

Gazda, Jiří

Jazyková kritéria autentičnosti ruské žurnalistiky a publicistiky tranzitivního období

In: Gazda, Jiří; Pospíšil, Ivo. *Proměny jazyka a literatury v současných ruských textech*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2007, pp. 46-60

ISBN 9788021044265

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/123716>

Access Date: 30. 11. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

V. JAZYKOVÁ KRITÉRIA AUTENTIČNOSTI RUSKÉ ŽURNALISTIKY A PUBLICISTIKY TRANZITIVNÍHO OBDOBÍ

(Jiří Gazda)

V průběhu 90. let 20. století se v ruském společenském vědomí vytvořila relativně stabilní dichotomie konceptů „demokratická“ a „opoziční“ publicistika. Tento protiklad vede k dvojité aberaci. Jednak se vytváří předpoklad, že existují dva monolitní ideologické a stylistické systémy hromadných sdělovacích prostředků bez vnitřní diferenciacie, jednak jsou oba hypotetické systémy spojovány s apriorním hodnocením: „demokratická“ publicistika je většinou vnímána jako pozitivní, autentická, seriózní, „opoziční“ pak jako negativní, neseriózní. Je zřejmé, že toto hodnocení vychází od „demokraticky“ orientovaných žurnalistů, publicistů, politologů, filologů a ostatních specialistů. Takovýto přístup k ruským médiím je prezentován např. v akademické kolektivní monografii *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)* vydané v Moskvě v r. 2000. Symptomatická je v uvedených souvislostech zejména kapitola *Стилистический облик оппозиционной прессы*, jejíž autorkou je J. V. Kakorinová.⁷⁶ Autorka řadí k opoziční publicistice např. periodika „День“ („Завтра“), „Молния“, „Наше время“, „Советская Россия“, „Русский собор“ a vyčleňuje následující znaky „opozičního“ tisku: a) nadbytečnou explikaci klíčových termínů popisujících referenční situaci (zejména orientaci na standardy západní kapitalistické společnosti), b) množství negativně hodnotících nominací (*криминально-компрадорская буржуазия* apod.), c) apriorní zaujatost hodnocení při d) redukcii konkrétních informací.⁷⁷

I když lze těžko polemizovat s oprávněně negativním hodnocením některých konzervativních (opozičních) periodik, je zřejmé, že je jednak nelze vztáhnout absolutně na všechny opoziční tisk, jednak, že se takovéto hodnocení hodí i na některé „demokratické“ tiskové zdroje.

Tuto tezi lze demonstrovat na příkladu článku R. L. Lifšice *Потребительство и потребление*, uveřejněného v časopise „Свободная мысль – XXI“ (2001, 6).

Text je komentovaným přehledem příspěvků „demokratického“ časopisu „Общественные науки и современность“ (2001, 1):

„Первой стоит статья Ю. Васильчука «Социальное развитие человека в XX веке». Понятно, будет доказываться, что рыночно-демократические реформы весьма-весьма способствуют созданию гармоничных социальных отношений.

76 E. B. Kakorina: *Стилистический облик оппозиционной прессы*. In: *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)*. Под ред. Е. А. Земской. «Языки русской культуры», Москва 1996, s. 409–426.

77 Tamtéž, s. 409–410.

Так и есть: «Сегодня мировой рынок принуждает каждую страну к созданию цивилизованной экономики, обеспечивающей массовое потребление, благосостояние и личное достоинство для ее граждан» (...) Очень интересная мысль! Жаль, что с ней не имеют возможности познакомиться те наши сограждане, которые принуждены в результате вхождения России в мировой рынок не к благосостоянию, а к тоскливому прозябанию за гранью нищеты (...) Трудно представить, чтобы энтузиазм уважаемого автора разделяли сотни миллионов бедняков Индии, Бангладеш, обитатели бразильских фавел, впрочем, как и трущоб в благословенной Америке. Далее следует статья Р. Рывкиной «Какие варианты будущего возможны?». Неужели многомудрая Розалия Владимировна рискнет дать конкретный прогноз? Скорее всего нет. Напишет, что «возврата в прошлое не будет», но и обещать нам наступление западного рая тоже остережется. Что же, и здесь находим то, что искали: «Так что наиболее вероятный тип российского общества будущего – конгломерат черт различных чистых типов».

Tento úryvek z uvedeného textu je veľmi signifikantný. Autor, patřící k opozičnímu táboru, reprodukuje některá ideologická klíše příznačná pro slovník konzervativní publicistiky (*прозябание за гранью нищеты, миллионы бедняков*), nelze však říci, že jde o „nadbytečnou explikaci“. Užití těchto klíše nemá charakter hesel (typických pro „opoziční“ tisk v podání Kakorinové), ale je doprovázeno ironií, která neutralizuje jejich šablonovitost a oživuje celkový styl textu. Této ironie (antifráze) je užito namísto „negativních nominací“ (o kterých se zmiňuje Kakorinová), které v uvedeném textu zcela absentují. Ve vybraném úryvku, který nevyniká přílišnou originalitou, lze sice hovořit o zaujatosti hodnocení a redukci konkrétní informace, tuto charakteristiku však nelze vztáhnout na celý text, který je jinak relativně obsažný.

I když se tedy uvedené charakteristiky v opozičním tisku skutečně projevují, nejsou zde natolik masovým jevem, jak by se mohlo na první pohled zdát. Naopak pro úryvky z textů „demokratického“ obsahu, které uvádí Lifšic, tyto charakteristiky platí v plném rozsahu.

Nelze samozřejmě dělat závěry na základě jednoho textu, v daném případě se však jedná o stať, která je pro situaci v médiích transformačního období typická.

