

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre  
Filozofická fakulta

**JAZYK – KULTÚRA - SPOLOČNOSŤ**  
**(vzájomné súvislosti)**  
**3**

vedecký zborník

Nitra  
2016

## **Jazyk – kultúra – spoločnosť (vzájomné súvislosti) 3**

Editor: Mgr. Pavol Adamka, PhD.

Vedecký redaktor: Prof. PaedDr. Elena Zelenická, PhD.

Recenzenti: Doc. Anna Petriková, PhD.

Doc. PaedDr. Jana Waldnerová, PhD.

Vedecký zborník sa zameriava na najrozmanitejšie stránky výskumu a interpretácie vzájomných vzťahov na osi jazyk – kultúra – spoločnosť v komplexných súvislostiach lingvistického, literárnovedného, kulturologického, pedagogického výskumu. Nosnou témou tretieho zborníka sú predovšetkým (no nie len) nové filologické a kultúrno-komparatívne hľadania v oblasti výskumu médií: analýza ich úlohy v spoločenských procesoch, ich vplyvu na jazyk a kultúru.

Zborník vznikol v rámci riešenia projektu projektu KEGA 013UKF-4/2014: *Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov.*

Za obsahovú a jazykovú stránku príspevkov zodpovedajú jednotliví autori.

© autori, 2016

ISBN 978-80-558-1079-9

EAN 9788055810799

## Obsah

Slovo na úvod .....	7
Комплементарность кодов в медиатексте .....	9
<i>Pavol Adamka</i>	
Свойства и тенденции выразительных средств журналистских текстов...	13
<i>Ján Gallo</i>	
Роль СМИ в креативизации лексикона современного русского языка.....	23
<i>Елена Маркова</i>	
Экспрессивность прессы в русско-словацком контексте.....	31
<i>Lenka Alieva</i>	
К проблематике publicistickej post-sovietskej lexiky .....	39
<i>Viktória Vráželová</i>	
Bezpečnosť ako rečový akt: pohľad kodanskej školy .....	49
<i>Irina Dulebová</i>	
Turista ako okupant? – Konceptuálna metafora v slovenskom mediálnom diskurze o Rusku .....	55
<i>Nina Cingerová – Katarína Motyková</i>	
Vybrané prístupy k jazykovej manipulácii v médiách.....	61
<i>Martina Szabóová</i>	
Sovietsky hrdina v tlači: od archetypu po produkt propagandy.....	69
<i>Katarína Hrčková</i>	
Mediálny obraz Slovenska v nemeckej tlači.....	73
<i>Renáta Machová – Tobias-Alexander Herrmann</i>	
Кулинарные реалити-шоу – PR капитализма в эпоху информационного общества .....	81
<i>Элеонора Георгиевна Шестакова</i>	

Твитинг и твит как новые жанры речи и документов в современном дипломатическом дискурсе .....	95
<i>Ольга Владимировна Пономаренко</i>	
Vplyv televíznych médií nadčasovou optikou Kurta Vonneguta .....	101
<i>Maxim Duleba</i>	
Kolektívny obraz smrti a jeho translácia .....	107
<i>Kristína Jakubovská</i>	
Perspektívny vyučovania ESP pre študentov žurnalistiky .....	117
<i>Lenka Michelčíková</i>	
Inductive Approach to Teaching Associated Press Style at the Lessons of English for Journalists.....	123
<i>Ol'ga Csalová</i>	
Sémantický potenciál anglicizmov v slovenčine (na materiáli z vyučovania študentov odboru masmediálna komunikácia) .....	129
<i>Ol'ga Škvareninová</i>	
Building and Enriching English Vocabulary of a (Young) Journalist .....	135
<i>Martina Szabóová</i>	
English as a Lingua franca and New Media .....	147
<i>Olga Ruda</i>	
Educational Technology in Teaching Foreign Languages at Universities .....	159
<i>Zuzana Rebičová</i>	
Možnosti využitia počítačovej analýzy reči vo výučbe .....	165
<i>Viera Smoláková</i>	
Interkultúrny aspekt komunikácie s dôrazom na neverbálne výrazové prostriedky .....	173
<i>Elena Zelenická</i>	
Hомены в устной деловой коммуникации .....	179
<i>Юлия Викторовна Агеева</i>	

Некоторые особенности религиозного населения Беларуси: по материалам исследования «Типология религиозности в современной Беларуси».....	185
<i>С.Г. Карасёва – Е.В. Шкурова – С.И. Шатравский</i>	
Ruská a sovietska toponymika a antroponymika v zlomových rokoch .....	203
<i>Lubomír Guzi</i>	
Культурный трансфер в трансформации философских дисциплин в постсоветских странах (на примере Беларуси) .....	213
<i>Андрей Юрьевич Дудчик</i>	



## SLOVO NA ÚVOD

Milé kolegyne, milí kolegovia!

