

Univerzita Karlova
Filozofická fakulta
Ústav východoevropských studií
Ruský jazyk a literatura

Bakalářská práce

Aneta Píšťková

**Řečová agrese v ruském a českém mediálním
diskurzu**
Verbal Aggression in the Russian and Czech Media
Discourse

Vedoucí práce: Mgr. Ekaterina Rycheva, Ph.D.

2023

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 20. dubna 2023

Aneta Píšťková

Poděkování:

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce Mgr. Ekaterině Rychevě, Ph.D., za její cenné rady, vstřícnost a ochotnou spolupráci při vypracovávání bakalářské práce.

V neposlední řadě děkuji své rodině a blízkým za jejich podporu a shovívavost.

Aneta Píšťková

Abstrakt:

Řečová agrese se stále více objevuje v diskurzu masmédií pro ovlivnění a manipulaci vědomí příjemce (například propagace zaujatého úhlu pohledu). Řečovou agresi lze definovat jako komunikativní akt orientovaný na formování emocionálního a psychologického/psychického stavu čtenáře (častěji negativního). Bakalářská práce se zabývá analýzou lingvistických, funkčních a pragmatických rysů řečové agrese v ruských i českých masových médiích. V práci jsou charakterizovány formy a prostředky řečové agrese v mediálním diskurzu. Je specifikován pojem řečová agrese a charakterizovány jsou její jednotlivé typy.

Klíčová slova: řečová agrese, mediální diskurz, mediální text, internetová média, lingvistické rysy, bulvární text, ruský jazyk, český jazyk, pragmatika, komunikativní akt, masová média.

Abstract:

Verbal aggression appears more and more in the discourse of mass media to affect and manipulate consciousness of their receiver (such as promoting a biased point of view). Verbal aggression can be defined as an act of communication which is oriented on forming the emotional and mental state of a reader (mostly negative one). The thesis deals with the analysis of linguistic, functional and pragmatic characteristics of verbal aggression in both Russian and Czech mass media. In the thesis are characterized the forms and means of verbal aggression in the media discourse. The term verbal aggression is specified and its individual types are characterized.

Key words: verbal aggression, media discourse, media text, internet media, linguistic characteristics, tabloid text, Russian language, Czech language, pragmatics, act of communication, mass media.

Obsah

Úvod	6
Část 1. Současné problémy mediálního diskurzu	7
1.1 Mediální diskurz a mediální text	7
1.1.1 Diskurz	7
1.1.2 Mediální diskurz	10
1.2 Klasifikace masmédií	12
1.2.1 Masmédia	12
1.2.2 Klasifikace masmédií	13
1.2.3 Charakteristika jednotlivých masmédií	14
1.3 Seriózní a bulvární tisk	16
1.3.1 Seriózní tisk	16
1.3.2 Bulvár	17
1.3.3 Problémy bulvarizace	19
1.4 Aspekty řečové agrese	22
1.4.1 Agrese a řečová agrese	22
1.4.2 Řečová agrese v mediálním diskurzu	26
1.4.3 Druhy řečové agrese	27
Část 2. Analýza jazykových prostředků řečové agrese v ruských a českých masmédiích	28
2.1 Představení principů provedení analýzy jazykových prostředků řečové agrese	28
2.2 Klasifikace jazykových prostředků řečové agrese	30
2.2.1 Urážka	30
2.2.2 Vulgarismus	38
2.2.3 Frazeologismy	42
Závěr	47
Seznam literatury	49
Přílohy	56

Úvod

V dnešní době jsou masmédiá nedílnou součástí každodenního života. Informace, které nám poskytují, mají velký vliv na naše názory, postoje a chování. Mediální diskurz se stal nezbytným nástrojem pro ovlivňování veřejného mínění a formování společenských hodnot. Tvoří tak kulturu mezilidských vztahů, ovlivňují chování a inteligenci společnosti a manipulují s vědomím čtenářů. Avšak, jak ukazuje mnoho výzkumů, masmédiá mohou být také zdrojem řečové agrese.

Problematika řečové agrese je důležitým tématem, které se týká nejen komunikačního chování v mezilidských vztazích, ale také mediálního prostředí. Může se projevat negativním dopadem na vztahy a komunikaci mezi lidmi. Proto je důležité rozpoznat projevy řečové agrese v mediálním prostředí a snažit se je, popřípadě omezit nebo eliminovat.

Bakalářské práce se zaměřuje na analýzu jazykových prostředků řečové agrese v bulvárních a seriózních masmédiích a popisu jejich vlastností v obou zemích.

Stěžejní část teoretické části je věnována konceptu řečové agrese. Jsou definovány její formy v mediálním diskurzu, kde se snažíme poukázat na jednotlivé jazykové prostředky charakteristické jak pro seriózní, tak i bulvární tisk.

Cílem bakalářské práce je analyzovat a porovnat jazykové prostředky řečové agrese v českých a ruských masmédiích.

Materiálem pro výzkum jsou populární bulvární a seriózní masmédiá v Rusku a České republice. Materiál byl shromážděn metodou kontinuálního vzorkování, a to nejen v mediálních titulcích, ale také v samotném kontextu. K nalezení těchto prostředků nám posloužily výše uvedené internetové vyhledavače ruských a českých elektronických periodik, z nichž se nám podařilo nashromáždít celkem pro každý jazyk 150 příkladů jak ze seriózního, tak i bulvárního tisku. Analýza celkového materiálu byla provedena srovnávací a interpretační metodou.

Přínosem výzkumu bakalářské práce jsou nové poznatky o vlivu řečové agrese v mediálním diskurzu a přispění k lepšímu porozumění jazykovému chování v masových médiích v ruském a českém prostředí. Práce má za úkol nastínit danou tematiku a poukázat na možnosti užití jazykového materiálu a být tak podnětem k dalšímu bádání o této velmi zajímavé problematice současného jazyka a komunikace vůbec.

Struktura bakalářské práce se skládá z úvodu, dvou částí (teoretické a praktické), závěru, seznamu literatury a příloh.

Část 1. Současné problémy mediálního diskurzu

1.1 Mediální diskurz a mediální text

1.1.1 Diskurz

Pojmem *diskurz* se míní „řada poměrně různých jevů – na jednom pólu je to pouhé užívání jazyka, zejména ve formě promluv a textů (discourse as language use), na druhém pólu sociální praxe spjatá s užíváním jazyka, resp. znakových systémů (discourse as social practice).“¹ Diskurz můžeme tedy chápat z různých hledisek. „Z jazykového hlediska je možno jej charakterizovat jako soubor určitých elementů v textu, které jsou regulovány určitými sociálními kontexty. Z lingvistického hlediska je definice diskurzu popsána ve smyslu pojmu nadřazenému pojmu textu.“² Můžeme tedy říct, že diskurz není pouze souborem jednotlivých vět, ale spíše se jedná o rozsáhlejší strukturu, která zahrnuje různé druhy textů a různé způsoby komunikace mezi mluvčími. Zatímco text se obvykle soustředí na gramatické a lexikální prvky, diskurz zahrnuje i prvky jako jsou koherence, koheze, relevance a další faktory, které ovlivňují interpretaci textu a způsob, jakým se významy promítají do konkrétních situací.

Co je však zajímavé z pohledu lingvistického, je že „v lingvistice samotné se (pojem) vztahuje pouze na konkrétní použití jazyka, na jednotky a formy řeči, interakce, které mohou být součástí každodenního jazykového jednání, a které mohou vystoupit do institucionální oblasti.“³ Celkově lze tedy tvrdit, že diskurz je složitý koncept, který zahrnuje mnoho jazykových, sociálních a kulturních faktorů.

Je třeba si ale uvědomit patřičný rozdíl mezi diskurzem a textem. Někdy je diskurz užíván jako synonymum ke slovu text, nebo v tomto případě, jako pojem nadřazený pojmu text, zahrnující řadu textů. Například N.D. Arutyunova říká, že diskurz je „связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания.“⁴ (Лингвистический энциклопедический словарь) Z tvrzení tedy chápeme

¹ NEKVAPIL J. (1,2), HOFFMANNOVÁ J. (3), HAJČOVÁ E.(4), (2017): DISKURZ. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-29] Dostupné z <https://www.czechency.org/slovník/DISKURZ>

² FAIRCLOUGH, N. (2003): *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London: Routledge.

³ LANDWEHR, A. *Historische Diskursanalyse*. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2008.

⁴ АРУТЮНОВА Н.Д. Дискурс. Речь / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / глав. ред. В.Н. Ярцева. — М.: Науч. изд-во «Большая российская энциклопедия», 2002. — С. 136–137.

diskurz jako komplexní jev, který zahrnuje nejen samotný text, ale také celou řadu faktorů, které ho ovlivňují a dávají mu smysl. Mezi tyto faktory patří extralingvistické faktory, jako je například kontext, ve kterém je text produkován, sociokulturní faktory, což jsou kulturní normy a hodnoty, pragmatické faktory, které mohou být s textem spojeny, a další faktory, které mohou být relevantní v konkrétním kontextu.

Z pohledu ruského badatele V. Krasnycha můžeme hovořit o diskurzu jako: „дискурс — вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами“. ⁵ (do češtiny přeloženo jako verbalizovaná řeč-kogitativní aktivita, chápána jako kombinace procesu a výsledku a mající jak náležité lingvistické, tak mimojazykové plány“.)

Oba badatelé vnímají vysvětlení diskurzu jako spojení lingvistických a mimojazykových faktorů. Diskurz podle obou není pouhým souvislým textem, ale zahrnuje také extralingvistické faktory, jako jsou sociokulturní a psychologické faktory, které mají vliv na jeho význam. Zároveň diskurz chápou jako verbální řeč, která zahrnuje proces i výsledek a je důležitou složkou interakce lidí a mechanismů jejich vědomí.

Co se týče jednotlivých jazykových prostředků nebo výběru faktů, které je vhodné užít v diskurzu, na tom všem se podílí „existence aspektů fyzikálního světa, což jsou jednotlivé procesy, objekty, prostor a časové parametry, a aspekty světa mentálního – stereotypy, přesvědčení, myšlenky, pocity, vjemy.“⁶ Celkově je tedy nutné, aby byla v diskurzu zohledněna celá škála faktorů, které mají vliv na komunikaci.

Jedním z předních představitelů zabývajících se teorií diskurzu je francouzský profesor, filozof, sociolog a psycholog Michel Foucault, který byl také reprezentantem intelektuální avantgardy sedmdesátých let, zabýval se historií filozofie a teorií kultury. Nicméně své postavení prosadil zejména díky tématu diskurzu. Ve svém díle *Archeologie vědění* popsal, že „diskurzy nejsou souborem výpovědí, které se sdružují kolem jednoho problému, ale že představují seskupení s vysokými pravidly, která jsou typická pro daný diskurz.“⁷ S tématem diskurzu se můžeme setkat i v jiných Foucaultových dílech. Neméně významným dílem se stala jeho kniha z roku 1987, která nese název „Slova a věci.“⁸ Co je ale hlavním bodem Foucaultova vědění, je to, že podle něj je diskurz „sociální konstrukce reality,

⁵ ЛОМОНОСОВА М.В. КРАСНЫХ В. В. К78« Свой» среди «чужих»: миф или реальность?.— М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.— 375 с. 2

⁶ FAIRCLOUGH, N. (2003): *Analysing Discourse. Textual analysis for social research.* London: Routledge.

⁷ FOUCAULT, M. *Archeologie vědění.* Vydání druhé. Přeložil Čestmír PELIKÁN. V Praze: Herrmann, 2016.

⁸ FOUCAULT, M. *Slova a věci.* Brno: Computer Press (CP Books), 2007

forma znalosti.“⁹ Toto vyznění však vyvolalo poměrně velkou kritiku, jelikož Michel Foucault zdůrazňuje určující sílu diskurzu, což bylo některými autory kritizováno.

Diskurzem se zabývali i badatelé z českých řad. Ráda bych vyzdvihla Lucii Jílkovou, Kamilu Mrázkovou a Jana Hoffmanovou, jež spolupracovaly při psaní publikace „Míšení žánrů, stylů a diskurzů v internetové komunikaci.“¹⁰ Jana Hoffmanová popis diskurzu obohatila především konkrétními rozbory, které se týkají dialogu. Taktéž provedla řadu diskurzivních analýz, o kterých vypovídá práce „Konverzace v češtině při rodinných a přátelských návštěvách“¹¹, kterou napsala společně s Olgou Müllerovou a Jiřím Zemanem.

Z dalších řad českých badatelů můžeme uvést pojetí diskurzu podle článku „Diskurz o migraci Romů na příkladu internetových diskusí“,¹² kde se Jan Homoláč zaměřuje na analýzu diskurzu, který se týká migrace Romů a jeho projevů v internetových diskusích. Konkrétně se zabývá otázkami diskriminace, násilí a rasismu. V článku používá diskurzivní analýzu k odhalení různých interpretací a reprezentací této otázky v různých diskurzivních praxích.

Můžeme také uvést studii Jana Nekvapila „Úvodem k monotematickému číslu Analýza promluv a textů, analýza diskurzu“¹³, kde se orientuje na diskurz jako obecné téma a představuje sbírku článků věnovaných analýze diskurzu. Jedná se o monotematické číslo časopisu „Sociologický časopis“, které se zaměřuje na různé aspekty analýzy promluv a textů z pohledu sociologie a jiných společenských věd. Jan Nekvapil se zabývá teoretickými otázkami týkajícími se diskurzu a jeho analýzy, a představuje také články dalších badatelů z různých oblastí, kteří se tomuto tématu věnují.

Jelikož se v práci věnujeme mediálnímu diskurzu v českém a ruském jazyce, je na místě uvést i pojetí z pohledu ruských badatelů.

Ruský vědec V.I. Karasik ve své publikaci „Языковой круг: личность, концепты, дискурс“¹⁴ věnuje pozornost výzkumu v oblasti jazykového diskurzu, konceptů a osobnosti.

⁹ FOUCAULT, M. Slova a věci. Brno: Computer Press (CP Books), 2007

¹⁰ HOMOLÁČ, J. – MAREŠ, P. – HOFFMANNOVÁ, J. – JÍLKOVÁ, L. – KOPECKÝ, J. – MRÁZKOVÁ, K.: Míšení žánrů, stylů a diskurzů v internetové komunikaci. Praha: Academia 2022.

¹¹ HOFFMANNOVÁ, J., MÜLLEROVÁ O. a ZEMAN J. Konverzace v češtině při rodinných a přátelských návštěvách. Praha: Trizonia, 1999. ISBN 80-85573-71-7.

¹² HOMOLÁČ, J., 2006. Diskurz o migraci Romů na příkladu internetových diskusí

.Praha: Doplněk. [online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://sreview.soc.cas.cz/pdfs/csr/2006/02/06.pdf>

¹³ NEKVAPIL, J. Úvodem k monotematickému číslu „Analýza promluv a textů, analýza diskurzu“. Sociologický časopis – Czech Sociological Review 42, 2006, 263–267. . [online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z:

https://www.academia.edu/40743253/HERMETISMUS_A_NOVÁ_MÉDIA_DISKURZIVNÍ_ANALÝZA_DISKUZNÍHO_FÓRA_FRABATO_HERMETISM_AND_NEW_MEDIA_DISCOURSE_ANALYSIS_OF_THE_DISCUSSION_FORUM_FRABATO_-_DIPLOMOVÁ_PRACE

¹⁴ Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с. ISBN 5–88234–552–2

Zaměřuje se na zkoumání souvislostí mezi jazykem a společností, a také na vztah mezi jazykem a identitou.

Z dalších řad můžeme vyzdvihnout již výše zmíněnou N.D. Arutyunovou, která se ve slovníkovém hesle „Дискурс“¹⁵ zabývá konceptem diskurzu v lingvistice. Popisuje vztah mezi jazykem a sociálním kontextem a zkoumá, jakým způsobem jazykové prostředky ovlivňují společenské vztahy.

Taktéž již zmíněná badatelka V. V. Krasnych ve studii „Свой среди „чужих“: миф или реальность?“¹⁶ popisuje problematiku identity a kulturních rozdílů a věnuje se vztahu mezi kulturními rozdíly a jazykovým diskurzem.

Můžeme zmínit i E.S. Kubryakovou, která poskytuje v článku „О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике“¹⁷ přehled o různých přístupech k definici a analýze diskurzu v současné lingvistice.

1.1.2 Mediální diskurz

V dnešní době je zcela nemyslitelné žít mimo mediální oblast, neboť právě ta se stala neoddělitelnou od společnosti. Pomáhá člověku lépe se orientovat v různých společenských sférách jako například v politických, sociálních a ekonomických. Z druhé strany však můžeme tvrdit, že se jedná spíše o uzavřenou skupinu, která nese určitá pravidla a postupy. Velkým problémem je však nárůst komerčních médií, která svými subjektivními faktory ovlivňují oblast mediálního vnímání. Ke komerčním českým médiím náleží např. tištěná periodika – Mladá Fronta DNES, Týdeník Květy, televizní stanice – TV Nova, FTV Prima, rádia – Evropa 2, Impuls, či internetové portály – Seznam Zprávy.cz¹⁸. K ruským komerčním médiím můžeme zařadit periodika Комсомольская правда¹⁹, Экспресс газета²⁰ nebo Gazeta.ru.²¹

¹⁵ АРУТЮНОВА Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136-137. . ISBN 5-85270-031-

¹⁶ КРАСНЫХ, В. В. (2003) «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М. : Гнозис. ISBN 5-94244-0042.

¹⁷ КУБРЯКОВА Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (Обзор) // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сборник обзоров. М.: РАН ИНИОН, 2000. С. 7-25. online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.studmed.ru/kubryakova-e-s-o-ponyatiyah-diskursa-i-diskursivnogo-analiza-v-sovremennoy-lingvistike_1c4d4893f80.html

¹⁸ Seznam-zpravy. Seznamzpravy.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/?>

¹⁹ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.kp.ru>

²⁰ Экспресс газета. Eg.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.eg.ru>

²¹ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru>

Abychom lépe pochopili význam termínu mediální diskurz, nejprve si definujeme, co znamená samotný pojem diskurz: „zprav. delší rozprava, pojednání o určitém tématu.“²² Mediální diskurz se vztahuje k způsobu, jakým jsou v masových médiích prezentována určitá témata, zprávy a události. Může ovlivňovat vnímání a interpretaci skutečnosti v dané společnosti a může mít vliv na formování názorů a postojů lidí.

Ruská badatelka T.G. Dobrosklonskaja chápe mediální diskurz v překladu z ruské definice jako „soubor procesů a produktů řečové činnosti v oblasti masové komunikace v celé bohatosti a komplexnosti jejich vzájemného působení. Koncept mediálního diskurzu napomáhá k ucelenějšímu obrazu o řečové činnosti v oblasti masmédií, neboť pokrývá četné mimojazykové faktory související s rysy tvorby mediálního sdělení, jeho příjemce, zpětné vazby a kulturně určené metody kódování a dekódování, jakož i společensko-historický a politicko-ideologický kontext.“²³ Dobrosklonskaja také zdůrazňuje, že pro provedení analýzy mediálního diskurzu musí být analýza komplexní a zahrnovat nejen jazykové, ale i kulturní a sociální faktory.

Nejdůležitějším, a zároveň klíčovým bodem pro mediální diskurz a text, je především úsilí zaujmout a uspokojit očekávání čtenářů. Toho média dosahují především výběrem a transformací událostí, kterým přizpůsobují svou komunikační strategii. Dalším důležitým bodem je funkce jazyka, který nemá sloužit jen k předávání určité informace, ale má u čtenáře či diváka vyvolat emoce a má přitáhnout jeho pozornost k danému médiu.

