonit.html	5.6.2009
5.	Алиса в стране митингов http://rg.ru/2012/02/17/freynдлиh-site.html	20.2.2012
6.	Аргументы за контрафакты http://www.kommersant.ru/doc/1098929	24.12.2008
7.	Архипелаг «Анти-ГУЛАГ» http://www.newizv.ru/politics/2012-08-23/168542-arhipelag-anti-gulag.html	23.8.2012
8.	Архипелаг табак http://www.newizv.ru/economics/2011-08-15/149460-arhipelag-tabak.html	15.8.2011
9.	Аты-баты, шли солдаты снимать деньги в банкоматы http://kp.ru/daily/25859/2827329/	30.3.2012
10.	Банк, который хапнул http://kommersant.ru/doc/1672002	2.7.2011
11.	Бессмертие ей к лицу http://www.kommersant.ru/doc/2067347	16.11.2012
12.	Блеск и нищета стоРублевки http://www.mk.ru/social/article/2011/10/04/629476-blesk-i-nischeta-storublevki.html	5.10.2011
13.	Борись, Годунов http://www.mk.ru/politics/article/2010/11/26/547573-boris-godunov.html	27.11.2010
14.	В бой идут одни дураки http://www.kommersant.ru/doc/1007931	8.8.2008
15.	В круге первый http://rg.ru/2010/01/29/krug.html	29.1.2010
16.	В Россию с любовью http://www.newizv.ru/sport/2012-10-12/171198-v-rossiju-s-ljubovju.html	12.10.2012
17.	Варфоломеевская дочь http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/12/16/7578-	16.12.2008

	varfolomeevskaya-doch.html	
18.	Великая октябрьская резолюция http://www.kommersant.ru/doc/1254127	10.10.2009
19.	Великое переселение народа http://rg.ru/2012/03/02/zhuravskij.html	2.3.2012
20.	Вербное примирение http://www.kommersant.ru/doc/1911452	9.4.2012
21.	Война и Рим http://www.mk.ru/politics/article/2011/06/02/594470-voyna-i-rim.html	3.6.2011
22.	Восставшие из спада http://kommersant.ru/doc/1492303	30.8.2010
23.	Все, что нажито непосильным постом http://www.kommersant.ru/doc/2054842	27.10.2012
24.	Все, что отдано непосильным трудом http://www.kommersant.ru/doc/1965916	23.6.2012
25.	Герой этого времени http://www.itogi.ru/delo/2011/41/170491.html	10.10.2011
26.	Горе от компа http://www.rbcdaily.ru/world/562949978994126	15.1.2010
27.	Гореть от ума http://kommersant.ru/doc/1480578	31.7.2010
28.	Двенадцать подвигов Шойгу http://www.mk.ru/politics/article/2012/11/13/773574-dvenadtsat-podvigov-shoygu.html	14.11.2012
29.	Дед Мороз не суперстар http://www.mk.ru/social/article/2011/12/27/657205-ded-moroz-ne-superstar.html	28.12.2011
30.	День полупобеды http://www.mk.ru/politics/article/2011/11/22/645617-den-polupobedyi.html	23.11.2011
31.	День хорька http://www.mk.ru/politics/article/2010/09/01/526712-den-horka.html	2.9.2010
32.	Дети капитала гранта http://www.rg.ru/2012/09/19/usaid-site.html	20.9.2012
33.	Дипмиссия невыполнима http://www.rg.ru/2010/08/18/irak.html	18.8.2010
34.	Дни Трубных http://www.rg.ru/2012/10/22/miting.html	22.10.2012
35.	Долгие газопроводы http://www.kommersant.ru/doc/1102775	15.1.2009
36.	Доскримим до понедельника http://www.newizv.ru/society/2009-02-12/105580-doskripim-do-ponedelnika.html	12.2.2009
37.	Достучался до небес http://www.newizv.ru/accidents/2010-05-24/126855-dostuchalsja-do-nebes.html	24.5.2010
38.	Ё или не Ё - вот в чем вопрос http://rg.ru/2011/08/23/bukva.html	23.8.2011

39.	Евро в тумане http://www.mk.ru/economics/article/2012/01/26/664875-ebro-v-tumane.html	27.1.201
40.	Евросоюз нерушимый http://www.kommersant.ru/doc/1531908	30.10.2010
41.	Есть только Митт между прошлым и будущим http://www.rg.ru/2012/09/10/obama.html	10.9.2012
42.	Ешь ананасы, галстуки жуй! http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/08/19/27163-esh-ananasyi-galstuky-zhuy.html	19.8.2008
43.	За честные выборы Владимира Путина http://www.kommersant.ru/doc/1872295	13.2.2012
44.	За честные камеры http://www.kommersant.ru/doc/1886918	5.3.2012
45.	Закрытие Америки http://www.newizv.ru/world/2008-08-08/95548-zakrytie-ameriki.html	8.8.2008
46.	Здравствуй, оружие http://v4.rbcdaily.ru/politics/562949979002767	18.3.2009
47.	Золотушный ключик http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/08/15/27633-zolotushnyiy-klyuchik.html	15.8.2008
48.	И дольше века длится срок http://www.newizv.ru/world/2009-07-03/111328-i-dolshe-veka-dlitsja-srok.html	3.7.2009
49.	И один в Думе воин http://rg.ru/2010/03/29/duma.html	29.3.2010
50.	И целого мэра мало http://www.kommersant.ru/doc/1798974	20.10.2011
51.	Идет война билетная http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2012/11/29/781204-idet-voyna-biletnaya.html	30.11.2012
52.	Исцеление и наказание http://kommersant.ru/doc/910343	8.7.2008
53.	Кавказский планник http://rg.ru/2011/09/19/plannik.html	19.9.2011
54.	Как остаться миллионером http://www.newizv.ru/world/2012-10-17/171472-kak-ostatsja-millionerom.html	17.10.2012
55.	"Калина" желтая http://rg.ru/2010/08/30/amur-poln.html	30.8.2010
56.	Капитанская точка http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/07/30/29748-kapitanskaya-tochka.html	30.7.2008
57.	Капитаны грантов http://rg.ru/2012/04/11/putin-rgo.html	11.4.2012
58.	Кошмар на улице вузов http://www.newizv.ru/society/2010-06-21/128510-koshmar-na-ulice-vuzov.html	21.6.2010
59.	Красоту спасет жир	21.7.2008

