

K CHARAKTERISTICE RUSKÝCH PUBLICISTICKÝCH TEXTŮ POČÁTEČNÍ ETAPY TRANSFORMAČNÍHO OBDOBÍ

Jiří Gazda

Stav a charakter ruské publicistiky a žurnalistiky se během posledních 15 let 20. století dramaticky změnil. Rusko, jako de facto nástupnický stát zaniknuvšího sovětského impéria, prožilo koncem 80. a během 90. let skutečný žurnalistický boom, nesouměřitelný s kterýmkoliv z předcházejících období vývoje ruské společnosti, a sotva lze očekávat, že se v historicky dohledné době bude v této kulturní oblasti něco podobného opakovat. Současné nelze přehlédnout fakt, že v očích dnešního čtenáře, posluchače či diváka jsou ruská média do značné míry zdiskreditovaná. V době náhle vzniklého hodnotového vakua, kdy se hlavním kritériem „profesionality“ stává připravenost žurnalistů sloužit zájmům svých zaměstnavatelů, dochází často zcela přirozeně ke snižování nároků na skutečnou profesní odbornost, a tím pochopitelně i ke snižování kvality textů, nemluvě o dodržování určité úrovně estetických kritérií a morálních norem. Vedle toho ovšem v Rusku existuje i za současné situace kvalitní žurnalistika a publicistika, která nicméně zůstává na okraji zájmu běžného čtenáře a nemá proto dostatečně široký vliv na udržování povědomí jazykové, kulturní, intelektuální a kulturní úrovně jednotlivců a tím i celé společnosti. Tato publicistika se doposud, bohužel, neseťkává ani s přílišným zájmem filologů, kteří dávají přednost analýze jazykových a textových zvláštností takových textů, které explicitněji a prokazatelněji odrážejí změny probíhající ve všech oblastech života ruské společnosti od poloviny 80. let do současnosti. Lingvistický výzkum publicistiky je proto podle G. Ja. Solganika¹ nutno pozvednout na novou, makrolingvistickou úroveň, na které by bylo možné pomocí sociolingvistických a pragmalingvistických metod analyzovat a vyhodnocovat lingvoestetické parametry publicistických textů a diferencovat mezi seriózní, a na druhé straně konjunkturální nebo bulvární publicistikou. Pokusy aplikovat podobné přístupy již byly učiněny např. v publikacích V. G. Kostomarova *Языковой вкус эпохи* (1997), v kolektivní monografii *Русский язык конца XX столетия* (red. Je. A. Zemskaja, 1996), nebo knihy A. D. Duličenka se stejným názvem (1994), v nichž je předmětem zkoumání právě jazyk současné ruské publicistiky.

Z hlediska důležitých cílů projektu *Integrovaná žánrová typologie ruských textů*, v jehož rámci tento text vznikl, se ukazuje jako užitečné pokusit se o vymezení konstitutivních a diferenčních rysů současného publicistického stylu a na tomto základě

¹ Солганик Г. Я.: *О новых аспектах изучения языка СМИ*. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2000, 3, s. 31-38.

stanovit lingvoestetické (stylové) zvláštnosti ruské publicistiky transformačního („přestavbového“ a „popřestavbového“) období konce 20. století. Makrolingvistický přístup k takovému výzkumu, umožňující v maximální možné míře objektivizovat získané poznatky, považujeme za nezbytný zejména z toho důvodu, že v posledním desetiletí se v ruském společenském povědomí zakořenila dichotomie „demokratická“ („liberální“) a „opoziční“ („vlastenecká“) publicistika, která vede ke dvojí deformaci. Jednak navozuje představu, že existují dva monolitní ideologické systémy hromadných sdělovacích prostředků bez nějaké vnitřní diferenciacce, jednak tzv. „demokratický“ tisk bývá automaticky považován za seriózní, kdežto hodnocení „opozičního“ tisku je obecně negativní (příčemž tuto nálepku nerozšiřují jen „demokraticky“ orientovaní politici či novináři, ale také filologové a další odborníci). Takovéto bipolární nazírání situace v současné ruské publicistice je ovšem nepřipustně zjednodušující a je zřejmé, že výlučně politické kritérium je nutno zaměnit kritériem profesionální kompetence.

