

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra slavistiky

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Simona Bernatíková

JAZYK A STYL ZIMNÍ OLYMPIÁDY V SOČI (2014)

The language and style of the Winter Olympics in Sochi (2014)

Olomouc 2014

Vedoucí práce: Mgr. Jindřiška Kapitánová, Ph.D.

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

V Olomouci dne.....2014

.....

Podpis

Děkuji paní Mgr. Jindřišce Kapitánové, Ph.D., za ochotu, konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní bakalářské práce poskytla.

.....

Podpis

Obsah

Úvod.....	6
1 Teoretická část.....	7
1.1 Styl.....	7
1.2 Charakteristika publicistického stylu.....	7
1.3 Současné tendence ve vývoji ruského jazyka v publicistickém stylu.....	11
1.4 Jazyk publicistického stylu.....	12
2 Praktická část.....	16
2.1 Celkové hodnocení excerpovaného českého a ruského tisku.....	16
2.2 Práce se standardními prostředky.....	19
2.2.1 Standardní odkazy.....	19
2.2.2 Standardní práce s trpným rodem.....	21
2.2.3 Standardní označení osoby (přístavek).....	22
2.2.4 Větná hutná stavba.....	22
2.3 Práce s expresivními prostředky.....	24
2.3.1 Expresivní hra se slovem.....	24
2.3.1.1 Neologizmy.....	24
2.3.1.2 Metafora.....	25
2.3.1.3 Personifikace.....	26
2.3.1.4 Metonymie.....	26
2.3.2 Využití stylisticky zabarvené slovní zásoby.....	27
2.3.2.1 Hovorovost.....	27
2.3.3 Práce s grafickou stránkou textu.....	29
2.3.4 Text a kontext.....	30
2.3.4.1 Aluze.....	33
Závěr.....	35
Резюме.....	36
Zdroje.....	40
Přílohy.....	45

Úvod

Ve své bakalářské práci se budu zabývat analýzou jazyka a stylu ruské a české publicistiky, která informovala o Zimních olympijských hrách v Soči v roce 2014. Uvědomuji si však, že pojem jazyk a styl zimních olympijských her je velmi široký a proto ho z praktického důvodu zúžím na jazyk a styl české a ruské publicistiky.

Vycházím ze současných prací o české a ruské stylistice a rozpracovaných ruských a českých publicistických článků. Z důvodu opatření týkajícího se ruských médií, který provedl prezident Vladimír Putin ve své zemi, jsem nemohla pracovat s ruským bulvárem. Redaktoři byli varováni, že pokud zveřejní jakékoliv kritické zprávy, hrozí jim zánik daného periodika (Viz článek č. 1 v příloze).

Pracovala jsem s ruským liberálním deníkem Известия, s ruským opozičním tiskem Советская Россия, českým liberálním deníkem Lidové noviny a českým bulvárem Blesk. Pracovala jsem s dvaceti českými a dvaceti ruskými články, které vyšly v době těsně před a během trvání olympiády a následný den po zakončení her, kromě jednoho článku ruského opozičního tisku, který byl na internetu zveřejněn již v srpnu roku 2013. Články byly dostupné v tištěné nebo elektronické podobě. Během analýzy jednotlivých článků jsem také pracovala s výkladovým slovníkem Грамота (Прохоров 2009) a se Slovníkem spisovné češtiny (Červená a kol. 2006).

V praktické části se se pokusím na základě přečtených dostupných materiálů podat svůj subjektivní pohled na to, jak které české a ruské noviny s danou informací pracují, v našem případě mluvíme o tématu zimních Olympijských her v Soči. A také se pokusím analyzovat, který ruský a český tisk je obsahově vyvážený, a který naopak není. Tím mám na mysli, zda převažuje kladné hodnocení nebo naopak. V praktické části uvedu příklady pouze z některých českých a ruských článků, které jsem analyzovala. Nejprve se budu věnovat standardizovaným prvkům a poté přejdu k expresivním prvkům.

1 Teoretická část

Na začátku této bakalářské práce uvedu několik variant definice pojmu styl. Tento pojem nám následně definuje několik autorů, mezi které patří kolektiv autorů *Současné stylistiky*, M. Čechová, M. Krčmová a E. Minářová, dále O. N. Grigorjevová ve své knize *Стилистика русского языка*, E. Minářová ve své knize *Stylistika pro žurnalisty*. Také budu charakterizovat publicistický styl, uvedu současné tendence ve vývoji ruského jazyka a budu se věnovat jazyku publicistického stylu.

1.1 Styl

Ve stylistice pojem Styl nemůže být definován jednou možnou variantou. Záleží na každém autorovi zabývajícím se stylistikou, jak ho adresátovi vyloží. Jedna z možných zní následovně: „Označuje určitý ráz verbálního komunikátu, zpravidla cílevědomě volený a uspořádaný tak, aby obsahem i formou vyhovoval komunikačnímu záměru autora.“ (Čechová, Krčmová, Minářová 2008: 16.)

Podle O. N. Grigorjevové si člověk k vyjádření svých myšlenek a pocitů vybere jedno z několika možných vyjádření. To, které nejvíce odpovídá dané situaci. Člověk se chová podle určitého způsobu. Styl je chápán jako způsob verbálního chování z pohledu mluvčího nebo píšícího jedince (odesilatele sdělení). Každý text vypovídá mnohé o jeho autorovi a o podstatě, proč byl sepsán a komu je tento text určený. V tomto smyslu je styl doplňkovou informací, která je zachycena v textu současně s jeho prvotním obsahem, z pohledu toho, kdo daný text čte (adresáta sdělení). (Григорьева 2000: 5)

Podobně také Eva Minářová, autorka *Stylistiky pro žurnalisty* (Minářová 2011: 22) ve své knize cituje Bohuslava Havránka, který pojem styl definuje následovně: „Styl je způsob užití (výběr) jazykových prostředků v daných jazykových projevech jak podle jejich konkrétního cíle, formy a situace, tak podle individualizačního zaměření (např. emotivního, estetického aj.) mluvčího, resp. pisatele.“ (Havránek 1963: 77)

1.2 Charakteristika publicistického stylu

Na základě přednášek z disciplíny Stylistika (Kapitánová 2013) mohu uvést, že publicistický styl spadá společně s dalšími čtyřmi styly (odborný, administrativní, umělecký, hovorový) do kategorie funkčních stylů. To, jak správně chápat pojem funkčního stylu, uvádí Eva Minářová v následující definici: „Funkční styl chápeme jako záměrný a cílený, eventuálně i uvědomělý výběr výrazových prostředků (zvláště jazykových, ale i tematických a textových) a jejich stylizační a kompoziční uspořádání,

kteřé odpovídá určité funkci a cíli komunikátu, komunikační situaci a všem dalším okolnostem.“ (Minářová 2011: 23)

Zastávám názor G. Ja. Solganika, že publicistický styl je využíván v nejedné oblasti. Tento styl je zacílen především na politickou a ekonomickou sféru, mimo to i podává informace z oblastí kultury a sportu. Jeho základními pilíři jsou prostředky masové komunikace. Do prostředků masové komunikace spadá tisk, rádio, televize a součástí těchto komunikačních prostředků je mimo jiné i moderní způsob komunikace s lidmi - internet. Publicistický styl má za úkol sdělit určitou informaci, fakt a patřičně jej ohodnotit. (Солганик 2003, str. 312-313)

Každému funkčnímu stylu je přiřazena určitá funkce, která je pro něj typická, vystihuje ho. Pro daný styl jsou charakteristické následující dvě funkce – informativní (sdělovací) a působící. Informativní funkce má za úkol sdělit čtenáři (adresátovi) novinky, popřípadě předat argumenty. Jinými slovy jde o stereotypní sdělení informace. Jazyk se stává buď tvůrčím, nebo konzervativním. V takovém případě lze mluvit o tzv. standardu jazyka. Sdělovací funkce vede k tomu, že v jazyce novin vzniknou standardizovaná klišé, stejně jako je tomu ve stylu odborném nebo administrativním. Druhá funkce publicistického stylu – působící zapojuje do sdělení agitaci či reklamu. Jinými slovy, aniž by si to sám čtenář vůbec uvědomoval, informace se mu dostala do podvědomí ať už pozitivně, nebo negativně. Hlavním úkolem této působící funkce je vyjádřit svůj vlastní názor na danou situaci, aktuální dění ve společnosti a nejlépe takovým způsobem, aby to čtenáře, diváka zaujalo a něco to v něm zanechalo. Jazyk je často ozvláštněn, konkrétně se využívá tvůrčí práce s jazykem. Pro působící funkci je charakteristické nedodržování standardních norem, žádná standardizovaná klišé a slovní obraty, jako u předešlé funkce. Nedodržuje se psaní ve sloupcích, ale naopak se snaží přijít s něčím jiným, co v sobě skrývá nádech expresivity. (Kapitánová 2013)

Výše uvedené funkce publicistického stylu - informativní (sdělovací) a působící mají za následek vznik dvou tendencí, zaměřených na práci s jazykem. Jako první si představíme tendenci tíhnoucí ke standardizaci jazyka, která se v jazyce vyznačuje vznikem klišé, použitím verbo-nominálních spojení, standardních odkazů, standardní větné stavby, stereotypního předání objektivní informace (srov. př.: *Кто что сделал, По словам кого, Как заявил, По словам источника на пресс конференции было заявлено*). (Kapitánová 2013), (...*vykonal návštěvu, ...zavítal, přibyl na přátelskou návštěvu, jak hlásí tisková kancelář..., podle agentury, ... oznámil to našemu zpravodaji, ...podle názoru některých pozorovatelů, při nehodě byl zraněn, pachatel byl dopaden,*

po pachateli se pátrá). (Jedlička, Formánková, Rejmánková 1970: 45)

Další tendencí rozumíme tendenci k užívání expresivity v jazyce. Tato tendence má pro nás větší váhu, protože abychom jedince, kterého chceme oslovit, zaujali, je potřeba využít tvůrčí práce s jazykem, která je neočekávaná a v podstatě vždy nová. Expresivita může být zakomponovaná ve slovní zásobě, ve výslovnosti, ve stavbě věty. Tím, že využíváme expresivní práce s jazykem, vytrhneme čtenáře ze stereotypu. Tendenci k expresivitě můžeme jinak nazývat tendencí ozvláštňující jazyk. Snahou by měla být aktivizace - aktuální práce s jazykem. Sdělované informace je dobré obohacovat o různé zajímavosti. Pod expresivitou si můžeme představit užívání expresivních a emocionálních prostředků s cílem zapůsobit na čtenáře a na jeho emoce. Mezi takové expresivní prostředky řadíme například hovorové konstrukce, metafory, personifikace, neologizmy, grafické ztvárnění textu, paradox, ironie. Je nutné podotknout, že tento styl je především výrazně vázán na kulturu a na celkové dění ve společnosti. (Kapitánová 2013)

Co se týká publicistických prvků, kolektiv autorů *Základů české stylistiky* uvádí, že „Vedle prvků citově neutrálních mají v publicistickém stylovém typu (v některých jeho žánrech) značný podíl prvky emocionální a expresivní, podporují živost a účinnost publicistických projevů, a slouží tak k získávání, upoutání, udržování zájmu posluchačů a čtenářů a k jejich přesvědčování.“ (Jedlička., Formánková, Rejmánková 1970: 48)

Jelikož je publicistický styl velice různorodý, byl několika různými autory dále klasifikován. Právě kolektiv autorů *Současné stylistiky* dělí publicistický styl na následujících tři, které pod něj spadají – zpravodajský, publicistický, beletristický. Prvním stylem je zpravodajský, jehož hlavní funkcí je sdělení nových informací. Mezi základní zpravodajské útvary patří zpráva, rozšířená zpráva, oznámení, inzerát, reportáž, publicistický referát nebo komuniké. Dalším stylem je publicistický (v užším smyslu analytický), který především hodnotí a posuzuje fakta. Typickými úvary jsou úvodník, komentář, glosa, reportáž, fejeton, interview aj. Třetím stylem rozumíme beletristický, který je charakteristický svými společnými rysy s uměleckým stylem. Sem řadíme útvary jako například povídku, anekdotu. (Čechová, Krčmová, Minářová 2008)

Ve srovnání s výše uvedeným dělením představuje O. N. Grigorjevová svoji klasifikaci publicistického stylu na žánry - novinové, televizní, řečnické, komunikační a reklamní. Pod novinové žánry spadají reportáže, články a fejetony. Televizním označením v tomto případě máme na mysli analytické programy, informační sdělení, interview nebo rozhovor v přímém přenosu. Dalšími žánry jsou řečnické, tím se rozumí vystoupení na nejrůznějších setkáních, veřejné projevy politiků, slogany, přípitky

a diskuze. V neposlední řadě je tu také komunikační žánr, do něhož spadají tiskové konference, summity, neformální setkání. A nakonec reklamní žánr, do kterého řadíme například reklamní inzerát. (Григорьева 2000: 105)

Při srovnání klasifikace publicistického stylu bych také ráda zmínila dělení podle Zdeňky Nedomové, která stejně tak jako O. N. Grigorjevová dělí publicistický styl na jednotlivé žánry, ovšem počtem žánrů spadajících pod publicistický styl se shoduje s dělením kolektivu autorů *Současné stylistiky*. Jako první žánry jsou uvedeny zpravodajské, do kterých se řadí například reportáž, interview, hlášení. Ve druhém dělení jsou uvedeny žánry, o kterých se mluví jako o žánrech analytických, čímž se rozumí rozhovor, článek, recenze aj. Do třetího a posledního dělení žánrů patří umělecky - publicistické žánry, pro které jsou typické útvary jako esej, fejeton, pamflet. (Nedomová 2010: 101)

Dříve měl publicistický styl převážně psanou podobu, ale nyní nad psanou převažuje mluvená podoba. Jejich forma ovlivní to, jaké jazykové prostředky budou zvoleny pro danou podobu a jaké bude jejich slohové uspořádání. (Kapitánová 2013)

