

FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY KARLOVY V PRAZE

Ústav bohemistických studií

Yuliya Yezerska

Porovnání publicistického stylu v češtině a ruštině

Diplomová práce

Vedoucí práce Doc. PhDr. Hana Gladkova, CSc.

Obor: Čeština pro cizince

PRAHA 2008

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

V Praze dne 18. srpna 2008

Yuliya Yezerska

Děkuji Doc. PhDr. Haně Gladkové, CSc. za odborné vedení mé práce a cenné rady a podněty,
a dále Doc. PhDr. Olze Uličné za poskytnutí rady týkající se ruských stylistik.

OBSAH

1. ÚVOD.....	5
2. CHARAKTERISTIKA ANALYZOVANÉHO MATERIÁLU.....	7
2.1. Český týdeník Reflex.....	7
2.2. Ruský týdeník Ogoňok.....	8
2.3. Srovnatelnost shromážděného materiálu.....	9
3.POROVNÁNÍ PUBLICISTICKÉ TEORIE A TRADICE V ČEŠTINĚ A RUŠTINĚ..	9
3.1. Charakteristika publicistického stylu, česká a ruská teorie.....	9
3.2. Česká publicistická tradice.....	13
3.3. Ruská publicistická tradice.....	19
4. TÉMATICKÉ A GRAFICKÉ SROVNÁNÍ TÝDENÍKŮ.....	23
4.1. Média a společnost.....	23
4.2. Srovnatelnost jednotlivých rubrik.....	29
4.3. Publicistická témata.....	34
4.4. Poměr textových a grafických prvků – fotografie, reklama.....	36
5. JAZYKOVÁ ANALÝZA.....	43
5.1. Jazyk českých a ruských médií.....	43
5.2. Titulky. Analýza titulků.....	50
5.3. Jazykový rozbor textu	54
6. ZÁVĚR.....	62
7. BIBLIOGRAFIE.....	63
8. PŘÍLOHY.....	66

1. ÚVOD

Cílem této diplomové práce je porovnat současný publicistický styl v češtině a ruštině na základě současných periodik, charakterizovat a porovnat stylové prostředky a prvky používané v současném českém a ruském psaném publicistickém stylu. Východiskem pro tento úkol bude porovnání české a ruské publicistické tradice a teorie a charakteristika nejvýraznějších odlišností mezi nimi.

Materiálem pro porovnání ruského a českého publicistického stylu bude excerpce jednoho z nejčtenějších publicistických týdeníků v České republice, a to týdeníku **Reflex** a jednoho z nejčtenějších publicistických týdeníků v Rusku – týdeníku **Огонёк** (dále **Ogoňok**).¹ Tato volba vychází z porovnání typu periodika, jeho distribuce, obsahu a zaměření, čtenářské obce a recepce. Mým cílem bylo srovnat tyto týdeníky především z hlediska jazykového, tj. z hlediska stylu. Součástí jazykové analýzy však musí být též analýza obsahová a tematická. Excerpované texty bylo nezbytné omezit z hlediska rozsahu, volila jsem čistě vnější mechanické principy, abych nezkreslila eventuálně výsledky výzkumu. Pro svou analýzu jsem si vybrala týdeníky z let 1995, 2000 a 2005, tedy s časovým odstupem pěti let a po dvou číslech z každého ročníku náhodným výběrem a dle dostupnosti, a to z roku 1995 červencová čísla 28 a 30, z roku 2000 dubnové a červnové vydání - čísla 15 a 22, a z roku 2005 lednové a březnové vydání - čísla 3 a 12. Přesto byl materiál, který jsem srovnávala na jednu stranu obsáhlý, na druhou stranu ale byl reprezentativní z hlediska cíle práce – porovnání především současného publicistického stylu ve dvou zkoumaných jazycích. Snažila jsem se proto vysledovat jak určité společné rysy, tak i odlišné rysy a prvky, které se v obou týdenících objevují.

Z uvedených důvodů se v této části práce zabývám i srovnatelností uvedených týdeníků.

Samostatnou kapitolu jsem ve své práci věnovala základní charakteristice obou týdeníků, tedy jejich čtenosti, obsahu, rozsahu a počtu rubrik.

Teoretickým východiskem pro popis materiálu je charakteristika publicistického stylu v odborné literatuře a česká a ruská publicistická tradice v České republice a v Rusku.

Soustředím se zde na nejvýznamnější osobnosti, které se objevily u zrodu žurnalistiky v obou zemích, jelikož vytvořili pozitivní vzory publicistického stylu, jež dodnes jsou chápány jako norma a ovlivnily tak své nástupce, také se zabývám srovnáním teorie publicistického stylu v obou jazycích.

¹ Pozn.: dle české transliterační normy Ogonek, ovšem tento tvar je velice obtížné v češtině skloňovat, z tohoto důvodu volím přesnější transliteraci dle původního znění a to Ogoňok

V další kapitole se věnuji tématické analýze rubrik a článků v obou periodicích. Zabývám se zde publicistickými tématy, která se v jednotlivých rubrikách vyskytují, jejich rozsahem i zpracováním. Určité typické jevy se snažím zdůraznit uváděním konkrétních příkladů. Všímám si i grafické podoby týdeníků, zejména množství a velikosti publicistických textů a fotografií na jednotlivých stranách a také inzerce.

Ústřední kapitola je věnována jazykové analýze shromážděného materiálu. Zaměřuji se zde především na příznakové jazykové prostředky používané v publicistických textech, všímám si i základních tendencí ve větné stavbě a zabývám se rozborem z hlediska lexikologického a morfologického. Snažím se na konkrétních příkladech ukázat určité specifické jazykové jevy a zásadní odlišnosti, ale také i rysy shodné.

Jádro mé práce spočívá v postihu jednotlivých specifických charakteristik současného publicistického stylu v češtině a ruštině, ať již jde o charakteristiku tématickou, jazykovou či charakteristiku stylistických zásad a inventáře výrazových prostředků. Snažím se odhalit, čím si jsou publicistické styly v obou jazycích podobné a čím naopak odlišné, jaká shodná témata jsou pro ně charakteristická a jaké jsou typické jazykové prostředky pro jednotlivé žánry.

Cílem této práce je tedy systematické zhodnocení publicistického stylu v současné české a ruské psané publicistice na zvoleném materiálovém výseku.

2. CHARAKTERISTIKA ANALYZOVANÉHO MATERIÁLU

2.1. Český týdeník Reflex

Reflex je český celostátní společenský publicistický týdeník nové doby. Vychází od roku 1990. Věnuje se převážně společenským, politickým a kulturním tématům.

Vydavatelem časopisu je od roku 1993 společnost Ringier ČR, a.s. – je součástí mezinárodního vydavatelského koncernu se sídlem v Curychu, Švýcarsko. Časopis se vydává v České republice, k dostání v originále, tedy v češtině, je také na Slovensku, v Belgii, Německu, Rakousku, Švýcarsku a v Lucembursku. Patří k nejčtenějším magazínům svého druhu. Unie vydavatelů udělila Reflexu titul Časopis roku 2005 a 2006 v kategorii Společenský časopis. Náklad má v současné době kolem 60 tisíc a čtenářů kolem 250 tisíc.

Vychází každý čtvrtek. Šéfredaktorem je už od počátku 90. let Petr Bílek.

V 90. letech měl časopis kolem dvaceti stálých rubrik, postupem času se měnil, přizpůsoboval se době a dnes má také pohyblivý počet stálých rubrik a většinou také kolem dvaceti. Počet stránek se postupně zvyšoval, z počátečních šedesáti dnes má více jak devadesát stránek. Je ve formátu A4, barevný a ilustrovaný.

Mezi známé autory přispívající do časopisu patří Jiří X. Doležal, Tomáš Feřtek a Miloš Čermák.

Kromě jiného v Reflexu také pravidelně vychází již legendární komiksy Zelený Raoul a Hana a Hana.

Od ledna roku 2005 je Reflex rozšířen o přílohu EX - kulturní průvodce. Dvakrát ročně vychází samostatný titul X – Reflex interview, který obsahuje původní rozsáhlé rozhovory s deseti osobnostmi z oblasti umění, vědy, sportu a politiky, které připravili přední redaktoři a fotografové časopisu.

Jednou z aktivit Reflexu je Cannabis Cup, tradiční fotografická soutěž pořádaná již od roku 2004. V rámci této soutěže Reflex publikuje na stránkách časopisu vítězné fotky konopí, které vybírá odborná porota ze stovek přihlášených fotografií a obrázků.

Je zaměřen na střední věkovou vrstvu čtenářů, tj. převážně se orientuje na čtenáře od 20 do 60 let.

2.2. Ruský týdeník Ogoňok

Ogoňok je tradiční ruský celostátní společenský týdeník, který vychází již od roku 1899. Také jako Reflex se převážně věnuje politickým, společenským a kulturním událostem a komentuje je. Patří k nejčtenějším publicistickým časopisům svého druhu.

Vydává jej vydavatelství ZAO „Izdatělskij Dom „Ogoňok“, jehož majitel se od 90.let několikrát změnil, a dnes je toto vydavatelství uzavřenou akciovou společností. Ze začátku své „nové doby“ byl distribuován do většiny států SNS, dnes již jen do některých a většinou pouze soukromými maloobchodníky, dále je v originále, tedy v ruštině, dostupný ve státech jako Velká Británie, USA, Kanada, Francie, Švýcarsko a Německo. Náklad Ogoňku je v současné době o něco více, než u Reflexu, a to 69 tisíc, čtenářů má kolem 300 tisíc.

Vychází každé pondělí. Šéfredaktorem od roku 1995 do roku 1998 byl Lev Guščin, který právě musel tento týdeník přizpůsobit nové době - nové politické, ekonomické a společenské situaci tak, že týdeník musel být velmi zmodernizován – zmenšil se formát na A4, design - moderní grafika, barvy, fotografie a více zpravodajství. Od roku 1998 do roku 2003 byl šéfredaktorem Vladimír Černov, který se trochu vracel k tradičnímu stylu Ogoňku. A od roku 2003 dodnes je šéfredaktorem časopisu známý ruský novinář Viktor Lošak, který se drží tradice ať už jde o vzhled či obsah a preferuje publicistická společensko-kulturní témata.

Jak se uvádí na internetových stránkách tohoto týdeníku „Журнал ориентирован на качественный infotainment, насыщен мнениями людей, авторитетных для аудитории, щедро иллюстрирован фотографиями, рисунками, схемами и элементами инфографики. Содержит много прикладной, потребительской информации. Стиль подачи — говорить просто о сложном.“²

V roce 1995 měl časopis stejně jako Reflex kolem dvaceti stálých rubrik a jejich počet byl také pohyblivý, dnes je jich kolem sedmi, s tím, že každá rubrika má kolem deseti podrubrik, má tedy dnes více analytické publicistiky než zpravodajské, jak tomu bylo v devadesátých letech. Počet stránek se od roku 1995 trochu zmenšil, dnes jej tvoří přibližně pět a šedesát stránek.

Čtenáři Ogoňku, jak se mj. uvádí i na jeho internetových stránkách, jsou převážně ve věku od 18 do 25 a od 40 let výše, a časopis se v Rusku považuje za rodinný.

² www.ogoniok.ru/inside/

2.3. Srovnatelnost shromážděného materiálu

Jak jsem již uvedla výše, pro svou práci jsem si vybrala společenské publicistické týdeníky Reflex a Ogoňok kvůli jejich obsahové stránce, dlouhé tradici a poměrně vysoké čtenosti a oblíbenosti mezi čtenáři. Abych mohla provést srovnání publicistického stylu v obou týdenících, rozhodla jsem se, že se ve své analýze zaměřím na určitá časová období, ve kterých budu oba týdeníky porovnávat. Vybrala jsem si tedy ročníky 1995, 2000 a 2005 a z každého ročníku náhodným výběrem a dle dostupnosti po dvou číslech, a to z roku 1995 červencová čísla 28 a 30, z roku 2000 dubnové a červnové vydání – čísla 15 a 22, a z roku 2005 lednové a březnové vydání - čísla 3 a 12. Takže jsem měla k dispozici celkem dvanáct čísel ze tří ročníků s časovým odstupem po pěti letech. Výběr byl zcela náhodný, měl zajistit nedeformovaný zdroj materiálu, jehož omezení by nemělo způsobit zkreslení závěrů vyvozených z jazykové analýzy. Snažila jsem se vysledovat společné a odlišné rysy a prvky, které se v obou týdenících objevují a provést analýzu žánrového a tematického spektra současné české a ruské publicistiky.

3. POROVNÁNÍ PUBLICISTICKÉ TEORIE A TRADICE V ČEŠTINĚ A RUŠTINĚ

3.1. Charakteristika publicistického stylu a česká a ruská teorie

„Jazykový styl je způsob cílevědomého výběru a uspořádání (organizování) jazykových prostředků, který se uplatňuje při genezi textu. V hotovém komunikátu se pak projevuje jako princip organizace jazykových jednotek, který z části a jednotlivostí tvoří jednotu vyhovující komunikačnímu záměru autora.“³ V češtině se většinou počítá se čtyřmi základními funkčními styly: prostěsdělovacím, odborným, publicistickým a uměleckým. V ruské lingvistice „Согласно точки зрения В.В. Виноградова, стили языка - это совокупности, или "частные системы форм, слов, рядов слов и конструкций внутри единой структуры языка." Отсюда стили: научный, официально-деловой, публицистический, художественный и разговорно-бытовой.“⁴ Takže v ruštině se počítá s pěti základními funkčními styly.

³ Čechová, M. a kol., *Současná česká stylistika*, ISV nakladatelství, Praha, 2003. s. 17.

⁴ Кожина М.Н., *Стилистика русского языка*, Просвещение, Москва, 1977. с.38. Виноградов В.В., *Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика*. Москва, 1963. с.6.

V české stylistice je publicistický styl považován za jeden z nejmladších funkčních stylů. Publicistický styl vznikl odčleněním ze stylu odborného, charakterem tedy souvisí se stylem odborným, ale také s řečnickým, na jehož půdě vznikl, a dále také se stylem uměleckým. Vznik publicistického stylu byl podmíněn souhrnem činitelů, které přinesla doba, vývoj společnosti a techniky a hlavně společensko-politické podmínky. Publicistika se zabývá „hledáním souvislostí, vyslovováním názorů, komentářů, mínění a stanovisek k většinou již známým faktům.“⁵ Velmi podobné je vymezení i v ruské jazykovědě. „Публицистический стиль (газетно-публицистический) обслуживает сферу массового общения во всех сферах деятельности (печать, радиовещание, телевидение, кинопублицистика). Общение с помощью текстов этого стиля носит не только информационный, но в большинстве случаев, и возбуждающий характер с целью сформировать общественное мнение.“⁶

Dnes se publicistickým stylem nazývá způsob cílevědomého výběru a tematického uspořádání těch spisovných a nespisovných jazykových prostředků, kterých se používá k pohotové, přesné a přesvědčivé informovanosti veřejnosti o nejaktuálnějších otázkách a jejich komentářům. „Představuje zobecněné a nadřazené označení pro všechny žurnalistické texty (verbální komunikáty), které vedle své funkce informativní (zpravovací, sdělné, komunikační), plní ještě funkci persvazivní, působící, ovlivňovací.“⁷ Styl zpravodajské publicistiky je převážně neosobní. V informacích je váha přikládána především faktům, nikoliv autorovi, ten je většinou skrytý. Oproti tomu styl ostatních publicistických žánrů jako úvodník, komentář, fejeton aj. je mnohem osobnější, autorův styl zde hraje důležitou roli. Projevy publicistického stylu jsou určeny veřejnosti. Publicistický styl je vzhledem k žánrovému rozpětí nesmírně bohatý a také výrazně dynamický. Podle formy zahrnuje oblast publicistických projevů „publicistiku psanou a mluvenou“.⁸ Mezi oběma druhy projevů existují vzájemné vztahy. Znakem mluvených projevů je jejich poměrná stručnost a také jistá bezprostřednost.

Styl textů psané publicistiky lze uže označit jako styl publicistický, novinářský nebo žurnalistický. Ke sféře publicistických projevů lze přiřadit i oblast agitace a propagandy a dílčí stylovou oblast reklamy. Funkce publicistických projevů je obecně informativní, ovlivňující, přesvědčovací, získávací a agitační.

⁵ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s.14.

⁶ Bajkova, L., Skácel, J., *Стилистика современного русского языка*, Ostravská univerzita, Ostrava 1994. s. 10.

⁷ Čechová, M. a kol., *Současná česká stylistika*, ISV nakladatelství, Praha, 2003. s. 207.

⁸ Müllerová, E., *Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. s. 43.

Vnitřně můžeme publicistický styl diferencovat na tyto dílčí styly: zpravodajský, publicistický analytický a publicistický umělecký.

Více se v české jazykovědě o publicistickém stylu mluví až v 1. polovině 50. let, a to přibližně od lingvistické konference věnované stylu a stylistice uskutečněné v roce 1954 v Liblicích. Od té doby je publicistickému stylu věnována intenzivní badatelská pozornost.

V současném publicistickém stylu je nejdůležitějším prvkem především snaha informovat o aktuálních otázkách veřejného dění. Důležitá je také funkce obecně vzdělávací a příznačné jsou i funkce přesvědčovací a získávací. Agitační funkce se nejčastěji projevuje v novinářských žánrových formách, jakými jsou například komentář, úvodník, interview aj. A dále v rozhlasových a televizních komentářích. V periodikách samozřejmě nemusí být jenom samotný styl publicistický, vyskytují se tam i styl umělecký, například prozaická díla, dále potom odborné články, které spadají pod odborný styl a kulturní programy a inzerce, které řadíme pod styl administrativní.

Za charakteristické rysy publicistického stylu považujeme všeobecnou srozumitelnost, přesnost, přehlednost, přesvědčivost, rozmanitost a také výrazovou uspořádanost. Specifickými vlastnostmi publicistického stylu jsou informativnost, variabilnost, aktualizovanost a stručnost. Z toho nejvýraznější vlastností publicistiky je informativnost. Je to imanentní vlastnost a všechny ostatní jsou z ní odvozené, sekundární vlastnosti. V ruské teorii se zdůrazňuje i dokumentárnost a emocionalita projevů, jako například u reportáže.

Dalším důležitým pojmem publicistiky je **žánr**, což je typ uceleného textu, který má uzavřený charakter, je budovaný na základě kompozičních principů a realizuje se prostřednictvím uplatnění určitých metod, slohových postupů a kombinováním nejrůznějších jazykových prostředků.⁹

Klasifikační schéma publicistických žánrů

Žánry:

- a) Zpravodajské
 - např. zpráva, poznámka, noticka, interview
- b) Analytické
 - např. úvodník, komentář, recenze
- c) Beletristické

⁹ Müllerová, E., *Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. s. 5.

- např. reportáž, črta, fejeton, glosa, sloupek¹⁰

I žánrové členění je pro ruštinu velmi podobné jako v češtině. „Публицистический стиль реализуется в текстах с большим разнообразием газетных жанров (статья, заметка, интервью, фельетон, краткое сообщение и др.), а также жанров радиовещания, телевидения и устных выступлений.“¹¹

Zpráva má jednoduchou kompozici, je přesná, úplná, srozumitelná a aktuální. Zachovává věcnost, přesnost, úplnost, spolehlivost, včasnost a citovou neutrálnost. Je to „informace o události nebo jevu, který se stal nebo nestal, stane nebo nestane, odpovídá na základní otázky kdo, co, kde, kdy, rozšířená zpráva i na jak a proč“.¹² Nápadná je zde zejména frekvence jmenných údajů a několikanásobných větných členů. **Noticka** je oproti tomu malá novinářská zpráva, kompozičně nečleněná a neuvádí okolnosti události. Dalším ze zpravodajských žánrů je **interview**. Jeho úspěch závisí na vhodném výběru kladených otázek. Je to „žurnalistická metoda, jak získat informace, dialog otázek a odpovědí, v němž partneři na rozdíl od diskuse mají jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího“.¹³ Mezi analytickými žánry je důležitý zejména **úvodník**, který rozebírá a analyzuje konkrétní politické, ekonomické, sociální či kulturní otázky. Je aktuální a také „bohatý na několikanásobné větné členy, které mají vyhovět tendenci hodnotit a posoudit“.¹⁴

Komentář vyjadřuje názorové stanovisko autora, který po konkrétní analýze zaujímá určitý postoj. „Vychází ze známých faktů, jevů nebo myšlenek, které dává do souvislostí, odhaluje pozadí, příčiny a důsledky, připojuje subjektivní pohled.“¹⁵

Cílem **kritiky** je posuzování, hodnocení určitého jevu se zřetelem k jeho záporným stránkám. Odhalování nedostatků by mělo být pojato jako prostředek k jejich odstranění, ke zlepšení stavu, jímž je charakteristický hodnocený jev, a k zdůraznění žádoucích pozitivních momentů, hodnot a přístupů. Kritika by měla být objektivní. Slovní zásoba je poznamenaná výběrem hodnotících pojmenování, emocionálních, expresivních prostředků.

V ruské publicistice se na rozdíl od české často setkáme s **pamfletem**. Za pamflet považujeme kritický, satirický projev, ve kterém se autor snaží pomocí argumentů prosadit své mínění na úkor tvrzení protivníka. Jazykové prostředky slouží tomuto účelu. Jsou expresivně zabarvené, emocionální a často dokonce pejorativní.

¹⁰ Müllerová, E., *Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. s. 20.

¹¹ Bajkova, L., Skácel, J., *Стилистика современного русского языка*, Ostravská univerzita, Ostrava 1994. s. 10.

¹² Osvaldová, B., Halada, J., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha: Libri, 1999. s. 206.

¹³ Osvaldová, B., Halada, J., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha: Libri, 1999. s. 82.

¹⁴ Müllerová, E., *Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. s. 58.

¹⁵ Osvaldová, B., Halada, J., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha: Libri, 1999. s. 91.

Úkolem **reportáže**, která patří k beletristickým žánrům, je vyvolat názornou představu o zobrazovaném prostředí, lidech a samotné události. Je adresná, dokumentární, je to „svědecká výpověď“ konkrétního zážitku, která v sobě spojuje aktuální informační a názorovou složku a vychází z bezprostředně nezvyklé situace, jíž byl autor většinou osobně přítomen¹⁶. Reportér pozoruje a popisuje, hledá souvislosti příběhu a děj ztvárňuje prostřednictvím jednajících postav. V ruské stylistice se ještě u reportáže zdůrazňuje dokumentárnost, živost a emocionalita příběhu. Od reportáže se liší **fejton**, což je vtipná, duchaplná a zajímavá stať pojednávající o aktuální události, která nepřímou a nenápadně vyjadřuje osobní stanovisko autora k problematice, a opírá se o fakta a údaje.

Črta je bojovnější, agresivnější žánr, který často využívá aktivizujících prvků, expresivních prostředků a výrazů. Projevuje se v ní snaha uplatnit subjektivní tendence a názory na úkor objektivitu a autenticity.

Glosou označujeme hodnotící text, drobný komentář, který se týká vysvětlení jediného faktu, výroku či jevu. Rozeznáváme glosu pozitivní, kritickou a polemickou.

Sloupek je krátká novinářská esejistická úvaha. Z hlediska kompozice je celkem komplexnějším.

Pro porovnání publicistického stylu v češtině a ruštině se musíme zaměřit zejména na rozdílnost formy a konkrétní stylistické jazykové prostředky. Některé jazykové prostředky užívané v českých tištěných médiích se totiž mohou výrazně lišit od těch, které můžeme najít v ruských médiích.

3.2. Česká publicistická tradice

Česká publicistika vznikala a rozvíjela se postupně, má dlouhou tradici a u jejího zrodu stálo mnoho významných Čechů – básníků, prozaiků, kritiků a novinářů. Proto bych chtěla ve své práci zmínit ty, kteří se stali vzorem dnešním publicistům a díky nimž se současná publicistika a celkově žurnalistika dokázala vypracovat na tak vysokou úroveň. O těchto osobnostech se pojednává zejména v dílech *Český periodický tisk do roku 1918* (Praha, 1981), *Hlas. Vznik, vývoj a politické zaměření* (Praha, 1970) a *Karel Havlíček Borovský* (Praha, 1973) od Mileny Beránkové či *Počátky českého a slovenského novinářství* od Vladimíra Klimeše (Praha, 1955).

Česká publicistická tradice je přibližně o století a půl mladší než ruská.

¹⁶ Osvaldová, B., Halada, J., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha: Libri, 1999. s. 155.

Počátky žurnalistiky byly však v obou zemích těžké, v Čechách hlavně kvůli tomu, že na počátku 19. století již vycházela určitá tištěná periodika, ale většinou ne v národním jazyce, ale v němčině, a byla silně cenzurována, zvláště pozdější noviny v češtině. A v Rusku zase vznikaly noviny už v 18. století, ale byly úplně pod vládou a dohledem cara, který zadával na články objednávky a rozhodoval o tom, co se tam napíše a co nikoliv.

Za zakladatele českého politického novinářství je považován **Karel Havlíček Borovský**, který žil v letech 1821 a 1856. Díky jeho činnosti dostala „česká žurnalistika rázem novou tvář. Přestává mít převážně osvětový charakter a stává se politickým vychovatelem a rádcem.“¹⁷

Po absolvování gymnázia v Německém (dnešním Havlíčkově) Brodě odešel Karel Havlíček na podzim roku 1838 studovat filozofii do Prahy. Po selhání pokusu dosáhnout místa gymnazijního učitele odjel v říjnu 1842 do Moskvy, kde získal místo vychovatele v rodině univerzitního profesora. Do Čech se vrátil v červenci 1844 a v dubnu 1845 přijel do Prahy, s odhodláním najít si vhodné zaměstnání a věnovat se literární tvorbě. Prostřednictvím svých přátel se v Praze seznámil s rodinou P. J. Šafaříka, ale hlavně s Františkem Palackým, kterému se zalíbil „Havlíčkův ryzí charakter, vlastenecká opravdovost i osobitý způsob psaní.“¹⁸ Když poté nový vydavatel politických *Pražských novin* a jejich literární přílohy Česká včela Karel Medau hledal redaktora, doporučil mu Palacký Havlíčka. Nejdříve se zdráhal, ale nakonec se stal 1. ledna 1846 redaktorem obou listů. A hned ve svém prvním programovém článku napsal: „Vždy bývala nejvřelejší moje touha, abych co spisovatel přispěti mohl poněkud k zvelebení vlasti své a k poučení i k vyrazení svých krajanů. Všechno jiné zaměstnání stranou nechávaje, vynaložil jsem všechnu práci, abych se k důležitému úkolu spisovatele, pokud mi sil stačí, schopným učinil. A nyní, dříve než jsem se nadál, vyplnila se nejmilejší moje žádost: svěřeny jsou vedení mému dva časopisy a s tím příležitost působiti ve vlasti své tak, jak si přeji. Veřejně zde před celou zemí činím slib, že všemožně k dobrému prospěchu sloužiti a svědomitě tento ouřad svůj zastávati chci... Odjakživa jsem byl nepřitelem marného naříkání a kvílení, přesvědčen jsa, že jenom pilná práce a snažení pomůže. Kdyby jen každý jednotlivý člověk na tom místě, kde stojí, k dobrému se snažil, zajisté by se i celá země šťastného stavu neminula. Pročež také myslím, aby každý raději malé nedůstatky okolo sebe, ku kterým zdvihnutí moc jeho stačí, napravoval, místo planého stesku na všeobecné veliké nedůstatky,

¹⁷ Beránková, M., *Český periodický tisk do roku 1918*, Praha: Novinář, 1981. s. 87.

¹⁸ Beránková, M., *Karel Havlíček Borovský*, Praha: Horizont, 1973. s. 30.

kteří jeden napravit nemůže. Tak bychom se zajisté dříve velikého rozkvětu vlasti své dočkali.“¹⁹

Přestože byly *Pražské noviny* vládním listem, osvětloval v něm všechny aktuální problémy v národním a liberálně demokratickém duchu. Projevil při tom pozoruhodnou samostatnost úsudku a zvláštní stylistickou schopnost vysvětlit věci i prostému čtenáři působivým a srozumitelným způsobem. Přestože před vstupem do redakce prohlásil, že politice nerozumí, prostudoval všechny politické otázky tak, že zanedlouho vytvořil vynikající politické zpravodajství.

Změna situace v politických a tiskových poměrech na jaře roku 1848 vedla Karla Havlíčka k tomu, že opustil *Pražské noviny*, které po něm řídil Karel Sabina, a od 5. dubna začal vydávat *Národní noviny*, první list českých liberálů. V nich pokračoval ve snaze mobilizovat nejširší vrstvy lidu k účasti na závažných národních i společenských úkolech. Pracoval také v národním výboru, podílel se i na přípravě jednání Slovanského sjezdu a v červenci byl zvolen poslancem říšského sněmu. Cítil se však více novinářem než poslancem, a tak se prosinci roku 1848 poslaneckého mandátu vzdal a věnoval se plně vedení *Národních novin*.

Ty, díky Havlíčkovi, získaly velký vliv na české veřejné mínění. Vedle článků se těšily oblibě především výstižné Havlíčkovy epigramy a satirické popěvky, které podle svědectví současníků měly mnohdy větší účinnost než projevy politiků. Po rozbití radikálně demokratického hnutí v květnu 1849 zůstaly *Národní noviny* jedinou veřejnou tribunou opozice proti vládě.

V lednu 1850 byly noviny zastaveny, Havlíček se však nevzdal. V květnu začal v Kutné Hoře vydávat politický týdeník *Slovan* a již zcela osamocen bojoval dále. „Boj proti reakci vůbec a zejména proti jednomu z jejich nejdůležitějších sloupů, proti klerikalismu a vysoké církevní hierarchii, je nejvlastnější náplní *Slovana*, kterého Havlíček z valné části vyplňoval sám. Nejdůležitější rubrikou *Slovana* byl tzv. Politický pozorovatel, rubrika, která přinášela nejvlastnější Havlíčkovy názory politické a kde Havlíček obšírně komentoval a vysvětloval politické události.“²⁰

Jednotlivá čísla *Slovanu* však byla konfiskována, časopis nesměl být kolportován do Prahy a dalších míst a Havlíček byl šikanován policií a soudem. Když po dvou úředních výstrahách bylo nutné očekávat brzký zákaz časopisu, Havlíček sám v srpnu 1851 jeho vydávání zastavil. Tím mu byla definitivně znemožněna novinářská činnost.

¹⁹ Beránková, M., *Karel Havlíček Borovský*, Praha: Horizont, 1973. s. 31.

²⁰ Klimeš, V., Štorkán, K., *Dějiny československého tisku. Část III.*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1954. s. 11.

Období Havlíčkovy žurnalistické činnosti po roce 1848 zejména ve *Slovanu* je obdobím skutečně slavným v dějinách českého novinářství. „Rozvíjí se kratičká, ale významná historie českých novin, českého časopisu a znovu bojuje proti všemu reakčnímu, který se stává časopisem lidu a jeho učitelem, vychovatelem.“²¹

Na Havlíčka pak navazují i další generace českých novinářů. V jeho žurnalistickém díle vrcholí období novinářství buditelského a současně vzniká český moderní politický tisk. „Statečnost, bojovnost, věrnost myšlence, oddanost věci českého národa, českého lidu, nesmírná píle, aktivita, pohotovost, politický postřeh, obětavost, a především skvělý novinářský styl – to jsou některé zásady, které odkázal tento jedinečný zjev české žurnalistiky 19. století budoucím novinářům.“²²

K nejvýznamnějším osobnostem české literatury i žurnalistiky se právem řadí i **Jan Neruda**, který žil v letech 1834 až 1891. Jeho básnické sbírky představují trvalou hodnotu české poezie, jako prozaik se řadí k průkopníkům kritického realismu, byl ale také zakladatelem českého fejetonu a vynikajícím žurnalistou. Po maturitě se zapsal na práva, ale již po roce nastoupil na otcovo přání jako aspirant vojenského účetního úřadu. Dráha úředníka ho však ani trochu nelákala, a tak se navzdory otci, který si přál, aby měl pevné zajištění, vrátil roku 1835 znovu na univerzitu, tentokrát na filozofii. Od roku 1856 působil při studiu jako lokálkář německých novin, v letech 1858 až 1859 přechodně učiteloval jako suplent v reálce, ale pak se už natrvalo věnoval novinářství a literatuře.

Roku 1860 vstoupil do redakce prvního českého deníku *Čas*, po jeho zániku přešel do *Hlasu*, kde se seznámil se známým buřičským žurnalistou a spisovatelem Prokopem Chocholouškem a stal se hlavním fejetonistou tohoto listu. Roku 1865, kdy *Hlas* splynul s mladočeskými *Národními listy*, se stal členem jejich redakce a působil v nich až do konce života, i když přechodně redigoval i další časopisy (*Květy*, *Lumír* a další).

Práce pro noviny tvoří nejrozsáhlejší část Nerudovy prozaické činnosti. Kromě článků o literatuře a umění je významná hlavně jeho činnost fejetonistická, kterou Neruda chápal jako „seriózní uměleckou tvorbu a stavěl ji jako „duševně samostatnou, poctivě myšlenkovou svou práci konající žurnalistiku“ na roveň umělecké próze či poezii.“²³ Fejetony psal téměř od počátku své novinářské činnosti až do své smrti. Za třicet let jich tedy po sobě zanechal více než dva tisíce.

²¹ Beránková, M., *Český periodický tisk do roku 1918*, Praha: Novinář, 1981. s. 125.

