

Gazda, Jiří

Lingvoestetická (stylová) charakteristika ruských publicistických textů konce 20. století

In: Gazda, Jiří; Pospíšil, Ivo. *Proměny jazyka a literatury v současných ruských textech*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2007, pp. 31-45

ISBN 9788021044265

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/123715>

Access Date: 22. 02. 2024

Version: 20220831

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

IV. LINGVOESTETICKÁ (STYLOVÁ) CHARAKTERISTIKA RUSKÝCH PUBLICISTICKÝCH TEXTŮ KONCE 20. STOLETÍ

(*Jiří Gazda*)

Stav a charakter ruské publicistiky a žurnalistiky se během posledních patnácti let 20. století dramaticky změnil. Rusko jako de facto nástupnický stát zaniknuvšího sovětského impéria prožilo koncem 80. a během 90. let skutečný žurnalistický boom, nesouměřitelný s kterýmkoliv z předcházejících období vývoje ruské společnosti a veškerého ruského písemnictví, a sotva lze očekávat, že se v historicky dohledné době bude v této kulturní oblasti něco podobného opakovat. Současně nelze přehlédnout fakt, že v očích dnešního čtenáře, posluchače či diváka jsou ruská masmédiá do značné míry zdiskreditovaná.³⁸ V době náhle vzniklého hodnotového vakua, kdy se hlavním kritériem „profesionality“ stává připravenost žurnalistů sloužit zájmům svých zaměstnavatelů, dochází často zcela přirozeně ke snižování nároků na skutečnou profesní odbornost, a tím pochopitelně i ke snižování kvality textů, nemluvě o dodržování určité úrovně estetických kritérií a morálních norem. Vedle toho ovšem v Rusku existuje i za současné situace kvalitní žurnalistika a publicistika, která nicméně zůstává na okraji zájmu běžného čtenáře, a nemá proto dostatečně široký vliv na udržování povědomí jazykové, kulturní, intelektuální a kulturní úrovně jednotlivce a společnosti. Tato publicistika se doposud, bohužel, nesetkává ani s přílišným zájmem filologů, kteří dávají přednost analýze jazykových a textových zvláštností takových textů, které explicitněji a prokazatelněji odrážejí změny probíhající ve všech oblastech života ruské společnosti od poloviny 80. let do současnosti. Lingvistický výzkum publicistiky je podle G. J. Solganika³⁹ nutno pozvednout na novou, makrolingvistickou úroveň, na které by bylo možné pomocí sociolingvistických a pragmlingvistických metod analyzovat a vyhodnocovat lingvoestetické parametry publicistických textů a diferencovat mezi seriózní a konjunkturální nebo bulvární publicistikou. Pokusy aplikovat podobné přístupy již byly učiněny např. v akademických publikacích V. G. Kostomarova *Языковой вкус эпохи* (1994, 1999), v kolektivní monografii *Русский язык конца XX столетия* pod redakcí J. A. Zemské (1996), nebo knihy A. D. Duličenkina s tímž názvem z r. 1994, v nichž je předmětem zkoumání právě jazyk současné ruské publicistiky.

38 Е. Г. Липатова: Лингвоэстетические особенности российской публицистики 1990-х гг. Ижевск, Удмуртский гос. университет, 2002.

39 Г. Я. Солганик: О новых аспектах изучения языка СМИ. Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2000, 3.

Od konce druhé poloviny 80. let nacházíme v řadě podobně orientovaných prací snahu nejen o deskripci, ale i o postižení kauzality a sociální reflexe jazykových změn, přičemž podstatné dynamizující faktory jsou nalézány především v procesech sémantické deaktualizace slov spojených se sovětskými reáliemi a deideologizace a axiologické transformace politického slovníku. Převážná většina těchto studií však omezuje svá východiska i závěry na „revoluční“ společenskopolitické a s nimi spojené jazykové změny 20. století, vyjádřené nejlapidárněji v lineární paradigmatické (tj. v podstatě diachronní) kategorizaci „předrevoluční – sovětské – postsovětské“,⁴⁰ aniž se pokouší o hlubší filozoficko-historickou reflexi zkoumaných procesů, a tím o osvětlení jejich podstaty a příčinných souvislostí, tkvějících právě ve specifické logice a jedinečné historii ruského myšlení. Příčiny této skutečnosti spočívají patrně jednak v masivní „jevovosti“ probíhajících změn, znesnadňující jejich fixaci a uvědomění si jejich gnoseologického podloží, jednak v samotném způsobu myšlení, znemožňujícím potřebný odstup a nalezení objektivních metodologických přístupů ke zkoumání této aktuální problematiky. Do jisté míry pochopitelná osobní zaujatost a niterná potřeba „občanské angažovanosti“ mnohých badatelů je z mnoha podobných pojednání vědeckých i publicistických patrná na první pohled. A právě tato pro ruské myšlení charakteristická potřeba „být na něčí straně“, tj. v obecné rovině hodnotit věci z hlediska bipolárních etických kategorií dobra a zla, tato antinomie ruského myšlení, která má své kořeny v složitých historických osudech a ruském religiózním vědomí, se zdá být oním „prvohybatelem“ v dynamice jazykových procesů, probíhajících přímo před našima očima.