Kolektiv autorů *Základů české stylistiky* zastává názor, že: „V publicistických projevech, i když jsou předem připraveny, je zapotřebí reagovat aktuálně, operativně, jejich znakem je proto poměrná stručnost a také jistá bezprostřednost. Ta vystupuje do popředí v různých formách veřejných besed, diskusí, apod., v nichž jde o projevy předem nepřipravené nebo připravené jen zčásti.“ (Jedlička, Formánková, Rejmánková 1970: 43)

Jak dále poznamenává kolektiv autorů *Základů české stylistiky*, publicistické projevy se vyznačují širokou publicitou a jsou určeny co nejširšímu kruhu adresátů. S tím souvisí i noviny, které se odlišují podle toho, komu jsou určeny a pro který konkrétní region jsou určeny. Noviny se mohou lišit po stránce tematické, jazykovým zpracováním či stylovým charakterem projevů. V publicistických projevech se používá spisovný jazyk, ovšem ve spontánní mluvě se nejčastěji užívají prostředky nespisovné, pokud jde o individuální projev daného jedince. Nespisovné prostředky se mohou objevovat mimo jiné i ve sportovní publicistice, například sportovní reportáže aj. Využívají se hlavně slangové prostředky, které mají charakterizační funkci. Do publicistických projevů jsou řazeny také reklamní projevy, které se snaží informovat, získat pozornost, popřípadě přesvědčit čtenáře, posluchače o dané skutečnosti či vlastnostech zboží. V novinových titulcích se užívá metafor, personifikací, slovních hříček. (Jedlička, Formánková, Rejmánková 1970: 43 – 44)

1.3 Současné tendence ve vývoji ruského jazyka v publicistickém stylu

Podle G. Ja. Solganika autor sovětských novin do poloviny 80. let vystupoval jako zobecněný jedinec, propagátor dané strany či úřadu. Označení „autor“ definuje publicistický styl konkrétního období. (Солганик 2003: 314)

Publicistický styl je velmi nevyzpytatelný, otevřený styl, který podléhá změnám a vývoji (společensko-politickým podmínkám a funkci masové komunikace v dané době). Společně s hovorovým stylem je publicistický nejvíce dynamický. Tento styl pracuje s mimojazykovými prostředky a podléhá společenským a politickým změnám, což se následně projeví na kvalitě mediálního jazyka. Publicistika se ujímá vedoucího postavení ve stylistické struktuře ruského spisovného jazyka. Tuto příčku si drží díky dynamickým změnám a vytváření nových prostředků, klišé atd. Za tvůrčím začátkem tohoto mediálního jazyka stojí vynalézavost novinářů, hra s jazykem, důležitou roli zde má autor a jeho individuální styl tedy jeho osobitost. V textu jsou užívány kontrastní jazykové prostředky – bohatý jazyk, slang, žargon. Převládá forma dialogu. Důraz je kladen na interview, talk – show, reportáže, zpětnou vazbu od čtenářů a diváků. Velkou roli v publicistickém stylu hraje nejen funkce kladného hodnocení, ale i záporného. Autor daného článku může také často pracovat s ironií, která někdy může mít tendenci přecházet až k sarkazmu. Publicistický styl se také zabývá skandální až zakázanou tematikou, do které spadá oblast intimního života, a to zejména u slavných lidí, ale také se zabývá tematikou týkající se otázky života a smrti. Typická je absence racionálních argumentů. Někteří autoři nám podávají informace, které nemají téměř žádnou váhu a jen díky nim se snaží zviditelnit, tedy upoutat na sebe pozornost. V takovém případě většinou převažuje vizualita sdělení nad množstvím textu. Tím máme na mysli doprovodné ilustrace za použití mnoha barev a dalších mimojazykových prostředků. (Kapitánová 2013)

Z. Nedomová uvádí, že změny v tisku, které se v 90. letech projevíly v Rusku, přispěly ke vzniku tzv. „**Желтой прессы**“, jinými slovy bulvárního tisku. V souvislosti s demokratizací a liberalizací se projevil zájem o senzační, skandální témata. Ve snaze pobavit čtenáře a také si ho udržet autoři tohoto bulvárního tisku ne vždy poskytují věrohodné a pravdivé informace. Příčinou těchto zavádějících informací je to, že většina publicistů čerpá z neověřených zdrojů. Většina komentářů, které se v daném článku vyskytují, není opodstatněná. Autorka bulvární tisk rozdělila do čtyř skupin. Do první skupiny spadají publikace, které jsou na pomezí kvalitního a bulvárního tisku. Ve větší míře jde o kvalitní tisk, s bulvárními rysy. Do druhé skupiny autorka zařadila čistě bulvární

publikace, která obsahuje veškeré rysy charakteristické pro bulvár. Publikace jsou více komerční než publikace první skupiny. Třetí skupina zahrnuje klasický bulvární tisk, splňuje všechny parametry bulvárního tisku, ale liší se výraznějším emotivním apelováním na čtenáře a výraznějším vulgárním projevem. Do čtvrté a poslední skupiny spadá skupina tzv. porno-časopisů. Jak dále autorka podotýká, absence tematické jednotnosti bulvárního tisku souvisí s tzv. žurnalistikou nulové informace, publicistika se pouze snaží upoutat pozornost čtenáře a pobavit ho. Pro bulvár je charakteristická tzv. mozaika různorodých témat od seriózních informací až po pomluvy. Bulvární tisk je typický tím, že vizuální část převažuje nad textovou částí. Vizualita se projevuje především prací s výraznými barvami, s ilustrací (fotografiemi) aj. Převaha vizuální stránky má u čtenářů zapůsobit především na jejich emoční stránku, na úkor estetiky. Titulky se staly základním prvkem bulváru, jsou součástí ilustrace. Titulky vždy nemusí sdělovat čtenáři pravdivou informaci, jde o to, aby získaly pozornost čtenáře. (Nedomová 2010: 100 – 101)

1.4 Jazyk publicistického stylu

Jazyk publicistického stylu je specifický. Rysy publicistického stylu se propojují s rysy ostatních stylů. Jazyk je tvůrčí a je pro něj typická tzv. „hybridnost“, tím je myšleno spojení expresivních a standardních prostředků jazyka. Autor se nedrží standardů a snaží se jazyk ozvláštnit a aktualizovat ho. Jinými slovy mluvíme o oblasti živých vzájemných vztahů mezi styly. (Kapitánová 2013)

Použití jazykových prostředků je většinou podmíněno společensky hodnotícími vlastnostmi a možnostmi efektivního působení na cílovou skupinu lidí. Jednou z hlavních zvláštností publicistického jazyka je podle G. Ja. Solganika (Солганик 2003) společenské hodnocení. Definuje hlavní procesy v jazyce. Ironie se stala nejrozšířenějším prostředkem nepřímého hodnocení umožňující vyjádřit postoj publicisty k dané problematice (srov. př.: původní název- *Страна победившего социализма* – ironické ozvláštnění - *Страна победившего нас социализма*). (Kapitánová 2013) Jak dále autor (Солганик 2003) podotýká, specifika řeči jsou dána subjektivním charakterem autora. Na rozdíl od umělecké literatury se jedná o konkrétní osobnost. Co se týče struktury řeči, řeč je představena monologem autora, oživeným dialogy a vloženou přímou řečí například v útvarech, jako je fejeton, reportáž. Řeč vyjadřuje pocity a myšlenky. (Солганик 2003: 313-314)

Dále se budu věnovat jazyka publicistického stylu na konkrétních rovinách. Přejdeme-li nejdříve k lexikální stránce publicistického stylu, mluvíme o tématice poměrně široké. Zahrnuje společensko-politickou terminologii (např. *демократия, избирательная компания, забастовка, глава государства*, aj.). Z pohledu expresivity se zde pracuje s obraznými pojmenováními (metaforou, metonymií - např. *аренда политической борьбы, армия безработных, военные круги, финансовый коллапс, политические разработки* – politika se přirovnává ke světu zločinců aj.). Publicistický styl vyznačuje emocionálně zabarvenými výrazy – vyskytují se zde záporně hodnotící výrazy jako *военищина, гонка вооружений, приватизация* – původní slovo bylo *приватизация*, význam tohoto neologizmu má být „rozkrádání“. Vyskytují se zde také kladně hodnotící výrazy - *поборник, дружеский вызит*. Uplatňují se hovorové přípony - *щин(а)* (např. *вкусовщина, штурмовщина*), - *инк(а)* (např. *лукавинка, фальшивинка*), - *по -ому* (např. *по-будничному, по-глупому, по-душевному*). Pro tento styl je také typické používání neologizmů, okazionalizmů (např. *елцынизм* - hra se jménem Jelcin, *горбомания, Чубайсбург, эмигрень* – vytvoření nového slova ze dvou původních „эмиграция“ a „мигрень“ a citátů («Идиот»- *это звучит мило*) tento odkaz na Dostojevského román *Idiot*, ale přitom vznikl na motiv původního citátu Gorkého: (*Человек – это звучит гордо.*). (Kapitánová 2013)

Jak uvádí kolektiv autorů *Současné stylistiky*, pro publicistický styl je typické také používání obrazových vyjádření v textu a tvrdí, že: „Obrazy objevující se v textech publicistického stylu jsou (ve shodě s jinými) v podstatě založeny na využití konotovaných významů, na určitém typu přenášení výrazů do sémanticky jiného okolí s podobou myšlenkou, vlastností, s podobnými jevy a ději, na metaforičnosti v celé říši.“ (Čechová, Krčmová, Minářová 2008: 251). Podle slov téhož kolektivu autorů můžeme do obrazných pojmenování zařadit metaforu, personifikaci, metonymii, přirovnání, synekdochu a řadu jiných. Tato obrazná vyjádření v projevech publicistických textů plní informativní funkci, mimo to se však snaží také získat pozornost čtenáře a obohacují jazykový projev o živost a naléhavost. Autor použitím těchto obrazových vyjádření docílí toho, že jeho sdělení bude více emocionální a více procítěné. Právě prostřednictvím obrazových vyjádření autor čtenáři odkrývá svůj postoj ke sdělované informaci, který je buď záporný, nebo kladný. Uvedené obrazová pojmenování a přirovnání je možné považovat za jedny ze základních prostředků stylové aktivizace. Kolektiv autorů (Čechová, Krčmová, Minářová 2008:251) uvádí několik příkladů této stylové aktivizace. (Srov. př.: *startuje smršť ledových slev, šňůry aut před ospalou celnicí zmizely, otočit partajním kormidlem doleva, zemědělci*

nafukují bublinu s pomocí zpracovatelů, kyvadlo dějin dokázalo za poslední půlstoletí několikrát změnit pozici a směr pohybu. Aranžmá české politické stáje, penzijní past je nastražena i na nejbohatší ekonomiky apod.) Pokud se obrazová vyjádření opakovaně používají, dochází k lexikalizaci nebo vzniknou ustálená rčení, které se později označují jako novinářská klišé. Tím, že se čím dál častěji užívá obrazových vyjádření, klesá stylová aktivnost. (Čechová, Krčmová, Minářová 2008: 252)

Metaforám v publicistickém stylu věnuje pozornost také O. N. Grigorjevová. Podle ní je publicistická metafora vysoce expresivní a uvádí následující příklady. (Srov. př.: *хорошо информированный источник, судя по имеющейся, откровенный провал, возымель обратный эффект, баланс сил, борьба за президентское кресло*). Podle autorky se metafora neustále obnovuje a dodává také, že nejčastěji se metafora v publicistickém stylu tvoří, jde-li o témata nemoci, jídla, války, apokalypsy, sexu a kriminálního činu. Opět budou následovat příklady metafor z výše uvedených témat. (Srov. př.: *немос – температура в российском обществе нормальная: 36, 6°, лекарство в виде «шоковой терапии», jídlo - всеядный в политическом плане, талантливого политика (Немцова)с съели с кашей, война – финансовое вторжение, фанансовая агрессия, информационная война, kriminální čin – политические разборки, постоянно будем на угле*). (Григорьева 2000: 113 – 114)

V posledních dvou rovinách, gramatiky, textu a kontextu, jsem vycházela z přednášek k disciplíně Stylistika (Kapitánová 2013). Gramatická stránka publicistického stylu se se projevuje, jak je tomu u knižních stylů typické, složitou syntaxí a pasivními konstrukcemi aj. Ve větách se často užívá přídavných jmen slovesných a přechodníků nebo verbo-nominálních spojení. V tomto případě mluvíme o tzv. standardu. Na několika příkladech si ukážeme stereotypní konstrukce (Srov. př.: *По данным агентства, по оценке, по словам, по мнению, по сообщению кого, как сообщает*). Tyto příklady jsou odkazem na zdroj sdělení. Ovšem publicistický styl čerpá nejen z knižních stylů, ale i z hovorového jazyka, což se projevuje spontánní, emocionálně zabarvenou řečí a fragmentárností. Nyní už nemluvíme o tzv. jazykovém standardu, ale o tvůrčí práci s jazykem (expresivitě). Opět uvedu několik příkladů (Srov. př.: *тázací a vítězné věty: Так неужели можно также помыслить, что мы не победим? Доколе мы будем терпеть такое попустительство; neúplné eliptické věty; nadpis: Новаторы - производству; segmentace výpovědi - Земля. Что с ней случилось?*). Expresivní funkce a expresivně zabarvené prostředky dominují především v čistě publicistických žánrech, jako jsou fejeton a pamflet, dále v titulku nebo také opozičním tisku. Sem patří např.

