

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

KATEDRA SLAVISTIKY

Frazeologismy a jejich role v románu „*Generation P*“

Viktora Pelevina

Phrasemes and their role in the novel “*Generation P*“

by Victor Pelevin

Magisterská diplomová práce

Vypracovala: Bc. Anna Valchářová

Vedoucí práce: Mgr. Mariia Dobrova, Ph.D.

Olomouc 2021

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a uvedla všechny použité prameny.

V Olomouci, 5. 5. 2021

podpis

Velice děkuji Mgr. Marii Dobrove, Ph.D. za konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní diplomové práce poskytla.

podpis

Obsah

Úvod.....	5
I. TEORETICKÁ ČÁST	7
1. Život a tvorba Viktora Pelevina	7
1.1 O autorovi	7
1.2 Tvorba	9
1.3 Generation P.....	12
2. Frazeologie.....	16
2.1 Frazeologie a idiomatika	16
2.2 Frazém.....	17
2.3 Funkce frazémů.....	24
2.4 Transformace frazémů	30
II. PRAKTICKÁ ČÁST.....	34
3. Funkce frazeologismů v románu Generation P	34
3.1 Nominativní funkce.....	36
3.2 Expresivní a emocionální funkce	39
3.3 Dysfemistická a eufemistická funkce.....	43
3.4 Argumentativní a rekapitulující funkce.....	47
3.5 Ludická funkce.....	51
3.6 Celková role frazeologismů v románu	56
Závěr	59
Резюме.....	61
Bibliografie	69
Anotace	75
Annotation.....	76
Přílohy	77
1. Frazeologismy, identifikované v románu „Generation P“ Viktora Pelevina.....	77

Úvod

Frazeologií se zhruba před sto lety začal jako první zabývat Charles Bally, který ji definoval a vyčlenil jako samostatnou vědu na poli lingvistiky. Poté se jí začalo zabývat čím dál více lingvistů – v Rusku na práci Ch. Bally navázal V. Vinogradov, který tak položil základy ruské frazeologie. Pod vlivem jeho prací se frazeologií začali zabývat např. V. M. Mokijenko, N. M. Šanskij, A. I. Molotkov a mnozí další. Z českých lingvistů můžeme zmínit např. J. Zaorálka či F. Čermáka.

S frazeologismy se setkáváme každý den, ať už v umělecké literatuře, v televizi, na internetu, v novinách či v reklamě a sami je také užíváme v běžné komunikaci, aniž bychom si to občas vůbec uvědomovali. Ve frazeologismech se odráží kulturní dědictví, tradice a poznatky národa a my se často uchylujeme k jejich užití v situacích, pro jejichž popsání nám běžná slovní zásoba nestačí.

Předkládaná diplomová práce se nazývá *Frazeologismy a jejich role v románu „Generation P“ Viktora Pelevina*. Jak již vyplývá z názvu, v práci se budeme zabývat frazeologismy, které se v daném románu vyskytují, zvláštní pozornost pak zaměříme na roli a funkci frazémů v celém románu. Práce si klade za cíl objasnit, za jakým účelem V. Pelevin užívá v románu frazeologismy, jakou roli hrají v kontextu celého díla. Dále si také klademe za úkol zjistit, zda autor v románu frazémy transformuje a mění jejich význam, a pokud ano, tak za jakým účelem.

Práce je rozdělena na dvě hlavní části – teoretickou a praktickou. V teoretické části krátce pojednáváme o V. Pelevinovi, definujeme hlavní etapy jeho života a snažíme se stručně charakterizovat základní rysy jeho tvorby. Podrobněji se zaměřujeme na námi analyzovaný román. Dále pak chceme čtenářovi přiblížit vědní obor frazeologie jako takový, krátce popisujeme historii této jazykové disciplíny, seznamujeme čtenáře s pojmem *frazeologismus* a srovnáváme ho s pojmem *idiom* a definujeme problematiku jeho vymezení z hlediska jak českých, tak ruských lingvistů. Zvláštní pozornost pak zaměřujeme na popis funkcí, kterými mohou frazeologismy oplývat a na jejich možné transformace.

V praktické části pak analyzujeme frazeologismy, nalezené v románu *Generation P*. Pro výzkum bylo v románu celkově nalezeno 524 individuálních kontextů, obsahujících frazeologismy, u kterých byly následně určeny jejich funkce. Pro podrobnější

analýzu pak byly vybrány ty funkce, které byly zastoupeny nejvyšším počtem frazeologismů, jelikož můžeme usuzovat, že právě tyto funkce hrají v románu nejdůležitější roli. Na základě tohoto kritéria byly vybrány funkce nominativní, expresivní a emocionální, dysfemistická, eufemistická, argumentativní, rekapitulující a ludická. U každé z funkcí jsme pak vybrali ty nejvhodnější příklady, které podrobně rozebíráme v jednotlivých podkapitolách praktické části práce. U každého uvedeného frazeologismu je vždy připojen jeho kontext, vysvětlena jeho role a je objasněno, proč je právě tato funkce důležitá pro celý román. Kromě toho také na konci této části shrnujeme, jakou celkovou roli hrají frazémy v románu, jaké situace či postavy užití frazeologismy pomáhají dotvářet a za jakým účelem Viktor Pelevin frazémy v románu použil.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. Život a tvorba Viktora Pelevina

1.1 O autorovi

Ačkoliv je Viktor Pelevin jedním z nejúspěšnějších současných ruských postmodernistických autorů a jeho tvorba je překládána do mnoha jazyků celého světa včetně češtiny, o samotném autorovi toho moc známo není. V. Pelevin totiž zastává teorii, že novináři a veřejnost by se měli zajímat především o jeho dílo, protože je to právě jeho tvorba, co je důležité, a ne jeho život.¹ Z tohoto důvodu neposkytuje téměř žádná interview, nevystupuje často na veřejnosti a neuvádí detaily ze svého života, což vedlo ze strany jak veřejnosti, tak odborníků ke mnoha spekulacím a domněnkám. Ještě donedávna se například vedly spory o tom, kdy přesně se V. Pelevin narodil, zda v roce 1962, 1963, či 1967 (dnes již víme, že správný rok je ten první, tj. 1962).² Někteří lidé přišli dokonce s konspirační teorií, že V. Pelevin ve skutečnosti neexistuje a že se za tímto jménem skrývá skupina spisovatelů, kteří se podepisují pod společným pseudonymem.³

Z výše napsaného je zřejmé, že získat důvěryhodné informace o autorovi není lehkým úkolem. Níže se pokusíme sepsat V. Pelevinův stručný životopis na základě informací, které se nám podařily vyhledat.

Viktor Olegovič Pelevin (častěji se jeho jméno uvádí bez patronyma, tj. pouze Viktor Pelevin) je současný ruský spisovatel, známý svými postmodernistickými romány.

Viktor Pelevin se narodil 22. listopadu 1962 v Moskvě do rodiny, která mu poskytla výborné zázemí pro jeho budoucí literární kariéru – jeho matka byla totiž učitelkou

¹ YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapeda.rtl.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>

² GLANC, Tomáš. Pelevin, Viktor - iLiteratura.cz. *iLiteratura.cz* [online]. Medonosy: Sdružení pro iliteraturu, 2002, 2001 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://www.iliteratura.cz/Clanek/15035/pelevin-viktor>

³ Viktor Pelevin. *The Short Story Project* [online]. New York [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://www.shortstoryproject.com/writers/viktor-pelevin/>

angličtiny a asistentkou ředitele na základní jazykové škole v Moskvě, kde V. Pelevin později také studoval, a otec byl profesorem na moskevské univerzitě.⁴

Po střední škole ve svém studiu autor dále pokračoval na Moskevském energetickém institutu, kam nastoupil v roce 1979 a kde o pět let později, v r. 1985, složil státní zkoušku a byl zaměstnán jako dopravní inženýr. Rozhodl se ve svém vzdělávání pokračovat a v roce 1987 nastoupil na doktorské studium na téže univerzitě. Zde ovšem dospěl k rozhodnutí, že nechce svůj život zasvětit dopravnímu inženýrství, nýbrž literatuře a rozhodl se neodevzdat svou rigorózní práci a studium nedokončil.⁵

V. Pelevin se poté vydal na literární dráhu, napsal své první literární pokusy a v r. 1989 začal studovat literaturu na Literárním institutu Maxima Gorkého.⁶ Rok poté byla v časopise *Věda a náboženství* vytištěna jeho první práce, pohádka *Čaroděj Ignác a lidé*.⁷ Během svého studia na institutu byl taktéž zaměstnán v časopisu *Face to Face*.⁸

Roku 1991 vyšla jeho první sbírka povídek s názvem *Modrá lampa*, která však v literárních kruzích zůstala nepovšimnuta. V témže roce byl za zvláštních okolností vyloučen z univerzity a studium již nikdy nedokončil. Poté byl zaměstnán v časopise *Znamya*, kde se po čase stal vedoucím sci-fi sekce.⁹

⁴ YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapeda.rt.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>

⁵ Tamtéž.

⁶ HAVLOVÁ, Veronika. Jak udělat realitu: Viktor Pelevin předpověděl Putinovu hybridní válku na Ukrajině. *Nakladatelství Dokořán – Původní i překladová populárně-naučná a odborná literatura* [online]. Praha 5: Dokořán, ©2015, 11. 3. 2017 [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.dokoran.cz/recenze/1489410384.pdf>

⁷ GLANC, Tomáš. Pelevin, Viktor - iLiteratura.cz. *iLiteratura.cz* [online]. Medonosy: Sdružení pro iLiteraturu, 2002, 2001 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://www.iliteratura.cz/Clanek/15035/pelevin-viktor>

⁸ YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapeda.rt.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>

⁹ Tamtéž.

Autorův první román dostal název *Omon Ra* a byl napsán v roce 1992. Román se stal okamžitou senzací a V. Pelevin se stal celebritou prakticky „přes noc“.¹⁰ Mezi jeho další známé romány patří např. *Helma hrůzy* (2005), *Snuff: Utopie* (2011) či *Svatá kniha vlkodlaka* (2004).¹¹ V Rusku jeho knihy získaly mnoho významných literárních ocenění¹² a na náměty jeho románů bylo natočeno několik filmů.¹³

1.2 Tvorba

Autor je označován za postmoderního spisovatele, ačkoliv on sám toto označení odmítá.¹⁴ Některými literárními kritiky bývá V. Pelevin přirovnáván ke hnutí *New Sincerity* a *New Realism*.¹⁵ Často také bývá označován za nástupce Franze Kafky, Josepha Hellera či Michaila Bulgakova. Ve svých románech se zabývá především tématy rozvoje trhu, médií, přívalu západní popkultury a drog.¹⁶

Viktor Pelevin se v osobním životě inspirová východní spiritualitou, podniká cesty do Tibetu, kde se účastní dlouhodobých meditačních pobytů v buddhistických kláštorech, a provozuje karate. Tato jeho záliba se výrazně promítá v jeho dílech, ve kterých se často

¹⁰ HAVLOVÁ, Veronika. Jak udělat realitu: Viktor Pelevin předpověděl Putinovu hybridní válku na Ukrajině. *Nakladatelství Dokořán – Původní i překladová populárně-naučná a odborná literatura* [online]. Praha 5: Dokořán, ©2015, 11. 3. 2017 [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.dokoran.cz/recenze/1489410384.pdf>

¹¹ FRANC, Václav. Ruská současná literatura mýma očima. *ČAJ pro chvíle pohody: Časopis Autorů Jičínska* [online]. Nová Paka, 2017, 5. 11. 2017, XVI (134), 12 - 28 [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: http://eldok.svkhk.cz/out/Caj/Caj_2017/caj_134.pdf

¹² YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapediia.rt.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>

¹³ Виктор Олегович Пелевин. Биографическая справка. *РИА Новости – события в Москве, России и мире сегодня* [online]. Moskva: Россия сегодня, 2019, 20. 10. 2009 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://ria.ru/20091020/189750870.html>

¹⁴ LIUKKONEN, Petri. Viktor Pelevin. *Author's calendar* [online]. Kouvola, Finsko: Kuusankosken kaupunginkirjasto, 2001, 2008–2017 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://authorscalendar.info/pelevin.htm>

¹⁵ YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapediia.rt.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>

¹⁶ HAVLOVÁ, Veronika. Jak udělat realitu: Viktor Pelevin předpověděl Putinovu hybridní válku na Ukrajině. *Nakladatelství Dokořán – Původní i překladová populárně-naučná a odborná literatura* [online]. Praha 5: Dokořán, ©2015, 11. 3. 2017 [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.dokoran.cz/recenze/1489410384.pdf>

objevují motivy převzaté z východní filozofie a taktéž jejich božstvo.¹⁷ Zároveň jeho zájem o východní náboženství, jejich filozofii a mytologii přivedlo autora k přemítání nad iluzorností a imaginárností světa okolo nás. S touto myšlenkou se setkáváme v různých formách v mnoha jeho dílech, například v románech *Čapajev @ prázdnota*, *Generation P* či v povídce *Záznam hledání větru*.¹⁸ V souladu s východní filozofií (zvláště se Zen-Budhismem) autor ve své tvorbě pracuje s teorií, že bytí člověka na tomto světě je jen iluze, náš svět je pouze nedokonalá kopie ideálního světa, který je nepřipravenému člověku skryt. Subjekt, který v tomto nedokonalém světě existuje, v něm vystupuje zároveň jako jeho účastník, ale i jako pozorovatel. Tato filozofie je v souladu s představou postmodernistických spisovatelů o virtuální realitě a životu v simulaci.¹⁹

Kromě východní filozofie a buddhismu V. Pelevin ve svých dílech často realizuje svůj příběh na základě mytologií a legend různých kultur, s jejichž pomocí spisovatel zpochybňuje základy lidského bytí a existence obecně. Pro svou tvorbu si vybírá archetypy, kolem nichž pak staví svou kompozici. K těmto archetypům mohou patřit různé náboženské tradice a filozofické systémy, mystické praktiky a magické techniky. To můžeme pozorovat například v románu *Čapajev @ prázdnota*, kde svět, vytvořený spisovatelem, plně odpovídá vizi světa podle směru Mahajána.²⁰

Viktor Pelevin ve svých dílech využívá tvůrčí postupy, které bývají literárními kritiky označovány za postmodernistické. Pro tento směr je charakteristická dialogičnost, hra s jazykem, intertextualita a větvcí se syžet. Pelevin se ovšem nejvíce zajímá o procesy, ke kterým dochází v oblasti vědomí jedince, kolektivního nevědomí a v individuální psychice, a zkoumá jejich dopad na běh dějin a sociální chování lidstva. To má za důsledek,

¹⁷ GLANC, Tomáš. Pelevin, Viktor - iLiteratura.cz. *iLiteratura.cz* [online]. Medonosy: Sdružení pro iLiteraturu, 2002, 2001 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://www.iliteratura.cz/Clanek/15035/pelevin-viktor>

¹⁸ КАЗНАЧЕЕВ, С. М. Новый реализм и постмодернизм: проблема диффузии. *Культурная жизнь Юга России* [online]. 2008, 26(1), 71-74 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-realizm-i-postmodernizm-problema-diffuzii>

¹⁹ ПОРУТЧИК, О. А. Мир как иллюзия в произведениях Виктора Пелевина. *Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика*. [online]. 2008(1), 51-55 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/mir-kak-illyuziya-v-proizvedeniyah-viktora-pelevina>

²⁰ ДМИТРИЕНКО, Иван Константинович. К вопросу о литературной традиции: мифологические проекции в произведениях немецких романтиков и русских постмодернистов. *Вестник КГУ* [online]. 2012(3), 96-99 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-literaturnoy-traditsii-mifologicheskie-proektsii-v-proizvedeniyah-nemetskih-romantikov-i-russkih-postmodernistov>

že se autor zajímá o fenomény jako je ideologie, reklama, možnosti počítačových technologií, psychedelika a současný vývoj ruského národnostního archetypu.²¹

Dalším často se objevujícím námětem je experimentování s drogami a jejich konzumace. Autor využívá drog a různých narkotik k tomu, aby přivedl své postavy do jiného stavu vědomí, což u postav způsobuje, že začnou realitu okolo sebe vnímat jiným způsobem, či se jejich vědomí přenesou do reality odlišné. Můžeme zde tedy pozorovat, že drogy jsou jedním z dalších prostředků, které V. Pelevin ve svých dílech využívá k tomu, aby podpořil svou myšlenku o iluzornosti světa, životu v simulaci a existenci dalších realit. To, že se drogy v jeho dílech vyskytují tak často a obvykle v nich hrají významnou roli, vedlo ke spekulacím, že sám V. Pelevin má s drogami zkušenosti a že s nimi také experimentuje či v minulosti experimentoval.²²

Pelevinova pozornost je v jeho tvorbě vždy zaměřena na hlavního hrdinu, který je zasazen do určitého historického rámce. Jeho poetiku lze definovat jako „dekonstrukci kulturních mýtů“. Ve své tvorbě se často uchyluje např. k palimpsestu, intertextualitě či k vložení cizího textu do textu svého. Palimpsest je u V. Pelevina vyjádřen také v podobě proměn epoch a času v chápání obyčejného člověka a jeho hlavní hrdinové většinou nejsou schopni tyto proměny plně přijmout a pochopit.²³

Autor ve své tvorbě často reflektuje současné dění a jevy v kultuře a reaguje na ně, a proto se v jeho tvorbě můžeme setkat s tématy jako je rozpad Sovětského svazu a vznik

²¹ ПОРУТЧИК, О. А. Мир как иллюзия в произведениях Виктора Пелевина. Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. [online]. 2008(1), 51-55 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/mir-kak-illyuziya-v-proizvedeniyah-viktora-pelevina>

²² YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapediart.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>

²³ КУЛЬКИНА, Варвара Михайловна. Особенности современной прозы: деконструкция текста у В. Пелевина и П. Остера. РСМ [online]. 2016, 3(92), 229–235 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennoy-prozy-dekonstruktsiya-teksta-u-v-pelevina-i-p-ostera>

a vývoj postsovětské Ruské federace, počítačové technologie, mobilní sítě, internet, masmédiá, reklama a PR.²⁴

Autor se drží filozofie, že smysl dává jeho románům čtenář, a proto každý z nich může román pochopit jinak. Z tohoto důvodu se autor vyhýbá dialogu se čtenářem a ke svým dílům neposkytuje žádné vysvětlující komentáře.²⁵

1.3 Generation P

Centrálním tématem tohoto románu, poprvé vydaném v r. 1999, je pohled na realitu skrze reklamu a média. Tato realita je pak uměle vykonstruovaná a manipulovaná právě reklamou, v románu tedy můžeme pozorovat typický Pelevinův motiv – iluzi reality a život v simulaci, konkrétně zde je simulace vytvářena pomocí masmédií a počítačových technologií. Hlavní postava, Vavilen, se náhodou dostane do reklamní branže, kde postupem času stoupá po kariérním žebříčku až na místo nejvyšší. Náplní Vavilenovy práce je mimo jiné psaní koncepcí, podle kterých jsou následně vytvářeny reklamní plakáty či točeny reklamní spoty. Je známým faktem, že reklamy bývají často přikrášlovány, aby udělaly dojem na potenciální zákazníky, a to samé dělá i Vavilen. Při vytváření reklamních koncepcí uchopuje realitu, a poté ji pozměňuje a překrucuje ve svůj prospěch, aby vytvořil realitu novou, ve které se spotřebitel nemůže obejít bez produktu, nabízeného v reklamě. Se snad nejvýraznější manipulací s realitou se však setkáváme ke konci románu, kdy poté, co je Vavilen povýšen, mu je odhaleno tajemství – všechny významné osobnosti ruské politiky, včetně tehdejšího prezidenta B. Jelcina, ve skutečnosti neexistují a jsou vytvářeny elektronicky pomocí složité kombinace herců a počítačové techniky.

Jak již bylo řečeno výše, autor ve své tvorbě často využívá drog jako prostředku k zastření reality u jeho postav. Není tomu jinak i v tomto románu. Hlavní hrdina v díle konzumuje celou škálu drog, z nichž mnoho způsobí to, že začne realitu okolo sebe vnímat jinak, či se dokonce jeho vědomí zcela odpoutá od jeho těla, a poté se ocitne v realitě

²⁴ АБАГАНОВА, Асель Оразгалиевна. К вопросу о массовой литературе на материале творчества Виктора Пелевина. Уральский филологический вестник. Серия: Русская литература XX-XXI веков: направления и течения. [online]. 2018(3), 95-104 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-massovoy-literature-na-materiale-tvorchestva-viktora-pelevina>

²⁵ YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapedaia.rt.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>

naprosto odlišné. Z těchto drog můžeme zmínit halucinogenní houby muchomůrky, LSD či vysoké dávky alkoholu. Požití těchto látek má za následek například to, že neživé předměty se promění v postavy, které hlavnímu hrdinovi vyprávějí o dávných mýtech, nebo u něj dokonce dojde k tzv. „tripu“, mimotělní zkušenosti, během které se hrdina setkává a rozpráví s různými představiteli mezopotámského náboženství.

Dalším motivem, který je třeba zmínit, je náboženství a mytologie. V tomto konkrétním románu hraje zásadní roli starověké mezopotámské náboženství. Centrální bohyní v románu je bohyně Ištar²⁶. Již na začátku románu se hrdina dozvídá o legendě, která říká, že manželem této bohyně se může stát kterýkoli muž z Babylónu. K tomu, aby se tak stalo, musí tento muž vypít lektvar z muchomůrek, poté vystoupat na vrchol zikkuratu a během stoupaní vyřešit tři hádanky.

Později v románu, během mimotělní zkušenosti, se hlavní hrdina ocitne v alternativní realitě, kde se setkává s dalšími představiteli tohoto náboženství: nejprve s Enkiduem²⁷ a později se sirrufem²⁸. V románu postupně dochází k propletení této reality s realitou reklamní, na příklad, když mýtický sirruf rozpráví o tajemstvích konzumního procesu a reklamy. Na konci románu dochází k úplnému splynutí těchto dvou realit, když vyjde najevo, že reklamní společnost, ve které Vavilen pracuje, slouží právě bohyni Ištar a hlavní hrdina je zvolen za jejího nového pozemního manžela. Autor tedy v románu vytváří tzv. „neomytologii“, jelikož jeho mýtus o bohyni Ištar je postaven na autentickém materiálu starověké mytologie a Pelevin v knize popisuje skutečné rituály, ale zároveň si z mýtu vybírá pouze ty informace a interpretace, které může využít pro rozvinutí příběhu románu a taktéž si do příběhu přidává svá nová a ničím nepodložená fakta.²⁹

Odhlédneme-li nyní od obsahu románu a podíváme-li se na formu, kterou je napsán, vidíme, že autor v románu míchá dohromady styly, žánry a jazykové vrstvy, což

²⁶ Zvaná též Inanna či Šawuška, sumerská bohyně plodnosti, lásky, pohlavního života a války.