Bylo by ovšem zásadním nepochopením této dynamiky akceptovat zjednodušené tvrzení, že dřívější („sovětské“) „plusy“ se ve sledovaném období prostě mění v „mínusy“ a naopak. Takovýto přímočarý vývoj by totiž nutně předpokládal etnický unifikovaný model myšlení, který je právě ruskému duchovnímu prostředí bytostně cizí. Nelze jej spatřovat dokonce ani ve více než půlstoleté hegemonii oficiálního ideolektu sovětského období („дубовый язык“), neboť i tehdy se antinomie ruského myšlení projevovala v protikladu oficiálního a neoficiálního v jazyce.⁴¹ Bez ohledu na podstatné společenskopolitické změny současného Ruska je totiž zřejmé, že lingvoideologická schémata, založená na antinomii „my – oni“ zůstávají zachována; rozdíl je pouze v tom, že původní antiteze „vnitřní – vnější“ (tj. protiklad „sovětské – antisovětské“, „socialistické – kapitalistické“) se transformuje v antitezi vnitřní, vyjádřenou nejvýstižněji jazykem ruské publicistiky – „наши – не наши“. A právě tato axiologicky ostře bipolární, avšak sémanticky zcela vyprázdňená dichotomie nejvýznačněji charakterizuje jazykovou situaci v Rusku ve sledovaném období, nacházející svůj odraz a současně i svoje „bitevní pole“ především v ruské žurnalistice. Zde se tato antinomie projevuje nejrůznějšími formami jazykové prezentace hodnotové orientace autora (a tím i skupiny lidí, jejíž názory reprezentuje), přičemž jako základ-

40 Srov. A. Д. Дуличенко: Русский язык конца XX столетия. München 1994.

41 Ё. Сипко: Прагматический компонент косвенной оценки в русском публицистическом тексте (опыт типологии применительно к словацкой аудитории). Автореферат диссертации, Москва 1994.

ní prostředek neexplicitního vyjádření autorského postoje slouží pojmově lexikální polarizace, tj. axiologická transformace existujícího slovníku na základě kontextově vybudované lingvoideologické antiteze. Na hojně projevy těchto skutečností poukazuje ve svých studiích řada autorů (Баранов 1993, Ермакова 1991, Красникова 1993, Ферм 1994, aj.),⁴² pro ilustraci uvádíme za všechny několik průkazných příkladů z knihy A. D. Duličenka, který si všímá např. bipolární axiologické oscilace slov *демократ(ия)* a *патриот* v ruském „demokratickém“ a „opozičním“ tisku:

„Так называемые *патриоты* провели вчера пикетирование Белого дома; Национал-патриотам не терпится, они готовы к решительным действиям“ (z televizního interview); proti tomu: „Уже сейчас на языке нынешней российской *демократии патриот* – шовинист, фашист, черносотинец, антисемит и т. п. Вся российская демократическая печать, яростно клеветца на *патриотов*, издевается, представляя их сборищем тупых, недоразвитых дебилов“ (...) „Солженицын верно подметил: несчастная страна, в которой *демократ* и *патриот* – слова ругательные...“.⁴³

Na jiném místě autor poukazuje na oračný způsob lingvoideologické klasifikace reality s využitím ideologicky antinomických synonym *добровольцы* – *наемники* (*боевики*), *армия* – *вооруженные формирования* v oficiálním zpravodajství o vývoji gruzínsko-abcházského konfliktu v r. 1992:

„Как стало известно, на срочно созванном заседании Конфедерации горских народов Северного Кавказа решено было помочь Абхазии отправкой туда своих *добровольцев*...“ (...) „Москва опасается, что *наемники* из Конфедерации горских народов Северного Кавказа, участвующие на стороне абхазов, осложнят ее отношения с Грузией“ (...) „Как сообщил наш корреспондент, *грузинская армия* вела сегодня успешное наступление на позиции *абхазских вооруженных формирований*, поддерживаемых *боевиками* из Конфедерации горских народов“.

Stejným způsobem jsou vyjadřovány sympatie či antipatie i k jiným zemím a národům:

„*Мусульманские вооруженные силы* пытаются очистить как можно больше улиц и жилых кварталов Сараево и других городов от *сербских боевиков*“ (z tisku).⁴⁴

Tyto a mnohé další podobné „hry slov“ bychom mohli snadno interpretovat jako vědomé zneužívání jazyka jako účinného nástroje ideologické manipulace s myšlením lidí, avšak podstata této zdánlivě jazykové hry je mnohem složitější.

42 Viz např. A. H. Баранов: Языковые игры времен перестройки. *Russistik* 5, 1993, 2, s. 63–74. O. П. Ермакова: Семантические процессы, характерные для русской лексики 80ых – 90ых годов в связи с процессами общественно-политическими. In: *Aufbau, Entwicklung und Struktur des Wortschatzes in den europäischen Sprachen*. Frankfurt a. M. 1993, 183–197. E. Ю. Красникова: Социально-оценочная лексика и ее изменения. *Русский язык за рубежом*, 1993, 4, s. 57–61. Л. Ферм: Особенности развития русской лексики в новейший период (на материале газет). *Uppsala* 1994.

43 Viz A. Д. Дуличенко: *Русский язык конца XX столетия*. München 1994, s. 188–9.

44 *Tamtéž*, s. 194–195.

Jedna z hlavních příčin vzrůstajícího zájmu o jazyk hromadných sdělovacích prostředků spočívá v tom, že umělecká literatura na konci 20. století v podstatě ztratila svůj vliv na společnost a přestala být lingvistickým a estetickým etalonem. Ve 2. polovině 20. stol. dochází ke změně normotvorné báze spisovného jazyka, tj. ke změně orientace při stanovování spisovné normy z jazyka umělecké literatury na jazyk hromadných sdělovacích prostředků.