Aniž bychom chtěli další výklady opírat o tento konkrétní text, pokusíme se postulovat dvě základní teze, charakterizující situaci v ruské publicistice transformačního období obecně:

1) charakteristiky zformulované Kakorinovou neplatí výhradně pro „opoziční“ publicistiku, nýbrž obecně pro žurnalistiku a publicistiku nekvalitní a neseriózní;

2) rozdělení žurnalistiky na „demokratickou“ (oficiální, apologetickou) a „opoziční“ (konzervativní, „patriotickou“) je oprávněné pouze při analýze ideologických, nikoliv jazykových rozdílů. Pro skutečnou lingvistickou analýzu jazyka a stylu ruské publicistiky je uvedenou ideologickou dichotomií nutno doplnit o dichotomii „kvalitní“ (seriozní, autentická) a „nekvalitní“ (neseriozní, neautentická) publicistika.⁷⁸

78 Srov. E. Г. Липатова: Лингвоэстетические особенности российской публицистики 1990-х гг. Ижевск, Удмуртский гос. университет, 2002.

Podobná klasifikace ovšem přináší určité obtíže, protože neurčitost uvedených kritérií vytváří prostor pro subjektivní interpretace. Bylo by také možné označit špatnou publicistiku jako neprofesionální, ale ani toto označení není zcela korektní: profesionalita je v tomto případě relativním pojmem v závislosti na tom, co chápeme pod samotným pojmem profese.

Přidržíme-li se termínů „autentická“ (ve významu ‚hodnověrná‘) a „neautentická“ (‚nehodnověrná‘) publicistika, lze říci, že autentická žurnalistika a publicistika má nejbližší ke konceptu publicistické kultury, avšak není s ním zcela totožná. Autentičnost zde chápeme jako schopnost publicistiky naplňovat požadavky, které jsou na ni objektivně kladeny, tedy v konečném důsledku jako její funkčně stylovou autentičnost. Znamená to, že kvalitní publicistika plní následující základní funkce: informativní, ovlivňovací, přesvědčovací a získávací. Poslání žurnalisty, publicisty a publicistiky se tedy zpronevěřují autoři, kteří přístup k masmédiím zneužívají k šíření dezinformací a pomluv, k vnucování tendenčních a nekorektních interpretací, propagování antihodnot (např. ideologie konzumu), k šíření cynických a nehumánních názorů, podněcování agresivity, netolerance, pocitů národní či jiné výjimečnosti, k sugerování přízvěrných názorů, potřeb a vkusu, nerespektování jazykových a estetických norem, zasahování do soukromého života občanů apod. Fakt existence a rozšířenosti uvedených jevů přitom nemůže být odůvodněním jejich přípustnosti a legalizace. K typickým znakům neautentické publicistiky je třeba zařadit také tendenci k senzacechtivosti, animózní provokativnosti, moralizování, zaměření výlučně na negativní jevy.

Je určitým paradoxem současné lingvistiky, že právě neautentická publicistika je často v centru jejího zájmu, čímž jazykověda jakoby přispívá k její legalizaci. Zájem jazykovědců o tyto texty je vyvolán právě tím, že se v nich nejvýrazněji projevují změny v řečovém chování uživatelů ve srovnání s předchozím obdobím, nelze však považovat za oprávněnou absolutizaci těchto jevů a jejich zobecňování pro veškerou ruskou opoziční žurnalistiku a publicistiku transformačního období. Ve skutečnosti se jedná o charakteristické znaky všech neseriozních a tendenčních médií přestavbového a popřestavbového období. Je přitom třeba mít na paměti, že mezi publicistikou 80. a 90. let existují rozdíly včetně jazykových, takže žurnalistickou stylistiku obou období nelze vždy analyzovat společně.

Autentická žurnalistika a publicistika 90. let se od masmédií 80. let liší především snahou o maximálně adekvátní zobrazování skutečnosti. Snaha o přesnost stojí v protikladu k frázovitosti a deklarativnosti většiny „přestavbové“ žurnalistiky a stává se stylistickým principem kvalitní současné publicistiky, aniž přitom ztrácí svou původní funkci.

Na základě výše uvedených kritérií lze za autentickou publicistiku (někdy s určitými výhradami) považovat většinu textů v takových periodikách, jakými jsou např. literárněkritické časopisy „Новый мир“, „Москва“, „Знамя“, „Континент“, „Литературная газета“ a některé další, deníky „Правда“, „Известия“, a také specializovaná periodika z různých společenskovedních oblastí, dostupná vzdělaným nebo sečtělým neodborníkům, např. „Свободная мысль – XXI“, „Вопросы литературы“, „Вопросы философии“.

Kritérium autentičnosti naopak nesplňují mnohé texty např. v takových denících a časopisech jako „Аргументы и факты“, „Завтра“, „Лимонка“, „Наш современник“, „Молодая гвардия“, „Огонек“, „ОМ“, „Наука и религия“, „Новое литературное обозрение“, „Книжное обозрение“ a mnohá další periodika. Neseříznost jmenovaných periodik se projevuje různě. Např. týdeník „Аргументы и факты“ přestal odpovídat svému názvu – argumenty jsou zde často nahrazovány pseudoargumenty a fakta smyšlenkami. Ve většině příloh „Аргументы и факты“ jsou prezentovány skandalizující materiály, které mají velmi blízko k otevřenému bulváru, a v samotném týdeníku jsou nezdědky jako popularizační texty publikovány pseudovědecké spekulace.

Takové časopisy jako např. „ОМ“ nebo „НЛО“ samy sebe označují jako „specializované“, jsou v nich ovšem často publikovány materiály, které jsou tematicky marginální a jazykově obhroublé až obscénní. Periodika tohoto typu vyznávají „postmodernistický“ přístup ke skutečnosti a kultuře, rehabilitují přízemní témata, ospravedlňují průměrnost, propagují mravní a estetický relativismus, zpochybňují či otevřeně odmítají hodnotovou hierarchii, rozdíl mezi dobrem a zlem, krásou a ošklivostí.

Nutno dodat, že také ve jmenovaných médiích jsou publikovány korektní a vyvážené texty, tyto materiály však představují spíše výjimky, které v porovnání s ostatními texty odhalují jejich neautentičnost.