	http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/07/21/30965-krasotus-paset-zhir.html	
60.	Крестовый подход http://rg.ru/2012/03/14/kuraev.html	14.3.2012
61.	Кто с мячом к нам придет, тот не пожалеет http://www.mk.ru/politics/world/article/2012/03/19/683022-kto-smyachom-knam-pridet-tot-nepozhaleet.html	20.3.2012
62.	Кто хочет остаться миллионером? http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2012/11/02/769732-kto-hochet-ostatsya-millionerom.html	3.11.2012
63.	Культ безразличности http://www.mk.ru/politics/article/2012/10/15/761380-kult-bezrazlichnosti.html	16.10.2012
64.	Лучше поздно, чем без Магнитского http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2012/11/18/775648-luchshe-pozdno-chem-bez-magnitskogo.html	19.11.2012
65.	Люди с планеты МКС http://rg.ru/2009/09/29/perminov.html	29.9.2009
66.	Малыш на миллион http://www.argumenti.ru/society/n344/185023	21.6.2012
67.	Мертвые пенсионные души http://www.rbcdaily.ru/finance/562949978996068	16.11.2009
68.	Много секса из ничего http://www.kommersant.ru/doc/1868614	17.2.2012
69.	Много шума из всего http://www.newizv.ru/society/2012-08-28/168771-mnogo-shuma-iz-vsego.html	28.8.2012
70.	Молчание телят http://www.rg.ru/2009/07/13/govyadina.html	13.7.2009
71.	МРОТ и ныне там http://www.kommersant.ru/doc/2011065	30.8.2012
72.	Мудрость Ярославля http://rg.ru/2011/09/08/forum.html	8.9.2011
73.	На западном фронте – большие перемены http://www.ng.ru/world/2012-04-25/2_voiny.html	25.4.2012
74.	Не давить на маленьких http://www.newizv.ru/economics/2008-12-11/103080-ne-davit-na-malenukih.html	11.12.2008
75.	Не один и дома http://www.newizv.ru/society/2012-03-29/161386-ne-odin-i-doma.html	29.3.2012
76.	Небо. Колесница. Кутузовский http://rg.ru/2012/05/31/boginya-site.html	1.6.2012
77.	Ночь в музее-3 http://kommersant.ru/doc/1911167	7.4.2012
78.	О бедном банке не молвите слово http://www.mk.ru/social/article/2012/09/24/752386-o-bednom-banke-ne-molvite-slovo.html	25.9.2012
79.	Облако в штабах	21.3.2011

	http://rg.ru/2011/03/20/oboronzakaz-site.html	
80.	Обыкновенное чудовище http://www.mk.ru/incident/article/2012/04/01/687787-obyikновенное-chudovische.html	2.4.2012
81.	Огуречное «бородино» http://www.newizv.ru/economics/2011-06-15/146154-ogurechnoe-borodino.html	15.6.2011
82.	Один от всех и все на одного http://www.newizv.ru/world/2012-02-20/159488-odin-ot-vseh-i-vse-na-odnogo.html	20.2.2012
83.	Оскорбленные и оклеветанные http://www.newizv.ru/politics/2011-06-09/145897-oskorblennye-i-okleветанные.html	9.6.2011
84.	Оскорбленные и уязвленные http://kommersant.ru/doc/2041682	19.10.2012
85.	Открыли окно в Арктику http://rg.ru/2011/07/01/patrushev.html	1.7.2011
86.	Отступление и наказание http://mn.ru/society_faith/20120911/326804558.html	11.9.2012
87.	Плата №6 http://www.rg.ru/2012/10/10/meduslugi.html	17.10.2012
88.	По ком звонит рында http://rg.ru/2010/08/05/putin.html	5.8.2010
89.	По ком звонят бабушки http://www.rbcdaily.ru/media/562949978994144	13.1.2010
90.	Подрезание и наказание http://www.newizv.ru/accidents/2012-03-27/161280-podrezanie-i-nakazanie.html	27.3.2012
91.	Поколение "А" http://rg.ru/2012/06/01/pokolenie.html	1.6.2012
92.	Понедельник начинается в воскресенье http://rg.ru/2012/07/02/pravila.html	3.7.2012
93.	«Потемкинские» инновации http://www.newizv.ru/economics/2011-04-21/143964-potemkinskie-innovacii.html	21.4.2011
94.	PR во время чумы http://kommersant.ru/doc/1175352	23.5.2009
95.	Представление и наказание http://www.newizv.ru/accidents/2012-08-28/168747-predstavlenie-i-nakazanie.html	28.8.2012
96.	Премьерова уха http://www.mk.ru/politics/article/2011/10/07/630776-premerova-uha.html	8.10.2011
97.	Преступление и выдвижение http://kommersant.ru/doc/1917568	17.4.2012
98.	Признак оперы http://www.mk.ru/culture/interview/2012/10/30/768027-priznak-operyi.html	31.10.2012
99.	Приказано выжать	27.9.2010

	http://www.itogi.ru/russia/2010/39/156968.html	
100.	Пришел, увидел, взбунтовал http://www.rg.ru/2012/04/07/kursk-site.html	9.4.2012
101.	Пришел, увидел, разозлил http://www.newizv.ru/sport/2012-08-27/168667-prishel-uvidel-razozlil.html	27.8.2012
102.	Пробка уходит в небо http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2010/10/31/540769-probka-uhodit-v-nebo.html	1.11.2010
103.	Пролетая над гнездом Каддафи http://rg.ru/2011/10/31/livia.html	31.10.2011
104.	Прорубить визу в Европу http://rg.ru/2010/06/02/europa.html	2.6.2010
105.	Радио нужна няня http://kommersant.ru/doc/1660015	15.6.2011
106.	Раковые яйца http://www.newizv.ru/world/2009-03-13/106597-rakovye-jajca.html	13.3.2009
107.	Распятие Христо http://www.mk.ru/social/article/2011/11/20/644847-raspyatie-hristo.html	21.11.2011
108.	Ремнем Россию не понять http://kommersant.ru/doc/1181254	8.6.2009
109.	Сага о беременных http://www.mk.ru/politics/article/2011/01/14/558096-saga-o-beremennyih.html	15.1.2011
110.	Сам себе пенсионер www.rg.ru/2011/12/27/pens.html	27.12.2012
111.	Связанные одной снедью http://www.kommersant.ru/doc/1239561	28.9.2009
112.	Сербное воскресенье http://rg.ru/2009/11/16/kosovo.html	16.11.2009
113.	Спам вашему дому http://www.rbcdaily.ru/2008/11/12/world/562949979005880	12.11.2008
114.	Старые песни о новом http://www.itogi.ru/arts-exclus/2012/20/177902.html	14.5.2012
115.	Сыру – сыр http://rg.ru/2012/02/14/vstrecha-site.html	14.2.2012
116.	Те-Кого-Можно-Называть http://www.kommersant.ru/doc/1657101	10.6.2011
117.	Тимошенко. Спасибо, что жива http://www.mk.ru/politics/article/2012/01/17/661474-timoshenko-spasibo-что-zhiva.html	18.1.2012
118.	Убить билль http://www.mk.ru/politics/article/2010/03/22/452842-ubit-bill.html	23.3.2010
119.	Уж небо кризисом дышало http://www.mk.ru/economics/article/2009/09/03/345023-uzh-nebo-krizisom-dyshalo.html	4.8.2009
120.	Утомленная сексом http://www.kommersant.ru/doc/2047295	19.10.2012

121.	Утомленные долларами http://rg.ru/2010/06/18/bogachi.html	18.6.2010
122.	Утомленные сбором http://www.newizv.ru/society/2012-04-02/161551-utomlennye-sborom.html	2.4.2012
123.	Хвостатые тоже плачут http://www.rbcdaily.ru/2010/03/09/lifestyle/463260	9.3.2010
124.	Хвостатый, полосатый http://www.newizv.ru/potrebitel/2008-08-01/95057-hvostatyj-polosatyj.html	1.8.2008
125.	Чип не спешит на помощь http://old.mospravda.ru/issue/2009/11/16/article19689/?hl=%F7%E8%25	16.11.2009
126.	Шоу должно возвращаться http://www.kommersant.ru/doc/1030096	26.9.2008
127.	Юрга — территория нелюбви http://kommersant.ru/doc/1233144	5.9.2009
KALAMBÚR		
128.	Агент национальной опасности http://mn.ru/politics_law/20120516/318095117.html	16.5.2012
129.	Адвокат и другие неадекваты http://www.mk.ru/sport/article/2012/06/17/715482-advokat-i-drugie-neadekvaty.html	18.6.2012
130.	Алиментарно http://www.rg.ru/2012/03/13/artem.html	13.3.2012
131.	Антисообщественное поведение http://kommersant.ru/doc/1055671	12.11.2008
132.	Арбитражный зуд-2 http://www.mk.ru/social/article/2012/05/02/699824-arbitrazhnyiy-zud2.html	3.5.2012
133.	Безвыдохная ситуация http://www.mk.ru/auto/article/2010/09/08/528358-bezvyidohnaya-situatsiya.html	9.9.2010
134.	Бездоходная ситуация http://kommersant.ru/doc/2030517	26.9.2012
135.	Берингов прорыв http://kommersant.ru/doc/1492684	25.8.2010
136.	Бес паники http://rg.ru/2010/08/03/grain.html	3.8.2010
137.	Бес партийный http://mn.ru/politics_party/20120216/311595092.html	16.2.2012
138.	Блок для блога http://rg.ru/2011/12/15/block.html	15.12.2011
139.	Бром и молния http://www.itogi.ru/obsch/2011/36/169259.html	5.9.2011
140.	Брюки прочь от Бориса Березовского! http://kommersant.ru/doc/1820503	19.11.2011
141.	В Москве будут гействовать осторожно	10.12.2008