Jedním z charakteristických rysů uplatňujících se v současném mediálním diskurzu je konverzacionalizace. „Konverzacionalizace veřejného diskurzu spočívá v tom, že konverzační diskurz byl projektován ze své privátní sféry do sféry veřejné.“²⁴ Toto tvrzení vypovídá o tom, že pojem konverzacionalizace souvisí s konverzací, což se v médiích zobrazuje za pomoci zdvořilostních formulí, díky kterým se média snaží co nejvíce udržet kontakt s příjemcem.

Pod termínem mediální text můžeme označovat text v různých typech médií. Podle slov T.G. Dobrosklonské „текст – это сообщение, медиатекст – это сообщение плюс канал, а медиадискурс – это сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации“²⁵,

²² Akademický slovník současné češtiny. Slovníkcestiny.cz [online]. 2012 [cit. 2023-05-05]. [online]. 2012 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://slovníkcestiny.cz/heslo/diskurz/0/17439>

²³ ДОБРОСКЛОНСКАЯ Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие. М.: Наука, 2008., с. 153. [online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf>

²⁴ ČMEJRKOVÁ, S.: Jazyk médií a jeho konverzacionalizace. Jazykovědné aktuality 45, 2008, č. 3-4, s. 87-100. (Seminář čeština v médiích, pořádaný JS ČR + ÚJČ v Praze, 29. 5. 2008.)

²⁵ ДОБРОСКЛОНСКАЯ Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие. М.: Наука, 2008., с. 153. [online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf>

což můžeme přeložit jako tvrzení, že text je zpráva, mediální text je zpráva plus kanál a mediální diskurz je zpráva ve spojení se všemi ostatními složkami komunikace.

Mediální texty hrají v dnešní době obrovskou roli a následně tak ovlivňují jazyk vyjadřování lidí, ale i společenské jednání. Úkolem těchto textů bylo přinášet pravdivé informace, které byly přínosem pro čtenáře, nicméně nyní tomu tak není. Dnešní mediální texty prahnou spíše po pozornosti čtenářů, jinak řečeno snaží se jakýmkoliv způsoby zaujmout příjemce. Aby texty byly více zajímavé, autoři se nebojí používat kolokviální a expresivní výrazy, díky nimž se pokouší text oživit. Zároveň mají i hlubší dopad na sdělovanou skutečnost, což může vyvolat nejasnosti v tom, jak si má příjemce informaci vyložit. Taktéž pro větší upoutání pozornosti jsou v mediálních textech využívány i hovorově-expresivní prostředky, kterými mohou být prezentovány události týkající se jednotlivých osob. Takové prezentace pak mohou vyznívat nezdvořile či vulgárně.

Celkově je tedy pro mediální texty důležité, aby byly psány s ohledem na objektivitu a pravdivost. V současné době se mediální texty neomezují pouze na slovní formu, ale využívají i multimediální prvky, jako jsou obrázky, videa či zvuky. Tyto prvky jsou použity za účelem upoutání více čtenářů. Také však mohou mít negativní vliv na pravdivost sdělené informace, jelikož autor textu může využít manipulativních metod k dosažení stanoveného cíle. Mediální texty mají velký vliv na vnímání společenských témat a názorů lidí. Proto by redaktoři měli být obezřetní a zodpovědní při psaní svých článků, aby nedocházelo k určitým nejasnostem.

1.2 Klasifikace masmédií

1.2.1 Masmédia

Rozdělit masmédiá je poměrně složité, my jsme se však rozhodli uvést rozdělení na tři části, které se z mého pohledu zdají být co nejvíce srozumitelné. Nicméně, než přejdu k samotnému rozdělení médií, je důležité si ujasnit, co tento pojem znamená a v čem je pro nás specifický.

Ve Slovníku spisovného jazyka českého je médium popisováno jako „zprostředkující osoba, prostředí, činitele, výplň prostoru nebo látka, ve které je předmět uložen“.²⁶ Samotný pojem médium je latinského původu a jeho přesný a doslovný překlad je zprostředkující činitel.

²⁶Slovník spisovného jazyka českého. Ssje.ujc.cas.cz [online]. 2011 [cit. 2023-03-16]. Dostupné z <https://ssje.ujc.cas.cz/search.php?hledej=Hledat&heslo=médium&sti=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>

Pod pojmem masová média se chápou média, která jsou určena pro širokou veřejnost a umožňují distribuci informací, zpráv a zábavy na velké množství lidí. Odborná definice zní: „masmédia jsou prostředky masové informace a propagandy; informační, masové médium.“²⁷ Typickými příklady masových médií můžeme označit televizi, rozhlas, noviny, časopisy, internetové portály a sociální sítě.

Masmédia mají vliv na politiku, ekonomiku, zdraví, vzdělání a mnoho dalších oblastí života. Mohou šířit zprávy a informace a ovlivňovat veřejné mínění, a také mohou vytvářet a formovat kulturní normy a hodnoty. V posledních letech se s nástupem nových technologií, jako jsou sociální sítě a digitální média, způsob, jakým se lidé informují a komunikují, změnil od užívání tištěných médií k používání jejich online verzí.

Jestliže bychom chtěli mluvit o samotném významu a funkci masmédií, je potřeba si uvědomit, k čemu masmédia opravdu mají sloužit. Jak už jsem uvedla výše, masmédia mají sdělovat, mají nám předávat nějakou informaci, v jistém smyslu to můžeme nazvat, že mají za úkol „vzdělávat lidstvo“, mají nás vtáhnout do okolního dění, a to za pomoci pravdivých a poutavých informací. Dnešní doba je však taková, že se čím dál častěji stává, že nás média obelhávají. Jsou sice díky svým titulům a zajímavému obsahu poutavá a velmi snadno zaujmou pozornost příjemce, problém je však v tom, že nemusí být zcela pravdivá, jejich informace může být zkreslená, nebo se může dokonce jednat i o lež. Příčinou se zdá být to, že autoři článků postrádají základní motivaci informovat lidi, neboť se soustředí pouze na vlastní prospěch a slávu.

1.2.2 Klasifikace masmédií

Masová média můžeme rozdělit podle počtu užitých mediálních prvků: monomédia (obsahují pouze jedno médium), duální média (spojují dvě mediální pole) a multimédia (spojení několika médií).²⁸ Mnohdy se můžeme také setkat s rozdělením podle působení médií na emoce příjemce. Konkrétně se jedná o média „horká a chladná“. Horká média jsou ta, která si více pohrávají s emocemi člověka²⁹. To je zejména zapříčiněno díky užívání hudebního podkladu, obrazů či jednotlivých zvuků: televize, rozhlas, kino, telefon. Chladná média nepůsobí na emoce tak silně, jako horká. Jejich hlavním úkolem je především poskytovat

²⁷ Internetová jazyková příručka. Prirucka.ujc.cas.cz [online]. 2005 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=masmédia>

²⁸ Metodický portál RVP.cz. Clanky.rvp.cz [online]. [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/545/MEDIA-JAKO-PREDMET-POZNANI.html>

²⁹ H. M. MCLUHAN. Revue pro média [online]. 2005 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/mcluhan.htm>

informace. Zde je důležité říct, že s emocemi si nepohrává samotné médium, ale je zcela na recipientovi, jak danou informaci přijme a jaké emoce u něj vyvolá.

Výše uvedená klasifikace médií však není jediná. Můžeme také uvést konkrétnější dělení, a to klasifikaci mediálních produktů, o kterých píše ve své knize „Psychologie médií David Giles“.³⁰ Toto rozdělení je velmi přehledné a lze díky němu lépe pochopit, do jaké kategorie zařadíme konkrétní médium.

Giles rozdělil produkty klasifikace do pěti skupin:

- a) podle komunikačního média (časopisy, noviny, knihy, ale patří sem například i filmy, televizní pořady a internetové servery.)
- b) podle komunikačního cíle (informační – zpravodajství, publicistika, zábavní – soutěže, umělecké (filmy či romány), přesvědčovací (reklama)
- c) podle důležitosti pro veřejný život (seriózní a bulvární média; Do skupiny seriózních médií zařazujeme ty, které nám mají přinášet naučné informace nebo seriózní informace týkající se našeho okolí. Naopak bulvární média se spíše zabývají celebritami a senzací. V takových médiích převažují především obrázky či fotografie nad textem.)
- d) podle vztahu k mimomediální skutečnosti (fiktivní – filmy, romány atd., faktuální – zpravodajství a publicistika, hybridní – reality show)
- e) podle pravidelnosti uspořádání (žánrů): publicistické – glosa, komentář, publicistický rozhovor; zpravodajské – zpráva, zpravodajský rozhovor, anketa; televizní a rozhlasové – reality show, seriály; literární – komiks, povídka hudební filmové.

Klasifikace masmédií je nejen důležitá pro lepší porozumění, ale také pro efektivní využívání různých typů médií v komunikaci. Díky neustálému aktualizování médií se jejich dělení neustále rozšiřuje a přizpůsobuje novým technologiím a trendům v oblasti komunikace.

1.2.3 Charakteristika jednotlivých masmédií

Tištěná média jsou součástí masových médií. Podle názorů badatele Pavla Večeři „je nutné je chápat v kontextu vývoje lidské komunikace. Náleží do éry tisku, jejíž počátek souvisí s Gutenbergovým vynálezem knihtisku.“³¹ Tento pojem je třeba popisovat jako označení pro noviny a časopisy, jež mohou vycházet periodicky i neperiodicky. K neperiodickému tisku řadíme například knihy či příležitostné publikace.

Noviny jsou médii, které můžeme nazvat periodikem. Tento termín označuje publikaci, která vychází pravidelně, tedy periodicky. Z toho hlediska noviny můžeme rozdělit

³⁰GILES, D. Psychologie médií. Přeložil Helena ŠOLCOVÁ. Praha: Grada Publishing, 2012. Z pohledu psychologie2

³¹VEČEŘA, P. Úvod do dějin tištěných médií. Praha: Grada Publishing, 2015. Žurnalistika a komunikace.

na denní či týdenní. Cílem novin je co nejrychleji informovat a přinášet zajímavé informace pro širokou veřejnost. Jedná se tedy o tiskoviny, které vycházejí v krátkých intervalech. Zpravidla informují veřejnost o různých sférách, mohou se zabývat například aktuálními zprávami z oblasti politiky, hospodářství, zábavy, kultury, společnosti a sportu. Noviny se tisknou ve velkém formátu na novinovém papíře a místo vazby se skládají. Můžeme je nalézt téměř v každém kiosku nebo jsou zasílány přímo domů na adresu předplatitele. Typické noviny mají svoji charakteristickou grafickou úpravu, jejich obsah se dělí na rubriky a často doplňuje vkládanou týdenní přílohou. Důležitou částí novin je také reklama. Místo tištěných novin se v dnešní době s rozvojem technologií začaly objevovat internetové noviny, které si čtenář může kdykoli přečíst online.

Dalším masmédiem jsou **časopisy**, jež stejně jako noviny, vycházejí opakovaně a jsou určena pro skupinu čtenářů se stejným nebo podobným zájmem. Od novin se časopisy liší především tím, že jsou častokrát zaměřeny pouze na jednu sféru. Taktéž jejich grafika je více propracovaná, nalezneme zde větší počet stran s více obrázky. Časopisy vycházejí většinou týdně, po čtrnácti dnech, měsíčně, dvouměsíčně, čtvrtletně nebo nepravidelně. Časopisy můžeme členit dle obsahového zaměření na různé typy. Existuje jich opravdu mnoho, zde je uvedeno pár příkladů: školní časopisy, časopisy pro děti, pro ženy, pro muže, sportovní časopisy, časopisy o vaření, vědecké časopisy, literární časopisy.

Rozhlas je masové komunikační médium, které se používá pro jednosměrný přenos zvuku. „Z technického hlediska se jedná o telekomunikační zařízení využívající pro jednosměrný přenos zvukové stopy na dálku vysokofrekvenční elektromagnetické vlny. Pro přenos zvuku se využívají také metalické linky (místní rozhlas, rozhlas po drátě), dále pak internet a radiové vysílání z družic.“³² Nyní se užívání rozhlasu ve velkých městech rapidně snížilo, avšak populární se stále jeví na vesnicích, kde se jeho prostřednictvím informuje o všech místních aktualitách.

Posledním typem masmédií můžeme uvést **televizi**, jež považujeme za určitý fenomén dnešní doby. Televize se stala součástí každodenního života člověka a výrazně působí na jeho vnímání a posuzování. Zavedení tohoto média přineslo nespočet předností. Například, na rozdíl od rozhlasu, nám televize nenabízí jen sdělení vizuální, ale i akustické, a proto televizi můžeme považovat za audiovizuální médium. Taktéž se jedná o dynamické médium, což vysvětlujeme tak, že obraz v televizi je pohyblivý. Televize přináší kvalitní barevný obraz, stereo zvuk a široké spektrum trikových efektů, což ji řadí mezi technicky náročná média. Dále je pro ni specifický velkým počtem pořadů, mezi kterými si každý člověk zaručeně

³²Wikisofia. Wikisofia.cz [online]. 2013 [cit. 2023-04.-01]. Dostupné z: <https://wikisofia.cz/wiki/Rozhlas>

vybere svůj oblíbený. Jedná se o pořady informativní, zábavné, kulturní a vzdělávací nebo reklama.

Masová média mají v dnešní době velký vliv na náš každodenní život. Tištěná média, jako jsou noviny a časopisy, stále zaujímají důležité místo v informování veřejnosti, ale postupně si své hlavní postavení získávají internetová média. Rozhlas a televize pak slouží jako další důležitý zdroj informací, a to nejen v rámci České republiky, ale i mezinárodního měřítká.

1.3 Seriózní a bulvární tisk

Za jednu z největších mediálních skupin v České republice je považována TV Nova,³³ s. r. o., a FTV Prima, s. r. o., aj. Významnou se stala i společnost MAFRA,³⁴ jež uveřejňuje tiskoviny, do které patří deníky (MF Dnes, Lidové noviny a jejich internetové portály iDnes.cz³⁵ a Lidovky.cz³⁶, Deník Metro,³⁷ časopisy Týden,³⁸ Hospodářské noviny,³⁹ Aktuálně.cz⁴⁰), vlastněná Zdeňkem Bakalou nebo Czech News Center (Blesk,⁴¹ Aha!,⁴² Sport)⁴³.

V Rusku existuje mnoho tiskových médií, zahrnujících zpravodajské weby, noviny a časopisy. Mezi nejznámější patří: TASS⁴⁴, což je zpravodajská agentura, která poskytuje informace o politice, ekonomice, kultuře a dalších oblastech. Dále pak Gazeta.ru⁴⁵, což je jedna z nejstarších ruských zpravodajských webových stránek. Lenta.ru⁴⁶ je online zpravodajský portál s kritickým přístupem k politickým a společenským událostem, nebo například Vedomosti.ru⁴⁷, což je zpravodajský web se zaměřením na ekonomické zprávy a komentáře.

1.3.1 Seriózní tisk

Za seriózní tisk (masmédium) (někdy také prestižní, standardní médium) považujeme periodický tisk, který se zabývá významnými tématy, a který bedlivě sleduje společnost.

³³ TV Nova. Tv.nova.cz [online]. 1994 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://tv.nova.cz>

³⁴ Mediální skupina marfa. Mafra.cz [online]. 1991 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz>

³⁵ IDnes. Idnes.cz [online]. 1993 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz>

³⁶ Lidovky. Lidovky.cz [online]. 1990 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.lidovky.cz>

³⁷ Metro. Metro.cz [online]. 1997 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.metro.cz>

³⁸ Týden. Tyden.cz [online]. 2006 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.tyden.cz>

³⁹ Hospodářské noviny. Hn.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://hn.cz>

⁴⁰ Aktuálně. Aktualne.cz [online]. 1999 [cit. 2023-05-02]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz>

⁴¹ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz>

⁴² Aha!. Ahaonline.cz [online]. 2001 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz>

⁴³ Sport. Sport.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.sport.cz/?>

⁴⁴ TASS Russian news agency. Tass.com [online]. 1999 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://tass.com>

⁴⁵ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru>

⁴⁶ Lenta. Lenta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://lenta.ru>

⁴⁷ Вестомости. Vedomosti.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru>

Taktéž je třeba poznamenat, že tento typ médií oslovuje i odborníky, a to především pro získání ověřených informací či komentářů. V tomto typu tisku by měla hrát velkou roli neutralita a objektivita. Existují však i jistá pravidla, podle nichž by měl novinář seriózních novin psát. Tato pravidla jsou zakotvena v Etickém kodexu novináře z roku 1998, kde je následovně uvedeno: „Novinář je povinen: zveřejnovat jen informace, jejichž původ je znám..., respektovat pravdu bez ohledu na důsledky..., dbát na rozlišování faktů od osobních názorů, nepřipustit, aby domněnka byla vydávaná za ověřený fakt..., nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace...“⁴⁸ Tímto zněním a celým etickým kodexem by se měli všichni redaktoři řídit při psaní vhodného textu, který bude zajímavý a vhodný k publikaci

Charakteristické rysy, bez kterých by serózní tisk nemohl fungovat, tvoří komentáře a analýzy. McNair tvrdí že: „Seriózní žurnalistika se věnuje do hloubky různým tématům, s menší pravděpodobností se dá zlákat pseudoudálostmi a senzacemi a staví se skepticky vůči pokusům zmanipulovat zpravodajskou agendu.“⁴⁹ Taktéž je zde velmi důležité, aby bylo jasné oddělení komentářů od zpravodajství.

V seriózním tisku se dbá na to, aby novináři dodržovali určitá pravidla a etický kodex, který zajišťuje respektování pravdy a rozlišování faktů od názorů.

Už samotný pojem seriózní média napovídá, že se bude jednat o jazykové prostředky „vyšší úrovně“. Pokud čtete například nějaký článek o politice či jiných vážných tématech, určitě nebudete překvapeni, že v takovém typu textu nenajdete příliš banálních slov. Naopak takové texty bývají přesyceny odbornými termíny. Ohledně větné stavby se můžeme setkat se spíše rozvinutými větami, převážně souvětími. Neméně častým bývá také užívání přičestí a přechodníků, díky čemuž se text staví na vyšší úroveň.

1.3.2 Bulvár

Slovo *bulvár* pochází z francouzského *boulevard*, což v překladu znamená široká ulice, třída s významnou zelení. Zajímavostí je, že bulvár byl v každé zemi označován jinak. V českých zemích byl bulvární tisk označován jako *šestákový* nebo *krejcarový*, v USA *penny press* a v Německu *Groschenpresse*.

Se slovem bulvár je spojován nseriózní tisk, jinak řečeno pokleslý typ novin. „Bulvár se vyznačuje tématy, která se dotýkají soukromí lidí, texty jsou záměrně formulovány a zpracovávány tak, aby účinek působení na lidské city byl co největší“⁵⁰. Bulvárním tiskem se

⁴⁸ Syndikát novinářů České republiky, z.s. Syndikat-novinaru.cz [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>

⁴⁹ MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál, 2004.

⁵⁰ SCHNEIDEROVÁ, Soňa. Analýza diskurzu a mediální text. Charles University in Prague: Karolinum Press, 2015.

tedy rozumí, forma novinářského zpravodajství, která se zaměřuje na senzacechtivé a často nepravdivé zprávy o celebritách, zločinech, neobvyklých událostech a dalších tématech, která jsou považována za „zajímavá“ pro širokou veřejnost. Typickým znakem bulvárního tisku jsou silné emocionální podněty, snaha oslovit co největší publikum a používání kontroverzních a zavádějících titulků a nadpisů. „Bulvární média se tematicky zaměřují na senzace, skandály a neštěstí, navíc je podávají jednoduchou a zábavnou formou, jsou tedy určené víceméně k pasivní konzumaci, nikoliv k přemýšlení.“⁵¹ Co je však pro bulvární média typické, je častá kritika za to, že se nezabývají relevantními a důležitými tématy, a že mohou mít negativní vliv na kvalitu pravdy tím, že zaměřují pozornost na povrchní zprávy a odvádí ji od skutečných problémů společnosti.