Nelze nevidět, že rozdělení masmédií na základě politického principu má určitý vztah k jejich jazykové a estetické úrovni, který je ovšem pouze nepřímý. V sovětském období byla novinářská elita soustředěna v centrálních stranických a vládních tiskových orgánech (*Правда, Известия, Коммунист* aj.). Lze předpokládat, že si tito žurnalisté namnoze uchovali jak své politické názory, tak vysokou profesionální úroveň (např. dřívější *Коммунист* je dnes známý jako jedno z nejlepších politických periodik – *Свободная мысль* – XXI. Na druhé straně je nutné si uvědomit, že v podmínkách přísné sovětské cenzury se formovaly individuality talentovaných publicistů z řad disentu a jemu blízkých osobností: I. Šafareviče, K. Ljubarského, A. Zinovjeva, A. Avtorchanova a dalších. Mnozí z nich posléze přešli do antiliberálního („patriotického“) tábora, jiní se otevřeně přihlásili k liberálním názorům, avšak talent a profesionalita jedněch i druhých zůstaly zachovány.

Zdá se samozřejmostí, že kvalita médií není určována ničím jiným než tím, do jaké míry odpovídají požadavkům, které jsou na ně kladeny. Avšak od konce 80. let, zvláště pak po vydání tiskového zákona v r. 1990, se objevila řada periodik, ignorujících elementární profesionální a etické normy. Hranice toho, kam až je možné v žurnalistice zajít, byly natolik zrelativizovány, že nyní se ukazuje jako nezbytné rekonstruovat obraz seriózní autentické publicistiky, která by si zasloužila toto označení, bez ohledu na její politickou orientaci.

V 2. polovině 80. let nastal v tehdejší Sovětském svazu, stejně jako později i v ostatních zemích tzv. východního bloku, novinářský boom. Bylo to období rozkvětu psané i mluvené publicistiky (rozhlas, televize), pro kterou byla charakteristická především tematická rozmanitost a hledání optimálních výrazových prostředků. Symptomatické bylo v těchto souvislostech např. v r. 1988 vydání publicistického sborníku s názvem *«Если по совести»*, obsahujícího články známých spisovatelů a veřejných činitelů té doby: Č. Ajmatova, A. Anaňjeva, V. Astafjeva, V. Belova, F. Burlackého, D. Granina, Je. Jevtušenka, V. Rasputina, R. Rožděstvenského, Ju. Černičenka a další. Okruh diskutovaných témat je velmi široký: boj s pozůstatky stalinismu, problémy zemědělství, ekologie, postavení žen ve společnosti, kulturní život, soužití národů, stav ruského sebeuvědomění a ruského jazyka aj. Autoři se ještě

nepokoušejí o revizi základních marxisticko-leninských ideologických konceptů (ideologémů), ovšem už o rok později padá i toto tabu vydáním Solženicinova *Souostroví GULAG*, a v r. 1990 se už antikomunismus stává takřka módní záležitostí – články a eseje V. Solouchina, např. *Камешки на ладони*, knížka V. Jerofejeva *Моя маленькая лениниада* a další texty se brzy stanou kulturní záležitostí. V této době už je známa stať N. Andrejevové *He могу поступиться принципами* a autoři sborníku s ní polemizují, přičemž buďto přímo deklarují svůj souhlasný postoj k *perestrojce*, nebo se k ní alespoň nestavějí odmítavě. Stejně jako další sovětsští publicisté té doby se vyjadřují v rámci oficiálního „přestavbového“ diskurzu. Tradiční dichotomie „západníků“ a „slavjanofilů“ se v r. 1988 aktualizuje: první názorový proud je ve společenském povědomí spojován s časopisy *Огонек*, *Новый мир*, *Аргументы и факты*, tábor „slavjanofilů“ zastupují *Москва*, *Наш современник*, *Молодая гвардия*. Detabuizují se další témata, v tisku se začíná psát o prostituci, nájemných vraždách a také o mafii v SSSR.

Po r. 1988 se situace prudce mění. Revidují se fundamentální sovětské postuláty a ideologémy a postupně dochází i ke zpochybňování, a postupně i odmítání komunistické ideologie a sovětského státního zřízení. Současné jsou propagovány liberální hodnoty a dochází k ožívování potlačené religiozity. Do legální publicistiky vstupují disidenti a představitelé emigrace (Solženicyn, Janov, Zinovjev, Limonov).