²⁷ Postava ze sumerských mýtů, jeho jméno bývá vykládáno jako „Enki je stvořitel“.

²⁸ Tvor ze starověké mezopotámské mytologie, šupinaté zvíře, jehož zadní tlapy připomínají pařáty orla a přední tlapy lva, s dlouhým krkem a ocasem, křídly, rohatou hlavou a rozeklaným jazykem. Má vícero názvů, nejčastěji se označuje jako mušhuššu, dále sirrušu, sirruh. Pelevin ho v románu nazývá sirrufem. Nejznámější vyobrazení sirrufa je na Ištarské bráně města Babylon, pocházejícího ze 6. stol. př. n. l.

²⁹ БАРАНОВ, Александр Васильевич. Неомифология и мифология в романе В. Пелевина «Generation “П”». Вопросы русской литературы [online]. 2019(4), 41-48 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/neomifologiya-i-mifologiya-v-romane-v-pelevina-generation-p>

je typické jak pro jeho tvorbu, tak pro postmodernistickou tvorbu vůbec. V tomto románu můžeme najít velké množství různých stylů: reklamní, hovorový, vědecký, slangový, anekdotický, styl typický pro masmédiá, ale také jazyk tzv. „nových ruských“ plný barbarismů, žargonismů a vulgarismů. Kromě toho se v románu nachází také mnoho anglicismů. Toto míchání stylů a jazykových výrazů umožňuje Pelevinovi barvitě vykreslit charakter svých postav do nejmenších detailů.³⁰

Tento román je také, stejně jako i ostatní Pelevinova tvorba, bohatý na jazykovou hru, čímž vzniká ironický či satirický efekt, který autor často využívá ke kritice reality 90. let. Jazykovou hru spisovatel v textu vytváří různými způsoby, například užitím hovorových výrazů (*по улицам неслись потоки «мерседесов» и «тойот», в которых сидели абсолютно уверенные в себе и происходящем крепьши*^{31,32,33}), hodnotících slov (*но на смену приходила только серая страшиноватость*³⁴ – v tomto případě se zároveň jedná i o autorský okazionalismus), kalamburů (*как грибы после дождя или, (...) зробы после вождя*³⁵), metafor (*душа советского типа быстро догнивала и проваливалась внутрь самой себя*³⁶)³⁷ a i pomocí frazeologie, o kterou se v této práci budeme zajímat.

³⁰ ПАВЛОВСКАЯ, Ольга Евгеньевна а Наталья Юрьевна ЗИМИНА. Специфика орнаментального идиостиля постмодернизма (на примере романа В. Пелевина «Generation п»). Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение [online]. 2012(2) [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-ornamentalnogo-idiostilya-postmodernizma-na-primere-romana-v-pelevina-generation-p>

³¹ КУЗНЕЦОВ, А. С. Большой толковый словарь русского языка [online]. Санкт-Петербург: Норинт, 2007 [cit. 2020-04-30]. ISBN 5-7711-0015-3. Dostupné z: <https://gufo.me/dict/kuznetsov/крепьши>

³² ПЕЛЕВИН, Виктор. *Generation «П»* [online]. Moskva: AST, 2015, 236 s. [cit. 2020-03-02]. Эксклюзивная новая классика. ISBN 978-5-17-092361-8. Dostupné z: <https://bookzip.ru/2901-generation-p.html#1>

³³ Všechny příklady z románu, které budou dále uvedeny v této práci, pochází ze zdroje uvedeného v předchozí poznámce. Tyto příklady budou v práci dále označovány jen jménem autora (Pelevin) a příslušnou stranou románu.

³⁴ Pelevin, str. 22.

³⁵ Pelevin, str. 22.

³⁶ Tamtéž.

³⁷ ФЕДОТОВА, Е. С. Роман В. Пелевина «Generation “п”»: словесная игра как способ осмысления и пересоздания действительности. Уральский филологический вестник. Серия: Драфт: молодая наука. [online]. 2013(5), 227-234 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/roman-v-pelevina-generation-p-slovesnaya-igra-kak-sposob-osmysleniya-i-peresozdaniya-deystvitelnosti>

Dalším tvůrčím postupem, který V. Pelevin s oblibou využívá ve svých románech, je intertextualita. V tomto díle se s ní nejčastěji setkáváme v reklamních sloganech, které odkazují na literární díla jak ruská (*И ДЫМ ОТЕЧЕСТВА НАМ СЛАДОК И ПРИЯТЕН*³⁸ – odkaz na veršovanou komedii A. S. Gribojedova *Hoře z Rozumu*) tak i zahraniční (*JUST BE. CALVIN KLEIN.*³⁹ – odkaz na drama *Hamlet* od W. Shakespeara a jeho slavnou větu „být či nebýt“), na hudební tvorbu (*ПУСТЬ НЕТУ НИ КОЛА И НИ ДВОРА. СПРАЙТ. НЕ-КОЛА ДЛЯ НИКОЛЬ*⁴⁰ – odkaz na skladbu *Píseň loupežníků* z animovaného seriálu *Brémští muzikanti*; zároveň se také jedná o frazeologismus) a tak dále. Tato díla, na které román odkazuje, dávají charakteristiku dané generace, plně odráží její preference a módní trendy v literatuře a umění.⁴¹ Kromě toho můžeme v románu sledovat ještě další typ intertextuality, a to takový, že autor ve svých reklamách používá názvy produktů a společností, které skutečně existují v reálném světě (např. Rolex, Gucci, 7 Up, Pepsi, Sprite, Head and Shoulders, Nescafe atd.) a pro své reklamy využívá již existující reklamní slogany (*Go West*⁴² – slogan cigaret značky West; *They way they see you*⁴³ – slogan obchodního řetězce s oblečením Gap; *Sprite – the Uncola*⁴⁴ – tento slogan je v románu pozměněn, v reálném světě jde o reklamní slogan společnosti 7 Up.).

³⁸ Pelevin, str. 42.

³⁹ Tamtéž, str. 60.

⁴⁰ Tamtéž, str. 25.

⁴¹ ГИБАДУЛЛИНА, Маргарита Айдаровна. Интертекстуальность в рекламных слоганах романа Пелевина «Generation п»: источники и приемы. Лингвокультурология [online]. 2016(6), 30-37 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-v-reklamnyh-sloganah-romana-pelevina-generation-p-istochniki-i-priemy>

⁴² Pelevin, str. 64.

⁴³ Tamtéž, str. 61.

⁴⁴ Tamtéž, str. 24.

2. Frazeologie

2.1 Frazeologie a idiomatika

Frazeologie a idiomatika je lingvistická disciplína, která se zabývá studiem a popisem frazémů a idiomů. Ty jsou nejpodrobněji a nejsystematičtěji zkoumány na úrovni slovních spojení, jelikož víceslovné frazémy jsou v řeči nejčastějším a nejpočetnějším jevem. Studují se ovšem i frazémy na úrovních nižších, tj. na úrovni jednoho lexému (avšak frazémy tohoto typu se v ruské frazeologii nevydělují), a vyšších, tj. na úrovni větné.⁴⁵ Základní jednotka frazeologie, která je v centru zkoumání této disciplíny, v průběhu historie nesla různé názvy a dosud pro ni existuje několik označení, jmenovitě frazeologismus či frazém. Tyto dva názvy bývají pro tuto základní jednotku používány synonymně, někteří lingvisté (např. F. Čermák) pak k těmto dvěma názvům přidávají ještě výraz idiom.⁴⁶

Disciplína vznikla poměrně nedávno. Před vznikem frazeologie byly frazémy zkoumány kulturology (mytology, folkloristy, etnografy), jejichž bádání přispělo ke vzniku mnoha sbírek rčení a přísloví.⁴⁷ Zakladatelem frazeologie je švýcarský lingvista Charles Bally, který definoval frazeologii jako samostatnou vědní disciplínu v r. 1909 ve své práci *Traite de stylistique française*.⁴⁸ V Rusku se frazeologie jako nová lingvistická disciplína začala vyvíjet ve 40. letech 20. století a je spojená s lingvistou V. V. Vinogradovem, který navázal na práci Ch. Ballyho v oblasti frazeologie. V. Vinogradov vypracoval základní otázky frazeologie, což umožnilo položit základy ke studiu frazeologismů v ruském jazyce. Byl to právě V. Vinogradov, kdo přišel s první synchronní sémantickou klasifikací ruských frazémů a zadal podněty k dalšímu zkoumání. Před V. Vinogradovem se o klasifikaci ruských frazeologismů pokusili pouze I. M. Vulfius

⁴⁵ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 25.

⁴⁶ ĎURČO, Peter a Jozef MLACEK. *Frazeologická terminológia*. Bratislava: Stimul, 1995. [cit. 2020-01-18], dostupné z: www.juls.savba.sk/ediela/frazeologicka_terminologia/

⁴⁷ STĚPANOVA, Ludmila. *Česká a ruská frazeologie: diachronní aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, 297 s. Monografie. ISBN 80-244-0795-7, str. 7–9.

⁴⁸ FÖLDEŠIOVÁ, Denisa. 2014. *Frazeologie: Historie*. Encyklopedie lingvistiky, ed. Kateřina Prokopová. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci., [cit. 2020-01-18], dostupné z: <http://oltk.upol.cz/encyklopedie/index.php5/Frazeologie: Historie>

a S. I. Abakumov, jejich snahy však vyšly vniveč.⁴⁹ Po opublikování prací V. Vinogradova se v Rusku začalo o frazeologii zajímat velké množství učenců, uvést můžeme například A. I. Efimova, B. A. Larina, O. S. Achmanovovou, S. I. Ožegova, N. M. Šanského, A. I. Molotkova či V. M. Mokijenka. Za významné české lingvisty zabývající se frazeologií můžeme zmínit V. Flajšhanse, J. Zaorálka či F. Čermáka.

Termín frazeologie neoznačuje pouze lingvistickou disciplínu, která se zabývá studiem frazémů, ale užívá se také pro označení samotného souboru frazeologismů.⁵⁰ Uvnitř frazeologie později vznikla různá odvětví bádání, např. **frazeografie**, která se zabývá vypracováváním frazeologických slovníků, **dialektová frazeologie**, která zkoumá lokální zvláštnosti při užívání frazeologismů v určitém regionu, **areálová frazeologie**, která na základě výsledků dialektové frazeologie vypracovává zeměpisné mapy a vyvozuje z toho závěry, **frazeostylistika**, jejíž cílem je vypracovat škálu stylistické klasifikace frazeologie pro různé funkční styly, **frazeologická neologie**, která se zabývá popisem nově vznikajících frazémů a tak dále.⁵¹

2.2 Frazém

Frazémy se skládají z kombinací ustálených forem. Tyto formy, které frazém budují, jsou vždy nižšího řádu a výsledný frazém je vždy členem řádu vyššího.⁵²

Frazémy v sobě nesou metaforiku a symboliku, zároveň se v nich také uchovává část lidové a životní moudrosti, národní zkušenosti a tradic. V řeči je používáme v těch případech, kdy si nevystačíme s běžnými jazykovými postupy a prostředky. Frazeologismy nám umožňují vystihnout několika slovy situaci, kde by standardní vyjádření bylo buď příliš dlouhé, neohrabané a zahrnovalo by sáhodlouhé vysvětlování

⁴⁹ ŠANSKIJ, Nikolaj Maksimovič. *Frazeologija sovremennogo ruskogo jazyka*. Moskva: Gosudarstvennoje izdatel'stvo "Vysšaja škola", 1963, str. 7.

⁵⁰ STĚPANOVA, Ludmila. *Česká a ruská frazeologie: diachronní aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, 297 s. Monografie. ISBN 80-244-0795-7, str. 7.

⁵¹ MOKIJENKO, Valerij Michajlovič a Ludmila STĚPANOVA. *Ruská frazeologie pro Čechy: Russkaja frazeologija dlja Čechov*. 2. vyd., (rozš.). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, 259 s. Skripta. ISBN 978-80-244-1916-9., str. 69.

⁵² ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 25.

či kde se nám nenabízí standardní vyjádření žádné. Tato nominativní ekonomie frazému nám urychluje, usnadňuje a automatizuje tvorbu textu.⁵³

Ve vědeckých kruzích bývají tyto kombinace ustálených forem označovány dvěma termíny – frazém (či frazeologismus) a idiom. Bohužel dosud nebyly stanoveny pevné definice těchto dvou názvů, a tak bývají jednotlivými lingvisty vykládány různými způsoby. V tradiční filologii bývá pojem idiom většinou ekvivalentní pojmu frazém. Za idiomy ovšem mohou být označovány pouze frazeologické srůsty. Některé další frazeologické koncepce považují za idiomy pouze ty frazémy, které jsou typické pouze pro daný jazyk a kulturu a nelze je přeložit do jiných jazyků.⁵⁴ František Čermák ve své knize *Frazeologie a idiomatika česká a obecná* přichází s dalším pohledem na tuto problematiku. Podle něj, zkoumáme-li daný útvar z formálního hlediska, tj. zaměřujeme-li se na jeho strukturu a formální rysy, mluvíme o útvaru jako o frazému. Studujeme-li ten samý útvar z hlediska sémantického, tj. analyzujeme jeho význam, pak hovoříme o idiomu.⁵⁵ Dále také frazémy nesou velké množství lidových, ne odborných nazvání. Frazémy na úrovni slovních spojení bývají označovány jako rčení, úsloví, obrat a podobně, na úrovních větných pak jako přísloví, pořekadlo, pranostiky. Toto označování ovšem není vyhovující, jelikož je nespecifické (nejsou přesně stanovena kritéria jednotlivých nazvání) a kolísavé (jednotlivé frazémy mohou být označovány více názvy). Dále existují také frazémy, které tradiční lidové pojmenování nemají.⁵⁶

Stejně jako se jazykovědci doposud neshodli na jednotné terminologii, i otázka, které jazykové útvary vlastně patří k frazeologismům, dosud nebyla úplně zodpovězena. Různí frazeologové se ve svých názorech na danou problematiku rozcházejí. Vydělují totiž různý počet vlastností, které dané slovní spojení musí mít, aby mohlo být označeno za frazém. Některí lingvisté se snaží vydělit co nejmenší počet vlastností, což vede k tomu, že za frazémy lze označit obrovský počet slovních spojení, přičemž zařazení některých z nich do frazeologie může být poněkud diskutabilní. K těmto lingvistům můžeme zařadit

⁵³ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 24.

⁵⁴ ĎURČO, Peter a Jozef MLACEK. *Frazeologická terminológia*. Bratislava: Stimul, 1995. [cit. 2020-01-18], dostupné z: www.juls.savba.sk/ediela/frazeologicka_terminologia/

⁵⁵ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 33.

⁵⁶ Tamtéž, str. 31.

i F. Čermáka, který za nejdůležitější vlastnost frazému považuje jeho anomálnost. Mezi frazeologismy pak zahrnuje i přísloví (*Bez práce nejsou koláče*), pořekadla (*chyba lávky*), pozdravy a přání (*dobrý den*), kontaktní formule (*představte si*), situační průpovídky (*My o koze, on o voze*), aforismy (*Život je pes*) standardní začátky a konce promluv (*Děkuji za pozornost*) apod.⁵⁷ V opačném extrému lze za frazémy považovat pouze slovní spojení specifická pro daný jazyk a nepřeložitelná do jazyka jiného (tj. frazeologické srůsty).⁵⁸

L. Stěpanovová a V. Mokijenko považují za nejdůležitější vlastnosti frazémů ustálenost, reprodukovatelnost, expresivitu a sémantickou celistvost a frazém tedy definují takto: „*Za frazeologickou jednotku lze chápat víceméně ustálené, reprodukovatelné a expresivní slovní spojení, které má zpravidla sémanticky celistvý význam.*“.⁵⁹

N. M. Šanskij hovoří o reprodukovatelnosti slovního spojení jako celistvé jednotky a ustálenosti jeho složení a struktury (včetně ustáleného slovosledu) a frazém definuje následovně: „*Frazeologický obrat je reprodukovatelná jazyková jednotka, skládající se ze dvou či více přízvučných slov, která je sémanticky celistvá ve svém významu a ustálená ve svém složení a struktuře.*“.⁶⁰ Termín *frazeologický obrat* je zde synonymní s termínem *frazém*, jedná se o starší název označující tento jev.⁶¹

Ve většině definic se opakují výše uvedené vlastnosti frazémů, tj. víceslovnost, ustálenost, reprodukovatelnost a sémantická celistvost, ovšem některé definice vydělují i jiná kritéria, která považují za zásadní pro vymezení frazeologismů. Může jít

⁵⁷ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 25.

⁵⁸ MOKIJENKO, Valerij Michajlovič a Ludmila STĚPANOVA. *Ruská frazeologie pro Čechy: Russkaja frazeologija dlja Čechov*. 2. vyd., (rozš.). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, 259 s. Skripta. ISBN 978-80-244-1916-9., str. 10.

⁵⁹ Tamtéž, str. 12–13.

⁶⁰ ŠANSKIJ, Nikolaj Maksimovič. *Frazeologija sovremennogo ruskogo jazyka*. Moskva: Gosudarstvennoje izdatel'stvo "Vysšaja škola", 1963, str. 18–21.

⁶¹ ĎURČO, Peter a Jozef MLACEK. *Frazeologická terminológia*. Bratislava: Stimul, 1995. [cit. 2020-03-10] dostupné z: www.juls.savba.sk/ediela/frazeologicka_terminologia/

např. o nepřeložitelnost, přítomnost archaismu, syntaktickou ustrnulost, nezaměnitelnost komponentů atd.⁶²

František Čermák na problematiku vydělení frazémů pohlíží z jiného úhlu pohledu a tyto tradiční definice frazémů, které jako hlavní kritéria uvádí právě ustálenost, reprodukovatelnost a celistvost významu, odmítá, jelikož podle něj neplatí pro všechny typy frazémů.⁶³ Navrhuje tedy svou vlastní definici, která podle něho frazémy vystihuje:

„Idiom a frazém je jedinečné spojení minimálně dvou prvků, z nichž některý (popř. žádný) nefunguje stejným způsobem v jiném spojení (resp. více spojeních), popř. se vyskytuje pouze ve výrazu jediném (resp. několika málo).“⁶⁴

Frazémy a idiomy patří do skupiny jazykových stereotypů. To znamená, že frazém vstupuje do řeči/textu jako hotová jednotka, kterou nelze upravovat a měnit, jelikož by ztratila na významu – určitou výjimku zde však tvoří frazeologické transformace. Díky této schopnosti bývá frazém často přirovnáván ke slovu – to taktéž vstupuje do řeči jako hotová, neměnná jednotka.^{65,66} Tato jednotka je ustálená a často bývá frekventovaně užívaná, tudíž je mluvčím jazyka známá.⁶⁷

Frazeologismy nevznikají pravidelně podle určitého modelu, neřídí se ani sémantickými pravidly, která určují, které prvky jsou spolu slučitelné a jejich kombinací získáme smysluplné vyjádření, ani pravidly formálními a jazykovými. To způsobuje jejich anomalitu. Vezměme si například frazém *psi počasí*. Z hlediska sémantiky je kombinace těchto slov nesmyslná, protože adjektivum *psi* se běžně pojí se substantivem, které vyjadřuje buď zvuk tohoto zvířete (*štěkot, vrčení*), část těla (*chlupy, tlama*) či něco, co je

⁶² STĚPANOVA, Ludmila. *Česká a ruská frazeologie: diachronní aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, 297 s. Monografie. ISBN 80-244-0795-7, str. 8.

⁶³ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 31.

⁶⁴ Tamtéž.

⁶⁵ MOKIJENKO, Valerij Michajlovič a Ludmila STĚPANOVA. *Ruská frazeologie pro Čechy: Russkaja frazeologija dlja Čechov*. 2. vyd., (rozš.). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, 259 s. Skripta. ISBN 978-80-244-1916-9, str. 20.

⁶⁶ ŠANSKIJ, Nikolaj Maksimovič. *Frazeologija sovremennogo russkogo jazyka*. Moskva: Gosudarstvennoje izdatel'stvo "Vyssšaja škola", 1963, str. 18.

⁶⁷ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 24.

psem vlastněno nebo jemu určeno (*hračka, žrádlo*). Substantivum *počasí* nespadá ani do jedné z těchto kategorií, a proto je z hlediska sémantiky kombinace těchto dvou slov anomálií.⁶⁸ Nedodržení pravidel formálních a jazykových lze ukázat na frazému *ležet ladem*. Tento frazém se vymyká pravidlům syntaxe, nedodržuje totiž valenci slovesa *ležet*. V běžné řeči není možné pojit toto sloveso s instrumentálem, tj. *ležet něčím*. V případě tohoto frazému to však lze.⁶⁹

Z důvodu, že nevznikají pravidelně podle určité analogie, patří frazémy do zavřeného paradigmatu, tzn. do paradigmatu nevstupují nové jednotky a počet jeho členů dále neroste. Zároveň jsou tato paradigmata velmi malá, tj. mají malý počet členů, často se vyskytují i paradigmata jednočlenná. Vraťme se zpět k frazému *psí počasí*. Tento frazém může sloužit jako příklad kolokačního paradigmatu s jediným členem, jelikož v kombinaci se slovem *psí* používáme výhradně slovo *počasí* a naopak, se slovem *počasí* pojíme jedině slovo *psí* (v řeči neexistují frazémy typu **psí déšť*, **psí klima*, **kočičí počasí* atd.).⁷⁰

Z výše napsaného vychází najevo, že žádný z komponentů frazému nelze analogicky nahrazovat komponentem jiným. Pokud se tak stane, tak na dané nové slovní spojení je nahlíženo jako na novotvar, stejně jako na lexikální neologismy.⁷¹ Existuje sice frazém *mít hlavu otevřenou*, nelze však analogicky vytvořit frazém **mít otevřená záda*, **mít otevřené břicho* či **mít přivřenou/zavřenou hlavu*. Stejně tak bývá pro frazémy většinou typická nemožnost gramatické transformace, tzn. frazém nelze převést na otázku, pasiv, imperativ atd. (*Přirůst někomu k srdci* - **Přirosteš mi k srdci?* **Přirost' mi k srdci!*). Zde je ovšem třeba zdůraznit, že omezení gramatických transformací jsou individuální pro každý jednotlivý frazém, tzn. omezení, které platí pro jeden frazém, nemusí nutně platit pro frazém jiný.⁷² Některé frazémy tudíž mohou gramatické transformace podstoupit –

⁶⁸ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 25–28.

⁶⁹ Tamtéž, str. 14.