Přídavné jméno „bulvární“ se však nepoužívá pouze pro označení spojovaná s tiskem, ale často i pro ostatní média, která přináší často neověřené informace, v některých případech získané nelegálními či neetickými způsoby.

Charakteristické znaky, které by měl bulvár mít, abychom ho tak mohli skutečně nazývat, je používání osobních zájmen, expresivních slov, častými jsou i atraktivní syntaktické konstrukce, kterými můžeme například rozumět věty s tzv. katastrofickou elipsou v titulku, taktéž je kladen důraz na vyjádření, které je konkrétnější a zaměřuje se především na detaily. Tento styl psaní je zaměřen na emoce a má za cíl vzbudit silné reakce u čtenářů. Články a titulky s katastrofickou elipsou, které se soustředí na dramatické události, jsou často používány, aby upoutaly pozornost a vytvořily pocit naléhavosti. Kromě toho se bulvární tisk zaměřuje na detaily a konkrétní vyjádření, aby zvýraznil důležitost události a zajistil silnou emocionální odezvu u čtenářů.

Dalším velmi důležitým znakem, kterým lze bulvár odlišit od seriózních novin, je jeho vizuální stránka. V bulvárním tisku nesmí chybět velké titulky a obrázky, zkrácené články. Taktéž je jazykem velmi specifický, může se setkat i s použitím vulgárních slov. Samotný text pracuje s výrazně emotivními slabikami a výkřiky, jednoduchou větovou skladbou a omezeným slovníkem.

Na první místě je pro bulvár důležitá aktuálnost témat, jejichž význam postupem času klesá. Logicky je to dáno tím, že čtenář prahne především po aktualitách, co se odehrávají nyní, vždy budou nejvíce aktuální témata, která jsou současná. V bulváru se taktéž můžeme často setkat s tématy, která zprostředkovávají pudové emoce (násilí, sex). Častým znakem jsou i vulgarismy, které se v poslední době začaly v bulváru objevovat v hojném počtu, proto se bulvár často pohybuje za hranicí etických norem.

⁵¹ OSVALDOVÁ, B. Praktická encyklopedie žurnalistiky. Praha: Libri, 2002

K bulváru v českém denním tisku se vztahují dva nejpopulárnější deníky, Blesk⁵² a Aha!.⁵³ Dříve byl velmi populárním tiskem také deník Šíp, který se však přestal tisknout již v roce 2016. Lze sem zařadit také tzv. společenské časopisy Rytmus života či Pestrý svět a časopisy pro teenagery Popcorn nebo Top dívky. Velmi populárním časopisem mezi mladými byl časopis Bravo, které mnoho lidí přezdívalo „Bravíčkem“. Tento časopis bych nejlépe nazvala jako časopis klepů o celebritách. Velmi pozoruhodné ale bylo to, že nikdo z čtenářů nevěděl, zda se zde uvádí pravdivá informace, nebo se zde vyskytuje pouze lež. To ale nikoho příliš neovlivňovalo, hlavní bylo být „in“ a číst časopis Bravo jako jiní.

Mezi internetové bulvární deníky patří např. Extra.cz,⁵⁴ Blesk.cz⁵⁵ nebo Expres.cz⁵⁶. Tyto deníky se zaměřují na bulvární zpravodajství, celebrity, zábavu a senzace. Čtenáři zde najdou články o osobním životě celebrit, skandálech, nejrůznějších tragédiích a také humoristické kousky.

Mezi ruský bulvární tisk zařazujeme internetová periodika Комсомольская правда⁵⁷, Экспресс газета⁵⁸ nebo Аргументы и факты⁵⁹. V ruských bulvárních médiích můžeme najít články o osobním životě celebrit, kriminálních činech, nejrůznějších tragédiích a také politických aférách.

V obou zemích se bulvární média často zaměřují na zájem čtenářů a používají expresivní a emocionální slovník, výstižné titulky a syntaktické konstrukce. Tyto prvky mají přilákat pozornost čtenářů. Bulvární média jsou v Česku i Rusku poměrně rozšířená a oblíbená. V obou zemích slouží především k zábavě a pobavení čtenářů, ale také k informování o různých událostech.

1.3.3 Problémy bulvarizace

S pojmem bulvár je často spojován i pojem *bulvarizace*. Tento termín označuje užívání bulvárních textů, jedná se o přijímání pravidel bulváru zavedenými běžnými médii⁶⁰. Bulvarizace spočívá rovněž v posunu funkcí daného média, respektive v příklonu k funkci zábavní na úkor funkce informační, vzdělávací atd.

⁵² Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz>

⁵³ Aha!.Ahaonline.cz [online]. 2001 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz>

⁵⁴ Extra. Extra.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.extra.cz>

⁵⁵ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz> "

⁵⁶ Expres. Expres.cz [online]. 1999 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.expres.cz>

⁵⁷ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.kp.ru>

⁵⁸ Экспресс газета. Eg.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.eg.ru>

⁵⁹ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://aif.ru>

⁶⁰ OSVALDOVÁ, B. a kol. 2008. Zpravodajství v médiích. Praha: Karolinum, 2001. ISBN WRÓBEL, A., 2008. Výchova a manipulace. Praha: Grada..

V bulvárních médiích se používá stručný a srozumitelná syntax, vyskytují se spíše jednoduché věty, často eliptické. Pro vyjádření emocí je v mnoha typech bulvárních deníků charakteristické i užití emočně zabarvených slov. „Bulvární médium je označení masového sdělovacího prostředku, pro nějž jsou charakteristické rysy lidské povahy. Jejich klíčovou součástí tvoří emoce. Právě díky emocím, které na člověka působí, se v bulvárech zobrazují další charakteristické rysy, jako jsou: panika, skandalizace, povrchnost, negativita či provokace.⁶¹ Provokace v sobě jako určitý děj nese jistou míru agrese: „provokace – často agresivní či jinak záporné úmyslné jednání vyvolávající reakci.“⁶² nebo „úmyslná vyzývavost, podněcování, pobuřující čin.“⁶³ V psaném textu ji poznáme za pomoci užití nevhodných či sprostých slov, nebo projevem urážlivého napadání směřované k adresované osobě.

Důležitým rysem provokace je to, že je podnícena vědomě a snaží se jedince uvést do stavu, kdy racionálně nepřemýšlí a nekontroluje své činy či slova. Jeho reakce tak může na ostatní působit agresivně. Provokace se však nevyskytuje pouze v mluveném či písemném projevu, může také vystupovat na fyzické úrovni, nicméně my se zaměříme na provokaci v médiích, konkrétně na její jazykové prostředky.

Charakteristickým znakem provokace na písemné úrovni je projev agrese. Agrese v tomto bodě hraje velkou roli. Jinými slovy, jestliže je člověk vyprovokován, začíná se u něj projevat agresivní chování, které se může odrazit na písemném projevu. Nejvíce agresivity toho typu najdeme právě v bulváru, který touto reakcí upoutává většího množství čtenářů.

K nejvíce užívaným jazykovým prostředkům provokace řadíme vulgarismy. To je však velmi ošemetné téma, jelikož je třeba rozlišit agresivní výrazy od sprostých neboli vulgárních slov. Slovy vyvolávajícími agresi se rozumí nepatřičné urážky, nadávky či slova, která mohou člověka ponížit či zesměšnit. Vyskytují se i sprostá slova (vulgarismy). Tyto výrazy jsou nevhodné a je známo, že vyvolají značnou negativní reakci.

Agresivní či vulgární slova jsou zejména užívána jako nadávka nebo jako prostředek k uvolnění vnitřního napětí. V českém jazyce spadají vulgarismy mezi tabuizovaná témata, tedy témata, o kterých se nemluví, např. sexualita, sebevražda atd.

Dalším jazykovým prostředkem charakteristickým pro provokaci je interpunkční znaménko ve formě vykřičníku. Toto znaménko nemusí vždy jen vyjadřovat rozkaz, ale také osočení člověka.

⁶¹ OSVALDOVÁ, B. a kol., 2007. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. Praha: Libri.

⁶² Dobrý slovník. Dobryslovník.cz [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <http://www.dobryslovník.cz/cestina?provokace>

⁶³ Slovník cizích slov ABZ. Slovník-cizich-slov.abz.cz [online]. 2005 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/provokace>

Pro větší napínavost a lepší vystínění provokace se v textu s oblibou užívá přímá řeč či citace slov vyprovokovaného jedince. V mediích si tohoto užití může všimnou při různých dialozích či uvedení jistého rozhovoru, který je poté přenesen do písemné podoby.

Dalšími charakteristickými znakem je ironie⁶⁴. Člověk, jež můžeme označit za ironického, lze označit i za průhledného. Ironie je spjata taky se slovem výsměch., což jak už je z názvu patrné, není příjemná věc a často u člověka vzbuzuje nějakou podnícenou agresivní reakci. Zde se dostáváme do bodu, kdy je člověk slovně vyprovokován.

Dalším používaným způsobem provokace může být i vědomé komolení jmen. Logicky, pokud někomu vědomě a úmyslně zkomolíte jméno, není to nic příjemného. Zde bych si z osobního pohledu dovolila říct, že se nejedná o příliš velkou míru provokace, nicméně provokací to můžeme nazvat.

Vizuální složka se stala charakteristickými znakem pro bulvár, což by mělo na první pohled přitáhnout větší míru čtenářů. V tištěných novinách tuto roli nejvíce zastává barva a velikost písma, velké množství fotografií a obrázků. V audiovizuálních médiích jsou to kromě obrazové složky také hudební složky, které u posluchače vzbuzují jisté emoce, a tím pádem i zájem.

Seriózní média se ale svou vizuální stránkou příliš neliší od těch bulvárních. Na titulních stranách vidíme čím dál větší písmena v nadpisech, než bylo doposud zvykem. Taktéž i fotografie jsou častokrát použity ve větších rozměrech, ty se však nevztahují k závažným společensko-politickým událostem, ale odkazují ke společensky méně podstatným jevům, například ke sportovním událostem nebo kultuře.

Titulní strana by měla být vyhrazena nejdůležitějším událostem, namísto toho však nabízí témata, která jsou známá z bulvárních novin. Může se jednat o módní katastrofu, kdy si nějaká celebrita zvolila nevhodný kousek oblečení. Dalším tématem jsou oblíbené kriminální kauzy, jež jsou znázorněny výstižným titulkem. Zbylou část článku však zaplňují fotografie.

Společným rysem jak už pro bulvár, tak pro seriózní tisk je využívání informací a faktů z hlediska uchopení tématu méně podstatných, ale atraktivních. Bulvár se většinou zajímá o lidská témata, čímž můžeme rozumět témata kriminální nebo zábavní.

V bulvárních médiích se ale problémem jeví velké množství užití jazykových prostředků. Podle tvrzení Briana McNaira se ale nerozlišuje jazyk pro zprávy kriminální či zábavní⁶⁵. Toto může vést k velkému problému a nepochopení ze strany recipientů. „Volba spisovného,

⁶⁴ Význam slova ironie souvisí také se slovem jízlivost, která se v rozhovoru váže zejména na intonaci hlasu, avšak v psaném textu ji můžeme také zaznamenat.

⁶⁵ MCNAIR, B. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.

hovorového či nespisovného tvaru, je závislá na mnoha faktorech. Tak např. v souladu se sdělovaným obsahem se u informací soukromějšího rázu zpravidla volí hovorový nebo nespisovný tvar.⁶⁶ V dnešní době můžeme ale tvrdit, že volba jazykových prostředků je zejména volena na základě upoutání čtenářů, nikoliv na základě dodržování etických norem.

I když tedy bulvár a seriózní tisk mají své odlišnosti, společným rysem je využívání atraktivních témat a informací. Nicméně, bulvár může být problematický z hlediska používání nadměrných jazykových prostředků a nedostatečného rozlišování mezi různými druhy jazyka. To může vést k nepochopení a nejasnostem ze strany čtenářů. Je tedy důležité, aby média využívala vhodný jazyk v souladu se sdělovaným obsahem a aby si byla vědoma vlivu, který mohou mít na své čtenáře.

1.4 Aspekty řečové agrese

1.4.1 Agrese a řečová agrese

Akademický slovník cizích slov *agresi* vysvětluje takto: „Agrese – jednání, jímž se projevuje úsilí vůči některému objektu nebo nepřátelství a útočnost s výrazným záměrem ublížit.“⁶⁷ Internetová sociologická encyklopedie pod pojmem agrese uvádí: „Agrese – v s-gickém a soc. psychol. smyslu chování, které vědomě a záměrně (intencionálně) poškozují druhého, ubližuje mu, způsobuje mu utrpení, omezuje ho a násilně mu brání ve výkonu činností, které chce vykonávat.“⁶⁸ Podle psychologického slovníku manželů Hartlových se agrese popisuje jako „útok, útočné či výbojné jednání vůči osobě, předmětu či překážce na cestě k uspokojení potřeby (reakce na frustraci); biologicky jakákoliv fyzická akce nebo hrozba akcí, kterou jednotlivec zmenšuje svobodu či genetickou způsobilost jiného jednotlivce“.⁶⁹ Celkově agresi můžeme definovat jako záměrné chování zaměřené na poškození nebo ovládnutí druhé osoby nebo skupiny. Může se jednat o fyzickou agresi, jako například útok nebo bití, nebo o verbální agresi, jako například urážky, výhrůžky nebo nadávky.

Pojem agresivita se příliš neliší od termínu agrese, jeho vysvětlení však není úplně totožné. Samotný pojem agresivita je tendence k útočnému jednání. Je podmíněna úmyslnou agresí (útok, napadení), jejímž cílem je poškodit, zničit či ublížit. Tato vlastnost je u každého člověka ve větší nebo menší míře přítomna. Agresivita může být člověku přímo vrozená, to

⁶⁶ ČMEJRKOVÁ, S. a HOFFMANNOVÁ J., ed. Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003.

⁶⁷ PETRÁČKOVÁ, V. a KRAUS. J. Akademický slovník cizích slov: [A-Ž]. Praha: Academia, 1997.

⁶⁸ Sociologická encyklopedie. Encyklopedie.soc.cas.cz [online]. 2018 [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Agrese>

⁶⁹ HARTL, P., HARTLOVÁ, H. Velký psychologický slovník. 2010. 4, Praha: Portál

znamená, že může být dědičná, anebo může být získaná, což se projevuje v průběhu života. Z pohledu Slovníku odborných termínů psychologického poradenství a speciální pedagogiky je agresivita definována takto: „Agresivita – tendence, vlastnost nebo způsob chování vyznačující se útočným zaměřením vůči objektu: (a) brachiální / fyzická, (b) verbální / slovní.“⁷⁰ Agresivita se obecně popisuje jako tendence k projevování agresivního chování. Jedná se o charakterový rys, který se může projevovat v různých situacích a může být vyvolán různými faktory, jako jsou biologické, psychologické a sociální.

Podle výše zmíněných jednotlivých definic vědců je agrese svázaná s negací, ať už se jedná o negativní emoce, motivaci, nebo také negativní postoj vůči někomu.

Za zmínku stojí také pojem agresivní chování, což představuje agresivní a násilné činy, které škodí druhému či okolí. V této práci se však tímto termínem zabývat nebudeme a budeme se věnovat pro nás přednější řečové agresi.

Pod „řečovou agresi“ rozumíme formu verbálního chování, která zahrnuje úmyslné použití slov nebo řečových projevů k útoku, ponižování, ovládnutí nebo manipulaci s jinou osobou. Samotnou agresi můžeme totiž definovat jako: „jednání, chování s cílem někomu ublížit, zastrašit ho ap.“⁷¹ Řečová agrese může být použita k ovládnutí a manipulaci s ostatními, k překrývání nebo zpochybňování názorů a pocitů druhých lidí, a může být použita k vytvoření pocitu méněcennosti u druhé osoby. Může mít vážné důsledky pro zdraví a blaho jednotlivců a může také negativně ovlivnit vztahy a interakce mezi lidmi.

Spolu s termínem řečová agrese se ve vědeckém diskurzu aktivně používají také další terminologické kombinace, například „verbální agrese“ nebo „jazyková agrese“. Abychom tyto pojmy mohli lépe pochopit, je vhodné je specifikovat ze strany odborníků.

Lingvistka J. V. Ščerbinina označuje jazykovou agresi jako: „обидное общение; словесное выражение негативных эмоций, чувств или намерений в оскорбительной, грубой, неприемлемой в данной речевой ситуации форме.“⁷² Jazyková agrese, jak ji definuje lingvistka, je projevem nerespektování základních pravidel komunikace a způsobem, jakým jsou vyjádřeny negativní emoce, pocity nebo záměry v urážlivé, hrubé a nevhodné formě. Takové jednání není akceptovatelné a může vést k narušení mezilidských vztahů a porušování etických a morálních standardů. Proto je důležité si uvědomit, že slova mají sílu a používání jazyka by mělo být vždy zodpovědné a ohleduplné.

⁷⁰ MEZERA, Antonín. Slovník odborných termínů psychologického poradenství a speciální pedagogiky [online]. Praha, 1997 [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.ppppraha7a8.cz/files/slovník%20odborných%20termínů.pdf>

⁷¹ Akademický slovník současné češtiny. Slovníkcestiny.cz [online]. 2012 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://slovníkcestiny.cz/heslo/agrese/0/4122>

⁷² Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. изд. 2-е. М. : Изд-во ЛКИ, 2008.

Podle Jiří Gazdy, v úzkém pojetí je „jazyková agrese chápána jako řečový akt nahrazující agresi fyzickou, a vyjadřuje urážku, výsměch, výhrůžku, nepřátelskou poznámku nebo kategorickou žádost bez použití ustálených prostředků řečové etikety.“⁷³ Jiří Gazda ve své práci také souhlasí s jinými badateli, jako je například Natalia Petrova, která pojímá jazykovou agresi jako jev, který je za hranicí etické normy. „Právě podle ní je jazyková agrese především spjata s negativitou, která se v řeči projevuje.“⁷⁴ Právě pro tento typ agrese je typické užívání jazykových prostředků, které nejsou pro komunikaci vhodné, mohou být užívány vědomě či nevědomě a následně vedou k negativnímu pocitu, k nelibosti a tím pádem i k jazykové agresi.

Pro vysvětlení pojmu verbální agrese můžeme uvést následující: „Verbální agrese je jev, který zachytil většinu sfér života moderní společnosti. Moderní řeč se stále více vyznačuje zvýšenou agresivitou, aktivním využíváním takových taktik chování řeči, jako je ignorování, lhaní, plísňení, urážky, diskreditace, hrozby atd. Řečové chování moderního rodilého mluvčího má takové vlastnosti, jako je neúcta k názorům druhých, porušení zásady plurality v hodnoceních a názorech, kategoričnost.“⁷⁵ Verbální agresi se ve své práci věnuje i Jindřiška Svobodová, která ji popisuje jako něco, co „lze chápat jako komunikační strategii související se snahou mluvčího poškodit adresáta.“⁷⁶ Hovoříme tedy o verbální agresi, jež souvisí s používáním slovních projevů k vyjádření agresivity nebo útočného chování vůči druhé osobě.

Ačkoli mezi těmito termíny existují patrné rozdíly, všechny pojmy mají společnou sémantickou složku – konfliktogenní řečové chování subjektu komunikace.

Podle různých vědců můžeme řečovou agresi dělit na aktivní a pasivní:

- a) Pod pojem aktivní řečová agrese spadají především slovní urážky, výhrůžky, negativní postoj, pobízení k agresivnímu jednání a násilí, ale také pomluvy.
- b) Pasivní řečovou agresi se podle B. M. Biragové rozumí „odmítnutí vést dialog, odpovídat na otázky nebo podat vysvětlení. S daným typem se lze setkat mnohem méně a je vlastní žánrům, ve kterých se uplatňuje dialog, tzn. v interview, debatách či talk show.“⁷⁷

⁷³ GAZDA, J., 2013. Jazykové prostředky řečové agrese v ruském a českém tisku [online]. Brno: Masarykovu univerzita [cit. 2023-02-03]. Dostupné z: https://is.muni.cz/publication/1139015/Gazda_-_Jazykove_prostredky_receve_agrese_v_ruskem_a_ceskem_tisku.pdf

⁷⁴ ПЕТРОВА, Н. Е. – РАЦИБУРСКАЯ, Л. В. Формы проявления речевой агрессии в газетном тексте. In Русский язык в школе Нижний Новгород 2006, č.1, s. 76-82.