Jak „liberální“, tak „patriotická“ publicistika se na přelomu 80. a 90. let vyznačují vysokou koncentrací ideologických klišé. Nejfrekventovanějšími výrazy publicistického slovníku z let 1985–1991 jsou lexémy a frazeologizmy *автономизация*, *анде(р)граунд*, *антикоммунизм (-ист)*, *антиперестроечный*, *аренда(тор)*, *беженство*, *беспредел*, *бомж*, *воин-интернационалист*, *(не)выездной*, *гласность*, *демократ(ия)*, *державник*, *диссидент*, *ирангейт*, *киднептинг*, *киллер*, *конверсия*, *кооператив (-тор)*, *криминал*, *крутой*, *ликвидатор*, *лымон*, *люмпен (-изация)*, *милосердие*, *мэр*, *наши* (*нашизм*, *нашист*), *недопереворот*, *неформал*, *партократ (-ия)*, *перестройка*, *плюрализм*, *полтергейст*, *путана*, *путч (-ист)*, *рейтинг*, *рынок (-чник)*, *рэкет (-ир)*, *самиздат* (*здесьиздат*, *тамиздат*), *совок (совковский)*, *спонсор*, *спецхран*, *суверенитет*, *тусовка*, *ток-шоу*, *фазенда*, *фермер (-ство)*, *фирма*, *хунта*, *черно-былец*; *архитектор (прораб) перестройки*, *Белый дом*, *демократические (общечеловеческие) ценности*, *дорога к храму*, *казарменный коммунизм*, *межрегиональная группа*, *народный депутат*, *национальные квартиры*, *непопулярные меры*, *неформальные объединения*, *остров тоталитаризма*, *пакет предложений (программ)*, *парад суверенитетов* aj.

Uvedené výrazy patří k různým tematickým a stylovým plánům, jde o politické a ekonomické termíny (*автономизация*, *конверсия*, *плюрализм*, *суверенитет*), ideologická klišé (*воин-интернационалист*, *общечеловеческие ценности*), označení dobových reálií (*беженство*, *бомж*, *кооператив*, *фермер*), slangové výrazy (*тусовка*, *бровеносец*, *фазенда*), obecně rozšířené argotizmy (*беспредел*, *крутой*).

Ve 2. polovině 80. let se v publicistice objevuje řada termínů s předponami *де-* (současné s příponou *-изация*): *десталинизация*, *деидеологизация*, *департизация*, *раз-/рас-*: *разбюрокрачивание*, *разгосударствление*, *раскрестьянивание*; *пост-*: *постимперский*, *постколлективистский*, *посткоммунистический*, *постпере-*

строечный, постсоциалистический, постсоветский, посттоталитарный; экс-: экс-коммунист, экс-парламентарий, экс-прмьер; анти-: антирынок, антипарламент, антирыночник, антисоюзный, антисталинизм, антицен-тристский; антигорбачевцы, антиельцины, антируцкысты; псевдо-: псевдо-патриотический, псевдорыночный, псевдоисторический; псевдосвобода, псевдокультура, псевдосоциализм, псевдокапитализм, псевдореволюция, псевдопутч, псевдопартийность; псевдодемократ, псевдогуманист, псевдомонархист, псевдореформатор; активizují se slovotvorné přіpony -(из)ация: балканизация, белоруссизация, долларизация, ливанизация, украинизация, эстонизация; аппаратизация, векселизация, велосипедизация, дебилизация, зарплатизация, информатизация, кокаколонизация, коммерциализация, купонизация, легитимизация, люмпенизация, рублевизация, третьмиризация; -ист: ельцинист, клонист, этноцентрист.

Stále častěji se objevují slova spojená se jmény konkrétních osob: (*анти*) *горбачевец, (анти)ельцинист, брежневщина, сталинизм, сталинщина, бериевщина, алиевщина, рашидовщина, невзоровщина, позже появятся жириновщина, хасбулатовщина, ельцинщина, гайдаровщина, антиповщина* aj.

Do publicistických textů pronikají koncepty krásné literatury a umění, které vznikly nebo se aktualizovaly v představbovém období: *шариковщина, вторая свежесть, манкурты, новояз, дорога к храму, убить дракона (в себе)*.

Ke konci představbového období se začala objevovat klišé, která přešla i do slovníku především pokleslé žurnalistiky popřestavbového období: „*Моисей сорок лет водил евреев по пустыне*“, „*Народ имеет то правительство, которого заслуживает*“, „*70 лет тоталитаризма*“, „*В СССР секса нет*“, „*Кто был ничем, тот станет всем*“, „*Кухарки, управляющие государством*“. Tyto a mnohé jiné okřídlené fráze byly často vytrhovány z původního kontextu a používány v deformovaném, vulgarizovaném významu. Pro představbové období je typické také oživení starých frazeologizmů a jejich zasazování do nových souvislostí.

I přes neoddiskutovatelné změny probíhající v jazyce je možné říct, že lexikálně sémantické, frazeologické a slovotvorné jazykové prostředky jakoby podtrhovaly nepůvodní, epigonský, netvořivý charakter probíhajících reforem. Nové výrazy či aktualizované významy známých slov ve slovníku publicistiky jsou sice poměrně četné, z velké části se však jedná o slova banální a nevýrazná. V mnoha případech jde pouze o aktualizaci již dříve vzniklých pojmenování (*гласность, перестройка, смутное время*), mnohá slova jsou prostými přejímkami z cizích jazyků (*мафия, мэр, парламент, президент, префект, фазенда, фермер, фирма*).