²² Beránková, M., *Český periodický tisk do roku 1918*, Praha: Novinář, 1981. s. 126.

²³ Křivánek, V., *Jan Neruda*, Praha: Horizont, 1983. s. 80.

Snahou Jana Nerudy bylo zvýšení kulturní úrovně českého prostředí, rozšíření dosud maloměšťáckých obzorů obyvatelstva. Jeho fejeton se tak stal „nejvyšším vládcem veřejného mínění v Čechách.“²⁴ Nerudova žurnalistická tvorba byla velmi bohatá, a to nejen jako kronika tehdejší doby, ale „z aktuální perspektivy dneška má největší význam tím, že vytvořila moderní český publicistický styl a realizovala jej v mnohotvárné podobě na novém žurnalistickém útvaru, jímž byl fejeton.“²⁵ Snažil se psát tak, jakoby si se čtenářem povídal, používal hovorovou řeč i žertovný tón. Jeho žurnalistické dílo se stalo trvalou součástí dalšího literárního vývoje. Na stylové a formální možnosti Nerudových fejetonů navazovali například Karel Poláček, Eduard Bass, ale i Karel Čapek.

Jeden z největších žurnalistů v Čechách i v Evropě, **Karel Čapek**, se narodil v roce 1890 v Malých Svatoňovicích a zemřel roku 1938 v Praze. Vyrůstal v rodině venkovského lékaře v Úpici se svými dvěma sourozenci (bratrem Josefem a sestrou Helenou). Po středoškolských studiích v Hradci Králové a v Brně maturoval na gymnáziu v Praze, kam se rodiče roku 1907 přestěhovali. Vysokou školu navštěvoval v Praze, Berlíně a Paříži a roku 1915 ukončil studia doktorátem filozofie.

Čapkův talent se rozvíjel od časných let. Jako středoškolák psal verše, v době univerzitních studií přispíval pravidelně svými články do různých časopisů. Spolu s Eduardem Bassem tvořil páteř beletristického psaní *Lidových novin*. On i jeho bratr Josef přispívali do nich a do jejich Večerů již před první světovou válkou. Osud je pak zavál jinam, teprve na podzim roku 1917 se do českého tisku opět vrátili. Vstoupili jako kulturní redaktoři do *Národních listů* v Praze. Měli za úkol psát výtvarné a literární kritiky a recenze, sledovat současný stav časopisů a informovat o nich v rubrice Hlídka časopisecká.

A když rakouské úřady v roce 1918 *Národní listy* na čas zastavily, našli oba začínající novináři a literáti náhradní práci v *Národních novinách*. „Tato praxe znamenala zejména pro Karla Čapka dobrou průpravu v politické žurnalistice a navíc jej přivedla k uvědomění, že noviny jsou nesmírně důležitým nástrojem působení na veřejnost. Z vlastní zkušenosti se přesvědčil, že noviny jsou tím nejlepším, čeho lze využít k výchově lidu. Pochopil také, že *Národní listy* nejsou deníkem, s nímž by měl a chtěl své jméno spojovat.“²⁶ A tak v roce 1921 vstoupili do *Lidových novin*. Karel Čapek se zavázal zejména psát sloupky nebo fejetony, kulturní reportáže a novinky z Prahy. Ze začátku používal jazyk neutrální až knižní, pak ale zdůrazňoval hovorovost a ohled ke čtenáři, snažil se k němu obracet.

²⁴ Křivánek, V., *Jan Neruda*, Praha: Horizont, 1983. s. 80.

²⁵ Křivánek, V., *Jan Neruda*, Praha: Horizont, 1983. s. 86.

²⁶ Pernes, J., *Svět Lidových novin*, Praha: Lidové noviny, 1993. s. 65.

V prvních letech činnosti v *Lidových novinách* působil Karel Čapek skutečně všestranně. Do redakce přicházel vždy až navečer a vždy si s sebou přinesl nové podněty, nápady, někdy i kritizoval, ale hlavně radil a vždy sršel humorem. „Redakce *Lidových novin* mu přirostla k srdci a stala se místem, kam se rád vracel a které jej dokonce inspirovalo k další práci. Například povídka *Hordubal* vznikla po přečtení soudničky o Juraji Hordubejovi, kterou napsal člen brněnské redakce Bedřich Golombek.“²⁷

Karel Čapek byl ale hlavně také uznávaným svrchovaným mistrem českého jazyka. „Karel Čapek byl přesvědčen, že česky se dá vyjádřit všechno potřebné, užitečné a potěšující. Ovládat svůj jazyk dokonale považoval za úkol radostný, ale i nesnadný i namáhavý. Za své spisovatelské úspěchy vděčil v nemalé míře tomu, že se naučil se spisovnou češtinou dobře zacházet. Přitom také promyšleně usiloval o její tříbení a zdokonalování.“²⁸

Podle Karla Čapka trpěly noviny averzí proti literárnosti: „jen tu a tam se mezi novinovými aktualitami objeví kousek literatury nebo poezie, ale to není proto, že by literatura do novin nějak zvlášť patřila, ale že v novinách je všechno.“²⁹ O rozdílu mezi krásnou literaturou a novinami došel Čapek k formulaci, „že krásná literatura je vyjadřování starých věcí věčně novým způsobem, kdežto noviny jsou vyjadřování věčně nových skutečností způsobem ustáleným a neměnným.“³⁰ Při hodnocení jeho zásluh o rozvoj národní kultury se bude vždy připomínat, že se mnohem více než mnozí jiní naučil velmi dobře zacházet s českým jazykem. Jak sám napsal v jednom ze svých článků do *Lidových novin* v roce 1934 „jazyk má své rozmary a nedá si poroučet“.

Věcná stanoviska, která Čapek v publicistice svým čtenářům předkládal, byla někdy velmi konkrétní, jindy zase obecná, ale vždy zásadní. Vždy odpovídaly Čapkově pragmatické představě o tom, že ideály a zásady existují v našem světě jedině v konkrétních činech a jevech, a že je tedy člověk povinen zabývat se v první řadě činy a jevy, nikoli spekulacemi o obecných věcech. Kromě *Národních listů* a *Lidových novin* publikoval v přibližně stovce dalších periodik. Svou novinářskou činnost bral, jak sám řekl, stejně vážně jako literární. Jeho publicistický odkaz je dnes obsažen v mnoha knihách, několik jich vydal sám (*Kritika slov*, *Marsyas čili Na okraj literatury*, *Jak se co dělá*), ale jejich větší část vyšla až po jeho smrti zásluhou Miroslava Halíka (*Měl jsem psa a kočku*, *O lidech*, *Knihy apokryfů*). Při své novinářské práci Karel Čapek užíval de facto všechny publicistické žánry, ale tvořil i nové,

²⁷ Pernes, J., *Svět Lidových novin*, Praha: Lidové noviny, 1993, s. 67.

²⁸ *Karel Čapek a český jazyk*, uspoř. František Šticha, Praha: Karolinum, 1990, s. 11.

²⁹ *Karel Čapek a český jazyk*, uspoř. František Šticha, Praha: Karolinum, 1990, s. 13.

³⁰ *Karel Čapek a český jazyk*, uspoř. František Šticha, Praha: Karolinum, 1990, s. 13.

například román-fejeton (*Válka s mloky*), formoval také různé podoby jednoho žánru, což bylo vidět v jeho sloupcích, kterých napsal přes pět set.

Jeho články lze charakterizovat nesmírnou tvůrčí vynalézavostí, byly to většinou také specifické reakce na objektivní společenskou realitu. Za jednu z nejpozoruhodnějších složek jeho publicistiky se dají označit Čapkovy portréty známých osobností.

Jeho novinářský odkaz jako celek je samozřejmě v lecčems jedinečný a úzce spjatý se svou dobou. V mnoha ohledech je však nadčasový, obecně platný. „Uchvacuje svou demokratičností, obranou lidství a kritičností vůči všem nepravostem, svým mravním charakterem, viděním souvislostí a organickým spojením poznávacích, výchovných a zábavných aspektů. Současně budí obdiv svou myšlenkovou hloubkou, tvůrčí povahou, tematickou a žánrovou šíří i slovesnou úrovní.“³¹

3.3. Ruská publicistická tradice

Ruský periodický tisk má poměrně dlouhou tradici, skoro tři sta let, tedy už od počátku 18. století a je skoro o století a půl starší než český. Vznikal jako důsledek politického života ve formě vládních novin *Vědomosti*, které během 18. století a počátku 19. století byly součástí literárního procesu a plnily ve společnosti informativní, osvětovou, výchovnou a politickou funkci.

Postupně se žurnalistika osamostatňuje od literatury a nabývá vlastních vývojových rysů, a ve druhé polovině 19. století se stává samostatnou společenskou činností spojenou s utvářením veřejného mínění.

Vznik prvních tištěných novin *Vědomosti* (1702-1727) byl důsledkem vládních reforem Petra I., výrazem jeho potřeby propagovat zaváděné změny a snahy získat veřejnou podporu. Nařídil proto v prosinci roku 1702 vydávat veřejné carské noviny. Tyto noviny měly sloužit hlavně carovi k získání veřejnosti, k vysvětlování a zdůvodňování jeho činů a k celkovému uklidnění a povzbuzení obyvatelstva, proto se tam neotiskovaly skoro žádné negativní zprávy, které by se týkaly Ruska, noviny byly tedy silně cenzurovány. „В сохранившихся оригиналах "Ведомостей" часто встречаются пометы типа "сей статьи меж скобок в народ не пускать".“³² Zaměřovaly se hlavně na úspěchy ruské armády a výrazně se v nich objevují počátky ruské publicistiky. „В материалах газеты ярко выражено публицистическое начало: эмоциональное звучание, гражданский пафос сообщений,

³¹ Karel Čapek, uspoř. Ladislav Vacina, Hradec Králové: Státní vědecká knihovna, 1990. s. 136.

³² Громова Л.П., Бадалян Д.А., *История русской журналистики XVIII-XIX веков*, Издательство С.-Петербургского университета, Санкт-Петербург, 2005. с.17.

стремление поднять престиж Русского государства.³³ Hodně článků přebíraly ze zahraničních novin, a to hlavně německých. Nejčastěji zprávy z Lipska, kde od roku 1702 vycházely v té době v Evropě známé noviny *Die Europäische Foma*, kde diplomat a novinář, Henrich Hüissen na žádost ruské vlády psal články formující evropské veřejné mínění ve prospěch Ruska. Také na žádost cara Petra I. psali do novin i ruští diplomaté.

Ze začátku vycházely noviny nepravidelně, neměly rubriky a věnovaly se převážně jen krátkým zprávám. Postupně se jejich obsah rozšiřoval a přibýly i zajímavé a zábavné zprávy a články, například o společnosti či zeměpisu.

Do roku 1711 noviny vycházely v Moskvě, kde byl ředitelem Tiskového dvora **Fedor Polikarpov**, jenž zastával i funkci redaktora. Byl to historik, básník a překladatel, autor známého *Lexikonu trojjazyčného*.

Do novin psal i sám car Petr I. a redigoval a vybíral články.

Od roku 1711 *Vědomosti* začaly vycházet v Petrohradě, kde je řídil vedoucí Petrohradské typografie **Michail Avramov**. Pak ale byly znovu převedeny do Moskvy, kde postupně zanikaly z důvodu nezájmu čtenářů, nepravidelných vydání a velmi stejnorodých témat.

Hlavními žánry novin byly žánry informativní, zpravodajské, tedy hlavně zprávy, ale také žánry analytické jako úvodník, komentář, reportáž aj. Noviny vycházely v ruštině. Jazyk byl jednoduchý a srozumitelný pro běžného čtenáře, byl blízký mluvené řeči.

Dalšími známými novinami byly v Rusku *Sankt-Petěrburgskie vědomosti*, které vycházely v němčině pod názvem *St. Petersburgische Zeitung* od roku 1727. Byly to akademické noviny a v němčině vycházely proto, že Petrohradská Akademie věd měla německé vedení a nemalý počet vědců z Německa, kteří v té době v Sankt-Petěrburgu působili. Hlavním zdrojem informací pro tyto noviny byl zahraniční tisk – německé, francouzské a nizozemské noviny.

Od roku 1728 začaly tyto noviny vycházet v ruštině (přeložené z němčiny). Měly zajímavé titulky, které souvisely s místem konání nějaké události, např. Z Paříže, Z Říma, Z Vídně apod. Informovaly o politických a společenských událostech a také nebyly nezávislé na vládě, tedy byly novinami vládními.

Jednou z důležitých osobností ruské žurnalistiky byl vědec **Michail Vasiljevič Lomonosov** (1711–1765). V letech 1731 až 1735 studoval v moskevské Slovansko-latinsko-řecké akademii, v roce 1736 se stal studentem Akademie věd v Petrohradě a později byl

³³ Громова Л.П., Бадалян Д.А., *История русской журналистики XVIII-XIX веков*, Издательство С.-Петербургского университета, Санкт-Петербург, 2005. с.18-19.

poslán na studia do Německa. Tam vystudoval chemii, fyziku a také cizí jazyky – němčinu, francouzštinu, italštinu a angličtinu. Do Ruska se vrátil v roce 1741 a stal se vědeckým pracovníkem v akademickém gymnáziu a v roce 1745 byl jmenován profesorem chemie a stal se tak členem Akademie věd.

V letech 1741–1742 Lomonosov spolupracoval s přílohou Sankt-Petěrburských vědomostí *Primečanija* a v letech 1748-1751 redigoval i tyto petrohradské noviny. V roce 1754 zpracoval stať, v níž zformuloval hlavní zásady a principy žurnalistiky „*Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении произведений, имеющих целью обеспечить свободу научного суждения*“, protože ho předpisy a omezení, kterými se měl řídit při vydávání novin, velmi obtěžovaly a stěžovaly mu jeho práci. Měl několik konfliktů s vedením a v roce 1751 podal výpověď a z novin odešel.

Ve výše zmíněné stati se Lomonosov zabývá povinnostmi novinářů, jejich úkoly a úkoly žurnalistiky jako takové, pojednává o nedostatcích žurnalistiky své doby, o etické stránce a o tom, jaký by měl být novinář – „образованный, проницательный, справедливый и скромный“.

Michail Vasiljevič Lomonosov se stal iniciátorem založení Moskevské univerzity, zreorganizoval Akademii věd a také založil první v Rusku chemickou laboratoř. V žurnalistice se snažil zjednodušit jazyk tak, aby byl srozumitelný pro běžného čtenáře.

Moskevská univerzita začala roku 1756 vydávat vlastní noviny *Moskovskije vědomosti*, které se velmi podobaly Sankt-Petěrburským.

Prvním časopisem v Rusku se stal časopis *Trudoljubivaja pčela*, jenž vycházel od počátku roku 1759. Jeho zakladatel a redaktor, Alexandr Petrovič Sumarokov, psal do časopisu kritické publicistické a historické statě, filologické práce a překlady.

Další významnou a velmi známou osobností ruské literatury a žurnalistiky je **Alexandr Sergejevič Puškin** (1799-1837). Jeho publicistika je velmi osobitá, jak dokumentární, tak tvůrčí, jak hluboce filozofická, tak naivní a upřímná. Pro čtenáře je velmi srozumitelná a blízká.

O tom, jakou chtěl Puškin vidět žurnalistiku, napsal v roce 1831 v článku *Obozrenije obozrenij* – „Сословие журналистов - есть рассадник людей государственных - они знают это и, собираясь овладеть общим мнением, они страшатся унижать себя в глазах публики недобросовестностью, переметчивостью, корыстолюбием или наглостью. По причине великого конкурса невежество или посредственность не может овладеть монополией журналов, и человек без истинного дарования не выдержит lepreuve

(испытания - Прим. авт.) издания.³⁴ Tak chápal Puškin povinnosti žurnalisty. Psal, že žurnalistika řídí veřejné mínění, neuznával monopolní právo řídit veřejné mínění. Srovnával evropská a ruská periodika a poukazoval na to, že ruským chybí svoboda projevu a pluralita názorů.

Podle něj čerstvá myšlenka novináře musí povzbudit čtenáře k myšlení. Satira v žurnalistice byla Puškinovi velmi sympatická.

Nejtypičtějším rysem Puškinovy časopisecké kritické prózy byla polemika, přesná, bojová a cílevědomá polemika. Jeho publicistické práce jsou pracemi „umělce slova“, obsahují moudrost řeči, obraznost, humor, přísloví a pořekadla.

Puškin redigoval *Litěraturnuju gazetu*, později v roce 1836 dostal povolení vydávat časopis-almanach *Sovremennik*, který však byl hodně cenzurován. Vycházel čtvrtletně a za Puškinova života vyšel čtyřikrát. Co se týče obsahu, byl to literárně společenský časopis, kde se střídala próza s poezií a publicistika s literární kritikou.

Puškinův přínos dějinám, teorii a praxi žurnalistiky je obrovský. Položil základy historického poznání žurnalistiky, propracoval koncepci tisku a zdůraznil osvětovou funkci žurnalistiky. Obohatil publicistiku originálními literárními žánry jako satira, portrét, monolog, prokázal výborné schopnosti při psaní fejetonů, črt, recenzí. Formoval styl a jazyk ruské publicistiky, kde zdůrazňoval přesnost, stručnost, obsah, formu, jednoduchost a přístupnost čtenáři. Měl velmi pozitivní vliv na své následovníky.

Velmi důležitou osobností ruské publicistiky byl také **Vissarion Grigorjevič Bělinskij** (1811-1848), publicista a kritik. „Он был непревзойдённым публицистом, умевшим под покровом литературной критики, в условиях жестокой цензуры поставить на обсуждение самые острые, злободневные проблемы общественного развития. Его обзоры литературы стали не только теоретическим исследованием литературного процесса, они фиксировали и направляли отечественную мысль, а благодаря глубокому философскому обоснованию образовали и воспитали целое поколение русской интеллигенции.“³⁵

Novinářská činnost V.G. Bělinského byla spojena s obdobím nejpřísnějších cenzurních zákazů v dějinách ruské žurnalistiky. Podle nových předpisů novináři prakticky nesměli diskutovat o politice, jak domácí, tak zahraniční, tím pádem mohli psát pouze o literatuře, umění a vědě. Právě na tuto oblast se soustředil i Bělinskij. Začínal v časopise *Těleskop* a

³⁴ Громова Л.П., Бадалян Д.А., *История русской журналистики XVIII-XIX веков*, Издательство С.-Петербургского университета, Санкт-Петербург, 2005. с.260.

³⁵ Громова Л.П., Бадалян Д.А., *История русской журналистики XVIII-XIX веков*, Издательство С.-Петербургского университета, Санкт-Петербург, 2005. с.312.

v novinách *Molva*, kam psal literární kritiky. Pak působil v periodiku *Moskovskij nabljudatel'*. Nejraději psal pamflety, jako jeden z prvních se také zabýval divadelní kritikou.

Nikolaj Alexejevič Někrasov (1821-1877) se zapsal do dějin ruské literatury nejen jako básník, ale také jako významný novinář a redaktor časopisů *Sovremennik* (založený A.S. Puškinem) a *Otěčestvennyje zapiski* a také jako vydavatel. Psal recenze, statě, fejetony a satiry.

V první polovině 20. století žil známý ruský publicista a spisovatel **Vladimír Galaktionovič Korolenko** (1853-1921), který začínal v časopise *Russkoje bogatstvo*, pak pracoval v novinách *Russkije vedomosti*. Zabýval se svobodou člověka, svobodou projevu a byl obhájcem lidských práv, předchůdcem investigativní žurnalistiky, obhajoval práva menšin a očistil udmurtskou národnost od pomluv. Do *Ruských vědomostí* napsal dvanáct fejetonů o multanských obětech, kde zdůrazňoval a obhajoval sociální práva a rovnost.

A poslední významnou osobností, o které bych se ráda zmínila, byl v dějinách ruské publicistiky **Anton Pavlovič Čechov** (1860-1904). Začal psát už v prvním ročníku na medicíně, věnoval se hlavně humoristickým žánrům jako aforismy, anekdoty, kalambury a psal do humoristických časopisů. Byl také reportérem. V roce 1895 Čechov podepsal petici carovi Nikolaji II. na právo svobody slova. Napsal reportáž o ostrově Sachalinu, kde byly ruské věznice a vysídlené obyvatelstvo a kam odjel na několik měsíců. Zabýval se otázkou trestu smrti a popsal ve své reportáži skutečnosti, které se na ostrově odehrávaly, a lidi, s nimiž se tam setkával a jež poznával během svého pobytu.

V jednom dopise napsal: „Моя святая святых - это человеческое тело, здоровье, ум, талант, вдохновение, любовь и абсолютнейшая свобода, свобода от силы и лжи, в чем бы последние две не выражались.“

Ruská literatura a publicistika zdědily po tomto nadaném spisovateli a publicistovi řadu humanistických tradic jeho literární činnosti.

4. TÉMATICKÉ A GRAFICKÉ SROVNÁNÍ TÝDENÍKŮ

4.1. Média a společnost

Informace se stala v druhé polovině 20. století důležitým druhem zboží. Termín komunikace byl původně spojen se silnicemi, cestami a dráhami, v elektronickém věku nabyl i významu pohyb informací. A informace je právě tím základním prvkem, kterým se zabývají

masová média. Tímto pojmem můžeme označit „souhrn médií užívaných v procesu masové komunikace.“³⁶ Obecně sem zařazujeme noviny, časopisy, rozhlas, televizi a dnes i internet. Dále sem také patří kniha, film, video a ostatní druhy masově šířených obrazových a zvukových záznamů.

Český a ruský tisk, rozhlas a televize se zejména po roce 1989 začaly pronikavě měnit. Nejvíce k tomu přispívají změny společensko-politické a rozvoj žurnalistické technologie (například využití mikroelektroniky). Vzhled tisku také radikálně změnila počítačová sazba (desk top publishing). Elektronický příjem i možnost uchovávat a rychle zpracovávat tištěné i zvukové a obrazové informace zvýšily pohotovost a všestrannost médií.

Média jsou dnes součástí života společnosti. Jsou významným zdrojem informací a také zábavy. Hlavně ale mají moc. Odborníci se však neshodují v tom, jaké povahy tato moc je. Jasně ale je to, že mají obrovský vliv na socializaci větší části společnosti, na včlenění jednotlivců do společnosti a dokáží ovlivnit jednání a uvažování mnoha lidí. Mají obrovskou moc určovat, o čem a jak bude většina lidí přemýšlet.

Mediální moc se často také nazývá čtvrtým pilířem demokracie. Jedním z poslání médií je zároveň sledovat jednání a chování politiků a dbát na jejich bezúhonnost, což by mělo být také předpokladem, že by měly mít možnost vyřadit z veřejného života politika, který se dopustil závažného mravního či jiného odsouzeníhodného či dokonce protizákonného jednání či chování. V reálném životě je to však velmi obtížné. Záleží to na konkrétním státě, jakou tam mají média možnost a svobodu slova. Kdybychom porovnali tuto situaci v Ruské federaci a v České republice, pak není pochyb, že Česká republika je v tomto smyslu mnohem svobodnějším a demokratičtější státem než Ruská federace, kde se političtí kritici vlády nebo jejich členů vystavují nebezpečí ohrožení své svobody, zdraví či dokonce života. To se samozřejmě odráží na obsahu politických rubrik. Tradiční je v Rusku korupce, za peníze lze koupit opravdu hodně, novináři se uplácí a ti neúplatní buď politickou situaci vůbec nekomentují, emigrují anebo pak pracují s nasazením života. Příkladem toho jsou vraždy domácích novinářů, zákaz vstupu do země pro zahraniční novináře, o nichž je známo, že kritizují politiku ruské vlády a jejich označení ministerstvem zahraničních věcí RF za osoby ohrožující státní bezpečnost.

Všechno, co média nabízejí, příjemcům něco sděluje. Veškerá medializovaná sdělení jsou interpretacemi, novináři sdělují své představy o tom, kdo je důležitý a co je významné. „Každé medializované sdělení přináší čtenáři nějaký druh potěšení či uspokojení. Mediální

³⁶ Osvaldová, B., Halada, J., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha: Libri, 1999. s. 104.

komunikace je pro příjemce hra.³⁷ Když se nějaká informace dostatečně často opakuje, mají příjemci tendenci to akceptovat a uvěřit tomu. Opakující se prvky se však časem stávají automatizovanými, to znamená, že nemají pro příjemce žádný příznak. A protože média potřebují pozornost příjemce upoutávat, je časté, že se zažitý, automatizovaný způsob zpracování informací naruší a média provedou určitou aktualizaci.

Evropská tradice spoléhá více na argumentaci a komentování událostí, nezachovává přesnou hranici mezi pozicí novináře a aktivního tvůrce politiky. Objektivita by měla být v žurnalistice samozřejmou věcí, nelze však dosáhnout objektivitu absolutní. „V důsledku lidského faktoru nemůže existovat žádný apolitický, nestranný systém zpravodajského výběru a referování. Absolutní objektivnosti proto nelze dosáhnout, je však zdůrazňována vyváženost, nezaujatost, přesnost, jasnost, odstup od tématu, vyloučení skrytých motivů.“³⁸ Základní podmínkou vyváženosti a nestrannosti médií je však zaručená svoboda a nezávislost médií a společnosti.

V souvislosti s objektivitou a nestranností médií Syndikát novinářů České republiky na základě studia mezinárodních a národních dokumentů vypracoval *Etický kodex novináře*, který je závazný pro jeho členy a k jehož dobrovolnému dodržování vyzval všechny české novináře bez ohledu na jejich členství v syndikátu:

1) Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace

Občané demokratického státu bez rozdílu svého společenského postavení mají nezadatelné právo na informace, jak jim je zajišťuje čl. 17 Listiny práv a svobod, jež je součástí Ústavy České republiky. Novináři toto občanské právo realizují svou činností. Nezbytně proto přejímají plnou odpovědnost za to, že informace, které podávají veřejnosti, jsou včasné, úplné, pravdivé a nezkreslené. Občan má právo na objektivní obraz skutečnosti. Novinář je proto povinen:

- a) zveřejňovat jen informace, jejichž původ je znám, nebo v opačném případě je doprovodit nezbytnými výhradami,
- b) respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které to pro něj může mít, vyhledávat informace, které slouží všeobecnému zájmu i přes překážky,
- c) dbát na rozlišování faktů od osobních názorů,
- d) hájit svobodu tisku i svobodu jiných médií,
- e) neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti,

³⁷ Burton, G., Jiráček, J., *Úvod do studia médií*, Praha: Barrister a principál, 2001. s. 171.

³⁸ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 13.

- f) nepřipustit, aby domněnka byla vydávána za ověřený fakt a zprávy byly deformovány zamlčením důležitých dat,
- g) odmítat jakýkoli nátlak na zveřejnění nepravdivé, nebo jen částečně pravdivé informace,
- h) odmítat jakékoli zásahy státních orgánů, jež by mohly ovlivnit pravdivost sdělení,
- i) přijímat pouze úkoly srovnatelné s jeho profesionální důstojností,
- j) nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace, fotografie nebo dokumentu nebo využívat k tomu dobré víry kohokoliv. Nepoctivost prostředků je při tom třeba posuzovat v souvislosti s veřejným zájmem na publikování příslušné informace.

2) Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice

Povahou novinářské profese je odpovědnost k veřejnosti. Proto je základním předpokladem pro tuto činnost vysoká profesionalita. Z tohoto hlediska je novinář povinen:

- a) nést osobní odpovědnost za všechny své uveřejněné materiály,
- b) vyloučit všechny činnosti, které by jej mohly kompromitovat nebo vést ke konfliktu zájmů,
- c) nepřijímat žádné hodnotné dary nebo výhody, které by měly souvislost s jeho novinářskou činností, zvláště pak z důvodů zveřejnění nebo zatajení nějaké informace,
- d) nezneužívat povolání novináře k činnosti reklamního pracovníka a nepřijímat žádnou odměnu přímou nebo nepřímou od zájemců o reklamu, odmítnout podílet se na publikování skryté reklamy,
- e) nepodepisovat svým jménem obchodní ani finanční reklamy,
- f) nepřijímat peníze ve veřejné službě nebo v soukromém podniku tam, kde jeho postavení novináře a jeho vliv by mohly být zneužity,
- g) nezneužívat výsad, plynoucích z povolání novináře, k prezentování svých osobních postojů,
- h) nezneužívat možných výhod, plynoucích z členství v Syndikátu novinářů, k uspokojování soukromých potřeb.

3) Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií

Z tohoto hlediska je novinář povinen řídit se těmito požadavky:

- a) nic neomlouvá nepřesnost nebo neprověření informace, každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná, musí být neprodleně opravena,

- b) jestliže si zdroj informací přeje zůstat utajen, novinář je povinen zachovávat profesionální tajemství, i kdyby mu z toho měly vzniknout potíže,
- c) respektovat soukromí osob, zejména dětí a osob, které nejsou schopny pochopit následky svých výpovědí,
- d) dodržovat přísně zásadu presumpce nevinny a neidentifikovat příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich jasného svolení,
- e) považovat pomluvu, neprokázané obvinění, překroucení dokumentů, faktů a lži za nejzávažnější profesionální chyby,
- f) kromě nesporných důvodů veřejného zájmu nesmí novinář svou činností dostat dotčené osoby do nesnází nebo osobní tísně,
- g) novinář nesmí využívat ve svůj prospěch informace získané při výkonu svého povolání dříve, než budou tyto informace zveřejněny,
- h) nesmí vytvářet ani ztvárňovat námět, který by podněcoval diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství, pohlaví nebo sexuální orientace,
- i) při reprodukci jakéhokoli textu musí být uveden jeho autor formou adekvátní k rozsahu přetištěného materiálu,
- j) plagiát se zásadně zakazuje.³⁹

Tyto zásady se bohužel mnohdy nedodržují, zvláště pokud jde o bulvární média, nejsou totiž z větší části vůbec právně závazné. V Rusku také existuje velmi podobný etický kodex *Кодекс профессиональной этики российского журналиста*, závazný pro členy organizace Союз журналистов России, podobné Syndikátu novinářů ČR.⁴⁰

Během dlouhého vývoje periodického tisku se postupně začaly odlišovat žánry zpravodajské a publicistické. **Zpravodajství** má především funkci informační a definiční, snaží se aktuální události co nejdříve zachytit, popsat a předat různě diferencovanému publiku. Zpravodajské texty tedy míří ke „třetí osobě“ a jsou zaměřeny na toho, o kom se mluví, nebo na to, o čem se mluví. Mají tedy i funkci poznávací.

Publicistika se na rozdíl od zpravodajství zabývá především „hledáním souvislostí, vyslovováním názorů, komentářů, mínění a stanovisek k většinou již známým faktům.“⁴¹ Publicistické texty vyjadřují většinou především postoj autora, jeho sdělení k lidem i k světu, a bývají často emotivní (i expresivní). „Předmětem publicistické činnosti může být stejně

³⁹ Etický kodex novináře zveřejnil Syndikát novinářů na svých webových stránkách www.syndikat-novinaru.cz

⁴⁰ <http://www.medialaw.ru/selfreg/13/texts/276.htm>

⁴¹ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 14.

událost jako „pouhá“ myšlenka, tedy věc, která se udála, ale také podnět duchovní povahy. Zjednodušeně – vztah mezi zpravodajstvím a publicistikou je vztahem mezi faktem a názorem na něj.⁴²

Můžeme rozlišovat různé typy publicistiky. **Analytická** má blízko k jazyku a stylu vědy a její popularizace. „Bere v úvahu větší množství analogických skutečností z objektivních zdrojů, uvádí je do souvislostí a užívá racionálních důkazů, fakt a argumentů.“⁴³ **Beletrizující publicistiku** naopak charakterizuje obrazné líčení událostí. Často se v ní proto setkáváme s metaforami i alegoriemi, užívá však i humoru a dává najevo, že stojí nad událostmi.

Třetím typem publicistiky je **blábolivá**. Ta nevyuniká žádnou jazykovou osobitostí a dokonce i nerespektuje skutečnost a nesnaží se zjistit pravdu. Autor blábolivé publicistiky libovolně fabuluje v naději, že mu čtenář uvěří, protože si pravý stav nemůže sám ověřit, anebo že do příštího dne obsah sám zapomene. Publicistika, která rovněž líčí události a lidí v rozporu se skutečným stavem, motivem jí však není nedbalost nebo neznalost, ale záměrná snaha ovlivňovat mínění veřejnosti ve prospěch či neprospěch jistého záměru nebo činnosti, se nazývá **manipulátorská**. Manipulátoři nekomentují, nýbrž vybízejí, snaží se přesvědčit publikum. Posledním typem publicistiky je takzvaná úvahová neboli **spekulativní**. Ta se snaží „společnosti nastavit zrcadlo a přesvědčovat ji bez agresivních intencí. Je založena na upřímných spekulacích a na dedukcích, které z nich vyplývají.“⁴⁴

Publicistická sdělení jsou delší než zpravodajské útvary a prozrazují autorovu osobnost a individualitu, proto jsou tematicky i kompozičně pestřejší než zprávy, a to hlavně ve svých úvodních odstavcích. **Úvodů** může být také několik typů: „shrnující (obsahuje jádro sdělení), akcentující (píše se v něm o jednom aspektu sdělení), dramatický (začínající příběhem), kulisový (scénický), nepřímý (zdánlivě nesouvisějící s titulkem), otázkový či citátový (citát je doslovné uvedení nějakého výroku, je to určitý zlomek jiného jazykového projevu).“⁴⁵

Jednotlivé zprávy spolu nemusejí souviset, dostávají se do zpravodajství podle určitých pravidel – „informace má šanci, pokud koresponduje s organizačními a kulturními kritérii dané společnosti, probíhá v aktuálním a krátkém časovém intervalu, je jasná a jednoznačná, je intenzivní, výjimečná, nečekaná, má blízko ke čtenářům, k prostředí, kde žijí, k hodnotám, které chápou a považují za základní.“⁴⁶

⁴² Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 14.