Советская Россия. (Kapitánová 2013)

Publicistický styl je úzce spjatý s kulturním, společensky-politickým kontextem, jinými slovy jde o tzv. „konsituaci“. Pokud má čtenář za cíl rozluštit význam daného citátu, výroku, titulku nebo umět číst v jazykových hrátkách autora, je zapotřebí, aby se dobře orientoval v aktuálním kulturním, politickém a dalším prostředí, jinými slovy čtenář musí mít celkový přehled. Pro pochopení uvedu jeden titulek jako příklad. (Srov. př.: *„Особенности национальной охоты на двуглавого орла“*.) V první část věty: *Особенности национальной охоты* autor vyjmul ze stejnojmenného filmu. Zbylá část věty: *на двуглавого орла* odkazuje na oficiální symbol Ruské federace, kterým je dvouhlavý orel. Neodmyslitelnou roli hraje také grafické zpracování, koláže. (Kapitánová 2013)

2 Praktická část

V teoretické části, v podkapitole (1.2.), jsem se věnovala tendenci, která je zaměřená na standardní práci s jazykem a poté jsme přešli ke druhé tendenci se zaměřením na expresivní práci s jazykem. V praktické části půjde o rozdělení obdobné. Nejprve se budu věnovat standardizovaným prostředkům a poté přejdu k expresivním prostředkům v publicistických textech.

2.1 Celkové hodnocení excerpovaného českého a ruského tisku

Podle mého subjektivního názoru český liberální tisk a český bulvár není stejně obsahově vyvážený. Liberální tisk Lidové noviny se snaží na tuto celosvětově rozebíranou událost dívat především kladně (kladně hodnotící přídavná jména, metafory, příslovce aj. v příkladech budou tučně zvýrazněna) Srov. př.:

- a) *Skoro z ničeho vybudovali Rusové **skvostné**, až extravagantní sportovní centrum, kde se přímořská atmosféra mísí s vysokohorskou. Na každého, kdo sem v tyto dny přiletí nebo přijede vlakem (autem je z bezpečnostních důvodů cestovat v Soči a okolí prakticky nemožné) dýchne absolutní novota.* (Petra Procházková 2014: 15)
- b) *Osm medailí ze Soči bylo **nádhernou** pohádkou českého sportu. Laťka je nastavena nesmírně vysoko.* (Tomáš Macek 2014: 19)
- c) *Jako na skvělou přehlídku sportovního talentu bude na hry v Soči pamatovat i řada jiných lidí z celého světa. Pro soutěžící byla totiž tahle olympiáda připravena **skvěle**.* (Gibiš 2014: 19)

V opravdu malé míře jsem upozorovala, že by se v uvedeném liberálním tisku objevovaly stinné stránky olympiády či opoziční názor některých jednotlivců či skupin (citace/odkaz pozičních názorů). Srov. př.:

- d) *Jak se snaží dokázat především opozice v čele s lídrem Alexejem Navalým, dražota byla způsobena především gigantickou korupcí, rozkrádáním, podvody a finančními úniky. Jenže podle vyšetřovatelů, které Navaljy bombarduje fakty a důkazy, teď není vhodná doba na žádné velké pátrání. Pokazilo by to Rusku image.* (Procházková 2014: 15)

Lidové noviny měly jako jediný tisk zajímavý a podle mého názoru neobvyklý nápad zakomponovat do televizního programu malý odstavec, který je vyhrazen ve větší míře kritickému pohledu na dění spojené s olympiádou. Tyto krátké komentáře se objevují v popisu programu druhého kanálu České televize. Nyní si uvedeme několik z těchto zajímavých příspěvků. Srov. př.:

- a) 18.00 - *Hokej: Kanada-Švýcarsko. Záznam utkání komentují Robert Záruba, David Pospíšil. Podle ruských ochránců lidských práv z organizace Human Rights Watch byla nedávná amnestie Putina jen snahou o zlepšení mediálního obrazu Ruska. Human Rights Watch připomíná, že ruské úřady loni často zastrašovaly a šikanovaly kritiky ZOH v Soči.* (Komentář a 2014: 42)
- b) 20.40 – *Vrcholy her Vybrané reprízy ze soutěží 4. dne ZOH. Zajímavosti k OH: Záměr dopravit dvě mladé kosatky ulovené v Ochotském moři do Aquaria v Soči jako olympijskou atrakci vzbudil velké rozhořčení ekologů i samotných sportovců. Kosatky na širém moři dokážou za den uplavat víc než 30 km, zatímco pobyt v uzavřeném bazénu jejich život podstatně zkrátí. Samotná přeprava letadlem přes pět časových pásem zvířata s vysokou inteligencí výrazně zatěžuje.* (Komentář b 2014: 48)
- c) 20.30-Vrcholy her - *Vybrané reprízy z uplynulého olympijského dne. „Sportovci nejsou jediní lidé, kteří soutěží v Soči. Byrokrati a obchodníci se také zúčastňují her a změnili je na zdroj vlastních příjmů. Fond boje proti korupci uvádí nejvýznamnější „vysavače“ peněz v 5 různých sportech: klasická zpronevěra, slovní volný styl, ekologické kličkování, párové dohody, krasopůjčky.“ Uvádí to bojovník proti korupci Alexej Navalnyj v Encyklopedii plýtvání o ZOH v Soči. Mj. také vyvrací tvrzení o 60% podílu soukromých investorů. „Podíl soukromého sektoru je menší než 4 %. Zbytek představují státní peníze, z toho 24,9 mld. dolarů šlo přímo od vlády a dalším 9,2 mld. pak prostřednictvím podniků se státní účastí (Ruské dráhy, Gazprom, Rosněft a Rostelecom). Zbytek představují úvěry od státem vlastněných bank Sberbank a Vnėsnekonombank (VEB). Již nyní VEB odhaduje, že 79 % olympijských úvěrů nebude splaceno,“ uvádí Encyklopedie plýtvání a antikorupční fond.* (Komentář c 2014: 46)

Jde o formálně ucelený odstavec, ale obsahově je v něm veliký kontrast. První část je zcela informativní a druhá část uvádí obsahově sporný paradox, kterým je věčná zmiňka

o kritickém aspektu zimních Olympijských her, který je potencionálně hodnotící. Jinými slovy jde tedy o kontrast mezi neutrálním sdělením a kritickým aspektem olympijských her. Na rozdíl od komentáře (a) v komentáři (b) tisk doslova upozorňuje na přechod k jinému tématu, tedy na zajímavosti OH. V komentáři (a) tento dodatek chyběl. Poslední komentář (c) byl snad nejrozsáhlejší ze všech uvedených komentářů v televizním programu Lidových novin.

Shrneme-li si výše uvedené tři příklady, tak se v nich mluvilo o stinných stránkách z oblasti ekologie a ekonomiky. Je velice zarážející, že tyto zajímavosti nebyly vloženy do hlavní rubriky deníku vyhrazené pro události spjaté se zimní olympiádou.

Český bulvární deník Blesk kromě jednoho článku, který se týkal vraždění toulavých psů v Soči, velkou pozornost stinným stránkám olympiády nevěnoval. Srov. př.:

- a) *Ve jménu čistější Soči teď pořadatelé stovky němých tváří vyvražďují. Masovým vybíjením toulavých hafanů byla pověřena soukromá firma Basia Servises. Ta sváží psy na plac za městem, kde je zabijí pomocí jedů a speciálních pastí.* (Šimůnek 2014: 44)

Pokud jde o ruský liberální tisk, došla jsem k závěru, že čtenářům sděloval v podstatě jen kladné informace týkající se olympiády. V našem případě hovoříme o deníku „Известия“, prostřednictvím tohoto tisku nebyly zveřejněny žádné opoziční názory s výjimkou jednoho článku, ve kterém se psalo o předešlých olympiádách i o letošní v Soči z pohledu publicisty, který se o takové sportovní události v podstatě nezajímá. Srov. př.:

- b) *Я всегда был равнодушен к спорту. Что поделать – не волнует, не греет, не задерживает...когда лидер готовится вкушать долгожданный триумф, естественно, хочется сообщить, что у триумфатора кирпичи падают с потолка на голову зрителям.* (Соколов 2014)

V rámci ruské publicistiky na druhou stranu aktuální dění olympiády kritizuje opoziční tisk – „Советская Россия“, jehož kritika je viditelná v případě, když zmiňuje ve svých člancích například čísla týkající finanční stránky olympiády. Srov. př.:

- c) *Мне эту цифру даже сложно представить. Дотошные интернетчики (ох, не зря, не зря власти так не любят интернет!) посчитали: «На те деньги, которые вбухали в Олимпиаду в Сочи, можно было бы во ВСЕХ ГОРОДАХ СТРАНЫ построить по новому бассейну, стадиону, ледовому дворцу ФОКУ. Каждому мальчику/юноше в возрасте 5 – 25 лет подарить*

футбольный мяч, баскетбольный мяч, хоккейные коньки, ролики. Каждой девочке/девушке в возрасте 5 – 25 лет подарить волейбольный мяч, фигурные коньки, ролики. И АБСОЛЮТНО КАЖДОМУ жителю страны подарит скакалку с электронным счетчиком. И еще осталось бы около 20 млрд рублей!» (Верецагин 2014)

Publikované články tohoto ruského opozičního tisku nejsou celistvé, nýbrž jde zcela jistě o koláž vytvořenou z internetových diskuzí, kde se k olympiádě vyjadřovali obyčejní ruští lidé, mimo jiné také obyvatelé Soči. Jak jsem už zmínila, tyto texty jsou formou koláží z diskuzí, během těchto diskuzí jednotliví lidé komentovali v hovorovém jazyce. Z toho lze vyvodit, že hovorový jazyk bude typický pro celý tento opoziční tisk.

2.2 Práce se standardními prostředky

O standardních jazykových prostředcích jsem hovořila již v teoretické části v kapitole (1.2.). Uvedené prostředky jsou charakteristické pro informativní (sdělovací) funkci publicistického stylu. Většinou jde o ustálená slovní spojení neboli automatizované obraty. Standardní jazykové prostředky jsou v podstatě prostředky, které jsou konzervativní, stereotypní a často opakované. Můžeme si pod nimi představit standardní termíny, odkazy, standardizovanou práci s trpným rodem, standardní větnou stavbou. Budu se věnovat pouze některým z těchto uvedených prostředků, a to zejména standardním odkazům, standardní práci s trpným rodem. Ze standardní větné stavby si rozebereme přístavek, přídavná jména slovesná a přechodníky.

2.2.1 Standardní odkazy

Mezi ustálená slovní spojení patří bezesporu následující automatizované obraty, se kterými se pracuje v oblasti zpravodajství. K těmto obratům se připojí nová informace, tedy nový věcný údaj, který chceme adresátovi srozumitelně sdělit, a to prostřednictvím tisku, televizního vysílání aj. (Jedlička, Formánková, Rejmánková 1970: 45) Na příkladech, které budou následovat, uvedu, o jakou ustálenou syntaktickou vazbu jde. Tyto standardní odkazy se objevovaly ve formě vsuvky (tučně zvýrazněno) Srov. př.:

- a) **По словам Томаса Баха...** (Соколов 2014)
- b) **По прогнозам экологов...** (Верецагин 2014)

Forma této vazby je typická spíše pro ruský jazyk, v českém jazyce se moc nevyskytuje. Dále se tyto odkazy vyskytovaly ve formě uvozovací věty přímé nebo nepřímé řeči: Srov. př.:

- a) ...**říká** šéf organizačního výboru Dmitrij Černišenko (Macek 2014: 17)
- b) ...**reagovala** na dotaz LN mluvčí ČT... (Křížek 2014: 17)
- c) ...**hodnotil** podmínky český kouč slovenského výběru...(Němý 2014: 22)
- d) ...**popisoval** trenér Slováků Vůjtek (Němý 2014: 22)
- e) ...**soudí** Roman Dalecký... (Macek 2014: 17)
- f) ...**заявил** президент Национального совета...(Волков 2014)
- g) ...**поделится** источник (Рункевич, Малай, Сивкова 2014)
- h) ...**рассказали** в Думе (Рункевич, Малай, Сивкова 2014)
- i) ...**говорит** заместитель гендиректора...(Логинов 2014)

Pro český jazyk je typická vazba, ve které se užívá tzv. slovesa mluvení, a to v hlavní nebo vedlejší větě (viz a – e). Jak jsem z materiálů vypožadovala, slovesa mluvení jsou součástí uvozovací věty přímé a nepřímé řeči a objevují se i v ruských textech, ovšem ne v tak hojném počtu, jak jsme si již mohli ukázat na příkladech (f – i).

Během své analýzy ruského tisku jsem zaznamenala přechodníkové vazby. Tato syntaktická vazba je charakteristická pro ruštinu, pro češtinu tyto přechodníkové vazby nejsou tak typické a v podstatě se neobjevují. V příkladu je tato vazba tučně zvýrazněna. Srov. př.:

- a) ...**ссылаясь на** древнегреческую традицию, согласно которой прекращались все войны м пока шли соревнования (Волков 2014)

Tyto syntaktické vazby se hodně opakují a především tím dokládají, že je daný tisk schopen z různých zdrojů citovat.