Reakcí na jazykovou triviálnost v představbové žurnalistice byly stále častější snahy o ozvláštňení textů nejrůznějšími novotvory, autorskými neologizmy, kalambúry a dalšími elementy jazykové hry. Typickou ukázkou je Solženicynova publikace *Как нам обустроить Россию* (1990)², která je jakousi ilustrací k jeho slovníku

² А. И. Солженицын, *Как нам обустроить Россию (Посильные соображения)*. Комсомольская правда, 18.9.1990.

vlastních autorských neologizmů (*Словарь языкового расширения*), obsahující povotvary typu *беззаконствовать, безуёмное (пьянство), беспорядке, выбуриваться, громко вещательно, густо-гнетущая* (моральная атмосфера), *жалкость, запущь* („в полной запущи у нас здоровье...“), *мартышечьи (выборы), неподъемные (работы), обезумелое (руководство), обдуманье, окаянщина, отвычка (от земли), расхитчик, вдолбляемая и прогрохоченная „социалистическая дружба народов“, всеместный национальный извод* atd.

Dalším charakteristickým rysem ruské publicistiky 2. poloviny 80. let je zvýšená četnost výrazů spojených s religiozní tematikou. Některé konfesní lexémy byly uvedeny v život představiteli kultury v rámci všeobecného „přestavbového“ diskurzu, přičemž přelomovým byl pravděpodobně rok 1987, v němž byl do distribuce uveden film Tengize Abuladzeho *Pokání (Покаяние)*. Tento snímek měl na sekularizované vědomí značné části sovětské veřejnosti velký vliv. I když fabule filmu, založená na opakovaném vykopávání nebožtíka z hrobu, má více společných znaků s pohanským než křesťanským nazíráním světa, snímek se krátce po svém uvedení do kin stal kultovním dílem a jakýmsi etalonem vnímání křesťanství. Do společenského vědomí pronikly koncepty „cesta k chrámu“ (*дорога к храму*) a „pokání“ (*покаяние*), které byly nicméně zpočátku většinou sovětských občanů chápány čistě metaforicky a v podstatě nikoliv religiozně: „chrám“ byl chápán jako alegorie mravní očisty a návratu k vysokým etickým hodnotám, „pokáním“ se vesměs rozumělo přiznání si vlastního pomýlení a chyb, v nejlepším případě doprovázené vnitřním rozhodnutím a připraveností podobné chyby neopakovat.³ Omyly a chyby byly přitom vykládány nejednoznačně a nepřesvědčivě. „Vina“ starší generace byla spatřována v tom, že „podporovala tyranský stalinistický režim“, avšak čestní lidé brežněvovského období stagnace, kteří nerozkrádali státní majetek, na nikoho nedonášeli a nedomáhali se potrestání disidentů apod. Žádnou vinu nepocítovali, často se považovali dokonce za oběti režimu a nechápali, za co by se měli kát. Ideologové „perestrojky“ našli vinu této generace v tom, že neprotestovala proti politickému systému vlády jedné strany, proti okupaci Maďarska, Československa a Afghánistánu, byli lhostejní k osudu Pobaltí a ostatních „porobených“ národů SSSR, nebojovali proti totalitnímu režimu atd. Tyto argumenty nemohly ovšem stačit k tomu, aby lidé pocítili skutečný pocit viny.

Na začátku 90. let byla čistě světská argumentace doplněna důvody náboženskými: národ je vinen ztrátou víry, likvidací „pravoslavné říše“, vyvražděním carské rodiny. Ateisticky a antimonarchisticky vychovaný národ ovšem nemohl pocítit opravdovou vinu za „hříchy otců“ a ideologický koncept „pokání“ tak zůstal většinou národa cizí. Zato se objevil deformující fenomén, který M. Jampolskij označil za „znásilnění pokáním“ (*изнасилование покаянием*).⁴ Podle mínění autora státní moc

³ Srov. v této souvislosti vyjádření B. Vasiljeva v článku *Прозрение (Pročitnuti)*: „Храм «Покаяния» лишен религиозной окраски: это храм духа человеческого, храм народной нравственности, народной памяти, народной мудрости“ (*Зависит от нас: Перестройка в зеркале прессы*. Москва, 1988, s. 225).