⁷⁵ Agrese řeči v tištěných médiích. Příčiny a důsledky agrese řeči. Vodatula.ru [online]. 2020 [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://vodatula.ru/cs/zhenskoe-zdorove/rechevaya-agressiya-v-pechatnyh-sredstvah-massovoi-informacii/>

⁷⁶ SVOBODOVÁ, J. Pragmalingvistické a sociopragmatické pohledy na vybrané komunikáty (nejenom) mediálního diskurzu. Praha, 2018. ISBN 978-80-244-5457-3.

⁷⁷ BIRAGOVÁ, B.M a Holý J. Slovník spisovného jazyka českého .

Biragová taktéž uvádí pojem manipulativní jazyková agrese, jež je prostředkem politické manipulace, která vede k zesílení negativity u posluchačů a čtenářů.

K různým aspektům řečového projevu, které mohou být použity pro dosažení určitého stylistického účinku, patří například snižené nebo nadnesené lexikální prostředky, nestandardní výrazy, spisovná slovní zásoba s negativním významem, metafory, synekdochy, ale také syntaktické prvky, jako jsou inverze, gradace, elipsa, řečnické otázky nebo opakování. „Úroveň stylistickou; lexikální (nestandardní výrazy; spisovná slovní zásoba s negativně hodnotícím významem; výrazy expresivně neutrální, které však v kontextu získávají pejorativní význam; metafory; synekdochy atd.); syntaktickou); morfologickou (pomocí jistých morfologických forem – zájmena neurčitá, citoslovce a částice) a fonetickou, která se projevuje v ústním projevu v podobě přízvuku, délky samohlásek a klesnutí nebo zvednutí hlasu.“⁷⁸ Z tvrzení vyplývá, že stylistická, lexikální, syntaktická, morfologická a fonetická úroveň jsou způsoby, jak může jazyk ovlivňovat význam a účinek řeči.

Řečová agrese se taktéž může rozlišovat podle intenzity (silná a slabá) či podle úmyslu (záměrná a nezáměrná).⁷⁹ Intenzita řečové agrese se může lišit od mírné až po silnou, což ovlivňuje závažnost dopadu na příjemce zprávy. Například mírná řečová agrese může být vyjádřena v podobě nevhodného humoru, zatímco silná řečová agrese může být vyjádřena v podobě výhrůžek nebo urážek.

Úmysl řečové agrese také hraje roli v tom, jak je tato agrese vnímána a jak se na ni reaguje. Záměrná řečová agrese je úmyslné použití slov nebo projevů s cílem ublížit nebo způsobit bolest druhé osobě. Na druhé straně nezáměrná řečová agrese může být způsobena neuváženými slovy nebo projevy, které nebyly určeny k ublížení, ale stále mohou být zranitelné pro příjemce.

Je důležité si uvědomit, že bez ohledu na intenzitu a úmysl, řečová agrese může mít negativní dopad na psychické i fyzické zdraví příjemce, a proto by měla být odsouzena a potlačována v každé formě.

L. V. Balachonskaja ve svém článku popisuje řečovou agresi takto: „Речевая агрессия — это особая разновидность деструктивного поведения человека, ее цель заключается в причинении психологического вреда отдельной личности или группе людей в процессе речевой коммуникации. Проявляя речевую агрессию, субъект

⁷⁸ВАЛЕРИЕВНА, Г. А. Вербальная агрессия в словацком языке [online]. Москва: Московский государственный университета имени М.В.Ломоносова [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2009/slavic/galanina.pdf

⁷⁹ Wikisofia. Wikisofia.cz [online]. 2013 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: https://wikisofia.cz/wiki/Agrese_a_násil%C3%AD

(адресант) демонстрирует негативное отношение к кому- или чему-либо (к собеседнику или стороннему человеку / людям, к предметам материального мира, к социальным явлениям и т. п.), резкую оппозицию в отношении чьих-либо мнений или суждений, желание доминировать над другими участниками коммуникативного акта и навязывать им свою точку зрения.”⁸⁰ Zde si můžeme všimnout toho rozdílu, že někteří badatelé, ke kterým se řadí i Balachonskaja, popisují řečovou agresi spíše z hlediska psychologického, poněvadž agrese se podepisuje na psychice člověka a tím může způsobit i jeho psychickou újmu.

1.4.2 Řečová agrese v mediálním diskurzu

Některá moderní masmédiá si částečně osvojila užívání prostě sdělovacího neboli hovorového stylu. Tento styl je jazykem běžné každodenní komunikace. Slouží především k dorozumívání a z tohoto hlediska využívá běžnou slovní zásobou, jednoduchou větnou stavbu a jednoduchou kompozici. Pro tento styl jsou také specifické invektivy, což můžeme přeložit jako urážku, tedy blíže se jedná o slovní nebo písemné napadení. Podle M. A. Marzana, „invektivním (urážlivým) slovníkem rozumíme spisovná i nespisovná slova a výrazy, jejichž užívání porušuje normy veřejné morálky a naznačuje existenci verbální agrese.“⁸¹ Častým problémem se však stává, že novinář, který se rozhodne používat invektivy, často nerespektuje pravidla Kodexu profesionální etiky. Zde se nachází norma, která popisuje „nevhodnost používání urážlivého jazyka, který by měl silný vliv na morální a fyzické zdraví lidí.“⁸² Nicméně i navzdory tomuto pravidlu, se čím dál častěji setkáváme v médiích s urážlivými výrazy.

Dalšími prostředky, jež se vyskytují v různých masmédiích a mají tendenci vyvolávat řečovou agresi, jsou kromě invektiv také prostředky konfliktogenního jazyka. Těmito prostředky se v mediálním diskurzu vyvolává určitý konflikt, tedy nějaký spor, jinak řečeno jde o střet dvou nebo více protichůdných tendencí. Tento jazyk často působí především na psychiku, přičemž může urážet či ponižovat protivníka. Je však důležité zmínit, že pro masovou komunikaci je to ideologický konflikt, nikoli osobní.

⁸⁰БАЛАХОНСКАЯ, Л. В., & БЫКОВ, И. А. (2018). Речевая агрессия в политических блогах радиостанции «Эхо Москвы». Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература, 15(3), 492–506. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2018.313>

⁸¹МАРЗАН, М. А. Речевая агрессия в языке сми [online]. Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2017 [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylogolog/2017/02/2017-02-24.pdf>

⁸²КАЗАКОВ, Ю. М. Профессиональная этика журналиста. Indiana University: Izd-vo "Galeriia", 1999..

V dnešních masmédiích se častěji vyskytují prvky agrese, které vnucují názor, nebo mají úmysl nějakým způsobem urážet, to vše je využito především za účelem vtáhnutí čtenáře do problematiky článku a vyvolávat u něj určitou reakci, jelikož autoři textů ji vnímají jako něco, co čtenář nepřehlédne, co naopak zaujme jeho pozornost.

Obrovskou roli ve výskytu řečové agrese v mediálním diskurzu sehrál taktéž rozvoj internetových masmédií. Můžeme se zde potýkat s větší mírou nadávek, urážek, vyhrožování, což se v řadě diskusních skupin stalo zcela normálním způsobem komunikace. V online prostředí je pro uživatele značnou výhodou jejich anonymita, která jim dává pocit určitého bezpečí a pocit moci publikovat v podstatě vše – od hanlivých poznámek až ke komentářům spadajícím do oblasti přestupků. Málokdy se však stane, že by bylo odhaleno pravé jméno anonyma, a že by byl za své nevhodné chování řádně potrestán, což je dalším důvodem užívání anonymity. Zkrátka díky internetu se lidé méně bojí vyjádřit svůj názor, který zanechávají prostřednictvím komentářů, kde mohou psát nepravdivé informace, pomluvy nebo vyloženě nenávistné texty.

1.4.3 Druhy řečové agrese

Pro popis jednotlivých druhů řečové agrese jsem se rozhodla uvést rozřídění podle V. Ju. Ščerbininové, která řečovou agresi klasifikuje na jednotlivé typy podle stupně zaměření, intenzity řečové agrese a výrazu.⁸³

1. Podle stupně zaměření rozlišujeme vědomou (účelnou) řečovou a nevědomou řečovou agresi.

2. Podle intenzity řečové agrese rozlišujeme silnou řečovou agresi (silná touha urazit partnera) a slabou řečovou agresi).

3. Podle výrazu rozlišujeme explicitní řečovou agresi a implicitní řečovou agresi.

Celkově z klasifikace Ščerbininové můžeme konstatovat, že vědomá řečová agrese má za úkol ponižit, urazit nebo ovlivnit soupeře, zatímco nevědomá řečová agrese se projevuje snahou o zvýšení sebeúcty nebo prosazení sebe sama. Silná řečová agrese se projevuje touhou urazit partnera, zatímco slabá dodržuje pravidla zdvořilosti, například prostřednictvím ironie. Explicitní řečová agrese otevřeně ukazuje myšlenky a názory, kdežto implicitní řečová agrese má skrytý vliv na vědomí publika s cílem prosadit myšlenky a úhly pohledu.

Tato klasifikace poskytuje ucelený pohled na různé typy řečové agrese a umožňuje lépe porozumět tomuto fenoménu.

⁸³ ЩЕРБИНИНА, В.Ю. Педагогический дискурс: мыслить — говорить — действовать [online]. Флинта, 2010 [cit. 2023-05-05].

Část 2. Analýza jazykových prostředků řečové agrese v ruských a českých masmédiích

2.1 Představení principů provedení analýzy jazykových prostředků řečové agrese

V praktické části bakalářské práce jsme se pokusili o analýzu a rozčlenění jednotlivých nashromážděných jazykových materiálů, jež nesou rysy řečové agrese a při tom se vyskytují v českých a ruských periodikách. Celkově jsme nashromáždili 150 příkladů z českých a 150 příkladů z ruských médií, a to jak pro seriózní, tak i bulvární tisk (vyskytující se nejen v titulcích, ale i v samotném toku mediálního textu).

Všechny tabulky s ruskými i českými jazykovými prvky jak v seriózním a bulvárním tisku tak i s celkovým zastoupením jsou uvedeny v přílohách.

Vybranými médii se staly ty, které jsou pro každou jednotlivou zemi nejpopulárnější a z hlediska počtu čtenářů nejnavštěvovanější.

Z bulvárních ruských médií můžeme uvést periodika Комсомольская правда⁸⁴, Экспресс газета,⁸⁵ Аргументы и факты⁸⁶, Lenta.ru⁸⁷, Gazeta.ru⁸⁸ nebo Известия.⁸⁹ Celkem se nám podařilo nashromáždít 115 příkladů. Pro analýzu v seriózních ruských médiích byly voleny jazykových prostředky z periodik Rbc.ru⁹⁰, Rg.ru⁹¹, Ведомости⁹² nebo Коммерсант⁹³. Zde byl celkový počet nashromážděného materiálu 35 příkladů. Pro české jazykové prostředky vyskytující se v bulvárních médiích jsme zvolili populární média: Blesk⁹⁴, Expres⁹⁵, Super⁹⁶, Aha!⁹⁷, Šíp⁹⁸,

⁸⁴ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.kp.ru>

⁸⁵ Экспресс газета. Eg.ru [online]. 2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.eg.ru>

⁸⁶ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 2020 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://aif.ru>

⁸⁷ Lenta. Lenta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://lenta.ru>

⁸⁸ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru>

⁸⁹ Известия. Iz.ru [online]. 1917 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://iz.ru>

⁹⁰ Rbc.ru [online]. 1995 [cit. 2023-04-29]. Rbc Dostupné z: <https://www.rbc.ru>

⁹¹ Rg. Rg.ru [online]. 2012 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://rg.ru>

⁹² Ведомости. vedomosti.ru [online]. 2012 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru>

⁹³ Коммерсант. www.vedomosti.ru [online]. 2019 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru>

⁹⁴ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz>

⁹⁵ Expres. Expres.cz [online]. 1999 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.expres.cz>

⁹⁶ Super.cz [online]. 2010 [cit. 2023-04- Super 26]. Dostupné z: <https://www.super.cz>

⁹⁷ Aha!. Ahaonline.cz [online]. 2001 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz>

⁹⁸ Šíp. Sip.denik.cz [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://sip.denik.cz>

Extra⁹⁹, Óčko¹⁰⁰Refresher¹⁰¹, Sport¹⁰²nebo eFotbal.¹⁰³ Nashromážděných příkladů zde bylo 49. Ze seriózních českých médiích byly vybrány: Novinky¹⁰⁴, Deník¹⁰⁵, iDnes¹⁰⁶, Echo24¹⁰⁷, Seznam-zprávy¹⁰⁸, tn-nova¹⁰⁹, cnn-prima¹¹⁰ a ihned.¹¹¹. Zde bylo zaznamenáno 96 příkladů.

Dalším odůvodnění výběru daných médií se jeví jejich aktuálnost a jejich tematika, která zachycuje prvky řečové agrese. Nashromážděné materiály bylo proto voleny v rozmezí nanejvýš 10 let, tudíž nejstarší uvedený příklad je z roku 2013.

Při analýze jsme popisovali jednotlivé skupiny podle počtu zastoupených jazykových prostředků uvedených v masmédiích a následně na daných příkladech vysvětlujeme, proč se jedná právě o konkrétní kategorii.

Pro popis metody a analýzy jsme příslušný materiál shromažďovali z aktuálních ruských a českých periodik, kde jsme se nesoustředili jen na mediální titulky, ale snažili jsme se nalézt jazykové prostředky s prvky řečové agrese i v toku celého textu. Dále jsem pak tyto prostředky, klasifikovala do třech velkých kategorií (urážky, vulgarismy a frazeologismy) a to z hlediska jejich hojnosti používání v médiích.

Celkově popis metody a výzkumu byl proveden za cílem dosažení kvalitativních i kvantitativních výsledků, abychom získali co nejkomplexnější pohled na problém a mohli tak posoudit, kolikrát se tyto jazykové prostředky vyskytly v daných jazycích a v jednotlivých kategoriích.

Z celkového výzkumu můžeme tedy vyvodit, že nejvíce zastoupenou kategorií ve všech typech médií se staly vulgarismy a urážka. Především je to zapříčiněno užitím titulků, které nesou prvky řečové agrese, projevující se vulgární nebo urážlivou formou, a to za účelem co nejlépe zaujmout čtenáře. Závěr celkové analýzy je nejlépe viditelný na procentuálním zastoupení jednotlivých kategorií v přílohách ve formě grafů, zvláště pro česká a ruská média.

⁹⁹ Extra. Extra.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.extra.cz>

¹⁰⁰ Óčko. Ocko.tv [online]. 2002 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://ocko.tv>

¹⁰¹ Refresher. Refresher.cz [online]. 2011 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://refresher.cz>

¹⁰² Sport. Sport.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.sport.cz>

¹⁰³ eFotbal. Efotbal.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.efotbal.cz>

¹⁰⁴ Novinky. Novinky.cz [online]. 2003 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz>

¹⁰⁵ Deník. Denik.cz [online]. 2006 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.denik.cz>

¹⁰⁶ iDnes. Dnes.cz [online]. 1998 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz>

¹⁰⁷ Echo24. Echo24.cz [online]. 2014 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://echo24.cz>

¹⁰⁸ Seznam-zprávy. Seznamzpravy.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/>

¹⁰⁹ Tn-nova. Tn.nova.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://tn.nova.cz>

¹¹⁰ Cnn-prima. Cnn.iprima.cz [online]. 2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://cnn.iprima.cz>

¹¹¹ Hospodářské noviny. Hn.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://hn.cz>

2.2 Klasifikace jazykových prostředků řečové agrese

2.2.1 Urážka

Při analýze jsme zpozorovali, že urážka se stala celkově nejvíce zastoupenou kategorií v českých médiích s počtem 122 příkladů ze 150 nashromážděných. V ruských médiích se urážka vyskytovala taktéž nejhojněji s počtem 109 příkladů z celkových 150.

Definice pojmu urážka je podána v Толковом словаре Ожегова následovně „см. унижить. Оскорбление, унижающее достоинство.“¹¹² Abychom pojem lépe pochopili, uvedu i jednu českou definici „výrok, jednání, čin, který se dotýká něčí cti; pohana, potupa.“¹¹³ Z uvedených definice vyplývá, že hlavním rysem, jak poznat urážku na první pohled je narušení důstojnosti, cti a dobré pověsti druhých. Urážka bývá útočná a ponižující. Kromě slovního projevu bývá doprovázena gesty, pohyby, zvuky. Může se projevovat i nedostatkem respektu vůči jiným. Charakteristické je pro ni zesměšňování druhých, například na základě odlišné národnosti, sexuální orientace či druhých vlastností. Taktéž se vyznačuje i zesměšňováním nebo zpochybňováním autority člověka.

S pojmem urážka je často spojován i termín ponížení, což je stav, kdy dochází k snížení a zraňování důstojnosti člověka. Jedná se o záměrné chování, při němž jedinec pocítuje stud či hanbu a je vystaven nepříjemné situaci.

2.2.1.1 Urážka v bulvárních ruských médiích

Z celkové počtu byl výskyt urážek největší v bulvárních ruských médiích s celkovým zastoupením 88 jednotek.

Jak ukázala analýza, v textech bulvárních médií se vyskytují následující urážky: *идиот* (čes. idiot), *придурок* (čes. blbec), *сопляк* (čes. hulvát) a jiné, které slouží k negativnímu hodnocení a ponižování dotyčného jedince.

Většina nalezených příkladů obsahujících urážky ukazují na duševní neschopnost člověka, o kterém se mluví.

Například v následujícím příkladu z ruského periodika Комсомольская правда „*Кто, какой державный идиот придумывает такие темы для домашних заданий?! Это что, мы готовимся к войне?! Делаем заготовки писем родным?! Это дно, хотя, как я понимаю, далеко не последнее... - возмущалась Ольга.*“¹¹⁴ (kp.ru 27.11. 2018) je viditelné

¹¹² Gufo.me [online]. 2005 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://gufo.me/dict/ozhegov/унижение>

¹¹³ Slovník spisovného českého. jazyka Ssjc.ujc.cas.cz [online]. 2011 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://ssjc.ujc.cas.cz/search.php?hledej=Hledat&heslo=urážka&sti=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>

¹¹⁴ Комсомольская правда. Кр.ру [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.spb.kp.ru/daily/26909/3959170/>

užití urážlivého slova, jež je zde použito s cílem vyjádřit silný nesouhlas a kritiku. Výraz „*идиот*“ je považován za vulgární a urážlivé slovo. Také výraz „*дно*“ má negativní konotaci a zde je použito jako výraz odpad, již autor označuje adresovanou osobu.

V následujícím titulku můžeme pocíťovat jistou zahořklost autora textu, vůči osobě, jež označuje za blbce. „*Новым премьер-министром Великобритании стал 55-летний Борис Джонсон. По виду полный придурок.*“¹¹⁵ (Eg.ru 26.06.2019) Po přečtení titulku si můžeme také všimnout, že autor používá expresivní slovní spojení „*по виду полный придурок*“ pro vyjádření svého názoru, že nový premiér je neschopný a nekompetentní. Jedná se o neuctivé označení, které není vhodné používat v racionálním a respektujícím diskurzu.