Jakými vlastnostmi se tedy vyznačuje autentičná žurnalistika? Především nepřekračuje hranice profesionální etiky. Seriózní novináři a publicisté se mohou dopouštět chyb, omylů, přehánění, upřednostňování určitých témat a názorů i určité míry subjektivismu v souladu s vlastním přesvědčením a vkusem, neměli by se však snížít k vědomé lži, dezinformaci, pomluvě, podvodu, insinuaci.

V zájmu objektivity je nutno poznamenat, že tolerance a úcta k oponentům není axiomem ani pro seriózní tisk. Oponent je vnímán v lepším případě ironicky, běžné je ovšem otevřené opovrhování. Takovéto osobní výpady nejsou pro autentičnou publicistiku ani výjimkou, ani pravidlem. Ačkoliv mnohým negativním charakteristikám nelze upřít výstižnost a vtípnost a lze pochopit i odpor autorů k odiózním osobnostem a stranám, nelze schvalovat formu takového veřejného vyjadřování vlastních postojů.

Neseřízná žurnalistika – jak oficiózní, tak antioficiózní – opovrhuje svými oponenty po svém: často používá hrubých výpadů, porušujících morální tabu (urážlivé slovní hříčky s vlastními jmény, národností, nářky na fyzické nedostatky apod.). Takovýto přístup je pro autentičnou publicistiku nepřijatelný.

K vyjádření negativního až nenávistného vztahu k objektu neseřízná žurnalistika využívá vulgární kalambúry typu *демократы, плюйрализм, эсэнгэевский, кравчукчи* (Ukrajinci) apod. I když takovouto jazykovou hru využívá i autentičná publicistika, nejde zde o hrubé vulgarismy (*демократы, негры = „не граждане“, приватизация*), ale spíše o vyjádření přezíravého vztahu k nepřijatelným jevům a odhalení jejich skutečného smyslu, kamuflovaného oficiální terminologií (*демократы, приватизация*).

Neautentická žurnalistika bohatě využívá nenormativní slovní zásobu, především výrazy tzv. obecného žargonu. Nejčastěji jde o pseudoargotismy, tedy slova, která mají svůj původ v kriminálním žargonu (argotu), ale která ztratila původní význam i sféru užití, rozšířila svou sémantiku a užívají se jako elementy obecného slangu i mimo původní prostředí (*беспредел, крыша, наехать, разборки, разводить, лохотрон*).

Pro tyto texty je typické také využívání determinologizovaných odborných pojmenování ve zjednodušeném významu. Jde o výrazy, které mají svůj původ v odborné terminologii, a které rozšířily svou oblast užití za cenu zjednodušení až zkrácení původního významu. Jedná se o pojmenování, která jsou široce používaná, avšak jejich přesný význam znají pouze odborníci (*ваучер, приватизация, дефолт, плюрализм*).

Jsou-li výrazy výše uvedených typů (pseudoargotismy, determinologizovaná pojmenování) užívány v autentické publicistice, je zde patrná snaha o korektnost a sémantickou vhodnost. Autoři se ve většině případů neomezují na pouhé užití takovýchto výrazů, ale snaží se jejich význam objasnit a argumentovat jejich užití: „Нельзя интеллигенции уподобляться *ворам в законе*, статус которых в принципе запрещает сотрудничество с властью, нельзя отдавать политику на откуп беспринципным дельцам и карьеристам. Без конкуренции извне, без постоянной подпитки со стороны интеллектуалов политика так и останется сферой человеческой деятельности, в которой отсутствуют какие-либо ценности и принципы“ (V. Мау, Новый мир, 2000, 5, s. 143).

Autentická média se vyhýbají znehodnocování jazyka zneužíváním substandardního (nenormativního) lexika. Slova typu *беспредел, тусовка* apod. se v nich objevují spíše výjimečně, jako expresivní výrazy adresované oponentům, a v takových případech se v textu graficky vydělují (uvozovkami, kurzívou, proložením apod.): „...превращение процесса общения представителей «культурной среды» в *тусовку*, повторяемость и узнаваемость у Гринуэя, Линча и Тарантино, поточность быстро делает их неинтересными и откровенно скучными за пределом круга «фанатов».⁷⁹

Mnohé texty neautentické publicistiky se vyznačují značným stylistickým eklekticismem, projevujícím se např. spojováním v jednom kontextu vulgarismů a knižních slov: „Враг в доме, *пахан* в суде, *растлитель* в школе (...) Наших *дев* скупают и отправляют в заморские *бордели*“ (deník „День“).⁸⁰

Dalším charakteristickým znakem neautentické žurnalistiky je nekorektní zacházení s odbornou terminologií. Termíny jsou v takovýchto publicistických textech často používány s cílem dodat jim zdání zaslíbenosti, odbornosti, vědeckosti. Ve skutečnosti užívané odborné výrazivo zřídka překračuje úroveň středního vzdělání a jeho užití má často metaforický charakter: *криминально-компрадорская буржуазия, девальвация доверия, идеология рантье, оккупационный проамериканский*

79 A. Н. Тарасов: Десять лет позора. Свободная мысль – XXI, 1999, 7, s. 54–55.

80 Příklad převzat z cit. stati J. V. Kakorinové, s. 412.

режим, колонизация русского сознания. Мноhá z těchto pojmenování jsou sama o sobě z vědeckého hlediska diskutabilními kvazi-termíny (*плюрализм, электорат, люмпенизация населения, постиндустриальный*). V autentičké publicistice je takovéto nekorektní používání termínů často terčem ironizujících komentářů: „«Интеллигенты» 90-х поверили в некое «информационное», постиндустриальное общество, и это послужило им основой для самооправдания: дескать, мы теперь не зависим от тех, кто добывает уголь, собирает хлопок и выращивает хлеб, мы внутри другой, «более высокой» цивилизации. Хотя сельскохозяйственные продукты не стали виртуальными – и их по-прежнему производят крестьяне“.⁸¹