⁴ Ямпольский, М.: *Изнасилование покаянием*. Литературное обозрение, 1991, 8.

v období přestavby zneužila ideologem pokání dvakrát: poprvé jako nástroj vlastní rehabilitace, očištění před národem a legitimizace získaných mocenských pozic, podruhé jako mechanismus přenesení metafyzické odpovědnosti na národ, jehož provinění zůstala nerozhřešena. Ke konci přestavbového období tak ideologický aparát s využitím kulturních osobností, především bývalých disidentů, aktivně vytvářel v národě pocit národní méněcennosti.⁵

V průběhu posledního desetiletí 20. stol. se v masmédiích různé orientace slovo „pokání“ s náboženskou konotací zabýdlo a stalo se rituálním.

Dalšími koncepty z oblasti konfesního pojmosloví, které se v přestavbovém období rozšířily v ruské publicistice, byly výrazy *милосердие* (milosrdenství), *духовность* (duchovnost), *грех* (hřích).

Slovo *милосердие* se rozšířilo rovněž po r. 1987 v souvislosti s článkem D. Granina *О милосердии*, uveřejněném v březnovém čísle časopisu *Литературная газета* (později byl tento text několikrát přetištěn v jiných publikacích, mj. i v citovaném sborníku *Зависит от нас*). Smysl tohoto slova se však brzo zúžil na význam „dobročinnost“ (*благотворительность*), přičemž často šlo o dobročinnost okázalou a účelovou. Tomu odpovídal i pozdější posun v chápání významu slova ve společenském vědomí směrem k tematizaci ironických a satirických konotací.

Také slovo „duchovnost“ (*духовность*) vešlo v sekularizovaném významu do užívání v raném období přestavby. Např. V. Vasiljev mluví o měšťácké nenávisti ke kultuře a jejím představitelům, k „duchovnosti“, k minulosti svého národa.⁶ Také V. Rasputin konstatoval, že „mravnost a duchovnost jsou dnes nejfrekventovanějšími slovy“ a vyslovil obavu, že mohou být nesprávně (tj. „sovětsky“) chápána.⁷

Patrně nejilustrativnější je příklad sekularizace slova „hřích“ (*грех*), jak je vidět např. u A. Gельмана: „Я неверующий, но признаю грех. А самый страшный, самый непростительный грех людей – это утущенные, уробленные возможности“.⁸ Autor sám přiznává, že chápe hřích jako nevěřící, tedy nikoliv v křesťanském pojetí. Pro křesťana může být „nevyužití možností“ jistě také hříchem, avšak nikoliv „smrtelným“, jakými jsou pro křesťanskou etiku např. pýcha a lícoměrnost.

Pro přestavbové období je tedy příznačné ne zcela korektní používání konfesních konceptů a tato tendence platí i pro další pojmové oblasti, které byly v tomto období hojně využívány masmédií. Jedním z důvodů této situace byl nesporně fakt, že většina publicistů té doby se v politické a ekonomické problematice špatně orientovala. Přirozenou reakcí na tuto situaci pak v popřestavbovém období byla (alespoň

⁵ Obecně známé je např. vyjádření A. Solženicyna v stati *Как нам обустроить Россию*: „Западную Германию наполнило облако раскаяния – прежде, чем там наступил экономический расцвет. У нас и не начали раскаяваться (...) Криво ж будет наше развитие. Хотелось бы подбодриться благотельными возможностями Церкви“ (*Комсомольская правда*, 18. 9. 1990).

⁶ Б. Васильев, *Зависит от нас: Перестройка в зеркале прессы*. Москва, 1988, s. 224

⁷ В. Распутин, *tamtéž*, s. 190

⁸ А. Гельман, *tamtéž*, s. 15

v seriozním tisku) snaha o obnovení přesnosti konvenčních pojmů a termínů, zejména odborných.

Na formálně-strukturní (gramatické) úrovni v jazyce hromadných sdělovacích prostředků nedošlo v přestavbovém období k zásadním změnám, v tomto smyslu zůstal jazyk ruské žurnalistiky a publicistiky tradičním. Ve srovnání s předchozím obdobím docházelo v souvislosti s působením mimojazykových (společenských) faktorů v podstatě pouze k posunům ve frekventovanosti jednotlivých jazykových forem. V následujícím výkladu uvedeme pouze některé nejcharakterističtější jevy.