Jak ve svých pracích uvádí G. Neščimenko⁴⁵, ačkoliv je tato problematika v zásadě dostatečně popsána v odborné literatuře, dosud nebylo věnováno příliš mnoho pozornosti tomu, jak se specifická jazyka hromadných sdělovacích prostředků (HSP) projevuje v řečové estetice veřejné komunikace, jak ovlivňuje funkční a strukturní vlastnosti spisovného jazyka a osvojování jeho norem. Analýza jazykového materiálu přitom ukazuje, že výše uvedená změna měla velmi závažné a dlouhodobé důsledky pro další vývoj verbální komunikace. Stačí připomenout takové jevy, jako tendence k jazykové ekonomii, aktivizace některých slovtvorných kategorií a derivace vůbec, zesílení idiomatičnosti a klišovitého vyjadřování apod.

Nutno připomenout, že přesun normotvorných akcentů z textů umělecké literatury na jazyk HSP nebyl diktován nějakým svévolným dobovým vkusem, ale byl zákonitým procesem, podmíněným změnami vnitřních i vnějších podmínek fungování jazyka. Důležitou roli přitom sehrály vědeckotechnický rozvoj a informační boom, akcelerující zejména v posledním desetiletí. Zvláště důležité se v nových podmínkách ukazovaly takové problémy jako informační pokrytí co největšího komunikačního teritoria, urychlení toku informací komunikačními kanály, vytvoření informačních kanálů schopných přenášet co největší množství informací atd. Jednou z podmínek dosažení těchto cílů bylo zajištění těsnějšího informačního a jazykového kontaktu s masovým adresátem s pomocí HSP. Tuto roli nemohla plnit umělecká literatura, neboť cílem umělecké tvorby je estetické sebevyjádření osobnosti tvůrce, a nikoliv orientace na konkrétního adresáta, tím méně na masového příjemce informace.

Narozdíl od uměleckých textů, v nichž jazyk plní především funkci estetikou, se výběr jazykových prostředků v textech HSP řídí výhradně pragmatickými kritérii. Programově adresný jazyk HSP je zcela určován cílovým záměrem předat informaci co nejširšímu okruhu příjemců, přičemž tohoto masového adresáta mají HSP nejen informovat, ale také získat na svou stranu. Aby tohoto komunikačního záměru mohlo být dosaženo, je nezbytné, aby jazyk HSP odpovídal jazykové kompetenci adresáta. Vzhledem k tomu, že se převážně jedná nejen o adresáta masového, ale zejména o adresáta „průměrného“, nelze spoléhat na účinnost užívání vysoce vytríbeného a sofistického jazyka. Dosažení výše uvedených záměrů naopak vyžaduje „snížení laťky“ jazykové úrovně komunikátu, neboť v opačném případě adresát nepřijme informaci vůbec, nebo ji přijme v neúplné či zkrácené podobě. Ke snížení informativnosti textu může vést také např. užívání nezdůvodněných

45 Srov. např. Г. П. Нешиченко: Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: Проблемы. Тенденции развития. Вопросы языкознания, 1, 2001, s. 102–132.

lexikálních výpůjček z jiných jazyků, což se v evropském jazykovém prostoru týká zejména často diskutovaného problému agresivity anglicismů a jejich nadbytečného či nesprávného užívání právě v médiích.

Z faktu zesílení role HSP jako normotvorného jazykového prostředí ve výše uvedených souvislostech vyplývá vážné nebezpečí pro jazykovou kulturu a pro další vývoj jazykové situace vůbec. Vytváří se zde jakýsi začarovaný kruh, kde na jedné straně stojí média jako komunikátor, snižující z pragmatických důvodů jazykovou úroveň textů na úroveň jazykové kompetence průměrného recipienta, a na druhé straně masový adresát, vědomě či podvědomě vnímající jazyk HSP jako jakýsi vzor, etalon prestižního jazykového vyjadřování ve sféře veřejné komunikace, tj. fakticky jako spisovnou normu.

„Zprůměrnování“ jazykového vyjadřování médií nelze jistě zobecňovat na všechny komunikáty této komunikační sféry, jejichž jazyková úroveň kolísá v závislosti na žánrových zvláštnotech předávaných informací (od textů esejistického a vědecko-popularizačního rázu až po mnohdy značně pokleslý jazyk reklamy) či na jazykovém vkusu a kompetenci cílového adresáta.

Přes všechny uvedené výhrady k objektivnímu vývoji jazykového chování médií je nutné respektovat fakt, že v rámci komunikačního kontinua sledovaných etnických společenství HSP stále plní vysoké komunikační funkce (oficiální veřejné vyjadřování, celonárodní komunikace), pro které je charakteristické regulované řečové chování. K regulátorům řečového chování patří jak různé formy vnější jazykové cenzury, prováděné např. redaktory, korektory, jazykovými poradci apod., tak především autocenzura, v níž se odráží zcela vědomá individuální komunikační strategie komunikátora a sebekontrola vlastního řečového chování. Tyto regulátory hrají důležitou úlohu v korekci řečového chování právě v oblasti vysokých komunikačních funkcí, zejména ve veřejné oficiální či polooficiální komunikaci. Publicistika tak díky své aktuálnosti a demokratičnosti (dostupnosti) v koncentrované podobě poměrně adekvátně odráží jazyk a jazykové myšlení lidí dané epochy a stává se tak vděčným objektem lingvistického bádání. V posledním desetiletí nabývají na významu takové aspekty, jako individuální styl konkrétních politických subjektů (politických stran nebo konkrétních politických činitelů), novinářská etika či spojená s ní právní lingvistika (co je v žurnalistice přípustné, resp. nepřípustné z hlediska práva).