	http://www.mk.ru/culture/cinema/article/2008/12/10/8545-v-moskve-budut-geystvovat-ostorozhno.html	
142.	Важное географическое закрытие http://www.kommersant.ru/doc/1846107	26.12.2011
143.	Вводные процедуры http://rg.ru/2010/08/11/voda.html	11.8.2010
144.	ВВП принял ДДТ http://www.mk.ru/politics/article/2010/05/30/500143-vvp-prinyal-ddt.html	31.5.2010
145.	Визовый нажим http://kommersant.ru/doc/1372033	20.5.2010
146.	Визовый отжим http://www.kommersant.ru/doc/2078163	29.11.2012
147.	Вне икры http://www.kommersant.ru/doc/1856752	23.1.2012
148.	Воры в загоне http://www.mk.ru/incident/article/2010/03/15/448432-voryi-v-zagone.html	16.3.2010
149.	Все прибыли убыли http://www.kommersant.ru/doc/1081636	27.11.2008
150.	Горькая правда о шоколаде http://www.mk.ru/social/article/2011/03/10/571597-gorkaya-pravda-o-shokolade.html	11.3.2011
151.	Грипповое изнасилование http://www.mk.ru/editions/daily/article/2009/05/15/276672-grippovoe-iznasilovanie.html	16.5.2009
152.	Дворы в законе http://www.mk.ru/auto/article/2010/08/16/523248-dvoryi-v-zakone.html	17.8.2010
153.	День закрытых дверей http://www.mk.ru/social/article/2011/10/02/628808-den-zakrytyih-dverej.html	3.10.2011
154.	День приоткрытых дверей http://rg.ru/2012/10/11/sovfed.html	11.10.2012
155.	Депутатский иммунодефицит http://www.newizv.ru/politics/2009-01-22/104582-deputatskij-immunodeficit.html	22.1.2009
156.	Депутаты хотят внести изменения в проституцию http://www.mk.ru/politics/article/2012/05/10/702041-deputaty-hotyat-vnesti-izmeneniya-v-prostitutsiyu.html	11.5.2012
157.	Доктринская колбаса http://rg.ru/2010/02/03/kolbasa.html	3.2.2010
158.	Дружественный нажим http://kommersant.ru/doc/1868044	8.2.2012
159.	Евроточка кипения http://www.mk.ru/culture/article/2009/03/10/235120-evrotochka-kipeniya.html	10.3.2009
160.	Елки-полки http://rg.ru/2009/11/09/malyshkov.html	9.11.2009

161.	Жить частно http://www.rg.ru/2011/10/04/pravo-site.html	5.10.2011
162.	Жутко по-пекински http://kommersant.ru/doc/2071573	26.11.2012
163.	Заключение из правил http://kommersant.ru/doc/1346658	1.4.2010
164.	Запрос с пристрастием http://kommersant.ru/doc/1276907	19.11.2009
165.	Золотая Жилина http://www.rg.ru/2011/10/06/sbornaja.html	7.10.2011
166.	Золотоумышленники http://www.kommersant.ru/doc/2083694	6.12.2012
167.	Из украиности в крайность http://www.kommersant.ru/doc/1358173	22.4.2010
168.	Избитые сливки http://www.newizv.ru/economics/2009-08-18/113367-izbitye-slivki.html	18.8.2009
169.	Иран обогащает уран идеями http://kommersant.ru/doc/1912250	10.4.2012
170.	Квартплата http://rg.ru/2010/03/16/tarify.html	16.3.2010
171.	Кельтофилия http://old.mospravda.ru/issue/2009/03/21/article16595/?hl=%EA%E5%E6%FC%F2%E6%F4%E8%EB%E8%FF	21.3.2009
172.	Клик о помощи http://rg.ru/2010/04/08/narko.html	8.4.2010
173.	Код рождения http://rg.ru/2011/10/27/gubernatory.html	27.10.2011
174.	Контрабандный навар http://www.trud.ru/article/22-07-2008/131370_kontrabandnyj_navar.html	22.7.2008
175.	Контрабатькин товар http://www.mk.ru/politics/article/2012/10/11/760197-kontrabatkin-tovar.html	12.10.2012
176.	Конфискация преимущества http://www.kommersant.ru/doc/1516590	6.10.2010
177.	Краснодарский рай http://www.newizv.ru/sport/2010-08-18/131631-krasnodarskij-raj.html	18.8.2010
178.	Крепкие спиртные попытки http://www.kommersant.ru/doc/1233566	7.9.2009
179.	КсеноХоббия http://www.newizv.ru/society/2008-08-01/95071-ksenohobbija.html	1.8.2008
180.	Культ уличности http://www.mk.ru/politics/article/2011/12/07/650849-kult-ulichnosti.html	8.12.2011
181.	Ланч-реванш http://www.kommersant.ru/doc/1946132	30.5.2012
182.	Личная мерзлота	30.3.2010

	http://www.kommersant.ru/doc/1345413	
183.	Макропартии против нанопартий http://wap.gazeta.ru/politics/elections2011/2012/03/11_a_4086949.shtml	11.3.2012
184.	Манипуляция калькуляцией http://www.ng.ru/economics/2010-12-03/1_calculate.html	3.12.2010
185.	Массы пошли мимо кассы http://www.mk.ru/editions/daily/article/2009/02/05/230247-massyi-poshli-mimo-kassyi.html	5.2.2009
186.	Матрос жизни и смерти http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/11/13/13206-matros-zhizni-i-smerti.html	13.11.2008
187.	Медицинский недосмотр http://www.newizv.ru/society/2012-05-16/163482-meditsinskij-nedosmotr.html	16.5.2012
188.	Между ураном и Ираном http://www.rg.ru/2012/11/09/magate.html	9.11.2012
189.	Мерси, Баку http://www.mk.ru/politics/article/2010/09/03/527241-mersi-baku.html	4.9.2010
190.	Министр утренних дел http://www.mk.ru/social/article/2009/07/29/326948-ministr-utrennih-del.html	30.7.2009
191.	Московские недоскребы http://www.kommersant.ru/doc/1311138	27.1.2010
192.	Мэры приняты http://www.kommersant.ru/doc/1515620	2.10.2010
193.	Надсудимые http://www.rg.ru/2011/10/14/vsud.html	14.10.2011
194.	Нано или поздно http://www.mk.ru/science/article/2010/03/16/449038-nano-ili-pozdno.html	17.3.2010
195.	Наслаждайтесь прекрасными визами... http://www.mk.ru/politics/article/2011/06/06/595214-naslazhdaytes-prekrasnymi-vizami.html	7.6.2011
196.	Наши цены бесценны http://www.newizv.ru/economics/2009-01-26/104728-nashi-ceny-bescenny.html	26.1.2009
197.	Недружное Содружество http://www.newizv.ru/politics/2011-09-20/151549-nedruzhnoe-sodruzhestvo.html	20.9.2011
198.	Неизученный измученный Кавказ http://www.ng.ru/politics/2010-03-31/1_kavkaz.html	31.3.2010
199.	Непоправимые поправки http://old.mospravda.ru/issue/2009/03/17/article16511/	17.3.2009
200.	Непреходящие ценники http://www.newizv.ru/economics/2011-12-21/156715-neprehodjashie-cenniki.html	21.12.2011
201.	Нерегулируемый регулятор http://www.newizv.ru/economics/2012-05-22/163766-nereguliruemyj-	22.5.2012