V oblasti **nomínace** je patrné frekventované užívání abstraktních jmen *покаяние, прозрение, воздаяние, справедливость, правда, ложь, любовь, ненависть, добро, зло, долг, честь, совесть, милосердие, равнодушие, застой, гласность, перестройка, ускорение, качество, эффективность* aj.: „Это фильм („Покаяние“ – J. G.) о том, как все убивали. Людей, совесть, дружбу, честь, достоинство, талант, добро (...) Это фильм об обывательской ненависти (...) Это фильм о преемственности зла (...) О растлении – злом, управлении – злом, воздаянии – злом и утешении – злом“.⁹

Mezi konkréty zaujímají významné místo pojmenování ukazující na politickou či profesní orientaci, druh činnosti apod.: *коммунист (антикоммунист), социалист, капиталист, консерватор, колхозник, кооператор, частник, неформал* aj.: „Экологисты“, *ратующие за чистый Байкал* (...) *К ним примыкают „архаисты“, „традиционалисты“, восстанавливающие храмы, усадьбы* (...) „Парламентаристы“, *желающие политического плюрализма. Нет-нет, да и померещится двуглавый орел или „Михаил Архангел“ (sic!)*.¹⁰

Slovní zásoba tohoto období odráží složitost epochy, rozmanitost skutečnosti a rodící se tendenci k diferenciaci lidí, sociálních skupin, tříd atd., ztrácí se tradiční sovětská jednotvárnost a monolitnost.

Publicisté často užívají **vztahová adjektiva**, charakterizující společenské změny: *советский, социалистический, коммунистический, демократический, капиталистический, империалистический, монополистический, республиканский, государственный, административный, административно-хозяйственный, бюрократический, гражданский, социальный, культурный, научно-технический, производственный, производительный, сельскохозяйственный, фермерский, экономический, экологический, политический, исторический, партийный, Комсомольский, неформальный, трудовой, кооперативный, «застойный», построенный, ленинский, сталинский, хрущевский, брежневский, андроповский, горбачевский* aj.

Triviálnost většiny pojmů současně nezřídka svědčí o povrchním, frázovitém a zjednodušujícím jazykovém zpracování složitých společenských jevů. Na druhé straně vědci, vystupující v médiích, obohatili mediální diskurz o speciální adjektivní

⁹ Б. Васильев, *Зависит от нас: Перестройка в зеркале прессы*. Москва, 1988, s. 224

¹⁰ А. Проханов, *тамtéž*, s. 66

výrazy terminologického charakteru včetně ekonomických a politických žargonizmů: самоуправление *неполитического, институционализованного гражданского общества, харизматические качества, провиденциальный дар* (Сталина), *централизованный и иерархический характер власти, „минимальное государство“*.¹¹

V používání **зájmen** je charakteristické zobecňující *мы* označující celý „sovětský národ“: „*Что мы перестраиваем?*“ (název stati Je. Nosova v citovaném sborníku *Если по совести*); „*Да, это мы. Это мы вчера мирились с тем, с чем сегодня не миримся*“ (A. Gelman, *Literaturnaja gazeta*, 1986, 37).

Nápadná je především polarizace konceptů *ты* a *они*, která v transformačním období odráží pomyslný protiklad přívrženců a odpůrců politických reforem. Na této opozici je vystavěn např. článek V. Fomina *Как они хоронили нас*¹² nebo V. Drozda *Так вернется ли их время?*¹³ Snahu explicitně vyčlenit koncept „они“ ze sebestředného „мы“ nacházíme např. také v článku A. Nujkina *Идеалы или интересы?* „*Не пора ли нам расчленить наконец это лукавое «мы»? Для меня (...) «мы» включает в себя Ленина, Маяковского, Макаренко, Вавилова, Булгакова... Но включает Сталина, Берия, Лысенко, Рашидова... А для тех, кому они до сих пор «мы», я категорически отказываюсь быть своим, с чем они, думаю, охотно согласятся. Мы действительно совершали ошибки (...) Но в 1929-м, а тем паче в 1937 году не мы делали ошибки, а они совершали преступления*“.¹⁴

Ve sledovaném období se zvyšuje také frekventovanost autorského *я*, dodávající textům osobní, autentický ráz, srov. např. publicistické texty Je. Jevtušenka: „*Сам я обычно читал эти стихи с некоторым жертвенно-романтическим энтузиазмом*“¹⁵

Aktivizovala se také odpovídající přivlastňovací *зájмена моё и наше*, vyjadřující sémantiku identifikace sovětských občanů s transformačními procesy. Nejčastěji se tato *зájмена* užívala v utilitárním smyslu „osud země závisí na tom, do jaké míry jsme ochotni považovat její problémy za naši nejvlastnější věc“. Jindy přivlastňovací *зájмена* vystupují v axiologicky pojímaných kontextech, v nichž se shledáváme s pokusy o ideové postižení „perestrojky“ a jejího mravního, hodnotového a duchovního obsahu: „*Наивно думать, чтобы в таком огромном и сложном обществе, как наше, один-единственный взгляд имел право на истину в последней инстанции. Сложная, взаимообогащаемая сумма взглядов, единство, основанное на противоположностях, – вот желаемый результат в этой полемике. Ибо над ней, над ее азартом, непримиримостью существует общая, интегральная целостность – наша социалистическая государственность, наша социалистическая эволюционирующая идея, которая обнимает всех нас. Мы затеваем*

¹¹ Z článku A. Migranžana *Механизм торможения в политической системе и пути его преодоления*. In: *Иного не дано*. Moskva, 1988.