⁴³ Daneš, F., *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia, 1997. s. 56.

⁴⁴ Daneš, F., *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia, 1997. s. 58.

⁴⁵ Daneš, F., *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha: Academia, 1997. s. 59.

⁴⁶ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 22.

Základní otázky, na které by mělo jakékoli zpravodajství odpovědět, jsou v angloamerické žurnalistice shrnuty do takzvaných pěti W: **what, who, when, where, why**. V německy mluvících zemích je to šest W: **was, wer, wann, wo, warum, wie**, v české žurnalistice je většinou pravidlem, že zpráva by měla odpovídat na otázky: **kdo, co, kde, kdy** a u delších útvarů i **jak a proč**.

4.2. Srovnatelnost jednotlivých rubrik

S obsahem týdeníků a jeho strukturou máme spojená docela jasná očekávání. Tištěná média mají rozdělenou plochu na jednotlivé části a ty jsou do značné míry standardizované rozsahem i obsahem, těmto částem se říká **rubriky**. Jednotlivé rubriky mohou být stálé, tedy objevují se v každém vydání, mohou být ale i proměnlivé – týdeník vytvoří dočasně novou rubriku související s důležitými událostmi, které se staly.

Český týdeník **Reflex** měl v roce 1995 kolem osmnácti stálých rubrik, byly to rubriky jako *Comics Zelený Raoul* – vždy na začátku časopisu, *Reflexe, Otazník, Rozhovor, Svět, Reportáž, Vy - My, Osobnost, Review, Kdo je co, Krimi, Causa* a další. Řadily se od událostí a reportáží k osobnostem a kauzám. Pokud se stala nějaká významná událost, mohla vzniknout zvláštní rubrika, věnující se této události a většinou se tato událost zařadila mezi první v pořadí, jako například tomu bylo v červnovém čísle 28 z roku 1995, kde byla hned po *Zeleném Raoulovi* reportáž o filmovém festivalu Zlatý Golem.

Ruský týdeník **Ogoňok** měl v roce 1995 podobně jako český Reflex přibližně osmnáct až devatenáct stálých rubrik, a to zejména z důvodů prováděných změn v časopise novým majitelem a vedením nakladatelství. Je zde patrná velká snaha po modernizaci časopisu a po jeho přiblížení moderní společnosti, kultuře a politickým změnám. Do časopisu přibylo velké množství zpravodajství a politických událostí, moderního fotografického materiálu a také reklamy. Na rozdíl od českého týdeníku zde v tomto období spatřuji mnohem více reklamy a méně publicistiky, i když je na druhou stranu asi o dvacet stran obsáhlejší. Co se týče rubrik, v druhé polovině devadesátých let měl Ogoňok tyto rubriky: *Точка зрения, Специальный репортаж, Фото номера, Панорама, Российская политика, Столицы, Страна, Общество, Расследования, Человек, Культура, За рубежом*, a na rozdíl od českého Reflexu také rubriku o vědeckých a technických objevech - *Наука и техника*, podrubriku *Спорт-кадр* a nestálou rubriku o zdraví – *Здоровье*.

Tabulka srovnání rubrik obou časopisů v roce 1995

<i>Úvodník</i>	<i>Точка зрения</i>
<i>Reflexe</i>	
<i>Otazník</i>	
<i>Svět</i>	<i>Панорама</i>
<i>Reportáž</i>	<i>Специальный репортаж</i>
<i>Vy - My</i>	
<i>Osobnost</i>	<i>Человек</i>
<i>Review</i>	
<i>Kdo je co</i>	<i>Общество</i>
<i>Krimi</i>	<i>Расследования</i>
<i>Causa</i>	
<i>A propos</i>	<i>Фото номера</i>
	<i>Российская политика</i>
	<i>Столицы</i>
	<i>Страна</i>
<i>Labyrint</i>	<i>Культура</i>
	<i>За рубежом</i>
	<i>Наука и техника</i>
	<i>Спорт-кадр</i>
	<i>Здоровье</i>
<i>Téma</i>	<i>Тема номера</i>
<i>Ze století do století jdem</i>	<i>История страны</i>

Pozn.: Prázdná políčka v tabulce znamenají absenci podobné rubriky

V první řadě v obou časopisech jsou úvodníky, v nichž se šéfredaktoři, případně jejich zástupci vyjadřují k aktuálnímu dění a obsahu daného čísla. V roce 1995 jsou úvodníky v obou týdenících, co se týče obsahu, velmi podobné, jen v Reflexu jsou úvodníky v tomto období poněkud delší a píše je často zástupce šéfredaktora Pavel Kosatík, kdežto v ruském Ogoňku je to pořád hlavní redaktor Lev Guščin.

Pokud jde o Obsah, ten je rozsáhlejší v ruském týdeníku. V období roku 1995 Ogoňok má, na rozdíl od českého Reflexu, několik zpravodajských rubrik - *Панорама*, *Российская политика*, *Экономика*, *Столицы* a *Страна*. Dále měl Ogoňok v roce 1995 zvláštní

podrubriku *История страны* v rubrice *Панорама*, kde se připomínaly události z dějin Ruska a bývalého SSSR a samotného časopisu, a rubriku *Наедине*, kde srovnávaly názory, zápisky, úryvky z dopisů a poznámky spisovatelů a myslitelů 19. a 1. poloviny 20. století se současnými.

Ogoňok má poměrně rozsáhlé rubriky v porovnání s Reflexem, který obsahuje v každé rubrice v průměru dva texty, kdežto Ogoňok čtyři až pět.

Mezi podobné rubriky můžeme zařadit rubriky *Úvodník* a *Точку зрения*, *Удálost* a *Специальный репортаж*, *Reportáž*, *Krimi* a *Расследования*, *Osobnost* a *Человек*, a z nestálých podobných rubrik je *Тема* z Reflexu, která je podobná stálé rubrice Ogoňku - *Тема номера*, Historickou rubriku v Reflexu *Ze století do století jdem* a historické rubriky v Ogoňku *Наедине* a *История страны*.

Odlišný, jak už jsem zmínila, je rozsah zpravodajství. Ruský Ogoňok, zvláště v polovině 90. let, věnuje zpravodajství velký prostor, hodně se zabývá domácí politikou, ekonomikou, událostmi v kultuře a sportu a také zprávami ze zahraničí.

V roce 2000 můžeme pozorovat v obou týdenících větší či menší změny. Český týdeník Reflex má v tomto období o několik stálých rubrik více v porovnání s polovinou devadesátých let, a to kolem dvaceti. Celkově se ale příliš nezměnil na rozdíl od ruského Ogoňku, kde zase nastaly změny majitele a vedení redakce, což mělo vliv i na obsah a vzhled časopisu.

Tabulka srovnání rubrik obou časopisů v roce 2000

<i>Пред 168 hodinami</i>	
<i>Úvodník</i>	
<i>Reflexe</i>	<i>Простые истины</i>
<i>Otazník</i>	<i>Гипотезы</i>
<i>Svět</i>	<i>Панорама</i>
<i>Reportáž</i>	<i>Специальный репортаж</i>
<i>Osobnost</i>	<i>XX век: Судьбы</i>
<i>Review</i>	
<i>Kdo je co</i>	<i>Чудные люди</i>
<i>Krimi</i>	<i>Черный ящик</i>
<i>Causa</i>	

<i>A propos</i>	<i>Настроение недели</i>
<i>Labyrint kultury</i>	<i>Пар культуры</i>
<i>Odysea</i>	
<i>Dámská jízda</i>	
<i>Pánská jízda</i>	
<i>Cesty</i>	
	<i>Человек у телевизора</i>

Pozn.: Prázdná políčka v tabulce znamenají absenci podobné rubriky

V Reflexu přibyly rubriky *Před 168 hodinami*, *Odysea*, v roce 2000 – *Odysea 2001*, která se věnuje technickému vývoji, pokrokům moderní doby a vědě, dále rubrika *Labyrint kultury*, kam se řadí kulturní události, komentáře a recenze, rubriky *Dámská jízda*, *Pánská jízda*, *Počítače*, *Cesty* a nestálé rubriky jako *Případ*, *Test*, *Média*, *Fenomén*, *Spor*, *Tragédie* a jiné, které se zařazují v závislosti na událostech. Na rozdíl od devadesátých let zde již chybí rubrika *Vy-My*, *Kdo je co*, *Krimi*, *Desetiboj*, nahradily je podobné rubriky pod jiným názvem, kromě rubriky *Vy-My*, ta nahrazena alespoň v roce 2000 nebyla.

V roce 2000 má Reflex v průměru devadesát stran, přibylo ale velké množství komerčních celostránkových reklam. Viz kapitola 4.5.

Ruský týdeník Ogoňok své rubriky obměnil z mnohem větší části. Stálých rubrik má v roce 2000 méně než v devadesátých letech, a to kolem deseti, více má rubrik nestálých, které se skoro pokaždé střídají.

Ze stálých rubrik se z devadesátých let zachovaly pouze rubriky *Панорама* a *Специальный репортаж*, další změnily názvy, jako například *Фото номера* na *Настроение недели*, *Российская политика* na *Политика*, *Общество* na *Чудные люди* apod.

Mezi nestálé rubriky přibyly rubriky jako *Черный ящик*, *Полезная рубрика*, *Мифы*, *Гипотезы*, *Простые истины*, *Территория*, *Мужчина и женщина* a další.

Mezi nové stálé rubriky patří : *Настроение недели*, *Чудные люди*, *Славный юбилей*, *XX век: Судьбы*, *Это мы*, *Пар культуры* a *Человек у телевизора*.

V roce 2000 má Ogoňok v průměru šedesát stránek, reklamy skoro nejsou žádné, přibylo ale obrovské množství velkoformátových reportážních fotografií, které prokládají celý časopis. Výrazně ubylo zpravodajství a zůstala skoro jen samotná publicistika. Zvětšil se

formát časopisu na nestandardní, větší než A4, dále chybí úvodník a obsah resp. seznam rubrik.

Srovnatelné jsou tedy publicistické rubriky, kde jsou reportáže, komentáře, rozhovory, fejetony apod., což jsou v obou týdencích rubriky jako *Reportáž* a *Специальный репортаж*, *Reflexe*, *Otazník* a *Политика*, *Rozhovor* a *XX век: Судьбы*, *Мужчина и женщина*, *Рірад*, *Causa* a *Черный ящик*, a *Labyrinth kultury* a *Пар культуры*.

V roce 2005 si už oba týdeníky velmi podobají, zvláště vzhledem. Mají přibližně stejný formát – Reflex má standardní A4, Ogoňok jen o trochu větší na šířku. Počet stran se v Reflexu pohybuje na rozmezí šedesáti až osmdesáti stran, Ogoňok má pravidelně pět a šedesát stran.

Tabulka srovnání rubrik obou časopisů v roce 2005

<i>Úvodník</i>	<i>Для начала</i>
<i>Reflexe</i>	<i>События</i>
<i>Reportáž</i>	<i>Специальный репортаж</i>
<i>Vy - My</i>	<i>Письма</i>
<i>Fenomén</i>	<i>Феномен</i>
<i>Média</i>	<i>Для ума</i>
<i>Bar</i>	<i>Для жизни</i>
<i>Na plný plyn</i>	<i>Автоновости</i>
<i>Na vandru</i>	<i>Прогулка</i>
<i>Causa</i>	
<i>MMS</i>	
<i>Genius Loci</i>	
<i>Labyrinth kultury</i>	<i>Культура</i>
	<i>Здоровье</i>
<i>A propos</i>	<i>Постскриптум</i>
<i>Na spadnutí</i>	

Pozn.: Prázdná políčka v tabulce znamenají absenci podobné rubriky

Stálých rubrik má Reflex kolem pět a dvaceti, jejich počet není stálý a větší rubrika *Labyrint kultury* se dělí do několika menších podrubrik: *Do černého*, *Film*, *Televize*, *Výtvarné umění*, *Literatura*, *Divadlo* a *Hudba*. Mezi nestálé rubriky patří *Analýza*, *Anketa*, *Případ*, *Problém*, *Projekt*, *Aféra* a *Bumerang*. Znovu se objevuje původní stálá rubrika s dopisy od čtenářů *Vy-My*, která v číslech z roku 2000 nebyla. Mezi nové rubriky patří rubrika *Bar*, *Internet*, *Na plný plyn* (místo *Plný plyn* viz rok 2000), *Na vandru*, což je taky nový název pro rubriku o cestování, dále nové podrubriky *BPM*, *MMS*, *Bumerang*, *Genius loci* a *Na spadnutí* místo původní *Za 168 hodin*. V roce 2005 už ale v Reflexu nenajdeme přehled televizních programů, rubriky *Dámská jízda*, *Pánská jízda* a *Odyseu*.

V ruském Ogoňku v roce 2005 můžeme opět pozorovat výrazné změny v porovnání s rokem 2000. Znovu se změnil majitel vydavatelství a šéfredaktorem se stává novinář Vlad Vdovin. Obsah časopisu si nyní můžeme přečíst i na internetu, adresa webových stránek se přímo uvádí v každém čísle časopisu. Ogoňok znovu nabývá modernější podoby, počet stran se znovu zvyšuje, a to na pravidelných pět a šedesát stran, formátem se přibližuje standardnímu A4 a přibývají v něm i komerční reklamy.

Počet rubrik v Ogoňku, jako i v českém Reflexu není stálý, pohybuje se v rozmezí mezi pět a dvaceti až třiceti, s tím, že je rozdělen do pěti stálých velkých rubrik *Для начала*, *Для ума*, *Для жизни*, *Для души* a *Постскриптум*, které obsahují další rubriky a podrubriky. Například rubrika *Для начала* má pod sebou rubriky jako *Письма*, *События*, *Пуш&Го*, *Победитель*, *Проигравший*, *Вызов*, *Зацепило*, *Письмо счастья* a nestálé podrubriky jako *Аргумент*, *Что пишут* a jiné. Rubrika *Для ума* a další mají pod sebou méně rubrik.

Na rozdíl od roku 2000 přibývá jak publicistiky, tak zpravodajství, časopis se stává zase o něco praktičtějším a užitečnějším. Znovu v něm najdeme úvodník od šéfredaktora, podrobný obsah a přehled rubrik. Objevuje se i komiks.

Ke srovnání rubrik z roku 2005 můžeme vybrat rubriky jako *Reflexe* a *События*, *Медиа*, *Пřípad*, *Problém* a rubriku *Для ума*, *Bar*, *Internet*, *Na plný plyn* a rubriku *Для жизни*, a dále kulturní rubriky a podrubriky.

4.3. Publicistická témata

Tématická analýza obou týdeníků úzce souvisí s počtem jejich rubrik, jejich charakteristikou i rozsahem. Viz předchozí kapitola.

Denní tisk pracuje hlavně s informacemi, oproti tomu týdeníky naopak pracují s aktuálními událostmi, s tím, že informace je druh sdělení, který s přibývajícím časem roste

na významu a aktualita s časem na významu ztrácí. V novinách jednoznačně převažuje zpravodajská publicistika, v týdenících naopak publicistika analytická. Hlavní tématická orientace je ale u obou druhů médií stejná, a to hlavně politická, ekonomická a kulturní.

V devadesátých letech jsou v českém Reflexu hlavními publicistickými tématy ekonomická a hospodářská situace v republice, a to na prvním místě, dále politika, společnost, životní prostředí, kulturní události a také dějiny. V ruském Ogoňku je to velice obdobné, pouze převažuje politika, která je na prvním místě a dále se v Ogoňku na rozdíl od Reflexu vyskytuje množství článků věnovaných módě, stylu a zdraví a sportu. Samozřejmě pokud dojde k nějaké významné události, ať už se týká politiky, kultury či třeba sportu, zařadí se, dá se říct automaticky, na první místo a stává se tak hlavním tématem jednotlivého vydání.

Srovnávací tabulka publicistických témat obou týdeníků v roce 1995

Reflex	Ogoňok
<i>Filmový festival</i>	<i>Domácí politika</i>
<i>Soutěž podnikatelů</i>	<i>Ekonomika</i>
<i>Televize</i>	<i>Hospodářství</i>
<i>Domácí politika</i>	<i>Doprava</i>
<i>Ekonomika</i>	<i>Společnost</i>
<i>Vzdělání</i>	<i>Kultura</i>
<i>Společnost</i>	<i>Zahraniční politika</i>
<i>Životní prostředí</i>	<i>Reklama</i>
<i>Domácí soudnictví</i>	<i>Životní prostředí</i>
<i>Bydlení</i>	<i>Věda a technika</i>
<i>Kultura</i>	<i>Sport</i>
<i>Historie</i>	<i>Móda</i>
	<i>Hudba</i>

Pozn.: V tabulce témata následují za sebou tak, jak jsou řazena do rubrik, tzn. ve stejném pořadí

V roce 2000 se v Reflexu vyskytuje více článků o cestování, objevují se články o módě a technice, jinak se ale hlavní témata nemění.

Ogoňok se výrazně mění co do počtu témat a informací – zmenšuje se oproti 90.létům, méně se v něm věnuje módě, sportu a technice, hlavní témata ale zůstávají neměnnými.

V roce 2005 si už oba časopisy sobě navzájem velice podobají, ať už jde o vzhled, obsah či témata.

4.4. Poměr textových a grafických prvků

Jako čtenáři vnímáme stránky periodik celé, malé odchylky většinou nepozorujeme, ty velké na nás naopak mohou působit rušivě. Účinnost grafické prezentace sdělení je úměrná množství nových informací, jež adresát přijme, pochopí, případně i využije. Ani jedno médium nelze posuzovat pouze z hlediska obsahu nebo z hlediska formy, musí vždy spojovat jedno i druhé. Každé médium má mít svou vlastní grafickou tvář, která by odpovídala jeho charakteru i jeho specifickému zaměření na určitý okruh čtenářů. Grafika periodik je vlastně takovým prostředníkem mezi nimi a čtenářem.

Úkolem grafické úpravy médií je řídit pozornost čtenáře, usnadnit mu chápání novinového materiálu a zároveň upozornit ho na důležitá sdělení. „Grafická úprava vyvolává u čtenáře tzv. orientační (pátrací) reflex a bezděčnou pozornost, je jedním z předpokladů vzniku úmyslné pozornosti.“⁴⁷

Pokud jde o grafickou stránku týdeníků, všímáme si zejména velikosti článků a jejich uspořádání na stránkách, ale důležitá je i velikost záhlaví, velikost písma nadpisů, podtitulků i nadtitulků.

Vizuální prvky v tisku

Fotografie umožňuje příjemci seznámit se smyslově, názorně a zcela konkrétně s fakty a událostmi v podobě jejich autentického záznamu. Je tak zdrojem poznání a objevování světa, má možnost dokumentovat děje a věci a působí komplexně na rozum i cit čtenáře. Dále také rozšiřuje poznatky příjemců, shrnuje fakta a popularizuje určitý jev.

Fotografie má učinit čtenáře „očitým svědkem zobrazované události, vzbudit u čtenáře žádoucí emoce.“⁴⁸ Názornost, konkrétnost, jasnost a výraznost fotografie vede k obecné srozumitelnosti a také k rychlému pochopení smyslu sdělení.

Díky **fotografickému zpravodajství** můžeme událost vidět na vlastní oči, být při tom, spoluprožívat. Fotografické zpravodajství je spojeno s autentičností, je názorné, fotografie nepopisuje, ale ukazuje – „jeden obraz řekne víc než tisíc slov“.⁴⁹

⁴⁷ Hladký, M., Barták, J., *Základy grafické úpravy periodik*, Praha: Novinář, 1981. s. 21.

⁴⁸ Hladký, M., Barták, J., *Základy grafické úpravy periodik*, Praha: Novinář, 1981. s. 86.

⁴⁹ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 89.

Nedílnou součástí fotografické aktuality je **popisek**, který upřesňuje fakta, která nelze fotografickým obrazem vyjádřit. Popisky mohou být dvojího typu: delší, který má formu zprávy a krátký.

Grafická úprava textu

Pohled čtenáře se většinou hned zaměřuje na texty krátké a výrazně zalomené, tedy na titulky, nadtitulky, ilustrace a rámečky. Forma a velikost titulků podstatně ovlivňuje čitelnost novin a časopisů.

Základní funkcí **titulku** je graficky oddělit od sebe jednotlivé texty a upozornit na ně. Velikost a zalomení titulku naznačuje, jak je materiál důležitý, případně také obsáhlý, má tedy i funkci informační, dále také orientační, grafickou a estetickou. Důležitá je taky barva titulku, různý typ a velikost písma.

Dalším typem titulku nebo podtitulku je takzvaný **perex** neboli ve slangu forkec. Jde o takový slogan, stručný úvod k textu, který obsahuje základní informace. Perex by neměl být začátkem textu a nesmí na něj navazovat ani jej opakovat, měl by být samostatným útvarem.

Důležitou roli při grafické úpravě článků hrají i **mezititulky**, kterých se užívá, jestliže je potřeba zpřehlednit složitější text. Mezititulek je „krátký, výmluvný text, obvykle od dvou do šesti slov, umístěný uvnitř většího žurnalistického materiálu.“⁵⁰ Mezititulek má vystihovat obsah následujícího textu, resp. může oddělovat dvě po sobě jdoucí, ale přímo nesouvisějící pasáže, a tak usnadní čtenáři orientaci v článku. Mezititulky se tedy většinou vyskytují u delších textů.

Dalším významným prvkem, jak usnadnit čtenáři čtení, jsou **tabulky** nebo **výroky** vsazené dovnitř delšího textu, tzv. citáty, zejména jsou časté u rozhovorů. Tabulka nebo výroky by měly obsahovat ústřední motto textu.

Zvláštním grafickým zpestřením stránky může být i takzvaný **komiks**, který představuje obrazové vyjádření určité události, odehrávající se v čase. Je to obrázkový seriál v novinové, časopisecké či knižní podobě, jenž líčí nějaký příběh a je doprovázen stručným textem. „Vyznačuje se logickou posloupností při cyklickém rozvíjení děje, souvislostí a návazností vyobrazení, rozčleněných do jednotlivých sekvencí, avšak vzájemně na sebe navazujících, výsledkem je jasné, lakonické, obecně pochopitelné a přesvědčivé obrazové sdělení.“⁵¹ V českém týdeníku Reflex se vyskytuje už od začátku známý komiks Zelený Raoul a Hana a Hana. V ruském Ogoňku se začal prosazovat až od r. 2005 a není pravidelný. Dříve se

⁵⁰ Osvaldová, B., Halada, J., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha: Libri, 1999. s. 106.

⁵¹ Hladký, M., Barták, J., *Základy grafické úpravy periodik*, Praha: Novinář, 1981. s. 78.

prosazovaly karikatury, a to už od konce devadesátých let, publikovaly se ale také nepravidelně.

Když se podíváme na **čísla Reflexu a Ogoňku z roku 1995**, hned si všimneme, že Ogoňok je v tomto období poněkud barevnější, i když Reflex tuto vizuální atraktivitu trochu vyvažuje komiksem Zelený Raoul. Počet fotografií ale je v obou časopisech srovnatelný, oba obsahují jak malé, menší, střední, tak i velké celostránkové fotografie, ale ty větší převažují v Reflexu. Navíc Reflex poskytuje prostor reportérovi a fotografovi Janu Šibíkovi pro publikaci svých dokumentárních fotografií v rubrice *A Propos*.

Dále si na první pohled všimneme různé velikosti titulků, jako například v úvodníku se český Reflex poměrně velkými písmeny obrací ke čtenářům „VÁŽENÍ ČTENÁŘI...“ a i v dalších rubrikách má Reflex graficky mnohem nápadnější a větší titulky než ruský Ogoňok. Viz Příloha č. 2.

Co se týče textů, tak drobnější publicistické útvary jako zprávy, komentáře, sloupky, fejetony převažují v Ogoňku, v Reflexu je naopak více rozsáhlejších útvarů jako reportáže a rozhovory.

Tabulky a grafy převládají v Ogoňku, a to proto, že má více zpravodajství, politickou, ekonomickou rubriku a rubriku o vědě a technice.

Oba časopisy mají křížovky – Reflex velkou, na celou stránku a ne úplně na konci, a Ogoňok má úplně maličkou křížovku na předposlední stránce, jako například v čísle 28/1995 vedle menších karikatur známých osobností. Viz Příloha č. 2.

Srovnání obou tiskovin z r. 2000 ukazuje, že se oba týdeníky navzájem liší formátem, Ogoňok má větší formát, než Reflex, který má standardní formát A4, dále se výrazně liší počtem velkoformátových fotografií – ruský týdeník má obrovské množství velkých fotografií, které zabírají buď celou jedno nebo i dvou stránku, někdy jsem dokonce měla pocit, že ten počet a velikost těch fotografií není zcela v souladu s obsahem a celkovou povahou časopisu. Viz Příloha č. 3. Tímto se výrazně liší od své podoby v devadesátých letech.

Reflex se oproti Ogoňku drží své původní a dá se říct už tradiční podoby. Po jeho otevření si ale hned všimneme grafické změny na třetí stránce – úvodník dostal podobu sloupku na levé straně stránky, větší část stránky pak zabírá rubrika s ohlasy čtenářů pod novým názvem místo původního názvu *Vy-My* se nyní jmenuje *Před 168 hodinami*, která připomíná články z minulého týdne a uvádí reakce čtenářů ve formě úryvků z jejich dopisů do redakce. Dále následuje už tradiční komiks *Zelený Raoul*, *Obsah* a další rubriky.

V roce 2000 se už v Reflexu vyskytuje obrovské množství reklam, tj. mnohem větší v porovnání s rokem 1995, viz níže. Jinak se v podstatě drží své původní grafické podoby z 90. let, jen má poněkud více barevných fotografií, a to jak dokumentárních, tak i uměleckých. Velmi působivé jsou fotografie známého reportéra a fotografa Jana Šibíka, kterému Reflex poskytuje prostor pro publikaci fotografií z oblastí humanitárních katastrof, válek, nemocí, chudoby aj.

Pokud jde o velikost rubrik, článků a titulků – je to velmi podobné jako v 90. letech.

Ogoňok má v roce 2000 převážně dlouhé texty, více publicistiky a méně zpravodajství v porovnání s 90. lety, dále velmi výrazné a velké titulky. Už v něm nenajdeme rubriky zpravodajské ani publicistické o ekonomice a politice, proto ani nezaznamenáme skoro žádné grafy ani tabulky. V Reflexu se občas vyskytnou, ne však pravidelně. Křížovka se v Reflexu zachovala a publikuje se jako i v 90. letech přibližně uprostřed časopisu, v ruském týdeníku je také a stejně jako v 90. letech je menší, na méně než půl stránky a je vždy na konci, na předposlední stránce a po ní ještě v Ogoňku následuje horoskop.

V roce 2005 už můžeme pozorovat, jak si jsou oba časopisy po grafické stránce podobné. Oba mají standardní formát A4. Také mají podobné rozdělení do rubrik, mají dokonce stejně označené růžky stránek červenou barvou vlevo nahoře. V Ogoňku *Obsah* následuje hned po jeho otevření, na třetí stránce, která je však dole v rohu označena číslicí 1. Dále následuje úvodník, který v roce 2000 zřejmě dočasně nebyl zařazován, a již s jiným názvem oproti 90. létům, a to *Пеpедовица*. V Reflexu je tradičně *Úvodník* na třetí stránce a stejně jako v roce 2000 na levé straně v podobě sloupce, dále na stejné stránce je rubrika čtenářských ohlasů s původním názvem *Vy-My*, pak tradiční *Zelený Raoul* a následuje *Obsah*.

V ruském týdeníku můžeme pozorovat ještě další změnu oproti roku 2000, a to výskyt komiksu a skoro v každém čísle a dále častější publikaci karikatur.

Počet, druh a velikost fotografií je v obou časopisech velmi podobné. V Ogoňku jsou navíc časté i umělecké obrázky, reklam mnoho není, ty převažují jednoznačně v Reflexu.

Křížovka je v Reflexu stále stejná, v Ogoňku se zvětšuje na úkor horoskopu, který z časopisu úplně mizí, a je pravidelně na předposlední resp. poslední stránce (dle Ogoňku).

Titulky jsou v obou časopisech velmi různé velikosti a výraznější jsou vždy ty, které uvozují nějaké ústřední téma čísla nebo delší reportáž, rozhovor aj. U kratších zpráv jsou pak v obou časopisech titulky menší a méně výrazné. Tak velké a výrazné titulky, jako měl Ogoňok v roce 2000 se už v něm neobjevují, hraje zde roli zřejmě i menší formát časopisu.

Oba týdeníky umísťují kratší zprávy na začátek, pak následují delší publicistické žánry.

Ogoňok ale ještě na konci v rubrice *Постскриптым* kratšími publicistickými útvary připomíná události z historie.

V Ogoňku se znovu objevují grafy a tabulky, i když stejně méně často, než v Reflexu.

Reflex v roce 2004 zařadil fotografickou soutěž Cannabis Cup, v rámci které publikuje na svých stránkách vítězné fotografie konopí. Dále se v něm zvýšil počet dokumentárních fotografií, vždy jsou v rubrice *A Propos* a dále také umělecké fotografie v rubrice *Výstava*. Nově se objevují multimediální zprávy ve formě fotografií zachycujících nějakou událost v nové rubrice *MMS*.

Oba časopisy se po vzhledové stránce zmodernizovaly.

Srovnání reklamy

Reklama jako žánr je velmi stylově rozmanitá, proto není jednoduché ji někam zařadit. V současné době je využívána k tomu, aby ovlivňovala naše „etické, sociální, národní a občanské postoje, aby formovala ekonomické i ekologické požadavky a vytvářela naše globální pojetí světa“.⁵² Funkcí reklamy je přesvědčit čtenáře či diváky, že si mají koupit nějaký produkt. Účinná reklama předpokládá, že se dostane k pravým adresátům, ke správné cílové skupině. Aby reklama na adresáta zapůsobila, musí ho zaujmout, upoutat jeho pozornost, vyvolat v něm touhu a přimět ho k činu. „Hlavní komunikační funkci reklamy tedy vystihuje zkratka AIDA (attention, interest, desire, action)“.⁵³ Reklama komunikuje s adresátem, snaží se s ním navázat co nejužší kontakt, udílí rady, poučuje, rozvíjí adresátova přání a nabízí možnosti, o nichž adresát do té doby nemusel vědět.

Inzerát je „placené reklamní sdělení v masových médiích, oddělené od redakčního obsahu tištěného periodika či vysílaného rozhlasového, televizního programu“.⁵⁴ Jednotlivá média jsou pro zadavatele reklamy různě drahá a náklady na ně jsou do jisté míry závislé na tom, jak velká je cílová skupina, kterou mohou oslovit. Inzeráty jsou také podle toho, jak jsou tématicky zaměřené, umísťovány do rubriky, kterou většinou sledují osoby, jež by mohl inzerát oslovit.

U každého inzerátu je zejména důležitý jeho titulek, uspořádání textu, velikost a umístění inzerátu, jeho barevné ztvárnění a použití písma. Reklama si pohrává s hláskami,

⁵² Čmejrková, S., *Reklama v češtině, čeština v reklamě*, Praha: Leda, 2000. s. 11.

⁵³ Čmejrková, S., *Reklama v češtině, čeština v reklamě*, Praha: Leda, 2000. s. 20.

⁵⁴ Osvaldová, B., Halada, J., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha: Libri, 1999. s. 83.

písmeny, slabikami, slovy i celými konstrukcemi. Využívá možností, jaké jí poskytuje psaný jazyk, pokud jde o typ písma, velikost písma či prostorové uspořádání písmen. Využívá interakce mezi slovem a obrazem.

Reklamní titulek je tím prvním, čeho si u inzerátu všimneme, to, co si jako první přečteme. Musí být proto výrazný, jasný a kontrastní, protože někdy je titulek to jediné čeho si čtenáři všimnou. Titulek by měl být krátký, měl by obsahovat pět až osm slov, které dokáží vyjádřit hlavní myšlenku reklamy.

Po otevření obou týdeníků hned na druhé stránce vlevo můžeme vidět inzerci/reklamu na celou stránku. Další následují po několika stránkách, například v číslech 28 z roku 1995 v Reflexu je druhá reklama na půl stránky 9. – reklama na telefon, v Ogoňku na celou stránku 23. – reklama na moskevskou banku. Dále jsou celostránkové reklamy v Reflexu na stránce 25., v Ogoňku až na stránce 41., potom v Reflexu následují reklamy až na předposlední a poslední stránkách – na předposlední – tři menší a na poslední – celoplošná reklama na cigarety. V Ogoňku následuje čtvrtá v pořadí reklama, zase celostránková, na stránce 45., pátá - na stránce 93. – opět celoplošná, šestá – na celé předposlední stránce, a poslední sedmá reklama je na celé poslední stránce – reklama na platební karty.