	reguljator.html	
202.	Несчастливая собственность http://www.rg.ru/2012/05/24/sobstvennost.html	24.5.2012
203.	Нет выбора, кроме выборов http://www.mk.ru/politics/article/2012/04/05/689843-net-vyibora-krome-vyiborov.html	6.4.2012
204.	Нужный Новгород http://www.rg.ru/2010/09/15/putin.html	15.9.2010
205.	Обамнутые надежды http://kommersant.ru/doc/1284624	7.12.2009
206.	Обед молчания http://www.rg.ru/2010/09/03/peregovory.html	3.9.2010
207.	Одобрено единогласно http://www.newizv.ru/politics/2008-07-07/93379-odobreno-edinorossno.html	7.7.2008
208.	Олимпиадофобия http://www.newizv.ru/sport/2012-04-13/162194-olimpiadofobija.html	13.4.2012
209.	Он в ООН http://rg.ru/2009/09/24/oon.html	24.9.2009
210.	Онкология http://rg.ru/2012/02/22/mahson.html	22.2.2012
211.	Отрешительные меры http://www.kommersant.ru/doc/1900451	24.3.2012
212.	Паритет-а-тет http://rg.ru/2011/07/14/paritet.html	14.7.2011
213.	Паркон» и порядок http://www.mk.ru/moscow/article/2012/04/19/695400-parkon-i-poryadok.html	20.4.2012
214.	Пассажиру не до жира http://old.mospravda.ru/issue/2012/01/24/article30388/?hl=%EF%E0%F1%-F1%E0%25E	24.1.2012
215.	Пенсионный фронт http://www.ng.ru/regions/2010-04-08/5_pensii.html	8.4.2010
216.	Персона гранта http://rg.ru/2010/05/05/vuz.html	5.5.2010
217.	Персона нон миграта http://www.rg.ru/2012/02/16/fms-poln.html	16.2.2012
218.	Пленэрное заседание http://www.kommersant.ru/doc/1944320	26.5.2012
219.	Под прессом прессы http://www.newizv.ru/sport/2009-10-08/115543-pod-pressom-pressy.html	8.10.2009
220.	Поезда: дальние, скандальные http://www.mirnov.ru/arhiv/mn914/mn/25-1.php	4.7.2011
221.	Почувствуйте разницу http://www.newizv.ru/economics/2012-12-05/174094-pochuvstvujte-roznicu.html	5.12.2012
222.	Пошлая пошлина http://old.mospravda.ru/issue/2008/11/13/article14811/?hl=%EF%EE	13.11.2008

	%F8%EB %E0%FF+%EF%EE%F8%EB%E8%ED%E0	
223.	Пресса нон грата http://www.newizv.ru/politics/2011-04-28/144270-pressa-non-grata.html	28.4.2011
224.	Пресса под прессом http://rg.ru/2009/02/09/smi.html	9.2.2009
225.	Причинно-подследственная связь http://kommersant.ru/doc/1554095	9.12.2010
226.	Приятно к исполнению http://www.kommersant.ru/doc/1548938	1.12.2010
227.	Провоакция http://kommersant.ru/doc/1008434	6.8.2008
228.	Психически неформальный http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/10/27/16032-psihicheski-neformalnyiy.html	27.10.2008
229.	Пункт обмана валют http://www.trud.ru/article/09-07-2008/130923_punkt_obmana_valjut.html	9.7.2008
230.	Пункты обмана валюты http://www.mk.ru/economics/article/2010/10/01/533640-punktyi-obmana-valyutyi.html	2.10.2010
231.	Разбойное совпадение http://www.mk.ru/incident/article/2012/02/29/676973-razboynoe-sovpadenie.html	1.3.2012
232.	С видом на жительство http://www.newizv.ru/politics/2011-10-25/153485-s-vidom-na-zhitelstvo.html	25.10.2011
233.	Свобода слива http://www.kommersant.ru/doc/1481010	2.8.2010
234.	Северный морской Путин http://www.kommersant.ru/doc/1779015	23.9.2011
235.	Следующая станция – атомная http://rg.ru/2008/11/18/pravitelstvo.html	18.11.2008
236.	Смертная казнь http://www.kommersant.ru/doc/1195916	1.7.2009
237.	Смерч с косой http://kommersant.ru/doc/1182541	5.6.2009
238.	Совершенно-летние http://rg.ru/2008/07/15/podrostki-rabota.html	15.7.2008
239.	Советы Совету Федерации http://www.newizv.ru/politics/2012-09-12/169653-sovety-sovetu-federacii.html	12.9.2012
240.	Спиртовая настройка http://kommersant.ru/doc/1108556	26.1.2009
241.	Столы ломаются от беды http://www.mk.ru/social/health/article/2008/12/30/5625-ctolyi-lomyatsya-ot-bedyi.html	30.12.2008
242.	Стоп-менеджмент	10.5.2012

	http://www.kommersant.ru/doc/1930583?stamp=634722145307070269	
243.	Сюжеты с бюджетом http://old.mospravda.ru/issue/2012/03/02/article30850/?hl=%F1%FE%E6%-25E	2.3.2012
244.	Табачья жизнь http://old.mospravda.ru/issue/2009/08/19/article18505/	19.8.2009
245.	Тандемонстрация http://www.mk.ru/politics/article/2012/04/24/696898-tandemonstratsiya.html	25.4.2012
246.	Террористический факт http://kommersant.ru/doc/1075310	28.10.2008
247.	Товарообман http://kommersant.ru/doc/1343169	26.3.2010
248.	Трассовая дискриминация http://www.mk.ru/editions/daily/article/2009/02/16/226831-trassovaya-diskriminatsiya.html	16.2.2009
249.	Управляемая энергодемократия www.kommersant.ru/doc/1008614	7.8.2008
250.	Урок права писания http://www.newizv.ru/politics/2008-10-24/100471-urok-prava-pisanija.html	24.10.2008
251.	Урок урановедения http://www.rg.ru/2010/08/20/iran.html	20.8.2010
252.	Ушастый рейс http://www.newizv.ru/society/2008-11-07/101105-ushastyj-rejs.html	7.11.2008
253.	Фонд-мажор http://kommersant.ru/doc/1842221	20.12.2011
254.	Форекс-мажор http://kommersant.ru/doc/1902425	28.3.2012
255.	Форс-минор http://kommersant.ru/doc/1400376	29.6.2010
256.	Хлор и фауна http://old.mospravda.ru/issue/2008/09/25/article14020/?hl=%F5%EB%E6%E0%F0+%F4%E0%F3%ED%E0	25.9.2008
257.	Царь-молоко http://rg.ru/2011/10/19/kreml.html	19.10.2011
258.	Центральный избивательный участок http://www.kommersant.ru/doc/1832878	7.12.2011
259.	Чавесовые пояса http://www.rg.ru/2010/04/05/putin-chaves.html	5.4.2010
260.	Чайку просят отомстить за баранов http://www.mk.ru/social/justice/article/2009/05/04/267786-chayku-prosyat-otomstit-zabaranov.html	5.5.2009
261.	Чип-персоны http://kommersant.ru/doc/1492695	25.8.2010
262.	Чисто русская айфера http://kommersant.ru/doc/1810194	7.11.2011