Ve příkladech „*Впрочем, если не ненавидеть, то не презирать за умопомрачительный идиотизм их невозможно.*“¹¹⁶ (kommersant.ru 19.07.2022); „*Таковым дуракам, что ни в какую науку и службу не годятся.*“¹¹⁷ (kommersant.ru 03.04.2022) se používají slova a výrazy s negativní konotací, které mají za cíl ponižovat, urážet a zesměšňovat („*идиотизм*“, „*дуракам*“, „*презирать*“).

V některých případech autoři k diskreditaci subjektů používají metafory s negativní konotací. Tomu je tak v příkladu „*Польские художники изобразили Зеленского в образе прожорливой саранчи.*“¹¹⁸ (aif.ru 11.03.2023) kde se použitá metafora pro srovnání mezi prezidentem Ukrajiny Zelenským a sarančí, aby se zdůraznila pravá povaha politika, která podle autora textu, vypovídá o tom, že je nezodpovědný a jeho činy jsou ohavné.

V druhém příkladu „*Константин Белов. - Мы написали мэру письмо: раз для вас — это „чугунные болванчики“, то мы их выкупим по цене чугуна*“¹¹⁹ (kp.ru 27.03.2023) je metafora „*чугунные болванчики*“ (čes. litinové bloky, které nejsou použitelné) použita k popisu toho, jak neúčinně a nekvalitně úřad pracuje a jak se nezajímá o potřeby svých občanů.

Silnou míru urážky můžeme zaznamenat i zde: „*Главнокомандующий сопляк*“, - *сказал Де Ниро, представляя актрису Мэрил Стрип.*“¹²⁰ (kp.ru 11.01. 2018) V tomto případě jsou slova použita jako kritika a výsměch adresátovi prostřednictvím slovního spojení

¹¹⁵ Экспресс газета. Eg.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.eg.ru/politics/759599-boris-djonson-prikol-ministr-velikobritanii/>

¹¹⁶ Коммерсант. www.vedomosti.ru [online]. 2019 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/5469244?query=идиотизм>

¹¹⁷ Коммерсант. www.vedomosti.ru [online]. 2019 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/5284029?query=дурак>

¹¹⁸ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://aif.ru/politics/world/polskie_hudozhniki_izobrazili_zelenskogo_v_obraze_prozhorlivoy_saranchi.

¹¹⁹ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.kp.ru/daily/27482/4739435/>

¹²⁰ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.kp.ru/online/news/2985951/>

„Главнокомандующий **сопляк**“ (čes. velitel hlupák), jež označuje pejorativní až urážlivý výraz.

V následujícím titulku můžeme mluvit o zvláštní formě urážky, kdy sám autor textu kritizuje a odsuzuje sám sebe. Jedná se tedy o samo urážení a sebekritiku. „Иногда три дня нужно, чтобы остыть. А после ругаю себя: какой же я **козел!**“¹²¹ (Eg.ru 17.6.2014) Zde je vyjádřeno, že dotyčný se cítí být po nějaké situaci příliš emotivní nebo impulzivní, avšak dojde k uvědomění, že jeho reakce nebyly úplně adekvátní.

V titulku „Путин назвал „букашками“ авторов призывов к детскому суициду.“¹²² (vedomosti.ru 04.03.2021) se jedná opět o metaforu, protože slovo „букашки“ je použito jako obrazné označení pro lidi, kteří jsou nevýznamní a jejich činnost se jeví jako společensky nebezpečná.

V následujících příkladech se jedná o řečnické otázky, jelikož jsou položeny spíše pro zdůraznění a vyjádření nesouhlasu s něčím, než aby se skutečně očekávala odpověď. Z níže uvedených příkladů můžeme podotknout, že se řečnická otázka nejvíce vyskytovala v periodiku Комсомольская правда: „Сказочные дебилы, не находите? Они сами считают, что нет.“¹²³ (kp.ru 26.03.2023); „Какой идиот это придумал?“ Мама четвероклассницы, которую заставили написать „письмо отцу на фронт“, возмущилась заданием.“¹²⁴ (kp.ru 27.11.2018); „Ты нормальная вообще?“, „Гори в аду“ - и еще десятки подобных комментариев собрал пост сибирской блогерши в „Инстаграме.“¹²⁵ (kp.ru 28.4.2020).

Použití urážek v rámci řečnických otázek navíc naznačuje negativní postoj autora textu k popisované situaci a umocňuje pragmatický vliv na čtenáře.

V současnosti jsou v textech článků bulvárních médií často používány komentáře ze sociálních sítí, ve kterých jsou použity urážky. Tato technika se používá k demonstraci veřejného mínění týkající se problému. Pomocí této techniky se novináři částečně zbavují odpovědnosti za použití slovní zásoby, která nese negativní hodnocení.

V analýze byly zaznamenány tyto komentáře s negativní konotací: _ „Валите из России, предатели“, „Удачи на Украине“; „Только попробуйте в Уфу сунуться со

¹²¹ Экспресс газета. Eg.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.eg.ru/culture/43277/>

¹²² Ведомости. www.vedomosti.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2021/03/04/860274-putin-nazval-bukashkami-i-ublyudkami-avtorov-prizivov-k-detskomu-suicidu>

¹²³ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.kp.ru/daily/27482.5/4738984/>

¹²⁴ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: [htt](https://www.kp.ru/daily/27122/4207582/)

¹²⁵ Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2011 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.nsk.kp.ru/daily/27122/4207582/>

своими концертами!"; „**Крысы, предатели, лицемеры!**“ — возмутились комментаторы.¹²⁶ (gazeta.ru 22.08.2022). V českém překladu tento titulek můžeme přeložit jako „Krysy, zrádci, pokrytci!“. Právě tyto slova mají za účel dehumanizovat ty, kteří jsou označeni těmito výrazy, tedy představovat se jako nebezpečné a odpudivé bytosti, což může vést k jejich devalvací v očích čtenářů a snížení jejich společenského postavení. Užití těchto urážek tak může být považováno za manipulativní nebo agresivní prostředek, který má za cíl posílit autorův vlastní postoj a oslabit pozici těch, kteří jsou těmito výrazy označeni.

V následujícím příkladu hovoříme o tzv. etnofaulismu. Jedná se o termín, související s pojmem etnikum, což je: „společenství lidí, které spojuje původ, jazyk, kultura, mentalita ap., etnická skupina“.¹²⁷ Etnofaulismy se definují jako: „neoficiální názvy a označení používané místo oficiálních názvů a označení příslušníky určitého etnika vůči jinému etniku.“¹²⁸ Jedná se tedy o způsob, jakým mluvčí používají slova, která vytvářejí diskriminaci jiných etnických skupin. Etnofaulismus může být založen na předsudcích a může způsobit urážku nebo i násilí. Vyskytují se ve všech jazycích a jejich charakter mívá často legrační, zesměšňující či vulgární nádech.

V obou uvedených příkladech „*Это мы — те, кого поделили на правильных и неправильных, на малороссов и вышиватников. Те, кого называют быдлом, клоунами, хохлами. Но мы — это украинцы.*“¹²⁹ (gazeta.ru 10.04.2019), „*Социальная сеть Facebook заблокировала страницу депутата Госдумы Виталия Милонова за то, что он назвал украинцев „хохлами“, сообщает Фонтанка.ру.*“¹³⁰ (gazeta.ru 28.02.2017) se jedná o jeden a ten samý případ etnofaulismu. Výraz „*хохлы*“ se používá jako hanlivé označení pro obyvatele Ukrajiny a může být vnímán jako znevážení celého národa.

2.2.1.2 Urážka v seriózních ruských médiích

V seriózních ruských médiích z celkové počtu 35 příkladů byl výskyt urážky zaznamenán v 21 jednotkách.

Urážka "*идиот*" popisuje osobu s nízkou inteligencí nebo s neuváženým chováním. „*Дипломаты обвинили в малодушии представителя Белого дома, заявившего, что*

¹²⁶ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z https://www.gazeta.ru/culture/news/2022/08/22/n_18380582.shtml

¹²⁷ Akademický slovník současné češtiny. Slovníkcestiny.cz [online]. 2012 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://slovníkcestiny.cz/heslo/etnikum/0/22218>

¹²⁸ Slovník cizích slov ABZ. Slovník-cizich-slov.abz.cz [online]. 2005 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/etnofaulismy>

¹²⁹ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://www.gazeta.ru/politics/2019/04/10_a_12294319.shtml

¹³⁰ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://www.gazeta.ru/tech/news/2017/02/28/n_9738017.shtml

пилот, „врезавшийся“ в дрон, в лучшем случае просто **идиот**.¹³¹ (rbc.ru 28.03.2023); „В ответ на неуклюжий выпад Каспарова американский миллиардер назвал его **идиотом**.“¹³² (rg.ru 24.10.2022) V obou uvedených případech jsou urážky použity jako prostředek kritiky, která má za cíl snížit důvěryhodnost, prestiž nebo morálku napadené osoby.

V příkladu „Таковым **дуракам**, что ни в какую науку и службу не годятся...“¹³³ (kommersant.ru 03.04.2022) je použito slovo „дурак“, které slouží k označení osoby s nízkou inteligencí nebo s nedostatečnými znalostmi. Avšak v tomto případě, kdy se toto slovo používá k označení konkrétní osoby, je označení vnímáno jako urážka, protože má negativní konotaci a uráží tak osobu, na kterou se vztahuje.

V tomto případě se urážkou vyznačuje slovo „ублюдок“ (čes.bastard) „Нет смысла отвечать на этот бред симметрично. Тем более говорить что-то про уничтожение Украины. Надо просто уничтожать таких нацистских **ублюдков**, как тот, что сказал это“, — заявил зампред Совбеза“ РИА Новости.¹³⁴ (vedomosti.ru 01.12.2022) Tvzení je urážlivé, protože zde dochází k odsuzování a výzvě k násilí vůči jednotlivci na základě jeho názorů a identity. Může se používat jako urážka s významem „ignorantský, hloupý a zlý jedinec.“ Výraz se používá obvykle ve chvíli, kdy chceme někoho slovně zranit nebo zesměšnit.

2.2.1.3 Urážka v bulvárních českých médiích

Urážka, byla zastoupena v bulvárních českých médiích nejvíce, celkově v 37 příkladech.

V bulvárních médiích se urážky často objevují v titulcích, kdy se autor snaží upoutat čtenářovu pozornost pomocí negativní expresivity. „Čermákovi píší: **Jsi šmírák!**“¹³⁵ (Ahaonline.cz 23.11.2016) V tomto titulku hovoříme o urážce, která je přímo adresována osobě. Výrok „šmírák“ je vnímán jako úmyslná urážka.

¹³¹ Rbc. Rbc.ru [online]. 1995 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.rbc.ru/politics/23/03/2023/641c71059a794705281e7119>

¹³² Rg. Rg.ru [online]. 2012 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: : <https://rg.ru>

¹³³ Коммерсант. www.vedomosti.ru [online]. 2019 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/5284029?query=дурак>

¹³⁴ Ведомости. www.vedomosti.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2022/12/01/953157-medvedev-prokommentiroval-slova-glavi-snbo-ukraini>

¹³⁵ Aha!. Ahaonline.cz [online]. 2001 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz/clanek/malery/127174/cermakovi-pisi-ysi-smirak.html?page=21>

V titulku „*Jsi lidská zrudá, zdechni!*“¹³⁶ (Blesk.cz 24.02.2019) nacházíme silné negativní hodnocení osoby, kterou označuje jako „*lidskou zrudu*“, což může způsobit emocionální újmu. Navíc výrok obsahuje násilné přání smrti, což může být vnímáno jako výhrůžka.

V příkladu „*Ty imbecile, neskryvej se, pojď sem!*“¹³⁷ (efotbal.cz 03.11.2016) slovo „*imbecil*“ je označení pro někoho, kdo je podle mluvčího hloupý nebo nezodpovědný. Výraz s negativní konotací „*neskryvej se*“ se jeví hrubým, jelikož je adresován někomu, kdo se nějakým způsobem snaží vyhnout odpovědnosti. Celkově lze tedy tento výrok považovat za hrubý a vulgární.

Výrok „*Ty bastarde. Taková drzost! Biatlonový suverén Bø vzbudil svými gesty silné reakce.*“¹³⁸ (Sport.cz 20. 03. 2023) obsahuje vulgarismus „*bastard*“ s významem označení nelegitimního potomka, tj. dítě narozené mimo manželství. Ve vulgarismech se také používá jako nadávka nebo urážka pro osobu, která je považována za zkaženou, nečestnou nebo neupřímnou.

V příkladu „*Největší trapasy Oscarů: Zdrogovaná Nicole Kidman, hrubián Hugh Grant a další katastrofy.*“¹³⁹ (Blesk.cz 13.03.2023) se jedná o ponížení a zesměšňování některých celebrit, které se dopustily trapasů během předávání Oscarů.

V uvedeném titulku „*Děsivá proměna v lidskou trosku: I takhle může vypadat krásná Tereza Ramba.*“¹⁴⁰ (Super.cz 20.04.2023) se používá metafora ve formě slova „*troska*“, jež je zde popisováno v přeneseném významu pro stav osoby. Slovo „*troska*“ se běžně používá k popisu například zničených staveb nebo vozidel, kde ztratily svou funkčnost nebo estetickou hodnotu.

¹³⁶ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-krimi/597140/jsi-lidska-zruda-zdechni-matka-utyraneho-chlapecka-3-dostala-drsny-vzkaz.html>

¹³⁷ eFotbal. Efotbal.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.efotbal.cz/clanek-171113-Ty-imbecile-rval-v-utrobach-Etiad-Stadium-rozliceny-Messi.html>

¹³⁸ Sport. Sport.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: https://www.sport.cz/clanek/zimni-sporty-biatlon-ty-bastarde-takova-drzost-biatlonovy-suveren-bo-vzbudil-svyymi-gesty-silne-reakce-4063761#dop_ab_variant=0&dop_source_zone_name=sport.sznhp.box&source=hp&seq_no=2&utm_campaign=&utm_medium=z-boxiku&utm_source=www.seznam.cz

¹³⁹ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-27] <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-krimi/597140/jsi-lidska-zruda-zdechni-matka-utyraneho-chlapecka-3-dostala-drsny-vzkaz.html>

¹⁴⁰ Super. Super.cz [online]. 2010 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.super.cz/1129359-desiva-promena-v-lidskou-trosku-i-takhle-muze-vypadat-krasna-tereza-ramba.html#source=hp&seq_no=15&dop_ab_variant=0&dop_source_zone_name=super.sznhp.box&utm_campaign=abtest219_novinky_na_pozici_1_varA&utm_medium=z-boxiku&utm_source=www.seznam.cz_medium=hint&utm_source=search.seznam.cz

V titulku „*Totální žumpa, musí být splachovací! Lidé nenechají na Železném nit suchou.*“¹⁴¹ (Sip.denik.cz 21. 03. 2023) se používá lexém „žumpa“ (odpad) pro upoutání pozornosti čtenáře.

V následujícím případě hovoříme o řečnické otázce „*Co je to za bezmozka? Člověk v Praze blokoval průjezd sanitky. Na řidiče vztyčil prostředníček!*“¹⁴² (Blesk.cz 20.10.2022, protože otázka „*Co je to za bezmozka?*“ není skutečnou žádostí o informaci, ale spíše je výrazem zděšení, nesouhlasu nebo zlosti. Řečnická otázka je zde použita jako prostředek k vyjádření názoru na konkrétní situaci.

V příkladu „*Zeman žádal abolici pro své „věrné“, potvrdil ministr Blažek. Pro Mynáře dokonce dvakrát!*“¹⁴³ (Blesk.cz 20.03.2023) nálepka „věrní“ se používá k označení skupiny lidí, kteří jsou politickými příznivci Miloše Zemana.

2.2.1.4 Urážka v seriózních českých médiích

Podobně jako v bulvárních médiích, tak i tady se nejvíce zastoupenou kategorií stala urážka s celkovým počtem 85 příkladů.

V titulku „*Poslanec Volný je možná buran bez vychování, větší přestupek ale spáchal ten, kdo mu vypnul mikrofon*“¹⁴⁴ (ihned.cz 22.01.2021) výraz „buran bez vychování“ se používá k označení člověka nevzdělaného, neokázalého a primitivního.

Další příklad „*Polovina stoupců Trumpa jsou ubožáci, zaútočila Clintonová. Pak se omluvila.*“¹⁴⁵ (Novinky.cz 10.09.2016) označuje stoupence Trumpa jako „ubožáky“, což je urážlivé a má za cíl zesměšnit ty, kdo podporují Donalda Trumpa.

V titulku „*Ukrajina se zřekla svého šampiona. Zelenskyj je největší hlupák a cirkusák, reaguje trenérka.*“¹⁴⁶ (cnn.iprima.cz 15.08.2022) slova „hlupák“ a „cirkusák“ k

¹⁴¹ Šíp. Sip.denik.cz [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://sip.denik.cz/celebrity/jakub-zelezny-policie.html>

¹⁴² Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/regiony-praha-praha-zpravy/726075/BASTAR-zdrzel-sanitku-a-ukazal-ji-prostrednicek-prevazela-dusiciho-se-cloveka-na-kysliku.html>

¹⁴³ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-politika/738413/zeman-zadal-abolici-pro-sve-verne-potvrdil-ministr-blazek-pro-mynare-dokonce-dvakrat.html>

¹⁴⁴ Hospodářské noviny. Hn.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://nazory.ihned.cz/komentare/c1-66872800-poslanec-volny-je-mozna-buran-bez-vychovani-vetsi-prestupek-ale-spachal-ten-kdo-mu-vypnul-mikrofon>

¹⁴⁵ Novinky. Novinky.cz [online]. 2003 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-amerika-polovina-stoupcu-trumpa-jsou-ubozaci-zautocila-clintonova-pak-se-omluvila-40007579>

¹⁴⁶ Cnn-prima. Cnn.iprima.cz [online]. 2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://cnn.iprima.cz/ukrajina-se-zrekla-sveho-sampiona-zelenskyj-je-nejvetsi-hlupak-reaguje-trenerka-170333>

označení prezidenta Zelenského. Slova mohou být považováno za urážku, protože poškozují jeho pověst.

Ve větě „*Je to ekonomika, oč tu běží, **blbečku!***“¹⁴⁷ (Novinky.cz, 15. 12. 2022) je použito slovo „*blbečku*“, což je vulgární oslovení pro někoho, koho si člověk nepřilíš váží a chce ho zesměšnit tím, že není dostatečně chytrý.

V příkladu „*Jdu z práce, půl osmá večer. Přicházím ke svému autu na parkovišti, sundávám si batoh i respirátor, chci nastoupit. Najednou na mě najede cizí auto a z okénka se jenom ozve: ‚Tady máš, **ty debile**‘ a pak mi v očích přistane něco pálivého,*“ popsal portálu iDNES.cz řidič sanitního vozu Tomáš Výrostek. „¹⁴⁸ (Ihnes.cz 09.03. 2021) je použito slovo „*debile*“, což je nadávka označující někoho jako hloupého nebo neschopného.

I v následujícím příkladě, hovoříme o urážce díky použití výrazu „*hlupák*“. „*Na co čumíš, **hlupáku**? Vrať se zpátky,*“ pokřikoval do místa mimo záběr kamery, kde se nacházel střelec dvou nizozemských gólů Wout Weghorst. „¹⁴⁹ (cnn.iprima.cz 31.01.2023) Slovo „*hlupák*“ je považováno za urážku, protože vyjadřuje nesouhlas s chováním nebo výkonem druhé osoby a zároveň snižuje její inteligenci nebo schopnosti.

V titulku „*Pro politiky jsme **národ krtečků**, říká autor dokumentu V síti Vít Klusák.*“¹⁵⁰ výraz „*národ krtečků*“ je etnofaulismem, jelikož označuje celý národ jako podobný zvířeti, který nevidí. Tento výraz zde může odkazovat na skupinu lidí, která nijak nereaguje na okolní skutečnosti, a naopak dělá jakoby nic.