Z hlediska dílčích cílů projektu *Integrovaná žánrová typologie ruských textů* se ukazuje jako užitečné pokusit se o vymezení konstitutivních a diferencních rysů současného publicistického stylu a na tomto základě stanovit lingvoestetické (stylové) zvláštnosti ruské publicistiky „přestavbového“ a „popřestavbového“ období konce 20. století. Makrolingvistický přístup k takovému výzkumu, umožňující v maximální možné míře objektivizovat získané poznatky, považujeme za nezbytný zejména z toho důvodu, že v posledním desetiletí se v ruském společenském povědomí zakorenily dichotomie „demokratická (liberální) a opoziční („vlastenecká“) publicistika“, která vede ke dvojí deformaci. Jednak navozuje představu, že existují dva monolitní ideologické a stylistické systémy HSP bez nějaké vnitřní diferenciacce, jednak tzv. „demokratický tisk“ bývá automaticky považován za „pozitivní“, kdežto „opoziční

tisk“ je obecně hodnocen jako „negativní“ (příčemž tuto nálepkou samozřejmě rozšiřují „demokraticky“ orientovaní politici, novináři, ale také filologové a další specialisté). Takovému bipolární nazírání situace v současné ruské publicistice je ovšem nepřipustně zjednodušené a je zřejmé, že výlučně politické kritérium je nutno zaměnit kritériem profesionality.

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

Zdálo by se jako samozřejmé, že kvalita HSP není určována ničím jiným než tím, do jaké míry odpovídají požadavkům, které jsou na ně kladeny. Avšak od konce 80. let, zvláště pak po vydání tiskového zákona v r. 1995, se objevila řada periodik ignorujících elementární profesionální a etické normy. Hranice toho, kam až je možné v žurnalistice zajít, byly natolik zrelativizovány, že nyní je nutné rekonstruovat obraz seriózní autentické publicistiky, která by si zasloužila toto označení, bez ohledu na její politickou orientaci.

V 2. polovině 80. let nastal v tehdejším Sovětském svazu, stejně jako později i v ostatních zemích tzv. východního bloku, novinářský boom. Bylo to období rozkvětu psané i mluvené publicistiky (rozhlas, televize), pro kterou byla charakteristická především tematická rozmanitost a hledání optimálních výrazových prostředků. Symptomatické bylo v těchto souvislostech např. v r. 1988 vydání známého sborníku publicistických statí s názvem *Если по совести* (Upřímně řečeno),⁴⁶ obsahujícího články známých spisovatelů a veřejných činitelů té doby: Č. Ajtmatova, A. Anaňjeva, V. Astafjeva, V. Bělova, F. Burlackého, D. Granina, J. Jevtušenka, V. Rasputina, R. Rožděstvenského, J. Černičenka a dalších. Okruh diskutovaných témat je velmi široký: boj s pozůstatky stalinismu, problémy zemědělství, ekologie, postavení žen ve společnosti, kulturní život, soužití národů, stav ruského sebeuvědomění a ruského jazyka aj. Autoři se ještě nepokoušejí o revizi základních marxisticko-leninských ideologemů (ovšem už o rok později padá i toto tabu vydáním Solženicynova *Souostroví GULAG*, a v r. 1990 se už antikomunismus stává takřka módní záležitostí – články a eseje V. Solouchina, např. *Камешки на ладони* (Oblázky na dlani), knížka V. Jerofejeva *Моя маленькая лениниада* (Moje malá leniniáda) a další texty se brzy stanou

46 *Если по совести*. Москва, «Художественная литература», 1988.

kultovní záležitosti). V této době už je známa slavná stať N. Andrejevové *He mogu поступиться принципами* (Nemohu se zříci principů) a autoři sborníku s ní polemizují, přičemž buďto přímo deklarují svůj souhlasný postoj k „perestrojce“, nebo se k ní alespoň nestavějí odmítavě. Stejně jako další sovětští publicisté té doby se vyjadřují v rámci oficiózního „přestavbového“ diskurzu. Tradiční dichotomie „západníků“ a „slavjanofilů“ se v r. 1988 aktualizuje: první názorový proud je ve společenském povědomí spojován s časopisy „Огонек“, „Новый мир“, „Аргументы и факты“, tábor slavjanofilů zastupují žurnály „Москва“, „Наш современник“, „Молодая гвардия“. Detabuizují se další témata, v tisku se začíná psát o prostituci, nájemných vraždách, a také o mafii v SSSR.

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

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

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

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

литарный; **экс-**: экс-коммунист, экс-парламентарий, экс-премьер; **анти-**: антирынок, антипарламент, антирыночник, антисоюзный, антисталинизм, антицентристский; антигорбачевцы, антиельцины, антируцкысты; **псевдо-**: псевдопатриотический, псевдорыночный, псевдоисторический; псевдосвобода, псевдокультура, псевдосоциализм, псевдокапитализм, псевдореволюция, псевдопутч, псевдопартийность; псевдодемократ, псевдогуманист, псевдомонархист, псевдореформатор; активizují se slovoтворné přіpony **-(из)ация**: балканизация, белоруссизация, долларизация, ливанизация, украинизация, эстонизация; аппаратизация, векселизация, велосипедизация, дебилизация, зарплатизация, информатизация, кокаколонизация, коммерциализация, купонизация, легитимизация, люмпенизация, рублевизация, третьемизация; **-ист**: ельцинист, уклонист, этноцентрист; **-ици(а)-**: катковщина, победоносцевщина, дегаевщина, гапоновщина, зубатовщина, азербавщина, керенищина, корниловщина, нечаевщина, николаевщина, распутинщина, мейерхольдовщина, есенинщина, мерезжовщина, метерлинковщина, пишибышевщина, солугубовщина, станиславщина, стриндберговщина, смердяковщина, триродовщина, шигалевщина.