⁷⁰ Tamtéž, str. 27–28.

⁷¹ ŠANSKIJ, Nikolaj Maksimovič. *Frazeologija sovremennogo ruskogo jazyka*. Moskva: Gosudarstvennoje izdatel'stvo "Vysšaja škola", 1963, str. 18–19.

⁷² ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 30–31.

viz sekce transformace frazémů. Frazémy také obvykle mívají pevně daný slovosled a zpravidla nedochází k tomu, že by se pořadí komponentů uvnitř frazému měnilo (*черным по белому* → **по белому черным*). Ovšem toto pravidlo neplatí vždy, v určitých případech se pořadí komponentů ve frazémech měnit může. V ruštině to platí především pro frazémy se strukturou sloveso-jméno či sloveso-příslovce (*считать ворон – ворон считать*).⁷³

Další zvláštností frazémů je ta, že některé jejich komponenty tvoří specifické formy, které nemají svou vlastní existenci, tzn. neexistují mimo frazeologismus, nikde jinde v řeči není možné se s touto formou setkat. Příkladem může být *holičkách* z frazému *Nechat někoho na holičkách*, *duhu* z frazému *Jít někomu k duhu* či *hin* z frazému *být hin*. Vzhledem k tomu, že se mimo frazeologismy nevyskytují, nemají tyto formy svá lemmata⁷⁴ (**holičky*), nedá se u nich určit slovní druh nebo jiné mluvnické kategorie a samy o sobě nemají ani svůj vlastní význam.⁷⁵ Tyto specifické formy můžeme pozorovat taktéž v ruském jazyce, např. frazém *зadать стрекача* (ve smyslu utéct) obsahuje slovo **стрекач*, které se v ruském spisovném jazyce mimo tento frazém nevyskytuje.⁷⁶

Výše zmíněné vlastnosti frazémů a jejich vymykání se jazykovým a formálním pravidlům způsobuje, že frazémy nelze analyzovat podle kritérií pravidelného jazyka. Tato kritéria však lze využít alespoň k analýze jednotlivých komponentů frazému, čímž dosáhneme jejich vnější charakteristiky. Ovšem i tato analýza je ztížena tím, že se ve frazeologismech často objevují výše popsané jedinečné formy, které mimo frazeologismus neexistují, a tudíž je nelze řádně analyzovat.⁷⁷

Frazeologismy vznikaly různými způsoby, nejčastěji však přišly do řeči skrze metafory a přirovnání. Ve frazeologismech se také mohou konzervovat kombinace slov,

⁷³ ŠANSKIJ, Nikolaj Maksimovič. *Frazeologija sovremennogo russkogo jazyka*. Moskva: Gosudarstvennoje izdatel'stvo "Vysšaja škola", 1963, str. 19.

⁷⁴ Základní podoba lexému (tj. slova nebo fráze), která se uvádí jako reprezentativní ve slovnících.

⁷⁵ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 30.

⁷⁶ ŠANSKIJ, Nikolaj Maksimovič. *Frazeologija sovremennogo russkogo jazyka*. Moskva: Gosudarstvennoje izdatel'stvo "Vysšaja škola", 1963, str. 52.

⁷⁷ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 26.

které byly dříve běžné, s vývojem jazyka se ale v pravidelném jazyce používat přestaly a tyto kombinace dále přežívají již pouze ve frazémeh. ⁷⁸

Je důležité si uvědomovat, že významy frazémů jako celků se odlišují od všech běžných lexikálních významů. Například frazeologismus *Házet flintu do žita* se používá ve významu „vzdát se jakéhokoliv úsilí“ zatímco jeho doslovný protějšek popisuje akt zahození střelné zbraně do obilniny. Z tohoto vyplývá, že frazémy a jejich doslovná homonyma je nutné od sebe odlišovat. Tyto doslovné protějšky frazeologismů se ovšem v textech nevyskytují často. ⁷⁹ Někteří spisovatelé však této vlastnosti frazeologismů využívají k jazykové hře a frazém použijí buď v jeho doslovném významu (*Салов проснулся с ясным ощущением: сегодня ЭТО должно произойти. Все последние месяцы он осторожно держал за пазухой камень обиды, и вот пришло время бросить этот камень, пусть в спину – и справедливость восторжествует.* (Е. Калинин; *Время бросать камни*)) ⁸⁰ či zasadí frazém do takového kontextu, že v něm může vystupovat jak ve svém abstraktním významu, tak ve významu doslovném – tzv. dvojitá aktualizace (*Порфирий Владимирович готов был ризы на себе разодрать, но опасался, что в деревне, пожалуй, некому починить их будет.* (М. Салтыков-Щедрин)). ⁸¹

Vztah mezi pravidelným jazykem a frazeologismy není konkurenční, jak by se mohlo na první pohled zdát, ale naopak, tyto dvě složky jazyka se navzájem doplňují. Při distribuci frazeologismů v textu/řeči může dojít k následujícím třem situacím:

- 1) Frazeologismy jsou primárním nazváním jevu, pravidelný jazyk se pro vyjádření tohoto významu nepoužívá a frazeologismy jsou tudíž v této oblasti monopolní.

⁷⁸ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 26.

⁷⁹ Tamtéž, str. 30-33.

⁸⁰ ТРЕТЬЯКОВА, И.Ю. Коммуникативная направленность окказиональных преобразований фразеологических единиц. Ученые записки ОГУ: Серия: Гуманитарные и социальные науки [online]. 2012, 1(1), 327-331 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-napravlennost-okkazionalnyh-preobrazovaniy-frazeologicheskikh-edinit>

⁸¹ Стилистическое использование фразеологических единиц. *Myfilology.ru – информационный филологический ресурс* [online]. 2016-09-23 10:39:11. [cit. 2020-02-28] Dostupné z: <https://myfilology.ru/russkiyazyk/frazeologiya/stilisticheskoe-ispolzovanie-frazeologicheskix-edinic/>

K tomuto dochází většinou v situacích, kdy vysvětlení tohoto významu prostřednictvím pravidelného jazyka by bylo příliš dlouhé, neohrabané, a i přesto by nemuselo daný význam vystihnout dokonale. Oproti tomu frazeologismus je schopen tento význam obsáhnout pomocí několika slov (např. *být na koni*; *mít máslo na hlavě*).

- 2) Pro daný význam existuje jak pravidelné pojmenování, tak frazeologismus. I v tomto případě si ovšem paralelní výrazy nekonkurují, ale jedná se naopak o výskyt komplementární, kdy se pravidelné pojmenování a frazeologismy vzájemně doplňují, stejně jako např. synonyma. Tyto paralelní významy totiž nejsou zaměnitelné ve 100 % případech, naopak, zaměňovat je lze pouze v určitých kontextech. Jako příklad tohoto jevu můžeme uvést frazeologismus *dát si dvacet* vs. pravidelné pojmenování *zdřímnout si*, či *jít do sebe* vs. *zamyslet se nad sebou*.
- 3) Daný význam se vždy vyjadřuje pomocí pravidelného pojmenování a frazeologismus pro tento význam neexistuje. Tento jev můžeme sledovat primárně v případech, kdy je význam vázaný na konkrétní denotát (např. *lyžování*). Frazeologismy se totiž zpravidla realizují u denotátů abstraktních s výraznou pragmatickou složkou (Existují i výjimky, tj. frazeologismy s konkrétním denotátem, např. *kočičí hlavy*). Tyto frazémy se označují jako kvazifrazémy či kvaziidiomy a nachází se na periférii frazeologie, v pásmu přechodu frazeologie do pravidelného jazyka.).⁸²

2.3 Funkce frazémů

Funkce jako taková je velmi složitý jev, který se snažilo rozklíčovat velké množství vědců v různých vědních disciplínách jako je filozofie, matematika, sociologie či psychologie. Tento jev také neunikl pozornosti ani ze strany lingvistů. Do dnešní doby není přesně stanoveno, co přesně funkce je a existuje mnoho různých výzkumných prací z řad mnoha autorů, ve kterých můžeme najít různé přístupy ke klasifikaci funkce.⁸³

⁸² ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 37.

⁸³ ГИЗАТОВА, Гузель Казбековна. Роль системного подхода в определении функций фразеологизмов. Казанский лингвистический журнал [online]. 2018, 1(1), 31–38 [cit. 2020-04-16]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sistemnogo-podhoda-v-opredelenii-funktsiy-frazeologizmov>

O funkci v lingvistice se zajímali například američtí sémiotikové C. K. Ogden a I. A. Richards, kteří začali rozlišovat referenční a expresivní využití jazyka v komunikačním procesu a vypracovali teorii o třech funkcích jazykového znaku. Jedná se o funkci reprezentativní, expresivní a pragmatickou. Rakouský psycholog Karel Bühler zase u jazykového znaku vydělil funkci výrazovou, výzovou a zobrazovací.⁸⁴

Na konci 20. a začátku 30. let se o funkci začali zajímat lingvisté z Pražského lingvistického kroužku, představitelé lingvistického funkcionalismu. Z nich můžeme zmínit například N. S. Trubeckého, S. J. Karcevského či R. O. Jakobsona. Byl to právě Jakobson, který dále rozvinul funkční diagram K. Bühlera a vypracoval podrobnější model, který zahrnoval šest jazykových funkcí: kromě tří Bühlerových funkcí doplnil model ještě o funkci fatickou, metajazykovou a poetickou. V 60. letech myšlenky funkcionalismu dále rozpracoval francouzský lingvista A. Martinet.⁸⁵

Také otázkou stanovení funkcí frazémů se zabývalo a stále zabývá mnoho lingvistů, kdy každý z nich vypracoval svou vlastní teorii a dělení. Některá dělení se překrývají a sdílí společné prvky, naopak některá se od ostatních výrazně liší.

V české frazeologii se o funkce frazémů zajímá F. Čermák, který největší pozornost věnuje funkci kompoziční, strukturní a nominativní.⁸⁶

Funkce kompoziční, také nazývaná fregeovskou funkcí, spočívá v pravidelné kombinaci významových jednotek ve vyšší celky a význam onoho vyššího celku je souhrnem významů svých komponentů. Pro frazémy však toto neplatí, jak již bylo výše v této práci vysvětleno. Celkový význam frazému se nedá odvodit z významu jeho komponentů, a proto jsou frazémy v tomto ohledu anomální. Frazémy proto kompoziční funkci nemají.⁸⁷

⁸⁴ ГИЗАНОВА, Гузель Казбековна. Роль системного подхода в определении функций фразеологизмов. Казанский лингвистический журнал [online]. 2018, 1(1), 31–38 [cit. 2020-04-16]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sistemnogo-podhoda-v-opredelenii-funktsiy-frazeologizmov>

⁸⁵ Tamtéž.

⁸⁶ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 212–213.

⁸⁷ Tamtéž.

Strukturní funkce je schopnost frazému začleňovat se do vyšších syntaktických jednotek. Touto funkcí oplývají všechny frazémy, ovšem každý typ frazému má strukturní funkci jinou. Kolokační frazémy jsou schopny se začleňovat do vět, frazémy propoziční do promluv. Kolokační frazémy pak podle jejich funkčního vztahu, tj. podle toho, jestli se kombinují s dalšími kolokacemi nebo propozicemi, F. Čermák dále dělí na **adkolokační** (verbální – *chytat lelky*, nominální – *zlatý důl*, modifikační – *nemastný neslaný*, relační – *na úkor něčeho*, substituční – *čertví kdo*) a **adpropoziční** (modifikační – *pro jednou* a relační – *že by*). U frazémů propozičních F. Čermák vyděluje v závislosti na strukturní funkci různé módy, dle kterých dělí propoziční frazémy na **indikativní** (*Ani pes by to nežral.*), **imperativně-vokativní** (*Abys to nezakřikl!*) a **interogativní** (*A já jsem vosk?*).⁸⁸

Funkce nominativní se na rozdíl od funkce strukturní a kompoziční nevztahuje k jazykové struktuře, ale k vnějšímu denotátu, který obvykle bývá abstraktní či myšlený (frazeologismy s konkrétními denotáty, jako například *kočičí hlavy* – „velké a nerovné dlažební kameny“, se vyskytují pouze na periférii frazeologie). Nominativní funkci lze pak podle jejích různých typů dále dělit na **deznativní**, která je založená na vztahu frazému jako znaku k jeho denotátu, jde tudíž o vztah pojmový, a **pragmatickou**, která vychází ze subjektivního vztahu účastníků promluvy ke frazému, kdy nejčastěji jde o vztah evaluativní, tj. hodnotící.⁸⁹ Pragmatická funkce se může dělit do 5 základních tříd. Jedná se o třídu **faktuální** – vztah mluvčího k určité situaci, faktu (*To je v háji.*), **voluntativní** – mluvčí chce vyvolat nějaký účinek u posluchače (*Nevěš hlavu!*), **expresivní** – mluvčí vyjadřuje své zaujetí k situaci (*Klobouk dolů!*), **emocionální** – mluvčí vyjadřuje svou emocionální reakci k posluchači (*Dobře, že deš.*), a **deklarativní** – mluvčí nastoluje novou situaci (*Ať je po tvým!*).⁹⁰

Na základě nominativní funkce pak Čermák vyděluje několik funkčních typů frazémů. U frazémů kolokačních se jedná o **deznátory**, jejichž primárním účelem je denotáty označovat (*jablko sváru*) a o **operátory**, které deznátory buď spojují, nahrazují, komentují, nebo na ně ukazují (*k zbláznění*). U frazémů propozičních pak vyděluje typ **vokativní**, který vyjadřuje vztah mluvčího a posluchače (*Koukej mazat!*), **tematický**, který

⁸⁸ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 214–215.

⁸⁹ Tamtéž, str. 214–217.

⁹⁰ Tamtéž, str. 55–57.

vyjadřuje vztah mluvčího k tématu (*To zrovna!*), **mediální**, vyjadřující vztah mluvčího k prostředku komunikace (*Mám to na jazyku.*) a **situační**, vyjadřující vztah k situaci (*Ted' anebo nikdy!*).⁹¹

Dále se F. Čermák pokouší přiřadit k různým funkčním typům prepozičních frazémů komunikativní funkce, vypracované R. Jakobsonem. Uvádí, že vokativní typ frazému plní především funkce emotivní a konativní, tematický a situační typ funkci referenční a mediální typ funkci metajazykovou. Funkci fatickou můžeme sledovat jak u vokativních, tak tematických frazémů a funkci poetickou u všech typů frazémů.⁹²

F. Čermák se ve svém díle *Frazeologie a idiomatika česká a obecná* také krátce zmiňuje o dalších možných funkcích, které ovšem dále nerozebírá. Jedná se o funkci estetickou a ekonomickou.⁹³

V ruské frazeologii se klasifikací funkcí frazémů zaobíralo a stále zaobírá mnoho vědců. Doposud ovšem nebyla vypracovaná jednotná klasifikace funkcí, která by byla všeobecně uznávaná, a tudíž je v tomto směru nutné ještě další studium. Klasifikace, vypracované různými lingvisty se někdy více nebo méně překrývají, zde se pokusíme podat krátký přehled nejčastěji se objevujících funkcí.

K funkcím, které se objevily v několika klasifikacích různých ruských lingvistů patří následující:

Funkci **nominativní** (номинативную) můžeme nalézt například u J. A. Gvozdareva, A. M. Emirovy či A. V. Kunina.⁹⁴ Posledně jmenovaný definuje tuto funkci tak, že každý frazém koreluje s nějakým objektem či situací v reálném světě a je schopen tento objekt či situaci pojmenovávat. Toto tvrzení dále podporuje poukázáním

⁹¹ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 212–213.

⁹² Tamtéž, str. 214–217.

⁹³ Tamtéž, str. 61.

⁹⁴ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

na to, že frazeologizmy pomáhají v řeči vyplnit, pojmenovávat věci a situace, které v oblasti standardních jazykových výrazů nemají pojmenování žádné.⁹⁵

Funkce **emocionálně-expresivní** (эмоционально-экспрессивная, někdy také nazývaná funkcí emotivní) se skládá, jak už vypovídá sám název, ze dvou částí. Emocionální funkce je schopnost frazému projevit emocionální stav autora, umožňuje mluvčímu poskytnout subjektivní hodnocení objektu či situace, založené na emocích mluvčího, a může emocionálně ovlivnit recipienta. Expresivní funkce frazému umožňuje mluvčímu vyjádřit intenzitu sdělení, dává řeči důraz, akcentuje ty aspekty, na které chce mluvčí obrátit pozornost recipienta.⁹⁶ Emocionální a expresivní funkce jsou spolu natolik úzce spjaty, a ve mnoha případech nelze přesně určit, zdali se jedná o jednu či o druhou funkci, že bývají většinou lingvistů spojovány do jedné kategorie a zkoumají je společně. Tuto funkci můžeme pozorovat například u A. M. Emirovy, V. M. Savického, E. A. Dobrydnevy, či u J. A. Gvozdareva, který vyčleňuje funkci expresivně-obraznou.⁹⁷

Funkci **stylistickou** (стилистическую) popisuje A. V. Kunin jako schopnost frazému dosáhnout určitého stylistického efektu při zachování obecného obsahu výpovědi. Frazémy, mající tuto funkci jsou stylisticky zabarvené, obsahují konotace, které zařazují frazém do určitého stylu.⁹⁸ Mimo Kunina tuto funkci vydělují také J. A. Gvozdarev či M. A. Fokina.⁹⁹

Funkce **hodnotící** (оценочная) je podle A. V. Kunina úzce spjatá s emocemi mluvčího, který prostřednictvím frazémů vyjadřuje své emoce, hodnocení, určitého objektu či situace. Frazém může obsahovat buď hodnocení pozitivní, či negativní, některé frazémy mohou být použity v obou variantách v závislosti na kontextu, ve kterém se

⁹⁵ КУНИН, А. В. *Курс фразеологии современного английского языка*. Второе, переработанное. Москва: Феникс, 1996. ISBN 5-87905-042-4, str. 58

⁹⁶ ЭМИРОВА, А. М. Образный мир В. Набокова. In: ЭМИРОВА, А. М. *Избранные научные работы*. Симферополь: Крымучпедгиз, 2008, s. 241-247. ISBN 978-966-354-225-6, str. 246.

⁹⁷ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

⁹⁸ КУНИН, А. В. *Курс фразеологии современного английского языка*. Второе, переработанное. Москва: Феникс, 1996. ISBN 5-87905-042-4, str. 60.

⁹⁹ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

nacházejí.¹⁰⁰ V. M. Savickij vyděluje funkci emociálně-hodnotící, J. A. Gvozďarev vyděluje funkci hodnotící-charakterizující.¹⁰¹

Fatickou funkci vysvětluje A. M. Emirova jako funkci, která spočívá v navazování kontaktu s druhou osobou. Tuto roli můžeme pozorovat například u frazémů, které se používají jako formule zahajující rozhovor. Užití určitého frazému nás také může informovat o tom, jak blízký vztah má mluvčí k oslovované osobě, či na jaké pozici v sociální hierarchii se mluvčí vůči oslovované osobě nachází.¹⁰² Tuto funkci vyděluje také E. A. Dobrydneva.¹⁰³

Funkce **estetická** (эстетическая) je podle A. M. Emirovy úzce svázaná s funkcí expresivní. Estetická funkce spočívá v použití frazému s účelem vyvolat u recipienta příjemný pocit, estetické potěšení, způsobené obrazností a neobvyklostí frazému.¹⁰⁴ Dále tuto funkci můžeme nalézt například také u E. A. Dobrydnevy.¹⁰⁵

S funkcí **kumulativní** (кумулятивной) se podle A. V. Kunina můžeme setkat například u přísloví. Tato funkce je v řeči realizována formou rad, varování, a podobně,

¹⁰⁰ КУНИН, А. В. *Курс фразеологии современного английского языка*. Второе, переработанное. Москва: Феникс, 1996. ISBN 5-87905-042-4, str. 93.

¹⁰¹ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

¹⁰² ЭМИРОВА, А. М. О языковых функциях фразеологических единиц (идиом). In: ЭМИРОВА, А. М. *Избранные научные работы*. Симферополь: Крымучпедгиз, 2008, s. 98-106. ISBN 978–966–354–225–6, str. 101.

¹⁰³ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

¹⁰⁴ ЭМИРОВА, А. М. О языковых функциях фразеологических единиц (идиом). In: ЭМИРОВА, А. М. *Избранные научные работы*. Симферополь: Крымучпедгиз, 2008, s. 98-106. ISBN 978–966–354–225–6, str. 102.

¹⁰⁵ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

které vznikly na základě životních zkušeností obyvatelstva.¹⁰⁶ O této funkci se ve své klasifikaci zmiňuje i A. M. Emirova¹⁰⁷ či V. M. Savickij.¹⁰⁸

Funkci **textovou** (текстообразующая) frazeologismy získávají při zasazení do určitého textu. Frazémy, tak jako jiné gramatické a lexikální prostředky jsou podle tvrzení A. V. Kunina schopné strukturovat text a v určitých případech mohou sloužit i jako prostředek, který spojuje dvě části textu v jeden logický celek.¹⁰⁹ Tuto funkci také zmiňuje I. I. Černyševa¹¹⁰ či M. A. Fokina¹¹¹.

Mimo tyto uvedené funkce lze pozorovat i mnoho dalších funkcí, které jsou ovšem vydělovány pouze jedním ze zmíněných lingvistů; jako příklad můžeme uvést funkci syntaktickou (J. A. Gvozdev), symbolickou (A. M. Emirova), mnemotechnickou, eufemistickou či modelovou (V. M. Savickij), pragmatickou, deiktickou, voluntativní (A. V. Kunin) a další.¹¹²

Srovnáme-li pohled českých a ruských lingvistů, tak zjistíme, že jejich klasifikace se shodují na těchto funkcích: nominativní, expresivní, emocionální, fatická, estetická, voluntativní a pragmatická.

2.4 Transformace frazémů

Transformací se ve frazeologii chápe ten proces, kdy dojde ke gramatické nebo strukturní změně frazémů, což způsobí, že výsledná forma transformace se liší svým postavením

¹⁰⁶ КУНИН, А. В. *Курс фразеологии современного английского языка*. Второе, переработанное. Москва: Феникс, 1996. ISBN 5-87905-042-4, str. 60.

¹⁰⁷ ЭМИРОВА, А. М. О языковых функциях фразеологических единиц (идиом). In: ЭМИРОВА, А. М. *Избранные научные работы*. Симферополь: Крымучпедгиз, 2008, s. 98-106. ISBN 978-966-354-225-6, str. 99.

¹⁰⁸ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

¹⁰⁹ КУНИН, А. В. *Курс фразеологии современного английского языка*. Второе, переработанное. Москва: Феникс, 1996. ISBN 5-87905-042-4, str. 61.

¹¹⁰ Tamtéž.