¹² Фомин, В.: *Как они хоронили нас*. In: *Зависит от нас: Перестройка в зеркале прессы*. Moskva, 1988.

¹³ Дрозд, В.: *Так вернется ли их время?* In: *Если по совести*. Moskva, 1988.

¹⁴ Нуйкин А.: *Идеалы или интересы?* Moskva, 1990, s. 53-54.

¹⁵ Евтушенко, Е.: *Притерпелость*. Если по совести. Moskva, 1988, s. 149.

*свою перестройку в момент, когда наши свои космические смертоносные люстры. Они, эти люстры, будут подсвечивать нашу работу, наши дела, наши диспуты.*¹⁶

Také v oblasti **textové syntaxe** došlo v transformačním období v ruské publicistice a žurnalistice k výrazné aktivizaci expresivních prostředků, vyvolané jednak zájmem společnosti o aktuální společenské problémy a emotivním vnímáním skutečnosti, které z toho vyplývaly, jednak převládáním emocionální reflexe nad reflexí racionální. Nejnápadněji se zvýšená expresivita publicistických textů projevuje v používání interogativních konstrukcí s tázací modalitou, a to zejména v titulcích:

Наступаем или отступаем? (S. Zalygin), *Может ли правда быть позитивной?* (I. Vinogradov), *Кого мы прячем? Зачем?* (D. Granin), *Сколько моделей социализма было в СССР?* (V. Kiselev), *Почему сталинизм не сходит со сцены?* (L. Karpinskij) (články ze sb. *Иного не дано*. М., 1988); *Подрываются ли основы?* (Č. Ajtmatov), *Так вернется ли их время?* (V. Drozd), *Что мы перестраиваем?* (Je. Nosov) (články ze sb. *Если по совести*. М., 1988). Jak je z uvedených příkladů patrné, nejde vždy jen o řečnické otázky, ve většině případů otázka tematizuje skutečný problém a signalizuje pokus o vyvolání diskuse, aniž by si autoři dávali za cíl předkládat hotová řešení.

Otázky přitom nejsou typické pouze pro titulky, často jimi autoři prokládají vlastní texty s úmyslem dodat jim problémový, až dialogický charakter. Interogativní modalita se na určitých místech textů koncentruje a ve spojení s gradací, parcelací a dalšími syntaktickými postupy je dosahováno až apelativního účinku na čtenáře: *„Учитывают ли такие «счетоводы» (апологети Сталина, „считаясь“ jeho úspěchy – J. G.) гигантское умножение наших военных потерь именно вследствие сталинского террора и сталинской политики в целом? (...) А преступная доверчивость Сталина заверениям Гитлера? А его невежественное, но непререкаемое вмешательство в ход военных действий?“*¹⁷ (gradace).

*„Пишут, что имя Сталина было последним звуком в устах солдат. Но не из-за самого ли Сталина этот звук часто становился последним?“*¹⁸ (vnitřní dialogizace textu).

*„Что делать с хищником – понятно. Ну, а ему-то, хищнику – жулику, взяточнику, казнокраду, блашмейстеру, спекулянту – ему как быть? Безропотно ползти на свалку Истории? Хорошо бы – но не захочет“*¹⁹ (parcelace).

Spojení všech tří uvedených jevů lze odhalit např. v následujícím úryvku z knihy Ju. Poljajkova *Демгородок*: *„Нынче эпоха узкой специализации. Физик знает физику. Искусствовед – искусство. Инженер – производство. Политик,*

¹⁶ А. Проханов, *Зависит от нас: Перестройка в зеркале прессы*. Москва, 1988, s. 71.

¹⁷ Л. Карпинский, *Иного не дано*. Москва, 1988, s. 659.

¹⁸ tamtéž

¹⁹ Л. Жуховицкий, *Зависит от нас*, s. 103.