V titulku „*Vášáryová ztratila poslední zábrany? **Nenažranci**, klejí Slováci.*“¹⁵¹ (Ahaonline.cz 02.06.2022) lexém „*nenažranci*“ vnímán jako negativní charakteristika celé skupiny lidí, což může být vnímáno jako urážlivé (nálepkování).

V příkladu „*Prezident Miloš Zeman se v rozhovoru pro MF DNES vyjádřil, že zkrachují jen ti **neschopní**.*“¹⁵² (tn.nova.cz 10.10. 2020) nálepka „*neschopní*“ je vnímána jako

¹⁴⁷ Novinky. Novinky.cz [online]. 2003 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/komentare-ocima-sasi-mitrofanova-je-to-politika-oc-tu-bezi-blbecku-40417546>

¹⁴⁸ iDnes. Dnes.cz [online]. 1998 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z https://www.idnes.cz/liberec/zpravy/peprovy-sprej-rouska-mladici-strikani-na-lidi-turnov.A210309_155832_liberec-zpravy_tm

¹⁴⁹ Cnn-prima. Cnn.iprima.cz [online]. 2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://cnn.iprima.cz/na-co-cumis-hlupaku-messi-lituje-vzacne-dabelske-tvare-kterou-ukazal-v-kataru-199516>

¹⁵⁰ Deník. Denik.cz [online]. 2006 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/spolecnost/klusak-dokument-vsiti-rozhovor.html>

¹⁵¹ Aha!. Ahaonline.cz [online]. 2001 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz/clanek/zhave-drby/194237/vasaryova-ztratila-posledni-zabrany-nenazranci-kleji-slovaci.html>

¹⁵² Tn-nova. Tn.nova.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/419409-neschopni-at-zkrachuji-kritizuji-me-blbecci-rika-prezident-zeman?campaignsrc=tn_clipboard

ponižování lidí, kteří se ocitnou v neúspěchu i přes to, že vynaloží všechnu snahu k tomu, aby přežili zkrachování.

V příkladu „*Pražská smetánka*“ by měla místo chození do barů číst knihy a vylepšovat tak svou nízkou úroveň vzdělanosti. Umělci vytvořili svá nejlepší díla, když byli hladoví. Kritici Zemana na sociálních sítích jsou „internetoví blbečci“. A lidé, kteří zlehčují koronavirus, zase „užvanění amatéři“. ¹⁵³ (Seznamzpravy.cz 10.10.2020) výraz „*pražská smetánka*“ je považován za nálepkou, která označuje skupinu lidí, jež si mohou dovolit luxusní životní styl a jsou často spojováni s kulturním, uměleckým a zábavním životem v Praze.

2.2.2 Vulgarismus

Termín vulgarismus neboli sprosté slovo se může zdát místy zavádějící, jelikož bývá v kontextu často spojován s urážkou. Oba pojmy náleží do obscénní slovní zásoby a oba vyzařují negativní a silně emotivní postoj k věci či člověku, nicméně vulgarismus narozdíl od urážky je v psaném i mluveném textu považován za nevhodný a nespisovný, proto často můžeme nalézt příklad vulgárního slova označeného symbolem hvězdičky *.

Vulgarismy se definují jako: „výrazy vyjadřující negativní a zároveň emotivní postoj mluvčího k člověku či věci, nesoucí expresivní odstín hrubosti či obhroublosti.“ ¹⁵⁴ Jsou to výrazy obscénní a používají se často k vyjádření silných emocí nebo nespokojenosti.

Dalším rozdílem mezi sprostým slovem a urážkou v českém i ruském jazyce je především to, že vulgarismy se týkají především tabuizovaných témat, což je například téma sexuálního chování, alkoholismu, témata užívání drog, prostituce a dalších.

Abychom tedy správně rozeznali urážku od vulgarismu, je třeba upřít pozornost jak na samotné téma daného textu (kde pro vulgarismy jsou typická výše uvedená tabuizovaná témata), tak i na jednání a úmysl napadajícího odrážející se na vnímání napadeného, díky čemuž můžeme rozeznat urážlivé chování.

2.2.2.1 Vulgarismus v bulvárních ruských médiích

Zde mají vulgarismy oproti urážce rapidně nižší zastoupení. Celkově se jedná pouze o 14 jednotek.

Z výzkumu jsme si mohli povšimnout, že většina vulgarismů užitá v bulvárním ruském tisku se často opakovala. V následujících třech příkladech, se jedná o jedno a totéž užití

¹⁵³ Seznam-zprávy. Seznamzpravy.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28].

Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/blbecci-a-neschopni-amateri-mluvi-k-vam-vas-prezident-123636>

¹⁵⁴ Nový encyklopedický slovník češtiny. Czechency.org [online]. 2012 [cit. 2023-05-05].

Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VULGARISMUS>

vulgárního slova „Убей эту **суку!**“ *Но это был еще не конец*¹⁵⁵. (lenta.ru 11.02.2023)
„Фурнье назвал Дюрэнта **сучкой** во время словесной перепалки.“ (sports.ru 26.01.2021)
„Все называют его [Смита] **сучкой**.“¹⁵⁶ (gazeta.ru 06.03.2023) Obvykle se vulgární slovo „сука“ v ruském jazyce používá k označení ženy, která je vnímána jako nevěrná, zrádná nebo neuctivá. Když se toto slovo používá k označení osoby, má obvykle účel urazit ho a degradovat jeho důstojnost. V uvedených příkladech se jedná o vulgární napadení osob, s nimiž mluvčí nesouhlasí nebo se s nimi pře.

Dalším příkladem vulgarismu můžeme označit použití výrazu " говно " (čes.hovno) „Унылое **говно** победило красивый футбол»: Червиченко о победе Хорватии над Бразилией.“¹⁵⁷ (gazeta.ru 13.03.2022) Jedná se o hrubý, vulgární výraz, který není vhodný pro veřejné publikování.

Při provádění analýzy jsme taktéž zaznamenali ruský příklad natolik silného vulgarismu, jež bylo nevhodné použít v psané formě, tudíž byl pouze naznačen za pomoci symbolu hvězdičky. „Иди мойся, свинья вонючая, я с такой тобой ***** [вступать в половой контакт] не буду“¹⁵⁸ (gazeta.ru 23.08.2022) Užití takových vulgarismů je považováno za nespisovné a neetické.

2.2.2.2 Vulgarismus v seriózních ruských médiích

Při výzkumu příkladů z ruských seriózních médií bylo zaznamenáno pouhých 8 jednotek vulgarismů.

V některých případech jsou vulgarismy použity ve stejném kontextu se stylisticky zabarvenou slovní zásobou, což zvyšuje negativní expresivitu řeči.

V příkladu „Можешь жить, где угодно. Не надо никому **лизать задницу**.“¹⁵⁹ (vedomosti.ru 29.10.2021) mluvíme o frazeologismu „лизать задницу“ ("lízat prdel"), což je vulgární idiom, který znamená, že někdo dělá něco lichotivého jinému, aby získal jeho přízeň nebo uznání.

¹⁵⁵ Lenta. Lenta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://lenta.ru/articles/2023/02/11/nasyrova/>

¹⁵⁶ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/culture/news/2023/03/06/19900567.shtml>

¹⁵⁷ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/sport/news/2022/12/10/19237129.shtml>

¹⁵⁸ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/social/news/2022/08/23/18392180.shtml>

¹⁵⁹ Ведомости. www.vedomosti.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/sport/hockey/articles/2021/10/29/893706-artemii-panarin-viros-bez-roditelei-no-pokoril-manhattan-zarabivaet-millioni-i-pomogaet-bolnim>

Ve větě „Я тренируюсь, чтобы **надрать** твою задницу“.¹⁶⁰ (vedomosti.ru 25.01.2021) se používá vulgární výraz „надрать задницу“, který má význam „наказатъ“ v českém překladu potrestat.

V příkladech „Я не знаю, что делать, честно. Это просто **пипец** какой-то.“¹⁶¹ (kommersant.ru 19.03.2023); „Кроме того, она долго винила себя, что не смогла должным образом отреагировать. „Меня мучило, что на записи слышен мой жалкий лепет: „че вы руки распускаете, это **пипец**“, - цитирует ее BBC.“¹⁶² (vedomosti.ru 06.03.2018) je užito slovo „пипец“ jako eufemismus, který částečně maskuje foneticky podobné obscénní slovo. Použití slova „пипец“ je považováno za nevhodné, protože se jeví jako hrubý způsob vyjádření negativního postoje k situaci.

Ve výroku „Все **говноеды**, хейтеры, оценики, все, кто нас критиковал весь турнир и ждал еще до финала нашей осечки, большинство российских СМИ, это ваш хлеб! **Жуйте!!! Не подавитесь!!!!**“— добавил он¹⁶³ (sportrbc.ru 20.02.2022) se používá vulgární lexém „говноеды“ („hovnožrouti“), což je hrubý a urážlivý způsob označení lidí. Také použití sloves s negativní konotací ve formě imperativu s mnoha vykřičníky ukazuje na intenzitu emocí mluvčího.

V příkladu „Британский министр Уоллес, если вы не хотите на весь мир прослыть **конченым лгуном**, приведите хоть один пример того, как я „еженедельно угрожаю забросать всех ядерными бомбами“¹⁶⁴ (vedomost.ru 29.06.2022) se používá vulgární výraz „конченный лгун“ (češ. definitivní lhář). Zde je prosté slovo lhář použito s výrazem „definitivní“, což poté ještě více umocňuje projevem řečové agrese.

Ve větě „Они нас презирали, угнетали. Говорили — вы тут из-за **бабла**, мы тут патриоты, что вы тут делаете, вам тут не место“.¹⁶⁵ (iz.ru 05.09.2022) je užit lexém „bablo“, který má význam peníze. Tento výraz je zde použit za cílem zesměšnit a ponížit

¹⁶⁰ Ведомости. www.vedomosti.ru [online]. [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/sport/mma/news/2021/01/25/855336-pore-i-neit-dias-zayavili-o-zhelanii-podratsya-drug-s-drugom-v-ufc>

¹⁶¹ Коммерсант. www.vedomosti.ru [online]. [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/5886655?query=пипец>

¹⁶² Ведомости. www.vedomosti.ru [online]. [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/03/06/752939-zhurnalistska-bbc>

¹⁶³ Rbc. Rbc.ru [online]. 1995 [cit. 2023-04-29] Dostupné z: <https://sportrbc.ru/news/621219999a794738355c7fd0>

¹⁶⁴ Ведомости. www.vedomosti.ru [online]. [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2022/06/29/929115-peskov-nazval-hamstvom-viskazivaniya-britanskogo-ministra>

¹⁶⁵ Известия. Iz.ru [online]. 1917 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://iz.ru/1390762/2022-09-05/ukrainskii-eks-kontraktnik-rasskazal-ob-unizhenii-natsionalistami-sosluzhivtcev>

adresované osoby. Můžeme taktéž vyzorovat určitý styl utiskování a opovrhování, kde autor tvrdí, že daná osoba zde nemá co dělat a je zde pouze pro peníze.

2.2.2.3 Vulgarismus v bulvárních českých médiích

Počet vulgarismů v českých bulvárních médiích je pouze 6 jednotek. Stejný počet příkladů byl také zaznamenán pro výskyt českých frazeologismů v těchto periodikách.

Titulek „**Počůraná** Nikol z VyVolených dostala hysterák: Z loužičky vedle postele má prý deprese!“¹⁶⁶ (Ahaonline.cz 5.září 2013) obsahuje lexém „počůraná“, který se používá pro ponížení a zesměšňování osoby.

V příkladu „Slovenská královna **kačeřího zobáku** Silvia Kucherenko (36) dodržuje nařízenou karanténu a neustále nabádá lidi, aby byli doma.“¹⁶⁷ (Blesk, 1. dubna 2020) se používá metafora „kačeří zobák“ s negativní konotací.

V příkladu „**Ty drž hubu**,“ zařval Slávek i na Roberta, manžela Veroniky. Robert si urážky nenechal líbit.“¹⁶⁸ (Ahaonline.cz 01.04.2015) se používá výhrůžka „drž hubu“ s významem „zmlkni“. Obvykle se jedná o výraz nesouhlasu nějakého tvrzení, nebo o výraz podráždění nebo nespokojenosti, jako je to v tomto případě.

V příkladu „V posledním pudu sebezáchovy vyrval Renatě nůž a prosil jsem, aby mi zavolala záchranku. „Ona jen zařvala: **“Klidně si zdechni!”**“¹⁶⁹ (Blesk.cz, 14. 11. 2024) Výraz „Klidně si zdechni!“ je vulgární a agresivní výrok, který je považován za urážku spojenou s tužbou smrti. Jeho použití ukazuje na naprostou neúctu a nerespektování života a důstojnosti člověka.

2.2.2.5 Vulgarismus v seriózních českých médiích

Počet vulgarismů zde byl zaznamenán jako nejnižší, a to s celkovým počtem 6 jednotek. V příkladu „Miloš Zeman je **ku*da!** Podepsán F. Peroutka hlásá nápis pod sjezdem z dálnice na brněnské letiště. Zatím si nikdo nestěžoval, takže policie to neřeší.“¹⁷⁰

¹⁶⁶ Aha!. Ahaonline.cz [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz/clanek/zhave-drby/90117/pocurana-nikol-z-vyvolenych-dostala-hysterak-z-louzicky-vedle-postele-ma-pry-deprese.html>

¹⁶⁷ Blesk. Blesk.cz [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/celebrity-svetove-celebrity/639394/sexbomba-silvia-kucherenko-ukazala-fotky-ze-sve-svatby-bez-kacera-ji-to-seklo.html>

¹⁶⁸ Aha!. Ahaonline.cz [online]. 2001 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz/clanek/malery/106195/drsna-vymena-manzelek-mas-zenu-uplne-k-ho-nu-vriskal-psychoslavek-a-maval-pesti.html>

¹⁶⁹ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/regiony-ostrava/728232/klidne-zdechni-zarvala-renata-a-bodala-nozem-7-5-roku-prijala-s-ledovym-klidem.html> 40426220

¹⁷⁰ Tn-nova. Tn.nova.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/327791-utok-na-zemana-vulgarni-napis-v-brne-podepsal-autor-jako-peroutka?campaignsrc=tn_clipboard

(tn.nova.cz 06. 03. 2016) je použito vulgární a sprosté slovo, které bylo vy cenzurováno hvězdičkou, jelikož jeho pravý význam byl natolik nevhodný, že nebyl užit. Ani v plném psaném projevu.

Titulek „**Zdechni, děvko, vyhrožují Rusové české biatlonistce.**“¹⁷¹ (Idnes.cz 27. 01. 2017) obsahuje vulgarismus „*děvko*“ s významem „prostitutka, promiskuitní žena“, který se používá jako urážka žen, a také užívá hrubé přání v podobě slova „*zdechni*“.

2.2.3 Frazеologismy

Frazеologismus je ustálené slovní spojení, kde se původní význam slov mění na zcela jiný smysl sdělení. František Čermák, český jazykovědec a lexikograf, definoval frazeologismus následovně: „Frazеologismus je ustálený výraz, jehož význam je víceslovný a nelze jej odvodit z významů jednotlivých slov, z nichž je složen. Význam frazeologismu vychází z konvenčního užívání jazyka, ačkoli v mnoha případech může být spojen s obrazným významem.“¹⁷² Tato definice zdůrazňuje, že frazeologismus je víceslovný výraz, jehož význam nelze odvodit z jednotlivých slov, ale z konvenčního užívání jazyka.

Taktéž můžeme uvést ruské znění pojmu frazeologismus: „общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определённого лексико-грамматического состава.“¹⁷³ (Лингвистический энциклопедический словарь) Z definice můžeme tedy tvrdit, že idiomy jsou výrazy nebo fráze, které mají význam, který nelze odvodit z významu jednotlivých slov, z nichž jsou složeny. Tyto výrazy se používají jako konvenční způsob vyjádření nějakého konceptu, situace nebo myšlenky v daném jazyce.

2.2.3.1 Frazеologismy v bulvárních ruských médiích

Z celkové počtu 115 příkladů byl výskyt frazeologismů v bulvárních ruských médiích zaznamenán pro 14 jednotek.

¹⁷¹ iDnes. Dnes.cz [online]. 1998 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z : <https://ziegler.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=583171>

¹⁷² ČERMÁK, František: Frazеologie a idiomatika česká a obecná. Czech and General Phraseology. Praha: Karolinum 2007

¹⁷³ Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – Москва : Большая Российская энциклопедия, 2002. – 709 с. : табл. – Указ.: с. 627–707. –.

Z analýzy také vyplývá, že nejvíce frazeologismů bylo nalezeno v bulvárním periodiku Аргументы и факты¹⁷⁴.

V titulku „**Вырыл себе могилу сам.**“ *В Сети обсуждают скандалиста Дмитрия Назарова*“.¹⁷⁵ (aif.ru 25.01.2023) výraz „*рыть себе могилу*“ má význam „готовить кому-либо гибель, строить козни“. Frazeologismus se používá k popisu situace, kdy někdo jedná neuváženě nebo přijímá rozhodnutí způsobem, kdy poté není schopen čelit následkům. Jedná se o případ, kdy se někdo dostane do problémů důsledkem svých vlastních chyb.

V titulku „**Просили бы Россию на коленях**“. *Как Ирак прожил 20 лет после оккупации США?*“¹⁷⁶ (aif.ru 20.03.2023) frazeologismus „*просить на коленях*“ má význam „раскаиваться za ошибки“. V tomto kontextu výraz odpovídá popisu situace, kdy se Rusko považuje za silnou a mocnou zemi a ostatní státy jsou na ní závislé.

Frazeologismy se používají nejen v titulcích, ale i v obsahu samotného textu.

V příkladu „*Через несколько часов после голосования в СБ ООН президент Венесуэлы Николас Мадуро заявил, что весь мир видит стремление Запада загнать Россию в угол.*“.¹⁷⁷ (aif.ru 28.03.2023) výraz „*загнать в угол*“ má význam „ставит кого-либо в těžké, bezvýchodné положение.“ V tomto kontextu je frazém použit s významem přivést Rusko do takové situace, kdy už nebude úniku.

Ve větě „*Мария назвала бредом сивой кобылы слова о том, что ее сын избивал жену, актрису Дарью Мельникову.*“¹⁷⁸ (lenta.ru 27.01.2023) se používá frazeologismus „*бред сивой кобылы*“ (význam „něco бессмысленное, ерунда“) pro vyjádření nesmyslné otázky nebo hloupé myšlenky.

V příkladu „*Не обошли стороной послание президента России и СМИ из все менее дружественных стран. В британской газете Daily Express назвали речь Путина „леденящей душу.*“¹⁷⁹ (aif.ru 21.02.2023) frazeologická jednotka „*леденящий душу*“ má význam „чудовищный, наводящий ужас, ужасный, вселяющий ужас“. Výraz můžeme objasnit také českým frazeologismem „mít duši z ledu“, což je označení pro osobu velmi neemocionální, bezcitná a nevyjadřuje své pocity a emoce

¹⁷⁴ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://aif.ru>

¹⁷⁵ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://aif.ru/culture/person/vyryl_sebe_mogilu_sam_v_seti_obsuzhdayut_skandalista_dmitriya_nazarova

¹⁷⁶ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://aif.ru/politics/world/prosili_by_rossiyu_na_kolenyah_kak_irak_prozhil_20 лет_posle_okkupacii_ssha

¹⁷⁷ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://aif.ru/politics/world/vot_oon_kak_vashington_ne_stal_perechit_predskazaniyam_lavrova

¹⁷⁸ Lenta. Lenta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://lenta.ru/news/2023/01/27/smolyaninov/>

¹⁷⁹ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://aif.ru/politics/world/kuda_ohotnee_eshche_by_poslushal_putina_inosmi_ocenili_poslanie_prezidenta_rf

Užití frazeologismu v tomto titulku „*Такие „миротворцы“ – наши прямые враги. Волки в овечьей шкуре*“, — добавил он.“¹⁸⁰ (gazeta.ru 31.03.2023) vypovídá o pokrytci, člověku, který své špatné úmysly a činy zakrývá maskou ctnosti.