Kromě standardních odkazů, které se objevují v liberálním tisku, obdobnou formu používají autoři bulvárního tisku, ale naplňují ji synonymickým expresivním výrazem, jak dokazují následující příklady (synonymické expresivní výrazy jsou tučně zvýrazněny). Srov. př.:

- a) ...**prohodila** česká krasobruslařka... (Žaloudek 2014: 9)
- b) ...**láká** fanoušky na své šprýmařské dílo... (Žaloudek 2014:11)

V českém a ruském liberálním tisku se často objevovaly tyto ustálené obraty. V bulváru Blesk jejich výskyt byl taktéž vysoký, ale mimo standardní odkazy se objevovaly i synonymní expresivně zabarvené odkazy. V ruském opozičním tisku byla zaznamenána pouze jedna ustálená vazba. Srov. př.:

- c) *Дотошные интернетчики (ох, не зря, не зря власти так не любят интернет!) **посчитали...*** (Верещагин 2014)

Tato vazba v podstatě uvedla všechny následující příspěvky z internetové diskuze, které v textu následovaly

2.2.2 Standardní práce s trpným rodem

Trpný rod se řadí ke knižním prostředkům a tyto knižní prostředky patří do knižních stylů, které jsem si blíže přiblížila v úvodu teoretické části v kapitole (1.2.). Formální jazyk tíhne k tendenci neosobnosti vyjadřování. Proto, aby byla zachována neosobnost vyjadřování, se využívá trpného rodu. (Kapitánová 2013) Trpný rod bude v příkladech zvýrazněn tučně. Srov. př.:

- a) *...сноуборд **был представлен** на Олимпийских играх* (Сержан 2014)
b) *...стадион **будет полностью наполнен*** (Логинов 2014)
c) *...церемония открытия **была рассчитана** на телевизионную картинку* (Созаев-Гурьев 2014)
d) *Регулярно **проводятся** лыжные соревнования в штатах...* (Волков, Максимова 2014)
e) *...**был выведен** огромный участок земли...* (Верещагин 2014)
f) *...**всё** вышло **многим дороже, než se plánovalo**...* (Vincent 2014: 19)
g) *...**vládla** hostitelská Kanada, jejíž 14. prvenství **zůstalo nepokořeno**.* (Němý 2014: 24)
h) *...**Hranice Ruska s Abcházií byla** na dobu her **prakticky uzavřena**.* (Macek 2014: 17)
i) *...**každý vůz projíždějící ...je nejméně pět minut prohlížen*** (Macek 2014: 17)

Jak je viditelné z příkladů (a – d, f – i), v českém a ruském liberálním tisku se vyskytovaly trpné konstrukce, které dokazují neosobitost vyjádření obou tisků. Oproti tomu v českém bulváru nebyla zaznamenána žádná trpná konstrukce a v ruském opozičním

tisku pouze jedna viz příklad (e). Z toho vyplývá, že se v těchto publikacích projevuje větší tendence k osobnímu vyjádření.

2.2.3 Standardní označení osoby (přístavek)

Podle mého vypořádání se v jednotlivých člancích vyskytuje vysoký počet osob, zastupujících konkrétní funkci. Pokud je tato osoba uvedena ve článku poprvé, její funkce je představena prostřednictvím přístavku, který může či nemusí být oddělený čárkou. Standardní (automatizovaný) informativní přístavek je takový přístavek, který nám o dané osobě podává úplnou informaci. Za úplnou informaci považujeme uvedení vlastního jména jedince a uvedení jeho funkce. V následujících úryvcích vět ukážu přístavek (tučně zvýrazněn). Srov. př.:

- a) *напоминает эксперт Института востоковедения РАН Борис Долгов.*
(Волков 2014)
- b) *Рычлобруслаřка Martina Šablíková* (Macek 2014: 19)
- c) *...stálý zpravodaj ČT v Rusku Miroslav Karas* (Křížek 2014: 17)
- d) *...bývalý hokejový brankář Vladislav Treťjak* (Žaloudek 2014: 3)

Jak v ruských, tak v českých člancích se přístavky hojně vyskytovaly. Tyto přístavky podávaly o daných jedincích úplnou informaci. V příkladech (a – e) byly uvedeny automatizované informativní přístavky. Vedle standardních přístavků se v ruských a českých člancích vyskytovaly taktéž přístavky, u kterých se projevila expresivní práce s jazykem, jak lze vidět v následujících příkladech (a- d). Srov. př.:

- a) *...оперная звезда Анна Нетребко* (Ганеев 2014)
- b) *... český kouč slovenského výběru Vladimír Vůjtek* (Němý 2014: 22)
- c) *...hotelový samotář Jaromír Jágr* (Němý 2014: 22)
- d) *Sexy houslistka Mae* (Žaloudek 2014: 3)

2.2.4 Větná hutná stavba

Podstatou hutné větné stavby je dosažení kondenzace ve větě, tedy zhuštění textu. Hutná větná stavba je typická pro ruský jazyk. Na rozdíl od češtiny je pro ruský souvětný standard charakteristické využívání přechodníků a přídavných jmen aj. V češtině se hutná větná stavba vyskytuje také, ale zcela ojediněle. (Pilátová 2009: 57) Výskyt polovětných útvarů (přechodníků – podtrženo a přídavných jmen slovesných – tučně zvýrazněno) v českých a ruských textech ukážu na následujících příkladech. Srov. př.:

- a) *Игры – это островок, на котором люди с разным воспитанием, представляющие разные культуры, имеющие разные взгляды и мнения, абсолютно гармонично существуют вместе.* (Ганеев 2014)
- b) *В женском гигантском слаломе, который проходил параллельно с мужским, падение в полуфинале не позволило спруге русского америкккканца Алене Заварзиной, **отобравшейся** в сборную со сломанной рукой и **выступавшей** с гипсом, побороться за золото.* (Сержан 2014)
- c) *Болельщик, истошно **оруций** на трибуне с пивом в руке, - это позор для страны и признак ее тяжелой болезни.* (Верещагин 2014)
- d) *Зой, как говорится в аннотации к спектаклю, обычный **страдающий** от невнимания ребенок, **страмящийся** выйти за пределы однообразного, серого мира, потому **витающий** в сказочных снах, **исполняемых** клоунами, жонглерами и акробатами.* (Фролов 2014)
- e) *Церемония открытия Игр в Сочи, таившая в себе массу сюрпризов, длилась два с половиной часа.* (Ганеев 2014)
- f) *На трассе присутствуют разнообразные рельефные фигуры, проходя которые спортсмены, нараивая скорость, подвигаются к финишу.* (Сержан 2014)
- g) *Однажды, уличив нескольких своих последователей подкованных играх, de Кубертен сказал им в лицо на заседании МОКа...* (Фролов 2014)
- h) *Až se v pátek večer rozzáří nad stadionem Fišt v Soči ohňostroj **oslavující** zahájení XXII. zimních Olympijských her, uvidí ho i v sousední Abcházii.* (Macek 2014: 17)
- i) *Češi, **hrající** poprvé na olympiádě v dresech **připomínajících** národní vlajku, mohou svou zástavu sbalit.* (Кнар, Němý 2014: 23)
- j) *Vlajkonoš Tucker Murphy, **reprezentující** Bermudy v běžeckém lyžování, nastoupil se svým doprovodem na zahajovací ceremoniál v krat'asech.* (Žaloudek 2014: 2)

Jak vyplývá z výše uvedených příkladů, v ruských publikacích se vyskytují jak přechodníky, tak i přídavná jména slovesná. Téměř v každém článku ať už ruského liberálního tisku, nebo ruského opozičního tisku se uplatňuje hutná větná stavba. Co se týká českých textů, hutná větná stavba se neobjevuje ve člancích tak často, jako tomu bylo u ruských, ale objevuje se více v liberálním českém tisku než v českém bulváru. Přechodník v českém tisku nebyl zaznamenán vůbec.

2.3 Práce s expresivními prostředky

Již v teoretické části jsem se věnovala expresivní stránce jazyka. Expresivita tedy pomáhá ozvláštnit jazyk. V podstatě ozvláštňuje podání nové informace adresátovi. V souvislosti s tím se při psaní textů (článků) užívá expresivních prostředků, které jsem taktéž zmínila v teoretické práci v kapitole (1.2.) Budu se věnovat expresivní hře se slovem, využití stylisticky zabarvené slovní zásoby, grafické práci s jazykem a také textu a kontextu.

2.3.1 Expresivní hra se slovem

Mezi expresivní prostředky řadíme – metafory, metonymie, personifikace. Vznikají nová slova, tzv. neologizmy, využívá se hovorových konstrukcí, tedy frazeologismů, synonymických vyjádření, popřípadě se využívá paradoxu a ironické práce s jazykem.

2.3.1.1 Neologizmy

Přesná definice neologizmu zní následovně: „nevžitý, neustálený tvar, nové slovo, popř. jeho nové užití n. jiná jednotka v jazyce vzniklá, resp. vznikající, popř. do něj převzatá odjinud z potřeby pojmenovat něco nového...“ (Lotko 2000: 78)

V souvislosti se zimní Olympiádou 2014 se v textech objevila řada nově vzniklých slov. Následující příklady vznikly tzv. kontaminací. Jinými slovy došlo k vytvoření nového slova zkřížením dvou původních slov. Většinou jde také o výrazy, které vznikly pro jednu danou situaci, událost. (Příklady neologizmu budou uváděny samostatně, popřípadě budou tučně zvýrazněny). Srov. př.:

- a) ...24 minut **VÝPRASKiády** (2014: 1)

Tento neologizmus vzniknul složením slova - výprask a olympiáda a vznikl po prohraném hokejovém zápase českého týmu nad vítězným hokejovým týmem ze Švédska.

- b) *Putiniáda* (Zvěřina 2014: 1)

I tento neologizmus vznikl zkřížením dvou slov, oproti prvnímu případu je složeno z osobního jména Putin a slova olympiáda.

- c) «*Педолимпиада-2014*» (Верещагин 2014)

Stejně jako v předchozích příkladech (a – b) šlo při vzniku tohoto slova ke zkřížení dvou slov – педофил a олимпиада. Neologizmus se objevil v ruském opozičním tisku. Vznikl jako reakce na to, že na území Soči na území Soči může být po dobu olympiády propagována jakákoliv zvrácenost mezi dětmi ve věku 4 až 10 let, ovšem psát o homosexualitě je zakázáno. Proto byl tento sportovní svátek nazván „Педолимпиада-2014“. V ruském liberálním tisku nebylo zaznamenáno žádné nově vzniklé slovo.

2.3.1.2 *Metafora*

Přesná definice metafory zní následovně: „přenesení významu na základě vnější podobnosti detonátů týkající se tvaru (např. *zub pily*), barvy (např. *křídový obličej*), umístění (např. *čelo závodu*), rozsahu (např. *kapka štěstí*), funkce (např. *hlava rodiny*).“ (Lotko 2000: 72)

V příkladech, které budou následovat, bude uvedena celá věta a metafora v ní bude tučně zvýrazněna). Srov. př.:

- a) *Nedělní zlatý příběh měl dokonalé kulisy.* (Palička, Sára 2014: 18)
- b) *...jaké myšlenky v těchto chvílích skrývala jeho kamenná tvář, možná naznačilo velice intenzivní mnutí prstů na rukou.* (Kabát 2014: 1)
- c) *Klíčem k trvalým úspěchům se má stát podchycení mládeže.* (Kučerová, Macek 2014: 23)
- d) *Главы России и Японии встретились в госрезиденции...* (Созаев-Гурьев 2014)
- d) *Есть и правовой аспект: при подготовке к Играм государственная машина стала лишать сочинцев жилья и вообще привычной среды обитания.* (Верещагин 2014)

Metafora byla nejvíce užita v českém liberálním tisku. V českém bulváru, ruském liberálním a opozičním tisku ojediněle (viz uvedené příklady a-e).

2.3.1.3 Personifikace

Přesná definice personifikace zní následovně: „...druh metafor, jíž se věcem n. abstraktním pojmům připisují lidské vlastnosti n. jednání“ (Lotko 2000: 88) Personifikace bude v následujících příkladech tučně zvýrazněna. Srov. př.:

- a) *To **ukáží** až nejbližší **dny**.* (Macek 2014: 17)
- b) ***Napětí narůstá.*** (Grim, Macek 2014: 21)
- c) *Oběma to **jediné místo utíká.*** (Grim, Macek 2014: 21)
- d) ***Světelné vločky se rozevřely** v olympijské kruhy až na jeden.* (Žaloudek 2014: 2)
- e) *Přitom se jí v hlavě **honily** i zlaté **myšlenky.*** (Žaloudek 2014: 9)
- f) ***Цена турпакета доходила до 100 руб.** рублей в день.* (Рункевич, Малай, Сивкова 2014)
- g) *Но **шаїба** упорно не хотела залетать в створ...* (Маковецкий 2014)

Výskyt personifikací byl nejčastěji zaznamenán v českém liberálním tisku, místy v českém bulváru. Personifikace se v ruském liberálním tisku objevovala, ale ne v tak hojném počtu jako v českého liberálního tisku. V ruském opozičním tisku se personifikace neobjevovala.

2.3.1.4 Metonymie

Přesná definice metonymie zní následovně: „přenesení významu slova n. jeho kombinace z jednoho detonátu na jiný na základě věcné (vnitřní) souvislosti...“ (Lotko 2000: 73) Příklady metonymie budou tučně zvýrazněny v následujících větách nebo úryvcích. Srov. př.:

- a) *Ireen Wüstová, největší sokyně, a její **oranžové holandské komando** chybí* (Macek 2014: 17)

Oranžová barva je zmíněna ve spojitosti s oranžovou barvou dresů nizozemských sportovců. Je to také jejich národní barva.

- b) *Zatím si samoty, již bude od pondělka dopřána jen **číslo 68** a kouči, užívají i další čtyři hokejisté, kteří čekají na spolubydlící z NHL.* (Němý 2014: 22)

Pod číselnou metonymií se skrývá hokejový hráč Jaromír Jágr, jehož dres má číslo 68.

- c) *Manželé ze **země banánů.*** (Prachař 2014: 20)

Příklad této metonymie byl vzápětí vysvětlen v samotném článku: *A premiéru si odbude malý karibský stát Dominika, jehož ekonomika stojí na vývozu banánů. Ten vyšle do Soči manželský pár.*

d) *Pak už propukla její **stříbrná radost**...* (Žaloudek 2014: 9)

Metonymie se vztahuje k Martině Sáblikové, která získala stříbrnou v rychlobruslařském závodě na 3000 metrů.

e) *После разгрома учиненного американцами команде Словакии се счетом 7:1 представители **звездно-полосатых** не скрывали амбиций.* (Маковецкий 2014)

Jak už samotná věta vysvětluje, pod zvýrazněnou metonymií se skrývá americký hokejový tým, jehož vlajka obsahuje hvězdy a pruhy.

f) *Еще одним «**золотым сюрпризом**» оказалось блестящее выступление российского скелетониста Александра Третьякова, который стал первым в истории России олимпийским чемпионом в скелетоне.* (Керопян, Планкин 2014)

V tomto případě také je podstata metonymie vysvětlena v souvětí. Kromě ruského opozičního tisku se metonymie vyskytovala ve všech českých i ruských publikacích. Nejčastěji se metonymie vyskytovala v souvislosti s medailí, viz příklady (e, g)

2.3.2 Využití stylisticky zabarvené slovní zásoby

Tato podkapitola je věnována stylisticky zabarvené slovní zásobě. Během analýzy jsem pracovala s výkladovým slovníkem Gramota.ru (Прохоров 2009) a se Slovníkem spisovné češtiny (Červená a kol. 2006).