Stále častěji se objevují slova spojená se jmény konkrétních osob: (анти)горбачевец, (анти)ельцинист, брежневщина, сталинизм, сталинщина, бериевщина, алиевщина, рашидовщина, невзоровщина, а rozdějí také жириновщина, хасбулатовщина, ельцинщина, гайдаровщина, анпиловщина ај.

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

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

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

Reakcí na jazykovou triviálnost v představbové žurnalistice byly stále častější snahy о ozvláštňení textů nejrůznějšimi novotvary, autorskými neologismy, kalambúry а dalšími elementy jazykové hry. Typickou ukázkou je Solženicynova stať *Как нам*

обустроить Россию z r. 1990,⁴⁷ která je jakousi ilustrací k jeho slovníku vlastních autorských neologismů (*Русский словарь языкового расширения*),⁴⁸ obsahující novotvary typu *беззаконствовать*, *безуёмный* (пьянство), *беспорядке*, *выбуриваться*, *громковецательно*, *густо-гнетущий* (моральная атмосфера), *жалкость*, *запуць* („в полной запуци у нас здоровье...“), *мартышечий* („Когда в 1937 Сталин вводил наши мартышечьи «выборы»“), *неподымный* (работы), *обезумель* (руководство), *обдуманье*, *окаяница*, *отвычка* (от земли), *расхитчик*, *вдолбляемая* и *прогрохоченная* „социалистическая дружба народов“, *всеместный национальный извод* atd.

Dalším charakteristickým rysem ruské publicistiky 2. poloviny 80. let je zvýšená četnost výrazů spojených s religiózní tematikou. V této souvislosti není bez zájmovosti fakt, že stylistické využívání náboženských výrazů, frazeologismů a citátů nacházíme už v porevoluční bolševické publicistice, např. v pracích A. V. Lunačarského.⁴⁹ Některé konfesní lexémy byly uvedeny v život představiteli kultury v rámci všeobecného „přestavbového“ diskurzu, přičemž přelomovým byl pravděpodobně rok 1987, v němž byl promítán film Tengize Abuladzeho *Pokání*. Tento snímek měl na sekularizované vědomí značné části sovětské veřejnosti velký vliv. I když fabule filmu, založená na opakovaném vykopávání nebožtíka z hrobu, má více společných znaků s pohanským než křesťanským nazíráním světa, snímek se krátce po svém uvedení do kin stal kultovním dílem a jakýmsi etalonem křesťanství. Do společenského vědomí pronikly koncepty „cesta k chrámu“ (*дорога к храму*) a „pokání“ (*покаяние*), které byly nicméně zpočátku většinou sovětských lidí chápány čistě metaforicky a ateisticky: „chrám“ byl chápán jako alegorie mravní očisty a návratu k vysokým etickým hodnotám, „pokáním“ se vesměs rozumělo přiznání si vlastního pomýlení a chyb, v nejlepším případě doprovázené vnitřním rozhodnutím a připraveností podobné chyby neopakovat.⁵⁰ Omyly a chyby byly přitom vykládány nejednoznačně a nepřesvědčivě. Pochybná „vina“ starší generace byla spatřována v tom, že „podporovala tyranský stalinistický režim“, avšak čestní lidé brežněvovského období stagnace, kteří nerozkrádali státní majetek, na nikoho nedonášeli a nedomáhali se potrestání disidentů apod. žádnou vinu nepociťovali a často se považovali dokonce za oběti režimu a nechápali, za co by se měli kát. Ideologové perestrojky našli vinu této generace v tom, že neprotestovala proti politickému systému vlády jedné strany, proti okupaci Maďarska, Československa a Afghánistánu, byli lhostejní k osudu Pobaltí a ostatních „porobených“ národů SSSR, nebojovali proti totalitnímu režimu atd. Tyto argumenty nemohly ovšem stačit k tomu, aby lidé pocítili skutečný pocit viny.

47 А. И. Солженицын: Как нам обустроить Россию (Посильные соображения). Комсомольская правда, 18. 9. 1990, с. 9.

48 А. И. Солженицын: Русский словарь языкового расширения. Москва 2000.

49 Srov. Б. Сарнов: Борьба за право писать плохо. In: Зависит от нас. Москва 1987, с. 253.

50 Viz v této souvislosti prohlášení В. Васильева v článku *Прозрение* v citovaném sborníku: „Храм «Покаяния» лишен религиозной окраски: это храм духа человеческого, храм народной нравственности, народной памяти, народной мудрости“ (Зависит от нас, 1987, с. 225).