Srovnávací tabulka umístění a rozsahu reklamy v roce 1995

Reflex		Ogoňok	
<i>strana</i>	<i>Počet / rozměr</i>	<i>strana</i>	<i>Počet / rozměr</i>
2	celostránková	2	celostránková
9	Půl strany	23	celostránková
25	celostránková	41	celostránková
		45	celostránková
		93	celostránková
předposlední	3 menší	předposlední	celostránková
poslední	celostránková	poslední	celostránková

V Ogoňku je v devadesátých letech více komerčních reklam než inzerce v Reflexu, například inzerce o 21. letní filmové škole a o předplatném časopisu pro pravidelné čtenáře.

V českém Reflexu č. 30 z roku 1995 jsou dokonce pouze tři menší inzerce a dvě menší komerční reklamy.

Když se podíváme na ročník 2000, hned si všimneme obrovského a nepřehlédnutelného rozdílu mezi oběma týdeníky – hlavně Ogoňok se velmi liší od své podoby v devadesátých letech – poněkud se vrátil ke své původní podobě, tedy k většímu formátu, má méně zpravodajství, zato více publicistiky a velké množství barevných velkoplošných fotografií, a co se týče reklam, tak ty má nanejvýše tři v jednom čísle.

Český týdeník se naopak co se týče formátu zmenšil na A4 a zmodernizoval se, přibyly mu moderní fotografie a grafika a také reklamy, a to v obrovském počtu oproti minulým létům – skoro ob stránku je velkoplošná reklama na celý formát A4, například v č. 15 z roku 2000 je neuvěřitelných osmnáct reklam formátu A4, což znamená, že z celého obsahu devadesátistránkového časopisu je celých osmnáct stran reklam, a to ještě nepočítáme drobnější reklamy a jednu velkoplošnou reklamu na celé dvě strany A4. Viz Příloha č. 3. Oproti tomu v ruském Ogoňku v č. 15 téhož roku dokonce není reklama žádná, pouze dvě nekomerční inzerce o předplatném časopisu a o dobročinné akci.

V roce 2005 se si už oba týdeníky co se týče vzhledu velmi podobají. Mají stejný standardní formát A4 a podobný počet barevných fotografií, komerční reklamy však jednoznačně převládají v českém Reflexu. Kdybychom porovnali dvě čísla obou týdeníků z roku 2005, například č. 3, tak zjistíme, že Reflex má pět velkých komerčních reklam ve formátu A4, a osm menších, kdežto Ogoňok má čtyři velké a jen jednu menší reklamu, a počet stran obou časopisů je v roce 2005 přibližně stejný - kolem 65 stran.

Co se týče tématického zařazení reklam do rubrik, které můžeme pozorovat v denním tisku, tak zde neplatí úplně. Reklamy se v týdenících pravidelně umísťují na druhé, předposlední a poslední straně, kde převládají celoplošné komerční reklamy s víceméně různou tematikou, jako například reklamy na digitální technologie, mobilní komunikaci, alkoholické nápoje, kosmetiku, cigarety, bankovní služby, automobily atd. A se stejným druhem reklam se můžeme setkat i uvnitř časopisů nehledě na rubriky.

Z hlediska jazyka je zajímavé, že české reklamy využívají více slov, více komentují reklamy, ruské jsou většinou jen „sloganové“. Například v Ogoňku z roku 1995 reklama na fotoaparát zní *Polaroid*, *Живи настоящим* dále reklama na domácí elektrospotřebiče *Встроенная техника BOSCH*, a na kreditní karty *Ваш выход, MAESRTRO!* a v roce 2005 - jelikož se v roce 2000 reklamy skoro vůbec nevyskytovaly – reklama na televizní pořad *Реалити шоу Большой брат смотрит на тебя*. Na přípravek proti alergiím *LoraGEKSAL свобода от аллергии ...* a *Стиль пробуждающий чувства* na mobilní telefony apod. A v českém Reflexu z roku 1995 *Bezdrátový telefon Samsung „DOKONALÉ SPOJENÍ“*. *Po celém světě čtou Lidové noviny. Českomoravská stavební spořitelna – Liška ví, jak na to,*

*Bud'te i vy chytrí a modernizujte s Liškou, Spojení s Liškou – Vaše jistota. Z roku 2000 Nenabízíme jen auta, ale i... ...životní styl, Bud'te první, kdo pronikne na nový trh, Počtete si. Nač ten spěch?, Když stojíte nebezpečí tváří v tvář, na nás se můžete spolehnout. A v roce 2005 se už v Reflexu vyskytuje více heslovitých reklam, především u reklam na automobily, jako například *Inspirováno prostorem, Nová Sonata město poslouchá* a *Kde je potápěč ve svém živlu?* apod.*

5. JAZYKOVÁ ANALÝZA

5.1. Jazyk českých a ruských médií

Jazyk médií je neterminologické označení jazyka a stylu médií tištěných i elektronických. V české funkční stylistice se však v souvislosti s jazykem médií mluví spíše o stylu publicistickém nebo publicisticko-zpravodajském. Prostředky tohoto jazyka jsou velice různorodé a zahrnují žánry a prostředky jiných funkčních stylů, zvláště odborného, uměleckého a administrativního. Jazyk médií je nástrojem veřejného dorozumívání, proto jeho základ musí tvořit spisovná varieta národního jazyka. V publicistice a zpravodajství se také nejzřetelněji projevuje její stav a vývojová dynamika. Nejrůznější inovace, ke kterým v jazyce dochází, se projevují nejdříve právě v publicistickém stylu a odtud se šíří do ostatních funkčních stylů (stejně jako se dříve šířily inovace hlavně ze stylu uměleckého). S tím ale souvisí i skutečnost, že jazyk médií bývá terčem častých kritik a nejrůznějších hodnocení.

Odborný zájem českých lingvistů o jazyk a styl novin i časopisů byl iniciován statěmi Bohuslava Havránka, předního znalce slovanské jazykovědy. „Ve sborníku *Spisovná čeština a jazyková kultura* z roku 1932 v článku *Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura* Havránek vedle čtyř funkcí spisovného jazyka (komunikativní, prakticky odborné, teoreticky odborné a estetické) vydělil a stručně analyzoval jim odpovídající **funkční jazyky** (soubory jazykových prostředků): hovorový (konverzační), pracovní (věcný), vědecký a básnický.“⁵⁵ **Funkční styl** ale Bohuslav Havránek chápal zatím na úrovni parole, to znamená jako modifikaci funkčního jazyka, která je určena konkrétním cílem a způsobem realizace určitého jazykového projevu. O novinářském projevu se zde tento proslulý bohemista zmiňuje pouze jako o druhu veřejného písemného projevu a používá sousloví jazyk novinářský.

⁵⁵ Srpová, H., *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*, Ostrava: Ostravská univerzita, 1998. s. 11.

V druhé polovině 20. století se funkčním stylům věnovala velká pozornost. Již roku 1948 napsal Josef Bečka *Úvod do české stylistiky*, kde charakterizuje funkční podoby spisovného jazyka. Vedle jazyka uměleckého a vědeckého pojednává i o jazyku praktickém, v jeho rámci vyděluje jazyk úřední, hospodářský a novinářský.

O pět let později vychází kniha Františka Trávníčka *O jazykovém slohu*, kde autor rozlišuje i sloh novinářský, který se vyznačuje jazykovými prostředky, které vyhovují úkolu rychle, přesně a obecně srozumitelně informovat posluchače a čtenáře o veškerém dění. Poprvé v historii české stylistiky také naznačuje, že **vedle projevů psaných existuje i oblast novinářských projevů mluvených** (tj. rozhlasových).

V roce 1957 vydává Milan Jelínek své dílo *O jazyku a stylu novin*, kde již výlučně užívá termín **publicistický styl** a navíc se snaží vymezit i jeho hlavní znaky: „všeobecnou srozumitelnost, přesnost, přehlednost, přesvědčivost, rozmanitost a výrazovou úspornost.“⁵⁶ V poslední době se pozornost lingvistů soustřeďuje více na problematiku publicistiky mluvené, politické publicistiky a oblast reklamních projevů.

Jazyk médií je v mnoha směrech specifický, na zpravodajské texty jsou kladeny určité základní požadavky. Důležitá je zejména věcná sdělnost a rychlá zpracovatelnost textů příjemcem. Text musí být přístupný a ve shodě s normou, jasný, přehledný, stručný a objektivní. Pokud jde o požadavek přístupnosti, autor článku musí užívat obecně přístupný srozumitelný kód, obecně přístupné jazykové prostředky. „Uvedený požadavek přímo vyplývá z masového charakteru zpravodajství, kód územně nebo sociálně omezený by totiž ohrožoval porozumění textu a zužoval okruh možných příjemců.“⁵⁷ Jediným celonárodně srozumitelným a jednotným kódem je spisovná čeština. Jazyk novin je pro početné čtenáře hlavním pravidelným pramenem poznávání spisovného jazyka v jeho psané podobě. Novináři ale, zejména z bulvárních periodik, často užívají i obecnou češtinu či výrazy nespisovné.

Termínu **spisovný jazyk** se v české lingvistice užívá pro útvar národního jazyka s celonárodní platností, který je kodifikován, má reprezentativní funkce a je bohatě stylisticky diferencovaný. Podobnou definici má i ruský spisovný jazyk v ruské jazykovědě. Rozdílnost publicistických jazykových prostředků se v obou jazycích promítá na pozadí této stylově neutrální spisovné normy, pro český jazyk je však charakteristické, že toto neutrální pozadí může být jemně stylově odstíněno: objevují se zde tendence k hovorovosti nebo ke knižnosti. „Hlavním charakteristickým rysem spisovných projevů je jejich vytříbená účelovost, projevů

⁵⁶ Srpová, H., *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*, Ostrava: Ostravská univerzita, 1998. s. 12.

⁵⁷ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 109.

nespisovných interakční bezprostřednost a volná živelnost.⁵⁸ **Interdialekt** je nestabilizovaný útvar národního jazyka představující současné nejvyšší vývojové stádium části tradičních teritoriálních dialektů. Je postulována existence interdialektu východomoravského a středomoravského, v Čechách pak interdialektů, které zvnějšku posléze působí jako interdialekt jediný – obecná čeština.

Charakter interdialektu má **obecná čeština** v Čechách a na západní Moravě, může ale sloužit i jako forma standardu s vyšší komunikační funkcí. V tomto druhém pojetí má „proti interdialektům tu zvláštnost, že se v moderním dramatickém umění a v literárních dialozích stala vlastně výhradní reprezentantkou živé mluvené řeči každodenního života.“⁵⁹ V mluvě obyvatel východní Moravy není obecná čeština obvyklá.

V psaných zpravodajských textech také často dochází k přenosu určitých rysů, k reprodukci určitých prostředků typických pro mluvené projevy. Tento jev může mít různé cíle a motivace, například případy, kdy záměrem pisatele je dosáhnout přirozenosti, autenticity v psaném textu a přiblížit se tím čtenáři, navodit s ním bezprostřední kontakt, nebo to může být i ironie apod.

Jedním z důvodů uplatňování nespisovnosti v psaném textu je jeho autenticita vázaná na rysy projevů mluvených. Autoři článků, většinou v bulvárních periodikách například, napodobují nespisovnou výslovnost, objevují se i typické příznaky obecné češtiny v hláskosloví a tvarosloví, vysoká je frekvence univerbizace i nespisovných a expresivních lexikálních jednotek. V publicistických textech také často najdeme nesčetné prostředky frazeologické. Pro méně seriózní periodika je také typická neurčitost a vágnost vyjadřování.

Nejčastější **odklon od spisovnosti** vyjadřování je vidět v tisku v rovině lexikální, méně častá bývá nespisovnost v morfologii a v ostatních jazykových rovinách. V médiích můžeme rozlišovat několik druhů užití nespisovnosti:

- 1) **nemotivované** užití nespisovnosti (nejde o cíl, záměr ze strany autora, užití nespisovných výrazů je bezděčné, neúmyslné)
- plyne z **neznalosti nebo opomenutí** normy spisovného vyjadřování (např. *oni to ví*, místo *vědí*), nevhodné anakoluty, zeugmata, univerbizované prostředky, v češtině obecně narůstá užívání pojmenování jednoslovného na místě možného sousloví (důvodem je zejména rychlost, s jakou vznikají novinářské texty, ta vede ke stručnosti a k maximální ekonomii vyjadřování), používají se pak například výrazy jako *občanka, kabelovna, řidičák*

⁵⁸ Chloupek, J., Krčmová, M., Čechová, M., *Stylistika češtiny*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1991. s. 29.

⁵⁹ Chloupek, J., Krčmová, M., Čechová, M., *Stylistika češtiny*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1991. s. 54.

- 2) **motivované** užití nespisovnosti (vyskytuje se stále častěji)
- užití těchto slov a slovních spojení si autoři textu vždy uvědomují a kladou je do uvozovek (i když ne vždy důsledně), jde například o výrazy profesní či slangové, k jejich užití dochází z různých důvodů:
 - a) snaha o navození **autentičnosti** konkrétního prostředí a situace, k níž se váže příslušná komunikace (úmyslné začlenění slangu do textu je poměrně časté)
 - b) odraz **profesního a zájmového prostředí** a vztahu k nim (*lajnový rozhodčí*)
 - c) výraznější vyjádření **expresivity a názornosti** sdělovaného (*štamgast, špílmachr*)
 - d) úsilí o **bezprostřednost** komunikace, přímost a stručnost sdělení (jde o situace, kdy příslušné termíny existují, ale autor textu si vybírá slangové výrazy, které jsou kratší, například *fotbalovější, kombiňáci*)
 - e) **neustálenost nebo rozkolísanost** terminologie příslušné odbornosti (když autor nemá jinou možnost vyjádření)

Problém užití spisovné či nespisovné varianty českého jazyka nebo prostředků typických pro obě varianty tedy souvisí s požadavkem **přístupnosti** zpravodajských textů. Čtenář by neměl mít problém danému textu porozumět. V médiích se ale často vyskytují i prostředky s omezeným užíváním nebo omezenou srozumitelností jako například odborné termíny, zkratky, zkratková slova, cizí slova, neologismy a řídké výrazy. Odborné termíny se do zpravodajství dostávají především v souvislosti se snahou zpravodajů o přesné vyjádření, často ale snižují přístupnost textu a u příjemců mohou vyvolat i negativní reakce, je proto dobré je dle možností vysvětlit.

Důležitým požadavkem v psaném novinářském projevu je **jasnost**. Texty musí být lehce interpretovatelné, jasnost zajišťuje srozumitelnost textu. Zásadní je tedy užívání relativně přesných pojmenování, co nejpřesnější určování osob, míst, institucí, času a množství.

Pokud jde o **přehlednost**, za přehledný považujeme text, při „jehož vnímání postřehujeme lehce, plynule a bez obtíží vztahy mezi jednotlivými složkami sdělení, včetně vztahů hierarchických, plynule a bez velkých skoků přecházíme od jedné složky k složce následující a jehož smysl naprosto zřetelně a plynule vyrůstá z obsahu jednotlivých částí lineárně za sebou řazených.“⁶⁰ Jestliže je mezi jednotlivými částmi textu **plynulá návaznost**, ve zprávě se můžeme orientovat snadno. Důležité jsou také **pravidelnost a obvyklost** vyjádření, jeho ustálenost, tj. automatizace vyjádření. To usnadňuje příjemci vnímání textu a jeho interpretaci.

⁶⁰ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 118.

Neustálé střídání procesu aktualizace jazykových prostředků (tj. novátorství v jejich užití) a jejich automatizace (přeměny v klišé v důsledku častého opakování) je charakteristické pro publicisticko-zpravodajský styl. Termíny **aktualizace a automatizace** byly pod vlivem ruského formalismu zavedeny do české jazykové terminologie již ve 30. letech Bohuslavem Havránkem ve stati *Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura* ve sborníku *Spisovná čeština a jazyková kultura*.

„Někteří badatelé hodnotí jako aktualizované ty výrazové prostředky, které jsou nekonvenční, nové, nezvyklé, osobité, individuální, nevšední, jako jsou například neologismy či slova autorská. Jiní zastávají názor, že aktualizací je už samo přebírání prostředků z jiných stylových vrstev, použití prostředků automatizovaných v projevech jiných stylových oblastí, například prostředky umělecké stylové vrstvy v publicistice nebo v odborném stylu.“⁶¹

Eva Müllerová uvádí, že „mezi aktualizované pojmenování počítáme: frazeologické obraty, obrazná pojmenování typická pro současnou dobu (např. *prorazit led ve vývoji vztahů*), výrazy, jejichž charakteristika vychází z jiné stylové oblasti, výrazy expresivní a emocionální. Automatizovaná vyjádření jsou naopak ta, k jejichž vzniku přispívá současný stav politického života, původně lidové frazeologie (*vehnat do slepé uličky*), typicky publicistická frazeologie, abstraktní výrazy, prostředky kondenzace např. ustálené předložkové vazby (*v rámci*), vazby s genitivem, výrazy předložkové povahy.“⁶²

V současné češtině lze vysledovat určité charakteristické jevy: **vliv angličtiny** ve slovní zásobě, časté užívání některých cizích **odborných výrazů internacionálního charakteru**, v oblasti výrazů domácích vyšší frekvence slov v jazyce už dříve užívaných, ale vznikají i výrazy nové. Výrazné procesy probíhají v oblasti vlastních jmen, zajímavé **inovace** nastaly také v oblasti frazeologie a gramatické stavby.

Průměrná **délka větného celku** v češtině je značně proměnlivá. Pohybuje se v rozpětí od 5 do 20 slov. Nejdelší větné celky mají texty ze stylu odborného. Publicistika se vyznačuje nepříliš dlouhými větnými celky (s průměrnou délkou kolem 16 slov).

Pokud jde o **lexikální stránku** publicistického projevu, zjišťujeme zde maximální frekvenci substantiv, index opakování slova je v publicistice minimální. Obecně ale v češtině patří do pásma slov s frekvencí nejvyšší a vyšší zejména spojky, zájmena, předložky a sloveso být. Jako nejvýznamnější se ukazuje v českém jazyce spojka *a*. **Frekvence** určitých slovních druhů ve slovní zásobě závisí na funkčním stylu. Podle studie Marie Těšitelové, která byla

⁶¹ Srpová, H., *K aktualizaci a automatizaci v současně psané publicistice*, Ostrava: Opavská univerzita, 1998. s. 17.

⁶² Müllerová, E., *Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. s. 45.

vydána roku 1985: „Podle kvantitativní analýzy publicistických textů je deset nejfrekventovanějších slov v publicistice následujících: a, v, být, na, ten, který, že, i, o, z.“⁶³

Ve slovní zásobě publicistického textu můžeme mluvit o **lexémech neutrálních a příznakových**:

- lexémy patřící k jednotlivým nespisovným útvarům nebo stylovým vrstvám národního jazyka
- lexémy cizího původu
- lexémy s příznakem časovým
- lexémy méně frekventované
- lexémy slohově zabarvené
- lexémy expresivní).

V jazyce médií se tak mohou uplatnit:

- archaismy
- historismy
- neologismy
- slova slangová, profesní
- lexémy s příznakem kladným (hypokoristika, eufemismy, dětská slova)
- lexémy pejorativní, zhrubělé a vulgární
- lexémy knižní, básnické
- odborné názvy
- slova nářeční (dialektismy).

Uvádění podobných stylisticky aktivních výrazů bývá v publicistice v uvozovkách. Často autoři článků používají i obrazných rčení, přirovnání a metafor, tím zvyšují pozornost čtenáře.

V publicistice se také často uplatňuje internacionalizace slovní zásoby, tj. neustálé zvyšování počtu slov cizího původu či tvoření slov hybridních.

Pokud jde o slovní zásobu, ale i syntax, autoři zpravodajských textů se často ve svých člancích dopouštějí chyb. Nedostatkem publicistických projevů co se týče syntaxe jsou podle J. V. Bečky následující **nepřavidelnosti a vady ve stavbě věty**:

- 1) anakolut (vybočení z větné konstrukce)
- 2) zeugma (spojení slova v jednom tvaru se dvěma slovy, z nichž každé vyžaduje jinou vazbu)

⁶³ Chloupek, J., Krčmová, M., Čechová, M., *Stylistika češtiny*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1991. s. 217.

- 3) nevhodná elipsa (elipsa – vynechání části textu)
- 4) falešná dvojice větných členů
- 5) nevhodné užití spojek a spojkových výrazů
- 6) nevhodné vyjádření jádra věta (věta má dva póly, začátek a konec, může mít jen jeden základ a jedno jádro)
- 7) nevyrovnané souřadné části větného členu
- 8) porucha soudržnosti věty
- 9) věty nejasné
- 10) nelogičnosti ve větě
- 11) Věty nepřehledné (posledních pět bodů souvisí zejména s nesprávným slovosledem ve větě)

„Čtenář se většinou přenesse přes chyby a závady nejrůznějšího druhu, nejen přes chyby v logice, nýbrž i přes nevhodnosti stylistické, přes chyby gramatické i pravopisné, ba i přes tiskové chyby. Nedělá to z nějaké shovívavosti k autorům, nýbrž spíše z pohodlnosti a z neúplné soustředěnosti k tomu, co čte. Jde mu více o celkový obsah a o celkový dojem než o jednotlivosti. Většinou přejde takové závady bez povšimnutí, ne však vždy a ne každý čtenář.“⁶⁴

Ruský publicistický styl je z hlediska teorie velmi blízký českému, ruská teorie uvádí stejné funkce a cíle publicistického stylu, tj. hlavně informační a agitační funkce, dále také zdůrazňuje funkci osvětovou, výchovnou, organizační a zábavnou. Za specifické rysy publicistických projevů pokládá určitou standardizaci a také expresivitu výrazových prostředků, dále otevřené hodnocení, specifické styly jednotlivých autorů a jejich vliv na jazyk projevu. Ruské stylistiky, podobně jako české, uvádějí mezi základnímu charakteristickými rysy a požadavky publicistického stylu přesnost, srozumitelnost, jednoduchost sdělení, dokumentárnost, objektivitu, publicistickou terminologii, publicistický frazeologismus, u stylu reportáže se navíc zdůrazňuje živost a emocionalita vyprávění. Literatura, kterou jsem k tématu shromáždila, však neposkytuje tak podrobnou charakteristiku publicistického stylu v ruštině, jako literatura česká pro češtinu.

„Богата публицистика и выразительными ресурсами. Как и художественная литература, она обладает значительной силой воздействия, использует самые

⁶⁴ Bečka, J., V., *Jazyk a styl novin*, Praha: Novinář, 1973. s. 199.

разнообразные тропы, риторические фигуры, многообразные лексические и грамматические средства.

Наконец, публицистика, как и художественная литература, - это словесное искусство.⁶⁵

Jazyk publicistiky patří mezi nejrychleji se vyvíjející a měnící se, ruský jazyk v poslední době přijímá velké množství slov z angličtiny, vzniká tedy velké množství anglicismů a neologismů.

Ruská teorie je tedy velmi podobná české, praxe však již podobná být nemusí. A blíže se na to podíváme v dalších kapitolách.

5.2. Titulky. Analýza titulků

Titulky plní v médiích velmi důležitou funkci. Upoutávají pozornost jako první a rozhodují o tom, zda čtenář text přečte. Jejich ztvárnění je tedy velmi důležité a z hlediska jazykového popisu publicistického stylu představuje samostatný a velmi důležitý komponent analýzy. Klíčové je, aby titulek obsahoval nějakou novou zajímavou informaci. Pro upoutání by měl být titulek co nejkonkrétnější. Konkrétnost se ovšem vztahuje ke čtenáři, nikoliv k autorovi - titulek musí být konkrétní pro čtenáře, musí se respektovat to, že nikdo neví tolik, kolik autor.

„Titulky chápeme jako ústřední rámcovou složku novinového textu, jež se od něj výrazně diferencuje po stránce výrazové (formální), třebaže s ním úzce souvisí (alespoň většinou) po stránce obsahové (významové).“⁶⁶ Umístěním titulku na stránce a jeho grafickým řešením dává redakce čtenáři najevo, které zprávy považuje za důležité a potřebné. Titulky zároveň oživují a zpestřují grafickou úpravu deníku.

Funkcí titulku je **orientovat čtenáře**, aby si rychle mohl najít článek, který je pro něj zajímavý. Titulky by měly **vyvolat jeho zájem** o přečtení celého článku. Někdy je to realizováno tak, že titulek nabízí informaci neúplnou, dvojznačnou a založenou na hře se slovy či humoru. Titulky ale také shrnují důležité údaje, nabízejí stručný obsah textu, a tím plní i **funkci informativní**.

Další funkcí titulků je **funkce agitační** (získávací, přesvědčovací), což je vidět například u titulků tvořených imperativními větami (*Volejte přes internet!*) či infinitivem výzvoným (*Neváhat s opatřením k ekologii*). **Hodnotící funkce** titulků je realizována zejména

⁶⁵ Черняк, В., Русский язык и культура речи, Высшая школа, Москва 2002. s. 98.

⁶⁶ Srpová, H., *Funkční a jazyková analýza novinových titulků*, In: Slovanské studie, Ostrava: Sfinga, 1993. s. 85.

hodnotícím atributem (*Budou lepšími obhájci*) a obrazným pojmenováním (*Švýcaři – váhavi střelci*).

Při tvorbě titulků se prolíná několik zásad. Důležitá je zejména jedna: vzhledem k charakteru textu by neměl být senzačnější, než jaký je obsah textu. Současně ale musí čtenáře upoutat. „Titulek musí být **srozumitelný** hned při prvním přečtení, nesmí recipienta mást nebo slibovat jiný obsah a žánr, než následuje ve zpravodajském textu“⁶⁷. Seriózní média se řídí pravidlem, že titulek by měl – až na výjimky – obsahovat **aktivní sloveso**. Jiné výjimky musí vypadat netradičně a výrazně upoutat čtenáře. Titulkem může být i otázka, v publicistických týdenících se s nimi setkáme poměrně často.

Titulek by měl obsahovat **tři až čtyři plnovýznamová slova**. Neměl by mít také více než 21 písmen. „Jsou také omezováni šířkou sloupce, a tak stojí neustále před problémem najít slova, která výstižně vyjádří obsah článku a zároveň délkou nepřekročí vymezený titulkový vzorec.“⁶⁸

Takzvané **stabilní titulky** se nemění a slouží k nadepsání pravidelně se opakujících typů zpráv jako například *Komentář dne, Počasí, Kurzy valut* atd. Titulky také můžeme hodnotit **z hlediska žánrů** a rozřídít je na zpravodajské, analytické, hodnotící, komentující či beletristické. „Ve zpravodajských žánrech by měl co nejdůstojněji postihnout obsah zprávy, bývá nominální a statický. V analytických žánrech je titulek naznačením tématu, které bude rozebráno, titulky jsou delší a často s určitým slovesem, působí dynamicky, v beletristických žánrech je titulek zase mnohdy metaforický.“⁶⁹

Co se týče publicistických titulků, převažuje zde obrazný charakter, jsou většinou krátké a jmenné, jejich syntaktická struktura je jednoduchá. Četné jsou zvolací, výzvolové a tázací věty.

Z hlediska morfologického můžeme rozřídít titulky na **verbální, nominální a adverbální**, případně na typ **smíšený**. Verbální titulky obsahují určité sloveso nebo určitý slovesný tvar. Nominální naopak neobsahují tvar slovesa, mohou být nerozvitě shodným i neshodným přívlastkem nebo několikanásobnými větnými členy nominální povahy. Pokud jde o titulky adverbální, ty mají nejčastěji strukturu předložkového pádu substantiv či příslovce následovaného předložkovou vazbou. A posledním druhem je titulek smíšený, v němž jsou kombinovány některé z předchozích struktur (verbální, nominální, adverbální).

⁶⁷ Osvaldová, B., *Zpravodajství v médiích*, Praha: Karolinum, 2001. s. 31.

⁶⁸ Srpová, H., *Funkční a jazyková analýza novinových titulků*, In: Slovancké studie, Ostrava: Sfinga, 1993. s. 87.

⁶⁹ Müllerová, E., *Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. s. 49.

Titulek by měl být **stručný, ale výstižný**, lapidární, ale přitom srozumitelný. Pokud není možné sdělit veškeré důležité informace v titulku, používá se takzvaného **titulkového bloku**, tedy titulku, podtitulku i nadtitulku.

Podle postoje autora ke sdělované skutečnosti se setkáváme v titulcích **s větami oznamovacími, tázacími, rozkazovacími**, ojediněle i **přacími**. „Věty konstatační nemají samozřejmě žádný koncový interpunkční znak – tečka se v titulcích nepíše. Imperativní věty mohou, ale nemusí mít vykřičník, jejich charakter je dostatečně určen tvarem slovesným.“⁷⁰

„Významnou formou aktivizace novinového textu jsou otázky, jejich primárním posláním je vyprovokovat odpověď.“⁷¹ Co se týče otázek, je třeba odlišovat otázky zjišťovací a doplňovací. Otázky zjišťovací musí nutně končit otazníkem, jinak by nebyly za otázky považovány. Souvětí se v titulcích vyskytuje zcela ojediněle.

Některé titulky jsou ukončeny třemi tečkami, takzvanou **apoziopezí**. Pro oživení nadpisu se ale může použít i **proziopeze** (...*a léky nejsou*). Jestliže chybí důležitá část sdělení, předpokládá se, že si čtenář přečte text, aby se dozvěděl, co se v titulku úmyslně zamlčuje.

V českém i ruském zkoumaném týdeníku se vyskytují titulky rozdílných tvarů, velikostí i písem. V českém Reflexu se často vyskytují titulky ve formě otázek, zvláště ve zkoumaném roce 2005, jako například delší titulky *Kdy skončí restituce šlechtického majetku?*, *Přežije šéf OSN korupční aféru?* a kratší *Kam s Čínou?* Většinou jsou tvořeny dvěma až pěti slovy, jednou jednoduchou větou. Protože je jedním z důležitých principů u titulku stručnost, souvětí se vyskytuje výjimečně. Také se v titulcích Reflexu poměrně často setkáme s vykřičníky jako například v roce 2000 *Ne fotit!*, *Dobře víme, jak to je!*, *Chci zpátky!* a dokonce se třemi vykřičníky *Jsou stejní!!!* (reportáž o výstavě koček). Výjimečně se vyskytují titulky ukončené třemi tečkami, takzvanou apoziopezí, a to pouze jednou u zkoumaných vydání v roce 2000 *A poletíme dál...*

Z lexikologického hlediska nejsou titulky v Reflexu příliš rozmanité, nenajdeme v nich skoro žádné archaismy, historismy ani odborné termíny, málo je i cizích slov a neologismů, protože je zde základní funkcí titulku informovat a zaujmout čtenáře, nadpisy tedy musí být srozumitelné pro všechny. Početná jsou ale slova hovorová a vyskytuje se i obecná čeština, například z roku 1995 *Zlatý voči*, *Válka tvarohových ksichtů* a z roku 2005 *A byli jsme v telině* a *Titulkářka z opery*, a dokonce vulgární *Volejte přes internet, volové!* Vyskytují se ale i frazeologismus, přenesené významy, expresivita a vtipné slovní obraty, jako například *Bludné*

⁷⁰ Macháčková, E., *K sémanticko-syntaktické výstavbě novinových titulků*, In: Slovo a slovesnost, 1985, roč. 46, číslo 3, Praha: Československá akademie věd. s. 218.

⁷¹ Srpová, H., *Funkční a jazyková analýza novinových titulků*, In: Slovanské studie, Ostrava: Sfinga, 1993. s. 90.

Кавčí kruhy, Zelený kůl v plotě, Neplácej mě po nožce, Kolo SuperStar je třeba promazat, Nahnilá demokracie a další.

Nových slov a neologismů je poměrně málo, ze zkoumaného materiálu jsou to *Manažeři dobojovali* z roku 1995, *Lady box* - 2000 a v roce 2005 už více, a to *SuperStar, Bende Ende* a *Šoubyznysu nevěř!*

A zkratková slova se objevila v titulcích pouze dvakrát v roce 2005 *OSN* a *TV3*.

Titulky v ruském týdeníku *Ogoňok* jsou také tvořeny převážnou většinou jednou jednoduchou větou, a často i jen jedním slovem jako například *Сталкер, Зажигаем!* a *Назначено!*, ale nejčastěji dvěma slovy jako například *Безличие и безразличие, Оборона Москвы, Вопреки всему* a *Без очевидцев*.

Otazníky v titulcích nejsou tak časté, ale také se vyskytují, a to ve zkoumaných číslech z let 1995 a 2005, tj. mimo roku 2000, kde nejsou, například *Как поймать мошенников за руку?* a *Ну что сказать нам на прощанье?* z roku 1995, a *БиЛайн - это ЮКОС сегодня?* a *Кого слушается доллар?* Z roku 2005. Titulky tvoří v *Ogoňku* méně slov než v *Reflexu*, a to v průměru jen tři slova a souvětí se také vyskytuje výjimečně.

Málokdy se setkáme i s vykřičníky, a to pouze několikrát v číslech z roku 2000 a 2005, například *Вернуть на пьедестал Павлика Морозова!*, *Здоровеньки были!* – transliterace z ukrajinštiny, a z roku 2005 jen jednou *Зажигаем!* – také jako příklad jednočlenné imperativní věty. S apoziopézí v titulcích *Ogoňku* jsem se setkala pouze jednou a to v roce 1995 v titulku *Литва: с делом убийцы журналиста покончил с одним росчерком пера...*

Lexikon je v *Ogoňku* poměrně bohatý, setkáme se v nich i s cizími slovy, neologismy a velmi často s expresivními výrazy, ironií, frazeologismy a s metaforami, méně často potom s výrazy hovorovými a s vulgárními se v titulcích nesetkáme vůbec.