2.3.2.1 Hovorovost

V této podkapitole se budu věnovat hovorovým výrazům, které se vyskytovaly jak v českém, tak i v ruském tisku. K jednotlivým příkladům budu přikládat citace z výše uvedených slovníků, které doloží hovorovost jednotlivých slov. (Hovorová slova budou v příkladech tučně zvýrazněna). Srov. př.:

a) *Тěžко се да чекат, же бы се mladičká Samková pustila do podobné show, aby ze zlaté medaile „**rýžovala**“.* (Palička, Sára 2014: 18)

b) *Nizozemci jsou „**skokany**“ her...* (Němý 2014: 24)

- c) *Alespoň podle sportovních manažerů, kteří se v **branži** pohybují.* (Palička, Sára 2014: 18)

Zvýrazněné slovo v příkladu (c) je ve Slovníku spisovné češtiny vysvětleno následovně: „...hovor. *odvětví, obor činnosti, zvl. obch. n. výr.:* filmová b.: být z téže b.“ (Červená a kol. 2006: 457)

- d) V tu chvíli už zemi nikdo nemohl **trumfnout**. (Macek 2014: 19)

Zvýrazněné slovo v příkladu (d) je ve Slovníku spisovné češtiny vysvětleno následovně: „2. hovor. expr. *Předstihovat, překonávat:* jeden druhého t-l; -nout dok. (čin. – f/nu/l, -fla) k 2: t. soupeře *překonat* (Červená a kol. 2006: 457)

- e) ...*agenti FBI **patrolovali** na okolních svazcích pro případ...* (Macek 2014: 17)

Zvýrazněné slovo je od slova – *patrola*, které je ve Slovníku spisovné češtiny vysvětleno následovně: „zast. hov. *hlídka* 2: policejní p.“ (Červená a kol. 2006: 265)

- f) *Дополнительную **пятиминутку** активнее начали ...* (Маковецкий 2014)

Zvýrazněné slovo v příkladu (f) je ve výkladovém slovníku vysvětleno následovně: „ПЯТИМИНУТКА, -и; мн. род. -ток, дат. -ткам; ж. Разг. Короткое производственное совещание. Провести пятиминутку. Собраться на пятиминутку.“ (Прохоров 2009)

- g) *Вратарь **выкатился** и перекрыл угол обстрела ...* (Маковецкий 2014)

Zvýrazněné slovo v příkladu (g) je ve výkladovém slovníku vysvětleno následovně: „2. Разг. Выехать откуда-л. Самолёт выкатился на взлётную полосу. Хоккеисты выкатились на лёд.“ (Прохоров 2009)

- h) ...*Jaromír Jágr (41) půjde do **špiclování** v šatně natvrdo.* (Blesk 8. 2. 2014, Petr Žaloudek:11)

Zvýrazněné slovo v příkladu (h) je ve Slovníku spisovné češtiny vysvětleno následovně: „je odvozené od slova – *špicl* a ve Slovníku spisovné češtiny vysvětleno následovně: „hovor. hanl. *Zdavač, donášec, tajný m:* policejní š.“ (Červená a kol. 2006: 437)

- i) *Мне эту **цифру** даже сложно себе представить.* (Верещагин 2014)

Zvýrazněné slovo v příkladu (i) je ve výkladovém slovníku vysvětleno následovně: „Разг. Сумма, количество чего-л., выражаемое каким-л. числом. Указать цифру дохода.“

Спорить о цифре гонорара. Количество угля выразилось в следующих цифрах.
◇ Круглые цифры. Вычисляемые без дробных, мелких единиц счета.“ (Прохоров 2009)

j) *На те деньги, которые **вбухали** в Олимпиаду...* (Верещагин 2014)

Zvýrazněné slovo v příkladu (j) je ve výkladovém slovníku vysvětleno následovně: „Разг.-сниж. Всыпать, влить, вложить во что-л. больше, чем нужно. В. соли в суп. В. в заварку полпачки чая. // Израсходовать, истратить (обычно в большом количестве). В. все деньги в покупку мебели.“ (Прохоров 2009)

k) *...что в лучшем случае **выселенцам** заплатят...* (Верещагин 2014)

Zvýrazněné slovo v příkladu (k) je ve výkladovém slovníku vysvětleno následovně: „разг. Человек, выселившийся или выселенный откуда-л.; переселенец. Посёлок выселенцев из Нечерноземья. < Выселенка, -и; мн. род. -нок, дат. -нкам; ж.“ (Прохоров 2009)

l) *...жилети просто **сдохнут** с голоду...* (Верещагин 2014)

Zvýrazněné slovo v příkladu (l) je ve výkladovém slovníku vysvětleno následovně: „Разг. Умереть, издохнуть. Корова, лошадь сдохла. / Грубо. О человеке С. с голоду, от бескормицы. Скажу - сдохнешь! (о сильном впечатлении). Чтоб тебе с.; (пожелание смерти). < Сдыхать, -аю, -аешь; нсв.“ (Прохоров 2009)

Hovorová slova se ojediněle vyskytovala v ruském a českém liberálním tisku. Tato hovorová slova jsou vidět v příkladech (c – l). V nevelkém počtu se vyskytovala také v českém bulváru, viz příklad (h). Kromě toho, se v českém liberálním tisku vyskytovala slova, která autor vložil do uvozovek, viz příklady (a – c). Tím autor dává najevo, že si je vědom, že toto slovo má jinou stylistickou platnost. Hovorovost byla nejvíce zřetelná v ruském opozičním tisku, jelikož je text vytvořen z internetové diskuze obyčejných lidí, kteří se vyjadřovali především hovorově.

2.3.3 **Práce s grafickou stránkou textu**

Prostřednictvím grafického ztvárnění v textu se autoři článků snaží zdůraznit novou informaci, kterou chtějí čtenářům sdělit. Grafická stránka daný text podpoří a zároveň ozvláštňuje a mnohdy ve čtenáři vyvolá i emoce.

V následující ukázce nejde ani tak o text, jako o doprovodné fotografie (Viz obrázek č. 2 v příloze). Fotografie vznikla koláží. Do snímku z přenosu zahájení zimní Olympiády byla vložena ořezaná fotografie jedné z amerických krasobruslařek

A. Wagnerové. Někteří z diváků si nemohli nevšimnout její výrazné mimiky v obličeji v momentu radosti nebo zklamání. Její zklamání byl zřejmě tak inspirující, že dal impulz pro vytvoření koláže. Její výraz, ze kterého bylo vidět zklamání, byl přidán ke snímku, který během zahájení her zachytil, jak se jedna z pěti sněžných vloček nerozevřela v olympijský kruh. V tomto případě jsou slova zbytečná (Ворончихина 2014)

I český text umí upoutat pozornost svou grafickou stránkou. Záměrně jsem vybrala fotografii (Viz obrázek č. 3 v příloze), který taktéž zachycuje smutek nebo zklamání ne ovšem žádného soutěžícího, ale výraz fanoušků. Ti se těžce vyrovnávali s prohrou českého hokejového týmu nad americkým hokejovým týmem. V tomto případě opravdu grafika sehrála velikou roli a v případě českého článku vystihla samotný titulek. (Žaloudek 2014: 13)

2.3.4 Text a kontext

Jak jsme si již uvedla v kapitole Text a kontext v teoretické části, je důležité, aby měl čtenář (adresát) přehled v oblasti kultury, společenského života, historie, politiky aj. Jen tak je schopen pochopit, jaký význam se skrývá za daným nadpisem (titulkem), protože ne vždy musí být význam explicitně srozumitelně objasněn v tomtéž článku. Opět jsem vycházela jak z ruských, tak z českých článků.

Nejzřetelnější využití práce s kontextem je v titulcích jednotlivých článků. Titulky mají svou stylistickou specifikou, jak je tomu ve velké míře i u titulků sportovního tisku. V titulcích se autoři vyjadřují zejména pomocí metafor, personifikací, pomocí různých slovních hříček. (Jedlička, Formánková, Rejmánková 1970: 47)

Jak dále podotýká kolektiv autorů Základů české stylistiky: „Vedle prvků citově neutrálních mají v publicistickém stylovém typu (v některých jeho žánrech) značný podíl prvky emocionální a expresivní; podporují životnost a účinnost publicistických projevů a slouží tak k získání, upoutání, udržování zájmu posluchačů a čtenářů a k jejich přesvědčování. – Přítomnost odborných prvků v publicistice nikterak nevyklučuje užívání prvků hovorových, popř. uměleckých.“ (Jedlička, Formánková, Rejmánková 1970: 48)

Nyní budou následovat příklady titulků se skrytým odkazem na kontext, pro případné vysvětlení podstaty titulků uvedu úryvek ze článku, ke kterému se tento titulek vztahuje. Srov. př.:

- a) *«Большая тройка» вложила \$1 млрд в сотовую инфраструктуру Сочи* (Логинов 2014)

V následujícím titulku je taktéž znázorněn odkaz na kontext. Označení „Большая тройка“ může být hrou s asociací na ustálené spojení na sdružení osmi nejvyspělejších států světa - „G8“ v ruštině „Большая восьмерка“. V našem případě označení „Большая тройка“ v titulku představuje trojici mobilních operátorů - „Мегафон“, „ВымпелКом“ a МТС. Tito operátoři mají za cíl zajistit možnost kvalitního připojení k internetu na stadionu Fišt.

*b) **Театр хоккейного абсурда в «Большом»***

Журналист Михаил Шахназов – о судейской честности в лукавстве спортивной Фортуны (Шахназаров 2014)

Titulek je jednoznačná aluze na stejnojmenné ruské divadlo „Большой театр“. Smyslem tohoto titulku je negativní hodnocení hokejového zápasu mezi ruským a americkým hokejovým týmem, který se konal v aréně „Большой“. Samotní Rusové věděli, že v tento hokejový zápas bylo jedno „velké divadlo“. Rusko prohrálo proti Spojeným státům. Americký rozhodčí Brad Meier neuznal ruskému hokejovému týmu bod za střelení kotouče do americké brány, protože brána na straně Američanů byla posunutá, a proto nemohl být ruskému týmu uznán bod. Rusové to měli rozhodčímu za zlé, protože tento bod mohl pomoci ruskému týmu k výhře nad Američany.

*c) **ОЛИМПИАДА... ДА-ДА-ДА?***

Вместо “Оды...” (Верещагин 2014)

Následující ukázka je z opozičního tisku „Советская Россия“ Když se podíváme na titulek a část z něj „ДА-ДА-ДА?“, zde se projevuje jednoznačně hovorovost. Tím, že za hovorovou konstrukcí „ДА-ДА-ДА?“ následuje otazník, může to nést význam něčeho nejistého. Je zde zjevná hra se slovem, tedy hra s vnitřní strukturou slova. Slovo „ОЛИМПИАДА“ končí na slabiku „ДА“. Trojitě „ДА-ДА-ДА?“, které vzápětí následuje, může představovat ozvěnu, a to ozvěnu lidí, kteří se vyslovují proti olympiádě.

V doprovodném obrázku (Viz obrázek č. 4 v příloze), který následuje pod úvodním titulkem a podtitulkem, je na první pohled vidět rozdíl mezi anglicky psaným textem „WELCOME“ a „SOCHI 2014“ a obrázkem mezi těmito dvěma texty, na kterém je vyobrazena ruská obuv, tzv. láptě. Následující definice nám podá přesné vysvětlení o tom, co jsou ruské láptě za obuv. „Jelikož byla vždycky kožená obuv drahá, dovolit si ji mohli jen ti bohatí, a proto chudí chodili v láptích. Důsledkem toho se láptě staly symbolem

chudoby, nízkého původu, tím také nekulturnosti a zaostalosti.“¹

A to, že je na obrázku vyobrazena právě tato obuv namísto soudobé hokejové obuvi, může dokazovat, že Rusko nemá na to, aby se stalo hostitelem tak velkolepé události, jako je zimní Olympiáda. Pravděpodobně šlo o záměrné vyobrazení Ruska v pozici hostitele a samotný paradox je v tom, že lázeňské město - Soči se stane hostitelem zimní Olympiády. Paradoxní vnímání obrázku nám podpoří následující citát z úryvku jedné z internetových diskuzí, která je obsažena v textu.

Уже совсем скоро очередную «белую» Олимпиаду – Олимпиаду-2014, примет российский город Сочи. Знаменитый южный город готовится стать «хозяином» зимних Игр.

Парадокс.

Но – парадокс ли?

Když si tedy shrneme myšlenku doprovodného obrázku, obsahuje protichůdné, kontrastní prvky – anglické nápisy proti ruské lidové ilustraci. Možný paradox je poukázán v následující části diskuze, kde se hovoří o tom, kolik se do olympiády vložilo peněz a co by se s těmi všemi penězi dalo dělat.

Мне эту цифру даже сложно представить.

Дотошные интернетчики (ох, не зря, не зря власти так не любят интернет!) посчитали: «На те деньги, которые вбухали в Олимпиаду в Сочи, можно было бы во ВСЕХ ГОРОДАХ СТРАНЫ построить по новому бассейну, стадиону, ледовому дворцу ФОКУ. Каждому мальчику/юноше в возрасте 5 – 25 лет подарить футбольный мяч, баскетбольный мяч, хоккейные коньки, ролики. Каждой девочке/девушке в возрасте 5 – 25 лет подарить волейбольный мяч, фигурные коньки, ролики. И АБСОЛЮТНО КАЖДОМУ жителю страны подаритить скакалку с электронным счетчиком. И еще осталось бы около 20 млрд рублей!»