¹¹¹ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 132–136.

¹¹² Tamtéž.

v textu od postavení původního frazému, tj. jeho báze.¹¹³ Stejně jako u funkcí frazémů, existuje mnoho různých teorií, vydělujících různé druhy transformací.

F. Čermák rozděluje transformace na následující typy:

Mezirovinné, kdy výsledná transformace se od své báze liší tím, že přešla z jedné roviny do druhé (např. z roviny propoziční do roviny kolokační). Obvykle patří báze do roviny vyšší, avšak existují i případy, kdy je tomu naopak (propozicionalizace). V rámci mezirovinných transformací lze vydělit následující typy: lexikalizace (*lelkovat* ← *chytat lelky*), kolokalizace (*sejít z mysli* ← *sejde z očí, sejde z mysli*) a propozicionalizace (*Stalo se to v hodině dvanácté* ← *udělat něco v hodině dvanácté*).¹¹⁴

Vnitrorovinné transformace mezistrukturní – jde o případy, kdy výsledné transformace zůstanou na stejné rovině, jako jejich báze, ale přejdou do jiné struktury. Nejčastěji se tato transformace objevuje u kolokačních frazémů. Mezi druhy této transformace patří nominalizace (*překročení Rubikonu* ← *překročit Rubikon*), adjektivizace (*postavený na hlavu* ← *postavit něco na hlavu*), verbalizace (*mít sílu lva* ← *být silný jako lev*) a komparativizace (*být jako prašivá ovce* ← *prašivá ovce*).¹¹⁵

Vnitrorovinné transformace vnitrostrukturní – v těchto případech se vnitřní kombinační struktura začne větvit ve vícečlennou a tím dochází k transformaci. F. Čermák opět vyděluje několik typů: syntagmatické transformace, které se dále dělí na kvantitativní (dojde buď k rozšíření nebo zúžení struktury frazému: *staré zlaté časy* – srov. se *zlaté časy*) a kvalitativní (dojde k inverzi slovosledu: *anděl strážný* – srov. se *strážný anděl*). Druhým typem jsou transformace paradigmatické, které se taktéž dělí na kvantitativní (dojde k substituci číslovkou: *oblíznout všech deset* – srov. se *oblíznout všech deset prstů*) a kvalitativní (dojde k substituci zájmen – *moje (jeho, tvoje, vaše) maličkost*). Posledním typem jsou transformace smíšené.¹¹⁶

¹¹³ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 66.

¹¹⁴ Tamtéž, str. 67–68.

¹¹⁵ Tamtéž.

¹¹⁶ Tamtéž, str. 68–69.

Transformace aktualizační jsou vždy závislé na kontextu, ve kterém je frazém použit. I zde jsou vyčleňovány syntagmatické, paradigmatické a smíšené typy. Syntagmatické transformace mohou být kontaktní (aditivní – *zcela zahladil stopy*; redukční – *chytrému napověz...* a inverzní – *hory doly sliboval*) či distanční, kdy dojde k tomu, že se frazém rozdělí a přijme mezi sebe vnější prvek (*měl konečně čistý stůl*). Paradigmatické typy mohou být buď statutární (fázové – *vzít si něco do hlavy X pustit něco z hlavy*; agenciální – *hodit někomu něco na krk* (agens) X *dostat někoho na krk* (patiens)) nebo morfologické (deiktické – změna osoby, čísla či času; relační – změna pádu; modulační – změna modu, transformování v otázku či v negaci). Do smíšeného typu patří pasivizace frazému.¹¹⁷

Zde je nutno podotknout, že míra schopnosti každého frazému transformovat se je individuální, a tudíž ne každý frazém může podstoupit všechny výše zmíněné transformace.

Stejně jako u funkcí frazeologismů, i transformace byly zkoumány mnoha ruskými lingvisty, kteří se pokoušeli o své vlastní klasifikace. U transformací frazémů taktéž neexistuje jednotná obecně uznávaná klasifikace, a tak se i zde musíme uchýlit k vyčíslení nejčastěji uváděných typů transformací.

Patří sem transformace **fonetická** (*между/меж двух огней* – V. P. Žukov a A. V. Žukov, E. I. Dibrova, J. A. Gvozdev), **morfologická** (*палец/пальцем о палец не ударишь* – V. P. Žukov a A. V. Žukov, E. I. Dibrova, J. A. Gvozdev, N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko, A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko), **vidové varianty** (*делать/сделать из мухи слона* – V. P. Žukov a A. V. Žukov, M. I. Sidorenko, N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko), transformace **slovotvorná** (*под крылом/крылышком у кого-либо* – V. P. Žukov a A. V. Žukov, E. I. Dibrova, J. A. Gvozdev, N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko), **lexikální** (*взять себе в голову/башку* – V. P. Žukov a A. V. Žukov, E. I. Dibrova, J. A. Gvozdev, N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko), **syntaktická** (*вожжа под хвост попала/попади* – E. I. Dibrova, M. I. Sidorenko, J. A. Gvozdev, A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko, I. J. Treťjakova), **kvantitativní** – rozšíření či redukce struktury frazémů (*нустить (красного) петуха* – E. I. Dibrova, M. I. Sidorenko, N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko,

¹¹⁷ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0, str. 69–70.

A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko, I. J. Treťjakova, N. L. Šadrin), **stylistická** (M. I. Sidorenko, N. L. Šadrin), **sémantická** (J. A. Gvozdarev, N. L. Šadrin) **použití frazému v doslovném významu** (N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko, A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko, I. J. Treťjakova), **kontaminace** frazému (N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko, A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko, I. J. Treťjakova), použití **elipsy** ve frazému (A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko, I. J. Treťjakova), **dvojitá aktualizace** frazému, kdy frazém v určitém kontextu vystupuje jak ve svém abstraktním, tak doslovném významu (A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko, I. J. Treťjakova, N. L. Šadrin) a **inverze rolí** komponentů ve frazeologismu (*волк в овчьей шкуре* → *овца в волчьей шкуре* – A. M. Merelovič a V. M. Mokijenko, I. J. Treťjakova).¹¹⁸

Zde je nutno zdůraznit, že tento výčet transformací není kompletní. Různí ruští lingvisté vyčleňují různé další druhy transformací, např. N. F. Alefirenko a N. N. Semenenko ve své klasifikaci dále vydělují rozšíření či zúžení významu komponentu frazému či záměnu komponentu paronymem.¹¹⁹

Z výše napsaného je zřejmé, že představitelé ruské lingvistiky se danou problematikou zabírali více do hloubky a klasifikaci F. Čermáka by bylo potřeba přepracovat a rozšířit o další složky. Z jeho klasifikace se s ruskými lingvisty shodovaly pouze transformace kvantitativní a kvalitativní (tu ve své kvalifikaci uvádí N. L. Šadrin).

¹¹⁸ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 62–69.

¹¹⁹ Tamtéž.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3. Funkce frazeologismů v románu *Generation P*

V této práci pracujeme s románem V. Pelevina *Generation „II“*, vydaném v roce 2015 nakladatelstvím *AST*. Pro výzkum bylo v románu celkem nalezeno 524 individuálních kontextů, obsahujících frazeologismy, které jsme následně podrobili analýze. V té jsme u všech námi identifikovaných frazeologismů určili funkce, které v románu zastávají, a rozřadili jsme je do příslušných skupin (přičemž jeden frazeologismus může zastávat více funkcí najednou, a tudíž se mohl vyskytovat ve více skupinách najednou). Následně jsme vyhodnotili, které funkce se u frazeologismů nacházely nejčastěji a těmito funkcemi jsme se dále zabývali v naší práci. Jedná se o následující funkce: nominativní, expresivní, emocionální, ludická, dysfemistická, eufemistická, argumentativní a rekapitulující. Kromě těchto funkcí jsme v románu identifikovali i funkce jiné, které se ovšem v románu vyskytovaly v zanedbatelném množství, tudíž jsme s nimi dále nepracovali (např. funkce kumulativní, voluntativní, symbolická).

Inventář frazeologismů, užitý autorem v románu, je velice pestrý. Autor také v románu dokazuje svou tvořivost při práci s frazeologismy, v díle můžeme totiž narazit na poměrně velké množství autorských frazeologismů. Jedním ze způsobů, jimiž spisovatel tyto frazeologismy vytváří, je transformace již existujícího frazému (*полутемно и прохладно, как в танке*¹²⁰ ← *глухо, как в танке; законопатить мозги*¹²¹ ← *промыть мозги; как гробы после вождя*¹²² ← *как грибы после дождя*). Tyto transformace umožňují autorovi lépe zasadit dané frazémy do okolního kontextu, pomáhají konkretizovat jejich význam, vztahují frazém ke konkrétní situaci. V posledním námi uvedeném případě transformovaný frazeologismus dále nabývá negativního zabarvení, jež původní frazém nemá, došlo tak ke změně v jeho expresivitě.

Kromě transformací V. Pelevin v románu také přichází se svými vlastními, originálními frazeologismy, tj. slovními spojeními, které se nenachází v komunikačním

¹²⁰ Pelevin, str. 11.

¹²¹ Tamtéž, str. 21.

¹²² Tamtéž, str. 22.

úzu, avšak v textu tato slovní spojení vystupují jako celistvé jednotky s abstraktním významem, který neodpovídá významu komponentů, jež je tvoří.

*Иногда в окошке появлялся кулак, похожий на волосатую дыню, но было ясно, что его обладателя можно смело посылать во все шесть направлений.*¹²³ Zde tento autorský frazeologismus vystupuje ve významu „poslat pryč, vyhnat“. K tomuto autorskému frazeologismu je synonymní uzuální frazém *послать к черту* či *послать ко всем чертям*.

*Он моим коммерсантом был, когда ты еще коз в горах пас.*¹²⁴ Tento autorský frazeologismus zde nese význam „hodně dávno, před dávnou dobou“ a zároveň obsahuje negativní zabarvení, užitím tohoto frazému mluvčí dává recipientovi najevo, že si ho neváží a že se nachází na nižší úrovni než on, a to z důvodu věkového rozdílu mezi nimi.

Některé z Pelevinových autorských frazeologismů dokonce postupně začínají přecházet do běžné mluvy. Jako příklad můžeme uvést frazém *лажа зарыта* (*Я вообще-то не экономист, но точно чувствую — дело гнилое, какая-то тут лажа зарыта*.¹²⁵). Tento frazeologismus vznikl na základě transformace uzuálního frazému *собака зарыта*, kdy autor zaměnil komponent *собака* komponentem *лажа*, a takto upravený frazém se uchytil v hovorové mluvě a dnes se s ním můžeme setkat v různých internetových článcích či diskuzích:

*Кацапы ! Тут явно какая-то лажа зарыта !*¹²⁶

*Я и мои друзья особо не бедствуем, но все равно, когда после научной работы в оборонных НИИ стоишь и торгуешь на рынке китайскими шмотками, то чувствуешь: какая-то в этой рыночной экономике лажа зарыта.*¹²⁷

¹²³ Pelevin, str. 12.

¹²⁴ Tamtéž, str. 124.

¹²⁵ Tamtéž, str. 126.

¹²⁶ Кацапы ! Тут явно какая-то лажа зарыта ! Цей журнал є лише хаотичний, але відкритий приватний записничок злостивого кримського укропа.. — LiveJournal [online]. 7. 4. 2015 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://barabas-open.livejournal.com/422718.html>

¹²⁷ Красный день календаря мы отпразднуем не зря. Яррег – новости Ярославской области [online]. Ярославль, с2011-2020, 6. 11. 2004 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: https://yarreg.ru/articles/sk_news_3_46805/

*ТС собирается циферками опознавательные знаки вешать. При этом URL вообще не известен. Я пока не соображу, но тут явно какая-то лажа зарыта.*¹²⁸

Naprosto unikátní přístup při práci s frazeologismy můžeme u V. Pelevina pozorovat při vytváření jeho reklamních sloganů. Frazémy v nich totiž využívá velmi často, a to až už v jejich původní podobě (*ПЕНСИОННЫЙ ФОНД «ТИХАЯ ГАВАНЬ»*¹²⁹, *И ДЫМ ОТЕЧЕСТВА НАМ СЛАДОК И ПРИЯТЕН*¹³⁰) či transformované (*ДЕНЬГИ ПАХНУТ!*¹³¹ – transformace původně negativní propozice v pozitivní; *ПАР КОСТЕЙ НЕ ЛАМЕНТ*¹³² – transformace frazému *жар костей не ломит*, nahrazení komponentů frazému komponenty jinými).

3.1 Nominativní funkce

Nominativní funkcí se rozumí vztah jazykové jednotky k reálnému světu, kdy jazyková jednotka je schopna nazývat denotáty. Nominativní funkci najdeme téměř u všech jazykových jednotek,¹³³ ovšem zda jí oplývají i frazeologismy je dodnes předmětem sporů. Někteří lingvisté (N. V. Vakurov, A. I. Fedorov) jsou toho názoru, že frazémy nominativní funkci nemají a v jazyce slouží pouze pro vyjádření expresivity. Oproti tomu jiní lingvisté (A. M. Merelovič, A. V. Kunin, V. N. Telija a mnoho dalších) jsou přesvědčeni, že nominativní funkce se vyskytuje i u frazeologismů, jelikož frazémy vždy nazývají, evokují či označují určitý koncept, který je vždy stejný nezávisle na tom, v jakém kontextu se vyskytuje. Tak například frazém *правая рука* (*pravá ruka*) vždy označuje člověka, který je něčí nejbližší, nepostradatelný pomocník.¹³⁴

¹²⁸ Bastonc / Пользпватели. ПЫХА [online]. 2007, 28. 5. 2010 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <http://pyha.ru/users/bastonc/>

¹²⁹ Pelevin, str. 91.

¹³⁰ Tamtéž, str. 42.

¹³¹ Tamtéž, str. 53.

¹³² Tamtéž, str. 26.

¹³³ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 143.

¹³⁴ СЕМЕНОВА, Наталья Анатольевна. *Языковые и речевые функции фразеологических единиц*. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, no. 9, 2014, str. 388-391. [cit. 2020-03-10], dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-i-rechevye-funktsii-frazeologicheskikh-edinits>

Dovolujeme si souhlasit s těmi lingvisty, kteří nominativní funkci frazémům přisuzují. V románu Viktora Pelevina se vyskytuje mnoho frazémů, které nazývají určitý denotát, ať už osobu, místo či situaci:

*Это вполне мог быть, например, бандит средней руки или бизнесмен — или, как чаще всего бывало, нечто среднее.*¹³⁵

Zde frazeologismus *средней руки* označuje osobu, která je průměrná, druhořadá, nedůležitá.

*Нет, ты уже не моряк (...) Ты и не был им никогда — ты просто плыл всю жизнь в эту тихую гавань.*¹³⁶

Frazeologismus *тихая гавань* nazývá klidné a tiché místo, kde člověk může žít ničím nerušený život.

— *К делу. Здесь вроде не прослушивают, но говори на всякий случай тихо. Молодец, все отлично. Как по нотам. Вот твоя доля.*¹³⁷

V tomto případě, mluvčí užitím frazeologismu vyjadřuje svou spokojenost s danou situací.

— *Теперь запомни, — сказал он тихо. — Пока ты здесь работаешь, ходишь ты подо мной. По всем понятиям так.*¹³⁸

V tomto případě je frazém taktéž použit k nazvání situace. Frazeologismus *ходить под кем-то* označuje situaci, kdy je jeden člověk podřízený druhému a je nucen ho poslouchat.

*Татарский, конечно, ненавидел советскую власть в большинстве ее проявлений, но все же ему было непонятно — стоило ли менять империю зла на банановую республику зла, которая импортирует бананы из Финляндии.*¹³⁹

¹³⁵ Pelevin, str. 12.

¹³⁶ Tamtéž, str. 91.

¹³⁷ Tamtéž, str. 176.

¹³⁸ Tamtéž, str. 99.

¹³⁹ Tamtéž, str. 11.

I v tomto případě frazém *банановая республика* označuje koncept, ideu, která je neměnná nezávisle na kontextu, ve kterém se vyskytuje. Tento frazém označuje stát, nejčastěji v karibské, latinskoamerické či africké oblasti, v jehož čele stojí malá, často samozvaná a zkorumpovaná vláda. Tyto země jsou často nestabilní a mají sklon k revolucím či k státním převratům. Termín „banánová republika“ vznikl jako poukázání na fakt, že ekonomika těchto států je většinou závislá na zemědělství. Občas tento termín může být přeneseně použit i pro stabilní státy jako způsob poukázání na problémy, které tato země má. Tak tomu je i v námi uvedeném příkladu, kdy je tento termín použit pro označení Ruské federace. Dovolujeme si tvrdit, že tento frazém vždy označuje nějakou konkrétní zemi, tudíž tento frazém má svůj denotát, a proto se u tohoto frazému vyskytuje nominativní funkce.

Nominativní funkce je u frazeologismů vždy těsně spojená s funkcí expresivní, jelikož mluvčí užitím frazeologismu chce přitáhnout pozornost adresáta na označovaný koncept tím, že užije zvláštního, neobyčejného nazvání.¹⁴⁰ Výše citované frazémy tak kromě nominativní funkce vyjadřují i určité hodnocení. První případ vyjadřuje negativní hodnocení, druhý pozitivní, kladné pocity, třetí a čtvrtý opět pocity silně negativní a u posledního z našich příkladů se jedná o pocit tak silně negativní, že frazém můžeme nazvat pejorativním.

Kromě frazeologismů, které nazývaly obecné koncepty, se v románu ve zvýšené míře vyskytovaly také frazeologismy spojené s reklamou, marketingem a prodejem (*промыть мозги потребителю*¹⁴¹, *законопатить мозги заказчику*¹⁴², *пробный шар*¹⁴³, *деньги не пахнут*¹⁴⁴, *черный нал*¹⁴⁵, *черный пи-ар*¹⁴⁶ atd.), což svědčí

¹⁴⁰ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 144–145.

¹⁴¹ Pelevin, str. 21.

¹⁴² Tamtéž.

¹⁴³ Tamtéž, str. 23.

¹⁴⁴ Tamtéž, str. 53.

¹⁴⁵ Tamtéž, str. 96.

¹⁴⁶ Tamtéž, str. 98.

o tom, že frazeologismy se běžně používají i k nazvání konceptů, které jsou úzce spjaté s určitou profesní oblastí. V románu se hlavní hrdina živí právě marketingem, a tak je jen logické, že se v románu budou tyto frazémy vyskytovat.

Po prostudování frazeologismů v tomto románu se přikláníme k názoru, že nominativní funkce je frazémům přisuzována zcela oprávněně. V díle totiž můžeme pozorovat, že autor frazémy využívá k pojmenování jak obecných konceptů a situací, tak i k nazvání konkrétních praktik v úzké profesní oblasti.

3.2 Expresivní a emocionální funkce

Expresivní a emocionální funkcí se rozumí schopnost určité jazykové jednotky předávat posluchači záměr mluvčího prostřednictvím emocionálně-expresivního systému hodnot, reprodukováným určitými jazykovými prostředky.¹⁴⁷ Jelikož použitím frazému mluvčí dává vždy najevo svůj názor na nazývanou věc, expresivní a emocionální funkce jsou nedílnou součástí každého frazeologismu. Vzhledem k tomu, že expresivní a emocionální funkce bývají často neoddělitelně spjaty a není snadné odlišit jednu funkci od druhé, bývají většinou expresivní a emocionální funkce zkoumány dohromady¹⁴⁸ a pro stejný postup jsme se rozhodli i v této práci.

Expresivní a emocionální funkce frazeologismů hrají v románu Viktora Pelevina zásadní roli. V románu se totiž vyskytuje velké množství dialogu a postavy v něm mluví jazykem, který má za úkol reflektovat ruskou hovorovou řeč, při které cílem mluvčího ve většině případů není pouze předat adresátovi jistou informaci, ale také vyjádřit své pocity a postoj k dané informaci,¹⁴⁹ čehož dosahují, mimo jiné, právě použitím frazeologismů:

¹⁴⁷ БАЙКО, Валерия Александровна. Экспрессивная функция интертекста в современном детективном тексте. Филологические науки. Вопросы теории и практики. [online]. 2018, 5-2(83), 304-308 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekspressivnaya-funktsiya-interteksta-v-sovremennom-detektivnom-tekste>

¹⁴⁸ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 155.

¹⁴⁹ Tamtéž.

*На фиг тебе надо мозги размножать за такую зарплату. Чем меньше знаешь, тем легче дышишь.*¹⁵⁰ – frazém *на фиг* má v sobě zakomponované hodnocení něčeho jako zbytečné, bez užitku, tj. užitím tohoto frazému mluvčí vyjadřuje svůj negativní postoj k určité věci.

*К чертовой матери! Будем с эфира снимать.*¹⁵¹ – tento stylisticky snížený frazém vyjadřuje rozčilení mluvčího a jeho negativní, vypjaté pocity k nastalé situaci.

*Написал программу, которая в конце каждого месяца всю директорию должна была стирать, если он ее вручную не тормознет. (...) А потом — дефолт всему. Леня волосы на себе рвал.*¹⁵² – frazém *рвать на себе волосы* označuje extrémně vypjatou situaci, kdy člověk v reakci na negativní událost projevuje své zoufalství a beznaděj.

Tím, jak se začíná integrovat do běžné řeči a bývá používán čím dál častěji, ztrácí frazém na své zvláštnosti a výjimečnosti, a tak se jeho expresivní a emocionální složka postupem času oslabuje a vytrácí. Spisovatelé se ji tedy snaží oživit využitím různých transformací frazému, s cílem ozvláštnění frazému a opětovného přitáhnutí pozornosti adresáta na frazém.¹⁵³ Pelevin ve svém románu k dosáhnutí tohoto cíle využívá různých postupů:

Prvním, který můžeme zmínit a který autor v románu používá je záměna lexikálních komponentů frazému na základě zvukové podobnosti. Autor transformuje frazém tak, že zamění jeden či více z lexémů, který jej tvoří, lexém jiným, který je zvukově podobný lexému původnímu, avšak jeho význam je odlišný:

*Эти агентства множились неудержимо — как грибы после дождя или, как Татарский написал в одной концепции, гробы после вождя*¹⁵⁴

¹⁵⁰ Pelevin, str. 179.

¹⁵¹ Tamtéž, str. 166.

¹⁵² Tamtéž, str. 191.

¹⁵³ СЕМЕНОВА, Наталья Анатольевна. *Языковые и речевые функции фразеологических единиц.* Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, no. 9, 2014, str. 388-391. [cit. 2020-03-10], dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-i-rechevye-funktsii-frazeologicheskikh-edinits>

¹⁵⁴ Pelevin, str. 22.