Na začátku 90. let byla čistě světská argumentace doplněna důvody náboženskými: národ je vinen ztrátou víry, likvidací „pravoslavné říše“, vyvražděním carské rodiny. Ateisticky a antimonarchisticky vychovaný národ ovšem nemohl pocítit opravdovou vinu za „hříchy otců“ a ideologický koncept pokání tak zůstal většině národa cizí. Zato se objevil deformující fenomén, který M. Jampolskij označil za „znásilnění pokáním“.⁵¹ Podle autora státní moc v období přestavby dvakrát zneužila ideologem pokání: poprvé jako nástroj vlastní rehabilitace, očistění před národem a legitimizace získaných mocenských pozic, podruhé jako mechanismus přenesení metafyzické odpovědnosti na národ, jehož provinění zůstala nerozhřešena. Ke konci přestavbového období tak ideologický aparát s využitím kulturních osobností, především bývalých disidentů, aktivně vytvářel v národě pocit národní méněcennosti.⁵²

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

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

Slovo „milosrdenství“ se rozšířilo rovněž po r. 1987 v souvislosti s článkem D. Granina *О милосердии* (O milosrdenství), zveřejněném v časopise „Литературная газета“. Smysl tohoto slova se však brzo zúžil na význam „dobročinnost“ (*благотворительность*), přičemž často šlo o dobročinnost okázalou a účelovou. Tomu odpovídal i pozdější posun v chápání významu slova ve společenském vědomí směrem k tematizaci ironických a satirických konotací.

Také slovo „duchovnost“ (*духовность*) vešlo v sekularizovaném významu do užívání v raném období přestavby; v citovaném článku V. Vasiljeva se mluví o „měšťácké nenávisti ke kultuře a jejím představitelům, k „duchovnosti“, k minulosti vlastního národa“. Také V. Rasputin konstatoval, že „mravnost a duchovnost jsou dnes nejfrekventovanějšími slovy“ a vyslovil obavu, že mohou být nesprávně (tj. „sovětsky“) chápána.⁵³

Patrně nejilustrativnější je případ sekularizace slova „hřích“ (*грех*), jak je vidět např. u A. Gelmana: „Я неверующий, но признаю грех. А самый страшный, самый непростительный грех людей – это упущенные, угробленные возможности“.⁵⁴ Autor sám přiznává, že chápe hřích jako nevěřící, tedy nikoliv v křesťanském pojetí. Pro křesťana může být „nevyužití možností“ jistě také hříchem, avšak nikoliv „smrteľným“ (*самый страшный, самый непростительный*), jakými jsou pro křesťanskou etiku např. pýcha či licoměrnost.

51 M. Ямпольский: Изнасилование покаянием. Литературное обозрение, 1991, 8.

52 Viz např. prohlášení A. Solženicyna v stati *Как нам обустроить Россию*: „Западную Германию наполнило облако раскаяния – прежде, чем там наступил экономический расцвет. У нас и не начали раскаиваться (...) Криво ж будет наше развитие. Хотелось бы подбодриться благодетельными возможностями Церкви“ (Комсомольская правда, 18.09.1990, s. 9).

53 Зависит от нас, s. 190.

54 Тамtéž, s. 15.

Pro představové období je tedy typické nekorektní používání konfesních konceptů a tato tendence platí i pro další pojmové oblasti, které byly v tomto období hojně využívány masmédií. Jedním z důvodů této situace byl nesporně fakt, že většina publicistů té doby se v politické a ekonomické problematice špatně orientovala. Přirozenou reakcí na tuto situaci pak v popřestavbovém období byla (alespoň v seriózním tisku) snaha o obnovení přesnosti konvenčních pojmů a termínů, zejména odborných.

Už v představbovém období tak publicisté začali aktivně narušovat dosavadní systém hodnot a relativizovat hierarchii tradičních pojmů pod heslem prosazování obecně lidských hodnot. Jejich konzervativní oponenti obhajovali zachování této hierarchie, rozlišování krásy a ošklivosti, talentovanosti a neschopnosti, obsažnosti a formálních experimentů.⁵⁵

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

V **oblasti nominace** je patrně frekventované užívání **abstraktních jmen**: *покаяние, прозрение, воздаяние, справедливость, правда, ложь, любовь, ненависть, добро, зло, долг, честь, совесть, милосердие, равнодушие, застои, гласность, перестройка, ускорение, качество, эффективность* aj.: „Это фильм („Покаяние“ – J. G.) о том, как всё убивали. Людей, совесть, дружбу, честь, достоинство, талант, добро (...) Это фильм об обывательской ненависти (...) Это фильм о преемственности зла (...) О растлении – злом, управлении – злом, воздаянии – злом и утешении – злом“.⁵⁶ (kurzíva naše – J. G.)

Mezi konkréty zaujímají významné místo pojmenování ukazující na politikou či profesní orientaci, druh činnosti apod.: *коммунист (антикоммунист), социалист, капиталист, консерватор, колхозник, кооператор, частник, неформал* i dr.: „«Экологи» ратующие за чистый Байкал (...) К ним примыкают «архаисты», «традиционалисты», восстанавливающие храмы, усадьбы (...) «Парламентаристы», желающие политического плюрализма. Нет-нет, да и померещится двуглавый орел или «Михаил Архангел» (sic!)“.⁵⁷

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

Publicisté často užívají vztahová adjektiva, charakterizující společenské změny: *административный, административно-хозяйственный, бюрократический, демократический, государственный, гражданский, «застойный», им-*

55 Viz např. В. Бондаренко: *Позиция*. Москва 1989; Д. М. Урнов: *Пристрастия и принципы: Спор о литературе*. Москва 1991.

56 В. Васильев: *Прозрение*. In: *Зависит от нас*, 1987, s. 224.

57 А. Проханов: *Так понимаю!* In: *Зависит от нас*, 1987, s. 66.