*естественно, должен знать, чего хотят его сограждане. Должен? Как бы не так!*²⁰

Bohatě je v představové publicistice zastoupena také apelativní modalita výpovědi (věty zvolací), často silně expresivně zabarvených: „*Левая фраза далеко не всегда облекается в наивную «кичевую» форму. О нет!*“²¹; „*Век бы их (kolegy ze zaměstnání, „měšťáky“ – J. G.) не видеть! (...) Эх, яду бы им в общую бутылку!*“²²

Nezřídka se v polemických statích setkáváme s kombinováním obou předchozích typů, tj. tázacích a zvolacích vět, nejčastěji ve snaze vzbudit dojem výměny názorů, prezentace cizího, oponentního názoru: : „*(...) они (stalinisté – J. G.) и сейчас ничего про это знать не хотят! Что им до мук и бесчестья (...) миллионов! Логика несокрушимая проглядывает: раз мы чтили имя Сталина, то извольте и вы его чтить! Говорите, будто обманывали нас? Может быть. Но извольте обманывать нас и дальше, а то мы вам верить перестанем и святое в душе утратам! (...) Герой Маяковский требовал: «Сделайте мне красиво!». Сейчас (...) требуют: «Сделайте мне свято!»*“²³ Autor zde nejen stylizuje cizí řeč, ale vytváří zdání improvizovaného dialogu.

V celkovém pohledu má ruská žurnalistika a publicistika představového období z jazykové hlediska vysokou profesionální úroveň, což lze ve srovnání s pozdějším stavem vysvětlit setrvačností redakčních přístupů předchozího období, v němž přísná cenzura dohlížela nejen na obsahovou (ideologickou), ale také formálně jazykovou stránku zveřejňovaných textů. Tímto faktem lze poněkud paradoxně vysvětlit také stále značnou frekventovanost novinářských klišé a vysoký stupeň frázovitosti vyjadřování: spíše než zachycení, analýza a objasňování společenských procesů je i v tomto období úkolem žurnalistiky stále ještě především tematizace a šíření stranických ideologemů, byť v nové, transformované podobě. Většina žurnalistických textů tak na jedné straně demonstruje vysokou jazykovou kulturu a profesionální zdatnost svých autorů, na druhé straně však neúprosně ukazuje na inercii povrchního, až banálního uvažování, což platí zejména pro počáteční etapu transformačního období ruské společnosti, tedy přibližně do konce 80. let 20. století. V následujícím období monopolní ideologický diktát jedné strany rychle slábne a žurnalisté a publicisté začínají projevovat více samostatnosti jak ve výběru témat, tak v myšlení i ve výběru výrazových prostředků. Přesto ani v první polovině 90. let nelze hovořit obecně o originalnosti a „jinakosti“ jazykové stránky ruské žurnalistiky. Toto období je charakteristické především novou ideologizací jazyka i společnosti²⁴, projevující se ve sledovaných žánrech vytvářením nových ideologických klišé, především antisovětského a antikomunistického zaměření.

²⁰ Поляков Ю.М.: *Демгородок: Повести, рассказы и статьи*. Москва, 1994, s. 350.

²¹ Нуйкин А.: *Идеалы или интересы?* Москва, 1990, s. 89.

²² Ганина, М.: *Без обольщений прежних дней*. In: *Если по совести*. Москва, 1988, s. 91

²³ Нуйкин А.: cit. práce, s. 121.

²⁴ Srov. např. Дуличенко А. Д.: *Русский язык конца XX столетия*. München 1994, s. 181-198.

Nicméně už v prvních letech transformačního období se ruská publicistika začíná diferencovat z hlediska míry kompetentnosti. Jeden pól představují ta periodika a publicistické platformy, v nichž dostávají prostor vědecké kapacity, historici, politologové, literární vědci a spisovatelé, kteří do publicistického diskurzu přinášejí odbornou terminologii, přesnost a relativní objektivnost vyjadřování, na druhé straně pak stojí publicističtí diletanti, kteří se dostatečně neorientují v problematice, o které píší, nepřesně a nekorektně používají speciální výrazy, nedokáží potlačit autorské „já“ a reprodukují ustálená nebo vytvářejí nová ideologická klišé.

Pro skutečně vědecké, objektivní a ideologicky nepředpojaté zkoumání ruské žurnalistiky a publicistiky transformačního období je proto nezbytné jako základní kritérium posuzování lingvoestetických parametrů textů volit výhradně hledisko profesionální kompetence a vyvarovat se zjednodušujících ideologických kritérií a apriorního hodnocení z hlediska příslušnosti k demokratickému (progresivnímu) nebo opozičnímu (konzervativnímu) politickému proudu.

Studie vznikla v rámci grantového projektu GA AVČR IAA9164202 *Integrovaná žánrová typologie současných ruských textů*.