Například ironický titulek *Куклы и кукловоды*, titulek s expresivitou a přeneseným významem *Казахстан: смертная казнь и другие предвыборные спецэффекты*, vtipný titulek *Карабас – фантомас*, metaforický *Голая правда*, neologismus v titulku *Уроки маркетинга*, italština transliterovaná do azbuky *Уно моменто*, angličtina v originále *God in Internet*, neologismy v titulcích *Обычная аномалия* a *Новый русский шаттл*, frazeologismus v *Головой в потолок*, hovorový výraz v *Кино без подвоха* a jednou i pejorativní výraz v titulku *Уродов привезли*.

A zkratkových slov v titulcích je jako v *Reflexu* pouze několik – *ЦРУ, ЮКОС* a *НАТО*.

Ogoňok se tedy od českého *Reflexu* liší tím, že tolik ve svých titulcích nepoužívá hovorovou variantu jazyka, ale naopak se snaží zaujmout metaforami, frazeologismy, neologismy i cizími slovy.

5.3. Jazykový rozbor textu

Jak jsem již výše naznačila, slovní zásoba publicistických textů je nesmírně bohatá. Často se používají výrazy z obecné češtiny, slova expresivně zabarvená, v ruštině hovorová slova nebo jinak expresivně zabarvená, či dokonce jazykové prostředky nespisovné. Tyto výrazy, stejně jako nejrůznější frazeologismy mají čtenáře zejména upoutat a navnadit, aby si text přečetl celý.

Expresivní výrazy mají u čtenáře vzbudit určité emoce, jak kladné, tak záporné.

„Expresivní slovo se odlišuje od slova neutrálního tím, že vedle pojmového významu obsahuje i pragmatickou významovou složku vyjadřující citový a volní vztah mluvčího k sdělované skutečnosti.“⁷² Expresivně zabarvená slova se diferencují především podle kladného a záporného hodnotícího příznaku. Patří mezi ně **familiární slova** jako například *kočička, miláček, srdíčko, hypokoristika*, např. *brácha, mamka, Pepek, dětská slova* jako *papat, hačat* aj. Častým formálním rysem kladně zabarvených slov je **deminutivnost**. K výrazům s kladným citovým příznakem patří i tzv. **eufemismy**, tj. zjemňující slova, která nahrazují původní pojmenování nějaké nepříjemné, společensky nevhodné skutečnosti jako např. *senior* místo *stařec* nebo *zapáchat* místo *smrdět*.

Mezi záporně zabarvená slova patří **hanlivá slova**, tzv. **pejorativa**, např. *šmelinář, špicl, slova zhrubělá*, např. *tlama, žrát*, a **slova vulgární**, např. nadávky *prase, hajzl*. Tato část expresivních slov nepatří do spisovného jazyka.

Citově zabarvený výraz má určitě větší sílu upoutat. Právě proto se v analyzovaných textech objevovaly například tato slova: *bordel, uzounkými, do prdele* v Reflexu č. 28 z roku 1995, *ksichtů, držku, serou* v Reflexu č. 30 z roku 1995, *svinstvo, hovad* v Reflexu č. 15 z roku 2000, *synci, tat'kové, baťůžek, historkami, chlapík* v Reflexu č. 22 z roku 2000, *kolečko, hvězdičkám, cizákům* v Reflexu č. 3 z roku 2005 a *barabizna a harampádí* v Reflexu č. 12 z roku 2005. Z tohoto je patrné, že v devadesátých letech v Reflexu, co se týče expresivity ve zkoumaných textech, převládaly vulgarismy, v dalších zkoumaných ročnicích pak eufemismy a pejorativa.

V ruské teorii se expresivita pojímá širě a dělí se do dvou skupin. „Оттенки окраски чрезвычайно многообразны и обусловлены тем или иным отношением к называемому явлению: иронический, неодобрительный, презрительный, ласкательный, торжественно-приподнятый и др. Вторая группа - это многозначные слова, которые в

⁷² Kol. autorů, Příruční mluvnice češtiny, NLN, Praha 2003, str. 95.

своём прямом значении обычно стилистически нейтральны, однако в переносном значении наделяются яркой оценочностью и экспрессивной стилистической окраской. Напр.: *дуб* (о человеке), *тряпка* (о мужчине) и т.п.⁷³ Tj. v ruské teorii se na rozdíl od české za expresivní výrazy považují i výrazy v přeneseném významu, ironie, sarkasmus a humor. Tím pádem se v ruském Ogoňku vyskytuje mnohem více expresivity, a to i v případě, kdybychom ji hodnotili v rámci teorie české. V čísle 28 z roku 1995 to jsou výrazy: *бутафорские*, *депутаты-остряки*, *пишик*, *грозное*, *захирели*, *сытый* и *бездарный* (театр), *смахивающим*, *перевалила*, *за бесценок*, *жуликоватых*, *длиннющих*, *проклятого*, *бешеные* (деньги), *кормушки* a další. V čísle 30 z roku 1995 např. *пишущей братии*, *Куклы и кукловоды*, *ельцины*, *Грандиозного*, президентская *рать*, *засунуть*, *дохлыми* aj. V roce 2000 v č. 15 např. *танком переть*, *жигуленка*, *сумасбродство*, *рваться в Кремль*, *помпезные*, *титаническая*, *черт-те куда* a další. V čísle 22 z roku 2000 např. *квартирка*, *хорошенько*, *агитка*, *мандраж*, *грандиозен*, *изумительные*, *идиотской*, *кучу* a další. V roce 2005 v č. 3 *тупой*, *псевдотренер*, *главреда*, *непочатый край*, v tomto čísle Ogoňku je nejméně expresivních výrazů. A v čísle 12 z roku 2005 *одежки*, *пятилетки*, *слава богу*, *слопать*, *божка*, *москаль*, *растащат*, *рыжих* (революций), *погорят* a další. Viz tabulky v Příloze. Pokud jde o vulgarismy, v Ogoňku jsem jich našla pouze tři a pouze v jednom ze zkoumaných čísel, a to v čísle 15 z roku 2000 a u stejného autora se objevily tyto nadávky: *сукин сын*, *подонки*, *ублюдки*, nebyly ovšem nikomu konkrétnímu adresovány. Převážná většina expresivních výrazů v Ogoňku patří do jazyka hovorového.

Autoři publicistických textů si také pro větší **obraznost**, názornost a zajímavost textu nezdědka vypůjčují i výrazy spíše básnické. V textech tak najdeme nejružnější výrazy, kterých je užito v přeneseném významu. „Obrazná vyjádření metaforické povahy, k nimž v nejširším pojetí lze vedle tradičně chápaných metafor zařadit také přirovnání, metonymii, synekdochu, personifikaci aj., plní v publicistickém projevu nejen svou funkci informativní, ale poutají čtenářskou pozornost a dodávají jazykovému projevu živosti a naléhavosti. Jimi obohacené sdělení pak bývá emocionálnější, procítěnější. Užitím obrazného vyjádření nedochází jen k pouhému konstatování sdělovaného, ale právě prostřednictvím obrazů jsou odhaleny i projevy kladného nebo záporného vztahu autora k obsahu sdělení a projev nabývá větší působivosti.“⁷⁴ V Reflexu se vyskytují poměrně často, například v roce 1995 v č. 28 *gumové*

⁷³ Кожина, М., Н., Стилистика русского языка, "Просвещение", Москва 1977, стр. 107-108.

⁷⁴ Čechová, M., Chloupek, J., Krčmová, M., Minářová, E., Současná česká stylistika, ISV nakladatelství, Praha 2003, str. 213-214.

pružnosti argumentů, **technologickém optimismu**, **nepodniklo kroky**, s **odzbrojující ochotou**, **ekologické hysterii**, **otrávenou botou** aj. V čísle 30 **Dovolená na frontě**, **Potemnělý svět snajprů**, začneme **naostro**, **tvarohových ksichtů**. V roce 2000 **Holky odšumí jak voda**, v rodině **vyhřezne**, **figuroval v temných hrách**, **bombardoval**, **žhavé téma** aj. Stejně tak v roce 2005. Viz tabulky v příloze. Často se vyskytují i **metafory** a našla jsem i několik **metonymií**: *projde-li zákon bez velkých amputací*, *třpytil se Atlantik*, *by škola nepřežila*, *pulsující velkoměsto*, *blyštivou hlavičkou oslavy fotbalu*, *Srdcem této výbavy*, *Tři góly viděl Saint-Denis*.

V ruském Ogoňku se také vyskytuje velké množství obrazných vyjádření, přirovnání, metafor a metonymií. Ve zkoumaném materiálu jsem jich našla poněkud více, než v českém Reflexu. Viz tabulky v Příloze. Patří mezi ně například tyto výrazy: *схватки ветвей власти*, *прижатые уши*, *распушить хвост*, *бешеные деньги*, *пускает щупальца*, *Россия защищает*, *Куда повернет Россия*, *Совет Европы не заглотив*, *глав республик*, *политическое безрыбье*, *Кремль не ожидал*, *Заграница нам поможет*, *Русский солдат победил* aj. Výrazu v přeneseném významu použije v ruských publicistických textech každý autor bez výjimky.

Pro publicistický styl je také příznačné užití **frazeologických** výrazů. Nejčastěji se vyskytují frazémy lidové a kolokviální, tj. ty, které jsou vlastní spontánní běžně mluvené komunikaci. Častá jsou ustálená obrazná spojení. Užívají se z důvodu rychlosti a výstižnosti.

Publicistickému stylu jsou vlastní frazémy označované jako publicistické nebo **publicismy**. Považujeme za ně taková ustálená spojení, která vznikají v žurnalistice nebo ve sféře politického nebo společenského života i v profesní sféře a která jsou žurnalisty maximálně využívána. Pro užití všech frazémů v publicistickém stylu je příznačná jejich výrazná proměna a specifická funkce. Funkčnost frazémů v publicistice spočívá v jazykové aktualizaci a intenzifikaci výrazu.

V analyzovaných textech českého Reflexu jsem našla tyto frazémy: *jak mi zobák narost*, *srší nápady*, *...lesk i bídu ...*, *chodí světem*, *na věky věků* v čísle 28 z roku 1995, *Kráčí krok za krokem*, *spatřila světlo světa* v č. 30 z roku 1995, *Zaplat' pánbůh*, *Tiskne, co komu slína na jazyk přinese*, *zůstává rozum stát*, *prokazuje medvědí službu*, *kolem toho pořád chodili jako kolem horké kaše*, *postavili čelem*, *zavíráme oči*, *nemůže být ani řeč* v č. 15 z roku 2000, *kráčí ve stopách*, *list padá dolů*, *dal spaní do latě*, *Co člověk, to příběh* v č. 22 z roku 2000, *přililo oleje do ohně*, *Neštěkne ani pes*, *Slízávají smetanu*, *brousí zuby*, *mít vlastní hlavu*, *Má to několik háčků* v č. 3 z roku 2005 a *zmizí z očí* a *se srdcem na dlani* v č.

12 z roku 2005. Nejvíce tedy v roce 2000 v čísle 15 kvůli autorům J. X. Doležalovi a J. Zvelebilovi, kteří fazémy nijak nešetřili.

Pro ruskou publicistiku jsou frazeologismy stejně typické jako pro českou. „Русская фразеология содержит богатейшие средства речевой выразительности, придает речи особую экспрессию и неповторимый национальный колорит. Фразеологические единицы обладают разной степенью экспрессии. По преимущественной сфере использования, соотносительной с тем или иным функциональным стилем, выделяется фразеология функционально окрашенная.“⁷⁵ V analyzovaných textech Ogoňku se vyskytly tyto frazémy: *сама по себе, бросив перчатку, из кожи лезли, идти на попятный, повис на шее, гоняли чаи, не от души, ласкали взор, направить стопы* v č. 28 z roku 1995, *уловить смысл, попали под давление, ходили слухи, сдали нервы, рвали в клочки* v č. 30 z roku 1995, *видал он в гробу, собачье дело, в конце-концов, по делу, то и дело, время от времени, прошел слух, лыком шит, из ряда вон, налево и направо* v č. 15 z roku 2000, *бог есть как, прошла огонь, воду и медные трубы, почему зря, ругает в хвост и в гриву, лезет из кожи вон, слава Богу, Всем ни пуха ни пера!, знает как свои пять пальцев, покупка кота в мешке, а вот поди ж ты!* v č. 22 z roku 2000, *непочатый край, по душе, выбила из колеи, держась на плаву* v č. 3 z roku 2005 a *менять одежды, слава богу, до лампочки, бьют рекорды, останавливали коней, черт знает* v č. 12 z roku 2005. Jak je vidět, je jich opět, jako obrazných vyjádření, o něco více než v českých textech z Reflexu. A opět, na rozdíl od českých textů, se vyskytují téměř v každém publicistickém textu (v rozhovorech ale spíše výjimečně) a u každého autora. Výjimečně se nevyskytly u těchto autorů v následujících publicistických žánrech: A. Kapustin, speciální reportáž (30/1995), A. Bitov, fejeton (15/2000), M. Rjurikova, rozhovor (22/2000), V. Melik-Karamov, sloupek (22/2000), Je. Popov, komentář (22/2000), L. Beršidskij, sloupek (3/2005), Je. Zelcer, komentář (3/2005), A. Šumskij, rozhovor (3/2005) a T. Rachimov, komentář (12/2005).

Také jsem se v analyzovaných textech několikrát setkala s příslovími a pořekadly. V Reflexu v č. 15 z roku 2000 *Drzé čelo lepší než poplužní dvůr* a *Líná huba, holé neštěstí*, a v Ogoňku také v č. 15 z roku 2000 *Курица не птица, Болгария не заграница* a *Что у трезвого на уме - у пьяного на языке*, a v č. 12 z roku 2005 *цыплят по осени считают*.

⁷⁵ Кожина, М., Н., Стилистика русского языка, "Просвещение", Москва 1977, стр. 120-121.

Ve slovní zásobě publicistiky nacházíme velké množství „pojmenovávacích jednotek odrážejících dobu“.⁷⁶ Jde nejčastěji o jednoslovná nebo víceslovná pojmenování užívaná s velkou frekvencí v politice, ekonomice, kultuře, finanční sféře a jiných oblastech moderního života. V těchto oblastech jsou tato pojmenování součástí příslušné terminologie a s informacemi o dané oblasti se přenášejí do publicistiky, např. *internetový pirát, daňový poplatník, patová situace, zprůhlednění trhu*. Některé výrazy a sousloví mohou také vznikat přímo v publicistické sféře. „Patří k nim např. tyto doklady minulých let: *společenská objednávka, společenská angažovanost, upevnění jistot* apod. Tyto výrazy a uvedená spojení jsou vždy poplatné době vzniku a v daném období se jich užívá téměř mechanicky, sahá se po nich jako po prostředcích v dané době stálých, neměnných (standardních).“⁷⁷

Ve shodě s dobou přichází velké množství **slov přejatých**, tzv. **neologismů**. Přejímají se z cizích jazyků nejčastěji v oblasti terminologické, pro niž jsou výhodná mezinárodní srozumitelností. Pro češtinu je charakteristická tendence začleňovat přejímaná slova co nejúplněji do domácího jazykového systému, a to jak po stránce hláskoslovné, tak morfologické. V poslední době se nejvíce slov přejímá z angličtiny. V analyzovaném materiálu jsem se setkala s těmito neologismy: *gigantomanie, walkman, entuziazmem, happening, feelingem* (hovor.) v č. 28 z roku 1995, *snajprů* (hovor.), *causu* (v pův.tvaru, dnes již *kauza*) a *rančerská* v č. 30 z roku 1995, *chat(u), internet(u), extrém(ně), teenageři, e-mail(ovými), paperback(u), hardback(u)* v č. 15 z roku 2000, *standoff* (vojenský termín), „*on the road*“, *trendy, byznysmeni, laptop, e-mail, notebook, show, ping-pong* v č. 22 z roku 2000, *PR, promotion* (hovor.), *esemeskách* (hovor.), *show-businessu* (v pův. tvaru), *prime tímu* (hovor.), *notabene* v č. 3 z roku 2005 a *web(u), singl(y), marketing(ovou), foyer, census, booklet(u)* (hovor.), *elektorát* v č. 12 z roku 2005. To znamená, že se neologismy vyskytly v každém čísle a převážně jsou to slova přejatá z angličtiny, čímž se potvrzuje výše uvedené.

V ruštině, stejně jako v češtině v několika posledních desetiletích, vzhledem ke změně politických a společenských poměrů, došlo k velkému přílivu nových slov přejatých především z angličtiny. „Появление новых понятий обусловило и приток новых слов в русский язык. Они пополнили самые различные тематические группы лексики, от названия государств, правительственных учреждений, должностных лиц, учебных заведений, представителей общественных организаций, движений и т.п. до

⁷⁶ Čechová, M., Chloupek, J., Krčmová, M., Minářová, E., *Současná česká stylistika*, ISV nakladatelství, Praha 2003, str. 215.

⁷⁷ Čechová, M., Chloupek, J., Krčmová, M., Minářová, E., *Současná česká stylistika*, ISV nakladatelství, Praha 2003, str. 215.

наименования новых коммерческих предприятий и реалий, ставших приметам экономической перестройки.⁷⁸ **Neologismy** se v ruštině, stejně jako v češtině, nazývají slova, která ještě nejsou dostatečně zdomácnělá a jsou přejatá především z cizích jazyků, a v poslední době především z angličtiny. V analyzovaných textech Ogoňku jsem se setkala s těmito neologismy: *рэкетир(а)*, *авторефрижератор(а)* v č. 28 z roku 1995, *ангажированность(и)*, *клиринг(ом)* v č. 30 z roku 1995, *лейбл(ом)*, *саммиты*, *ремейка*, *медиа-холдинги*, *тенденция*, *гастарбайтер(ов)*(hovor.), *бизнес*, *истеблишмент*, *конспирации*, *перманентную* v č. 15 z roku 2000, *рекордсмен*, *сайт*, *космополит(а)*, *лейбл* v č. 22 z roku 2000, *реалити-шоу*, *вебсайт(а)*, *копирайт* v č. 3 z roku 2005 a *топ-менеджеры*, *корпораций*, *рейтинг*, *бизнесвумен* v č. 12 z roku 2005. V ruských publicistických textech je tedy neologismů o něco méně než v českých, a to zřejmě z důvodu srozumitelnosti a zaměření časopisu i na starší vrstvy čtenářů. Velký vzestup v užití neologismů můžeme pozorovat ke konci devadesátých let a na počátku 21. století, viz Ogoňok 15/2000 v Příloze.

Archaismy se téměř neobjevují, nalezla jsem pouze jeden v Reflexu č. 28 z roku 1995 ve zvolací větě *Всечну moc ouřednictvu!*, **historismus** jsem nalezla také pouze jeden a to v Ogoňku č. 12 z roku 2005 v rýmovaném fejetonu autor D. Bykov použil výraz *унородец*, tento výraz se v Rusku používal pro cizince, většinou menšiny z Dálného Východu, do roku 1917. S **knižními výrazy** jsem se setkala celkem šestkrát – v Reflexu č. 22 z roku 2000 s výrazem *participují*, v č. 12 z roku 2005 – *здрávasů*, a se zbytkem v ruském Ogoňku č. 30 z roku 1995 – *якобы*, v č. 15 z roku 2000 - *святотатство*, *нуборишии* a v č. 22 z roku 2000 s výrazem *убо*. Z tohoto je patrné, že ruští autoři používají knižních výrazů o něco více. Také jsem se v ruských textech několikrát setkala s poetickými a zastaralými výrazy. Velmi častá je i **ironie**, v českých textech je samozřejmě taky, ale ne v takovém množství jako v ruských.

V českém Reflexu se v textech poměrně často vyskytují výrazy užívané především v běžné mluvě, tzv. **obecná čeština**, jako např. v č.28 z roku 1995 *Kšefty se mu asi hejbalý, vyfasoval kartičku, Zlatý voči, práci odflákli, rychle spíchnutý festival, Fláknul ženu režiséra Pakuly kamerou do sanice* (T. Baldýnský, reportáž), *tyhle, poflakování, leje* (P. Kosatík, úvodník), *klofla mě, Styl, který mě bytostně bere* (S. Motl, interview), v č. 30 z roku 1995 *ksichtů, Dali vrchnímu přes hubu, Dostali nakládačku* (I. Brezina, reportáž), v č. 15 z roku 2000 *svinstvo* (J.X. Doležal, reportáž), *estébáci, do hovad, práskaly* (J. Zvelebil,

⁷⁸ Голуб, И., Б., Стилистика русского языка, Айрис Пресс Рольф, Москва 2001, стр. 91.

komentář), *popflakují, tyhle, téhle, tomhle, sekýrárny, tahle* (T. Fořtek, reportáž), v č. 22 z roku 2000 *kšeft, tyhle, tihle, flák, maskáče, panelák, depka, přiožrala se, poplacávali* (ve všech pěti analyzovaných textech), v roce 2005 potom v č. 3 *zevloval, flusáme, kšeftu, vyfasoval, přikovaných u bedny* a v č. 12 *zevloval a průšvih* (P. Holec, reportáž), dále se také vyskytovala obecná čeština v přeneseném významu jako např. *nažhavíme notebooky, přescpaný panelákov* aj.

V ruštině se běžně mluvená řeč a slova hovorová považují za spisovné, pokud ovšem neobsahují tzv. сниженные слова – просторечие jako žargon a argot, která do spisovného jazyka nepatří. Hovorových výrazů jsem v ruských textech našla velké množství (viz Přílohy), uvedu pouze několik příkladů: *штука, захирели, алюминцики, толком, отката, вру, главреда, замглавного* a další. K hovorovým výrazům také patří většina frazeologismů. Jen výjimečně se stane, že nějaký ruský publicista nepoužije hovorového výrazu, k moderní publicistice mluvená řeč patří jak v češtině, tak i v ruštině.

V oblasti syntaxe z analyzovaného materiálu vyplývá, že pro jazyk používaný v textech je charakteristické užívání delších složených vět a souvětí. Pokud jde o větnou modalitu, převažují věty oznamovací, významnou roli zde však hrají i věty tázací - řečnické otázky - a věty zvolací. Např. v Reflexu č. 28 z roku 1995 *...taky moknete, že?, Vyplývá z toho něco?, Závěr???, Všechnu moc ouřednictvu!, Státní úředník – přítel nejvěrnější!, Profesor Parkinson – náš vzor!*, v č. 30 z roku 1995 *Impotentní policie?, Co by řekl Hus?, Palivo: Kam s ním?*, v č. 15 z roku 2000 se vyskytuje velké množství řečnických otázek a několik vět zvolacích v závorkách jako autorův komentář, viz Přílohy. V Reflexu č. 22 z roku 2000 jsem našla tři řečnické otázky a dvě věty zvolací, v roce 2005 v č. 3 opět velké množství řečnických otázek a jednu větu zvolací a v č. 12 tři otázky řečnické a jednu větu zvolací. V ruském Ogoňku v č. 28 z roku 1995 *Какая разница?, Каковы их характеры, привычки, сильные и слабые стороны?, ...на кого, простите, работали собственные службы?, Ещё один важный вопрос: какие цветы лучше покупать - отечественные или голландские?, Какая радость!, Как жаль!*, v č. 30 z roku 1995 pouze dvě řečnické otázky *Так как же быть?* a *Мне это нужно?* a žádná věta zvolací, v roce 2000 v č. 15 se vyskytuje velké množství jak řečnických otázek, tak vět zvolacích, viz Přílohy, mezi nimi i jedna krátká věta zvolací *Блеск!*, v č. 22 pouze tři řečnické otázky a opět velké množství vět zvolacích, mezi nimiž se opět vyskytuje věta krátká *Бду!!!* a v roce 2005 v č. 3 jsem našla sedm řečnických otázek a pouze jednu větu zvolací a v č. 12 velké množství řečnických otázek a čtyři věty zvolací. Viz Přílohy. Z tohoto je patrné, že se

v ruských publicistických textech objevuje řečnických otázek a vět zvolacích poněkud více než v českých a projevy autorů jsou tedy o něco více emocionálnější.

Také jsem se v textech setkala s ukončením věty třemi tečkami, tzv. apoziopézí. Autor tak dává čtenáři možnost domyslet si určitou skutečnost související s obsahem textu. Např. v Reflexu č. 15 z roku 2000 *A o Pilousovi dokonce tvrdí, že nezná lepšího novináře v této republice...*, v č. 22 z roku 2000 *Nebo vás už to někdy potkalo...* a v č. 3 z roku 2005 *Ještě tak, kdyby se přihlásil nějaký český rod, třeba takoví Trčkové...*, *Za vydatné promotion MF Dnes....* V ruském Ogoňku v č. 28 z roku 1995 *Догадки, загадки...*, v č. 15 z roku 2000 *Как вы лодку назовете...*, *...политическое безрыбье...*, *Как шутили при советской власти: курица не птица, Болгария не заграница...*, v č. 22 *...с уникальным собеседником...*, *А теперь...*, *Будущее будет, оставались бы люди хорошими...*, *думайте сами, решайте сами...*, *...и снова клеить ей лейбл "империя зла"...*, v roce 2005 v č. 3 *...был в горящем Сухуми...* a v č. 12 *...и все ресурсы коих мало: поля, рабсилу, уголь, сталь...*, *...когда не станет даже сала, а только рифмы, да и те...* – zároveň jde o poetismus v rýmovaném, veršovaném fejetonu. V ruských textech je tedy opět více i apoziopézí.

Také se často ve zkoumaných publicistických textech používá **přímá řeč**, především v reportážích a rozhovorech, a dále také **citace**. Toto je stejně typické jak pro českou, tak pro ruskou publicistiku a frekvence výskytu těchto jevů je velice podobná.

6. ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo porovnat současný publicistický styl v češtině a ruštině na základě současných periodik, charakterizovat a porovnat stylistické prostředky a prvky používané v současném českém a ruském psaném publicistickém stylu. Východiskem pro tento úkol posloužilo porovnání české a ruské publicistické tradice a teorie a charakteristika nejvýraznějších odlišností mezi nimi.

Své srovnání jsem provedla na základě excerptu jednoho z nejčtenějších publicistických týdeníků v České republice, a to týdeníku Reflex a jednoho z nejčtenějších publicistických týdeníků v Rusku – týdeníku Ogoňok. Vybrala jsem léta 1995, 2000 a 2005 a srovnávala z každého ročníku po dvou číslech. Mým cílem bylo srovnat tyto týdeníky především z hlediska jazykového, tj. z hlediska stylu. Součástí jazykové analýzy však musí být též analýza obsahová a tématická, proto jsem své srovnání rozdělila na grafickou, tématickou a jazykovou analýzu.

Pro jazykovou analýzu jsem vytvořila tabulky, do kterých jsem zapisovala příznakové jazykové prostředky – expresivní, hovorové, nespisovné aj. Z každého čísla časopisů jsem vybrala pět srovnatelných publicistických textů, které jsem pak analyzovala.

Z této analýzy vyplývá, že se v ruských publicistických textech používá více expresivních jazykových prostředků než v českých, ruští autoři se tedy snaží více působit na emocionální složku čtenářského vědomí. Dále se v ruské publicistice vyskytuje o něco více obrazných vyjádření, přenesených významů, metafor, metonymií, frazémů. Často se objevuje i ironie, humor, sarkasmus a nezřídka i poetismus, s čímž jsem se v českých publicistických textech nesešla vůbec. V českých publicistických textech je více neologismů, především anglicismů a také výrazů z běžně mluveného jazyka. V ruské publicistice se neologismy a hovorové výrazy používají o něco méně. Pokud jde o syntax, v ruských textech je více řečnických otázek a vět zvolacích, což opět poukazuje na emocionálnější obraz ruské publicistiky.

7. BIBLIOGRAFIE

- Bečka, J., V., Jazyk a styl novin, Praha: Novinář, 1973.
- Bečka, J., V., Česká stylistika, Praha 1992.
- Bečka, J., V., Slovník synonym a frazeologismů, Novinář, Praha 1977.
- Beránková, M., Český periodický tisk do roku 1918, Praha: Novinář, 1981.
- Beránková, M., Karel Havlíček Borovský, Praha: Horizont, 1973.
- Vajkova, L., Skácel, J., Stilistika sovremennogo ruskogo jazyka, Ostrava 1994.
- Бразговская, Е., Е., Шляхова, С., С., Стилистика русского языка. Лингвостилистический анализ текста, Пермь 2003.
- Burton, G., Jiráček, J., Úvod do studia médií, Brno: Barrister and Principal, 2001.
- Camutaliová, I., Ruská stylistika (Přednášky a cvičení), Praha 1956
- Čechová, M. a kol., Stylistika současné češtiny, Praha 1997.
- Čechová, M., Chloupek, J., Krčmová, M., Minářová, E., Stylistika češtiny, Praha 1991
- Čechová, M., Chloupek, J., Krčmová, M., Minářová, E., Stylistika současné češtiny, Praha 1997
- Čechová, M., Chloupek, J., Krčmová, M., Minářová, E., Současná česká stylistika, ISV nakladatelství, Praha 2003
- Čermák, F. a kol., Slovník české frazeologie a idiomatiky, Academia, Praha 1994.
- Čmejrková, S., Reklama v češtině, čeština v reklamě, Praha: Leda, 2000.
- Daneš, F., Český jazyk na přelomu tisíciletí, Praha 1997
- Gladkova, H., Porovnání publicistického stylu v češtině a bulharštině, In: Práce z dějin slavistiky a česko-jihoslovanských vztahů XVII, Praha: Euroslavica, 1997
- Голуб, И., Б., Грамматическая стилистика современного русского языка, Москва 1989.
- Голуб, И., Б., Стилистика русского языка, Айрис Пресс Рольф, Москва 2001.
- Громова, Л., П. и кол., История русской журналистики XVIII - XIX веков, Издательство С.-Петербургского университета, Санкт-Петербург 2005.
- Hausenblas, K., Od tvaru k smyslu textu. Stylistické reflexe a interpretace, Praha 1996
- Hausenblas, K., Výstavba jazykových projevů a styl, Acta Universitatis Carolinae 25, Praha
- Hladký, M., Barták, J., Základy grafické úpravy periodik, Praha: Novinář, 1981.
- Hudec, V., Úvod do teorie žurnalistiky, Praha: Novinář, 1982.
- Chloupek, J. a kol., Stylistika češtiny, SPN, Praha 1990.

- Jedlička, A., K teorii, pojmosloví a terminologii publicistického jazyka (stylu), In: Naše řeč, 1994, roč. 77, číslo 1, Praha: Ústav pro jazyk český AVČR, s.20-26.
- Jelínek, M., Stylistika. In: Příruční mluvnice češtiny, Nakladatelství Lidové noviny, Praha 2003.
- Karel Čapek a český jazyk, uspoř. František Štícha, Praha: Karolinum, 1990.
- Karel Čapek, uspoř. Ladislav Vacina, Hradec Králové: Státní vědecká knihovna, 1990.
- Klimeš, V., Štorkán, K., Dějiny československého tisku. Část III., Praha: SPN, 1954.
- Кожина, М., Н., Стилистика русского языка, "Просвещение", Москва 1977.
- Кохтев, Н., Н., Розенталь, Д., Э., Популярная стилистика русского языка, "Русский язык", Москва 1988.
- Kraus, J., K statistickému rozboru publicistického textu, In: Slovo a Slovesnost, 1969, roč. 30, číslo 4, Praha: Československá akademie věd, s. 371-378.
- Крысин, Л., П., Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация, Москва 2003.
- Křivánek, V., Jan Neruda, Praha: Horizont, 1983.
- Macháčková, E., K sémantické-syntaktické výstavbě novinových titulků, In: Slovo a Slovesnost, 1985, roč. 46, číslo 3, Praha: Československá akademie věd, s. 215-223.
- Мокиенко, В., М., Никитина, Т., Т., Большой словарь русского жаргона, "Норинт", Санкт-Петербург 2000.
- Молоткова, А., И. и кол., Фразеологический словарь русского языка, "Русский язык", Москва 1986.
- Müllerová, E., Funkční styly a jejich základní žánry v současné komunikaci, Praha 1989
- Орлова, Н., Д., Словообразование и стилистика современного русского языка, Казань 1991.
- Osvaldová, B., Halada, J., a kol., Encyklopedie praktické žurnalistiky, Nakladatelství Libri, Praha 2002.
- Osvaldová, B., Zpravodajství v médiích, Praha: Karolinum, 2001.
- Petr, J., O jazyku současné české publicistiky v číslech, In: Naše řeč, 1982, roč. 65, číslo 5, Praha: Československá akademie věd, s. 248-253.
- Pernes, J., Svět Lidových novin, Praha: Lidové noviny, 1993.
- Sgall, P., Hronek, J., Čeština bez příkras, H&H, Praha 1992.
- Svincova, I., Ju., Kultura ruskoj reči i praktičeskaja stilistika ruskogo jazyka, Hradec Králové: Gaudeamus, 2004.
- Spisovnost a nespisovnost dnes, ed. Rudolf Šrámek, Brno: Masarykova univerzita, 1996.