V tomto případě autor zaměnil hned dva lexémy, tvořící původní frazém – lexém *гриб* byl zaměněn lexémem *гроб* a lexém *дождь* lexémem *вождь*. Tento nově vytvořený frazém nabývá nového významu a zároveň přitahuje pozornost čtenáře, na kterého působí jako něco unikátního, zvláštního a výjimečného. Fakt, že autor vedle tohoto nového frazému použil v textu i frazém původní, ještě více zvětšuje kontrast mezi původním a nově vytvořeným frazémem. Dále u tohoto nového frazému dochází ke změně emocionálního hodnocení – zatímco frazém původní je z hodnotícího hlediska neutrální, nový frazém už v sobě obsahuje negativní hodnocení, jelikož odkazuje na válku a smrt.

Единственным сомнительным эхом этого слогана в заснеженном рекламном пространстве Москвы оказалась фраза «С корабля на бал», взятая неизвестным коллегой Татарского у того же Грибоедова. (...) Татарский ощутил по этому поводу укол ревности, но несильный — девушка с ментоловой рекламы была подобрана под вкусы настолько широкой целевой группы, что текст самопроизвольно читался как «С корабля на бл».*^{155,156}

V tomto případě došlo k záměně pouze jednoho z komponentů, tvořících frazém, substantivum *бал* bylo nahrazeno citoslovcem *бл**. Kromě toho, že nový lexém je opět zvukově podobný s lexémem, který nahrazuje, dochází navíc k rýmu se slovem *корабля*. Nový komponent opět přispívá k ozvláštňení známého frazému, obzvláště jelikož se jedná o vulgarismus. Autor opět použil vedle sebe jak frazém původní, tak frazém transformovaný, čímž autor opět poukazuje na kontrast mezi těmito dvěma frazémy. Z emocionálního hlediska opět u nového frazému dochází k negativnímu, až pejorativnímu hodnocení, které původní frazém neobsahoval.

Další metodou, kterou Viktor Pelevin používá ve svém románu pro dosažení ozvláštňení frazému, použitým v textu, je dvojitá aktualizace. Tato metoda spočívá v zasazení frazému do takového kontextu, kdy vystupuje v textu ve svém doslovném, konkrétním významu, tj. všechny komponenty, tvořící frazém, jsou samostatné, každý z nich má svůj vlastní význam a svůj vlastní denotát. Zároveň ovšem frazém v tom samém kontextu frazém vystupuje i ve svém abstraktním významu, kdy jeho komponenty tvoří celistvou, nedělitelnou frázi, která má svůj význam jako celek.

¹⁵⁵ Znak * dobaven autorem práce.

¹⁵⁶ Pelevin, str. 43.

Нет, ты уже не моряк (...) Ты и не был им никогда — ты просто плыл всю жизнь в эту тихую гавань. ПЕНСИОННЫЙ ФОНД «ТИХАЯ ГАВАНЬ»¹⁵⁷

V tomto případě můžeme tvrdit, že se jedná o dvojitou aktualizaci, jelikož frazém zde vystupuje jak v konkrétním významu - představa námořníka plujícího do klidného přístavu - , tak ve významu abstraktním - ПЕНСИОННЫЙ ФОНД «ТИХАЯ ГАВАНЬ» - v tomto případě se nejedná o jakýsi konkrétní přístav, ale o penzijní fond, který zaručuje svým klientům, že své stáří mohou strávit spokojeně na klidném a tichém místě.

Autor také k ozvláštňení frazémů používá různých jazykových hříček a kalamburů:

ПАР КОСТЕЙ НЕ ЛАМЕНТ.¹⁵⁸

Základ tohoto nového, autorského frazému tvoří frazém «Жар/Пар костей не ломит» (tento frazém existuje v ruském jazyce ve dvojí podobě, používá se jak se slovem Жар, tak se slovem Пар), ve kterém autor zaměnil poslední komponent frazému, slovo ломит slovem ламент. Jazyková hříčka pak spočívá v tom, že první a poslední komponent tohoto nově vzniklého frazému dohromady tvoří slovo Парламент (пар+ламент), jež je značka cigaret, kterou tento reklamní slogan propaguje. Díky tomuto opět dochází k ozvláštňení frazému a zároveň frazém nabývá nového významu. Čtenář se nad sloganem musí zastavit a dešifrovat jeho význam, frazém se stává něčím novým a neobyčejným, a tudíž dochází i ke zvýšení jeho emocionality a expresivity.

Z hlediska expresivní a emocionální funkce hrají frazeologismy v románu významnou roli. Jak již bylo zmíněno výše, každý frazém v sobě obsahuje expresivní složku, čehož autor v románu využívá a pomocí bohaté škály frazémů utváří povahu a charakter svých postav a vyjadřuje jejich emoce (*Ни фигу себе, — сказал он. — Сколько их тут разных.¹⁵⁹; Хотя да, мы туда в основном пить и ездили. Золотые*

¹⁵⁷ Pelevin, str. 91.

¹⁵⁸ Tamtéž, str. 26.

¹⁵⁹ Tamtéž, str. 55.

дни.¹⁶⁰) a postoje (*Машина, конечно, класная, ничего не скажешь*.¹⁶¹; *К тебе базаров больше нет*.¹⁶²), čímž své postavy přibližuje čtenáři a dělá je více uvěřitelnými.

3.3 Dysfemistická a eufemistická funkce

V živé hovorové ruské řeči se silně projevuje tendence k demokratizaci jazyka. Tento jev nastal po zavedení tzv. politiky glasnosti Michaiem Gorbačovem v době perestrojky Sovětského svazu, která hlásala politiku maximální otevřenosti a minimálního potlačování svobody slova a informací. To mělo za následek, že se na veřejnosti začala probírat intimní, dříve zakázaná témata a do veřejných proslavů, televizních pořadů, tisku a umělecké literatury začala pronikat slova z nižších stylistických vrstev, jako například vulgarismy, slova přejatá z kriminální sféry a výrazy z prostořečí. Používání tohoto sníženého jazyka začalo být řečovou normou, hrubé výrazy a vulgarismy se staly módními (v ruštině se tento jev označuje termínem *огрубление русского языка*).¹⁶³

Dalším faktorem, který zapříčinil rozšíření hrubých výrazů v ruském jazyce, je zvýšená řečová agrese, kterou dnes můžeme pozorovat nejen v každodenní komunikaci, tj. v hovorovém stylu, ale i ve veřejných vystoupeních, televizních pořadech, rádiu, tisku atd. Zvýšená řečová agrese pak vede k vyššímu používání stylisticky snížených jazykových jednotek, včetně dysfemistických frazémů.¹⁶⁴

Tato jazyková situace současného ruského jazyka se odráží v románu. Autor pro dosažení co největší autentičnosti u svých postav využívá různých jazykových prostředků. Sníženého jazyka dosahuje například užitím hrubých výrazů, vulgarismů, dysfemizmů, a i dysfemistických frazémů. Za dysfemistické se označují ty frazémy, které jsou chápány jako stylisticky snížené (hovorové, frazémy prostořečí) a zároveň mají své

¹⁶⁰ Pelevin, str. 101.

¹⁶¹ Tamtéž, str. 145.

¹⁶² Tamtéž, str. 125.

¹⁶³ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 163–164.

¹⁶⁴ Tamtéž.

protějšky, které odpovídají stylistické normě či se nacházejí výše ve stylistickém registru.¹⁶⁵

И, значит, выходит из нее реально крутой чечен и глядит по сторонам с таким видом, словно ему насрать на всех с высокой колокольни.^{166,167}

Jako synonymní protějšek zde funguje frazém *плевать с высокой колокольни*. Ačkoliv se stále jedná o hovorový a expresivní frazém s negativním zabarvením, dysfemistická funkce se u tohoto frazému nevyskytuje.

Единственным сомнительным эхом этого слогана в заснеженном рекламном пространстве Москвы оказалась фраза «С корабля на бал», взятая неизвестным коллегой Татарского у того же Грибоедова. (...) Татарский ощутил по этому поводу укол ревности, но несильный — девушка с ментоловой рекламы была подобрана под вкусы настолько широкой целевой группы, что текст самопроизвольно читался как «С корабля на бл».*^{168,169}

V tomto případě se jedná o autorský frazém, tj. autor transformoval uzuální, všem rusky mluvícím lidem známý frazém na základě určitých kritérií a vytvořil tak frazém originální, jehož výskyt mimo román nenajdeme (kromě případných citací a aluzí na toto dílo). Viktor Pelevin zde vzal frázi *С корабля на бал*, poprvé použitou A. S. Puškinem v románu *Евжен Онѣгин*, která poté byla zpopularizována natolik, že vstoupila do běžné mluvy ruských mluvčích, a na základě zvukové podobnosti zaměnil slovo *бал* výrazem *бл**. Citoslovce *бл** (zkrácená forma slova *бл*дь*) je negativně zabarveno, v řeči vystupuje jako vulgarismus a používá se ve roli nadávky. Použití tohoto výrazu tedy dává výše uvedenému frazému negativní zabarvení, frazém se posouvá níže na škále stylistického registru a stává se více expresivním. Kontrast mezi tímto nově vytvořeným frazémem a neutrálně zabarveným *С корабля на бал* je ještě více umocněn skutečností, že autor v textu v textu použil jak původní, více neutrální frazém, tak i jeho negativně

¹⁶⁵ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 164–165.

¹⁶⁶ Znak * dobaven autorem práce.

¹⁶⁷ Pelevin, str. 144.

¹⁶⁸ Znak * dobaven autorem práce.

¹⁶⁹ Pelevin, str. 43.

zabarvenou transformaci. Na základě okolního kontextu můžeme vyvodit, že tak bylo učiněno schválně – původní frazém vystupuje jako slogan reklamního billboardu, který podle hlavního hrdiny románu není velice povedený, a tak použije transformovaný frazém obsahující nadávku jako formu výsměchu.

Kromě frazémů popsaných výše se za dysfemistické označují také frazémy, které nemusí mít svůj protějšek nacházející se výše ve stylistickém registru, ale stále se dají označit za stylisticky snižené a jejich úlohou je zapříčinit zhrubnutí řeči.¹⁷⁰ I tyto frazémy v románu nalezneme:

*Главная особенность российского экономического чуда состоит в том, что экономика опускается все глубже в жопу, в то время как бизнес развивается, крепнет и выходит на международную арену.*¹⁷¹

*— Хватит, — сказал Татарский, поднимая ладонь. — Не гони волну. Я и так в говне по уши.*¹⁷²

Z uvedených příkladů i z teorie vyplývá, že dysfemistická funkce je úzce spjatá se stylistikou a s expresivně-emocionální funkcí. Jejich vzájemný vztah je následovný: frazém s dysfemistickou funkcí bude vždy stylisticky snižený a omezený na užití pouze v hovorové řeči či v prostořeči a vždy bude obsahovat expresivně-emocionální zbarvení, avšak expresivně-emocionálně zbarvené a stylisticky snižené frazémy nemusí být nutně vždy dysfemistické.

Opakem funkce dysfemistické je funkce eufemistická, kdy frazémy nahrazují výrazy obscénní, hrubé, vulgární a tabuizované výrazem mírnějším, což ulehčuje o daném jevu otevřeněji komunikovat.¹⁷³ V analyzovaném románu jsme narazili i na frazémy tohoto typu, avšak v menším množství. Zde uvedeme několik příkladů:

¹⁷⁰ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 166.

¹⁷¹ Pelevin, str. 94.

¹⁷² Tamtéž, str. 133.

¹⁷³ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 166.

*А насчет идеи этой я тебе прямо скажу — хрен его знает.*¹⁷⁴

Tento frazém má svůj synonymní protějšek, který se nachází níže ve stylistickém registru (*x*й его знает*). Díky záměně hrubého slova slovem *хрен*, které je výše ve stylistickém registru a je méně hrubým výrazem, frazeologismus ztrácí na vulgaritě a nadále již nevzbuzuje pohoršení.

Jako další příklad frazému s eufemistickou funkcí můžeme uvést frazeologismus *Япона мать*:

*По экрану заматались люди в саванах — мистера Йохохори куда-то поволокли, побледневшая девушка в кимоно стала бить извиняющиеся поклоны, и на всем этом безобразии нарисовался логотип «Панасоника». Низкий голос произнес: «Панасоник. Япона мать!»*¹⁷⁵

V tomto případě se taktéž jedná o nahrazení vulgarismu v původním frazeologismu (*еб*на мать*) stylisticky neutrálním slovem *Япона*. K záměně zde dochází na základě zvukové podobnosti těchto dvou výrazů. Frazém s eufemistickou funkcí opět ztrácí na vulgaritě a je tedy možné ho užít bez toho, aniž by frazém někoho pobouřil svou obscénností. Vzhledem k tomu, že v námi analyzovaném románu je frazém užít v televizní reklamě, určené široké veřejnosti, je užití eufemismu místo původního frazeologismu na místě. Dále užitím tohoto frazému dochází k vtipné situaci, jelikož v této reklamě je propagován japonský produkt a hrají v ní herci japonského původu. Frazém tedy obsahuje kromě funkce eufemistické i funkci ludickou.

Dosud jsme se zabývali případy, kdy k eufemizaci došlo prostřednictvím záměny hrubého výrazu výrazem neutrálním. V následujícím příkladu eufemismus vzniknul pomocí odlišeného postupu:

*Беру я сейчас пол-литра в овощном у Курского, да? Стою в кассу. И знаете, кто в магазин входит? Чубайс! Мать твою...*¹⁷⁶

¹⁷⁴ Pelevin, str. 129

¹⁷⁵ Тамтѣж, str. 174

¹⁷⁶ Тамтѣж, str. 196.

V tomto případě dochází k eufemizaci prostřednictvím užití elipsy. Vulgární slovo, které se nachází v původním frazému (ě* *твою мать*) je zcela vynecháno. Opět můžeme sledovat, že u takto pozměněného frazému dochází ke snížení vulgarity a frazém se tedy ve stylistickém registru posouvá výše.

Eufemismy se ovšem nepoužívají pouze v těchto výše ukázaných případech, tedy pouze s účelem zjemnit neslušný výraz, ale také v situacích, kdy se hovor týká tématu, které je danou společností tabuizováno a mluvit o něm přímo by mohlo být účastníky konverzace přijato negativně. Užití eufemismu pak umožňuje mluvčímu o daném tématu komunikovat otevřeně. Tento jev můžeme sledovat v následujícím příkladu:

Как известно, все покончившие с собой лежали на простых двухъярусных кроватях; видеоряд был выдержан в строгой черно-белой гамме.¹⁷⁷

Frazém *покончить с собой* se používá ve významu „spáchat sebevraždu“. Smrt obecně a sebevraždy obzvlášť patří ve mnoha kulturách k tématům, která jsou ožehavá, tabuizovaná, a proto se lidé často zdráhají mluvit o nich přímo. Proto i v tomto případě autor použil v románu eufemismus *покончившие с собой* místo použití přímého pojmenování *самоубийцы*.

3.4 Argumentativní a rekapitulující funkce

Frazeologismy se mohou v komunikaci používat také jako prostředek argumentace. V tom případě mluvíme o funkci argumentativní. Mluvčí použije určitý frazém k tomu, aby zdůvodnil, opodstatnil či dokázal pravdivost pozice, kterou zastává, tj. jako argument. Užití frazému jako argumentu v hovorové řeči, kterou je román napsán, se dá vysvětlit tím, že užití frazému dodá mluvčímu větší autoritativnost a tím pádem vyšší kredibilitu a důvěryhodnost. Řeč se totiž vyznačuje tím, že na rozdíl od písemného textu disponuje tzv. „sníženou autoritativností“, což nutí mluvčího k tomu, aby hledal jiné prostředky, které by tento nedostatek autoritativnosti vykompenzovaly. K těmto prostředkům můžeme řadit také frazémy.¹⁷⁸ Ve frazémech se realizuje přechod od individualizace (jedinečné postavení, ve kterém se mluvčí nachází) k typizaci (zobecnění situace, její přirovnání

¹⁷⁷ Pelevin, str. 92.

¹⁷⁸ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 174.

k situaci typické na základě podobnosti) a od konkrétní zkušenosti k abstraktní interpretaci. Při přechodu od individualizace k typizaci frazém plní substituční funkci a personifikuje jakýkoli jiný předmět argumentace.¹⁷⁹

— *Почему у него имя такое странное?*

— *Знаешь, Вавилен, — сказал Азадовский, садясь за стол, — чья бы корова мычала, а твоя б молчала.*¹⁸⁰

V tomto případě druhý mluvčí, tj. Azadovskij, používá frazém jako protiargument na otázku prvního mluvčího. Tento frazém se používá v situaci, kdy jeden člověk kritizuje druhého za chyby, kterými on sám disponuje. Azadovskij tedy užitím tohoto abstraktního frazému argumentuje, že první mluvčí taktéž disponuje neobvyklým jménem (Vavilen), a tudíž nemá právo komentovat jména ostatních lidí, a vyzývá ho tím k tomu, aby raději mlčel.

*Многие буржуазные специалисты инстинктивно чувствуют роль средств массовой информации в происходящем парадигматическом сдвиге, но, как говорил товарищ Альенде-младший, «ищут черную кошку, которой никогда не было, в темной комнате, которой никогда не будет».*¹⁸¹

Zde můžeme pozorovat transformaci výrazu *«Очень трудно искать в темной комнате черную кошку. Особенно если там ее нет»*. Tato fráze byla poprvé vyřčena Konfuciem a vstoupila do mnoha jazyků, ve kterých začala být používána. Tento frazeologismus vystupuje ve významu „dělat něco, co nemá smysl, hledat něco, toužit po něčem, co neexistuje“. V našem případě tento transformovaný frazém v sobě obsahuje argumentativní funkci, jelikož mluvčí frazém používá jako prostředek argumentace, pomocí jeho užití se snaží přesvědčit čtenáře o pravdivosti jeho tvrzení, že snahy zmíněných specialistů jsou marné a nesmyslné.

Вытесненный вау-человек анализирует любого встречного как насыщенный коммерческой информацией клип. (...) Возникает очень быстрый

¹⁷⁹ ФАНЯН, Нелли Юрьевна. Специфика вербализации мышления: аргументативный аспект (на материале фразеологизмов). *Теория и практика общественного развития* [online]. 2012, **2012**(3), 389–391 [cit. 2020-03-24]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-verbalizatsii-myshleniya-argumentativnyy-aspekt-na-materiale-frazeologizmov>

¹⁸⁰ Pelevin, str. 142.

¹⁸¹ Tamtéž, str. 84.

неконтролируемый процесс (...) в результате чего определяются отношения людей друг с другом. *Homo homini lupus est* гласит один крылатый латинизм. Но человек человеку уже давно не волк. Человек человеку даже не имиджмейкер, не дилер, не киллер и не эксклюзивный дистрибьютор, как предполагают современные социологи. Все гораздо страшнее и проще. Человек человеку вау¹⁸²

Zde nás mluvčí seznamuje se svou teorií, jež spočívá v tom, že smyslem existence člověka je oslnit své okolí – přinutit osoby, se kterými daný člověk přijde do kontaktu k tomu, aby na něj reagovali citoslovcem „wow“ (*вау*), vyjadřující údiv. K tomu, aby podpořil svůj argument, využívá frazému *человек человеку волк* (*Homo homini lupus est*), avšak komponent *волк* zaměňuje právě citoslovcem *вау*, čímž vzniká transformovaný frazém *Человек человеку вау*.

Pelevin ovšem zachází ještě dále a popisuje, že člověk samotný již není člověkem, ale že se sám také stal „wow“, tudíž frazém dále transformuje takto:

*Человек человеку вау — и не человеку, а такому же точно вау. Так что в проекции на современную систему культурных координат это латинское изречение звучит так: Вау Вау Вау!*¹⁸³

Zde ovšem můžeme pochybovat, zdali lze stále mluvit o transformovaném frazému, jelikož autor zaměnil všechna slova nacházející se ve frázi slovy jinými a mezi frázem *Homo homini lupus est* a *Вау Вау Вау* by tedy nebylo možné určit žádnou spojitost, kdyby autor detailně nepopsal celý proces vzniku okazionálního frazému.

Jak již bylo zmíněno dříve, jeden frazém v sobě může obsahovat více funkcí. V tomto případě frazém *Homo homini lupus est* obsahuje mimo jiné další i textovou funkci. V citované pasáži můžeme pozorovat, že se jedná o tzv. metatext neboli text o textu. Autor zde frazém analyzuje, popisuje proces jeho transformace a objasňuje důvody, na kterých onu transformaci zakládá.

Ačkoliv se v románu nevyskytovaly frazémy s argumentativní funkcí tak často, jako frazémy s jinými, výše zmíněnými funkcemi, i přesto je jejich užití v románu důležité.

¹⁸² Pelevin, str. 86.

¹⁸³ Tamtéž.

Autor využitím těchto frazémů zvyšuje kredibilitu tvrzení svých postav a s jejich pomocí buduje pádné argumenty.

Rekapitulující funkce se podobá funkci argumentující, zásadní rozdíl mezi nimi však hraje fakt, že zatímco frazém s argumentativní funkcí se používá v řeči jako argument, který potvrzuje, dokazuje pravdivost tvrzení mluvčího, frazém s rekapitulující funkcí slouží ke krátkému shrnutí, zrekapitulování toho, co bylo již předtím řečeno. Stejně jako argumentativní funkce, i funkce rekapitulující slouží k přesvědčení komunikačního partnera o správnosti úhlu pohledu mluvčího, což se jeví charakteristickým pro žánry jako je diskuze či spor.¹⁸⁴

*Завалили Вовчика. (...) У него вчера стрелка была с чеченами. (...) как он подъехал, долбанули из двух огнеметов «шмель». (...) Я не понимаю, как с такими людьми бизнес вести. И люди ли они вообще. Н-да... Укатали сивку крутые урки...*¹⁸⁵

V tomto případě se jedná o méně obvyklou situaci, nejde totiž o diskuzi či spor, nýbrž o popis události. Ovšem i zde můžeme tvrdit, že použitý frazém funguje v rekapitulující funkci. Frazém *Укатали сивку крутые горки* popisuje situaci, kdy člověk, který byl dříve schopný a plný sil, je umořen a oslaben, v tomto případě dokonce zabit. Slovo *горки* zde autor nahradil slovem *урки* (= *вор, преступник, уголовник; заключенный, относящийся к преступному миру*¹⁸⁶), aby konkretizoval příčinu smrti dané osoby. V textu výše také mluvčí vyjadřuje smutek nad vzniklou situací a stejnou emoci můžeme pozorovat i v použitém frazému. Frazém tedy rekapituluje události popsané výše – člověk byl zabit nepřáteli, což mluvčího velmi zarmoutilo.

¹⁸⁴ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 175.