¹ Láptě. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2014-04-13]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/L%C3%A1pt%C4%9B>

Je to otázka paradoxu a reality a toho, co za tím vidí obyčejný člověk, a tento paradox se prolíná celým textem (celou diskuzí obyčejných lidí).

d) *Když se Zeman dotkne sportu...*

...tak mu vyhládne (Exner 2014: 4)

V následujícím článku (Viz obrázek č. 5 v příloze) je důležitá hra s obrazem (fotografií). Protože sportovní termíny, které se ve článku objeví, jsou použity ironicky v následujících doprovodných fotografiích. Interpretace nevychází z jazyka, ale z dialogu mezi obrázkem (fotografií) a slovem. Z kontextu tohoto článku vyplývá, že nejde o přímý význam, nýbrž o přenesený ironický význam

Na fotografii, kde je Miloš Zeman ve člunu, je označen jako veslař. Na druhé fotografii drží v ruce pivo a je označen jako vzpěrač. A na třetí fotografii dole je na procházce se psem a je označen jako chodec.

2.3.4.1 Aluze

Vysvětlení aluze nám podá následující definice: „narážka (odkaz) na jiné dokumenty“. (Lotko 2000: 14) Aluzi jsem vypořezovala jak v ruských, tak v českých článcích. I když se vyskytla velice ojediněle, protože je zapotřebí vhodně zvolených slov, jak je uvedeno v následujících příkladech. Aluze je tučně zvýrazněna. Srov. př.:

a) *И в мире спорта **невозможное возможно*** (Шахназаров 2014)

Aluze je ukryta pod zvýrazněnou částí titulku „невозможно возможно“ a jde o odkaz na stejnojmennou píseň ruského popového zpěváka Димы Билана s názvem «Невозможное - возможно».² A spojitost mezi tímto titulkem a písní může být v myšlence, která se nabízí jako nejvíce pravděpodobná - pokud po něčem toužíme, něco chceme, tak si za tím jdeme a žádné hranice neexistují

b) ***VyVolení!** Jágr bude špiclovat kabinu!* (Žaloudek 2014: 11)

V tomto titulkem je aluze skryta ve slovu „VyVolení“, které odkazuje na reality show právě s názvem – VyVolení. Principem této reality show bylo, že po celou dobu, kdy mezi sebou účastníci soutěžili ve vile, je v každé místnosti snímaly skryté kamery. Hokejový

² Дима Билан - Невозможное Возможно. In: [online]. [cit. 2014-04-13]. Dostupné z: <http://megalyrics.ru/lyric/dima-bilan/nievozmozhoie-vozmzhno.htm>

hráč Jaromír Jágr má také v plánu skryté natáčení svého hokejového týmu v šatně. Rozdíl je pouze v tom, že soutěžící ve vile šli do reality show s tím, že věděli, že budou 24 hodin monitorováni. České hokejové mužstvo nejspíš nemělo tušení, jaké má s nimi Jaromír Jágr plány.

c) ***Нас не догнали***

Россия выиграла на Играх в Сочи общекомандный зачет по количеству завоеванных олимпийских наград (Керопян, Планкин 2014)

V titulku se projevila expresivní práce s jazykem. Nemá žádnou výpovědní hodnotu. Oproti tomu podtitulek, který následuje hned po titulku v uvedeném příkladu má standardní podobu. Podtitulek rozvádí informaci, která zazněla v titulku s tím rozdílem, že je věcná a logická. Je zde zjevná aluze, protože titulek vznikl úpravou citátu do minulého času. Přesný citát zní: „Нас не догонят“. Jde o název stejnojmenné písničky ruské dívčí skupiny „Tatu“. Tato píseň zazněla při nástupu ruských sportovců během zahájení Zimních olympijských her v Soči. Tento citát byl užit pro závěrečné zhodnocení her. Rusko na Zimních olympijských hrách v Soči dosáhlo dvou rekordů – nikdy předtím v historii na olympijských hrách ruští sportovci nezískali tolik zlatých medailí a pokořili dosavadní rekordní počet medailí, které získali sovětsí sportovci na olympiádách. Titulek může plnit funkci několika odkazů, jinými slovy mluvíme o tzv. vrstvení významu.

Závěr

V bakalářské práci jsem po analýze ruských a českých článků došla k závěru, že mezi nejvíce expresivní tisk patří ruský opoziční tisk a český bulvár. Expresivita u opozičního tisku „Советская Россия“ se projevila především hovorovostí. Přispěl k tomu fakt, že ruský opoziční tisk byl na způsob koláže vytvořenou z internetových diskuzí. Na téma olympijské hry se mohli bez servítek vyjadřovat obyčejní ruští lidé a obyvatelé Soči, aniž by přemýšleli nad spisovným projevem. U českého bulváru se projevila expresivita především ve hře se slovy. Objevila se řada nových slov, které vznikly křížením dvou původních slov (viz podkapitola neologizmy). Také se vyskytovala slova s bohatým grafickým doprovodem (fotografiemi). U opozičních novin byl naopak zaznamenán pouze jeden obrázek, který uvedl texty, ve kterých se psalo o olympiádě.

Jako nejvíce kvalitní tisk z mé analýzy vychází ruský liberální deník „Известия“. V tomto deníku převládá standardní práce ve všech rovinách, až na expresivitu, která se většinou projevila v titulcích uvedeného deníku. Podobně tomu bylo u českého liberálního tisku Lidové noviny. Hovorové výrazy se vyskytovaly zřídka, z toho velká část jich byla vložena do uvozovek. Tím autoři článků poukázali na to, že jsou si vědomi jejich rozdílné stylistické platnosti.

Резюме

Настоящая работа посвящена теме – Язык и стиль Зимней Олимпиады в Сочи в 2014 году. Главной задачей настоящей работы является анализ языка и стиля чешских и русских публицистических текстов, которые передают нам информацию, касающуюся зимней олимпиады. В самом начале работы мною были использованы материалы по дисциплине «Русская стилистика», которую я посещала в зимнем семестре на третьем курсе. Преподаватель вышеуказанного предмета – др. Й. Капитанова. Кроме того, я использовала несколько русских и чешских книг, посвящённых стилистике.

Говоря о составителях чешского учебника, подчеркну, что речь идет об авторском коллективе – М. Чехова, М. Крчмова, Ева Минаржова, название книги – «Настоящая стилистика» (Šechová, Krčmová, Minářová 2008). Следующая книга, авторы которой А. Йедличка, В. Форманкова и М. Рейманкова, называется «Основы чешской стилистики». (Jedlička, Formánková, Rejmánková 1970). Одним из использованных мною в работе учебников является книга З. Недомовой «Функциональная стилистика русского языка». (Nedomová 2010). Последним автором, которой пишет о стилистике, является Е. Минаржова и её труд «Стилистика для журналистов».

Помимо чешских авторов, в настоящей работе использованы также книги русских авторов, в частности, книга «Стилистика русского языка», автор которой - О. Н. Григорьева (Григорьева 2000). Кроме того, я воспользовалась сведениями из «Стилистического энциклопедического словаря русского языка» под редакцией М. Н. Кожинной (Кожина 2003). Следует также отметить, что я работала со «Словарём литературного языка для школы и общественности» (Ščervená a kol. 2006) и с толковым словарём сайта Грамота.ру (Прохоров 2009). В связи с мерами, предпринятыми президентом России Владимиром Путиным, я не могла работать с русской желтой прессой. Владимир Путин запретил редакторам публиковать в газетах информацию, имеющую негативное отношение к олимпиаде и дающую ей критическую оценку. В противном случае — в случае нарушения указания российского президента, деятельность данного периодического издания была бы прекращена.

В работе мною были использованы материалы российской либеральной и оппозиционной прессы, а также чешской либеральной газеты и чешской желтой прессы. Я работала с двадцатью чешскими и двадцатью русскими публицистическими текстами, доступными в интернете или опубликованными в газетах.

В практической части, на основе прочитанных мною доступных публицистических материалов, я стремилась изложить то, как, на мой взгляд, чешская и российская пресса работает с данной информацией. В нашем случае речь идет о зимней Олимпиаде в Сочи в 2014 году, которая является общей темой для всех газет.

Первая глава теоретической части посвящена стилю и, в частности, тому, как он определен разными авторами, занимающимися стилистикой. Определение стиля изложили русский автор О. Н. Григорьева и чешский автор Ева Минаржова.

Во второй главе теоретической части речь идет о характеристике публицистического стиля. На занятиях по русской стилистике др. Капитанова объяснила нам, что публицистический стиль принадлежит к функциональному стилю. Определение функционального стиля даёт Ева Минаржова. По утверждению Г. Я. Солганик, публицистический стиль используется в области политики, экономики, культуры, спорта и т.д. Каждому стилю свойственны две функции. Речь идет о функции информативной и воздействующей. Целью информативной функции является стереотипное изложение информации. И наоборот, главной целью второй, воздействующей функции, является стремление выразить своё мнение с целью воздействия на читателей. В результате этих функций возникли две тенденции. Речь идет о тенденции к стандарту и тенденции к экспрессивности. Что касается классификации публицистического стиля, то у каждого из авторов она выражается по-разному. Раньше преобладала письменная форма, но сейчас уже в большинстве случаев преобладает устная форма.

Третья глава работы посвящена тенденциям развития русского языка в публицистическом стиле. В ней речь идет о публицистическом стиле как об открытом стиле. Публицистический стиль подчиняется общественным и политическим изменениям. Творческая работа с языком явилась творческим началом. Главное, на что следует обратить внимание - у каждого автора свой

(персональный) стиль, в текстах проявляется личность автора, а также употребляются контрастные средства, как например, богатый язык, жаргон. Кроме того, в публицистическом стиле авторы используют внеязыковые средства.

Публицистический стиль присущ так называемой «жёлтой прессе», для которой характерна сенсационность и скандал. Цель желтой прессы – развлечь читателя, и она (имеется в виду жёлтая пресса) не всегда дает читателям правильную информацию.

Четвертая глава посвящена языку публицистического стиля. Здесь говорится о творческой работе с языком, для которого характерна так называемая «гибридность». В данной главе речь также идёт о лексике и метафорических выражениях, и кроме того, о грамматике. Следует сказать, что публицистический стиль связан с культурным и общественно-политическим контекстом. Если читатель хочет понять сущность текста, ему нужно хорошо ориентироваться в актуальной культурной, политической сфере.

В первой главе практической части рассматривается чешская и русская газета в общем. Основное внимание уделяется прежде всего тому, какая оценка преобладает в содержании текстов данной прессы - положительная или, наоборот, отрицательная. Отметим, что чешская либеральная газета в основном ставит положительную оценку теме зимней олимпиады. Чешская желтая пресса, помимо одной статьи, также ставит данной теме положительную оценку. Русская либеральная пресса в сущности, ставит только положительную оценку данной теме. И наоборот, русская оппозиционная пресса очень критикует тему зимней олимпиады.

Во второй главе речь идёт о работе со стандартными средствами, в том числе о работе со стандартными ссылками, страдательным залогом, благодаря чему показана безличность выражения автора статьи. В данной главе также говорится и о стандартных наименованиях лица – приложении. Приложение даёт нам полную информацию о функции лица, но зависит от типа газеты. Кроме того, глава посвящена конденсации в предложении. Сжатость предложения более характерна для русского языка, в этом случае употребляются деепричастия и причастия. Помимо этого, в настоящей главе внимание уже уделено стандарту.

В третьей главе отражена работа с экспрессивными средствами. К данной главе принадлежит раздел, посвящённый экспрессивной игре с языком, в частности,

работе с выразительными средствами. Речь идёт главным образом о тех неологизмах, которые возникли во время зимней олимпиады. Новые слова возникли при помощи так называемого сокращения двух уже существующих слов. Новые слова появились в чешских и в русских текстах. Кроме неологизмов, в текстах можно было встретить метафору, метонимию и персонификацию. Далее я рассматривала использование стилистически окрашенной лексики. Разговорные слова наиболее часто встречаются в русской оппозиционной прессе, т.к. она состоит, главным образом, из дискуссий интернетчиков, использующих обычно разговорный язык. Помимо этого, в третьей главе я уделила особое внимание разделу, посвящённому графической работе с текстом. Благодаря графике, авторы подчеркивают новую информацию, которую они хотят сообщить читателям. Графическая работа с текстом появилась прежде всего в чешской жёлтой прессе.

В последнем разделе третьей главы уделено внимание тексту и контексту. Как уже было сказано выше, в теоретической части, читатель должен ориентироваться в области культуры, политики и т.д. Если же он не способен ориентироваться в этих областях, он не поймет мысль данной статьи. Вышеуказанное показано мною на нескольких примерах, которые взяты из русской либеральной и русской оппозиционной статей, один пример взят из чешской жёлтой прессы. К данной главе относится так называемая аллюзия. Аллюзия – это ссылка на другой контекст. Для достижения в тексте аллюзии следует употреблять правильные (удобные) слова. Аллюзия показана на примерах заголовков, которые появились в чешской желтой прессе, русской либеральной, а также в русской оппозиционной прессе.

В заключение хотелось бы сказать, что к самой экспрессивной газете принадлежит русская оппозиционная пресса и чешская жёлтая пресса. Экспрессивность в русской оппозиционной прессе отражена, прежде всего, в разговорной речи, поскольку в ней появились мнения интернетчиков, которые обычно её (разговорную речь) использовали. Когда речь шла о чешской жёлтой прессе, экспрессивность проявлялась прежде всего в экспрессивной игре с языком, богатым графическим сопровождением. Что касается русской оппозиционной газеты, то в ней была зарегистрирована только одна картинка, и возможно, она является вводной фотографией текстов, посвящённых олимпиаде. По моему

мнению, самой качественной либеральной газетой является, вне экспрессивности, та, которая проявилась прежде всего в заголовках данной газеты.