- Srpová, H., K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice, Ostrava 1998.
- Srpová, H., Funkční a jazyková analýza novinových titulků, In: Slovanské studie, Ostrava: Sfinga, 1993.
- Солганик, Г., Я., Язык современной публицистики: сборник статей, "Флинта", Москва 2005.
- Zima, J., Expresivita slova v současné češtině, Nakladatelství ČSAV, Praha 1961.
- Kol. autorů, Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost, Academia, Praha 2005.
- Kol. autorů, Nová slova v češtině, Slovník neologismů, Academia, Praha 2004.
- Kol. autorů, Slovník nespisovné češtiny, Maxdorf, Praha 2006.
- Кол. авторов, Большой толковый словарь русского языка, Российская академия наук, Институт лингвистических исследований, "Норинт", Санкт-Петербург 2003.

8. PŘÍLOHY

Č. 1.

Reflex 1995 a 2000



Ogoňok 1995 a 2000



Příloha č. 2.

Úvodník a ukázka inzerce, **Reflex** '95



Křížovka a karikatury, **Ogoňok** '95



Reflex 2005



Ogoňok 2005



Příloha č. 3.

Příklad fotografií v Ogoňku z roku 2000



Dvoustránková reklama v Reflexu 15/2000

Bud'ete první, kdo pronikne na nový trh

www.citibusiness.cz

linka: 800 102 800, citibusiness.cz@citibank.cz

První, kdo pronikne na nový trh

První, kdo pronikne na nový trh

První, kdo pronikne na nový trh

První, kdo pronikne na nový trh

CITIBANK

Titulky. Reflex 1995

28

ZLATÝ VOČI
MANAŽEŘI DOBOJOVALI
BLUDNÉ KAVČÍ KRUHY
OSMÝ DEN RADKA KUBIČKA
BEZSTAROSTNÁ JÍZDA
ODSUN NĚMCŮ
TO JE ONO: ZLATÁ AKCIE
POCHYBNOSTI HODNÉHO CHLAPCE
PEVNOST APAČŮ V RINKEBY
„DĚTSKÝ PARLAMENT“ – sněm dětí České republiky pro životní prostředí – v květnu
zasedal a strávil
TÝDEN V TEMELÍNĚ
ZKUŠENOST TĚLA
Z BRUSELU NA JEŠTĚD
DVOJÍ TRESTNÍ STÍHÁNÍ A SPOR O BUDOVU NA JANÁČKOVĚ NÁBŘEŽÍ V PRAZE
UKAZUJE, JAK VYPADÁ NAŠE NEZÁVISLÉ SOUDNICTVÍ
BYT, či NEBÝT?
NA SPADNUTÍ
NÁVRAT KRVEŽÍZNIVCE
UKAŽ ZOBÁK!

30

VÁLKA TVAROHOVÝCH KSICHTŮ
NAŠI NA BARBADOSU
PRONÁSLEDOVANÝ
KONEČNĚ: HAVEL V JESKYNI
ŽÁDNÁ RADIOAKTIVITA
BYL JSEM SLUHA U STEFFI
BÍLÁ A JEJÍ ČERNÍ

Titulky. Ogonek 1995

28

Безличие и безразличие
Оборона Москвы
Торжественные проводы генерала в политику
Вашингтон и Токио договорились о мире
Террорист-одиночка угрожает всей Америке
Майкл Джексон тиражирует свои извинения
Съезд пионеров: бутылки открывали зубами и демонстрировали татуировки
Ворон ворону
Подвиг благонамеренности
Как поймать мошенников за руку?
Лубянка против "Бутырок", или "след ЦРУ" в профсоюзном движении
Святая простота снижения налогов
Высокоскоростной Алексей Большаков
Алюминьевой войны не будет
Когда у цветов "вянут уши"
Вечный ученик
"Черный" предел
Автомат - оружие политиков
Ну что сказать нам на прощанье?
Атаман Дибров и его сотня
Голубое золото на рубеже веков
Все могут короли. И принцы
Игра в шахматы под фонограмму
"Настоящие" мультики

30

Куклы и кукловоды
В Харькове - канализационный Чернобыль
Переговорщики попали под давление неведомых сил
Литва: с делом убийцы журналиста покончил с одним росчерком пера...
Казахстан: смертная казнь и другие предвыборные спецэффекты
Новый человек на Лубянке
О сломанных копьях позаботятся уборщицы
Слушания по Чечне закончены
Сенсационного вердикта никто не ожидает
Моздок: Куда подевались ядерные бомбы?
Призвол под грифом
С кем борется Нижегородское РУОП: с организованной преступностью или с неорганизованными гражданами?
Карабас - фантомас
Не пеняйте на зеркало души
"Катамаран в юбке"
Таможня дает "добро"
на оригинальное устройство, способное выявлять спрятанные в грузах наркотики, оружие и прочую контрабанду
Породистые "верблюды"
История "Большого приключения", рассказанная через марки машин

Titulky. Reflex 2000

15

Jejich hloupý boj
Podlounník a válečný zločinec
Afrika, Kaddáfí a Evropané
Rebel Vladimír
Budí Němci strach?
Jsou estébáci všude?
Má soukromá pomsta
Výzva
Pevné objetí
Ne fotit!
Budapešťské návraty
Evropa po lasvegasku
Lynch jako suvenýr
Dřevění Putinové na trhu
Přímý přenos
X=10
Lady box
A poletíme dál...
Arkan (osobnost - příjmení)
V Británii přiměřeně šťastní
Oblékni smrt!
Majitel šíleného psa
Odysea 2001 – Člověk a technika
Jsou stejní!!!

22

Španělský večer
Bojovníci
Zelený kůl v plotě
Neplácej mě po nožce
Afghánský syndrom
Dobře víme, jak to je!
Narozena 17. listopadu
Mistr světa ve zbytečnosti
Konec velké sestry
Chci zpátky!
Tehle život nezměníš
Úkol pošlete mailem!
Sharon spí se saxofonem
Německý Pigg není prase
Světů jeden lék nestačí
Richard Müller, Michal Horáček a jejich hosté
Komentátoři hromu
(Ne)viditelné doteky
Boha zlepšit neumím, přírodu ano
Ve Španělsku
Kosmonaut na ztracené vartě
Pro nás potopa

Titulky. Ogonek 2000

15

Глас народа
Детский лепет
Революция в Вашингтоне
Вернуть на пьедестал Павлика Морозова!
"Вишневый сад"
Вопреки всему
Музыкальная палата
Дым отечества
Умер легендарный Похлебкин
Уроки маркетинга
Идентификация
Война без правил это танк без тормозов
God in Internet
Праздник послушания
Сталкер

22

Первый визит первой леди
Курс молодого бойца
Маленький принцип
Здоровеньки булы!
Алмазы из батареи
Возвращение тайком
Цыганское счастье
Он сделал меня другим человеком
Stephen King Стёпка Король
Голая правда
Богам тоже трудно
Уно моменто

Titulky. Reflex 2005

3

Kolo SuperStar je třeba promazat
Kdy skončí restituce šlechtického majetku?
Kde, s kým, proč a za co?
Přežije šéf OSN korupční aféru?
Jak válčí ženy?
Kostlivec TV3 vypadl ze skříně
Říkej stříkej
A byli jsme v telině
Nahnilá demokracie
Auto na jedničku
Venkovy
V Aksaii
Kde ty knihy jsou
Záchranáři potřebují pomoc
Pekelná jízdy
Pocitění vousů
Pod čechovským mikroskopem
Návrat Nancy Sinatrové
Jaký soumrak elektroniky?
Konopiště
Jiné Mexiko

12

Bende Ende
Rekviem za odcházející garnituru
V Ústí nad Labem gymnázium nepotřebují
Premiér před tribunálem
Kam s Čínou?
Důchodové balíčky exprezidentů
Držte si licence, jedeme z kopce
Člověk je divoké zvíře
Velká vlna bez vody
Prodám Bóbika. Zn.: Spěchá!
Nebezpečná síť
Průchody staré Prahy
Digitální jaro je tady
V Bukurešti
Titulkářka z opery
Hoří, má panenka!
Ježípetr, Max a Mořic
Popis zápasu
Křečovitý smích
Šoubyznysu nevěř!
Volejte přes internet, volové!
Útok na Osvětim
Lobbyismus: Solidní americká tradice
Zakalený úsudek Václava Černého
Nejsem hlasový atlet
Prezidenti autobusů

Titulky. Ogonek 2005

3

Зажигаем!
Обычная аномалия
Японский гамбит
Крепкие мышцы против слабых
Мандариновый вождь
Без очевидцев
Что в стакане
БиЛайн - это ЮКОС сегодня?
Назначено!
Кого слушается доллар?
Летучий колос
Взглядом не окинуть
Плохие девчонки - 2
Фабрика теннисных звезд
Уходящие вместе
Форс-мажор на нашу голову
Выезд на встречную полосу
Как бороться с зимней спячкой
Музыка без границ
У моего окна
Наздешний страх
Песня-миномет

12

Точки расставлены
Эльбрус видом на ваххабитов
Архитектура против
Новый русский шаттл
Перелетные птицы
Кино без подвоха
Нам сделают президента
Запах власти
Умный, высокий и загадочный
Чего ждать от бабы
Глобализм и булочки
Город для машин
Как мы ходили в НАТО
Механизм гипноза раскрыт
Головой в потолок
Метры навсегда
С чаем не беда
У москвички - афрокосички
Медведи летают
Признак оперы
Настоящее кино
Семь жанров, или Окно президента
Сорок лет с Павлом Федотовым
Пришла тоска португальская
Уродов привезли

Příloha č. 5.

JAZYKOVÁ ANALÝZA

Reflex 28/1995 (5 textů a 5 autorů)

Poř. č.	Text	Lokace			Autor	Žánr	Sledovaný jev Příznakovost jaz. prostředků
		rok	číslo	str.			
20	Přítomný člen štábu se na nás vrhl s výkřikem	1995	28	8	T. Baldýnský	Reportáž	Expres., intenzif.
23	...začali postupovat českým hasičským způsobem	1995	28	9	T. Baldýnský	Reportáž	Expres.- přenes.význ.-intenzif.
54	...další přímá řeč... - častá						...další přímá řeč... - častá
8	„Pervyj blinčik vsegda k umam “	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Citace rus.režiséra Aktualizace
71	Závěr???	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Důrazná řečnická otázka
69	...není právní středověk, ale právní bordel	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Expres. hanl.
56	Uzoukými dveřmi	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Expres.- intenzif.-zdrobněl.
57	Ohromujícího prostoru	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Expres.- intenzifikace
13	o trucfestivalu	1995	28	6	T. Baldýnský	Reportáž	Expres.- složenina - obecná čj
43	Pseudodemokratická pomatenost	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Expres., přenes.význ., pohrd.
35	Zaplať pámbu	1995	28	19	S. Motl	Interview	Expres.-hovor.,emoc.
58	gigantomanie	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Expres.-neologis., intenzif.
36	Kopnul do prdele	1995	28	19	S. Motl	Interview	Expres.-obecná čj., pejor.
32	Zpívám jak mi zobák narost	1995	28	19	S. Motl	Interview	Frazeol.,obecná čj.
31	Srší nápady	1995	28	19	S. Motl	Interview	Frazeologismus
7	... lesk i bídu ...	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Frazeologismus
29	Chodí světem	1995	28	19	S. Motl	Interview	Frazeologismus
47	„na věky věků“	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Frazeologismus, kniž., uvoz.
24	Lapsy byly způsobeny	1995	28	9	T. Baldýnský	Reportáž	Hovor. od kniž. lapsus

9	lakýrek	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Hovor., univerbizace
15	...budovu Pakulu označili za „zákeřnou“	1995	28	7	T. Baldýnský	Reportáž	Hovor.složenina, citace v uvoz.
19	Důvody tiskové bitvy	1995	28	8	T. Baldýnský	Reportáž	Hyperbola
48	Využívají s nebývalou invencí	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Intenzif.
73	Všechnu moc ouřednictvu!	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Ironie, arch., věta zvolací
74	Státní úředník – přítel nejvěrnější!	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Ironie, věta zvolací
75	Profesor Parkinson – náš vzor!	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Ironie, věta zvolací
6	walkman	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Neologismus
45	a entuziazmem	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	neologismus
61	happening	1995	28	40	J.X. Doležal	Reportáž	neologismus
10	feelingem	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Neologismus, hovor.
67	V šupleti	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Obecná čj
16	Kšefty se mu asi hejbaly	1995	28	7	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj
34	... mě klofla	1995	28	19	S. Motl	Interview	Obecná čj
3	tyhle	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Obecná čj
5	poflakování	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Obecná čj
11	leje	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Obecná čj
12	Zlatý voči	1995	28	6	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj
14	Vyfasoval kartičku	1995	28	6	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj
17	Kšefty se mu asi hejbaly	1995	28	7	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj
18	žmoulá	1995	28	7	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj
27	Rychle Spíchnutý Festival	1995	28	9	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj.
22	Práci odflákli...	1995	28	9	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj.
33	Styl, který mě bytostně bere	1995	28	19	S. Motl	Interview	Obecná čj., přenes.význ.
21	Fláknul ženu režiséra Pakuly kamerou do sanice	1995	28	8	T. Baldýnský	Reportáž	Obecná čj.-intenzif., nespis.složenina
64	„protivník“ agentury	1995	28	40	J.X. Doležal	Reportáž	Opačný význ. v uvozovkách - ironie
38	„Dětský parlament“	1995	28	26	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ. v uvozovkách

40	dětský poslanec	1995	28	26	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ.
50	gumové pružnosti argumentů	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ.
52	Nenapravitelném technologickém optimismu	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ.
53	Bylo k nezaplacení	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ.
55	Dětský zástup	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ.
59	Ztráty lidských rozměrů	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ.
60	Situace kolem ružového tanku	1995	28	40	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes. význ.
62	Půjde sedět	1995	28	40	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes. význ.
63	Nebylo to nic platné	1995	28	40	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes. význ.
65	MS nepodniklo kroky	1995	28	40	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes. význ.
70	Nezávislost po česku	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes. význ.
41	„dětské slyšení“	1995	28	26	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ. v uvozovkách
68	To už zabralo	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes. význ., hovor.
44	S odzbrojující ochotou	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ., intenzif.
51	Ekologické hysterii	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes. význ., intenzifikace
30	V kulatých lennonkách	1995	28	19	S. Motl	Interview	Přenes. významu
28	Zlatý kolem	1995	28	9	T. Baldýnský	Reportáž	Přenes.význ.
46	technologického optimisty	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ.
26	Ze setkání producentů se stala bublina ve formě semináře pánů Kalvody a Tošovského	1995	28	9	T. Baldýnský	Reportáž	Přenes.význ.-hovor.čj.
37	Otrávenou botou	1995	28	19	S. Motl	Interview	Přenes.významu, personifikace
1	...čím je možné letní čísla časopisu vybavit...	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenesení významu - aktualizace
39	„A když by na ten reaktor spadlo letadlo?“ zeptal se	1995	28	26	T. Feřtek	Reportáž	Přímá řeč
42	„Mnozí politici přijmou výtky a připomínky snáz od dětí než od dospělých...“	1995	28	26	T. Feřtek	Reportáž	Přímá řeč
49	„Bylo by přece škoda ukládat	1995	28	27	T. Feřtek	Reportáž	Přímá řeč

	vyhořelé palivo do země...“ říká						
66	Bylo mu to platné jak mrtvému ponožky.	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Přirovnání
72	Vyplývá z toho něco?	1995	28	41	J.X. Doležal	Reportáž	Řečnická otázka
4	... taky moknete, že?	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Řečnická otázka
25	Prochází tímto pandemoniem	1995	28	9	T. Baldýnský	Reportáž	Slovo ciz. pův. (řec.)
2	žurnál	1995	28	3	P. Kosatík	Úvodník	Slovo ciz.pův.(fr.), dnes řidč.

Ogoňok 28/1995

(5 textů a 5 autorů)

Poř. č.	Text	Lokace			Autor	Žánr	Sledovaný jev Příznakovost jaz. prostředků
		rok	číslo	str.			
6	Догадки, загадки...	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Expres.-epifora, synonymní obrat, nedokončená, otevřená věta
11	сама по себе	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Frazeologismus
10	штука , которая редко гуляет сама по себе	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Hovor., personifikace
12	позёвывает безразличие	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Hovor., personifikace
7	вывели за скобки	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Novodobý frazeologismus
9	во власти преобладают "бондари" а не "кузнецы"	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Přenesené přirovnání v uvozovkách
8	"Давайте не будем казнить кузнеца, он у нас один. Если уж нужно...казним бондаря - их у нас четверо."	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Přímá řeč, přenesené přirovnání
4	"Какая разница?" - подумают большинство	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Řečnická otázka
5	Каковы их характеры, привычки, сильные и слабые стороны?	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Řečnická otázka
3	оппоненты	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	Slovo ciz.pův.

1	"Как жаль!" - воскликнет кто-то	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	v. zvolací
2	"Какая радость!" - откликнутся оппоненты	1995	28	3	L.Guščin	Úvodník	v. zvolací

26	бутафорские	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Expres. – hovor.
28	депутаты-остряки	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Expres. – hovor., přenes.význ.
30	пшик	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Expres.-citosl.-hovor.
38	"под фонфары"	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Expres.-intenzif.-hovor.
40	Жириновский взвизгнул	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Expres.-intenzifikace
19	распушить хвост	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Frazeol., obraz.vyjáďř.
20	бросив перчатку правительству	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Frazeologismus
29	актёры из кожи лезли	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Frazeologismus
42	идти на попятный	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Frazeologismus
43	разогнать парламент	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Intenzifikace
22	с плачем вернуться	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Intenzifikace, přirovnání
27	комедия в двух актах "Тяни-толкай"	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Ironie
15	схватки ветвей власти	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Metafora
16	вздыбившаяся шерсть	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Metafora
17	прижатые уши	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Metafora
18	ворчание	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Metafora
33	козырь берегла	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Metafora

35	подлунном мире	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Metafora
14	разбитых горшков нет	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Metonymie
21	высокой любви к начальству	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	přenes. význ.
39	на руках были (у Думы) все карты, кроме козырей	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Přenes. význ.
36	"царское ухо"	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Přenes. význ. v uvozovkách
34	"банановая" Дума	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Přenes. význ. v uvozovkách, zesměšnění
24	пробудил от продолжительной милитаристско-бюрократической спячки	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Přenes. význ., ironie, přirovnání
13	берегли адреналин	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Přenes.význ.
41	депутату-середняку в жесткой оппозиции так же неуютно, как почтенному семьянину в постели проститутки	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Přirovnání
23	Ельцина-царевну поцеловал некий прекрасный принц	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Přirovnání, ironie
32	Вотум	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Slovo ciz.pův. (lat.)
37	повторяет своё "жамэ!"	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Slovo ciz.pův.(fr.) v uvoz.
31	Гешефта	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Slovo ciz.pův.(něm.), hovor.
25	Воспрянет ли сей муж с прежней бодростию или вновь сладко смежит державные вежды - сейчас нет ответа.	1995	28	16	N. Svanidze	Sloupek	Stará ruština, řečnická otázka

56	умыкания	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Důraz
50	...не было хитроумно встроенной в Саянские горы плотины	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres. – intenzif.
59	грозное	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres. - intenzifikace
52	захирели	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.- hovor.
60	как бы мы его не хулили	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.- hovor.
63	матерые алюминщики	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.- hovor.
58	из-за кордона	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.- málo použ., fr.pův.
45	"Из себя, и то готов достать печенку. Мне не жалко, дорогая, - ешь!"	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Expres.-intenzif.-přenes.význ., přímá řeč
48	этот сытый и бездарный театр	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Expres.-personifikace
54	гирей повис на шее у города	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Frazeologismus
57	нашу оборонку	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Hovor.
61	толком не разглядело	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Hovor.
67	управленцы	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Hovor.
47	для жизни - невыносимо театрально	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Intenzif., ironie
62	убеленных сединами	1995	28	26	V.	Reportáž	Metafora

					Radzievskij		
66	гоняли чай	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Novodob. frazeologismus
51	Енисей ещё не впрягся в работу	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Personifikace
55	(завод) втянут в затяжную алюминиевую войну	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	přenes. význ.
65	поломать порочную систему	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Přenes. význ.
49	помогает выпускать пар	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Přenes. význ., ironie
44	ей на " дорожку " выкинули группы Ерина, Егорова...	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Přenes. význ., zdrobněl., intenzif.
46	Спектакль окончен, а зрители ушли ещё раньше.	1995	28	17	L. Radzichovskij	Fejeton	Přenes. význ.-přirovnání, ironie
53	и развалились	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Přenes.význ.
64	на кого, простите, работали собственные службы?	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Řečnická otázka, ironie

90	„в фазе окрашенного бутона и полуроспуска“	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Citace odborníků
68	засиживаются	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-hovor.
69	вся штука в том	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-hovor.
73	смахивающим	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-hovor.
72	перевалила	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-hovor., intenzif.
80	за бесценок	1995	28	26	V.	Reportáž	Expres.-hovor., intenzif.

					Radzievskij		
81	жуликоватых	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-hovor., pejor.
70	в разоре	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-hovor.-intenzifikace
87	на длиннющих стеблях	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Expres.-intenzif.
71	...от этого проклятого капиталистического эгоизма	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-intenzif., emoc.
76	швырнули сквозь шлюзы	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-intenzifikace
86	бешеные деньги	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Expres.-intenzifikace, přenes.význ.-personifikace
83	„вянут уши“	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Expres.-přenes.význ.,intenzif.
82	без алюминиевой кормушки	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-přenes.význ.,pejor.
75	несмотря на мольбу главного инженера	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Expres.-přenes.význ.-intenzif.
89	„не от души“	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Frazeologismus
94	дольше ласкали взор	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Frazeologismus
79	а посему	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Hovor.
88	перво-наперво	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Hovor.
85	чудо природы	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Intenzifikace
74	рэкетира	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Neologismus
77	у монополизированного государства нет чувства юмора	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Personifikace
91	чашелистики „смотрят“ вниз	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Personifikace v uvozovkách
92	„опившиеся“	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Personifikace v uvozovkách
78	откуда же взяться чувству меры?	1995	28	26	V. Radzievskij	Reportáž	Personifikace, řečnická otázka

93	дары природы	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Přenes. význ.
95	нежный товар	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Přenes. význ.
84	проторить	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Přenes. význ.-intenzif.

96	направить свои стопы	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Frazeologismus
102	напоминает каплю в море	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Metafora
100	авторефрижератора	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Neologismus
99	...нас убедил	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Personifikace
98	горький опыт	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Přenes.význ.-intenzif.
101	в стадии экономического увядания	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
97	Ещё один важный вопрос: какие цветы лучше покупать - отечественные или голландские?	1995	28	28	O. Volkova	Reportáž	Řečnická otázka

Reflex 30/1995
(5 textů a 5 autorů)

Poř. č.	Text	Lokace			Autor	Žánr	Sledovaný jev Příznakovost jaz.prostředků
		rok	číslo	str.			
13	Válka tvarohových ksichtů	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Expres. Přenes.význ., obecná čj.
18	„nájezd na cikány“	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Expres., přenes.význ.v uvozovkách
14	ksichtů	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Expres.-obecná čj.,pejor.
7	Kráčí krok za krokem	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Frazeologismus
19	Třicítka obyvatel	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Obecná čj.
21	Sebrali láhve	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Obecná čj.
22	Aby bylo jaksepatri veselo	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Obecná čj., ironie
4	Kdo tu zábavu odnášejí	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Ironie, přenes. význ.
3	snajprů	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Neologismus
23	Dali vrchnímu přes hubu	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Obecná čj
16	Proti černým	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Přenes. význ
17	Proti bílým	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Přenes. význ
1	Dovolená na frontě – té jadranské	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenes. význ.
2	Potemnělý svět snajprů	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenes. význ.
10	Seriál z letních cest	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenes. význ.
15	Aby nevypukl hon na čarodějnice	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Přenes. význ.
5	„v srdci temnoty“	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenes. význ. v uvozovkách
12	Začneme naostro	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenes. význ., hovor.
24	...se objevili hysteričtí „ochránci lidských práv“	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Přenes.význ. Uvozovky-pejor.
9	Sedm kulí	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenes.význ., aktualizace
8	V čísle 33 padne v Sarajevu	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Přenes.význ., aktualizace
20	„Hrozí nám sice...“	1995	30	7	I. Brezina	Reportáž	Přímá řeč
6	causu	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Slovo ciz.pův.v pův.tvaru
11	Po vlastech českých	1995	30	3	P. Kosatík	Úvodník	Zastar.

goň
ok
30/1
995
(5
textů
a 5
autor
ů)

38	Neradostná perspektiva	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Eufemismus
40	Da mu přes držku	1995	30	8	I. Brezina	Reportáž	Vulgariismus
42	Spátná světlo světa	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Praxeologismus
47	Hned se do sebe serou	1995	30	8	I. Brezina	Reportáž	Vulgariismus
43	Obři urychlovač	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Intenzif.
50	Čeká na nebývalý rozmach	1995	30	17	P. Čech	Reportáž	Intenzif.
40	Zapadákov	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Intenzif.
52	Zázračné německé dítě	1995	30	19	P. Kovář	Interview	Intenzif.
35	Hory jídla	1995	30	11	A. Lukeš	Reportáž	Intenzif., přenes.význ.
37	Je nejslabším článkem jaderné energetiky	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Metafora
36	...se třpytil Atlantik	1995	30	11	A. Lukeš	Reportáž	Metonymie
29	Dostali nakládačku	1995	30	8	I. Brezina	Reportáž	Obecná čj
42	Pod jménem hvězdné války	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Přenes. význ.
44	Paprsky smrti	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Přenes. význ.
39	Noční můra	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Přenes. význ. – intenzif.
51	Byl jsem sluha u Steffi	1995	30	19	P. Kovář	Interview	Přenes..význ.
34	Má v řeči světlou chvíli	1995	30	11	A. Lukeš	Reportáž	Přenes.význ.
53	Nálepky „trenér Steffi Grafové“	1995	30	19	P. Kovář	Interview	Přenes.význ.
54	Ponorkové nemoci	1995	30	21	P. Kovář	Interview	Přenes.význ.
47	Mělo by si poležet (palivo)	1995	30	17	P. Čech	Reportáž	Přenes.význ. - personifikace
48	Pak by vyrazilo na poslední cestu (palivo)	1995	30	17	P. Čech	Reportáž	Přenes.význ. - personifikace
49	Palivo bylo „vyčištěno“	1995	30	17	P. Čech	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
25	„Křičel na mě: Já tě zabiju, ty svině bílá!“vzpomíná	1995	30	8	I. Brezina	Reportáž	Přímá řeč
31	„V dobách, kdy...“	1995	30	10	A. Lukeš	Reportáž	Přímá řeč
32	„Udržela se, protože...“	1995	30	10	A. Lukeš	Reportáž	Přímá řeč
33	„Víte, kde leží Česká republika?“ptám se	1995	30	10	A. Lukeš	Reportáž	Přímá řeč
28	Impotentní policie?	1995	30	8	I. Brezina	Reportáž	Řečn. otázka, přenes.význ.
30	Co by řekl Hus?	1995	30	10	A. Lukeš	Reportáž	Řečnická otázka
46	Palivo: Kam s ním?	1995	30	17	P. Čech	Reportáž	Řečnická otázka
41	Rančerská škola	1995	30	16	P. Čech	Reportáž	Slovo cizího pův.

Poř. č.	Text	Lokace			Autor	Žánr	Sledovaný jev Příznakovost jaz.prostředků
		rok	číslo	str.			
6	все, что ему вздумается	1995	30	3	L. Guščin	Úvodník	Hovor.
7	куда как сложнее	1995	30	3	L. Guščin	Úvodník	Expres. – hovor., intenzif.
8	якобы	1995	30	3	L. Guščin	Úvodník	Kniž.
2	усердно раскачивать все ветви власти	1995	30	3	L. Guščin	Úvodník	Expres. – novodobý frazeologismus
16	неуловимого переговорщика	1995	30	11	G. C.	Sloupek	Přenes.význ.
4	из пишущей братии	1995	30	3	L. Guščin	Úvodník	Expres.- žert.
9	В Харькове - канализационный Чернобыль	1995	30	4	A. Kapustin	Speciální reportáž	Expres.-intenzif.,metonymické přirovnání
5	уловить какой-то смысл	1995	30	3	L. Guščin	Úvodník	Frazeologismus
14	переговорщики попали под давление неведомых сил	1995	30	11	G. C.	Sloupek	Frazeologismus
17	сверхзадача	1995	30	11	G. C.	Sloupek	Intenzif., hovor.
10	крупнейшей катастрофы	1995	30	4	A. Kapustin	Speciální reportáž	Intenzifikace
12	в крайне тяжелых условиях	1995	30	4	A. Kapustin	Speciální reportáž	Intenzifikace
15	упорно уклонялся от встреч	1995	30	11	G. C.	Sloupek	Intenzifikace
18	таких "аналитиков"	1995	30	11	G. C.	Sloupek	Ironie, přibližný/podobný význam
13	авария подтолкнула власти	1995	30	4	A. Kapustin	Speciální reportáž	Personifikující metafora
11	конкретных сроков не в состоянии дать никто	1995	30	4	A. Kapustin	Speciální reportáž	Přenes. význ.
1	Куклы и кукловоды	1995	30	3	L. Guščin	Úvodník	Expres. Přenes. význ. – přirovnání, ironie
20	"След уже есть, точный след. Их	1995	30	11	G. C.	Sloupek	Citace

	найдут", - пообещал						
30	ельцины были и так уверены в своих позициях	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Expres.- přenes.význ., žert.
22	Грандиозного представления не получилось	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Expres.-intenzif., přenes.význ.
36	злоупотребляла бьющими по нервам выражениями	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Expres.-intenzif., přenes.význ.
25	расширять предмет обсуждения вверх, вниз, вбок, вглубь	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Expres.-intenzifikace
28	президентская рать	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Expres.-žert.
23	взяли на вооружение	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Frazeologismus
26	ходили слухи	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Frazeologismus
24	не стали растекаться мыслию по древу	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Frazeologismus, stará ruština
34	остался вроде бы	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
29	не затевать скандала	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
31	возня с Лучиным	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
33	склочничество	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
35	не у дел	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
27	упорные, и очевидно небеспочвенные	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Intenzifikace
21	О сломанных копьях позаботятся уборщицы	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Přenes. význ.
32	могла бы подпортить им образ	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Přenes.význ.
19	в горбачевской мягкотелости	1995	30	11	G. C.	Sloupek	Přenes.význ., hovor.
47	советуют засунуть В.И. Ленину его учения	1995	30	24	M. Bogatych	Kritika	Expres.-hovor., náznak hanl.
54	страшнее зверя не было	1995	30	24	M. Bogatych	Kritika	Expres.-intenzif., přenes.význ.,přirovnání
55	административно-бюрократическим монстром	1995	30	24	M. Bogatych	Kritika	Expres.-intenzif., přenes.význ.,přirovnání

53	тупой чиновничьей волей	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Expres.-intenzifikace
43	у депутатов сдали нервы	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Frazeologismus
51	рвали в клочки	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Frazeologismus
39	шанс для зацепки	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
40	проявил себя докой	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
42	разгул уголовщины	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Hovor.
56	кучу мелких предприятий	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Hovor.
41	заключительным аккордом слушаний	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Metafora
50	пускает щупальца	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Metafora
44	ангажированности	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Neologismus
37	съевший собаку (на разбирательствах)	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Novodob. frazeologismus
38	карты президента побить трудно	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Přenes. význ.
46	происхождение видов	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
49	обладают родовыми признаками	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
48	новорожденные ФПГ	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
52	восторгом неофитов	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Přirovnání, intenzif.
45	Так как же быть?	1995	30	17	M. Šakina	Komentář	Řečnická otázka

57	мелких предприятий	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Expres.-intenzif.
66	получаются дохлыми	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Expres.-intenzif., hovor., pejor.
63	бросились регистрироваться	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Expres.-intenzifikace
64	ФПГ, рожденные суровой экономической необходимостью	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Expres.-přenes. význ.
69	блеклый политик в интерьере ФПГ	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Expres.-přenes. význ.
60	байки	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Hovor.

62	штука сложная	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Hovor.
67	ширпотреб	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Hovor.
59	клирингом	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Neologismus
73	Я, как говорил Зиновий Гердт,	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Parenteze
61	натуральный обмен	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
65	дети указа	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
70	ревниво прохладно	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
71	льготы для дождя	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
74	продаться хочу	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Přenes. význ.
58	Били по вертикали, а угодили в горизонталь?	1995	30	24	M. Bogatyč	Kritika	Řečnická otázka
72	Мне это нужно?	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Řečnická otázka
68	доселе рынках	1995	30	25	M. Bogatyč	Kritika	Zastar.