¹⁸⁵ Pelevin, str. 132.

¹⁸⁶ ЕЛИСТРАТОВ, Владимир Станиславович. *Словарь русского арго (материалы 1980-1990 гг.)* [online]. Москва: Русские Словари, 2000 [cit. 2021-02-08]. ISBN 5-93259-008-4. Dostupné z: http://gramota.ru/slovari/argo/53_14565

3.5 Ludická funkce

Pod ludickou funkcí jazyka se rozumí jeho schopnost dát za vznik jazykové hře a tím pádem umožňuje projevit komické prvky v řeči. Ludická funkce frazeologismu tedy znamená, že daný frazém je schopný se této jazykové hry účastnit.¹⁸⁷

Jazyková hra je určitý typ řečového chování mluvčích, který je založený na záměrném, předem promyšleném narušení systémových jazykových vztahů, tj. na destrukci jazykové normy. Tyto jazykové formy a struktury, které jazykové normě odporují, nabývají nového expresivního významu a také schopnosti vyvolat u posluchače/čtenáře estetický a celkově stylistický efekt.¹⁸⁸

Jazyková hra vždy vzniká na základě určitých mechanismů, které mohou zasahovat do jakékoliv úrovně jazykového systému, tj. může narušovat pravidla fonetiky, grafiky slovo tvorby, lexikologie i syntaxe. Co se týče frazémů, ve většině případů je jejich zapojení do jazykové hry způsobeno na základě frazeologických transformací. Ludická funkce frazému tak může vzniknout na základě záměny komponentu frazému, jeho kontaminace, dvojité aktualizace, použití frazému v jeho doslovném významu atd.¹⁸⁹

Jazyková hra a komický efekt bývá často vytvářen na základě tzv. „efektu zklamaného očekávání“, kdy ve slovní hříčce dochází ke kontrastu mezi tím, co posluchač/čtenář na základě svých životních zkušeností očekává, že bude dále následovat a tím, co následuje doopravdy.¹⁹⁰

Popularitu jazykové hry v současné ruštině můžeme vysvětlit jak demokratizací onoho jazyka, tak i vznikem nových žánrů v oblasti médií, reklamy a rozvojem internetu.¹⁹¹ Existence této funkce se také může vysvětlit touhou mluvčího hrát si se slovy

¹⁸⁷ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologizmy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 195.

¹⁸⁸ Tamtéž.

¹⁸⁹ Tamtéž, str. 196–197.

¹⁹⁰ Tamtéž, str. 198.

¹⁹¹ Tamtéž, str. 196.

a demonstrovat tak svůj důvtip.¹⁹² Oblibu využití právě frazémů a rčení v jazykové hře zase můžeme vysvětlit jejich intertextualitou a tím, že jsou známy velkému množství lidí. Mluvčí může ovšem frazém či rčení použít i se záměrem zesměšnit onen všem známý původní význam, který je posluchači/čtenáři nabízen tradiční kulturou.¹⁹³ Využití jazykové hříčky dodá řeči osobitost, nevšednost a originalitu. Výsledný komický efekt, hříčka či výsměch různým situacím mohou mít na adresáta silný emoční účinek.¹⁹⁴ Tento aspekt je obzvláště důležitý pro náš román, nesmíme totiž zapomenout, že hlavní hrdina pracuje v oblasti marketingu a vytváří reklamní slogany, ve kterých často uplatňuje právě jazykovou hru za účelem přitáhnutí pozornosti potenciálních konzumentů. Jazyková hříčka dodá reklamě/sloganu neotřelost, díky které vystoupí z davu všedních nudných sloganů a čtenář si ho tedy lépe zapamatuje. Navíc povedená jazyková hříčka, která recipienta pobaví, u něj vyvolá pozitivní emoce vůči dané reklamě a produktu vůbec, což zvyšuje pravděpodobnost, že recipient si daný produkt zakoupí. Níže uvedeme a rozebereme několik příkladů z románu, kdy byla ludická funkce frazému využita jak v reklamních sloganech, tak i mimo ně:

*Полчаса предельного напряжения всех духовных сил привели только к рождению слогана-дегенерата: ПАР КОСТЕЙ НЕ ЛАМЕНТ*¹⁹⁵

Jazyková hříčka je zde vytvořena na základě transformace frazeologismu «*Пар/жар костей не ломит*». Autor zde na základě zvukové podobnosti nahradil komponent «*ломит*» nesmyslným komponentem «*ламент*». První a poslední komponent takto transformovaného frazému pak tvoří název nabízeného produktu (cigarety značky «*Парламент*» → *Пар + ламент*), čímž dochází k vytvoření komického efektu.

¹⁹² НАЗАРОВА, Раиса Зефировна. К вопросу о людической функции прецедентных феноменов в художественном дискурсе. *Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика* [online]. 2017, 17(1), 29-32 [cit. 2020-03-29]. DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-1-29-32. ISSN 18177115. Dostupné z: http://bonjour.sgu.ru/sites/bonjour.sgu.ru/files/2017/04/05_nazarova-29-32.pdf

¹⁹³ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 201.

¹⁹⁴ РЫБАКОВА, Елена Александровна. Игры с фразеологизмами в языке современной немецкой молодежи. *Вестник КГУ* [online]. 2012, (4), 102–105 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/igry-s-frazeologizmami-v-yazyke-sovremennoy-nemetskoj-molodyozhi>

¹⁹⁵ Pelevin, str. 26.

Одеколоны молодежной линии (независимо от производителя), — записал он. — Связать с деньгами и императором Веспасианом (налог на сортиры, слоган «Деньги не пахнут»). Видеоряд произвольный. Пример:

ДЕНЬГИ ПАХНУТ!

«БАНДЖАМИН»

НОВЫЙ ОДЕКОЛОН ОТ ХУГО БОСС¹⁹⁶

Zajímavostí u tohoto příkladu je, že sám autor popisuje vytvoření tohoto reklamního sloganu. Slogan odkazuje na římského císaře Vespasiana, který dal údajně za vznik frazému *Pecunia non olet* (rus. *Деньги не пахнут*, čes. *peníze nesmrdí*), když uvalil daň z využívání veřejných záchodků. Když nad tímto činem jeho syn Titus projevil nesouhlas, vzal Vespasianus jednu z mincí, kterou získal z této daně a zeptal se ho, zda smrdí. Titus byl donucen na tuto otázku odpovědět záporně, načež Vespasian odvětil „*a přece je z moči.*“¹⁹⁷

Jazyková hra je v tomto případě založena na dvou transformacích – na přetransformování negativní věty v pozitivní vynecháním negující částice *ne* a na transformaci sémantické, tj. použití komponentu v jiném významu. Zde se jedná o komponent *пахнуть*. Toto ruské sloveso může mít totiž význam jak „páchnout“, tak „vonět“. Zatímco v původním frazému je toto sloveso použito ve smyslu „páchnout“, V. Pelevin ho ve svém románu používá ve významu „vonět“, tj. do češtiny by se jeho frazém dal přeložit jako „peníze voní“. Slovo peníze pak zde odkazuje na nabízený produkt, tj. na kolínskou vodu značky Hugo Boss, jejíž produkty jsou známé svou vysokou cenou a tudíž člověka, který si tento produkt může dovolit, lze označit za bohatého čili přeneseně o něm můžeme říct, že „voní peníze“.

Единственным сомнительным эхом этого слогана в заснеженном рекламном пространстве Москвы оказалась фраза «С корабля на бал», взятая неизвестным коллегой Татарского у того же Грибоедова. (...) Татарский ощутил по этому поводу укол ревности, но несильный — девушка с ментоловой рекламы была

¹⁹⁶ Pelevin, str. 53.

¹⁹⁷ СЕРОВ, Вадим. *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений* [online]. Москва: ООО Издательство «Локид-Пресс», 2005 [cit. 2020-03-29]. ISBN 5-320-00323-4., str. 273. Dostupné z: <https://www.libfox.ru/199163-vadim-serov-entsiklopedicheskiy-slovar-krylatyh-slov-i-vyrazheniy.html>

подобрана под вкусы настолько широкой целевой группы, что текст самопроизвольно читался как «С корабля на бл».*^{198,199}

V tomto případě se opět jedná o transformaci frazému na základě záměny jednoho z komponentů, jako tomu bylo v prvním případě. Zde bylo slovo *бал* zaměněno slovem *бл**. K této záměně došlo na základě zvukové podobnosti těchto dvou komponentů, navíc výraz *бл** se rýmuje s formou *корабля*. Nový komponent se s nahrazovaným komponentem nenachází v žádném vztahu, nejedná se ani o stejný slovní druh, původní komponent, podstatné jméno, je nahrazeno citoslovce. Dané citoslovce (*бл**) je dále negativně zabarveno, což dává celému frazému negativní hodnocení a dochází k jeho celkové expresivizaci a stylizaci. Můžeme také pozorovat, že tento nově vytvořený autorský frazém je úzce spojený s okolním kontextem, a je tedy omezen na individuální použití. K úplnému pochopení významu tohoto frazému je potřeba znát, že jde o výsměch hlavního hrdiny nepovedené reklamě svého konkurenta, na které se daný frazém nachází v původním znění, a tím pádem se jedná o slovní hříčku.

На столе зазвонил телефон, и Татарский снял трубку:

— Алло.

— Татарский! К шефу на ковер, — сказал Морковин.²⁰⁰

V tomto případě je slovní hříčka založena na principu dvojité aktualizace. Dvojitá aktualizace je metoda založená na tom, že frazém zastává v textu dvojí roli: je totiž autorem do textu zasazen tak, aby byl čtenářem pochopen i jako celek s abstraktním, frazeologickým významem a zároveň jeho komponenty vystupují jako samostatné jednotky se svými vlastními, konkrétními významy. K vytvoření tohoto efektu je nutné zasadit daný frazeologismus do takového kontextu, který dvojitou aktualizaci umožňuje, tzn. musí se v něm nacházet určitá slova, tzv. „aktualizátory“. Ty jsou dvojího typu, kdy první z nich napomáhají jednotlivým komponentům daného frazému vystupovat v textu

¹⁹⁸ Znak * dobaven autorem práce.

¹⁹⁹ Pelevin, str. 43.

²⁰⁰ Tamtéž, str. 149.

jako samostatné jednotky s jejich konkrétními významy a druhé naopak pomáhají v textu realizovat frazeologicky vázaný význam užitého frazému.²⁰¹

Abstraktní význam frazému *вызвать на ковер*, česky *pozvat si na kobereček* lze popsat jako „zavolat si podřízeného k sobě do kanceláře za účelem pokárání“. Ovšem v tomto kontextu nabývá frazém nového, doslovného významu, jelikož jak je čtenáři známo již z předchozích kapitol, koberec vedoucího hlavního hrdiny románu je pokrytý kokainem a jejich nadřízený má ve zvyku zvat své zaměstnance k sobě do kanceláře za účelem požívání oné drogy z tohoto koberece. Užitím tohoto frazému tedy vzniká komický efekt, jelikož hlavní hrdina románu jde za svým nadřízeným pro pokárání a zároveň jde doslova na koberec.

*Пугин даже выдал небольшой аванс: он сказал, что (...) «Парламент» быстро стал самым популярным в Москве сортом сигарет и теперь стоит в два раза дороже. Впоследствии дым Отечества так и канул в Лету или, если точнее, в зиму, которая наступила неожиданно рано.*²⁰²

V tomto případě ludická funkce vzniká na základě hry se slovem *Лету*. Frazeologismus *кануть в Лету* (upadnout v zapomnění) pochází ze staré řecké mytologie, podle které je *Лета* (česky *Léthé*) řekou zapomnění, kterou musel člověk přeplovat, aby se dostal do Hádivy říše, tj. do posmrtného života. Překročením této řeky se lidská duše osvobozuje od všeho pozemského a zapomíná na svůj pozemský život.²⁰³ Frazém v našem příkladu vystupuje jak ve svém frazeologickém významu, kterým pojmenovává skutečnost, že reklamní slogan pro cigarety značky Parlament, který začínal slovy *дым Отечества*, upadnul v zapomnění a zároveň je zde využito podobnosti názvu řeky *Лета* a ročního období *лето* a na tomto základě je vytvořena jazyková hříčka *в Лету, или в зиму*.

²⁰¹ DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5., str. 90-92.

²⁰² Pelevin, str. 43.

²⁰³ СЕРОВ, Вадим. *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений* [online]. Moskva: ООО Издательство «Локид-Пресс», 2003 [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: <http://bibliotekar.ru/encSlov/index.htm>

Нет, ты уже не моряк (...) Ты и не был им никогда — ты просто плыл всю жизнь в эту тихую гавань. ПЕНСИОННЫЙ ФОНД «ТИХАЯ ГАВАНЬ»²⁰⁴

V tomto případě se jedná o reklamu, která je taktéž postavená na dvojité aktualizaci. Frazeologismus *Тихая гавань* (tiché a klidné místo vhodné pro život, práci či odpočinek) zde vystupuje jak ve svém konkrétním, tak abstraktním významu. Konkrétní význam pomáhají vytvořit lexémy *Моряк* a *плыть*, které u čtenáře vyvolávají představu námořníka plujícího do přístavu, a naopak abstraktní význam je utvářen pomocí slov *Пенсионный фонд*, který dává čtenáři představu o tichém a poklidném stáří.

Dvojitá aktualizace je metoda, kterou autor ve svém románu používá poměrně často. Tím nejen demonstruje svou kreativitu při práci s jazykem, ale zároveň s její pomocí dává za vznik komickému efektu, který je obzvláště důležitý v reklamních sloganech, které jsou v románu užité, neboť je to právě komický efekt, který pomáhá dané slogany ozvláštnit, čímž na sebe přitahují pozornost recipienta.

Jak lze vidět ve výše uvedených příkladech, ludická funkce frazémů hraje v románu velkou roli. Autor užívá frazeologismy za účelem vytvoření jazykové hry ve velkém množství jím vytvořených reklamních sloganů, čímž vzniká komický efekt, který má pozitivní účinek na recipienta. Ovšem, jak bylo dokázáno výše, V. Pelevin frazeologismy s tímto účelem nevyužívá v knize pouze pro své reklamní slogany, ale i mimo ně, v běžném popisu či komunikaci.

3.6 Celková role frazeologismů v románu

V praktické části této diplomové práce jsme se pokusili analyzovat, jaké různé funkce mohou frazeologismy v románu zastávat. Na závěr bychom rádi chtěli věnovat pár slov tomu, jaký celkový vliv mají frazeologismy na percepci čtenáře románu a poukážeme na to, čím jsou frazeologismy v tomto románu významné.

Prvním důvodem, který jistě stojí za zmínku, je ten, že frazeologismy v tomto románu pomáhají stanovit a dotvářet scénu sféry reklamního marketingu. Jedná se o specializované frazeologismy, které se používají pouze v dané profesi a pro člověka, který se v tomto oboru nepohybuje, mohou být nesrozumitelné. Do této oblasti můžeme zařadit dva druhy frazeologismů: prvním z nich jsou frazémy, které vystupují jako termíny

²⁰⁴ Pelevin, str. 91.

či kvazitermíny, tj. mají v určitém oboru (v našem případě v oblasti marketingu) specifický, odborný význam. Zde můžeme jako příklad z románu uvést například frazémy *черный пи-ар*²⁰⁵ (autor v románu používá různé podoby zápisu toho frazému, můžeme se také setkat s podobou *черный PR*²⁰⁶ či dokonce s anglickou podobou tohoto frazému, *black PR*²⁰⁷), *серый пи-ар*²⁰⁸ či *черный нал*²⁰⁹. Druhým typem frazémů jsou ty, které nevystupují v roli termínů, avšak jsou významově spjaty s touto sférou. Jako příklad můžeme uvést frazém *промыть мозги потребителю*²¹⁰ a z něj nově vzniklý autorský frazém *законопатить мозги заказчику*²¹¹ či frazém *ходить под кем-то*²¹².

Další významnou roli, kterou frazémy v našem románu hrají, je napomáhání utváření charakteru postav. Pokud se frazeologismy v románu nacházejí v přímé řeči, mohou čtenáři pomoci vytvořit si celkový obraz o postavě, která v románu vystupuje. Podle toho, které frazeologismy postava v řeči používá, si čtenář může domyslet, z jaké sociální třídy daný člověk pochází, jaký je jeho sociální status, nakolik je vzdělaný, a tak dále. V námi analyzovaném románu se v přímé řeči nacházely frazeologismy hovorové (*заварить кашу*²¹³, *нужен как собаке пятая нога*²¹⁴), frazeologismy z prastořečí (*крыша поехала*²¹⁵, *по барабану*²¹⁶), frazémy vulgární (*на х*й не нужен*^{217,218}, *насп*ть*

²⁰⁵ Pelevin, str. 96, 98

²⁰⁶ Tamtéž, str. 95

²⁰⁷ Tamtéž, str. 96

²⁰⁸ Tamtéž, str. 98

²⁰⁹ Tamtéž, str. 96.

²¹⁰ Tamtéž, str. 21.

²¹¹ Tamtéž.

²¹² Tamtéž, str. 99, 125.

²¹³ Tamtéž, str. 13.

²¹⁴ Tamtéž, str. 220

²¹⁵ Tamtéž, str. 18.

²¹⁶ Tamtéž, str. 211.

²¹⁷ Znak * dobaven autorem práce.

²¹⁸ Tamtéž, str. 65.

на всех с высокой колокольни^{219,220}) i frazémy z kriminální oblasti (*базара нет*²²¹, *на халяву*²²²).

Ovšem snad nejzásadnější roli, kterou frazeologismy v tomto románu hrají, a která je odlišuje od frazeologismů v jiných románech, tkví v tvorbě reklamních sloganů, propagující produkty. Velké množství sloganů, vyskytujících se v románu, v sobě obsahuje buď přímo originální frazeologismus (*И ДЫМ ОТЕЧЕСТВА НАМ СЛАДОК И ПРИЯТЕН*²²³, *С корабля на бал*²²⁴, *ПЕНСИОННЫЙ ФОНД «ТИХАЯ ГАВАНЬ»*²²⁵), či je založeno na jazykové hře, při které dochází k transformaci čtenářům známých frazeologismů tak, aby vyhovovaly kontextu reklamy (*ПАР КОСТЕЙ НЕ ЛАМЕНТ*²²⁶, *ДЕНЬГИ ПАХНУТ*²²⁷). Dochází hned k několika věcem: chytrá slovní hříčka recipienta pobaví, vzhledem k tomu, že recipient již zná původní frazém, tak si reklamní slogan lehce zapamatuje a prostřednictvím pozitivní reakce na slogan si recipient také vytvoří pozitivní vztah k nabízenému produktu. Dovolujeme si tvrdit, že takové využití frazeologismů je velice unikátní a dává frazémům větší význam, než jaký mohou mít v románech jiných.

²¹⁹ Znak * dobaven autorem práce.

²²⁰ Pelevin, str. 144.

²²¹ Tamtéž, str. 124, 170.

²²² Tamtéž, str. 126, 158.

²²³ Tamtéž, str. 42.

²²⁴ Tamtéž, str. 43.

²²⁵ Tamtéž, str. 91.

²²⁶ Tamtéž, str. 26.

²²⁷ Tamtéž, str. 53.

Závěr

Tato práce s názvem *Frazeologismy a jejich role v románu „Generation P“ Viktora Pelevina* měla za úkol analyzovat frazeologismy, užívané autorem v tomto románu, z hlediska funkce, kterou v něm zastávají. Celkem jsme v románu identifikovali a analyzovali 524 frazémů.

Práce je rozdělena na dvě hlavní části – teoretickou a praktickou. V teoretické části jsme se zabývali významnými momenty v životě V. Pelevina a krátce jsme charakterizovali jeho tvorbu, podrobněji jsme se zaměřili na román *Generation P*, který v této práci analyzujeme. Dále jsme v této části objasnili pojem *frazeologie* a *frazeologismus* a popsali jsme funkce a transformace z hlediska různých jak českých, tak ruských lingvistů.

V praktické části jsme se pak zabývali samotnými frazeologismy v románu z hlediska jejich funkcí a částečně i transformací. Ke všem identifikovaným frazeologismům jsme přiřadili jejich funkce, které jsme pak seřadili podle četnosti jejich výskytu, a k hlubší analýze jsme vybrali ty funkce a transformace, které se u frazeologismů vyskytovaly nejčastěji, jelikož lze předpokládat, že právě ty hrají v románu nejvýznamnější roli. Na základě těchto kritérií jsme tedy k hlubší analýze vybrali funkci nominativní, expresivní a emocionální, dysfemistickou, eufemistickou, argumentativní, rekapitulující a ludickou. Po bližší analýze těchto funkcí jsme došli k následujícím závěrům:

Nominativní funkce umožňuje románům nazývat předměty a jevy mimojazykové skutečnosti. V určitých případech nám dokonce frazémy umožňují nazvat předmět či situaci, pro kterou se nenachází žádné standardní vyjádření, či kde by užití standardního vyjádření bylo příliš dlouhé či neohrabané. Za stejným účelem jsou frazeologismy používány i v analyzovaném románu. Autor užívá frazeologismy jak pro pojmenování i obecných konceptů, tak i konceptů, které jsou úzce spojeny s oblastí marketingu.

Expresivní a emocionální funkce hrají u frazeologismů zásadní roli, všechny frazeologismy totiž obsahují expresivně-emocionální složku. Užitím frazeologismu vyjadřuje mluvčí svůj emoční stav a subjektivní postoj k nazývanému předmětu či situaci. Stejným způsobem fungují frazeologismy i v románu. Autor s jejich pomocí utváří

charakter svých postav a vyjadřuje jejich emoce, postoje a názory, čímž postavy dělá více uvěřitelnými a přibližuje je svým čtenářům.

Dysfemistická funkce frazémů odráží trend současného ruského jazyka, a to tendenci k používání hrubých výrazů v běžné řeči. V. Pelevin tedy užívá dysfemistické frazémy v románu za účelem vytvoření co nejvyšší autentičnosti svých postav. Dysfemistická funkce je také úzce spjatá s funkcí stylistickou a expresivně-emocionální. Dysfemistické frazémy v románu tedy napomáhají vyjádřit emoce a názory postav a zasazují román do hovorového funkčního stylu.

Účelem eufemistické funkce je naopak nahradit výrazy obscénní, hrubé, vulgární a tabuizované výrazem mírnějším, což napomáhá mluvčímu komunikovat o tématu, o kterém by v opačném případě mluvit nemohl, jelikož by buď obsahovalo výraz natolik vulgární či hrubý, že by nebylo vhodné ho v dané situaci použít, či by se jednalo o téma, které je danou společností vnímané jako tabu a není vhodné o něm mluvit otevřeně. Autor románu frazémy s eufemistickou funkcí používá právě za těmito dvěma účely – buď s jejich pomocí nahrazuje vulgární výraz výrazem více neutrálním, či díky nim může mluvit o tématech, jako je např. sebevražda.