периалистический, исторический, капиталистический, коммунистический, Комсомольский, кооперативный, культурный, монополистический, научно-технический, неформальный, партийный, перестроечный, политический, производственный, производительный, республиканский, сельскохозяйственный, советский, социалистический, социальный, трудовой, фермерский, экономический, экологический; андроповский, брежневский, горбачевский, ленинский, сталинский, хрущевский, а).

Triviálnost většiny pojmů současně nezřídka svědčí o povrchním, fráзовitéм а zjednodušujícím jazykovém zpracování složitých společenských jevů. Na druhé straně vědci, vystupující v médiích, obohatili mediální diskurz o speciální adjektivní výrazy terminologického charakteru včetně ekonomických а politických žargonismů, srov. např.: *самоуправление неполитического, институционализованного гражданского общества, харизматические качества, провиденциальный дар* (Сталина), *централизованный и иерархический характер власти*, «*минимальное государство*».⁵⁸

V používání **зájmen** je charakteristické zobecňující *мы* označující celý „sovětský národ“: „Что *мы* перестраиваем?“ (titul stati J. Nosova ve sborníku *Если по совести*);⁵⁹ „Да, это *мы*. Это *мы* вчера мирились с тем, с чем сегодня не миримся“.⁶⁰

Nápadná je především polarizace konceptů *ты* а *они*, která v transformačním období odráží pomyslný protiklad přívrženců а odpůrců politických reforem. Na této opozici je vystavěn např. článek V. Fomina *Как они хоронили нас* (sb. *Зависит от нас*) nebo V. Drozda *Так вернется ли их время?* (sb. *Если по совести*). A. Ну́йкин se snaží koncept „*мы*“ diferencovat, vydělit z něho koncept „*они*“: „Не пора ли нам расчлнить наконец это лукавое «*мы*»? Для меня (...) «*мы*» включает в себя Ленина, Маяковского, Макаренко, Вавилова, Булгакова... Но исключает Сталина, Берия, Лысенко, Рашидова... А для тех, кому они до сих пор «*мы*», я категорически отказываюсь быть своим, с чем *они*, думаю, охотно согласятся. *Мы* действительно совершали ошибки (...) Но в 1929-м, а тем паче в 1937 году не *мы* делали ошибки, а *они* совершали преступления“.⁶¹

Ve sledovaném období se zvyšuje také frekventovanost autorského „*я*“, dodávající textům osobní, autentický ráz, srov. např. publicistické texty J. Jevtušenka: „Сам я обычно читал эти стихи с некоторым жертвенно-романтическим энтузиазмом“.⁶²

Aktivizovala se také odpovídající přivlastňovací zájmena „*мое*“ а „*наше*“, vyjadřující sémantiku identifikace sovětských občanů s transformačními procesy. Nejčastěji

58 Z článku A. Miganjana Механизм торможения в политической системе и пути его преодоления. In: Иного не дано. Россия в поисках идентичности. Москва 1997, s. 65–141.

59 Если по совести. Москва 1988.

60 А. Гельман, Литературная газета, 1986, s. 37.

61 А. Ну́йкин: Идеалы или интересы? Москва, 1990, s. 53–54.

62 Е. Евртушенко: Притерпелость. In: Если по совести. Москва 1988, s. 149.

se tato zájmena užívala v utilitárním smyslu „osud země závisí na tom, do jaké míry jsme ochotni považovat její problémy za naši nejvlastnější věc“. Jindy přivlastňovací zájmena vystupují v axiologicky pojímaných kontextech, v nichž se shledáváme s pokusy o ideové postižení „perestrojky“ a jejího mravního, hodnotového a duchovního obsahu: „Наивно думать, чтобы в таком огромном и сложном обществе, как *наше*, один-единственный взгляд имел право на истину в последней инстанции. Сложная, взаимообогащаемая сумма взглядов, единство, основанное на противоположностях, – вот желаемый результат в этой полемике. Ибо над ней, над ее азартом, непримиримостью существует общая, интегральная целостность – *наша* социалистическая государственность, *наша* социалистическая эволюционирующая идея, которая обнимает всех нас. Мы затеваем *свою* перестройку в момент, когда *наш* и свои космические смертоносные люстры. Они, эти люстры, будут подсвечивать *нашу* работу, *наши* дела, *наши* диспуты. И мы вновь, как бывало, стремимся одолеть, развернуть вспять угрюмые, фатальные силы истории, расколовшие мир на две военные сверхмашины. Стремимся одолеть «милитаристское сознание», скопившееся в человечестве со времен палицы и томагавка, превратившее *нашу* цивилизацию в ракетно-ядерного скорпиона. *Наша* программа всеобщего глобального разоружения – есть Декрет Советской власти о мире, декларированный в конце двадцатого века“ (А. Проханов)⁶³.

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

Наступаем или отступаем? (S. Zalygin); *Может ли правда быть поэтапной?* (I. Vinogradov); *Кого мы прячем? Зачем?* (D. Granin; článek o úplnosti informací); *Сколько моделей социализма было в СССР?* (V. Kiselev); *Почему сталинизм не сходит со сцены?* (L. Karpinskij);⁶⁴ *Подрываются ли основы?* (Č. Ajtmatov); *Так вернется ли их время?* (V. Drozd); *Что мы перестраиваем?* (J. Nosov);⁶⁵ *Почему пробуксовывает советская наука?* (G. I. Chanin);⁶⁶ *За или против биографии?* (S. Zalygin); *Хватает ли в нас душевности?* (L. Vasiljeva);⁶⁷ *Идеалы или интересы?* (A. Nujkin).⁶⁸

Jak je z uvedených příkladů patrné, nejde vždy jen o řečnické otázky, ve většině případů otázka tematizuje skutečný problém a signalizuje pokus o vyvolání diskuse, aniž by si autoři dávali za cíl předkládat hotová řešení.