Пřesnost je základním rysem autentičké žurnalistiky a projevuje se nejen v uvádění přesných čísel a faktů, ale také v korektním užívání slov a termínů. Autoři těchto textů nevynechávají žádnou příležitost upozornit na nevědomost oponentů, užívajících odborné termíny nekorektně: „Вопреки тому, что говорила советская пропаганда, переворот в Чили не был «фашистским». Это был обычный реакционный военный переворот, инспирированный ЦРУ. Но режим Пиночета действительно с исключительной скоростью фашизировался“.⁸²

Strategie maximální adekvátnosti se netýká pouze terminologie, autoři seriózní publicistiky neustále odhalují pokusy oponentů zkreslovat realitu nepravdivými slovy: „Ценности поколения 60-х годов, доминировавшие у нас аж до конца 80-х, ушли в прошлое. На их место пришли не новые ценности, а новые соблазны“; „патриотизм – это не просто благопристойное название для антисемитизма, а демократизм – нечто большее, чем просто антикоммунизм“; „«Интеллигенция» стала сословием мещан, мелких буржуа“.⁸³

Pro autentičnou publicistiku je dále charakteristické používání neslovníkových definic. Autoři se často nespokojují nejen s výklady významů slov, které se objevují v neautentičských textech, ale ani se slovníkovými definicemi, a podávají vlastní výklady různých společenských fenoménů: „Интеллигент, если это настоящий интеллигент, а не псевдоинтеллигент (статусный интеллигент, чиновник, клерк, «интеллектуал», т.е. узкий специалист в непромышленной области – в сфере образования, управления, информационных технологий и т. п.) – это творец, творческая личность, гений, человек, занимающийся поиском истины, рациональным (научным) или чувственным (художественным) познанием и освоением мира. Настоящий интеллигент понимает свою индивидуальную роль познающего субъекта – и общественную роль просветителя и освободителя. Настоящий интеллигент – носитель критического мышления. Настоящий интеллигент противостоит конформизму и мещанству“.⁸⁴

„...потребительство – не внешняя форма поведения, а определенная смысложизненная стратегия. Потребительству противостоит не аскетизм, не

81 А. Н. Тарасов, cit. gráce, s. 42–43.

82 А. Н. Тарасов: Тащить и не пущать. Свободная мысль, 2001, 11, s. 82–92.

83 Свободная мысль, 1999, 7, s. 32, 37, 42.

84 А. Н. Тарасов: Десять лет позора. Свободная мысль – XXI, 1999, 7, s. 42.

выживание (...), а установка на самореализацию личности через ценности бытия“.⁸⁵

Autoři tak chtějí vyjádřit, že i ta nejběžnější slova v současnosti pozbývají původního smyslu a je třeba je „očistit“ od zkreslujících konotací a restaurovat tak jejich původní význam. Někdy autoři sami vytvářejí nová slova, která podle jejich názoru lépe vyjadřují podstatu popisovaného jevu: „Политические деятели, которые любовь к Родине превратили в профессию, отличаются от нормальных патриотов так же, как влюбленные и любящие отличаются от профессионально занимающихся любовью. Поэтому последним подходит обозначение «патриотисты», а не «патриоты» (с надоевшими обязательными кавычками!)». Логично сочетание таких авторских словообразований с не-вокабулярными дефинициями: «патриоты и патриотисты... Патриот любит родину свободного человека: выше власти ставит закон (...) Патриотист обожествляет государство (а точнее, державные интересы) и требует для него бесконечных жертв. Патриотист ненавидит «чужаков», патриот может и чужих любить, как своих“.⁸⁶

Přirozenou vlastností kvalitní publicistiky by měla být atraktivnost. Neseřízní tisk jí dosahuje především lacinou senzací, jejímž jazykovým prostředkem může být např. černý humor. Ten se projevuje např. nemístnými slovními hříčkami, především v titulcích. Např. v jednom z čísel časopisu „Аргументы и факты“ ze srpna 2000, kdy došlo k tragické havárii ruské vojenské ponorky Kursk se objevil titulěk „Трагический курс Курска“. Bulvárnost neautentické publicistiky je zřejmá také z uveřejňování makabrozních anekdot:

„Президент Украины Л. Кучма выступил с официальным заявлением: – По данным российских экспертов, мы можем уверенно утверждать, что на поднятном российском атомоходе «Курск» следов от попадания украинских ракет С-200 обнаружено не было!“

„Хорошая штука – лежачий полицейский: и скорость регулирует, и переехать приятно“ (Аргументы и факты, 2001, 46).

Publikování anekdot a „častušek“ podobného typu je jedním z konkrétních projevů dalšího charakteristického rysu neautentické publicistiky, kterým je propagace módních, konjunkturálních, banálních a vulgárních fenoménů kvazi-kultury:

„«Комсомолка» всем своим рекорд-тиражом и громадным влиянием на молодежь распропагандировала, как в одном московском университете завкафедрой навязывает изучать Поэта в своем переводе на феню-жаргон. Вот образец: «Ларины там еще жили, две сестры. (Три – это, пиплы, у Чехова.) Меньшая – Ольга, дура с фейсом, и ботанка Таня с задвигом...». Нет, это не шутка одуревшего от свободы слова чиновного наставника. Всё всерьез! С экзаменами! С оценками! С потрясающим воображение признанием этого завкафедрой, что обогащает учебный процесс и культуру будущих педагогов во имя великой цели: «Чтобы нынешнему поколению, говорящему зачастую на сленге, далеко

85 Р. Л. Лифшиц: Потребительство и потребление. Свободная мысль – XXI, 2001, 6, s. 86.

86 К. Ковальджи, Литературная газета, 2001, 47, s. 5.

не самому читающему в мире, понять Пушкина» (...) «Комсомолка», рубрика «Мои первые книжки». Вчитываюсь в шапку разворота «Анна Каренина» в комиксах. Роман, специально адаптированный по «новорусской фене». Да в каких еще комиксах!⁸⁷.