Reflex 15/2000
(5 textů a 5 autorů)

12		2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Citace z novin
17		2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Citace z novin
20	Průřez	2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Citace z novin
25	Text	2000	Lokace	7	J.X. Doležal	Reportáž	Citace z novin
26	Z chatu	2000	číslo	8	J.X. Doležal	Reportáž	Citace z chatu, neologismus
42	(a ono té ho pro jeho postare zavrhla a založila do archivu jako nepoužitelného?)	2000	15	28	T. Feřtek	Komentář	Autorův komentář
59	Ze jde o slendrián	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Expres.-emoc.
69	(přijetý u nás až v roce 1996!) Cibulku	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Autorův komentář v závorkách, věta zvolací
70	(a že jí nebylo potřeba málo!) Pískne, co komu šlína na jazyk přinese	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Autorův komentář Expres.-frazeol.-intenzif. v závorkách, věta zvolací
83	Nad kterými zůstává rozum stát	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Expres.-frazeol.-intenzif.
68	Bůhvíjak to bylo.	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Frázeol.-intenzif.
39	Totálně znemožnila jakoukoliv diskusi	2000	15	8	J.X. Doležal	Reportáž	Citace anonymních mailů
137	VYZVA!!! Upozornuji na neukončenou spolupráci	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Expres.-intenzif., slovo ciz. pův.
9	Vyše psané řadky jsou svinstvo	2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Expres.-pejor. Obecná čj.
10	Kniha Mein Kampf je svinstvo	2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Citace mluvčí policejního Expres.-pejor. Obecná čj.
25	Ztrácí v jeho světle věrohodnost	2000	15	8	J.X. Doležal	Reportáž	Frázeol.
86	Prokazuje zaměstnavateli medvědí službu	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Citace p. Cibulky Frázeol.
89		2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Citace p. Johna
78		2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Citace p. Pilouse
103	Kolem toho pořád chodili jako	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Frázeol.
85	kolem horké kaše	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Citace p. Pilouse
113	Budeme moci říci, že jsme se ke své minulosti konečně postavili	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Citace p. Vaculíka Frázeol.
47		2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Citace p. Vaculíka
51	čelem	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Citace p. Vaculíka
71	A připomíná věci, před kterými raději zavíráme oči	2000	15	21	J. Zvelebil	Reportáž	Citace p. Zítky Frázeol.
90		2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Citace pí. Adamovské
125	Nechat stranou	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Citace ředitele muzea Frázeol.
13		2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Citace ředitele nakladatelství

96	Dštít síru napravo nalevo	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Frazeol., intenzif.
157	nemůže být o volném čase ani řeč	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Frazeol., intenzif.
74	V novinářské branži	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Hovor.
97	bláboly	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Hovor.
2	brouzdají jako po Internetu	2000	15	3	P. Bílek	Úvodník	Hovor. Přenes.význ., neolog.
160	Přestávkový randál	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Hovor., Intenzif.
60	Do služeb vnitř se dal	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Hovor., přenes. význ.
15	Aby si pěkně	2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Intenzif.
30	Díky obrovské reklamě, kterou hovory o trestním stíhání knize udělaly,	2000	15	8	J.X. Doležal	Reportáž	Intenzif.
31	Je první náklad beznadějně vyprodán.	2000	15	8	J.X. Doležal	Reportáž	Intenzif.
34	Že kniha je po řemeslné stránce perfektně udělaná	2000	15	8	J.X. Doležal	Reportáž	Intenzif.
45	Radnice tak připomíná nikoli správní centrum,	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Intenzif.
53	a ne v unuděném tichu sněmovního sálu	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Intenzif.
56	Skálopevně přesvědčen	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Intenzif.
62	Jasnější omyl si snad ani nelze představit	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Intenzif.
76	A nevěda pořádně , co by napsal	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Intenzif.
130	Desítky podobných se denno-denně	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Intenzif.
141	Volejbalová škola Praha je opravdu monstrózní podnik	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Intenzif.
154	Dětem věnuje opravdu neskutečné množství času	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Intenzif.
163	Funguje to stoprocentně a bez výjimky.	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Intenzif., důraz
87	A o Pilousovi dokonce tvrdí, že	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Intenzif., důraz, nedokončená,

132	Tezkle kapě chodvináře v této	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Obecná čj.
140	teprhle casilovnosti	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Obecná čj.
432	Omámhle kyslíkový počet obcí	2000	15	30	B. Pečinka	Reportáž	Obecná čj. neologismus
836	Nejtohlle v jejším příkladem	2000	15	30	T. Feřtekil	Reportáž	Obecná čj. přenes. význ.
159	dalegogie výsledky téhle metody?	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Obecná čj.
244	Mávozměnětj předizávní, ale i šekvěkány	2000	15	30	J.X. Doležal	Reportáž	Obecná čj. slovo ciz.pův.(fr.)
183	Bohužak ové vyhazovy dva	2000	15	30	T. Feřtekil	Reportáž	Obecná čj. jednoduchá věta
169	Návodně tahle slova nezní nijak	2000	15	30	T. Feřtekil	Reportáž	Obecná čj. jednoduchá věta
106	Zdřšvš příjemně.	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Krátká věta jednoduchá, hovor.
117	Od kreatur , které	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Přenes. význ. - pejor.
135	Líza zdubyho tépešlešů...	2000	15	28	T. Feřtekil	Reportáž	Neologismus, otevřená věta
147	Sozialně z experimentu povolí dvůr.	2000	15	28	J.X. Doležal	Reportáž	Neologismus, tvar slova ani
32	Odmítl nabídku dotisku paperbacku	2000	15	8	J.X. Doležal	Reportáž	Neologismus, neologismus novotvar
361	Čekágeř dotisk hardbacku	2000	15	30	J.X. Doležal	Reportáž	Neologismus, neologismus
139	Svanilop v pítkách lidí, kteří po	2000	15	38	P. Bílek	Reportáž	Neologismus, přenes. význ.
4	Rehmyt cizího chlapa	2000	15	3	P. Bílek	Úvodník	Obecná čj.
39	Mechvitiš v chůbě a bytlový hněv	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Obecná čj. význ.
64	Jšp v estébákův šude?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Přenesá význ.
189	Ůsádná v chůbě v estébákou a	2000	15	28	T. Feřtekil	Reportáž	Přenesá význ.
72	Estébák v seznamu	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Obecná čj.
734	Spodky o dšaké jak estébákými	2000	15	28	T. Feřtekil	Reportáž	Přenesá význ.
14	Agent Michal Zítka je malebná	2000	15	7	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes. význ., intenzif.
95	Spolator prezidentovi republiky do	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Obecná čj.
63	Mivav níci rafinovaných zápletek	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Přenes. význ., intenzif.
116	Odřáj v chůbě v seznamu možní lépe	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Obecná čj., Expres.-pejor.
5	rozdiš v chůbě v seznamu čas absčá s té svém estébákem	2000	15	3	P. Bílek	Úvodník	Přenes.význ.
41	Knep v seznamu v seznamu	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Přenes.význ.
118	pitásky ly často, kvalitně	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Obecná čj.
131	poflakují	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Obecná čj.

524	Božejch mladoči zat'atosti	2000	15	28	B. Pečinka	Reportáž	Přenes.význ., přirovnání,
75	Se tu dokonce otírá o náš časopis	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Přenes.význ.
92	Když komunistický srp podetínal	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Přenes.význ.-metafora
94	šlechotných zad	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Přenes.význ.
108	Prigido-lazakembych-hrych	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Přenes.význ.-metafora
114	Imputaciolet , ale leccos se	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Přenes.význ.
124	Ale snaději slyšet jeho zavilý	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Přenes.význ.-metafora
115	koloběžky když stíš zaplet	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Přenes.význ.
6	Dva násotž spokryteckázimě našich	2000	15	3	P. Bílek	Úvodník	Přenes.význ. v uvozovkách
166	Všapák sedí „ hluk “ desetiletých	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
128	Flušvična v „červené“ škole	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
498	Zákon v této podobě zvířecí zblbyduje většinu malých obcí	2000	15	29	B. Pečinka	Reportáž	Přenes.význ.-personifikace
445	Čas slovo nepříliš (a	2000	15	28	B. Pečinka	Reportáž	Přenes.význ.-personifikace
29	Mc ropit et v pomus milionu.“	2000	15	8	J.X. Doležal	Reportáž	Komentář v závorkách
487	ale (v lepším případě) folklórní	2000	15	28	B. Pečinka	Reportáž	Přenes.význ., autorův
133	skřížen jete něco?“	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Komentář v závorkách
486	Ře klidatupě přičteněřováno	2000	15	28	B. Pečinka	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
946	Sp rtativopphěbušilo mě	2000	15	28	J. Zvelebil	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
138	Dom bař d'váš	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
149	M otčbalmanitérovna sport, o který	2000	15	28	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
155	h šéřímý praly	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Přímá řeč
149	N á křámě začvá jsou dráje anám brnděřařa stoblačřivé téma	2000	15	39	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
167	M řodihly jsou tu d'voři v'řein.	2000	15	39	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
283	N ěkolik máni a knižchpbnosti, ndkřelatařoval d'přechě	2000	15	80	J.X. Doležal	Reportáž	Přenes.význ. přenes.význ.- obecná čj.
50	P řepaných paněřov hodí?“	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Přenes.význ., obecná čj., pejor.
324	P řisřidy d'přilněřých	2000	15	31	J. Zvelebil	Komentář	Rečnická otázka pejor.
40	P řisřoty k'čím tento paragraf	2000	15	12	B. Pečinka	Komentář	Rečnická otázka
162	řakob ř na půl plynu	2000	15	30	T. Feřtek	Reportáž	Přenes.význ., přirovnání
64	Jde snad o pomstu StB?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Rečnická otázka

602	Kolik osobilo a jako druhá strana slechnu, kováři? penězům či kariéře?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ., intenzif.
89	Že se neodešle činnost z oběžné přijevím i redak, di agent pacuje jako křlo?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ.- obecná čj.
80	Že paby lidovisář, aláš kvochojžku, přičešné vřívát nemohl?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka
88	Klaus a přesto i soustřídání	2000	15	80	J. Zvelebil	Reportáž	Řečnická otázka pův. tvaru
98	Kouzelný šém „Farmačkovy	2000	15	30	J. Zvelebil	Reportáž	Řečnická otázka (hebr.),
100	Kdo spolupráci s nimi odmítl?	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka v ozvokách
101	Kdy jpankové jen formálně?	2000	15	81	J. Zvelebil	Reportáž	Řečnická otázka ironie
107	Jak by podle něho měla vypadat praxe?	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka
109	Neexistuje osobní svazek?	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka
122	Že to nedělá pořádně?	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka
126	Otázka: došlo by vůbec k nápravě, nebyť Cibulky?	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka
7	Řekněte mi, kdo tohle vypráví na potkání?	2000	15	3	P. Bílek	Úvodník	Řečnická otázka, frazeol.
55	Ovládají u nás politiku i hospodářství komunisté a estébáci?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, obecná čj.
99	Kdo byl estébák a kdo ne?	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, obecná čj.
66	Proti lovci agentů Cibulkovi?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ.
71	Šest medvědů s Cibulkou?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ.
104	Dokážeme se zpřímá podívat do tváře vlastní minulosti?	2000	15	21	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ.
67	Podstrčily mu temné síly falešné materiály na člověka, jehož přesvědčivá obhajoba ohrozí věrohodnost nenáviděných seznamů?	2000	15	20	J. Zvelebil	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ., intenzif.

		Ogoňok 15/2000			5 textů a 5 autorů					
Poř. č.	Text	Lokace			Autor	Žánr	Sledovaný jev Příznakovost jaz.prostředků			
		rok	číslo	str.						
13	"Как ва лодку назовете, так она и поплывет."	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Citace			
10	"Большая имперская нация как может измывается над маленьким свободолюбивым народом"	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Citace – expres.-hvor.-intenzif., deminutiv.			
3	резонную	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Hovor.			
4	и вроде бы	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Hovor.			
6	от исламских ультра	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Hovor. pejor.			
5	Россия как умеет защищает единую Европу	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	intenzif., přenes.význ.-metonymie			
11	Как вы лодку назовете...	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Nedokončená, otevřená věta			
15	под лейблом "динамическая реформаторская страна Восточной Европы"	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	neologismus			
12	Сказал же однажды капитан Врунгель:	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Parenteze			
7	Пусть криво и грубо – но ради	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Přenes.význ.			
8	общего европейского дома	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Přenes.význ.			
14	Мы могли продавать себя на мировом политическом рынке	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Přenes.význ.			
16	танком переть в ЕС	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Přenes.význ.,expres.,hovor.			
1	Куда повернет Россия...?	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Přenes.význ.-metonymie			
2	Совет Европы не заглотил	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Přenes.význ.-metonymie, expres.			

9	Почему нам не поверили и сочли более вероятной версию: ?	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Řečnická otázka	
28	от холодных московских	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Intenzif., frazeologismus	
29	"Ну, видишь ли, я человек интеллигентов то и дело имперский "	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Citace	
23	за покупку ржавого глав республик "жидуденка"!	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres., eufemismus Metafora	
22	саммиты	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Neologismus, zvolací věta	
30	пвваться в Кремль постоянные попытки ремейка имперских структур	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.-hovor., intenzif., Neologismus	
24	под сумасбродство	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.-hovor., pejor.	
21	есть цельные медиа-холдинги помпезные	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Neologismus, intenzif.	
38	титаническая работа Ельцина	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.-intenzif.	
45	узкая популярность арендавать	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.-intenzif.-hovor.	
19	беспредельный треск в имперских идеях в СМИ	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	пřenes.význ.	
33	приоритетности особого пути империи	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.-nispis.	
40	По оуду в России обычно для империи развивать было пост-Совка	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.přenes.význ.-hovor., pejor.	
46	раздутые госрасходы раздутых законов	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.přenes.význ.-intenzif.	
36	что тебя нельзя посадить	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Expres.přenes.význ.-intenzif.,	
37	корпуса экспресс-вращиванию в России реальных претендентов на хату продам президентство	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	пřenes.význ., důraz ironie	
44	что видал он в еврох	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Frazeologismus	
38	об отмене было любви к западу	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	пřenes.význ., ironie	
43	это не собачье дело государства	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Frazeologismus	
47	в конце концов диктатором	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	пřenes.význ. metafora	
42	насколько не безрыбье...	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	пřenes.význ. metafora,	
32	отката	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	nedokončená, otevřená věta	
44	акс-Совка как это делают прибалты	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	пřenes.význ.-pejor.	
50	сукин сын ,	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Vulgar.	
49	а докажи- ка ты мне,	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Hovor.	

161 72	лицо Джона попало в тиски и вольно или невольно мысли	2000 2000	15 15	11 9	Je. Popov V. Ismailov	Fejton Komentář	Expres.- přenes. význ., novodobý frazeologismus
103 218	"Сальери. Чайковский в подпольщик Бьесоцкий баню звал меня намедни, а я	2000	15	9 46	V. Ismailov V. Melnik- Karamov	Komentář Sloupek	Čítace dialogu, intenzifikace, ironie, vtip Expres., hovor., přenes. význ.
200	решил с тобой лупят тополями" Моцарт. И умно сделал, недомыслия " всех подряд	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Expres., intenzif., přenes. význ. v uvozovkách
186	Сальери. Я с ним уже его снаряды (фото) ходил разворотили сердце Моцарт. Ну и дурак." добропорядочной Америки	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Expres., přenes. význ.
195 138	" В доме не забегать, молодость босоногая, неприятель, просящего	2000	15	16	Je. Popov	Komentář Fejton	Čítace Suvorových požadavků Expres., přenes. význ., personifikace
185	отлитых в Май Лай	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Expres., přenes. význ. v uvozovkách
184	попадады, шадить журнал выстрелил серией безоруженных не убивать, с фотографий	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Expres., přenes. význ., intenzif.
205	бабами не воевать, Басаев и компания малолеток не трогать, говорит сушью правду	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres., hovor., intenzif.
191	обывателя не обижать, он пресса выправляла , он нас кормит и поит.	2000	15	15	V. Kolomijec	Komentář	Expres., přenes. význ., intenzif., hovor.
121	мозги зато банька стоит	2000	15	10	A. Bitov	Fejton	Eufemismus
162	у командира "отрубилась"	2000	15	15	V. Kolomijec	Komentář	Expres. přenes. význ., intenzif., hovor.
165	старенькая военная гуманитарные тормоза	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Eufemismus
172	бедняжка	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Eufemismus
158	spring rollat, как говорится	2000	15	11	Je. Popov	Fejton	Expres.- anglický výraz, parenteze
217	канкан и поштенскую	2000	15	46	V. Melnik-	Sloupek	Eufemismus, úryvek z písnicky v
145	Future in the past песенку... капитан уже	2000	15	11	Je. Popov Karamov	Fejton	Expres.- angličtina, důraz v uvozovkách
151	страноведческого (изучения опал...)	2000	15	11	Je. Popov	Fejton	Expres.-důraz, zastar.
143	страны) долга покуда не помер	2000	15	11	Je. Popov	Fejton	Expres. - hovor.
60	а кто удосужился выяснить	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-hovor., řečnická otázka
115	"poor eating habits" - у народа...? привычки голодного	2000	15	10	A. Bitov	Fejton	Expres.- angličtina
75	помянутой выше империи человека	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-hovor.
87	Украинские ультра	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-hovor.
221	в разухабистой картине	2000	15	46	V. Melnik-	Sloupek	Expres.-hovor.
95	выволочки	2000	15	9	V. Ismailov Karamov	Komentář	Expres.-hovor.
102	в версии кавээнщика	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-hovor.
133	ты, видашь , совсем, Джон, с	2000	15	11	Je. Popov	Fejton	Expres.-hovor., věta zvolací
155	какую-то там училку ума сошел!	2000	15	11	Je. Popov	Fejton	Expres.-hovor.
163	что американцу карачун , то	2000	15	11	Je. Popov	Fejton	Expres.-hovor., intenzif.

56	публикации Друкашенко	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-zastar.
686	варианты авторитарных	2000	155	911	А. В. Попов	Кажетонтář	Expres.-hastar., přenes. význ., nový výraz
940	Баба Дуля любилась от	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-hovorací pečet.
97	рагусея эту Европу, в	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-zvolací věta, hovor., pejor.
104	Батонуха	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Expres.-hovor.-autorský neologismus
992	Поповщинавая тенденция!	2000	155	911	А. В. Попов	Кажетонтář	Expres.-hovorací věta, skýologismus
98	время привязанни	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expresologismus frazeologismus
789	оредимизмивнакобых прорейшмх	2000	155	911	А. В. Попов	Кажетонтář	Expresologizantif.
152	у важнефельконтинит	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Expresologizantif.
198	владимирский рядовонных	2000	15	16	А. В. Колосимец	Кажетонтář	Expresologizantif., hovor.
220	янезваннаправо	2000	15	46	V. Melik-	Sloupek	Frazeologismus
141	наманьвазся за бугор	2000	15	11	А. В. Попов	Fejeton	Expres.-intenzif., hovor.
157	первой пачке в шапке нас	2000	15	10	А. В. Попов	Fejeton	Expres.-intenzif., přenes.význ., přirovnání
127	врудецакмайский тополь	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Hovor.
90	визамобинный бинцавиз	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-intenzif.-přenes.význ.-metafora
140	Будега и я сам	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Hovor.
799	буффорбыль МБ СРДверяжно	2000	155	911	А. В. Попов	Кажетонтář	Expres.-ironické uvozovky
82	Баруклаются	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-krátká zvolací věta
806	инава вирияборы с	2000	155	914	V. Kolomijec	Komentář	Expres.-pejor.
178	бонепскомакрезьятатани	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Hovor.
183	80% русские клеветают						Hovor.
202	вместе с тобой небызвестная	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Expres.-pejor.
93	Барышоломовых	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Expres.-pejor.
59	вырванек Зимний						Hovor.-necelý název
614	вредномлюбоурачном граде Киеве	2000	155	910	А. В. Попов	Кажетонтář	Expresif.-poetizace-ironie
188	американское общество	2000	15	10	А. В. Колосимец	Кажетонтář	Expresif.-přenes.význ., intenzif.
125	область ругуламетных (Верейский)тенанта Келли	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Intenzif.
679	семинар в дельбрыльи	2000	155	914	V. Kolomijec	Komentář	Expresif.-přenes.význ.-intenzif.
111	Наглость какая!	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Expres.-věta zvolací

	службой армейский автомобиль						
214	Крайне неприятно	2000	15	46	V. Melik-Karamov	Sloupek	Intenzif.
150	так называемые права человека	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Ironie
187	на чем поскользнулись "хорошие американские парни"	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Ironie v uvozvkách
189	"плохих парней" Хо Ши Мина	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Ironie v uvozvkách
190	"хорошие парни"	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Ironie v uvozvkách
210	в которой самое большое святотатство - указания на корни вождя	2000	15	46	V. Melik-Karamov	Sloupek	Kniž.
119	нувориши	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Kniž., fr.pův.
96	Логика такая.	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Krátká oznamovací věta
105	Заграница нам поможет	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Metonymie
206	Русский солдат победил	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Metonymie
182	нехай	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Nářeční, ukr. pův.
83	гастарбайтеров	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	neologismus
86	бизнес						neologismus
91	Политический истеблишмент	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Neologismus
146	назовем его для конспирации Джоном	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Neologismus
148	за перманентную клевету	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Neologismus
101	напоминает диалог "Моцарта и Сальери"	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Parenteze
69	квазигосударствах	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Pejor.
109	живой пример	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Personifikace
122	рябит вода, шевелится	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Poetismus

	листва, отражается огонь						
116	я блокадный ребёнок	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Přenes. význ.
124	в застолье озвученное воспоминание	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Přenes. význ.
134	горделивого кавказца с московской регистрацией	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
135	а также лица библейской национальности , терпеливо улыбающегося	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
142	тебя Господь поместил	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
144	мне никак не давалась	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
154	она нигде не числится	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
160	на налогах заторчал	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
162	заторчали (мы)	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
164	я шагнул прямо из прошлого в широко распахнутую дверь	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ.
167	майор получил увечья	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ.
169	унеся в могилу ни в чем не повинного	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ.
174	Война - тоже машина	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ.
175	в современном исполнении	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ.
180	доморощенными ошибками	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ.
197	подобных язв	2000	15	16	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ.
208	после светлого праздника	2000	15	46	V. Melik- Karamov	Sloupek	Přenes. význ.
212	Классовое сознание на нуле.	2000	15	46	V. Melik- Karamov	Sloupek	Přenes. význ.
215	для народного уха	2000	15	46	V. Melik- Karamov	Sloupek	Přenes. význ.
219	с помощью кордебалета	2000	15	46	V. Melik-	Sloupek	Přenes. význ.

					Karamov		
128	пространства, которое согрето множеством людей	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Přenes. význ. - metafora
131	работают...	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Přenes. význ. - personifikace
133	очередь состояла из парня с пшеничными усами ,	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Přenes. význ. - přirovnání
173	страдала острой технической недостаточностью	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ.- personifikace
166	"санитарка"	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách
203	Вот такая чисто конкретная "освободительная" информвойна	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách
204	как аплодируют ее "торедорам"	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách
209	весь праведный "пролетарский" гнев	2000	15	46	V. Melik-Karamov	Sloupek	Přenes. význ. v uvozovkách
211	этого "кадиллака"	2000	15	46	V. Melik-Karamov	Sloupek	Přenes. význ. v uvozovk., ironie
181	"Чарлевцы"	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách
207	А теперь судите, нужны ли "танку" нынешней войны "тормоза" . Или обойдется.	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách 2x, řečnická výzva
168	от чего скончалась медицинская "бабушка"	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách -personifikace
170	"внука"-солдатика	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách, eufemismus
201	короче, бей "вообще" - не промахнешся	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ. v uvozovkách, intenzif.
196	как боролся с проявлением малейших зародышей	2000	15	16	V. Kolomijec	Komentář	Přenes. význ., důraz
126	гэдээровские корочки	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Přenes. význ., hovor.
130	так что советские корочки	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Přenes. význ., hovor.

92	предложить, упорствовать	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Přenes.význ.-personifikace
108	Квартирних кирасах жетской	2000	15	10	А. Битов	Fejeton	Пříklad významného pořekadla, nedokončená
147	вокалет окурива невилга,	2000	15	11	Je. Popov	Fejeton	Пřenes. význ., hovor.
199	Болбармаисаурапица...	2000	15	17	V. Kolomijec	Komentář	Пřenes. význ., intenzif., přirovnání
194	Поракени монечно, сукин	2000	15	16	V. Kolomijec	Komentář	Пřímá řeč, věta zvolací, důraz, vulgární
171	окиало в еш Н А М сукен сарша	2000	15	14	V. Kolomijec	Komentář	Пřenes. význ., ironie
89	Известного греских русо дух премепома уме - у	2000	15	910	А. Битов	Komentář	Пřenes.význ., přirovnání
73	сплобо в е я жикс" Сербани	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Пřenes. význ.-metafora
81	включе огуменае жить	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Пřenes.význ.
850	Датке спецнаи роси задан вопроси: почему?	2000	15	910	А. Битов	Komentář	Řečnická otázka
882	Бв заим?	2000	15	910	А. Битов	Komentář	Řečnická otázka
108	Копидже чине оу Берлин	2000	15	10	А. Колумијец	Komentář	Řečnická otázka
58	ааруденте масе в мовь незвычайной	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Пřenes.význ., hovor.
123	необходимости правового обеспечения боевых направлений	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Пřenes.význ., hovor.
54	дям влетело в Страсбурге	2000	15	8	V. Ismailov	Komentář	Пřenes význ , metonymie
64	мы лежим трудью на	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Slang
216	аморазуре Не бывать такому!	2000	15	46	V. Melik-	Sloupek	Věta zvolací
106	Ваш покорный слуга	2000	15	10	Карамов	Fejeton	Пřenes význ -expres
203	Бв уже при том, что шофер негр!	2000	15	946	V. Melik	Sloupek	Věta zvolací, důrazif.
74	застоя на обломках	2000	15	9	Карамов	Komentář	Пřenes význ -metafora
62	назвали полдками,	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Пřenes.význ.-metafora
62	уполдками террористами	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Vulgar
113	запомнить себя от павинки сопциально приемлемых	2000	15	10	A. Bitov	Fejeton	Застар.
668	памятуя него делится для России это едва не	2000	15	910	А. Битов	Komentář	Застар
65	Большая головная боль, чем для той же Украины	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Zkratka, řečnická otázka
57	Совок мертв	2000	15	9	V. Ismailov	Komentář	Пřenes.význ.-pejor.

Reflex 22/2000
(5 textů a 5 autorů)

Poř. č.	Text	Lokace			Autor	Žánr	Sledovaný jev Příznakovost jaz.prostředků
		rok	číslo	str.			
1	Na setkáních „ on the road “	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Angličtina v uvozovkách
3	Pizzeristovi z Nuslí	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Autorský neologismus
137	„Prosím vás, ...“	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Citace
139		2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Citace odborníků
130	„někteří kolegové...“	2000	22	33	P. Kovář	Reportáž	Citace p. doktora
73	A hurá do války	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Citoslovce
72	Do starlifteru	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Cizí slovo
14	Víc než pouhým sportem	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Důraz, intenzif.
44	Synci	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Eufemismus
46	Taťkové	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Eufemismus
90	je bat'ůžek	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Eufemismus
106	historkami	2000	22	20	P.Volf	Rozhovor	Eufemismus
117	Odpustek kolegů	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Eufemismus
131	Má občas lehčí	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Eufemismus
76	Letadélek	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Eufemismus, ironie
77	V bat'ůžku	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Eufemismus, ironie
40	Chlapík	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Eufemismus, obecná čj.
68	Šlapeme směrem k zákopům	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Expres.- Obecná čj.

71	Nasoukat se	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Expres.-emoc.-Obecná čj.
135	Aby si dal spaní do latě	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Frazeol.
21	Show, která kráčí ve stopách	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Frazeol.
57	Ale list padá dolů	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Frazeol.
62	Díky bohu	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Frazeol.
85	Odzvonilo době	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Frazeol.
138	Co člověk, to příběh	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Frazeol.
25	Bůh ví kdo ještě	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Frazeol., intenzif.
34	Otevírali jednu plechovku piva za druhou	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Frazeol., intenzif.
27	Vyrostly přes noc jako houby	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Frazeol., přirovnání
17	Obrovsky změnil	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Intenzif.
18	Grandiózní	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Intenzif.
59	nedopátral	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Intenzif.
105	Bezkonkurenčně nejlepší	2000	22	20	P.Volf	Rozhovor	Intenzif.
109	V hyperkritickém pořadu	2000	22	21	P.Volf	Rozhovor	Intenzif.
60	A naopak větší, větší, větší, větší...	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Intenzif., gradace, důraz, nedokončená, otevřená věta
119	Píšete o něm jen a jen hezky!	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Intenzif., gradace, věta zvolací
48	V porovnání se skutečnými velkokluby	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Intenzif., novotvar
102	totální	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Intenzif., slovo ciz.pův.
74	Jakýsi seržant	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Ironie
52	Pro zdárný chod systému je třeba, aby si přičichli další	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Ironie, přenes.význ.
54	na tomto skvělém divadle zvaném	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Ironie, přenes.význ.
53	participují	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Kniž.
56	A participovali mnohdy s opravdovou chutí	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Kniž.
121	Nebo vás.	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Krátká jednoduchá věta
122	Nebo vás už to někdy potkalo...	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Nedokončená, otevřená věta

15	Trendy,	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Neologismus
24	byznysmeni	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Neologismus
69	laptop	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Neologismus
79	e-mail	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Neologismus
107	Notebooku	2000	22	21	P.Volf	Rozhovor	Neologismus
93	Termín standoff – voják stojí v pozadí	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Neologismus-vojenský termín
4	by ale šlo rázem o kšeft	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Obecná čj.
6	Tyhle věty	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Obecná čj.
35	Tihle fandové	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Obecná čj.
58	Pořádného fláku masa člověk	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Obecná čj.
66	maskáče	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Obecná čj.
70	pušku	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Obecná čj.
126	panelák	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Obecná čj.
132	depku	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Obecná čj.
114	Estébácké dílo	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Obecná čj., pejor.
37	Eiffelova věž vypadala jako se trochu přiožrala	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Obecná čj., pejor., přenes.význ.-personifikace
41	Poplacávali ho	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Obecná čj., přenes.význ.
12	že by stačily k zamotání Eiffelovky jako larvy						Obecná čj., přirovnání
28	Zaplavily Paříž	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes. význ.
29	a slily se v nekonečnou veselící se hmotu	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes. význ.
30	Takový počet lidí nerozřadí ani	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes. význ.
108	Váš styl působí lehce	2000	22	21	P.Volf	Rozhovor	Přenes. význ.
111	Žádnou ze dvou nominací neproměnila v Českého lva	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Přenes. význ.
112	Čemu to připisujete?	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Přenes. význ.
113	Omladila Vás nucená odmlka	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Přenes. význ.
32	Tvrdeho jádra příznivců	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes. význ.