V některých příkladech jsou transformované frazeologické jednotky. V příkladu „*Дно социальной стремянки, стыдно просто. Надеюсь, в Украину ты не вернешься*“, — развил эту же мысль другой комментатор.“¹⁸¹ (aif.ru 06.03.2023) se slovní spojení „дно социальной стремянки“ (místo „быть внизу социальной лестницы“) používá k označení nejnižšího a nejméně žádoucího postavení. Jedná se tedy o jazykovou hru s metaforou, kde je původní význam slova „*стремянка*“, přenesen na kontext „дно sociálního žebříčku.“

2.2.3.2 Frazeologismy v seriózních ruských médiích

Zde bylo zaznamenáno celkově 6 příkladů výskytu frazeologismů pro ruský seriózní tisk.

V příkladu „*Даже если обвинения подтвердятся, системно это ничего не изменит – во время следующего кризиса найдется какой-нибудь другой „козел отпущения“, и история повторится.*“¹⁸² (vedomosti.ru 06.05.2010) se používá frazeologická jednotka „*козел отпущения*“ (čes. „obětní beránek“) jako urážlivé označení osoby, na kterou se přenáší vina, ačkoliv tato osoba se jí nedopustila. Tento výraz má negativní konotace, protože označuje osobu jako někoho, kdo je nevinný, ale přesto je vystaven kritice.

Jiný příklad je uveden třeba zde „*Что будут делать туристы в этой заднице мира, где из инфраструктуры имеется лишь неработающий и прогнивший до основания маяк, остается самой мрачной загадкой фильма.*“¹⁸³ (kommersant.ru 31.05.2022) V tomto užití se frazeologismus vyznačuje výrazem konec světa, čímž máme na mysli místo, které není ničím zajímavé a nic se v něm nenachází.

2.2.3.3 Frazeologismy v bulvárních českých médiích

Celkový počet zaznamenaných frazeologických jednotek v českých bulvárních periodikách byl taktéž 6.

¹⁸⁰ Gazeta.ru. Gazeta.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/army/2023/03/31/16488457.shtml>

¹⁸¹ Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 1991 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: u

¹⁸² Ведомости. www.vedomosti.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2010/05/06/vysokie-rejtingi---ne-panaceya-ot-defoltov>

¹⁸³ Коммерсант. www.vedomosti.ru [online]. [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/5379961?query=задница>

V příkladu „... Ty jsi tak trošku prostořeký, řekneš to **na plnou hubu** a je ti to jedno, jak to, kdo myslí. Já jsem člověk, který unese spousty věcí, což ty víš, proto si to dovolíš. Lidé to vzali, jakože je ti nepříjemný vyslovit váhu, i když je normální,“ vysvětlila, proč tohle téma na svém instagramovém účtu otevřela.¹⁸⁴ (Super.cz 19.04.2023) slovní spojení „na plnou hubu“ slouží pro vyjádření toho, že někdo mluví hlasitě a bez rozmyšlení, zkratka nepřemýšlí nad tím, co řekne.

V příkladu „Josef Kůrka v Survivoru **vrazil kudlu do zad** své největší partačce! Takhle Karolína Krézlová reagovala.“¹⁸⁵ (Super.cz 21.04.2023) výraz „vrazit kudlu do zad“ se používá pro popis vztahů mezi lidmi (někdo podvádí, pomlouvá nebo zraňuje někoho, kdo mu důvěřuje nebo se na něj spoléhá).

Užití frazeologismu v titulku „Horoskop na další týden: Kdo najde toho pravého a **kdo bude trnem v oku kolegů?**“¹⁸⁶ (blesk.cz 19. 03. 2023) se používá v souvislosti s konkurencí, rivalitou nebo osobními neshodami. Být trnem v oku znamená, že jste pro druhou osobu nepříjemným faktorem, který mu stojí v cestě nebo ho ovlivňuje negativně.

Konkrétně v tomto případě „**Můžou žrát, ale neměli by u toho tolik mlaskat**, říkávala moje babička vždy, když se objevil nějaký velký skandál, ať už korupce nebo nejrůznější „malé domů“, které si navzájem přihrávali mocní.“¹⁸⁷ (ihned.cz 21.01.2021) se autor zmiňuje o jídle a označuje se tím nevhodné chování lidí, kteří při jídle nadměrně mlaskají a vydávají rušivé zvuky, což může být pro ostatní velmi nepříjemné. Celkově tedy frazeologismus poukazuje na to, že i když vykonáváme nějakou činnost, měli bychom si být vědomi toho, jaký vliv to má na okolí a měli bychom se snažit být ohleduplní.

2.2.3.4 Frazeologismy v seriózních českých médiích

Celkem 11 jednotek bylo zaznamenáno pro frazeologismy v seriózních českých médiích.

¹⁸⁴ Super. Super.cz [online]. 2010 [cit. 2023-04-26].

Dostupné z: https://www.super.cz/1131419-novotny-schytal-kritiku-za-body-shaming-v-survivoru-dotyka-se-me-to-nikdy-bych-to-nikommu-nedelal-hajil-se.html#source=hp&seq_no=9&dop_ab_variant=0&dop_source_zone_name=super.sznhp.box&utm_campaign=abtest219_novinky_na_pozici_1_varA&utm_medium=z-boxiku&utm_source=www.seznam.cz

¹⁸⁵ Super. Super.cz [online]. 2010 [cit. 2023-04-26].

Dostupné z: https://www.super.cz/1132649-josef-kurka-v-survivoru-vrazil-kudlu-do-zad-sve-nejvetsi-partacce-takhle-karolina-krezlova-reagovala.html#dop_ab_variant=0&dop_source_zone_name=super.sznhp.box&source=hp&seq_no=1&utm_campaign=abtest219_novinky_na_pozici_1_varA&utm_medium=z-boxiku&utm_source=www.seznam.cz

¹⁸⁶ Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://horoskopy.blesk.cz/clanek/nove-horoskopy-astroclanky-astrologie/738048/horoskop-na-dalsi-tyden-kdo-najde-toho-praveho-a-kdo-bude-trnem-v-oku-kolegu.html?utm_source=horoskopy.blesk.cz&utm_medium=copy

¹⁸⁷ Hospodářské noviny. Hn.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-66871940-cechum-ceske-kure-nemcum-nemecka-auta/>

V příkladu „*Zelení dali od ČSSD ruce pryč.*“¹⁸⁸ (Novinky.cz 12.04.2021) frazeologismus „*dát od něčeho ruce pryč*“ znamená přestat se zabývat nějakou záležitostí, obvykle proto, že ji považujeme za nezáživnou nebo neuspokojivou. Slovo „*pryč*“ v tomto případě znamená „odejít“ nebo „ukončit“.

V příkladu „*Bohemia Energy si cucá z prstu závěrečná vyúčtování po kopnutí svých zákazníků do slabin.*“¹⁸⁹ (Krajskelisty.cz 04.11.2021) výraz „*cucat si z prstu*“ znamená vymyslet si něco bez jakéhokoli opodstatnění nebo důkazu.

V titulku „*Hana Zagorová: „Nedělej Zagorku“ mě těší, říkejte to.*“¹⁹⁰ (Idnes.cz 30.5.2014) se vyskytuje ustálené spojení (lingvoreálie) s významem „být nerozhodný“ Dělat Zagorku tedy znamená, že člověk neustále otálí a nemá se k jasnému rozhodnutí.

„*Sbohem a šáteček. Zeman se rozloučil textem básníka, kterého citoval už dříve.*“¹⁹¹ (cnn.iprima.cz 26.12.2022) frazeologismus „*Sbohem a šáteček*“ je známé loučení, které v češtině znamená definitivní rozloučení nebo odchod s nadsázkou. Jedná se o citát z básně Vítězslava Nezvala.

¹⁸⁸Novinky. Novinky.cz [online]. 2003 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/volby/do-poslanecke-snemovny/clanek/zeleni-dali-od-cssd-ruce-pryc-40356730>

¹⁸⁹Krajské listy. Www.krajskelisty.cz [online]. 2013 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.krajskelisty.cz/praha/26400-jen-platte-blbecci-komentar-stepana-chaba.htm>

¹⁹⁰iDnes. Dnes.cz [online]. 1998 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/revue/spolecnost/hana-zagorova-v-show-jana-krause.A140530_123713_lidicky_nh

¹⁹¹Cnn-prima. Cnn.iprima.cz [online]. 2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://cnn.iprima.cz/sbohem-a-satecek-zeman-se-rozloucil-slovy-basnika-ktere-citoval-uz-drive-popletl-par-slov-196501>

Závěr

Mediální diskurz a mediální text jsou složité a mnohvrstevnaté pojmy, které vyžadují detailní popis a definici. V rámci klasifikace masmédií jsme zohlednili specifikum různých typů médií, zejména seriózní a bulvární tisk. Problematika seriózního a bulvárního tisku se týká rozdílu mezi novinářskou prací, která se zaměřuje na důležité události a fakta. Seriózní novinářský tisk se snaží poskytnout čtenářům přesné informace o událostech a vývoji ve společnosti, ekonomice, politice a dalších oblastech. Zatímco bulvární tisk se soustředí na dramatické a kontroverzní události, skandály a slavné osobnosti. Je tedy důležité, aby lidé měli možnost si zvolit, jaké zdroje informací použijí, a aby novináři dbali na svou etiku a kvalitu své práce.

Dalším dílčím tématem byl koncept řečové agrese. Taktéž jsme se zabývali jednotlivými druhy řečové agrese, kde jsme uvedli rozdělení podle zaměření na vědomou a nevědomou řečovou agresi, podle intenzity na silnou a slabou a podle výrazu na explicitní a implicitní.

V praktické části práce byla provedena analýza jazykových prostředků řečové agrese v ruských a českých médiích. Celkově se nám podařilo nashromáždit 300 příkladů z ruských a českých periodik (seriózních a bulvárních) a následně všechny příklady klasifikovat do kategorií, jež nesou znaky negativní konotace nebo náleží do obscénní slovní zásoby.

Nejvíce jazykových prostředků bylo zaznamenáno pro loňský rok a rok 2023, kde média přímo zahlcovala řečová agrese, což bylo zapříčiněno tematikou války probíhající mezi Ruskem a Ukrajinou a také politickou událostí nových voleb prezidenta České republiky. Událostí, jež zachycuje prvky řečové agrese se stala také pandemie COVID-19, která otrásla celým světem.

Ze všeho nejvíce se ale jazykové prostředky spojené s řečovou agresí vyskytly v bulvárních médiích. Je to dáno zejména tím, že hlavním úkolem bulváru je co nejrychleji zaujmout pozornost recipienta, a to nejlépe na titulní stránce. Z analýzy můžeme tedy zpozorovat, že nejvíce příkladů zachycujících řečovou agresi, byly obsaženy v titulcích bulvárního tisku s počtem 164 příkladů (54,7 %), což je více jak polovina z celkových 300 příkladů pro ruský i český jazyk.

V celkové analýze praktické části jsme se soustředili na rozdělení jazykových prvků do tří velkých skupin, jež jsou urážka, vulgarismy a frazeologismy, jelikož právě z těchto kategorií bylo z nashromážděného materiálu objeveno nejvíce příkladů s rysy řečové agrese.

Jak ukázal výzkum, nejvíce zastoupenou kategorií ve všech typech médií se stala pro oba jazyky urážka, což je zapříčiněno užitím titulků, které nesou prvky řečové agrese, projevující se urážlivou formou, a to za účelem co nejlépe zaujmout čtenáře. V ruském tisku byla urážka zastoupena ve 109 příkladech (72,67 %) a v českém ve 122 příkladech (81,33 %). Urážka tak zaujímala v českém seriózním tisku jen o trochu větší procentuální zastoupení (84,16 %) než výskyt urážky v ruských bulvárních médiích (76,52 %).

V mediálním tisku se potýkáme i s problematikou výskytu vulgarismů, a to z několika důvodů. Jedním z nich může být snaha novinářů o přiblížení se k hovorovému stylu mluvy, což má za cíl vzbudit u čtenářů větší zájem a zároveň působit přirozeněji. Dalším faktorem může být snaha upoutat pozornost čtenářů nebo diváků, kteří jsou zvyklí na agresivnější a emotivnější jazyk používaný v různých druzích médií. Důvodem může být také přehnaná snaha novinářů o originalitu a nezávislost. Někteří novináři se snaží používat jazyk, který je co nejméně konvenční a odkazuje na jejich vlastní osobnost a styl. Vulgarismy jsou pak jedním z prostředků, jak dosáhnout tohoto cíle, správně by ale neměly být běžně používány v médiích, protože mohou působit nevhodně a urážlivě na některé čtenáře. Mediální tisk by měl být odpovědný a respektovat určitou úroveň jazykového stylu a etiky. Z analýzy můžeme zpozorovat, že výskyt vulgarismů v ruském tisku byl o několik procent vyšší (13,33 %) než v českém (8 %).

Taktéž bylo poukázáno na hojnost výskytu frazeologismů, jež měla v českých médiích nejvyšší zastoupení v seriózních periodikách (10,89 %) a v ruských bulvárních periodikách s celkovým procentuálním zastoupením (12,17 %). Posledním vyplývajícím poznatkem z celkové analýzy, byl podobný počet výskytu vulgarismů v obou médiích jak pro český, tak i ruský jazyk.

Bakalářská práce přinesla zajímavé poznatky o tom, jak se řečová agrese projevuje v ruských a českých internetových periodikách. Díky shromáždění a analýze velkého množství jazykových prvků se nám podařilo identifikovat nejen jednotlivé prostředky řečové agrese, ale také zjistit poměrný výskyt těchto prostředků v internetových médiích v obou zkoumaných jazycích.

Seznam literatury

- BARTOŠEK, J. 1996. Novinové titulky. In: NEBESKÁ, I. a A. MACUROVÁ. *Jazyk a jeho užívání*. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy. ISBN 80-85899-19-1.
- BARTOŠEK, J. 1997. *Jazyk žurnalistiky*. In: DANĚŠ, F. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia. ISBN 80-200-0617-6.
- BEDNÁŘ, V. 2011. *Internetová publicistika*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3452-1.
- BIRAGOVÁ, B.M. – HOLÝ J. *Slovník spisovného jazyka českého*. ISBN 80-200-1080-7.
- BURTON, G. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal. ISBN 80-85947-67-6.
- ČERMÁK, F. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná*. Czech and General Phraseology. Praha: Karolinum 2007
- ČERMÁK, I. 2003. *Agrese, identita, osobnost*. Brno: Psychologický ústav Akademie věd ČR. ISBN 80-86620-06-9.
- ČMEJRKOVÁ, S. *Jazyk médií a jeho konverzacionalizace*. *Jazykovědné aktuality* 45, 2008, č. 3-4, s. 87-100.
- ENCYKLOPEDICKÝ INSTITUT ČSAV. (1972). *Malý encyklopedický slovník A-Ž* Praha: ACADEMIE Nakladatelství české akademie věd
- FAIRCLOUGH, N. 2003. *Analysing Discourse*. Textual analysis for social research. London: Routledge. ISBN 0-415-25893-6
- FAIRCLOUGH, N. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995. 214 pp. ISBN 0-340-63222-4
- FOUCAULT, M. *Archeologie vědění*. Vydání druhé. Přeložil Čestmír PELIKÁN. Praha: Herrmann, 2016. ISBN 978-80-87054-43-7.
- FOUCAULT, M. *Slova a věci*. Brno. Computer Press (CP Books). 2007. ISBN 978-80-251-1713-2.
- GAZDA, J., 2013. *Jazykové prostředky řečové agrese v ruském a českém tisku* [online]. Brno: Masarykovu univerzita [cit. 2023-02-03]. Dostupné z: https://is.muni.cz/publication/1139015/Gazda_-_Jazykove_prostredky_recove_agrese_v_ruskem_a_ceskem_tisku.pdf
- GILES, D. *Psychologie médií*. Přeložil Helena Šolcová. Praha: Grada Publishing, 2012. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2
- HABERMAS, J. (1984) [1981]. *Theory of Communicative Action*, Volume One: Reason and the Rationalization of Society (Book). Translated by Thomas A. McCarthy. Boston, Mass.: Beacon Press. ISBN 978-0-8070-1507-0.

HARTL, P. – HARTLOVÁ, H. *Velký psychologický slovník*. 2010. 4, Praha: Portál, ISBN 978-80-7367-686-5

HASIL, J. *Interkulturní aspekty mezikulturní komunikace*. (2011).s.27 Ústí nad Labem: Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, ISBN, 978-80-7414-400-4

HELUS, Z. *Dítě v osobnostním pojetí: obrat k dítěti jako výzva a úkol pro učitele i rodiče*. Praha: Portál, 2004. Pedagogická praxe. ISBN 80-7178-888-0

HIRSCHOVÁ, M. – SVOBODOVÁ, J., 2014. *Komunikační strategie v jednom typu mediálního diskursu (televizní talk show)*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4457-4.

HOFFMANNOVÁ, J. MÜLLEROVÁ O – ZEMAN J. *Konverzace v češtině při rodinných a přátelských návštěvách*. Praha: Trizonia, 1999. ISBN 80-85573-71-7.

HOMOLÁČ, J. NEKVAPIL, J. KARHANOVÁ, K. (eds.). 2003. *Obráz Romů v střeoevropských masmédiích po roce 1989*. Brno: Doplněk. [online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://sreview.soc.cas.cz/pdfs/csr/2006/02/06.pdf>

CHELLMANN, B. *Média: Základní pojmy, návrhy, výroba*. Praha: Europa-Sobotáles, 2004. ISBN 80-86706-06-0.

JIRÁK, J. – KÖPLLOVÁ, B., 2007. *Média a společnost*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B., 2009. *Masová média*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-466-3.

KARLÍK, P. a kol., 1995. *Průruční mluvnice češtiny*. Praha: Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-624-8.

KRAUS, J. a kol., 1995. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia. ISBN 80-200-0497-1.

LANDWEHR, A. *Historische Diskursanalyse*. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2008. ISBN 978-35-9350-865-8.

LOTKO, E. *O globalizaci z hlediska lingvistického* [online]. Olomouc: Palackého univerzitou [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://bohemia.upol.cz/pdfs/boh/2012/01/01.pdf>

MCNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.

MEZERA, A. *Slovník odborných termínů psychologického poradenství a speciální pedagogiky* [online]. Praha. 1997. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.ppppraha7a8.cz/files/slovník%20odborných%20terminu.pdf>

MRÁZKOVÁ, K.: *Mišení žánrů, stylů a diskurzů v internetové komunikaci*. Praha: Academia 2022. ISBN: 978-80-200-3319-2

NEKVAPIL, J. (1,2), HOFFMANNOVÁ J. (3), HAJIČOVÁ E. (4), (2017): DISKURZ. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*. [cit. 2023-04-29] Dostupné z <https://www.czechency.org/slovník/DISKURZ>

NEKVAPIL, J. *Úvodem k monotematickému číslu „Analýza promluv a textů, analýza diskurzu*. Sociologický časopis – Czech Sociological Review 42, 2006, 263–267.[online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.academia.edu/40743253/HERMETISMUS_A_NOVÁ_MÉDIA_DISKURZIVNÍ_ANALÝZA_DISKUZNÍHO_FÓRA_FRABATO_HERMETISM_AND_NEW_MEDIA_DISCOURSE_ANALYSIS_OF_THE_DISCUSSION_FORUM_FRABATO_-_DIPLOMOVÁ_PRÁCE

NOVÁČEK, Č. 1987. *Rusko-český a česko-ruský slovník lingvistických terminů*. Praha: SPN. ISBN 14-640-88.

OSVALDOVÁ, B. a kol. 2008. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 978-80-246-1899-9

OSVALDOVÁ, B. a kol., 2007. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri. ISBN 978-80-7277-266-7.