Argumentativní a rekapitulující funkce jsou si velmi podobné, avšak zatímco frazém s rekapitulující funkcí slouží za účelem shrnutí, rekapitulace toho, co bylo již dříve řečeno, frazém s argumentativní funkcí má opodstatnit či dokázat pravdivost pozice, kterou mluvčí zastává. S oběma těmito funkcemi se můžeme nejčastěji setkat v určitém sporu či v diskuzi. Za stejným účelem používá tyto frazémy v románu i autor, s jejich pomocí zvyšuje kredibilitu svých postav a staví na nich své argumenty.

Ludická funkce frazému znamená jeho schopnost účastnit se jazykové hry za vytvořením komického efektu. Autor této práce si dovoluje tvrdit, že tato funkce je jednou z nejvýznamnějších v analyzovaném románu. V. Pelevin totiž využívá ludické funkce frazémů při vytváření svých reklamních sloganů. Komický efekt totiž přidá sloganu neotřelost, přitáhne pozornost recipientů a vyvolá u nich pozitivní emoční reakci. Ludickou funkci však V. Pelevin často využívá i mimo jeho reklamní slogany.

Z výše uvedeného vidíme, že autor nevkládá frazeologismy ve svém románu náhodně, ale že každý frazém zasazený do díla byl předem promyšlen a frazeologismy hrají zásadní roli při utváření celkového dojmu románu.

Резюме

Настоящая дипломная работа носит название «Фразеологизмы и их роль в романе *Generation „П“* Виктора Пелевина» и посвящена анализу функций фразеологизмов, встретившихся в данном романе.

Целью данной работы является попытка проанализировать, какие функции данные фразеологизмы приобретают и какую роль они играют в контексте романа. В романе мы идентифицировали 524 фразеоконтекстов, которые были рассмотрены в зависимости от их функций. Данные функции были затем отсортированы в соответствии с частотой их появления в романе, и для более детального анализа были выбраны те виды функций, которые встречались у фразеологизмов чаще всего, поскольку можно предполагать, что именно эти функции играют наиболее важную роль в романе. После этого мы выбрали из каждой группы наиболее подходящие примеры, которые были подвергнуты подробному анализу в отдельных главах практической части работы.

Кроме введения и заключения, работа состоит из двух частей – теоретической и практической. Теоретическая часть включает в себе две главы, а практическая часть одну. Первая глава состоит из трёх параграфов, вторая глава из четырёх параграфов и третья из шести параграфов.

В первой главе кратко рассказывается, во-первых, об авторе рассматриваемого романа – Викторе Пелевине, во-вторых, описываются творческие процессы, характерные для произведений В. Пелевина, а в-третьих, говорится о самом анализируемом нами романе.

Виктор Пелевин – один из самых известных и успешных современных российских постмодернистских авторов, а его произведения переводятся на многие языки мира. Вопреки этому, о самом авторе известно немного. Писатель придерживается теории, что общество должно интересоваться прежде всего его произведениями, потому что то, что имеет значение – это его творчество, а не его личная жизнь. По этой причине автор почти не даёт интервью, нечасто выступает на публике и много не рассказывает о своей жизни, что вызвало много спекуляций со стороны общественности.

Автор родился 22 ноября 1962 года в Москве. Его мать работала учителем английского языка и ассистентом руководителя в начальной школе, где впоследствии учился также В. Пелевин, а его отец работал профессором в Московском университете.

Писатель учился в Московском энергетическом университете, который окончил в 1985 году и стал работать инженером кафедры электрического транспорта МЭИ. В. Пелевин решил продолжать свое дальнейшее образование и начал учиться в аспирантуре в том же университете. Однако, это обучение он не завершил.

Затем В. Пелевин начал свою литературную карьеру, написал свои первые произведения и в 1989 году начал изучать литературу в Литературном институте имени А. М. Горького. Год спустя был напечатан его первый рассказ с названием *«Колдун Игнат и люди»*. В 1991 году был опубликован его первый сборник рассказов под названием *«Синий фонарь»*, но в литературных кругах писатель остался незамеченным. В том же году был В. Пелевин исключен из университета.

Первый роман автора носит название *«Омон Ра»* и был написан в 1992 году. Роман быстро стал сенсацией, и В. Пелевин стал важной персоной в области литературы. Среди других его известных романов можно упомянуть, например, *«Священную книгу оборотня»* (2004), *«Шлем Ужаса»* (2005) или *«S.N.U.F.F.»* (2011).

В. Пелевин интересуется восточной духовностью, и этот интерес отражается также в его произведениях, в которых часто появляются мотивы, взятые из восточной философии, а также восточные божества. Его интерес к восточным религиям, их философия и мифология заставили автора задумываться об иллюзорности и воображаемости мира. В своих произведениях автор работает с теорией, согласно которой существование человека в этом мире – просто иллюзия, а наш мир является только несовершенной копией идеального мира.

Для произведений В. Пелевина характерны творческие процессы, которые часто называют постмодернистскими. К этим процессам принадлежат, например, диалогичность, языковая игра, интертекстуальность и ветвление сюжета. Однако, В. Пелевин больше всего интересуется процессами, происходящими в области индивидуального сознания, коллективного бессознательного и индивидуальной

психики и исследует их влияние на ход истории и социальное поведение человечества. В связи с этим автора интересуют такие явления, как идеология, реклама, возможности компьютерных технологий, психология и современное развитие российского национального архетипа.

Следующим часто встречающимся в творчестве автора мотивом является экспериментирование с наркотиками и их употребление. Автор в своих произведениях использует тематику наркотиков, чтобы привести своих персонажей в другое состояние сознания, в результате чего персонажи начинают воспринимать окружающую их действительность по-другому или их сознание переносится в совсем другую реальность.

Автор в своём творчестве часто отражает современные события и культурные явления и реагирует на них, поэтому в его произведениях можно встретить такие темы, как распад Советского Союза, возникновение и развитие на постсоветском пространстве Российской Федерации, мобильные сети, интернет, реклама, СМИ, реклама и PR.

Писатель придерживается философии, согласно которой смысл романам придает читатель, и поэтому каждый читатель может понять роман по-своему. По этой причине автор избегает диалога с читателем и не дает никаких пояснительных комментариев к своим произведениям.

Нами проанализированный роман носит название «*Generation „П“*», был написан в 1999 году и его центральной темой является взгляд на реальность через призму рекламы и средств массовой информации. Эта реальность создается искусственно и управляется именно рекламой, поэтому в романе мы можем наблюдать типичный мотив Пелевина – иллюзию реальности и жизнь в симуляции.

Из перечисленных выше мотивов, типичных для творчества В. Пелевина, в нами анализируемом романе можно обнаружить следующие: употребление наркотиков как средство манипулирования реальностью; религия и мифология (конкретно в данном романе играет решающую роль древняя месопотамская религия); смешение стилей, жанров и языковых слоёв; интертекстуальность. Роман также богат на языковую игру, при помощи которой создается иронический или сатирический эффект.

В рамках второй главы теоретической части детально описывается фразеология как наука, проблематика определения фразеологизмов и их признаки. Особое внимание уделяется функциям фразеологизмов и их возможным трансформациям.

Фразеология – лингвистическая дисциплина, занимающаяся изучением и описанием фразеологизмов. Для основной единицы фразеологии, находившейся в центре изучения данной дисциплины, существует несколько обозначений, а именно фразеологизм или фразема.

Данная дисциплина возникла сравнительно недавно. Основателем фразеологии является швейцарский лингвист Шарль Балли, который определил фразеологию как самостоятельную лингвистическую дисциплину в 1909 г. в своём произведении «*Traite de stylistique française*». В России фразеология, как новая лингвистическая дисциплина, начала развиваться в 1940-х годах и связана с лингвистом В. В. Виноградовым, который продолжал работу Ш. Балли над изучением фразеологии. После публикации научных работ В. Виноградова, в России заинтересовалось фразеологией немалое количество учёных, например, Б. А. Ларин, О. С. Ахманова, В.Н. Телия, Н. М. Шанский, А. И. Молотков, В. М. Мокиенко и мн. др. Среди известных чешских лингвистов, занимающихся фразеологией, можно упомянуть В. Флайшханса, Я. Заоралека или Ф. Чермака.

В рамках фразеологии позднее выделились самостоятельные отрасли, например, фразеография, диалектная фразеология, ареальная фразеология, фразеостилистика и так далее.

Вопрос о том, какие языковые единицы относятся к фразеологизмам, до сих пор не имеет точного ответа. Разные фразеологи расходятся во своих мнениях по данному вопросу и выделяют различное количество признаков, которые свободное словосочетание должно приобрести, чтобы можно было считать его фразеологизмом. К признакам, которые приводятся в большинстве дефиниций можно причислить стабильность, воспроизводимость и семантическую целостность, но некоторые дефиниции также выделяют и другие критерии, например, непереводаемость, наличие архаизма, невозможность замены компонентов и так далее.

Таким образом, например, Л. Степанова и В. Мокиенко определяют фразеологизм следующим образом:

«Под фразеологической единицей будет пониматься относительно устойчивое, воспроизводимое, экспрессивное сочетание слов, обладающее, как правило, целостным значением».

Н.М. Шанский определяет фразему следующим образом: *«Фразеологический оборот – это воспроизводимая в готовом виде языковая единица, состоящая из двух или более ударных компонентов словного характера, фиксированная (т. е. постоянная) по своему значению, составу и структуре».*

Фразеологизмы содержат в себе метафору и символику и в то же время сохраняют часть народной и жизненной мудрости, национального опыта и традиций.

На вопрос, какую роль имеет в языке функция, пытались ответить немало лингвистов. Так, например, американские лингвисты С. К. Огден и И. А. Ричардс начали различать три функции языкового знака: репрезентативную, экспрессивную и прагматическую. Австрийский психолог Карл Бюлер определяет три основные функции языка: функцию выражения, призыва и представления. Функцией в языке интересовались также лингвисты Пражского лингвистического кружка, особенно Р. Якобсона, который продолжил разработку классификации К. Бюлера, добавив фатическую, метаязыковую и поэтическую функцию.

Вопрос определения функций фразеологизмов до сих пор обсуждается многими лингвистами, причём каждый из них разработал свою собственную классификацию.

В чешской фразеологии функциями фразеологизмов занимается Ф. Чермак, уделяя наибольшее внимание композиционным, структурным и номинативным функциям.

В русской фразеологии существует много различных классификаций, но до сих пор не было разработано единой классификации функций, которая была бы общепринятой. Функции, которые чаще всего встречаются в отдельных классификациях различных русских лингвистов, включают в себе номинативную,

эмоционально-экспрессивную, стилистическую, оценочную, фатическую, эстетическую, кумулятивную и текстовую функции. Свою классификацию функций фразеологизмов выработали, например, Ю. А. Гвоздарев, А. М. Эмирова, А. В. Кунин, В. М. Савицкий, Е. А. Добрыднева, И. И. Чернышева или М. А. Фокина.

Трансформация фразеологизмов – это процесс, посредством которого происходит грамматическое или структурное изменение фразеологизма, что приводит к тому, что возникает трансформ, отличающийся по своей форме или семантике от оригинального фразеологизма.

В российской лингвистике трансформации изучались многими лингвистами, которые пытались создать их собственную классификацию. Как и у функций, здесь также не существует общепринятой классификации. Среди классификаций разных лингвистов наиболее часто встречались следующие виды трансформаций: фонетические, морфологические, видовые, словообразовательные, лексические, синтаксические, количественные, стилистические и семантические варианты, буквализация значения, контаминация, использование эллипсиса, двойная актуализация и инверсия ролей компонентов фразеологизма.

В практической части мы рассматривали фразеологизмы, найденные в романе, с точки зрения их функций. Для более детального анализа мы выбрали номинативную, экспрессивную и эмоциональную, дисфемистическую, эвфемистическую, аргументативную, резюмирующую и людическую функции. После анализа этих функций мы пришли к следующим выводам.

Номинативная функция позволяет фразеологизмам называть объекты и явления экстралингвистической реальности. В некоторых случаях фразеологизмы даже позволяют носителям языка назвать объект или ситуацию, для которой нет стандартного выражения, или где использование стандартного выражения было бы слишком длинным или неповоротливым. Для этой же цели использует фразеологизмы в романе автор. С их помощью автор называет как общие понятия, так и понятия, тесно связанные с областью маркетинга и рекламы.

Экспрессивная и эмоциональная функции играют ключевую роль во фразеологии, потому что все фразеологизмы содержат в себе экспрессивно-эмоциональный элемент. Используя фразеологизмы, говорящий выражает своё

эмоциональное состояние и субъективное отношение к называемому им предмету или ситуации. Фразеологизмы в романе выступают точно так же. С их помощью автор формирует характер своих персонажей и выражает их эмоции, взгляды и мнения, делая персонажей более вероятными и приближая их к своим читателям.

Дисфемистическая функция фразеологизмов отражает современную тенденцию к огрублению русского языка. Поэтому В. Пелевин использует в романе дисфемистические фразеологизмы, чтобы создать максимально возможную подлинность своих персонажей. Дисфемистическая функция также тесно связана со стилистикой с и экспрессивно-эмоциональной функцией. Таким образом, дисфемистические фразеологизмы в романе помогают выражать эмоции и мнения персонажей и помещают роман в разговорный функциональный стиль.

Целью эвфемистической функции, наоборот, является замена непристойных, грубых, вульгарных и табуированных выражений более умеренными выражениями, что позволяет говорящему сообщать о теме, о которой он иначе не смог бы говорить, поскольку она либо содержала бы выражение слишком вульгарное или непристойное для данной ситуации, либо он говорил бы о теме, которая воспринимается обществом как табу, и открыто говорить о ней неуместно. Автор романа использует фразы с эвфемистической функцией именно для этих двух целей – или с их помощью он заменяет вульгарное выражение выражением более нейтральным, или благодаря им он может говорить на такие темы, как например, самоубийство.

Аргументативная и резюмирующая функции очень похожи друг на друга, но в то время как фразеологизм с резюмирующей функцией служит для подведения итогов, повторения того, что было сказано уже раньше, фразеологизм с аргументативной функцией предназначен для обоснования или подтверждения истинности позиции говорящего. Обе эти функции чаще всего встречаются в споре или обсуждении. Для той же цели автор также использует эти фразеологизмы в романе, с их помощью он повышает доверие к своим персонажам и строит на них свои аргументы.

Людическая функция фразеологизмов означает их способность участвовать в языковой игре для создания комического эффекта. По нашему мнению, эта функция является одной из важнейших в анализируемом романе. В. Пелевин

использует людическую функцию фразеологизмов в создании своих рекламных слоганов. Комический эффект добавляет слогану оригинальности, привлекает внимание реципиентов и вызывает у них положительную эмоциональную реакцию. Автор также часто пользуется людической функцией фразеологизмов в речи своих персонажей.

На основании результатов анализа можно сказать, что автор не использует фразеологизмы в своём романе случайным образом. Каждый фразеологизм, использованный в романе, был заранее продуман, и фразеологизмы играют решающую роль в формировании общего впечатления от романа. Фразеологизмы в этом романе помогают определить и сформировать сферу рекламного менеджмента. В романе находятся специализированные фразеологизмы, которые используются только в определенной профессии и могут быть непонятны человеку, который не работает в этой области.

Вторая роль, которую фразеологизмы играют в данном романе, - они помогают формировать характер персонажей. Если фразеологизм в романе находится в прямой речи, то он может помочь читателю сформировать общий образ персонажа, который появляется в романе. В зависимости от того, какие фразеологизмы использует персонаж в своей речи, читатель может угадать, из какого социального класса он происходит, каков его социальный статус, его образование и так далее.

Однако, самая важная роль, которую идиомы играют в нашем романе, и которая отличает их от фразеологизмов в других романах, заключается в создании рекламных слоганов. Большое количество лозунгов, появляющихся в романе, содержит либо оригинальный фразеологизм, либо слоган основан на языковой игре, в которой известные читателю фразеологизмы трансформируются в соответствии с контекстом рекламы. По нашему мнению, такое использование фразеологизмов очень уникально и придает фразеологизмам важное значение, которые они не имеют в других романах.

Bibliografie

Excerpovaný materiál

1. Bastonc / Пользователи. ПЫХА [online]. 2007, 28. 5. 2010 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <http://pyha.ru/users/bastonc/>
2. Кацапы ! Тут явно какая-то лажа зарыта ! Цей журнал є лише хаотичний, але відкритий приватний записничок злостивого кримського укропа.. — LiveJournal [online]. 7. 4. 2015 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://barabas-open.livejournal.com/422718.html>
3. Красный день календаря мы отпразднуем не зря. Яррег – новости Ярославской области [online]. Ярославль, с2011-2020, 6. 11. 2004 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: https://yarreg.ru/articles/sk_news_3_46805/
4. ПЕЛЕВИН, Виктор. *Generation «П»* [online]. Moskva: AST, 2015, 236 s. [cit. 2020-03-02]. Эксклюзивная новая классика. ISBN 978-5-17-092361-8. Dostupné z: <https://bookzip.ru/2901-generation-p.html#1>

Použitá literatura

1. ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and general phraseology*. V Praze: Nakladatelství Karolinum, 2007, 718 s. ISBN 978-80-246-1371-0.
2. DOBROVA, Mariia. *Russkije frazeologizmy v internet-diskurzje: funkcional'nyj aspekt = Ruské frazeologismy v internetovém diskurzu: funkční aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019, 282 s. Monografie. ISBN 978-80-244-5507-5.
3. MLACEK, Jozef.: *Slovenská frazeológia*. Bratislava: SPN, 1984.
4. МОКИЈЕНКО, Valerij Michajlovič a Ludmila STĚPANOVA. *Ruská frazeologie pro Čechy: Russkaja frazeologija dlja Čechov*. 2. vyd., (rozš.). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, 259 s. Skripta. ISBN 978-80-244-1916-9.
5. STĚPANOVA, Ludmila. *Česká a ruská frazeologie: diachronní aspekty*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, 297 s. Monografie. ISBN 80-244-0795-7.
6. ŠANSKIJ, Nikolaj Maksimovič. *Frazeologija sovremennogo russkogo jazyka*. Moskva: Gosudarstvennoje izdatel'stvo "Vysšaja škola", 1963, 155 s.

7. КУНИН, А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Второе, переработанное. Москва: Феникс, 1996. ISBN 5-87905-042-4.
8. ЭМИРОВА, А. М. Образный мир В. Набокова. In: ЭМИРОВА, А. М. Избранные научные работы. Симферополь: Крымучпедгиз, 2008, s. 241-247. ISBN 978-966-354-225-6.
9. ЭМИРОВА, А. М. О языковых функциях фразеологических единиц (идиом). In: ЭМИРОВА, А. М. Избранные научные работы. Симферополь: Крымучпедгиз, 2008, s. 98-106. ISBN 978-966-354-225-6.

Slovníky

1. ЕЛИСТРАТОВ, Владимир Станиславович. *Словарь русского арго (материалы 1980-1990 гг.)* [online]. Москва: Русские Словари, 2000 [cit. 2021-02-08]. ISBN 5-93259-008-4. Dostupné z: <http://gramota.ru/slovari/argo/>
2. СЕРОВ, Вадим. *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений* [online]. Москва: ООО Издательство «Локид-Пресс», 2005 [cit. 2020-03-29]. ISBN 5-320-00323-4. Dostupné z: <https://www.libfox.ru/199163-vadim-serov-entsiklopedicheskiy-slovar-krylatyh-slov-i-vyrazheniy.html>
3. СЕРОВ, Вадим. *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений* [online]. Москва: ООО Издательство «Локид-Пресс», 2003 [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: <http://bibliotekar.ru/encSlov/index.htm>

Elektronické publikace

1. ĎURČO, Peter a Jozef MLACEK. *Frazeologická terminológia*. Bratislava: Stimul, 1995. [cit. 2020-01-18] dostupné z: www.juls.savba.sk/ediela/frazeologicka_terminologia/
2. FÖLDEŠIOVÁ, Denisa. 2014. *Frazeologie: Historie*. Encyklopedie lingvistiky, ed. Kateřina Prokopová. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci., [cit. 2020-01-18] dostupné z: <http://oltk.upol.cz/encyklopedie/index.php5/Frazeologie: Historie>
3. FRANČ, Václav. Ruská současná literatura mýma očima. *ČAJ pro chvíle pohody: Časopis Autorů Jičínska* [online]. Nová Paka, 2017, 5. 11. 2017, XVI (134), 12 - 28 [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: http://eldok.svkhk.cz/out/Caj/Caj_2017/caj_134.pdf

4. HAVLOVÁ, Veronika. Jak udělat realitu: Viktor Pelevin předpověděl Putinovu hybridní válku na Ukrajině. *Nakladatelství Dokořán – Původní i překladová populárně-naučná a odborná literatura* [online]. Praha 5: Dokořán, ©2015, 11. 3. 2017 [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.dokoran.cz/recenze/1489410384.pdf>
5. АБАГАНОВА, Асель Оразгалиевна. К вопросу о массовой литературе на материале творчества Виктора Пелевина. *Уральский филологический вестник. Серия: Русская литература XX-XXI веков: направления и течения*. [online]. 2018(3), 95-104 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-massovoy-literature-na-materiale-tvorchestva-viktora-pelevina>
6. БАЙКО, Валерия Александровна. Экспрессивная функция интертекста в современном детективном тексте. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. [online]. 2018, 5-2(83), 304-308 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekspressivnaya-funktsiya-interteksta-v-sovremennom-detektivnom-tekste>
7. БАРАНОВ, Александр Васильевич. Неомифология и мифология в романе В. Пелевина «Generation “П”». *Вопросы русской литературы* [online]. 2019(4), 41-48 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/neomifologiya-i-mifologiya-v-romane-v-pelevina-generation-p>
8. ГИБАДУЛЛИНА, Маргарита Айдаровна. Интертекстуальность в рекламных слоганах романа Пелевина «Generation п»: источники и приемы. *Лингвокультурология* [online]. 2016(6), 30-37 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-v-reklamnyh-sloganah-romana-pelevina-generation-p-istochniki-i-priemy>
9. ГИЗАТОВА, Гузель Казбековна. Роль системного подхода в определении функций фразеологизмов. *Казанский лингвистический журнал* [online]. 2018, 1(1), 31 - 38 [cit. 2020-04-16]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sistemnogo-podhoda-v-opredelenii-funktsiy-frazeologizmov>
10. ДМИТРИЕНКО, Иван Константинович. К вопросу о литературной традиции: мифологические проекции в произведениях немецких романтиков и русских постмодернистов. *Вестник КГУ* [online]. 2012(3), 96-99 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-literaturnoy-traditsii-mifologicheskie-proektsii-v-proizvedeniyah-nemetskih-romantikov-i-russkih-postmodernistov>