Neomylným znakem kvalitní publicistiky bez rozdílu politické orientace je vysoká úroveň řečové kultury, to znamená bezchybné ovládnutí mateřského jazyka na všech jeho úrovních. Pro většinu současných jazykovědců je však zajímavějším objektem zájmu právě žurnalistika a publicistika, v níž jsou zásady jazykové kultury porušovány, a poskytují tak zajímavý a vděčný objekt zkoumání. Takovýto přístup je samozřejmě možný a v jistém směru i žádoucí, výsledky takového výzkumu by však neměly být přeceňovány a ze získaných poznatků nelze vyvozovat generalizující závěry o stavu současné publicistiky, jazykové kultury a ruského jazyka obecně.

Autentická publicistika 90. let se snaží o dialogičnost textu, zatímco žurnalistické a publicistické texty přestavbového období při veškeré formální emotivnosti, zaměření na „diskusi“ a na čtenáře jsou v podstatě monologické. Vyznačují se tematickou i formální tendencí, frázovitostí, nejsou v nich fakticky věcně řešeny aktuální sociální a politické problémy, ale pouze reprodukována a šířena nová ideologická klišé. Je pro ně typická sugestivní textová strategie.

Je však třeba konstatovat, že dialogičnost autentické publicistiky je přes všechnu snahu autorů značně jednostranná: žurnalisté a publicisté sice stimulují intenzivní komunikaci se čtenáři, avšak odmítají tolerantnost k oponentům a diskusi s nimi. Je symptomatické, že v publicistice transformačního období jsou časté takové slovesné formy a syntaktické konstrukce, které pomáhají sugerovat čtenářům představu o nutném stavu věcí, o „nezpochybnitelných pravdách“ a o přesvědčenosti autora o své pravdě. Tyto významy jsou vyjadřovány především modálními výrazy s významem nutnosti (*должен, обязан, следует, приходится, необходимо, нужно, надо*):

„Создавать учебники *должны* не чиновники, а опытные педагоги. *Возможно*, в содружестве с писателями. *Нужно бы* вот что сделать (...) литературу *надо* преподавать на фоне духовной истории человечества, его ценностей. Такой опыт есть, рассказывать тут *можно*, и очень увлекательно, *надо* с младших классов вводить детей в мифологию (...) Высокую культуру *надо* навязывать! (...) все религиозные, нравственные, идеологические учения исходили из того, каким *должен бы* быть человек (...), мы вот сейчас рассуждаем об учебнике, а потом придут люди, которые будут делать; и я очень боюсь, что они будут делать не исходя из того, как *должно бы* быть, а прилаживаясь к ситуации, которая *уже есть*“.⁸⁸

Takovýto diskurz je charakteristický pro média všech stran a politického zaměření a svědčí o nízké úrovni tolerantnosti a úcty k odlišným názorům.

Ačkoliv jsme jistě nepostihli všechny typické jazykové znaky autentické a neautentické publicistiky, je zřejmé, že stav ruské žurnalistiky a publicistiky transformačního období nelze redukovat na protiklad „kvalitního demokratického“ a „nekvalitního

87 В. Осипов, Литературная газета, 2001, 47, s. 5.

88 В. С. Непомнящий: Мы ехали на шее классиков..., Свободная мысль, 2001, 52, s. 5.

opozičního“ tisku. V obou politických táborech existuje vysoce profesionální publicistika, která přesně analyzuje složitou ruskou skutečnost 80.-90. let 20. století a z jazykového hlediska je charakterizována uvedenými stylistickými zvláštnostmi.

* * *

Publicistický a odborný styl navzájem sblíží jedna z jejich podstatných složek – informativní funkce. Z toho vyplývá, že přesvědčivost a logičnost argumentace, racionálnost, jasnost a přesnost předávaných informací, které jsou vlastní jazyku vědy, jsou neméně důležité pro jazyk publicistiky. Avšak pro publicistický styl je vedle informativní funkce nejdůležitější funkce přesvědčovací (ovlivňovací, získávací). Interpretace a sociální hodnocení konkrétních událostí je proto v publicistice často důležitější, než informace o nich, a někdy i než samotná událost. Tato skutečnost má vliv i na další charakteristické zvláštnosti publicistického jazyka. Narozdíl od odborného a také jednacího stylu disponuje různorodými hodnotícími, emocionálně-expressivními jazykovými prostředky, vyznačuje se výrazností a svobodnou jazykovou tvořivostí, nestandardností a využíváním možností jazykového sebevyjádření. Na druhé straně fráзовитost jazyka, která je vlastní hromadným sdělovacím prostředkům, do značné míry snižuje účinnost žurnalistického a publicistického textu. Kvalitní publicistický text se proto přemíře fráзí a klišé vyhýbá.

Z hlediska toho, jak lze na základě čistě jazykových kritérií posoudit kvalitu publicistického textu, může být zajímavé srovnání dvou publicistických materiálů, otištěných v deníku „Известия“ 21. 12. 2000.⁸⁹

Oba texty jsou napsány v žánru analytické stati, jejich autory jsou J. Bogomolov a M. Sokolov, a jsou věnovány stejnému tématu: pohledu na ruskou historii v souvislosti s přijetím nových symbolů ruské státnosti (státní hymny, znaku a vlajky). Oba autoři sledují i společnou hlavní myšlenku, hovoří o věčném konfliktu mezi státem a osobností člověka, o pasivitě a bezmocnosti moci, o neefektivnosti činnosti státu ve všech oblastech života společnosti. Pro analýzu textů z lingvoestetického (stylistického) hlediska nejsou důležité vlastní názory autorů, zajímá nás jejich autorský styl (idiolekt) z hlediska jazykové autenticity.