Мною также сделан вывод, что в либеральной газете Известия в целом были употреблены только стандартные средства. Чешская либеральная газета похожа на русскую либеральную, разговорные выражения в текстах, в сущности, не появились. Но если разговорные выражения или слова употреблялись в текстах, то обычно их авторы заключали в кавычки. Это служит свидетельством того, что авторы отдают себе отчёт в том, что написанные слова или выражения в кавычках имеют совершенно иной стилистический смысл.

Zdroje

Bibliografie

ČECHOVÁ, Marie, KRČMOVÁ, Marie a MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Vyd. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČERVENÁ, Vlasta a kol. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost: s Dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky*. Vyd. 4. Praha: Academia, 2006. ISBN 80-200-1446-2

JEDLIČKA, Alois, REJMÁNKOVÁ, Miloslava, FORMÁNKOVÁ, Věra. *Základy české stylistiky: učebnice pro studium učitelství pro zákl. devítileté školy na pedagog. fakultách*. 1. vyd. Praha: SPN, 1970. Učebnice pro vys. školy.

KAPITÁNOVÁ, Jindřiška.: *Přednášky z předmětu Stylistika*, 3. ročník zimní semestr. 2013. KSR/STYL UPOL.

LOTKO, Edvard. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2000. ISBN 80-244-0123-1.

MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4.

NEDOMOVÁ, Zdeňka. *Функциональная стилистика русского языка = (Funkční stylistika ruského jazyka)*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010. Studijní texty. ISBN 978-80-7368-793-9.

PILÁTOVÁ, Jindřiška. *Krátká zpráva v současné ruské a české publicistice: jazyk a text*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. Rossica Olomucensia; 48. Monografie. ISBN 978-80-244-2278-7.

ГРИГОРЬЕВА, О. Н. *Стилистика русского языка*. Москва: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. ISBN 5-89191-032-2.

СОЛГАНИК, Г, Я. Публицистический стиль. In: КОЖИНОЙ, М, Н. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Москва: издательство Флинта, 2003. с. 312-315. ISBN 5-89349-342-7

Excerpovaná zdroje

- Tištěná periodika

Lidové noviny:

GIBIŠ, Vojtěch. Bič na olympiádu. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 46, s. 19. ISSN 1213-1385

GRIM, Filip a MACEK, Tomáš. Den nula. Dnes vzplane oheň. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 32, s. 21. ISSN 1213-1385

KABÁT, Marcel. Miliardy, moc a hry. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 33, s. 1. ISSN 1213-1385

KNAP, Karel a NĚMÝ, Miroslav. Konec snění o Naganu. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 32, s. 23. ISSN 1213-1385

KŘÍŽEK, Martin. Odvysíláme všechno, slibuje ČT. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 32, s. 17. ISSN 1213-1385

KUČEROVÁ, Martina a MACEK, Tomáš. Co vytěžit z úspěchu? Lepší zázemí. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 46, s. 23. ISSN 1213-1385

MACEK, Tomáš. Sáblíkovou vzali do party Kazaši. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 28, s. 17. ISSN 1213-1385

MACEK, Tomáš. Ocelový kruh obepíná Soči. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 29, s. 17. ISSN 1213-1385

MACEK, Tomáš. Hry skončily. Češi mohou zářit i příště. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 46, s. 19. ISSN 1213-1385

NĚMÝ, Miroslav. Ledový palác je pýchou Soči. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 32, s. 22. ISSN 1213-1385

NĚMÝ, Miroslav. Rusko splnilo úkol. Má nejvíc medailí. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 46, s. 24. ISSN 1213-1385

PALIČKA, Jan a SÁRA, Robert. Samková může vydělat miliony. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 41, s. 18. ISSN 1213-1385

PRACHAŘ, Martin. Hry nabízí šanci třeba i houslistce. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 28, s. 20. ISSN 1213-1385

PROCHÁZKOVÁ, Petra. Putinovy hry za 50 miliard. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 28, s. 15. ISSN 1213-1385

VINCENT, Lukáš. Olympijské utrácení na ruský způsob. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 31, s. 19. ISSN 1213-1385

ZVĚŘINA, Martin. Putiniáda začíná. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 32, s. 1. ISSN 1213-1385

Magazín Pátek:

[Komentář a]. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 32. *Pátek*. [příloha]. 2014, č. 6, s. 42. ISSN 1213-1385

[Komentář b]. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 32. *Pátek*. [příloha]. 2014, č. 6, s. 48. ISSN 1213-1385

[Komentář c]. *Lidové noviny*. 2014, roč. 27, č. 38. *Pátek*. [příloha]. 2014, č. 7, s. 46. ISSN 1213-1385

Blesk:

EXNER, Jan. Když se Zeman dotkne sportu...tak mu vyhládne. *Blesk*. 2014, roč. 23, č. 35, s. 4. ISSN 1210-5333

ŠIMŮNEK, Štěpán. Bezcitní Rusové udělají pro dokonalou olympiádu vše. *Blesk*. 2014, roč. 23, č. 27, s. 44. ISSN 1210-5333

ŽALOUDEK, Petr. (Ne)bezpečné zahájení. *Blesk*. 2014, roč. 23, č. 33, s. 2-3. ISSN 1210-5333

ŽALOUDEK, Petr. VyVolení! Jágr bude špiclovat kabinu. *Blesk*. 2014, roč. 23, č. 33, s. 11. ISSN 1210-5333

ŽALOUDEK, Petr. Stříbrná MAŠINA. *Blesk*. 2014, roč. 23, č. 35, s. 9. ISSN 1210-5333

ŽALOUDEK, Petr. Takhle »trpěli« Češi! *Blesk*. 2014, roč. 23, č. 43, s. 13. ISSN 1210-5333

Bez autora. 24 minut VÝPRASKiády. *Blesk*. 2014, roč. 23, č. 37, s. 1. ISSN 1210-5333

Respekt:

МАСНÁČЕК, Jan. Sny o Rusku. *Respekt*. 2014, roč. 25, č. 8, s. 26 – 27. ISSN 1801-1446

- Periodika v elektronické podobě

Известия:

ВОЛКОВ, Константин. Россия и Пан Ги Мун призвали сирийцев к «олимпийскому перемирию». *Известия*. [online]. 6. 2. 2014. [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565347#ixzz2vfrcZ1kd>

ВОЛКОВ, Константин и МАКСИМОВА, Екатерина. Индийцы выйдут на закрытие Игр в Сочи под национальным флагом. *Известия*. [online]. 11. 2. 2014. [cit. 2014-02-12]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565649#ixzz2wVaNUsfF>

ГАНЕЕВ, Тимур. В Сочи стартовали XXII зимние Олимпийские игры. *Известия*. [online]. 7. 2. 2014. [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565404#ixzz2vkZMdMON>

КЕРОПЯН, Андраник и ПЛАНКИН, Кирилл. Нас не догнали. *Известия*. [online]. 23. 2. 2014. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/566431#ixzz2wVoCG6hG>

ЛОГИНОВ, Виктор. «Большая тройка» вложила \$1 млрд в сотовую инфраструктуру Сочи. *Известия*. [online]. 7. 2. 2014. [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565309#ixzz2vfwm5WBu>

МАКОВЕЦКИЙ, Георгий. Сборная США вырвала победу у России. *Известия*. [online]. 15. 2. 2014. [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565906#ixzz2wVcpfLtd>

РУНКЕВИЧ, Дмитрий и МАЛАЙ, Елена и СИВКОВА, Алена. Более 100 депутатов Госдумы поедут на Олимпиаду. *Известия*. [online] 7. 2. 2014. [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565319#ixzz2vfv89Bjo>

СЕРЖАН, Эдвард. В медаль Николая Олюнина не верил никто, кроме его тренеров. *Известия*. [online]. 18. 2. 2014. [cit. 2014-02-19]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/566063#ixzz2wVmH3pX2>

СЕРЖАН, Эдвард. Россия собрала в сноуборде на Олимпийских играх весь комплект медалей. *Известия*. [online]. 19. 2. 2014. [cit. 2014-02-20]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/566194#ixzz2wVmlFJU2>

СОЗАЕВ-ГУРЬЕВ, Егор. «Путин отдал себя Олимпиаде до последней капли крови». *Известия*. [online]. 8. 2. 2014. [cit. 2014-02-09]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565416#ixzz2wODzWn6v>

СОКОЛОВ, Максим. Заметки постороннего. *Известия*. [online]. 7. 2. 2014. [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565355#ixzz2vg3a3znO>

ШАХНАЗАРОВ, Михаил. И в мире спорта невозможное возможно. *Известия*. [online]. 7. 2. 2014. [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565129#ixzz2vg5y4llp>

ШАХНАЗАРОВ, Михаил. Театр хоккейного абсурда в «Большом». *Известия*. [online]. 16. 2. 2014. [cit. 2014-02-17]. Dostupné z: <http://izvestia.ru/news/565957#ixzz2wVkBcLbx>

Советская Россия:

ВЕРЕЩАГИН, Олег. Олимпиада... да-да-да?. *Советская Россия*. [online]. 15. 8. 2013. [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.sovross.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=594529>

ФРОЛОВ, Александр. Олимпиада, маде ин Канада. *Советская Россия*. [online]. 15. 2. 2014. [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.sovross.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=596061>

HELLO!:

ВОРОНЧИХИНА, Екатерина. Эшли Вагнер стала звездой интернет-мемов. *Hello!*. [online]. 10. 2. 2014. [cit. 2014-02-11]. Dostupné z: <http://ru.hellomagazine.com/zvezdy/novosti-o-zvezdakh/1137-internet-mem-s-eshli-vagner.html>

Elektronické informační zdroje

Грамота:

ПРОХОРОВ, Юрий. Евгеньевич. Пятиминутка *Грамота*. [online]. Роскомнадзор, 2009. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z:

<http://gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%EF%FF%F2%E8%EC%E8%ED%F3%F2%EA%E0>

ПРОХОРОВ, Юрий, Евгеньевич. Выкатиться. *Грамота*. [online]. Роскомнадзор, 2009. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z:

[http://gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%E2%FB%EA%E0%F2%E8%F2%FC%F1%FF\)ch](http://gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%E2%FB%EA%E0%F2%E8%F2%FC%F1%FF)ch)

ПРОХОРОВ, Юрий, Евгеньевич. Цифра. *Грамота*. [online]. Роскомнадзор, 2009. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z:

<http://gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%F6%E8%F4%F0%E0>

ПРОХОРОВ, Юрий, Евгеньевич. Вбухать. *Грамота*. [online]. Роскомнадзор, 2009. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z:

<http://gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%E2%E1%F3%F5%E0%F2%FC>

ПРОХОРОВ, Юрий, Евгеньевич. Выселенец. *Грамота*. [online]. Роскомнадзор, 2009. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z:

<http://gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%E2%FB%F1%E5%EB%E5%ED%E5%F6>

ПРОХОРОВ, Юрий, Евгеньевич. Сдохнуть. *Грамота*. [online]. Роскомнадзор, 2009. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z:

<http://gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%F1%E4%EE%F5%ED%F3%F2%FC>

Láptě. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2014-04-13]. Dostupné z:

<http://cs.wikipedia.org/wiki/L%C3%A1pt%C4%9B>

Дима Билан - Невозможное Возможно. In: [online]. [cit. 2014-04-13]. Dostupné z:

<http://megalyrics.ru/lyric/dima-bilan/nievozmozhnoie-vozmozhno.htm>

Přílohy

1. Článek viz Úvod (Macháček 2014: 26-27)

FOKUS | RUSKÁ MÉDIA

SNY O RUSKU

Efektní podívanou na olympijských hrách v Soči provází tvrdý zákrok proti ruským médiím

□ THE ECONOMIST



Vím přesně, jak nebezpečná jsou svobodná média. (Putin v olympijském tiskovém centru v Soči)

Zahajovací ceremoniál olympiády v Soči měl 7. února skutečně švih. Nad jevištěm plula ruská trojka ze světél, k nebi se zvedaly barevné kopule chrámu Vasila Blaženého a po kouzelném tanci z *Vojny a míru* následovalo ztvárnění bolševické revoluce zalité rudým světlem. Představení *Sen o Rusku*, které produkoval ředitel ruské televizní stanice Kanál 1 Konstantin Ernst s pomocí amerických techniků, mělo představit Rusko jako moderní, kultivovanou evropskou zemi, která je hrdá na svou kulturu a historii: „zemí, ve které bych chtěla žít,“ napsala na Twitter novinářka a společenská celebrita Ksenija Sobčaková.

Nastal však menší zádrhel: jedna z pěti sněhových vloček neroztála do olympijského kruhu. Státní televize zareagovala okamžitě a příznačně: místo aby nehoďu ignorovala, ihned nahradila přímý přenos zá-

znamem ze zkoušky. Tato záměna skutečnosti je jen další ukázkou závazku Orwellova 1984 v ruských médiích.

Podobně jako největší projekt Vladimira Putina chrání před teroristickými útoky „ocelový kruh“, ochraňuje i samotného prezidenta před politickým převrácením virtuální „ocelový kruh“, jímž Putin obehnal ruská média. Kanál 1 se přejmenoval na „První olympijský“ a oblékl své moderátory do olympijského oblečení ruské výpravy. Kritici olympiády jsou automaticky označeni za nepřátele. Redaktorům se dostalo varování, že jakékoli kritické zprávy mohou způsobit zánik jejich periodika.

Během příprav na olympiádu proběhly čistky ve všech státem kontrolovaných médiích. Konsolidační vlna začala u RIA Novosti – státní informační agentury, která vždy projevovala loajalitu vůči Kremlu, i když tak činila rafinovaně inteligentním

způsobem. Ředitelka agentury Světlana Miroňuková se deset let snažila značku RIA Novosti vzkřísit a proměnit ji v moderní multijazyčnou službu, která měla představovat Rusko v podobném duchu jako zahajovací ceremoniál v Soči. V prosinci 2013 ji však nahradil televizní moderátor Dmitrij Kiseljov, jehož nenávislné protiamerické a homofobní tirády by působily extremisticky snad i za sovětských časů. RIA Novosti se sloučila s televizní stanicí Rusko Dnes, která vysílá cizojazyčné propagandistické pořady. Mediální konsolidace jde ruku v ruce s okázalým předváděním tradičních hodnot a postihováním svobody slova.