Po dvoch rokoch sa Vám opäť dostáva do rúk vedecký zborník zo série Jazyk – kultúra – spoločnosť (vzájomné súvislosti), s poradovým číslom tri. Rovnako, ako predchádzajúci zborník, i tento reflekтуje primárne výskumy spojené s tematikou nami riešeného projektu KEGA 013UKF-4/2014: *Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov*, preto je logické, že vo väčšine príspevkov je nosnou témou práve úloha médií v spoločnosti a ich vplyv na jazyk a kultúru, otázky mediallingvistiky, a mediálnej reflexie obklopujúcej nás reality.

Kolegovia zo slovenských i zahraničných pracovísk sústredili svoje skúmanie na problematiku polykódovosti mediálneho textu (P.Adamka), analýzu mediálneho a politického diskurzu (L. Alieva, N. Cingerová a K. Motyková, I. Dulebová, K. Hrčková, J. Gallo, R. Machová a T.-A.Herrmann), na ich jazykové atribúty a úlohu, ktorú zohrávajú v obohacovaní lexikálneho fondu jazyka (E. Marková, V. Vráželová), na výskum manipulatívnych (M. Szabóová), diplomatických (O. Ponomarenková) i kulinárskych diskurzov (E. Šestakovová); ďalší sa zamerali na reflexiu médií ako takých (M. Duleba), ale i ich obsahov (K. Jakubovská). Celý rad príspevkov je venovaný problémom didaktiky cudzích jazykov vo vzťahu k profesionálnej kompetencii budúcich žurnalistov a pracovníkov médií (J. Ageeva, O. Csalová, L. Michelčíková, Z. Rebičová, O. Ruda, V. Smoláková, M. Szabóová, O. Škvareninová, E. Zelenická). Otázkam vzájomnej determinácie jazyka, kultúry a spoločnosti sa venujú i ďalšie štúdie, ktoré sú zamerané na ruskú a sovietsku historickú toponymiku a antroponymiku (L. Guzi), osobitosti nábožneského rozvrstvenia bieloruskej spoločnosti (S. Karasjevová – J. Škurovová – S. Šatravskij) i transformáciu filozofických disciplín (A. Dudčík).

Verím, že štúdie, ktoré sme do zborníka zaradili tentokrát, si nájdú svojho adresáta a stanú sa zdrojom inšpirácie pre ďalšie perspektívne výskumy v oblasti mediallingvistiky, ako i v ďalších sférach.

Na záver by som sa rád úprimne podčakoval všetkým prispievateľom, ktorí sa podieľali na vzniku tohto zborníka, ale predovšetkým jeho recenzentom – Doc. Anne Petríkovej, PhD. (Prešov) a Doc. PaedDr. Jane Waldnerovej, PhD. (Nitra).

Pavol Adamka  
editor



## КОМПЛЕМЕНТАРНОСТЬ КОДОВ В МЕДИАТЕКСТЕ COMPLEMENTARITY OF CODES IN MEDIA TEXT

Pavol Adamka

*Jazykové centrum FF UKF v Nitre*

*В статье рассмотрены некоторые аспекты функционирования поликодового текста. Особое внимание уделяется взаимосвязям разнородных кодовых систем и их влиянию на детерминацию восприятия авторского медиатекста адресатом информационного сообщения.*

*In article some aspects of functioning of the polycode text are considered. The special attention is paid to interrelations of diverse code systems and their influence on the author's media text determination of perception by the addressee of an information message.*

**Ключевые слова:** медиатекст, поликодовой текст, комплементарность, монтаж

**Key words:** media text, polycode text, complementarity, montage

Поликодовой характер медиатекстов<sup>1</sup> обусловлен естественной природой их бытования в сфере массовой коммуникации. Любой текст (в бахтиновском понимании), попадая в пространство СМИ, расширяет свою первоначальную знаковую природу (вербальную, визуальную и др.), превращаясь с самодостаточного фрагмента в составляющую цельного медиапродукта. Подвергаясь правилам редактирования, индивидуально-авторское произведение одного семиотического ряда (авторский текст) превращается в коллективный продукт поликодового характера.