11. КАЗНАЧЕЕВ, С. М. Новый реализм и постмодернизм: проблема диффузии. Культурная жизнь Юга России [online]. 2008, 26(1), 71-74 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-realizm-i-postmodernizm-problema-diffuzii>
12. КУЛЬКИНА, Варвара Михайловна. Особенности современной прозы: деконструкция текста у В. Пелевина и П. Остера. РСМ [online]. 2016, 3(92), 229–235 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennoy-prozy-dekonstruktsiya-teksta-u-v-pelevina-i-p-ostera>
13. НАЗАРОВА, Раиса Зефировна. К вопросу о юридической функции прецедентных феноменов в художественном дискурсе. *Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика* [online]. 2017, 17(1), 29-32 [cit. 2020-03-29]. DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-1-29-32. ISSN 18177115. Dostupné z: http://bonjour.sgu.ru/sites/bonjour.sgu.ru/files/2017/04/05_nazarova-29-32.pdf
14. ПАВЛОВСКАЯ, Ольга Евгеньевна а Наталья Юрьевна ЗИМИНА. Специфика орнаментального идиостиля постмодернизма (на примере романа В. Пелевина «Generation п»). Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение [online]. 2012(2) [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-ornamentalnogo-idiostilya-postmodernizma-na-primere-romana-v-pelevina-generation-p>
15. ПОРУТЧИК, О. А. Мир как иллюзия в произведениях Виктора Пелевина. Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. [online]. 2008(1), 51-55 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/mir-kak-illyuziya-v-proizvedeniyah-viktora-pelevina>
16. РЫБАКОВА, Елена Александровна. Игры с фразеологизмами в языке современной немецкой молодёжи. *Вестник КГУ* [online]. 2012, (4), 102–105 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/igry-s-frazeologizmami-v-yazyke-sovremennoy-nemetskoj-molodyozhi>
17. СЕМЕНОВА, Наталья Анатольевна. *Языковые и речевые функции фразеологических единиц*. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, no. 9, 2014, str. 388-391. [cit. 2020-03-10], dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-i-rechevye-funktsii-frazeologicheskikh-edinit>

18. ТРЕТЬЯКОВА, И.Ю. Коммуникативная направленность окказиональных преобразований фразеологических единиц. Ученые записки ОГУ: Серия: Гуманитарные и социальные науки [online]. 2012, 1(1), 327-331 [cit. 2020-05-04]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-napravlennost-okkazionalnyh-preobrazovaniy-frazeologicheskikh-edinits>
19. ФАНИЯН, Нелли Юрьевна. Специфика вербализации мышления: аргументативный аспект (на материале фразеологизмов). *Теория и практика общественного развития* [online]. 2012, 2012(3), 389–391 [cit. 2020-03-24]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-verbalizatsii-myshleniya-argumentativnyy-aspekt-na-materiale-frazeologizmov>
20. ФЕДОТОВА, Е. С. Роман В. Пелевина «Generation “п”»: словесная игра как способ осмысления и пересоздания действительности. Уральский филологический вестник. Серия: Драфт: молодая наука. [online]. 2013(5), 227-234 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/roman-v-pelevina-generation-p-slovesnaya-igra-kak-sposob-osmysleniya-i-peresozdaniya-deystvitelnosti>

Internetové zdroje

1. GLANC, Tomáš. Pelevin, Viktor - iLiteratura.cz. *ILiteratura.cz* [online]. Medonosy: Sdružení pro iliteraturu, 2002, 2001 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://www.iliteratura.cz/Clanek/15035/pelevin-viktor>
2. LIUKKONEN, Petri. Viktor Pelevin. *Author's calendar* [online]. Kouvola, Finsko: Kuusankosken kaupunginkirjasto, 2001, 2008–2017 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://authorscalendar.info/pelevin.htm>
3. Viktor Pelevin. *The Short Story Project* [online]. New York [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://www.shortstoryproject.com/writers/viktor-pelevin/>
4. YUDINA, Anna. Viktor Pelevin – Russiapedia: Literature Prominent Russians. *Get Russianalized – Russiapedia: Get to know Russia better* [online]. Moskva: ANO TV-Novosti, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://russiapedia.rt.com/prominent-russians/literature/viktor-pelevin/>
5. Виктор Олегович Пелевин. Биографическая справка. *РИА Новости – события в Москве, России и мире сегодня* [online]. Moskva: Россия сегодня, 2019, 20. 10. 2009 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <https://ria.ru/20091020/189750870.html>

6. Стилистическое использование фразеологических единиц. *Myfilology.ru* – информационный филологический ресурс [online]. 2016-09-23 10:39:11. [cit. 2020-02-28] Dostupné z: <https://myfilology.ru//russkiiyazyk/frazeologiya/stilisticheskoe-ispolzovanie-frazeologicheskix-edinicz/>

Anotace

Jméno a příjmení autora: Bc. Anna Valchářová

Název katedry a fakulty: Katedra slavistiky, sekce rusistiky, Filozofická fakulta

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Mariia Dobrova, Ph. D

Název diplomové práce: Frazeologismy a jejich role v románu „Generation P“ Viktora Pelevina

Počet znaků: 123 537

Počet příloh: 1

Počet titulů použité literatury: 38

Klíčová slova: Viktor Pelevin, Generation P, frazeologie, frazém, frazeologismus, funkce frazeologismů

Charakteristika:

Tato diplomová práce je zaměřená na analýzu frazeologismů, nacházejících se v románu Generation P Viktora Pelevina. Cílem práce je objasnit, za jakým účelem V. Pelevin užívá v románu frazeologismy, jakou roli hrají v kontextu celého díla pomocí analýzy funkcí frazeologismů, užitých v románu. Kromě výsledné analýzy tato práce přináší také stručnou charakteristiku života a tvorby autora a přehled o frazeologii jako takové.

Annotation

Name and surname of the author: Bc. Anna Valchářová

Name of department and faculty: Department of Slavic Studies, section of Russian studies, Philosophical faculty

Supervisor of thesis: Mgr. Mariia Dobrova, Ph. D

Title of thesis: Phrasemes and their role in the novel “*Generation P*” by Victor Pelevin

Number of characters: 123 537

Number of attachments: 1

Number of sources used: 38

Key words: Victor Pelevin, Generation P, phraseology, phraseme, idiom, function of phrasemes

Characteristics:

This master's thesis is dedicated to the analysis of phrasemes found in Victor Pelevin's novel *Generation P*. The thesis aims to clarify V. Pelevin's use of phrasemes in his novel and the role they play in the context of the larger work through analysis of their individual functions. In addition, this thesis also provides a brief description of the life and work of the author and an overview of phraseology as such.

Přílohy

1. Frazeologismy, identifikované v románu „*Generation P*“ Viktora Pelevina

D

DIAMONDS

Diamonds are (not) forever (100, 197)

DIFFERENT

Think different (180)

G

GOD

In God we Monopoly (193)

H

HOMO

Homo homini lupus est (86)

J

JAZZ

All that jazz (101)

JONESES

To keep up with the Joneses (85)

JUST

Just be (60)

Just do it (92, 93, 102 [2x], 158)

L

LOST

Get lost in (5)

M

MONEY

Money talks, bullshit walks (79)

P

PR

Black PR (96)

Черный PR (95)

S

STAND

Can't stand (5)

T

TEMPESTAS

Mediis tempestatibus placidus (19)

U

UM

Umom Russiju nye ponyat, v Russiju
mojno tolko vyerit (55)

V

VIATOR

Sta, viator (222)

W

WEST

Go West (64)

Y

YOU

If you are so clever show me your
money (79)

If you know what I mean (5)

You always get back to the basics (88)

Б**БАЗАР**

Базара нет (124, 125, 170)

Базар есть (171)

БАНДА

Банду Эльцина под суд (190)

БАРАБАН

По барабану (211)

БЕГ

На бегу (160)

БЕРЕГ

Перевести *кого, что* на другой берег (71, 73)

БОГ

Бог знает (163)

Бог с ним (179)

Даст Бог (173)

Слава Богу (18, 58, 180)

БРОНЕНОСЕЦ

Броненосец Потемкин (198)

БРЭНД

У всякого брэнда своя легенда.

У каждого Демида — своя планида,
а у каждого Абрама — своя
программа (100)

БУГОР

Из-за бугра (66)

БУРЯ

Спокойный среди бурь (19, 20)

БЫТЬ

Быть (не) до *кого, чего* (9, 27)

Как бы ни было (5, 131)

В**ВАЛ**

Потный вал вдохновенья (159)

ВАТСОН

Элементарно, Ватсон (165)

ВАУ

Вау вау вау! (86)

ВИД

(не) Подавать/подать виду (149,
201, 207)

Иметь бледный вид (167)

Иметь в виду (7, 22, 29, 73, 186)

Потерять из виду *кого, что* (206)

Упускать из виду (84)

ВНИМАНИЕ

(не) Обратить/обращать внимание
на *кого, что* (40, 106)

Привлечь внимание (68, 180)

ВОДИТЬСЯ

Как водится (186)

ВОЛНА

(не) Гнать волну (133)

ВОЛОСЫ

Рвать на себе волосы (191)

ВОПЛОЩАТЬ

Воплощать в себе (9)

ВПЕЧАТЛЕНИЕ

(не) Произвести впечатление (15,
156 [2x])

ВРАЗНОС

Пойти вразнос (113)

ВРЕМЯ

Время от времени (12, 41)

ВСЕ

Все равно (20, 34, 71, 84, 87, 111
[2x], 112, 113 [2x], 119 [2x], 123,
152, 178, 182)

Скорее (скорей) всего (5, 145, 204,
209)

ВЫВОД

Приводить к выводу (6)

Делать / сделать вывод (28)

Г

ГАВАНЬ

Тихая гавань (88, 91 [2x])

ГЛАЗ

На глаза навернулись слезы (9)

Не верить своим глазам (124)

Перед глазами (98)

ГЛУБИНА

Глубина души (36)

ГОВНО

В говне по уши (133)

ГОЛОВА

(не) Брать в голову (34, 133, 176)

Вставля́ть/ встави́ть в голову (9)

На свою голову (217)

Попасты́ в голову (168)

(не) Прийти / приходи́ть в голову кому-чему (7, 35, 42, 43, 53, 79, 80, 130, 158, 160 [2x], 170, 174, 186, 201, 219, 222)

Свежая голова (126)

Снявши голову, по волосам не плачут (221)

ГОРА

(не) За горами (84)

ГРИБ

Растить как грибы после дождя (22)

ГРОБ

Растить как гробы после вождя (22)

Д

ДАЛЕКО

Далеко пойти (17)

ДЕЛО

(не) Быть дела до *кого, чего* (108)

Иметь дело (82, 96, 74, 191)

Какое дело *кому, чему* до *кого, чего* (192)

Понятное дело (7)

ДЕНЬ

Далекие дни (6)

Золотые дни (101)

Что день грядущий нам готовит (26)

ДЕНЬГИ

Деньги (не) пахнут (53 [2x])

ДЖАЗ

Пока не начался джаз (101)

ДРУГ

Опира́тся друг на друга (162)

ДУМАТЬ

Не мочь думать ни о чем другом (7)

ДУХ

Быть не в духе (131, 166)

ДУША

В глубине души (47)

Всеми пора́ми (фибрами) своей души (5)

Трога́ть душу (31)

Тяжелый для души (6)

ДЫМ

Дым Отечества (43)

И дым отечества нам сладок и приятен (42)

Е

ЕХАТЬ

Тише едешь — дальше будешь (27)

Ж

ЖАБА

Жаба души́т *кого, чего* (16)

ЖИЗНЬ

Войти в жизнь *кого, чего* (5)

Вызвать *кого, что* к жизни (38)

Зажить своей жизнью (28)

Изменить жизнь *кому, чему* (8)

- ЖОПА
Опускаться в жопу (94)
Уберечь свою жопу (185)
- З**
- ЗАМОК
Воздушный замок (76)
- ЗДОРОВЬЕ
На здоровье (53)
- И**
- ИСТОРИЯ
Войти в историю (28)
- К**
- КАРТА
Ставить на карту (138)
- КАРТИНА
Картина мира (6)
Картина не изменилась (13)
Та же картина (213)
- КАША
Заварить кашу (13)
- КОЗА
Когда *кто* еще коз в горах пас (124)
- КОЛА
Не-кола для Николы (25, 96)
- КОЛО
Пусть нету ни кола и ни двора (25)
- КОЛОКОЛЬНЯ
Насрать на *кого, что* с высокой колокольни (144)
- КОНДРАШКА
Кондрашка хватит *кого, чего* (152)
- КОНЕЦ
(не) Быть уверен до конца (209)
(не) Быть ясно до конца (95)
- (не) До конца (22, 37, 140, 153, 163, 168)
(не) Уверен до конца (65)
В конце концов (18, 71)
(не) Понять/понимать до конца (176)
- КОНЬ
Коню ясно (115)
- КОРАБЛЬ
С корабля на бал (43)
С корабля на бля (43)
- КОРЕНЬ
В корне пресечь (188)
Потерять корни (127)
- КОРОВА
Чья бы корова мычала, а твоя б молчала (142)
- КОСИТЬ
Косить под *кого, что* (12)
- КОШКА
Искать черную кошку, которой никогда не было, в темной комнате, которой никогда не будет (84)
- КРОВЬ
Влить всю кровь сердца в *что* (62)
- КРУГ
Все возвращается на круги своя (88)
Замкнутый круг (98)
- КРЫСА
Вести себя как гаммельнская крыса, услышавшая целый духовой оркестр (19)
- КРЫША
Крыша поехала (18)
- КТО
Кто же еще (189)

КУЛАК

Добро должно быть
с кулаками (198)

КУРС

(не) Быть в курсе (213, 220)
Ввести в курс (150, 151, 182)

КУСТ

Появляться / появиться из кустов
(14)

Л

ЛАДНО

Да ладно тебе (193)

ЛАЖА

Лажа зарыта (126)

ЛАНДШАФТ

Замелькали другие ландшафты (8)

ЛЕС

Я в весеннем лесу пил березовый
сок (25)

ЛЕТ

Схватывать на лету (170 [3x])

ЛЕТА

Всплыть из Леты (97)
Кануть в Лету (43)

ЛЕТО

Раз в сто лет (160)
Средних лет (59)

ЛИХОДАРКА

Лихорадка как на клондайке (13)

ЛОБ

На лбу написано (71)

ЛЮДИ

Бедные люди (103, 109)
Как у людей (132)

М

МАЛ

Мал, да удал (68)

МАЛО

Тем не менее (30, 68, 82, 102, 203)

МАТЬ

Мать *чью* ебать (196 [2x], 206)
Япона мать (174)

МГНОВЕНИЕ

В мгновение ока (99)

МОДА

Войти в моду (66)

МОЗГ

Дать по мозгам (201)
Законопатить мозг *кому* (21)
Промыть мозг *кому* (21)

МОЛОДЕЖЬ

Золотая молодежь (53)

МУДРОСТЬ

Во многой мудрости много печали,
и умножающий познания умножает
скорбь (44)

МУЧЕНИЕ

Вечные мучения (56)

Н

НАДО

Что надо (211)

НАЛ

Черный нал (96 [2x])

НАПРАВЛЕНИЕ

Посылать / послать во все шесть
направлений (12)

НЕРВ

Нервы никуда (200)

НИРВАНА

Попасть в нирвану (8)

НИТЬ

Потерять нить (102)

НОТА

Как по нотам (176)

О

ОБЕЗЬЯНА

Обезьяна так и остается обезьяной (6)

ОБРАЗЕЦ

Хрестоматийный образец (23)

ОДИН

Один за другим (20)

Один к одному (132)

Один на один (113)

Один и той же (28)

ОЖИДАТЬ

Следовало ожидать (33, 167, 203)

ОЧЕРЕДЬ

В первую очередь (24, 168)

ОЧКО

Очко играет (191)

П

ПАЛЕЦ

Объяснять / объяснить на пальцах (127, 211)

ПАР

Пар костей не ламент (26)

ПЕРНУТЬ

Пернуть некогда (127)

ПЕТЛЯ

Хоть в петлю лезь (14)

ПИ-АР

Серый пи-ар (98)

Черный пи-ар (96, 98 [3x], 183, 184)

ПЛАТИТЬ

Приходиться платить за *кого, что* (80)

ПОБЕДА

Победа над жизнью (163)

ПОДАВИТЬСЯ

Пусть *кто, что* подавиться (183)

ПОДАЧА

Принимать / принять подачу (18)

ПОДХВАТ

Быть на подхвате (162)

ПОКОНЧИВШИЙ

Покончивший с собой (92)

ПОЛЕ

Красное цветное поле (6)

Поле зрения (87)

ПОЛОСА

Штилевая полоса (22)

ПОНТ

Кидание понтов (45)

ПОНЯТИЕ

(не) Иметь о *кем, о чем* понятие (6)

ПОНЯТЬ

Дать/давать понять (6)

ПОРА

Настала пора (6)

ПРАВДА

Сказать по правде (208)

ПРИМЕТА

Быть на примете (15)

ПРИНИМАТЬ

Принимать за *кого, что* (100)

ПРОБЛЕМА

Проблема в том (6)

ПЯТА

Под железной пятой (44)

Р

РАБ

Выдавливает / выдавить раба по каплям (37)

РАБОТА

Работа для вечности (8)

РАЗ

Как раз (8, 16, 33, 62, 69, 99, 126, 132, 153, 183, 188, 192, 197, 201, 207, 212)

РАЗНИЦА

Какая разница (217)

РАСКЛАД

При любом раскладе (9)

РЕКА

Река времени (145 [2x])

РЕСПУБЛИКА

Банановая республика (11)

РЕЧЬ

Не может быть речи (8)

Речь идет *о ком, чем* (30, 85, 188)

РОД

Род приходит и род уходит, а земля пребывает вовеки (18, 19)

Своего рода (44, 45, 70, 78, 98, 148)

РОДИНА

И Родина щедро поила меня березовым соком, березовым соком (162)

РОЛЬ

Играть / сыграть роль (28, 30, 83)

РОСТ

В полный рост (89)

РУБАШКА

Своя рубашка ближе к телу (19)

РУКА

Набить руку (165)

Средней руки (12)

РУСЛО

Войти в русло (161 [2x])

Идти по руслу (55)

С

САМ

Сам по себе (52, 80, 94)

СВЕЖЕСТЬ

Второй свежести (145)

СЕБЯ

Быть не в себе (31, 133)

Приходить / прийти в себя (59, 108, 110, 111, 149)

СЕСТРА

Три сестры (158)

СИВКА

Укатали сивку крутые урки (132)

СИЛА

В силу (82)

Изо всех сил (88, 89, 155, 160, 216)

СКАЗАТЬ

Ничего не скажешь (64, 145)

СКЛОННОСТЬ

Не питать склонности (7)

СКРИП

Без всякого скрипа (94)

СЛАДОСТЬ

Горькая сладость (9)

СЛЕД

Искать следы (6)

Исчезнуть без следа (139)

След остался (28)

СЛЕДОВАТЬ

Как следует (137, 194)

СЛОВО

Дать/давать слово *кому* (130, 201)

Подыскивать слова (199)

СЛУХ

Слухи ходят (20, 218, 222)

СЛУЧАЙ

На всякий случай (123, 176, 185)

СЛЮНА

Чуть не подавиться собственной слюной (59)

СМЫСЛ

Смысл жизни (85 [2x])

СОБАКА

Нужен как собаке пятая нога (220)

Смотреть / посмотреть по-собачьи (14)

СОВРАТЬ

(не) Дать соврать (207)

СПИНА

За спиной (96)

СТАРИНА

Тряхнуть стариной (195)

СТАТЬ

Быть под стать (194)

С какой стати (135)

СТО

На все сто (173)

СТОРОНА

Обходить стороной (160)

СТРЕЛКА

Перевести все стрелки на *кого, что* (125)

СУД

Страшный суд (205)

СУДЬБА

Решить дальнейшую судьбу *кого, чего* (7)

СЧАСТЬЕ

К счастью (117, 187)

СЧЕТ

Конечный счет (83, 176)

На счет (88)

СЪЕСТЬ

Не съедим (206)

Т

ТАНК

Полутемно и прохладно, как в танке (11)

ТВАРЬ

Тварь ли я дрожащая или право имею? (14)

ТЕРПЕТЬ

Терпеть не мочь *кого, что* (53, 112)

ТОВАРИЩ

Товарищ по несчастью (88)

ТОЛК

Взять в толк (38)

Сбить с толку *кого, что* (100)

ТОЧКА

Поворотная точка (5)

Попасть в точку (43)

С точки зрения (22, 30, 76, 77, 78, 85, 95, 118, 135, 163, 187)

ТРУД

Труды для вечности (8)

ТЫ

Да ты че (184)

Да ты чего (152)

Да ты что (157)

Ух ты (56)

ТЫР

Тыр-пыр-восемьдыр (127)

У

УРА

Пройти на ура (64)

УХО

Пропустить *что* мимо ушей (219)

УШКО

Ушки на макушке (44)

Ф**ФАРВАТЕР**

Вводить *кого, что* в фарватер (5)

ФИГ

На фиг (63, 179, 208)

На фиг это (не) надо (192 [2х])

Ни фи́га себе (55)

ФИШКА

Фишка в *чем* (71)

Х**Х*Й**

На хуй не нужен (65)

ХАЛЯВА

На халяву (126, 158)

ХОДИТЬ

Ходить под *кем, чем* (99,125)

ХОТЯ

Хотя бы (7, 90, 98, 115, 145, 199)

ХРЕН

Хрен его знает (129)

Ц**ЦЕЛЬ**

Высшая цель (35)

Ч**ЧЕЛОВЕК**

Человек человеку волк (86 [2х])

ЧЕРТ

К чертовой матери (166)

Пойти к черту (12)

Черт его знает (87, 197)

Черт знает сколько (15)

ЧЕРТА

В общих чертах (152)

ЧЕСТНО

Честно говоря (207)

ЧИСЛО

В том числе (8)

ЧИСТКА

Чистка авгиевых конюшен (70)

ЧИХАТЬ

Чихать на *кого, что* (5)

ЧТО

Несмотря ни на что (40)

Ни за что (23, 211)

Ни к чему (66)

Ни при чем (6, 38)

Что еще за (193)

ЧУВСТВО

Привести в чувство *кого* (36)

Ш**ШАР**

Пробный шар (23)

ШЕФ

К шефу на ковер (149)

ШУМ

Белый шум (44)

Э**ЭТО**

Это что (55)