63 Зависит от нас, s. 71.

64 Иного не дано. Москва 1988.

65 Если по совести. Москва 1988.

66 Постигание. Москва, «Прогресс», 1989.

67 15 встреч в Останкине. Москва 1989.

68 А. Нуйкин: Идеалы или интересы? Москва 1990.

Otázky přitom nejsou typické pouze pro titulky, často jimi autoři prokládají vlastní texty s úmyslem dodat jim problémový, až dialogický charakter. Interrogativní modalita se na určitých místech textů koncentruje a ve spojení s gradací, parcelací a dalšími syntaktickými postupy je dosahováno až apelativního účinku na čtenáře:

„Учитывают ли такие «счетоводы» (apologeti Сталина, „считající“ jeho úspěchy – J. G.) гигантское умножение наших военных потерь именно вследствие сталинского террора и сталинской политики в целом? (...) А преступная доверчивость Сталина заверениям Гитлера? А его невежественное, но непрерываемое вмешательство в ход военных действий?» (L. Karpinskij)⁶⁹ – gradace;

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

„Что делать с хищником – понятно. Ну, а ему-то, хищнику – жулику, взяточнику, казнокраду, блатмейстеру, спекулянту – ему как быть? Безропотно ползти на свалку Истории? Хорошо бы – но не захочет“ (L. Žukovickij)⁷⁰ – parcelace.

Spojení všech tří uvedených jevů lze odhalit např. v následujícím úryvku z knihy J. Poljakova *Демгородок*: „Нынче эпоха узкой специализации. Физик знает физику. Искусствовед – искусство. Инженер – производство. Политик, естественно, должен знать, чего хотят его сограждане. Должен? Как бы не так!“⁷¹

Bohatě je v představové publicistice zastoupena také apelativní modalita výpovědí (věty zvolací), často silně expresivně zabarvených: „Левая фраза далеко не всегда облекается в наивную «кичевую» форму. О нет!“ (A. Nujkin);⁷² „Век бы их (kolegy ze zaměstnání, „měšťáky“ – J. G.) не видать! (...) Эх, яду бы им в общую бутылку!...“ (M. Ganina).⁷³

Nezřídka se v polemických statích setkáváme s kombinováním obou předchozích typů, tj. tázacích a zvolacích vět, nejčastěji ve snaze vzbudit dojem výměny názorů, prezentace cizího, oponujícího názoru: : „(...) они (stalinisté – J. G.) и сейчас ничего про это знать не хотят! Что им до мук и бесчестья (...) миллионов! Логика несокрушимая проглядывает: раз мы чтим имя Сталина, то извольте и вы его чтить! Говорите, будто обманывали нас? Может быть. Но извольте обманывать нас и дальше, а то мы вам верить перестанем и святое в душе утратим! (...) Герой Маяковского требовал: «Сделайте мне красиво!». Сейчас (...) требуют: «Сделайте мне свято!»“ (A. Nujkin).⁷⁴ Autor zde nejen stylizuje cizí řeč, ale vytváří zdání improvizovaného dialogu.

69 Иного не дано. Москва 1988, s. 659.

70 Зависит от нас, s. 103.

71 Ю. М. Поляков: Демгородок: Повести, рассказы и статьи. Москва, «Республика», 1994, s. 350.

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

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

74 А. Нуйкин: citovaná práce, s. 121.

V celkovém pohledu má ruská žurnalistika a publicistika přestavbového období z jazykové hlediska vysokou profesionální úroveň, což lze ve srovnání s pozdějším stavem vysvětlit setrvačností redakčních přístupů předchozího období, v němž přísná cenzura dohlížela nejen na obsahovou (ideologickou), ale také formálně jazykovou stránku zveřejňovaných textů. Tímto faktem lze poněkud paradoxně vysvětlit také stále značnou frekventovanost novinářských klišé a vysoký stupeň frázovitosti vyjadřování: spíše než zachycením, analýzou a objasňováním společenských procesů je i v tomto období úkolem žurnalistiky stále ještě především tematizace a šíření stranických ideologémů, byť v nové, transformované podobě. Většina žurnalistických textů tak na jedné straně demonstruje vysokou jazykovou kulturu a profesionální zdatnost svých autorů, na druhé straně však neúprosně ukazuje na inerci povrchního, až banálního uvažování, což platí zejména pro počáteční etapu transformačního období ruské společnosti, tedy přibližně do konce 80. let minulého století. V následujícím období monopolní ideologický diktát jedné strany rychle slábne a žurnalisté a publicisté začínají projevat více samostatnosti jak ve výběru témat, tak v myšlení i ve výběru výrazových prostředků. Přesto ani v první polovině 90. let nelze hovořit obecně o originalitě a „jinakosti“ jazykové stránky ruské žurnalistiky. Toto období je charakteristické především novou ideologizací jazyka i společnosti,⁷⁵ projevující se ve sledovaných žánrech vytvářením nových ideologických klišé, především antisovětského a antikomunistického zaměření.

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

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

75 Viz např. А. Д. Дуличенко: Русский язык конца XX столетия. München 1994, s. 181–198.