Pod titulkem *Ностальгия и страх* jsou na první straně otištěny dva čtenářské dopisy, redakční vsuvka a následující zamyšlení Jurije Bogomolova:

„Оба наших корреспондента в сущности спорят не о гимне, не о музыке. Им обоим не по душе помпезность советской патриотической песни. По душе им популярные сердечные напевы. Вкусовые предпочтения, правда, разные, один ориентируется на (...) песню шестидесятников, другой – на традиционную советскую лирику. Но общий знаменатель очевиден: и тот и другой противопоставляют себя чему-то казенному.

Они себя противопоставили советскому государству с той лишь разницей, что профессор это сделал не слишком категорически, а моряк – с предельной

89 Viz O. B. Сиротинина, Н. И. Кузнецова, Е. В. Дзякович и др.: Хорошая речь. Под ред. М. А. Кормилициной и О. Б. Сиротининой. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001, s. 84–91.

принципиальностью. И в этом, собственно, корень нынешних разногласий, которые, впрочем, касаются не только прошлого, но и настоящего. Оттого они и приняли столь острую форму, чего, наверное, меньше всего ожидали власти, инициировавшие полемику.

Гимн, флаг, герб – это рябь на воде, это симптомы то ли стихающего, то ли начинающегося волнения. А споры о них – признаки то ли утасающего, то ли возрождающегося исторического самосознания массы.

Профессор Анатолий Якобсон хорошо устроился в Истории. То, что черное и кровавое в ней, – не его. А то, что светлое и прекрасное, – его. Он, видимо, думает, что относительно мягкий тоталитаризм 60-х годов в принципе возможен без кровожадного сталинизма, что социализм с человеческим лицом не является оборотной стороной социализма с бериевским ликом. На этой иллюзии, собственно, и основан компромисс нашего читателя с советским строем.

Из разрушения ее возникает конфликт кадрового моряка К. Зимина с тем же режимом. Боль, причиненная режимом не ему, – его беда. Он за нее отвечает своей совестью. А подвиги, совершенные при нем учеными, поэтами, балеринами и музыкантами, – это их подвиги, это их личное счастье, их удача, гордиться (или не гордиться) коими – тоже личное дело всякого гражданина.

Советское государство, творя зло, присваивало нагло и бесцеремонно всё то добро, что совершали его граждане Подобно гофмановскому крошке Цахесу. Оно брало себе в петличку спортивные рекорды, победы, вешало на свою стальную грудь, как ордена, музыкантов, художников и ученых с мировыми именами. И кичилось и бравировало перед другими народами...

Наконец, самое главное и страшное, что, между прочим, усугубляет сходство между сталинским и гитлеровским режимами, – прекраснотдушный идеализм в обоих случаях был таким же важным и основополагающим их началом, как и хмельная ненависть к этническому или социальному признаку.

В 1945-м мы разгромили гитлеровскую военную машину, победили ее «мясом», как выразился Виктор Астафьев. Мы тогда порушили чужой тоталитаризм и морально укрепили собственный, который стремился огосударствить частного человека с потрохами.

Сегодня нам труднее, чем немцам в 45-м. Они сразу проиграли все свои войны – политическую, экономическую и идеологическую. Мы отрезаем себе хвост тоталитаризма по частям и страшно себя жалеем.

Моряк прав: если не отделять историю государства от частной жизни его граждан, то подвиги одних в той или иной степени послужат оправданием злодеяний других. Одни жизни становятся заплатами на смертях других. Ужас нашей советской истории даже не в том, что в ней попадаются страшные ямы вроде тех, что под Екатеринбургом и в Катыни. А в том, что эти ямы вырыты под постаменты почти для всех наших побед. Зияние оказывается сиянием.

И хотелось бы думать, что черные и светлые полосы в нашей истории, – это просто череда дней, восходов и заходов, заморозков и оттепелей, да не полу-

чается. Получается жесткая обусловленность, порочный круг, который целое десятилетие мы мучительно пытаемся разорвать.

Триумфальное возвращение старого гимна показывает, как далеки мы и сегодня от цели. Молоху снова понадобилась душа частного человека, который теперь будет просыпаться и засыпать, рождаться и умирать с положенной на музыку Александрова мыслью о Его Величестве Государстве.

...В «Медном всаднике» Пушкин взвешивал государство и частную судьбу. Поэт начал за здоровье царя Петра, а кончил за упокой души бедного Евгения, похороненного на окраине юного града, что вознесся пышно, горделиво...

С тех пор сюжет этот в истории и литературе проигрывался не однажды. И всякий частный человек, доведенный до отчаяния, до сумасшествия, грозит государству «Ужо тебе!», а оно гонится за ним по потрясенной мостовой и настигает – Стихия входит в берега, снова одевается в гранит, а потом снова бунтует, мстит разрушениями, бедствиями, несчастьями...

...Читатель К. Зимин хорошо ответил и профессору Якобсону: советская история прошла не даром только в том случае, если мы поймем, что она прошла даром.“

Na druhé straně je otištěn článek Maxima Sokolova pod titulkem *Зерцало жизни*:

„Хотя сегодня о занятиях госсимволикой и подобными тому вещами идеальной, а не материальной природы говорят как о деле ненужном и надуманном самые разные люди – от наших плюралистов до самого А. И. Солженицына, – прежде не всегда наблюдалось такое пренебрежение к идейной сфере. «Зерцало жизни», украшавшее столовую в доме отца Федора (Вострикова), демонстрировало иной подход к соотношению реального и идеального – «Сим молитву деет. Хам пшеницу сеет, Яфет власть имеет». Сакрально-символическое, хозяйственно-экономическое и государственно-политическое рассматривались как равно необходимые общественные функции. Отец Федор, в отличие от Солженицына и плюралистов, был более близок к традиционалистско-средневековому и даже индоевропейскому миросозерцанию, т. е. не считал, что рынок сам все расставит по местам, но признавал необходимость активной идеологической работы. На исходе второго тысячелетия это триединство вновь было подтверждено, когда В. В. Путин, предприняв реформу симовой сферы, т. е. госсимволики, со стереотипной точностью стал воспроизводить стандартную схему, использованную предшествующими президентами-реформаторами при устройении новшеств в хамовой («совершенствование хозяйственного механизма») и яфетовой («реформа политической системы») сферах. Все тот же четырехтактный цикл.