V předvečer olympiády pak Kiseljovovi nadřízení zahájili kampaň proti soukromé internetové a kabelové televizi Dožd. Projekt dvaatřicetileté mediální podnikatelky Natalji Sindhějevové financuje její man-

žel, ruský finančník Alexandr Vinokurov. „Chtěla jsem vytvořit stanici pro lidi, jako jsme my,“ vysvětluje Sindějevová. Mladí žurnalisté stáli proti všemu, co ztělesňuje Dmitrij Kiseljov. Televize zahájila vysílání v roce 2010, kdy byl prezidentem Dmitrij Medveděv (dnes premiér). Ten ji několikrát podpořil, když v ní vystoupil. Svou velikostí byla zpočátku stanice nevýznamná, ale ztělesňovala ducha mladých kreativních Moskvánů, kteří v prosinci 2011 protestovali proti kremelské moci. Rychle se však rozšířila do osmnácti milionů domácností, včetně řady domovů mimo Moskvu.

Kremelští propagandisté však v poslední době zahájili proti Dožďi nenávistnou kampaň. Poskytovatelé kabelové televize dostali pokyn, aby stanici vyřadili ze svých programových balíčků, čímž stanice přišla o zisky z reklamy. Příčinou tak tvrdého zásahu byly pravděpodobně zprávy, v nichž Dožď referoval o luxusním venkovském sídle zástupce šéfa prezidentské kanceláře Vjačeslava Volodina a také o protestech na Ukrajině. Podle Sindějevové však Kreml dráždila především nezávislost stanice.

Stát sice formálně ovládá pouze dvě hlavní ruské televizní stanice, avšak řada soukromých stanic přímo či nepřímo spadá pod mediální impérium Putina přítele Jurije Kovalčuka. Kromě Národní mediální skupiny, která má podíl ve třech televizních kanálech včetně 25 procent v nejsledovanější stanici Kanál 1, vlastní Kovalčuk ještě velký nepřímý podíl v největší ruské mediální skupině Gazprom-Media, která je majitelem pěti televizních kanálů, několika rozhlasových stanic a vydavatelství. Struktura společnosti Gazprom-Media je složitá: stoprocentním vlastníkem je banka Gazprom, která z poloviny patří penzijnímu fondu Gazprom. A většina z toho je řízená firmou spojenou s Kovalčukem.

Firmy spojené s Kovalčukem ovládají rovněž většinu televizní reklamy. V roce 2010 koupil největší ruskou reklamní agenturu Video International. Gazprom-Media a Video International v současnosti představují dvě třetiny trhu s televizní reklamou v zemi. Kovalčuk až donedávna v Gazprom-Media nehrál téměř žádnou roli, ale teď začal být podle informací zevnitř společnosti aktivnější. Měl podíl na jmenování zakladatele Video International Michaila Lesina do vedení Gazprom-Media.

Lesin se v majetku Gazprom-Media významně vyzná. Většinu majetku, včetně NTV, firma získala od mediálního magnáta Vladimira Gusinského, který ho vytvořil, ale po Putinově nástupu do funkce v roce 2000 uprchl ze země. Lesin tehdy působil jako ministr pro tisk a masmédiá a podpořil tajnou dohodu, na jejímž základě byl Gusinský donucen prodat svůj podíl v Gazpromu výměnou za vlastní svobodu a bezpečnost. Tato dohoda pak sloužila jako důkaz u Ev-

ropského soudu pro lidská práva, že útoky na Gusinského byly politicky motivované a porušovaly Evropskou úmluvu o lidských právech. Jako prezident Gazprom-Media pak Lesin loni na podzim dojednal nákup vlastnických podílů v médiích od dalšího oligarchy z Jelcinovy éry Vladimira Potanina.

Rozhlasová stanice Echo Moskvy, kterou ze dvou třetin vlastní Gazprom-Media a z jedné třetiny pak Gusinského americká firma, si dokázala uchovat nezávislost, zejména díky osobnímu vztahu jejího šéfredaktora Alexeje Venediktova s Putinem. Ale i tomu může být brzy konec. Tento týden se koná mimořádná valná hromada Gazprom-Media, během níž může být dlouholetý ředitel stanice Echo nahrazen jedním z Lesinových chráněnců. Stanice Echo Moskvy nedávno vyvolala kontroverzi blogem na svých internetových stránkách, který olympiádu v Soči přirovnával k olympiádě v Berlíně v roce 1936. Poslanci z vládnoucí strany Jednotné Rusko to klasickou sovětskou terminologií označili za součást „protiolympijské kampaně rozpoutané západními médii“.

Stát zesiluje i svůj dohled nad internetem. Jednu z nejoblíbenějších ruských sociálních sítí V Kontaktě převzal oligarcha spřítele s Kremlem Ališer Usmanov. Dlouholetý šéf společnosti byl spěšně protlačěn nový zákon umožňující ruským úřadům zablokovat internetové stránky i bez soudního příkazu, pouze na základě nejasně definovaného „extremismu“.

Putin zažil rozpad Sovětského svazu, a proto si moc dobře uvědomuje, jak nebezpečná jsou svobodná média. Sovětský svaz držel pohromadě represe a ideologie. Jakmile byly tyto dva pilíře odstraněny, vše se sesypalo. Hlavním Putinovým vládním nástrojem byly peníze, za které si kupoval lojalitu. Ale když teď hospodářství zpomaluje a měna kolísá, snaží se Putin posílit svou pozici.

Média mohou vytvářet a pronásledovat nepřátele jak uvnitř země, tak v zahraničí, přičemž mohou všechny problémy Ruska svádět na zrádce a nepřející lidi. Při setkání se zastupitelstvem v Soči přirovnal Putin západní kritiku Ruska „k teorii zstrašování, jejímž cílem bylo během studené války zpomalit rozvoj Sovětského svazu. Dnes zažíváme totéž.“ Olympiáda v Soči měla obyvatele Ruska zmobilizovat k novému boji. Ale bez svobodnějších médií zůstane kultivovaná a civilizovaná země poohálená při zahajovacím ceremoniálu tím, co napovídá název úvodního programu: pouhým snem. ■

© 2014 The Economist Newspaper Limited.
All rights reserved. Publikováno na základě licence
s The Economist, přeloženo týdnem Respekt.
Článek v angličtině najdete na www.economist.com.

AUDIT

Vláda a růst

Skutečnost, že se vláda ve svém programovém prohlášení označuje za „vládu ekonomického růstu“, se zdá leckomu směšná. Třeba podle Petra Kamberského z LN se přece nikdo neoznačí „za vládu ekonomického poklesu“.

To sice nikdo přímo neřekl, ale de facto se to v případě České republiky stalo. Minulá politická vláda se přece označila na prvním místě za „vládu rozpočtové odpovědnosti“, což si navíc v praxi vyložila tak, že je třeba jednorázových tupých škrtů a dramatického zvyšování daní uprostřed vleklé recese. O růstu nebyla řeč, na místě byla „zodpovědnost“.

Vezměme si také stavební výrobu. Jak může ekonomicky růst země, ve které vláda drasticky oseká stavební zakázky o desítky procent?

Když vláda mluví o šetření, straší Řeckem, a do toho ještě zvýší daně a paralyzuje stavebnictví, je vcelku logické, že lidé začnou šetřit taky. O růstu je prostě potřeba také mluvit (i když to samo růst nedělá) a vysvětlovat, proč je důležitý.

Česká republika se nyní k nějakému vahavému růstu přece jen vrací, zřejmě protože to bylo tak dlouho mizerné, že se to jednou zlepšit muselo. Takže je pravděpodobné, že za této vlády nějaký růst bude, otázka je jaký.

Jiří Pehe se na serveru Aktuálně.cz domnívá, že pravice omlá pořád stejná témata, jako jsou „ÚSTR a lustrace“, ale společnost má prý úplně jiné problémy. Na tom možná něco bude, nicméně v souvislosti s výše zmíněným účtem za vládnutí toho v současné situaci pravici moc jiného nezbyvá. Má mluvit o tom, v jaké je země ekonomické situaci, když ještě drahnou dobu bude ekonomická situace vyplývat z toho, jak ji Nečasova a předtím Topolánkova vláda nastavily?

Třeba za rok bude už pravcová opozice mluvit o tom, co lidi „opravdu trápí“. Deziluze se dostaví, zvláště když bude vláda vládnout ještě celý rok s cizím rozpočtem a výběr daní se jistě nezlepší přes noc. K děláni toho, co si lidé přejí, ale není třeba tolik vyzyvat. Politici přece sami až moc dobře vědí, že mají čist průzkumy veřejného mínění. A ty průzkumy pravici zatím napovídají, ať o ekonomice cudně mlčí.

JAN MACHÁČEK



KAŽDÝ DEN NOVÝ AUDIT NA
WWW.RESPEKT.CZ/AUDIT-JANA-MACHACKA

2. (Ворончихина 2014)



3. (Žaloudek 2014: 13)



4. (Верещагин 2014)



www.blesk.cz/po Pondělí 10. února 2014 **BLESK**

S hokejisty Jiřím Novotným (vlevo nahore), Jakubem Kovářem, Alexandrem Salákem a Lukášem Krajččkem. Vedle prezidenta a první dámy sedí Michal Barinka. Nahore uprostřed kancléř Vratislav Mynář.

Svačinka ještě na talíři, kelímek s kávou.

Prezident na ZOH v Soči

Když se Zeman dotkne sportu...

...tak mu vyhládne

SOČI - Poslední den pobytu v Soči prezident Miloš Zeman (69) využil ke svačince s českými sportovci v olympijské vesnici.

Text: Jan Exner
Foto: Archiv Blesku, KPR

S manželkou Ivanou (48) si stříhnul skupinové foto s hokejisty. To jej zřejmě tak vyčerpalo, že mezi dalšími foceními s rychlobruslařkou Martinou Sáblíkovou (26) vyprázdnil talíř se sva-

činou a kelímek s kávou. Setkání s ním Sáblíkové ale asi přineslo štěstí. Brzy nato získala stříbrnou medaili. „Prezident mi pak gratuloval. Nizozemský král mu prý říkal, že zla-

to a bronz mám, chybí mi jen stříbro. Tak mi říkal: Já jsem to věděl,“ řekla pak.

I když by se mohlo zdát, že si Zeman nemá s olympioniky co říct, opak je pravdou. Prezident byl nejednou přistížen při aktivním sportu. Legendární je například jeho letní plavba člunem, kdy jej táhlo několik bodyguardů...

Vše o ZOH na stranách 9 až 15

Prázdny talíř, prázdny kelímek.

Zleva Martina Sáblíková, Ivana Zemanová, tajemnice Jana Bartošová a kancléř Mynář. Zeman před nimi sedí již posilněn.

I on umí zabrat...

Veslař
Legendární foto z Vysočiny. Nevyužívaná vesla jsou zřejmě jen dekorace.

Vzpěrač
Před prezidentskými volbami v JZD Hoštice věděli, jakému sportu Zeman holdoval.

Chodec
Chůze je disciplína letních OH. Zeman ji občas dá s chotí a psem.

VINOHRADSKÉ MASOPUSTNÍ TRHY
Praha 2
Pronájem prodejních míst
Tel.: 602 367 605
info@masopustnitry.cz

21739541

INZERCE

Anotace

Příjmení a jméno autora:	Bernatíková Simona
Název katedry a fakulty:	Katedra slavistiky, Filozofická fakulta
Název diplomové práce:	Jazyk a styl Zimní olympiády v Soči (2014)
Vedoucí diplomové práce:	Mgr. Jindřiška Kapitánová, Ph.D.
Počet znaků:	74 429
Počet příloh:	5
Počet titulů použité literatury:	10
Klíčová slova:	jazyk a styl, publicistický styl, standardní a expresivní prostředky

Charakteristika: Tato bakalářská práce pojednává o jazyku a stylu Zimních olympijských her v Soči (2014). Analyzovala jsem materiál české a ruské publicistiky (kvalitní, bulvární a opoziční). Skládá se ze dvou částí – teoretické a praktické. Teoretická část obsahuje 4 kapitoly, které jsou zaměřeny jednak všeobecně na definici stylu, charakteristiku publicistického stylu, na současné tendence ve vývoji jazyka a na jazyk publicistického stylu. Praktická část se zabývá hodnocením excerpovaných textů, prací se standardními prostředky, mezi které se řadí odkazy na zdroj informace, práce s trpným rodem, označení osoby (přístavek), hutná větná stavba. Dále se věnuje práci s jazykem, zejména expresivní hře se slovem, využití stylisticky zbarvené slovní zásobě, práci s grafickou stránkou textu, textu a kontextu. V závěru jsou shrnuty výsledky analýzy.

Annotation

Name and surname:	Bernatíková Simona
Name of department and faculty:	Department of Slavonic Studies, Philosophical Faculty of Palacký University Olomouc
Name of work:	The language and style of the Winter Olympics in Sochi (2014)
Work leader:	Mgr. Jindřiška Kapitánová, Ph.D.
Number of symbols:	74 429
Number of supplements:	5
Number of titles of used literature:	10
Key words:	language and style, journalistic style, standard and expressive means

Characteristics: The bachelor thesis deals with language and style of the Winter Olympics in Sochi (2014). Russian and Czech newspaper texts are analysed (quality press, tabloids, opposition press). The thesis consists of two parts – theoretical and practical. There are four chapters in the theoretical part, which are focused on definition of style, characteristics of journalistic style, on current trends in Russian newspapers, and language of journalistic style. The practical part is focused on the evaluation of excerpted texts, treatment and use of standard means, which include references, passive voice, identification of the person (apposition), condensed sentence structure, Expressive treatment of language is studied, too, especially expressive play with words, usage of stylistically colored vocabulary, usage of the graphic components of the text and texts and contexts. The results of the analysis are given in the conclusion.