263.	Чтобы в лес никто не влез http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2011/06/15/597675-chtobyi-v-les-nikto-ne-vlez.html	16.6.2011
264.	Шарики за коврики http://www.newizv.ru/accidents/2008-10-15/99838-shariki-za-kovriki.html	15.10.2008
265.	Шах и климат http://www.rg.ru/2010/03/11/priroda.html	11.3.2010
266.	Шутка по-пекински http://www.rg.ru/2010/02/16/figurnoe-site.html	17.2.2010
267.	Экспертная уценка http://www.kommersant.ru/doc/1932778	12.5.2012
268.	Экстернатива http://www.mk.ru/social/article/2012/05/02/699744-eksternativa.html	3.5.2012
269.	Энергонедоносители http://www.newizv.ru/economics/2012-06-05/164505-energonedonositeli.html	5.6.2012
270.	Эфир в шоколаде http://www.newizv.ru/world/2008-08-12/95808-efir-v-shokolade.html	12.8.2008
ОХУМÓRON		
271.	Богатая борьба с бедностью http://www.mk.ru/social/article/2012/05/24/707454-bogataya-borba-s-bednostyu.html	25.5.2012
272.	Двадцать лет тому вперед http://old.mospravda.ru/issue/2011/08/19/article28650/	19.8.2011
273.	Максимальный минимум http://www.newizv.ru/economics/2008-12-04/102667-maksimalnyj-minimum.html	4.12.2008
274.	Наедине со всеми http://rg.ru/2008/10/16/gelman.html	16.10.2008
275.	Назад в будущее http://www.newizv.ru/economics/2009-09-15/114419-nazad-v-budushee.html	15.8.2009
276.	Пережиток будущего http://www.itogi.ru/paradox/2010/40/157443.html	4.10.2010
277.	Победа вничью http://www.newizv.ru/world/2012-04-24/162716-pobeda-vnichju.html	24.4.2012
278.	Полезный вред http://rg.ru/2012/04/18/vred-site.html	19.4.2012
279.	Правый левша http://www.mk.ru/politics/article/2010/05/12/486912-pravyyi-levsha-foto.html	13.5.2010
PERSONIFIKACE		
280.	Воспитание рубля http://rg.ru/2008/12/16/rektor.html	16.12.2008
281.	Деньги с новыми лицами http://www.gazeta.ru/financial/2012/03/05/4026697.shtml	5.3.2012

282.	Импотенция инноваций http://www.mk.ru/politics/russia/article/2011/02/09/564510-impotentsiya-innovatsiy.html	10.2.2011
283.	Инвестиции берут паузу http://www.gazeta.ru/financial/2012/03/12/4087817.shtml	12.3.2012
284.	Инвестиционный климакс http://www.mk.ru/economics/article/2012/06/18/715866-investitsionnyiy-klimaks.html	19.6.2012
285.	Колбаса с пропиской http://rg.ru/2009/06/16/torgovlya.html	16.6.2009
ELIPSA		
286.	Время собирать http://lenta.ru/articles/2012/01/19/stoners/	20.1.2012
287.	Вторая мэровая http://www.mk.ru/social/article/2012/06/14/714882-vtoraya-merovaya.html	15.6.2012
288.	Кризис — не тетка http://www.mk.ru/economics/article/2010/02/23/435537-krizis-ne-tetka.html	24.2.2010
289.	Люди в Белом http://kommersant.ru/doc/1939930	22.5.2012
290.	Рыба ищет, где Китай http://rg.ru/2010/08/23/ryba.html	23.8.2010
291.	Семь раз отмэрь http://www.itogi.ru/russia/2010/41/157495.html	11.10.2010
292.	Слово – не самолет http://www.newizv.ru/economics/2012-08-27/168681-slovo-ne-samolet.html	27.8.2012
USTÁLENÁ SLOVNÍ SPOJENÍ		
293.	Акционер национальной безопасности http://www.kommersant.ru/doc/1862436	31.1.2012
294.	Башня замедленного действия http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2012/11/21/777361-bashnya-zamedlennogo-deystviya.html	22.11.2012
295.	Бензин против шампанского http://www.rg.ru/2008/12/18/cena.html	18.12.2008
296.	Бобик с пропиской http://www.newizv.ru/society/2009-07-30/112551-bobik-s-propiskoj.html	30.7.2009
297.	Вице-понедельник http://rg.ru/2012/05/28/pravitelstvo-site.html	29.5.2012
298.	Вице-прецедент http://rg.ru/2011/12/22/iraq.html	22.12.2011
299.	Вооруженные силы и слабости http://www.kommersant.ru/doc/1009434	9.8.2008
300.	Всегда не готовы http://www.newizv.ru/economics/2012-09-04/169175-vsegda-ne	4.9.2012

	gotovy.html	
301.	Встреча на пониженном уровне http://kommersant.ru/doc/1934970	16.5.2012
302.	Высшая мера наглости http://www.mk.ru/incident/article/2010/04/12/466989-vyisshaya-mera-naglosti.html	13.4.2010
303.	Добро пожаловаться http://www.rbcdaily.ru/politics/562949978992717	19.2.2010
304.	Добро пожертвовать! http://www.itogi.ru/vokrug/2010/3/147904.html	18.1.2010
305.	Дорожно-транспортное сумасшествие http://www.mk.ru/incident/article/2012/06/27/719500-dorozhnotransportnoe-sumasshestvie.html	28.6.2012
306.	Дума последнего чтения http://rg.ru/2011/11/25/duma.html	25.11.2011
307.	Есть ли жизнь после саммита http://www.ng.ru/regions/2012-02-22/1_sammit.html	22.2.2012
308.	Жилищно-криминальное хозяйство http://www.mk.ru/politics/russia/article/2011/04/04/578245-zhilischnokriminalnoe-hozyaystvo.html	5.4.2011
309.	За kota ответишь http://www.newizv.ru/accidents/2009-09-21/114708-za-kota-otvetish.html	21.9.2009
310.	Зал ожидаемого http://www.kommersant.ru/doc/1836792	19.12.2011
311.	Зарплата-невидимка http://www.rg.ru/2012/05/01/zarplata-site.html	2.5.2012
312.	Заявка с повинной http://www.kommersant.ru/doc/1370425	17.5.2010
313.	Иглы без разума http://rg.ru/2010/02/04/igly.html	4.2.2010
314.	Истина во лжи http://www.rg.ru/2011/07/07/poligraf.html	7.7.2011
315.	Калининградская область высокого напряжения http://www.mk.ru/politics/article/2010/03/02/440614-kaliningradskaya-oblast-vyisokogo-napryazheniya.html	3.3.2010
316.	Киргизско-американские штаты Центральной Азии http://www.ng.ru/cis/2010-03-22/1_kirgizia.html	22.3.2010
317.	Конец фильмов http://www.kommersant.ru/doc/1046311	24.10.2008
318.	Кочка невозврата http://www.kommersant.ru/doc/1347291	2.4.2010
319.	Красота в конце тоннеля http://www.mk.ru/moscow/article/2012/10/24/765659-krasota-v-kontse-tonnelya.html	25.10.2012
320.	Кризис малого возраста http://www.newizv.ru/society/2009-11-13/117302-krizis-malogo-vozrasta.html	13.11.2009
321.	Кризис старшего возраста	6.3.2012