Такт № 1. С большой помпой объявляется об нововведениях, имеющих целью устранить немногочисленные недостатки прежнего положения вещей и привести дела к окончательному совершенству. По ведомству Хама см. Закон о госпредприятии (1987 г.), по части Яфета – возрождение власти Советов на основе решений XIX партконференции. После такого шага особой много-

вариантности не предвидится, ибо поступок этот даже и на бумаге не является гладким. Нарочито эклектическое соединение старого и нового приводит к тому, что старое начинает рассыпаться на глазах, а новое с такой же стремительностью приобретает черты крайней кособокости. Тому, сколь быстро в конце 80-х была разгрохана инерционная и обладавшая большим запасом прочности советская система, дивились многие, а уж кто не дивился явившимся на смену постсоветским порядкам, и сказать невозможно. Быстрый переход системы в состояние разноса и составляет главное содержание такта № 2.

Такт № 3 начинается с нижней точки падения, когда не работает уже ничего и в случае установления хоть какого-то порядка предпринимаются пожарные меры по принципу «когда горит дом, о разбитых стеклах не думают». См. пожарные экономические мероприятия зимы 1991–1992 гг. и столь же пожарные политические решения на интервале от Беловежских соглашений 1991 г. до воследовавшей осенью 1992 г. танковой стрельбы в столице. И лишь такт № 4 отчасти и с крайней неполнотой реализует заявленное при запуске первого такта создание чего-то весьма неказистого, но хоть на что-то похожего, соответственно чему звуковой аккомпанемент весьма различен: такт № 1 – «Нам не страшно усилье ничье, мчим вперед членовозом труда», такт № 2 – «Хотели как лучше, а получилось как всегда».

Дело далее не в том, что своими символическими упражнениями В. В. Путин четко прорезал грани общественного разделения – идеологические, классовые, поколенческие, – хотя, вообще-то говоря, государственная символика существует не для этого, а совсем даже наоборот. Дело в том, что сама методика эклектических мероприятий в сочетании с хвалебным хором эффективных политологов (совсем как в 1985 году – «Новый смелый реформаторский шаг Михаила Горбачева») наводит на мысль, что лавры завершителя, по-бонапартовски сумевшего остановить революционную тряску, удержав, однако же, важнейшие революционные завоевания, В. В. Путину вряд ли светят. Уж слишком уверенно он въезжает в надежно глубокую колею, провоженную зачинателем последней большой тряски М. С. Горбачевым. Завершители там не ездят. Понятно, что в большевистский период как хамовы и яфетовы, так и символы функции были изуродованы до неузнаваемости, и восстановление идеологической связности, скорее всего, будет столь же кособоким, как восстановление связности хозяйственной и властной, – но все же это понимание недостаточно утешает“.

V obou materiálech se zřetelně projevuje dominanta publicistického stylu – vyjádření sociálního hodnocení. Text Ju. Bogomolova je žánrově pojat jako komentář, hodnocení dvou čtenářských dopisů, v nichž jsou vyjádřeny protikladné názory na přijetí původní státní hymny Sovětského svazu jako nové hymny Ruské federace. Novinář se v něm očividně staví na stranu bývalého námořního důstojníka a odmítá stanovisko vysokoškolského profesora, což se mimo jiné projevuje využíváním přímého hodnocení: „Они себя противопоставили советскому государству с той лишь разницей, что профессор это сделал не слишком

категорично, а моряк – с предельной принципиальностью... Профессор ... хорошо устроился в Истории. То, что черное и кровавое в ней, – не его. А то, что светлое и прекрасное, – его. Он, видимо, думает, что относительно мягкий тоталитаризм 60-х годов в принципе возможен без кровожадного сталинизма... На этой иллюзии, собственно, и основан компромисс нашего читателя с советским строем. Из разрушения ее возникает конфликт кадрового моряка ... с тем же режимом. Боль, причиненная режимом не ему, – его беда. Он за нее отвечает своей совестью... Моряк прав... Читатель... хорошо ответил и профессору: советская история прошла не даром только в том случае, если мы поймем, что она прошла даром“.

Z úryvku je zřejmé, že novinář straní námořníkovi, jeho stanovisko hodnotí jako „konflikt s režimem“, autor dopisu má podle něho pravdu, je „svědomitý a straní svému národu“. Názor profesora označuje jako „kompromis a iluzi“ a pohodlný názor na dějiny.

Při analýze sovětské historie Bogomolov užívá množství slov s negativně hodnotícím významem, negativní konotaci nesou v jeho interpretaci i užité historické termíny (*помпезность, казенный, тоталитаризм, кровавадный сталинизм, социализм с бериевским ликом; государство, творя зло, присваивало нагло и бесцеремонно..., брало себе в петличку..., вешало на свою стальную грудь..., кичилось, и бравировало; прекраснотушный идеализм, хмельная ненависть, ужас нашей советской истории, порочный круг*). Pozice autora je tak jednoznačně a jasně vyjádřena a argumentována. Tomuto účelu slouží i další racionálně hodnotící výrazy a slovní spojení: *острая форма разногласий, оправдание злодеяний, проиграть все войны, страшные ямы, жесткая обусловленность, мучительно пытаемся разорвать, триумфальное шествие, далеки от цели* aj.), a také modální částice, upřesňující stupeň pravděpodobnosti obasahu výpovědi a zmírňující neosobnost tónu výkladu (*правда, собственно, впрочем, наверное, видимо, наконец, между прочим*).