2	„pohledy klíčovou dírkou “	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Přenes. význ. v uvozovkách
33	Méně „ úctyhodní “ fanoušci	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes. význ. v uvozovkách
67	Vyfasovat samopal	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Přenes. význ., obecná čj.
31	tak pulsující velkoměsto jako je Paříž	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes. význ.-metafora
9	Oranžový tábor fanoušků	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.
10	Elegantní střed,	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.
23	Do tohoto zářivého světa vstupují milióny lidí	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.
26	První barevné hloučky fotbalových fandů	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.
47	Řada klubů, jež si mohou čas od času ke zlatým dolům přičichnout	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.
65	Sbalit malou i velkou polní	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ.
80	Pokropí celou raketu zářením	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ.
94	Řídí palbu sofistikovaných zbraní	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ.
123	Pád ze života	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Přenes.význ.
124	do černé propasti	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Přenes.význ.
128	Byla vyhořelá	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Přenes.význ.
84	„poslední hurá“	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ.- citoslovce v uvozovkách
61	Člen „ gangu vyvolených “	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
81	„Humánní“ válka	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
91	„doplňkem“	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
92	„inteligentní uniformy“	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
96	„důležité“ tělní funkce	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
103	Rozvrat „ infodisciplíny “	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
104	„pozorovací kázně“	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
115	„první herecké kariéry“	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Přenes.význ. v uvozovkách
97	„experimentální“	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách

99	„klasická“	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
16	kteřé hýbou dnešní Evropou	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
20	Plnou peněz a lidí	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
38	Záplava plechovek	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
45	si vymodlí dres Rivalda	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
101	Zdecimovat protivníka	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
51	S těmi nejdůležitějšími nepřišel normální smrtelník do styku	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ., ironie
83	Rambo s laptopem a kamerou	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ., ironie, neologismus
7	Je „to“ tady zase a bude to praskat .	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Přenes.význ., obecná čj.
78	Do odpalu	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ., obecná čj.
116	Propásla představení	2000	22	25	P. Volf	Rozhovor	Přenes.význ., obecná čj.
127	dostal padáka	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Přenes.význ., obecná čj.
36	Nahrnuli se	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ., pejor.
39	Vysává nekonečné milióny dolarů	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ., pejor., intenzif.
133	Lze se divit, když...táhne tzv. depresivní pás?	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Přenes.význ., řečnická otázka
11	ve kterém se pohupovalo tolik kravát,						Přenes.význ.-metafora
42	Expanze vedené	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
43	pod blyštivou hlavičkou oslavy fotbalu.	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
49	jsou možná jen většími vrabci	2000	22	7	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
89	Srdcem této výbavy	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Přenes.význ.-metafora
63	Tři góly viděl Saint-Denis	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.-metonymie
13	Tato reakce obnažila stále patrnější fakt	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Přenes.význ.-personifikace
129	„Potřeboval jsem...“	2000	22	33	P. Kovář	Reportáž	Přímá řeč

136	„Mám pocit...“	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Přímá řeč
5	„Stejně to brzy praskne. To nemůže dlouho vydržet“, zavanulo ke mně v metru	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Přímá řeč, přenes.význ.
95	Nonlethal Weapons (neusmrcující zbraně)	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Pův. angl. název+ překlad v závorkách
87	Systém Joint STARS	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Pův.amer.název
88	Land Warrior (pozemní bojovník)	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Pův.název+překlad v závorkách
75	US Army	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Původní americký název
55	Champions League	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Původní anglický název
8	Poneseme si to k nim?	2000	22	3	P. Bílek	Úvodník	Řečnická otázka
64	Proč je zkušenější?	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Řečnická otázka
125	Vrátí se ještě zpátky?	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Řečnická otázka
110	Patos	2000	22	21	P.Volf	Rozhovor	Slovo ciz.pův. (řec.)
22	Show-businessu	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Slovo ciz.pův.(angl.) v pův tvaru
19	show	2000	22	6	D. Hrubý	Reportáž	Slovo ciz.pův.(angl.) v pův.tvaru
118	De facto	2000	22	22	P.Volf	Rozhovor	Slovo ciz.pův.(lat.)
134	Ping-pong	2000	22	34	P. Kovář	Reportáž	Slovo ciz.pův., neologismus
120	Chci zpátky!	2000	22	32	P. Kovář	Reportáž	Věta zvolací
50	Velmi důležitých osob (V.I.P.) se na pařížské finále sjelo tolik, že bylo třeba v jejich důležitosti učinit jistý pořádek.	2000	22	8	D. Hrubý	Reportáž	Vysvětlení mezinárodní zkratky, ironie, vtip
98	EXFOR	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Zkratka cizího pův.
100	OPFOR	2000	22	11	T. Vlach	Komentář	Zkratka cizího pův.
86	C4I neboli Command, Kontrol, Communications, Computers and Intelligence	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Zkratka v originále a anglické vysvětlení
82	Narušit nepříteli jeho OPRA	2000	22	10	T. Vlach	Komentář	Zkratka-vojenský slang,

	(orientace, pozorování, rozhodování a akce)						vysvětlení v závorkách
--	--	--	--	--	--	--	------------------------

37	подумайте хорошенько	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Eufemismus, rozkaz.zpús.
43	и водил он его боу ести как	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-frazeol., intenzif.
8	она тоже прошла огонь, воду и медные трубы	2000	22	14	B. Gordon	Reportáž	Expres.-frazeologismus
25	почем зря Text	2000	22	15	B. Gordon	Reportáž	Expres.-frazeologismus, intenzifikace
3	систему российских вузов что-	2000	22	14	B. Gordon	Reportáž	Expres.-frazeologismus-
114	Французский классик сказал: "У то ругает в хвост и в гриву	2000	22	42	M. Rjurikova	Rozhovor	Citace, intenzifikace
36	женщины должно быть это не агитка	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Expres.-hovor., pejor.
1	Большое у мужчины - великий мандраж	2000	22	14	B. Gordon	Reportáž	Expres.-hovor., pejor.
61	далеко не худшим образом	2000	22	21	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzif.
119	"подъехать к Горину" не	2000	22	61	V. Melik-	Sloupek	Citace
63	Украина чего только не подарила	2000	22	61	I. Lukjanova Karamov	Reportáž	Expres.-Intenzif.
122	позвонить ему и сказать: "Так праздник был грандиозен	2000	22	61	V. Melik-	Sloupek	Citace
70	вы скоро сойдете с ума. изумительные крапки	2000	22	22	I. Lukjanova Karamov	Reportáž	Expres.-Intenzif.
71	и Деток	2000	22	14	B. Gordon	Reportáž	Demnutivum, eufemismus
72	безупречные звук и свет	2000	22	27	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzif.
36	Маленький принцип	2000	22	29	I. Lukjanova	Reportáž	Demnutivum, prirovnání
21	насухо необходимо	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzif.
24	Так вот , теперь нет нужды	2000	22	22	B. Gordon	Reportáž	Điraz, konstatování
75	заработная плата вожатых пересекать всю страну отноше не такова , чтобы они	2000	22	61	I. Lukjanova	Reportáž	Eufemismus
129	Милая квартирка , чтобы они надолго здесь задерживались	2000	22	61	V. Melik- Karamov	Sloupek	Eufemismus
79	чрезвычайно хорошее	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzif.

83	Был и дит чрезвычайно	2000	22	23	B. Gordon	Reportáž	Expres.-krátká zvolací věta
33	друшкы бимого дитяти	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Expres.-nářeční
87	как бы премировали детей	2000	22	24	B. Gordon	Reportáž	Expres.-potenzivus
22	Дбрай снопороде Кудове	2000	22	23	B. Gordon	Reportáž	Expres.-potenzivus, věta
93	на великой реке Днепр	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Expres.-intenzif.
943	Маюрю Бюрьдов Руским томам	2000	22	23	M. Rjurikova	Komentář	Expres.-přenes.význ.
99	лицы по неситсуствие певучей	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Expres.-intenzif.
16	Украинской рекой личико!	2000	22	15	B. Gordon	Reportáž	Expres.-přenes.význ.-
107	суммы наших денег ничтожны	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Expres.-přenes.význ., přirovnání, dezinfinutivum, věta
116	Мы жили в довольно жалкой	2000	22	42	M. Rjurikova	Rozhovor	Expres.-intenzif.
48	Варирано яблочко должно	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-přirovnání,
73	Быть с по пробой жизни не	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-intenzif.
78	сабу де Бюгу	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Frazeol.
132	тезид з мюкирано подобие	2000	22	21	V. Mlejnkova	Reportáž	Expres.-intenzif., pejor.
38	Вэй индивидукой сирации.	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Frazeol., věta zvolací, práci
58	вдана фарм в быпять треккем	2000	22	24	B. Gordon	Reportáž	Expres.-intenzif., přenes.význ.
18	разобла сета в мешке	2000	22	15	B. Gordon	Reportáž	Frazeologismus
602	авод собачиты!	2000	22	23	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-intenzif., větan.význ.,
6	вопросы мамаш, папаш	2000	22	14	B. Gordon	Reportáž	Expres.-přirovnání
93	Одн соритожеспрод Киев!	2000	22	23	B. Gordon	Reportáž	Expres.-intenzif., věta zvolací
43	Прокли в реу ввертает	2000	22	14	B. Gordon	Reportáž	Expres.-intenzif., hovor.
97	возне слись к небу, как	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-intenzif., přenes.význ.,
57	по зреник прибавляют свои	2000	22	21	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-přirovnání
28	на стручки огромного размера	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Expres.-Intenzifikace
49	в Ливере юбилей	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzifikace
60	в дробж работет по старинке	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzifikace
62	в осамолтародубываечно не мешаеся	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzifikace
46	буду шь родоу теишим	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Expres.-Intenzifikace
82	французским творяином	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Hovor.
125	Март ил в среде бо страшной детский праздник	2000	22	41	M. Rjurikova	Reportáž	Expres.-Intenzifikace, přenes.význ.

	подзуживала и его и меня						
121	я мямлил что-то вроде	2000	22	61	V. Melik-Karamov	Sloupek	Hovor.
103	Ну да ничего!	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Hovor. Věta zvolací
67	гопака и украинской попсы	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Hovor., pejor.
81	у всякого рода коммунистов	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Hovor. pejor.
120	замечательный разговор	2000	22	61	V. Melik-Karamov	Sloupek	Intenzif.
126	с уникальным собеседником...	2000	22	61	V. Melik-Karamov	Sloupek	Intenzif., nedokonč., otevřená věta
32	чем "знакомые знакомых"	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Ironie v uvozovkách
118	Уно моменто	2000	22	61	V. Melik-Karamov	Sloupek	Italština
86	Ибо в каждый момент	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Kniž.
101	А теперь...	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Nedokončená, otevřená věta
104	Будущее будет, оставались бы люди хорошими...	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Nedokončená, otevřená věta
20	думайте сами, решайте сами...	2000	22	15	B. Gordon	Reportáž	Nedokončená, otevřená věta, rozkazovací způsob
44	рекордсмен	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Neologismus
53	Его сайт в Интернете сейчас	2000	22	21	I. Lukjanova	Reportáž	Neologismus
66	убежденного космополита	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Neologismus
106	и снова клеить ей лейбл "империя зла"...	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Neologismus, nedokončená, otevřená věta
22	результаты могут быть разосланы веером	2000	22	15	B. Gordon	Reportáž	Novodob. frazeologismus
96	Как говорится, снова цветут каштаны	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Parenteze
49	Оно задает тон, дышит, напоминает о себе	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Personifikace
84	артековское счастье	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Přenes. význ.
133	Такая уж мы страна -	2000	22	61	V. Melik-	Sloupek	Přenes. význ.

30	особенная.	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
308	рынок труда в том смысле, как	2000	22	26	B. Gordon	Reportáž	Přenes.význ.-metafora vtipnost
80	мы в дружбе, сказал я	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
147	Илья Гонимовский издал слова "подъехать к Горину" в	2000	22	65	B. Gordon Karamov	Reportáž	Přenes.význ.-metafora v uvozovkách
50	ворчуньям вужатых в	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Přenes.význ.-přirovnání, citace
128	мокрофразизмомой таряд вексиривберестрасти	2000	22	61	V. Melik- Karamov	Sloupek	Přenes.význ., přirovnání
98	НикакииГровыиГрайнцев"	2000	22	25	B. Gordon	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
905	работ хорошикарину страну	2000	22	24	B. Gordon	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
51	нарисовали ваши консультанты	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Přenes.význ.
88	поверседевийогарковцев	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Пřenosná význ. přenes.význ.
56	Нормасьнойдетской Жизни	2000	22	21	I. Lukjanova	Reportáž	Přenes.význ.
800	вдохлеторечарвицеам	2000	22	23	I. Lukjanova	Reportáž	Пřenosná význ. přenes.význ.
904	РаинааФабрай,-чрблгеча режамьячрлосгом слове.	2000	22	82	M. Meljakova Karamov	Reportáž	Пřenosná význ. přenes.význ. Frazcol.
125	будавручфинуансовуку	2000	22	65	B. Gordon	Reportáž	Пřenosná význ. intenzifikace
76	нарамного какая же наработка	2000	22	22	K. Rakjova	Reportáž	Řečnická otázka
15	одытачинается "двойка"	2000	22	15	B. Gordon	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
281	(наомдидеомонсповоде "работает"	2000	22	66	B. Gordon Karamov	Reportáž	Řečnická otázka v uvozovkách
54	ломится от поздравлений						Přenes.význ., intenzif.
270	Одужавьтомда стойкое	2000	22	26	B. Gordon	Reportáž	Řečnická otázka, homor.částice
111	вблелнисамолет	2000	22	23	Je. Popov	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
357	Одосаприлочине ниши	2000	22	46	M. Gordonova	Reportáž	Sloves.význ. v intenzif.
130	вемнефронито ваши						Slovo ciz. pův. (lat.)
45	оскадрешья?	2000	22	20	I. Lukjanova	Reportáž	Slovo ciz. pův. (fr.)
109	Бардьявизлечоднашпаровелого нарубкаценоженника	2000	22	83	Je. Melik- Karamov	Komentář	Přenosná význ. -intenzif., ironie
2	согратьясофаной	2000	22	14	B. Gordon	Reportáž	Přenes.význ.-intenzifikace
90	васфронтесбезульремен	2000	22	24	B. Gordon	Reportáž	Přenosná význ. přepaťo do Rj.
292	Тай дядиздревуки булы и будем!	2000	22	26	B. Gordon	Reportáž	Přenosná význ. přepaťo do Rj.

83	Все это есть, дорогие друзья, и дети без всяких барабанов прекрасно себя чувствуют!	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Věta zvolací
34	Не проходите мимо!	2000	22	16	B. Gordon	Reportáž	Věta zvolací, rozkaz.způs.
68	бывает на толику больше, чем	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Zastar.
69	позволяет здравый смысл	2000	22	22	I. Lukjanova	Reportáž	Zastar.

Reflex 3/2005

(5 textů a 5 autorů)

85	Něco sešvindlovat	2005	3	26	P. Holec	Reportáž	Hovor.
15	Média v té přešli	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Intenzif.
30	Plytký, nic neříkající pořad	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Intenzif. Sledovaný jev
39	Je až k nevíře	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Intenzif. Priznávkovost jaz prostředků
55	... má ve sporu pramalou šanci	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Intenzif.
58	hrozba prolomení Benešových ani halěr	2005	3	24	M. Komárek	Reportáž	Citace
91	dekretů starosta – snad i v dobré	2005	3	26	P. Holec	Reportáž	Intenzif.
101	víře, šilené naivitě	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Citace jedné paní
104	ta nedodala ani halěr	2005	3	26	P. Potůček	Reportáž	Citace mediálních článků
110	V kdejaké písničce zaslechnete	2005	3	6	P. Potůček	Komentář	Citace motta agentury
112	Letos je na Zemi tolik lásky , že až	2005	3	3	P. Potůček	Komentář	Citace obch. ředitele
103	snad pohnula zemskou osou .	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Citace paní
108	Na organizování netelevizních	2005	3	26	P. Potůček	Reportáž	Citace politisty
78	aktivit známých tváří Novy se	2005	3	24	P. Holec	Reportáž	Intenzif., přenes. význ.
104	velmi dobře pakuje celá řada	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Citace soudce
82	uměleckých agentur	2005	3	25	P. Holec	Reportáž	Citace starosty
107	Restituce provází od počátku jako	2005	3	27	M. Komárek	Reportáž	Citace starosty
111	zaklínadlo	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Citace starosty
113	k silnému citu , jak známo,	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Citace starosty
12	mrtvoly patří	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Citace vedoucí PR Novy
43	žádné kuřezky opravený	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Citace jednoduchá věta
77	Tady zoučelste se a pohně pásmo	2005	3	8	P. Potůček	Komentář	Neefektivní, neúplná věta
84	Něštěkale, kdypse přihlásil nějaký	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Nejednotná, přenes. význ., frazeol.
69	Zaoháně pronitóna přililo	2005	3	72	M. Sedláček	Komentář	Nezobčleněná, otevřená věta, slovo ciz. pův. v pův. tvaru
71	Jeho tajemnické křeslo se pod	2005	3	12	M. Sedláček	Komentář	Intenzif., intenzif., obecná čj.
100	ohní pořadně vzkalva náměstí	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Obecná čj.

85	Pyřaně klusů podle vesmíru kusy	2005	3	36	P. Bílek	Reportáž	Přenes.význ., frazeol.
96	Starostka sedáček dohromady	2005	3	26	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ., frazeol.
27	Adobůž českou podnikatelkou	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Obecná čj., přenes.význ.
32	Měznájiš chetanu za někoho	2005	3	8	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
2	Jásk kamění leden v květen.	2005	3	3	P. Bílek	Úvodník	Parafráze
50	Kolo Šelpe a Starčevičů podstatě zat	2005	3	8	P. Bílek	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
33	Jehož je každý obtusím soutěže	2005	3	8	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
36	Česko hlavoláček Super Stars	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ.
43	Destar te ch šimr řeš článků na	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ.
44	řevně její popularity	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ.
30	Stroj na ponize je se pak objeví na Super Star bylo potřeba vyladit a	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
54	Prma zat mnohé účastníky	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Přenes.význ.
32	řek ko centrace celebrně	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
40	Manie Super Star kanz	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., intenzif.
89	Zab přibys le v ba ch er ských ch iš ma je to u ř z m ě n	2005	3	25	M. Komárek	Reportáž	Přenes.význ., intenzif.
89	Je d z p a r v ě r a p ro v o n ě v ý z n ě p á ř z du o d s u n u t ý ch N ě m c ů	2005	3	26	M. Komárek	Reportáž	Přenes.význ., intenzif., pejor.
99	M š z í s m a t e v l u s l i t	2005	3	25	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ., ironie
89	Je no vo je n s k ý š l e p n í l o v o u	2005	3	26	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ., ironie
80	de m o k r a t o v í s k á “ f i r m a	2005	3	25	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
88	Š r ě d i š t r o n o c e	2005	3	26	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
98	M ý a r o z k o v ě ř u – š t ě ž á l é ž í – š t ě ž é	2005	3	26	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
67	j a k o m í r a p a r s a l i z a c e h y p e r m a r k e t e m a p o l y f u n k č n í m	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách, pejor.
28	N o m e j í m í t v l a s t n í h l a v u	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., frazeol.
45	T í m o m u z h r u b a v š k e n í r o l i	2005	3	26	J. Potůček	Reportáž	Přenes.význ., frazeol. velmi
49	to a l e t n í h e p a p í r u – (z á k o n u)	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., frazeol.
42	P o k u d s e r í o z n í d e n í k l o u z n e k e v i d e n t n ě b r o u s t í z u b y	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Přenes.význ., obecná čj.
92	z a z á d y z a s t u p i t e l ů	2005	3	26	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ., frazeol.
77	S l a b ý m m í s t e m t á b o r s k é h o k š e f t u	2005	3	24	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ., obecná čj.

00	Výfasková tiho břešské kmpajntátora (českým?)	2005	3	86	M. Komárek	Reportáž	Řečnická otázka, ciz. pův., pejor.
38	Výsledky? miliónů diváků přikovaných u bedny	2005	3	24	P. Holec	Reportáž	Řečnická otázka, ciz. pův., jednoduchá věta
82	Nahilá demokracie	2005	3	24	P. Holec	Reportáž	Řečnická otázka, ciz. pův., jednoduchá věta
34	Šárka posloužila jako dobré průsma tak prvoplánovité psaní	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka, ciz. pův., jednoduchá věta
46	zatvařič člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka, ciz. pův., jednoduchá věta
56	zavazadník člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Přenes. význ., frazeol., eufemismus
68	Na k koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Řečnická otázka, ciz. pův., jednoduchá věta
19	přiva průsma člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Přenes. význ., pejor., metonymie
102	Štěpán ovně člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	24	P. Holec	Reportáž	Řečnická otázka, ciz. pův., jednoduchá věta
98	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Přenes. význ. - metonymie
47	Kolik člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka, přenes. význ.
112	Štěpán ovně člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Přenes. význ.
23	Kde by byli jejich klienti bez člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka, ciz. pův., jednoduchá věta
105	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Přenes. význ.
106	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Přímá řeč
110	nejsledovanější televize?	2005	3	27	P. Holec	Reportáž	Přímá řeč
91	Brože se člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	8	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka, slova ciz. pův.
26	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka
48	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka
93	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Řečnická otázka, slovo ciz. pův.
66	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Řečnická otázka
68	Proč je člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	12	M. Sedláček	Komentář	Řečnické otázky, obecná čj. - neologismus
76	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	24	P. Holec	Reportáž	Řečnická otázka
35	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Řečnická otázka, eufemismus
25	člárek koléčko člárek koléčko zřejmě SuperStar úplně lhostejná?	2005	3	6	J. Potůček	Komentář	Slovo ciz. pův. v pův. tvaru

							(angl.)
29	V prime timu	2005	3	7	J. Potůček	Komentář	Slovo ciz.pův. v pův. tvaru, profesní slang, neologismus
62	Notabene	2005	3	8	M. Komárek	Komentář	Slovo ciz.pův., neologismus
70	Během fungování programu se Saddámu Husajnovi podařilo jeho prostřednictvím získat až 20 miliard dolarů!	2005	3	12	M. Sedláček	Komentář	Věta zvolací

Ogoňok 3/2005

(5 textů a 5 autorů)

18	нам крайне важно знать	2005	3	2	V. Vdovin	Úvodník	Intenzif.
30	вопреки здоровому смыслу	2005	3	9	Je. Zelcer	Komentář	Intenzif.
34	с пленительным размахом	2005	3	9	Je. Zelcer	Komentář	Intenzif. Sledovaný jev
44	зло и хлестко	2005	3	9	L. Beršidskij	Sloupek	Intenzif. Priznakovost jaz prostředků
22	Искренне ваш	2005	3	2	V. Vdovin	Úvodník	Intenzif.emoc.
43	Выбирай кому верить.	2005	3	8	A. Archangelskij	Komentář	Citace
49	Ну и нам здесь, в "Огоньке",	2005	3	8	Je. Zelcer	Komentář	Citace
50	налейте - за нами тоже не	2005	3	9	L. Beršidskij	Sloupek	Citace, význ.
56	заржавеет.	2005	3	22	A. Šumskij	Rozhovor	Citace
65	"Совлек черезапуск."	2005	3	23	A. Šumskij	Rozhovor	Nápis v úvodě
60	региональный край работы	2005	3	2	V. Vdovin	Úvodník	Expres. přenes. význ. - frazeol.
38	всезагла	2005	3	9	Je. Zelcer	Komentář	Expres. hamet. zkratka
31	и копирайту	2005	3	9	Je. Zelcer	Komentář	Neologismus
32	виртуальны е Пушкин и Гоголь	2005	3	9	V. Vdovin	Úvodník	Neologismus, přenes. význ.,
21	Пожелайте нам успеха.	2005	3	2	V. Vdovin	Úvodník	Přelba ke čtenářům
51	были вам не очень по душе	2005	3	2	V. Vdovin	Úvodník	Frazeol. význ.
33	закарнавально героев	2005	3	9	Je. Zelcer	Komentář	Přenes. význ.
63	Вроде сегодня	2005	3	22	A. Šumskij	Rozhovor	Přenes. význ.
69	в духу было перестроечное	2005	3	22	A. Šumskij	Rozhovor	Přenes. význ.
37	Фум денежным деревом	2005	3	22	A. Šumskij	Rozhovor	Přenes. význ.
39	масса новых друзей был	2005	3	9	V. Vdovin	Úvodník	Intenzif. význ.

Reflex 12/2005
(5 textů a 5 autorů)

26	Úspěch ze světa snů	2005	12	8	J. Potůček	Reportáž	Intenzif.
36	Ba právě naopak	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Intenzif.
38	Obrovský úspěch	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Intenzif. Sledovaný jev
42	Nemilosrdně likvidační	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Intenzif. Prizmatičnost jaz. prostředků
43	Nemilosrdně upřímná	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Intenzif.
68	Kvůli štedřejším sociálním dávkám	2005	12	26	P. Potůček	Reportáž	Intenzif.
19	„sociální zařízení“	2005	12	7	J. Potůček	Reportáž	Citace
89	„pouze“	2005	12	28	P. Potůček	Reportáž	Citace v uvozovkách
69	Místo sedmi zdrávasů	2005	12	27	P. Holec	Reportáž	Citace
88	holobytů	2005	12	28	P. Holec	Reportáž	Naalogismus
77	Luboš z webu	2005	12	27	P. Potůček	Reportáž	Naalogismus
84	Jeho singly ovšem	2005	12	28	P. Potůček	Reportáž	Naalogismus
89	marketingovou strategií	2005	12	28	P. Potůček	Reportáž	Naalogismus
92	Do tescobuněk	2005	12	29	P. Holec	Reportáž	Naalogismus
66	Zevloval před jedním z domů	2005	12	26	P. Holec	Reportáž	Naalogismus
92	člověk je divoké zvíře	2005	12	29	P. Holec	Reportáž	Naalogismus
30	beseda	2005	12	6	P. Bítáček	Reportáž	Čtenářský úvod
35	neviditelné několik rádií	2005	12	8	J. Potůček	Reportáž	Čtenářský úvod
66	Karimpašilámou skutečná nebo	2005	12	26	B. Pečinka	Reportáž	Přenes. význ.
85	domněle politická badry	2005	12	28	P. Holec	Reportáž	Expres.-pejor.
89	Zahradní výpověď	2005	12	28	B. Pečinka	Reportáž	Přenes. význ.
48	Kapitánů politiky	2005	12	29	B. Pečinka	Reportáž	Přenes. význ.
40	Zimní v práci dělné prázdniny	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Přenes. význ.
70	načerno se označí propadl	2005	12	37	P. Holec	Reportáž	Přenes. význ.
71	Do zprávy o romské ekonomiky	2005	12	37	P. Holec	Reportáž	Přenes. význ.
73	Veškerou dopravu je hrozně	2005	12	27	P. Holec	Reportáž	Přenes. význ.

94	Dědký politický brambor, který	2005	12	29	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
51	Báje na zedřanou	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Přenes.význ.
48	Papír šikovně krádí mědlá tolik	2005	12	60	B. Pečinka	Reportáž	Přenes.význ.-přítovynie
72	Sůň hřrotu“	2005	12	27	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
46	Prose dří hubička plane“	2005	12	80	B. Pečinka	Reportáž	Přenes.význ. v uvozovkách
49	„ odtá nila“hoje“	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách,
50	„obnovíte pořádek“	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Přenes.význ. v uvozovkách
30	Se srdcem na dlaní	2005	12	3	P. Bítěček	Reportáž	Přímá řeč, frazeol.
86	Chodba vás praští do nosu dřív	2005	12	28	P. Bítěček	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
54	Stižených mánií SuperStar	2005	12	82	J. Žákůček	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
53	Firmu pohltilo větší vydavatelství	2005	12	24	J. Žákůček	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
39	Skladiště neúspěšných lokálních	2005	12	85	J. Žákůček	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
62	S dobře vykalkulovanou	2005	12	86	P. Bítěček	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
36	Přecpaná fotografiemi	2005	12	23	P. Holec	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
88	Neudělali jsme si z herců tak	2005	12	23	P. Holec	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
83	trochu nová božstva ?	2005	12	28	P. Holec	Reportáž	Přímá řeč
80	Libčické ghetto Kolonka	2005	12	28	P. Holec	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.
95	Nažhavíme svoje notebooky	2005	12	29	B. Pečinka	Reportáž	Přímá řeč, intenzif.,
11	Odpovídá to pravidlům Superstar?	2005	12	6	J. Potůček	Reportáž	Řečnická otázka
28	Odpa l Superstar? Katalík hledání nových, neznámých talentů?	2005	12	8	J. Potůček	Reportáž	Řečnický výraz, intenzif., obecná čj.
80	Velký senze isotopů ků	2005	12	36	P. Holec	Reportáž	Řečnický výraz, přenes.význ.,
34	Rekvie m za odcházející	2005	12	10	B. Pečinka	Komentář	Přenes.význ., ironie
53	Velký sporně velký genius loci	2005	12	22	J. Žák	Rozhovor	Slova ciz.pův. (lat.)
64	Poslední vlnu zažili , když se	2005	12	28	P. Holec	Reportáž	Slovesný výraz, ironie
81	Čarov nila Vltava	2005	12	27	P. Holec	Reportáž	Slovo ciz.pův. (lat.)
45	Štos uto garniturou	2005	12	30	B. Pečinka	Komentář	Slovesný výraz, ironie
68	Book letní vlně	2005	12	26	P. Bítěček	Reportáž	Slovesný výraz, metafora
27	Výbě lo telektrát	2005	12	8	P. Bítěček	Reportáž	Slovesný výraz, obecná čj.
92	Kdy berse chůšň přičalo říkat	2005	12	6	P. Bítěček	Reportáž	Přenes.význ.-metafora
93	První ka hral děch! brambor	2005	12	29	P. Holec	Reportáž	Přenes.význ.-metafora

Ogoňok 12/2005

(5 textů a 5 autorů)

19	готовых слопать всех подряд	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Expres.-přenes.význ., intenzif.
45	все либералы погорят	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Expres.-přenes.význ., intenzif.
123	останавливали черт знает каких коней	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Expres.-přenes.význ., frazeol., intenzif., hovor.
119	пылят по осени считают	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Expres.-příslovi
70	middle class не надо "ляля"	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Angl. orig., expres.-pejor.
76	когда на радость инородца	2005	12	15	Více autorů	Reportáž	Citace
74	мол, таким добреньким быть	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Citace částice, eufemismus
77	Искренне ваш	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Citace, emoc.
80	и никакое НАТО нам не	2005	12	17	Více autorů	Reportáž	Citace, příklad
83	помешает.	2005	12	17	Více autorů	Reportáž	Citace
48	од дружкой московским	2005	12	21	D. Bykov	Fejeton	Krátka, jednoduchá věta
87	этиные зверьки-сапиенсы	2005	12	22	V. Rachimov	Komentář	Krátka, jednoduchá věta
91	Фирмаект.	2005	12	26	N. Radulova	Reportáž	Krátka, jednoduchá věta
86	Несовместно.	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Expres., jednoduchá věta
63	в одежде политика до	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Expres., přenes.význ., frazeol.
104	важноки	2005	12	22	T. Rachimov	Komentář	Krátka, jednoduchá věta
89	перед промозглой полутьмы	2005	12	22	D. Bykov	Komentář	Expres., jednoduchá věta
90	самцы	2005	12	22	T. Rachimov	Komentář	Expres., jednoduchá věta
93	кормлю	2005	12	23	V. Rachimov	Reportáž	Krátka, hovor.
102	А нег реду	2005	12	22	D. Rachimov	Komentář	Expres., hovor., intenzif.
43	раселу, которое "Майдан"	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Expres.-pejor., krátka v uvoz.
39	когда нестанет	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Expres.-hovor., intenzif.
78	поль брор рекорды...	2005	12	17	Více autorů	Reportáž	Expres.-intenzif., frazeol.
10	полмладцы не погиб	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Neptosismus
11	корпораций	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Neptosismus, frazeol.
84	Непридать от бабы	2005	12	23	V. Rachimov	Reportáž	Neptosismus
96	визавушка стезя	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Neptosismus

20	нефтодобывающая божка	2005	12	17	M. Bykov	Reportáž	Přenes.význ., přenes.význ.
29	Труна расставил в киевских	2005	12	21	M. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., ironie
12	вождей оренной дорожке	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ.
34	Костром двести рублей дан,	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., ironie
47	процессом его горшка	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ.
51	Вранделают президента	2005	12	15	Více autorů	Reportáž	Přenes.význ.
34	оренных в свой коридор	2005	12	15	M. Bykov	Reportáž	Přenes.význ., ironie, humor.
35	Красный урок вождю	2005	12	15	M. Bykov	Reportáž	Přenes.význ., ironie, věta
63	свечел в будущее	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Přenes.význ.
96	Какой свербный, гордый	2005	12	22	P. Rachimov	Komentář	Přenes.význ., ironie, věta
120	Гранди пылята	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ.
40	Блаженство (революция)	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Přenes.význ., personifikace
32	Легкая работа в горю	2005	12	21	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., přenes.význ.
28	У горю в лесу в Украине	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., ukrajinština
82	Каждидает в Украину крутой	2005	12	17	Více autorů	Reportáž	Přenes.význ., křatká
15	Лесен РСШ только ошипан	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., humor, ironie
18	Он пордел наполовину,	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., zkratka
20	В сводный Киев	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., intenzif
33	оставят лишь огрызок куций	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Přenes.význ., intenzif
31	Григорий в коммунистическом	2005	12	22	D. Bykov	Komentář	Přenes.význ., metafora
69	"боранский" реформы	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Přenes.význ., vuvozif
68	"мертвых душ" всяких "Наших" с	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Přenes.význ., vuvozif
94	в угоду "проявления слабости"	2005	12	22	T. Rachimov	Komentář	Přenes.význ. v uvoz.
88	"крупные" настроения	2005	12	22	V. Rachimov	Reportáž	Přenes.význ., vuvozif
99	"месте не сможешь каленым"	2005	12	22	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ., vuvozif
108	"железные ручки" в себе	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ. v uvoz.
109	"инфосюбке"	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ. v uvoz.
101	"наследие"	2005	12	22	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ., vuvozif
116	"высокие жесткие качества"	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ., vuvozif
117	"первый шаг реформы"	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ., ironie
124	"свободный запас"	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Přenes.význ., ironie

525	Знают ли женщины партии	2005	12	23	N. Radulova	Reportáž	Řečnická otázka, intenzif.,
58	Внести порог, с какой стороны выборов идеи в политику кандидата, проблема, которую будет что-то, чего кардинально дождались тут Вулдинова? Лутина?	2005	12	15	Více autorů	Reportáž	Řečnická otázka
81	В чем у России многовероятен моральский сценарий?	2005	12	26	V. Vdovin	Reportáž	Řečnická otázka, kontakt se čtenáři
68	Кто мобилизовал протест?	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Řečnická otázka
72	Гардемосту оларезу? Дент	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Řečnická otázka
2	Куда мы увидели наивной вспышкой менеджера,	2005	12	2	V. Vdovin	Úvodník	Řečnická otázka, kontakt se čtenáři, přenes.význ.
62	Предмету, в котором действующей враждебности? Какими	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Řečnická otázka, přenes.význ.
73	процессами? что частная	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Řečnická otázka
113	Космос, в котором свещенно?	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ.
85	Может ли быть в природе "скорый" и "плохо" в сфере бизнеса? Как быть скроено	2005	12	22	T. Rachimov	Komentář	Řečnická otázka
87	Важнейшая мера?	2005	12	22	T. Rachimov	Komentář	Řečnická otázka
105	Кто знает, что такое манарь управления? Слова нет	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Řečnická otázka, přenes.význ., intenzif., přirovnání v záv.
112	Эффект, когда рефлексивно мужской	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Řečnická otázka
65	сильный майонез речи и	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Ukr.
46	Управление в России было так как нормальным так нормальным как	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Ukr., eufemismus, pejor.
38	Гангстерские от нормы?	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Ukrajiniština v uvozovkách
508	Слабый это?	2005	12	23	N. Radulova	Komentář	Řečnická otázka
24	Сердце суданского ванильного!	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Řečnická otázka, přenes.význ.
33	москаль, когда москаль богат!	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Věta zvolací, intenzif.,
88	вы равноправие это когда	2005	12	22	T. Rachimov	Komentář	Řečnická otázka, intenzif.
31	Носатый раз в жизни Дедид"	2005	12	11	D. Bykov	Fejeton	Věta zvolací, kontakt se

	- держи, читатель, мне не жаль!						čtenářem
76	они не бомжи и не олигархи	2005	12	16	Více autorů	Reportáž	Žargon