	http://www.mk.ru/politics/article/2012/03/05/678521-krizis-starshego-vozrasta.html	
322.	Медведев с человеческим лицом http://www.mk.ru/social/article/2011/10/06/630446-medvedev-s-chelovecheskim-litsom.html	7.10.2011
323.	Министр и чрезвычайные ситуации http://kommersant.ru/doc/2061324	12.11.2012
324.	Министр необразования http://www.newizv.ru/society/2012-02-20/159491-ministr-neobrazovanija.html	20.2.2012
325.	Министры по конкурсу http://www.gazeta.ru/politics/2012/03/14_a_4091345.shtml	14.3.2012
326.	Мухомор всея Руси http://www.newizv.ru/society/2009-04-14/107922-muhomor-vseja-rusi.html	14.4.2009
327.	Неместная власть http://kommersant.ru/doc/1922354	24.4.2012
328.	Немецкий беспорядок www.newizv.ru/accidents/2009-03-30/107265-nemeckij-besporjadok.html	30.3.2009
329.	Несвященное писание http://www.rg.ru/2012/03/29/egypt-poln.html	30.3.2012
330.	Несоединенное королевство http://kommersant.ru/doc/1944795	28.5.2012
331.	Нечеловеческий фактор http://old.mospravda.ru/issue/2012/04/03/article31163/?hl=%ED%E5%25F	3.4.2012
332.	Олимпийские виды спорта http://www.kommersant.ru/doc/2061352	7.11.2012
333.	Оружие массового выдворения http://www.newizv.ru/society/2011-11-29/155375-oruzhie-massovogo-vydvorenija.html	29.11.2011
334.	Отель для пяти звезд http://www.mk.ru/social/article/2011/08/19/615972-otel-dlya-pyati-zvezd.html	20.8.2011
335.	Парк Кремля и отдыха http://kommersant.ru/doc/1856472	21.1.2012
336.	Патриарх всея нефти http://www.kommersant.ru/doc/1960206	16.6.2010
337.	Перепись водорода http://expert.ru/expert/2008/41/perepis_vodoroda/	20.10.2008
338.	По немногочисленным просьбам общественности http://www.newizv.ru/society/2012-04-25/162796-po-nemnogochislennym-prosbam-obshestvennosti.html	25.4.2012
339.	По несвежим следам http://www.newizv.ru/society/2012-11-19/173127-po-nesvezhim-sledam.html	19.11.2012
340.	Повторно-транспортное происшествие http://www.kommersant.ru/doc/1751966	13.8.2011

341.	Полис страха http://www.rg.ru/2012/04/27/polis.html	27.4.2012
342.	Полиция получила аттестат незрелости http://www.mk.ru/politics/article/2011/05/12/588603-politsiya-poluchila-attestat-nezrelosti.html	13.5.2011
343.	Полное собрание у Чехова http://www.rg.ru/2010/02/01/medvedev.html	1.2.2010
344.	Последний звонок рубля http://www.mk.ru/economics/article/2012/06/01/710600-posledniy-zvonok-rublya.html	2.6.2012
345.	Посторонним вход разрешен http://www.kommersant.ru/doc/1874072	24.2.2012
346.	Пробка с человеческим лицом http://old.mospravda.ru/issue/2012/04/18/article31351/?hl=%EF%F0%EE%25E	18.4.2012
347.	Противопартийная оборона http://www.mk.ru/politics/interview/2011/06/21/599191-protivopartiynaya-oborona-.html	22.6.2011
348.	Разъединенные штаты Америки http://www.kommersant.ru/doc/2066941	15.11.2012
349.	Ракеты по-киевски http://www.kommersant.ru/doc/1337507	16.3.2010
350.	Регистрация по месту плавания http://old.mospravda.ru/issue/2012/02/07/article30572/?hl=%F0%E5%E3%E8	7.2.2012
351.	Ружье по месту жительства http://rg.ru/2010/03/31/orujie.html	31.3.2010
352.	С выступающим Новым годом http://www.kommersant.ru/doc/1846077	26.12.2011
353.	Сбор культуры и отдыха http://www.kommersant.ru/doc/1913495	20.4.2012
354.	Скорая выборная помощь http://www.ng.ru/politics/2012-11-08/3_watchers.html	8.11.2012
355.	Совет да нелюбовь http://mn.ru/friday/20121123/331305289.html	23.11.2012
356.	Соединенные шансы Америки http://www.kommersant.ru/doc/1051323	1.11.2008
357.	Состояние окружающей беды http://www.mk.ru/social/article/2010/11/15/544190-sostoyanie-okrzhayuschey-bedyi.html	16.11.2010
358.	Союз подписателей http://kommersant.ru/doc/907648	30.6.2008
359.	Союз правых слил http://www.mk.ru/politics/article/2008/09/28/20937-soyuz-pravyih-slil.html	28.9.2008
360.	Союз читателей http://kommersant.ru/doc/1933377	14.5.2012
361.	Спасайся кто хочет! http://www.kommersant.ru/doc/1041804	20.10.2008

362.	Спасите наши метры http://www.itogi.ru/nedvizhimost/2009/10/138010.html	2.3.2009
363.	Спасите наши суши http://www.mk.ru/economics/purse/article/2011/03/21/574381-spasite-nashi-sushi.html	22.3.2011
364.	Стражи беспорядка http://rg.ru/2010/10/04/ekvador.html	4.10.2010
365.	Страна восходящего Баха http://www.mk.ru/politics/world/article/2012/01/23/663287-strana-yoshodyaschego-baha.html	4.2.2012
366.	Страна восходящего риска http://www.kommersant.ru/Doc/1602143	17.3.2011
367.	Стратегические ядерные соображения http://kommersant.ru/doc/1822901	24.11.2011
368.	Таблетка без головной боли http://www.rg.ru/2012/05/02/tabletki-site.html	3.5.2012
369.	Тариф «кризисный» http://www.rbcdaily.ru/2008/12/11/media/562949979005059	11.12.2008
370.	Торговля органами власти http://www.izvestia.ru/news/368689	2.12.2010
371.	Уралвагонзаводский федеральный округ http://www.kommersant.ru/doc/1939165	21.5.2012
372.	Форс-минокр http://kommersant.ru/doc/1400376	29.6.2010
373.	Хвост виляет собакой http://www.newizv.ru/economics/2009-08-12/113147-hvost-viljaet-sobakoj.html	12.8.2009
374.	Человек эпохи пробуждения http://www.kommersant.ru/doc/1891424	2.4.2012
375.	Черный и юмор http://www.kommersant.ru/doc/1033427	3.10.2008
376.	Четвероногий враг http://www.newizv.ru/society/2011-10-11/152766-chetveronogij-vrag.html	11.10.2011
377.	Шелковая терапия http://rg.ru/2009/09/17/duma-otchet.html	17.9.2009
378.	Шестилетку в четыре года http://www.kommersant.ru/doc/1854035	20.1.2012
379.	Штуки в сторону! http://kommersant.ru/doc/2013739	1.9.2012
380.	Юноши и «дедушки» http://www.mk.ru/politics/article/2010/08/09/521887-yunoshi-i-dedushki.html	10.8.2010
FRAZEOLGISMUS		
381.	Армию пият — шишки летят http://www.mk.ru/politics/article/2010/11/23/546537-armiyu-piyat-shishki-letyat.html	24.11.2010
382.	Атом раздора	5.12.2012