Za účelem zvýšení přesvědčivosti a účinku na čtenáře Bogomolov využívá nejrozličnější tropy a řečnické figury – metafory, srovnání, antiteze: *гимн, флаг, герб – это рябь на воде, это симптомы то ли стихающего, то ли начинающегося волнения; одни жизни становятся заплатами на смертях других, зияние оказывается сиянием; отрезаем себе хвост тоталитаризма по частям, подвиги одних... послужат оправданием злодеяний других; Молоху снова понадобилась душа частного человека, который теперь будет просыпаться и засыпать, рождаться и умирать...; добро – зло; гордиться или не гордиться; история прошла не даром – даром, не по душе – по душе, восходы и заходы, заморозки и оттепели*). Z uvedených příkladů je patrné, že antiteze je základním způsobem výstavby textu.

Autor srovnává sovětský stát nejen s Molochem, ale také s hoffmannovským kocourem Mourem, a se zběsilým živlem z Puškinova Měděného jezdce, který mrzačí život malého člověka. V těchto srovnáních, v nichž je zdařile využito ilustrativní aluze, se zřetelně projevuje tvůrčí osobitost autora textu. Puškinův syžet a jeho ideje jsou

v článku bohatě využity, obsahem dvou předposledních odstavců je analogie vztahů mezi státem a osobností v různých obdobích ruských dějin. Jedovatá autorova ironie je lexikálně-stylisticky i graficky vyjádřena ve spojení *Его Величество Государство*.

K oživení textu autor dále využívá frazeologismů (*не по душе, брать в петличку, начать за здравие, кончить за упокой*) a opakovaných výrazů a konstrukcí (...симптомы то ли Пухающего, то ли начинающегося волнения. А споры о них – признаки то ли Угасающего, то ли возрождающегося исторического самосознания массы; То, что черное и кровавое в ней, – не его. А то, что светлое и прекрасное, – его. Он, видимо, думает, что относительно мягкий тоталитаризм 60-х годов в принципе возможен без кровожадного сталинизма. Что социализм с человеческим лицом...).

Článek J. Bogomolova tak z jazykového hlediska zcela splňuje kritéria autentické publicistiky, jsou v něm dodrženy všechny zásady jazykové správnosti a komunikativní normy, zřetelně je vyjádřena stylová dominanta, přiměřeně jsou využívány různorodé obrazné jazykové prostředky, je patrná tvůrčí invence autora. Jazykové prostředky odpovídají žánru analytické stati, obsahuje přesvědčivé a jasné argumenty, myšlenky jsou vyjadřovány jasným, přesným a výrazným jazykem. Vedle využívání bohatého slovníku stojí za zmínku také různorodost syntaktických konstrukcí.

Také v článku M. Sokolova je sociální hodnocení jako publicistická dominanta rovněž vyjádřena dostatečně zřetelně. Autor využívá značné množství výrazů s hodnotícími konotacemi (*ненужное и надуманное дело, пренебрежение к идейной сфере, признавать необходимость активной идеологической работы, необходимые общественные функции, со стереотипной точностью, с большой помпой, устранить немногочисленные недостатки, привести дела к окончательному совершенству, нарочито эклектическое соединение, черты крайней кособокости, инерционная и обладавшая большим запасом прочности советская система, состояние разноса, нижняя точка падения, не работает уже ничего, пожарные меры, реализует с крайней неполнотой, создание чего-то весьма неказистого, общественное разделение, хвалебный хор эффективных политологов, революционная тряска, важнейшие революционные завоевания, слишком уверенно въезжать в надежно глубокую колею, изуродованы до неузнаваемости, кособокое восстановление, недостаточно утешает*).

K vyjádření jedovaté ironie autor často využívá knižních, těžkopádných a vumělkovaných pojmů a definic, které mají většinou abstraktní charakter (*плюралисты, демонстрировать подход к соотношению реального и идеального, сакрально-символическое, хозяйственно-экономическое, государственно-политическое, традиционалистско-средневековое и даже индоевропейское мирозерцание, симова сфера, предшествующие президенты-реформаторы, устройство новшеств в хамовой и яфетовой сферах, четырехтактный цикл, особой многовариантности не предвидится, воследовавшая осенью*

1993 г. танковая стрельба, символические упражнения В. В. Путина, методика эклектических мероприятий; лавры завершителя вряд ли светят, начинатель последней большой тряски М. С. Горбачев aj.).

Přes zřetelnost vyjádření autorovy pozice je chápání textu ztěžováno množstvím šroubovaných, složitých výrazů, čtenář je nucen vracet se na začátek vět, aby pochopil jejich smysl. Samotné věty mají většinou složitou stavbu s množstvím vsuvek, oddělovaných pomlčkami nebo závorkami, což rovněž ukazuje na těžkopádnost autorského stylu.

Autor se v zásadě sice vyhýbá směšování jazykových prostředků různé stylové úrovně, o to rušivěji však na čtenáře působí užití kolokvialismů či nespisovných výrazů (*кособокий, разгрехать, тряска, светить* ve významu ‚podařit se, vyjít‘).

I když užití aluze jsou průměrně sečtělému čtenáři patrně známy, o jejich všeobecné rozšířenosti hovořit nelze. Příliš zdařilé není také spojení biblického výkladu uspořádání společnosti a mechanické teorie rozpadu sovětského státu (na principu fungování motoru).

Stať M. Sokolova proto, narozdíl od předchozího článku, nelze považovat za příklad kvalitního publicistického textu, neboť autor se v něm dopouští prohřešků proti principu komunikativnosti tím, že nerespektuje požadavek účelnosti, jasnosti a dostupnosti užitých jazykových prostředků.

Uvedená analýza je jen dílčím dokladem toho, že jakkoliv je každý text a jeho účinek na adresáta výslednicí složitého komplexu jazykových a mimojazykových faktorů, lze s využitím nástrojů lingvistické analýzy s poměrně vysokým stupněm správnosti soudit o celkové úrovni jakéhokoliv žurnalistického či publicistického textu a lépe se tak orientovat při výběru co nejvěrohodnějších zdrojů informací o společenské realitě nejen současného Ruska.