PETRÁČKOVÁ, V. a KRAUS, J. *Akademický slovník cizích slov: [A-Ž]*. Praha: Academia, 1997. ISBN 80-200-0607-9.

ROMAŠEVSKÁ K. – LAH, J. Nový přístup k lingvoreáliím [online]. (2019), 2, s.58-67 [cit. 2023-04-27].

Dostupné:

https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/115669/Katerina_Romasevska_-_Josip_Lah_58-67.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SÁDLÍKOVÁ, M. a kol., 2005. *Velký česko-ruský slovník*. Praha: Leda. ISBN 80-7178-926-7.

SACHER R., 2000. *Byl jsem bulvární novinář: autentická zpráva o stavu novinářské etiky u nás*. Praha: Michal Zítka – Otakar II. ve spolupráci s nakl. Formát. ISBN 80-86355-57-8.

SCHNEIDEROVÁ, S. 2015. *Analýza diskurzu a mediální text*. Praha: Karolinum. ISBN 9788024628844.

SVOBODOVÁ, J. *Pragmalingvistické a sociopragmatické pohledy na vybrané komunikáty (nejenom) mediálního diskurzu*. Praha, 2018. ISBN 978-80-244-5457-3.

UCHYTEL, V. – TOMANOVÁ I. (2000) *Rusko-český, česko-ruský slovník*. 1. vydání. Praha: nakladatelství Josefa Šimona, SIMON AND SIMON PUBLISHERS.

VEČEŘA, P. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Grada Publishing, 2015. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-4178-9

WITTGENSTEIN, L. *O jistotě*. Přeložil Vlastimil ZÁTKA. Praha: Academia, 2010. Europa, sv. 26. ISBN 978-80-200-1905-9.

АРУТЮНОВА Н.Д. Дискурс. Речь / Н.Д. Арутюнова // *Лингвистический энциклопедический словарь* / глав. ред. В.Н. Ярцева. — М.: Науч. изд-во «Большая российская энциклопедия», 2002. ISBN 5-85270-031-2

БАЛАХОНСКАЯ, Л. В., & БЫКОВ, И. А. (2018). *Речевая агрессия в политических блогах радиостанции «Эхо Москвы»*. Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература, 15(3), 492–506. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2018.313>

БАСОВСКАЯ Е. Н. *Творцы черно-белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации* // Критика и семиотика. Новосибирск: НГУ, 2004. Вып. 7.

БИРАГОВА, Б. М. *Причины активизации речевой агрессии в СМИ*. In: Язык и стиль массовой коммуникации, 2006 [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/198/51198/24967?p_page=21

БУЛЬГИНА, Е. Ю. – СТЕКСОВА, Т. И. *Проявление языковой агрессии в СМИ* [online] Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/proyavlenie-yazykovoy-agressii-v-smi-1/viewer>

БЭРОН, Р. – РИЧАРДСОН, Д. *Агрессия*. Санкт-Петербург: Питер, 2001. ISBN 5-887-82294-5

ВАЛЕРИЕВНА, Г. А. *Вербальная агрессия в словацком языке* [online]. Москва: Московский государственный университета имени М.В.Ломоносова [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2009/slavic/galanina.pdf

ГРЕЧИХИН, М. В. *Роль языковых единиц с семантикой агрессии в организации текстов СМИ*. In Журналистика и медиаобразование Белгород 2007, s. 72–75.

ДОБРОСКЛОНСКАЯ, Т.Г. *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ* (Современная английская медиаречь): учеб. пособие. М.: Наука, 2008., с. 153. [online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf>

КАЗАКОВ, Ю. М. *Профессиональная этика журналиста*. Indiana University: Izd-vo "Galeriia", 1999. ISBN 9785813700149.

КАРАСИК, В.И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. М.: Гнозис, 2004. 390 с. ISBN 5–88234–552–2

КОНДРАШЕВА, Е.В. *Речевая агрессия в языке сми: разновидности и причины появления* [online] Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevaya-agressiya-v-yazyke-smi-raznovidnosti-i-prichiny-rojavleniya/viewer>

КРАСНЫХ, В. В. (2003) *«Свой» среди «чужих»: миф или реальность?* М. : Гнозис. ISBN 5-94244-004-2.

КУБРЯКОВА, Е.С. *О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (Обзор)* // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сборник обзоров. М.: РАН ИНИОН, 2000. С. 7-25. online]. [cit.

2023-04-26]. Dostupné z: https://www.studmed.ru/kubryakova-e-s-o-ponyatiyah-diskursa-i-diskursivnogo-analiza-v-sovremennoj-lingvistike_1c4d4893f80.html

КУЗНЕЦОВ, С. А. *Большой толковый словарь русского языка*. Санкт Петербург: Норинт, 2003. ISBN 5-7711-0015-3.

Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – Москва : Большая Российская энциклопедия, 2002. – 709 с. : табл. – Указ.: с. 627–707. – ISBN 5-85270-239-0.

МАРЗАН, М.А. *Речевая агрессия в языке сми* [online]. Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2017

[cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylogolog/2017/02/2017-02-24.pdf>

ПЕТРОВА, Н. Е. – РАЦИБУРСКАЯ, Л. В. *Формы проявления речевой агрессии в газетном тексте*. In *Русский язык в школе* Нижний Новгород 2006, č.1, s. 76-82. С. 136–137. ISBN 5-85270-031-2

ЩЕРБИНИНА, В.Ю. *Педагогический дискурс: мыслить — говорить — действовать* [online]. Флинта, 2010 [cit. 2023-05-05]. ISBN 978-5-9765-0872-9.

Internetové zdroje

Agrese řeči v tištěných médiích. Příčiny a důsledky agrese řeči. Vodatula.ru [online]. 2020 [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://vodatula.ru/cs/zhenskoe-zdorove/rehevaya-agressiya-v-pechatnyh-sredstvah-massovoi-informacii/>

Aha!. Ahaonline.cz [online]. 2001 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz>

Akademický slovník současné češtiny. Slovníkcestiny.cz [online]. 2012 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://slovníkcestiny.cz/uvod.php>

Aktuálně. Aktualne.cz [online]. 1999 [cit. 2023-05-02]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz>

Blesk. Blesk.cz [online]. 1992 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz>

Cnn-prima. Cnn.iprima.cz [online]. 2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://cnn.iprima.cz>

Czechtongue. Czechtongue.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://czechtongue.cz>

Časopis pro filosofii a lingvistiku. Home.zcu.cz [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: http://home.zcu.cz/~jalang/filling/issues/0001/0-programove_prohlaseni.html

Deník. Denik.cz [online]. 2006 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.denik.cz>

Dobry slovník. Dobryslovník.cz [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <http://dobryslovník.cz>

eFotbal. Efortbal.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.efotbal.cz>

Echo24. Echo24.cz [online]. 2014 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://echo24.cz>

Expres. Expres.cz [online]. 1999 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.expres.cz>

Extra. Extra.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.extra.cz>

Hospodářské noviny. Hn.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://hn.cz>

iDNES. Idnes.cz [online]. 1998 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz>

Internetová jazyková příručka. Prirucka.ujc.cas.cz [online]. 2005 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz>

Lidový slovník. Lidovyslovník.cz [online]. 2019 [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://lidovyslovník.cz>

Novinky. Novinky.cz [online]. 2003 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz>

Nový encyklopedický slovník češtiny. Czechency.org [online]. 2012 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <https://www.czechency.org>

Óčko. Ocko.tv [online]. 2002 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://ocko.tv>

Rbc. Rbc.ru [online]. 1995 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.rbc.ru>

Refresher. Refresher.cz [online]. 2011 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://refresher.cz>

Rg. Rg.ru [online]. 2012 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://rg.ru>

Seznam-zprávy. Seznamzpravy.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/>

Slovník cizích slov ABZ. Slovník-cizich-slov.abz.cz [online]. 2005 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz>

Slovník spisovného jazyka českého. Ssjc.ujc.cas.cz [online]. 2011 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://ssjc.ujc.cas.cz>

Sociologická encyklopedie. Encyklopedie.soc.cas.cz [online]. 2018 [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Hlavn%C3%AD_strana

Sport. Sport.cz [online]. 1996 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.sport.cz>

Super. Super.cz [online]. 2010 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.super.cz>

Šíp. Sip.denik.cz [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://sip.denik.cz>

Tn-nova. Tn.nova.cz [online]. 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://tn.nova.cz>

Wikisofia. Wikisofia.cz [online]. 2013 [cit. 2023-04.-01]. Dostupné z: https://wikisofia.cz/wiki/Agrese_a_nasil%C3%AD

Аргументы и факты. Aif.ru [online]. 2020 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://aif.ru>

Ведомости. Vedomosti.ru [online]. 1999 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru>

Комсомольская правда. Kp.ru [online]. 2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.kp.ru>

Малый академический словарь. Gufo.me [online]. 2005 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://gufo.me>

Лингвистический энциклопедический словарь. Tapemark.narod.ru [online]. 1990 [cit. 2023-05-05]. Dostupné z: <http://tapemark.narod.ru/les/>

Русский словарь. Ru.thefreedictionary.com [online]. 2003 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://ru.thefreedictionary.com>

Přílohy

Tabulka 1. Celkový výskyt zkoumaných jazykových prvků v ruských médiích

RUSKÉ JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY		
JAZYKOVÝ PROSTŘEDEK	POČET	PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ
Urážka	109	72,67 %
Vulgarismy	21	14,00 %
Frazeologismy	20	13,33 %
Celkem	150	100,00 %

Tabulka 2. Celkový výskyt zkoumaných jazykových prvků v ruských seriózních médiích

RUSKÉ JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY V SERIÓZÍCH MÉDIÍCH		
JAZYKOVÝ PROSTŘEDEK	POČET	PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ
Urážka	21	60,00 %
Vulgarismy	8	22,86 %
Frazeologismy	6	17,14 %
Celkem	35	100,00 %

Tabulka 3. Celkový výskyt zkoumaných jazykových prvků v ruských bulvárních médiích

RUSKÉ JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY V BULVÁRNÍCH MÉDIÍCH		
JAZYKOVÝ PROSTŘEDEK	POČET	PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ
Urážka	88	76,52 %
Frazeologismy	14	12,17 %
Vulgarismy	13	11,30 %
Celkem	115	100,00 %

Tabulka 4. Celkový výskyt zkoumaných jazykových prvků v českých médiích

ČESKÉ JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY		
JAZYKOVÝ PROSTŘEDEK	POČET	PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ
Urážka	122	81,33 %
Frazeologismy	17	11,33 %
Vulgarismy	12	8,00 %
Celkem	150	100,00 %

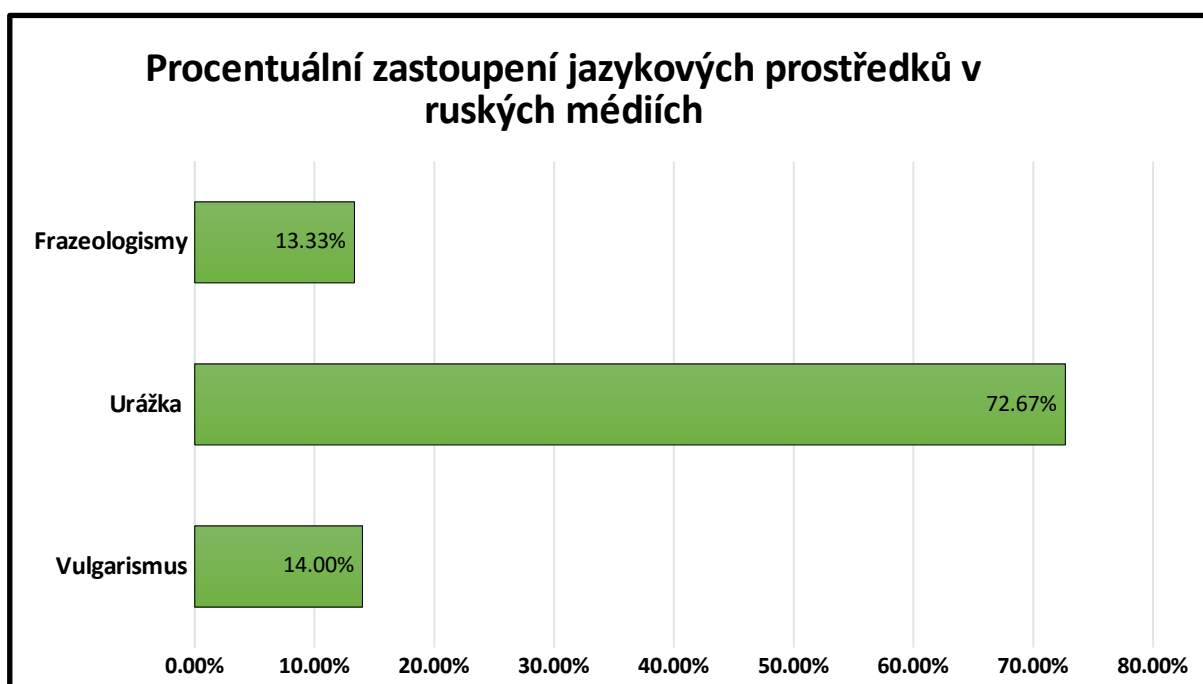
Tabulka 5. Celkový výskyt zkoumaných jazykových prvků v českých seriózních médiích

ČESKÉ JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY V SERIÓZÍCH MÉDIÍCH		
JAZYKOVÝ PROSTŘEDEK	POČET	PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ
Urážka	85	84,16 %
Frazeologismy	11	10,89 %
Vulgarismy	6	5,94 %
Celkem	101	100,00 %

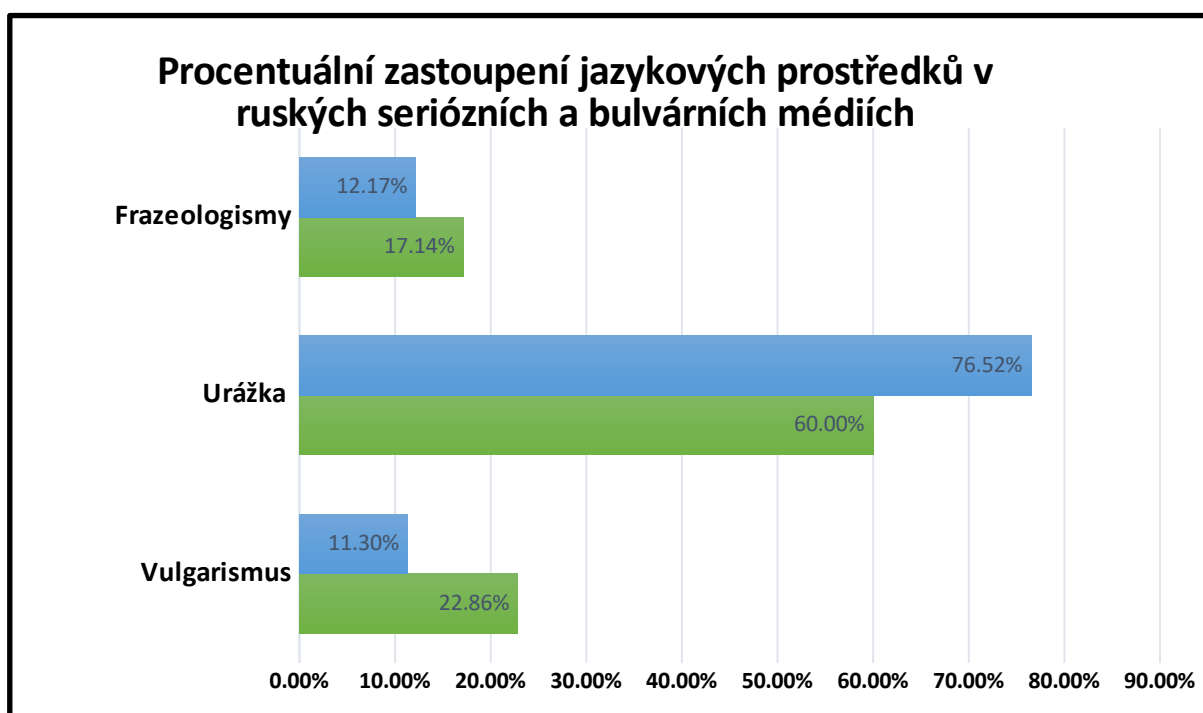
Tabulka 6. Celkový výskyt zkoumaných jazykových prvků v českých bulvárních médiích

ČESKÉ JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY V BULVÁRNÍCH MÉDIÍCH		
JAZYKOVÝ PROSTŘEDEK	POČET	PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ
Urážka	37	75,52 %
Vulgarismy	6	12,24 %
Frazeologismy	6	12,24 %
Celkem	49	100,00 %

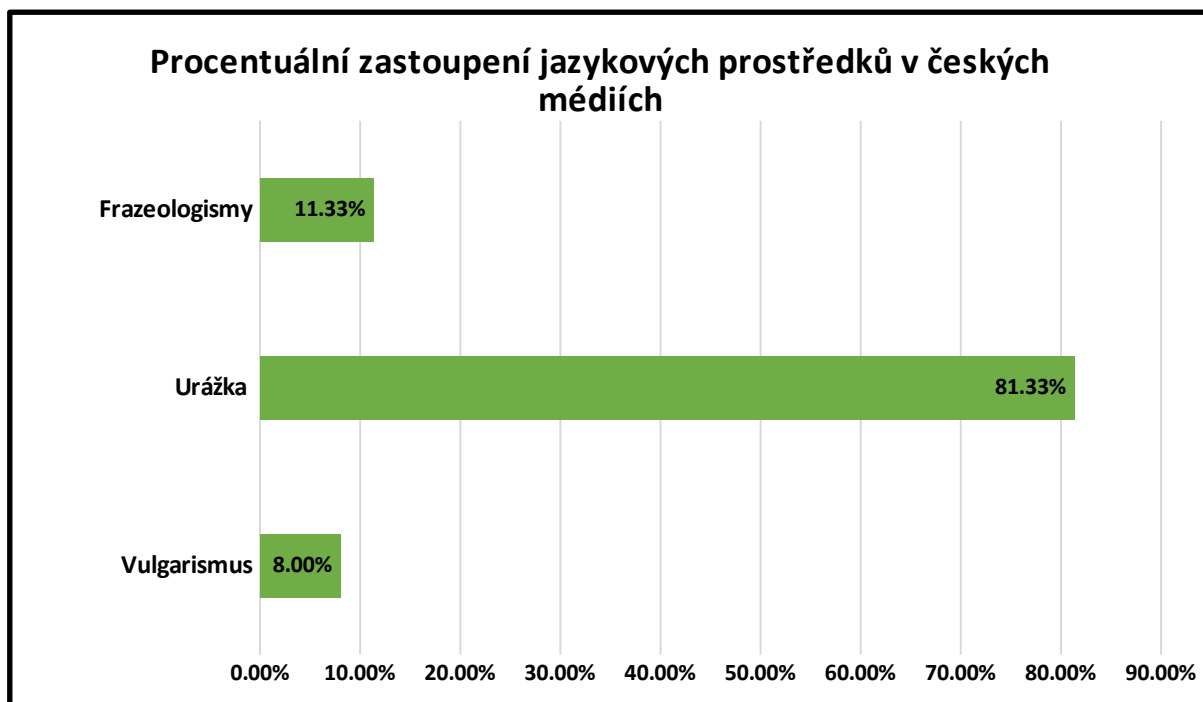
Graf č.1 znázorňující procentuální zastoupení jazykových prostředků v ruských médiích



Graf č.2 znázorňující procentuální zastoupení jazykových prostředků v ruských seriózních a bulvárních médiích



Graf č.3 znázorňující procentuální zastoupení jazykových prostředků v českých médiích



Graf č.4 znázorňující procentuální zastoupení jazykových prostředků v českých seriózních a bulvárních médiích