	http://www.newizv.ru/society/2012-12-05/174096-atom-razdora.html	
383.	Баран отпущения http://www.newizv.ru/society/2011-11-29/155353-baran-otpusheniya.html	29.11.2011
384.	Батька на двух стульях http://www.mk.ru/politics/article/2009/03/19/241844-batka-na-dvuh-stulyah.html	20.3.2009
385.	Бедный платит дважды http://www.newizv.ru/economics/2008-10-15/99801-bednyj-platit-dvazhdy.html	15.10.2008
386.	Блок о бок с Россией http://www.mk.ru/politics/article/2009/04/01/248554-blok-o-bok-s-rossiey.html	2.4.2009
387.	Борьба до последнего руля http://kommersant.ru/doc/1853148	30.1.2012
388.	Бревно в твоём глазу http://lenta.ru/articles/2011/12/29/report/	29.11.2011
389.	БРИКС познается в беде http://www.rg.ru/2012/11/19/briks.html	19.11.2012
390.	Бумага терпит поражение http://rg.ru/2012/06/20/spravki.html	20.6.2012
391.	В долгах правды нет http://www.kommersant.ru/doc/1407404	3.7.2010
392.	В поисках утраченного часа http://rg.ru/2011/03/24/lentee-vremya-poln.html	25.3.2011
393.	Взятка Гиппократу http://kp.ru/daily/25738/2727320/	18.8.2011
394.	Вилами по траве писано http://www.mk.ru/editions/daily/article/2009/06/25/308252-vilami-po-trave-pisano.html	26.6.2009
395.	Водка – всему голова http://www.newizv.ru/economics/2010-06-30/129093-vodka-vsemu-golova.html	30.6.2010
396.	Возавтолюби ближнего своего http://kommersant.ru/doc/1908580	5.4.2012
397.	Время разбрасывать деньги http://www.newizv.ru/economics/2009-08-10/113014-vremja-razbrasyvat-dengi.html	10.8.2009
398.	Время собирать праймы http://www.rg.ru/2011/10/31/efir-site.html	1.11.2011
399.	Второй раз в одну урну http://www.newizv.ru/politics/2009-03-11/106466-vtoroj-raz-v-odnu-urnu.html	11.3.2009
400.	Выборы вывели на Чистые пруды http://kommersant.ru/doc/1832143	6.12.2011
401.	Выборы преткновения http://www.ng.ru/politics/2011-10-05/3_vybory.html	5.10.2011
402.	Выведут на чистую водку http://www.newizv.ru/society/2011-03-30/142840-vyvedut-na-	30.3.2011

	chistuju-vodku.html	
403.	Выгода из тупика http://kommersant.ru/doc/906649	27.6.2008
404.	Выход из спячки http://lenta.ru/articles/2012/02/01/announce/	2.2.2012
405.	Вышел сухим из Болотной http://www.mk.ru/politics/article/2012/06/21/717339-vyishel-suhim-iz-bolotnoy.html	22.6.2012
406.	Гадание на форельной чешуе http://www.mk.ru/politics/article/2011/10/03/629080-gadanie-na-forelnoy-cheshue.html	4.10.2011
407.	Где плакали наши денежки http://sobesednik.ru/buisnes/sobes_10_10_plakali/	23.3.2010
408.	Где танки зимуют http://www.kommersant.ru/doc/1329234	27.2.2010
409.	Генерал родился в бронезилете http://kommersant.ru/doc/1244677	26.9.2009
410.	Гость в горле http://www.kommersant.ru/doc/1374547	31.5.2010
411.	Гость в горле http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2012/11/12/773023-gost-v-gorle.html	13.11.2012
412.	Грузией сыграли в ящик http://www.kommersant.ru/doc/1337151	15.3.2010
413.	Дацика судили, аж дым пошел http://www.gazeta.ru/social/2012/03/15/4092897.shtml	15.3.2012
414.	Дмитрий Медведев вернул права человекам http://www.kommersant.ru/doc/1156280	16.4.2009
415.	До последней капли кровли http://www.kommersant.ru/doc/1772864	14.9.2011
416.	Долг платежом страшен http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/10/19/17343-dolg-platezhom-strashen.html	19.10.2008
417.	Долг торпедой красен http://www.kommersant.ru/doc/1409942	8.7.2010
418.	Дома хорошо, а в гостях – лучше http://www.newizv.ru/world/2012-07-05/165913-doma-horosho-a-v-gostjah-luchshe.html	5.7.2012
419.	Друг познается в еде http://www.newizv.ru/society/2008-12-12/103150-drug-poznaetsja-v-edeh.html	12.12.2008
420.	Друз познается в бою http://nvo.ng.ru/forces/2012-05-25/10_druz.html	25.5.2012
421.	Друзья познаются в Кремле http://www.kommersant.ru/doc/1912884	11.4.2012
422.	Друзья познаются в сырье http://www.rbcdaily.ru/tek/562949978988842	7.6.2010
423.	Душа в душу, как Путин с Бушем http://www.mk.ru/politics/article/2010/03/02/440606-dusha-v-dushu-	3.3.2010

	kak-putin-s-bushe-foto.html	
424.	Еда не приходит одна http://www.mk.ru/editions/daily/article/2008/08/22/26711-eda-ne-prihodit-odna.html	22.8.2008
425.	Жабья доля http://kommersant.ru/doc/1909001	9.4.2012
426.	Жар гостей не ломит http://www.rg.ru/2012/05/31/pogoda-letno.html	31.5.2012
427.	Желание разбрасывать камни http://expert.ru/expert/2011/18/zhelanie-razbrasyivat-kamni/	9.5.2011
428.	«Закручивать гайки я не буду». Путин встретился с западными журналистами http://www.aif.ru/society/article/50028	2.3.2012
429.	Запретный сайт сладок http://www.newizv.ru/society/2012-11-13/172819-zapretnyj-sajt-sladok.html	13.11.2012
430.	Игорное ушко http://kommersant.ru/doc/1055384	17.11.2008
431.	Из песни слез не выкинешь http://kommersant.ru/doc/1499748	17.9.2010
432.	Из песни стройки не выкинешь http://www.kommersant.ru/doc/1756054	22.8.2011
433.	Из песни фонд не выкинешь http://kommersant.ru/doc/1673851?stamp=634751381028901545	7.7.2011
434.	Иран водят за ШОС http://kommersant.ru/doc/1383916	10.6.2010
435.	Как «Коста» в горле http://www.mk.ru/politics/world/article/2012/02/28/676294-kak-kosta-vgorle.html	29.2.2012
436.	Как в водку глядел http://kommersant.ru/doc/1222429	17.8.2009
437.	Кандидат наблюдателю не товарищ http://www.ng.ru/politics/2012-03-02/1_candidat.html	2.3.2012
438.	Клин Клинтон вышибает http://www.mk.ru/politics/world/article/2009/07/27/325684-klint-klynton-vyishibaet.html	28.7.2009
439.	Клир клиром вышибают http://www.kommersant.ru/doc/1147712	1.4.2009
440.	Крайний форум цинизма http://www.mk.ru/editions/daily/article/2009/07/09/316699-krayniy-forum-tsinizma.html	10.7.2009
441.	Крест платежом красен http://www.newizv.ru/culture/2010-07-14/129800-krest-platezhom-krasen.html	14.7.2010
442.	Кто старое помянет, тому ГЛОНАСС вон http://www.mk.ru/daily/newspaper/article/2012/11/11/772645-kto-staroe-pomyanet-tomu-glonass-von.html	12.11.2012
443.	Кусайся, кто может http://www.mospravda.ru/issue/2012/05/30/article31734/	30.5.2012

444.	Мать пригородов русских http://www.kommersant.ru/doc/1544062	22.11.2010
445.	Медведев впал в материнство http://www.mk.ru/social/article/2009/01/13/4618-medvedev-vpal-v-materinstvo.html	13.1.2009
446.	Москва глазам не верит http://www.mk.ru/incident/article/2010/01/15/412873-moskva-glazam-ne-verit.html	16.1.2010
447.	Москва не сразу строится http://www.mk.ru/economics/article/2011/12/22/655873-moskva-ne-srazu-stroitsya.html	23.12.2011
448.	Москва не сразу ширилась http://www.kommersant.ru/doc/1801706	22.10.2011
449.	МРОТ на хлеб не намажешь http://rg.ru/2010/03/10/mrot.html	10.3.2010
450.	На голубом газу http://rg.ru/2012/06/04/gaz.html	4.6.2012
451.	На ком шапка горит http://www.newizv.ru/politics/2012-03-14/160613-na-kom-shapka-gorit.html	14.3.2012
452.	На сок грядущий http://rg.ru/2010/06/27/zapret-alko.html	29.6.2010
453.	Наступить на горлышко http://www.profile.ru/items_28791	20.7.2009
454.	Нашла коса на туриста http://www.ng.ru/regions/2012-05-14/1_kaliningrad.html	14.5.2012
455.	Не в бровь, а в Глазго http://www.kommersant.ru/doc/2062783	9.11.2012
456.	Не сыпьте соль на яму http://www.newizv.ru/economics/2012-09-10/169499-ne-sypte-sol-na-jamu.html	10.9.2012
457.	Нет Думы без огня http://kommersant.ru/doc/1499436	7.9.2010
458.	Ни ЛАГа вперед http://www.rg.ru/2012/01/24/siriya.html	24.1.2012
459.	Ни пуха, ни пера, ни сала http://www.newizv.ru/economics/2009-09-08/114173-ni-puha-ni-pera-ni-sala.html	8.9.2009
460.	Ни шагу вперед http://rg.ru/2012/04/19/sovet-site.html	20.4.2012
461.	Ни шагу на Запад http://kommersant.ru/doc/1116250	10.2.2009
462.	Один в море не воин http://www.rg.ru/2010/08/16/obama.html	16.8.2010
463.	Один в поле не пикетчик http://kommersant.ru/doc/1305965	18.1.2010
464.	От бобра добра не ищут http://old.mospravda.ru/issue/2009/05/23/article17409/?hl=%E1%EE%E1%F0%E0+%E4%EE%E1%F0%E0+%E8%F9%F3%F2	23.5.2009

465.	От звонка до замка http://www.mk.ru/social/article/2012/03/15/682038-ot-zvonka-do-zamka.html	16.3.2012
466.	Память до милиции доведет http://www.newizv.ru/accidents/2009-01-22/104587-pamjat-do-milicii-dovedet.html	22.1.2009
467.	Перед смертью не награбишь http://www.mk.ru/incident/article/2010/06/27/512523-pered-smertyu-ne-nagrabish.html	28.6.2010
468.	Пиарова победа http://kommersant.ru/doc/1907006	9.4.2012
469.	Погорим — увидим http://www.kommersant.ru/doc/1485741	12.8.2010
470.	Поезд до Киева не доведет http://www.mk.ru/politics/sng/article/2011/10/25/636419-poezd-do-kieva-ne-dovedet.html	26.10.2011
471.	Польшу погладили по боеголовке http://www.kommersant.ru/doc/1251510	8.10.2009
472.	Полюс раздора http://www.newizv.ru/politics/2010-03-18/123489-poljus-razdora.html	18.3.2010
473.	После "Доджика" в четверг... http://www.rg.ru/2012/06/24/ugon-site.html	25.6.2012
474.	После дождичка в четвертьфинал http://www.newizv.ru/sport/2012-09-04/169151-posle-dozhdichka-v-chetvertfinal.html	4.9.2012
475.	Пробку ставить негде http://kommersant.ru/doc/1833168?stamp=634589125798988824	8.12.2011
476.	Прощение рублем http://rg.ru/2011/09/20/kompensacii.html	20.9.2011
477.	Пудра для мозгов http://www.profile.ru/items_32339	13.6.2011
478.	Пьяный трезвому не респондент http://www.kp.md/daily/25990.5/2921309/	26.11.2012
479.	Россия затынет часовые пояса http://www.kommersant.ru/doc/1342367	25.3.2010
480.	Рубли с плеча http://www.kommersant.ru/doc/1028064	19.9.2008
481.	С Газу на глаз http://www.rg.ru/2012/11/20/lavrov-site.html	21.11.2012
482.	Сапог преткновения http://old.mospravda.ru/issue/2011/12/02/article29870/?hl=%F1%E0%EF%E%E3+%EF%F0%E5%F2%EA%ED%EE%E2%E5%ED%E8%FF	2.12.2011
483.	Семь кругов спада www.newizv.ru/economics/2008-12-18/103479-sem-krugov-spada.html	18.12.2008
484.	Сломанные весы Фемиды http://www.newizv.ru/society/2011-11-22/154986-slomannye-vesy-femidy.html	22.11.2011

485.	Смех сквозь кризис http://www.kommersant.ru/doc/1054384	10.11.2008
486.	Смирнов преткновения http://www.mk.ru/politics/article/2011/12/08/651252-smirnov-pretkoveniya.html	9.12.2011
487.	Старый друг лучше новых труб http://kommersant.ru/doc/1343148	26.3.2010
488.	Стресс в ребро http://www.kommersant.ru/doc/1086655	15.12.2008
489.	Сыграли в ящики http://www.kommersant.ru/doc/2055906	30.10.2012
490.	Террор на Ладен дышит? http://rg.ru/2011/05/03/ben-laden-site.html	4.5.2011
491.	Точки кипения http://www.newizv.ru/world/2009-01-15/104197-tochki-kipenija.html	15.1.2009
492.	Тысяча одного ждут http://www.newizv.ru/world/2011-10-13/152914-tysjacha-odnogo-zhdut.html	13.10.2011
493.	У Астрахани глаза велики http://www.mk.ru/politics/article/2012/04/10/691450-u-astrahani-glaza-veliki.html	11.4.2012
494.	У гриппа глаза велики http://www.kommersant.ru/doc/1165075	6.5.2009
495.	У штрафа глаза велики http://rg.ru/2011/10/18/shtrafi.html	18.10.2011
496.	Ученье – йад http://www.newizv.ru/society/2011-10-21/153327-uchene-jad.html	21.10.2012
497.	Френкель отпущения http://www.kommersant.ru/doc/1049938	3.11.2008
498.	Хаб грядущий http://kommersant.ru/doc/1811186	8.11.2011
499.	Хотела Украина в ЕС, да газ не пустил http://www.ng.ru/cis/2011-12-30/6_ukr_es.html	30.12.2011
500.	Черное под белым http://rg.ru/2008/11/27/neft.html	27.11.2008
501.	Что не запрещено, то награждено http://www.kommersant.ru/doc/2058164	9.11.2012
502.	Шагом на марш http://lenta.ru/articles/2012/02/01/rally/	1.2.2012
503.	Шайбе упасть негде http://www.rg.ru/2012/04/13/khl.html	13.4.2012
504.	Шума без огня не бывает http://kommersant.ru/doc/1481739	4.8.2010
505.	«Яблоко» в раздоре http://www.newizv.ru/politics/2009-10-15/115935-jabloko-v-razdore.html	15.10.2009