Комбинирование разных семиотических систем и уровень их комплементарности обусловлены особенностями конкретного СМИ, а также интенцией коллективного автора, редакции. Позиционирование вербального текста на газетной полосе, графическое оформление его сильных позиций, визуализация содержания в печатном издании (фотография, иллюстрация, инфографика и др.), звуковое оформление и визуализация в электронном издании, голос за кадром, его визуальная составляющая, присутствие бегущей строки на экране, повышают/понижают статус ме-

---

<sup>1</sup> Медиатекст является центральным понятием довольно молодой лингвистической субдисциплины – медиалингвистики, которая, исходя из теории функциональной стилистики, теории дискурса и других научных концепций, стремится изучить язык средств массовой информации в его комплексности. Подробнее см. Доброс-клонская, 2014; Ивченков, 2015 и др.

диатекста и в нем содержимой информации: предопределяют декодирование семантики верbalного ряда в соответствии с авторским замыслом.

Взаимосвязи определенных кодовых систем в компактном тексте должны быть построены только по линии их взаимной дополнительности, комплементарности (с точки зрения автора медиального продукта); контрадикторные связи, по своей сути, нарушают единое смысловое пространство текста (хотя с позиции читателя/слушателя/зрителя они могут декодироваться и в контрастном плане). В отношении к явлению комплементарности принято выделять облигаторные (обязательные) и факультативные (произвольные) компоненты. Единственным облигаторным компонентом медиатекстов является вербальный ряд, хотя и здесь наблюдаются исключения: видеофрагменты «без комментария», самодостаточная инфографика, таблицы, не нуждающиеся в текстовом сопровождении («Один график скажет иногда больше чем сотни слов» – серия материалов ежедневной газеты «Hospodárske noviny»). Остальные составляющие можно отнести к факультативным, не уменьшая при этом их семантическую значимость и способность повышать экспрессию медиатекста. Так фотография на газетной полосе может дополнять вербальный ряд (иллюстрационный материал, свидетельство о происходящем), но также может определять индивидуальную перцепцию вербального ряда: читатели воспринимают фотографию как реальной фрагмент события (не обращают внимание на приметы, указывающие на их дополнительную, иллюстративную функцию) – визуальная составляющая определяет читательский интерес, степень воздействия материала (эмоциональное и эстетическое), декодирование содержания заголовка и самого текста.

Возьмем в пример новостное сообщение словацких газет от 2 февраля 2016 г., которое вышло почти с одинаковым заголовком «Меркель позвонила Путину». Адресат данной информации уже по намеченной тематике знает, что содержанием текста будет суть разговора лидеров двух государств, но пока один читатель обратится к тексту потому, что, на основе остальных составляющих газетной полосы, считает, что «российский президент показал немецкому канцлеру, что она ошибается» (фотография в газете «Pravda» – Путин с агрессивным выражением лица что-то объясняет Меркель), другой – что «они о чем-то договорились» («Nový čas» – оба политика смотрят на себя влюбленным взглядом и улыбаются), третий – что «они говорили об Украине и Меркель довольна результатами разговора» («SME» - улыбающиеся Меркель и украинский президент).

Комплементарность кодов может проявляться не только в совмещении разнородных кодовых систем, а также на уровне одной системы: в отношении вербального ряда происходит смешивание разнохарактерных (по своим индивидуальным признакам) кодов авторской и «чужой» речи. К понятию «чужая речь» в данном случае относим не только цитаты

и перифразы, прямо включенные в текстовое поле, а все составляющее связного текста, которые не являются чисто индивидуально-авторские, в том числе и т. наз. прецедентные явления<sup>2</sup>. Хотя они известны всем носителям языка, благодаря своей внутренней образности, данной индивидуальным восприятием их свернутой предикации (в общем понимании), их декодирование определяет контекст того вербального ряда, в котором расположены, а также целостного дискурса конкретного медиатекста. Вербальные, но и визуальные знаки могут выступать в своей собственной значимости, но также могут быть частью культурно-языкового кода конкретной социальной группы, этноса, нации: символом/кодом определенного фрагмента языкового образа мира.

Понятие поликодовой комплементарности в медиатексте во многом соответствует известному эффекту Льва Владимира Кулешова в кинематографии<sup>3</sup>. Благодаря монтажу, который понимал как взаимное сопоставление кадров (отличие от ейзенштейновского столкновения кадров), достигалось требуемого восприятия содержания и эмоциональной составляющей определенных фрагментов и целой картины: соединением двух кадров получался третий смысл, которого не было ни в первом, ни во втором кадре.

Опытный автор / редактор, в соответствие со своим авторским замыслом, идеальными установками и проч., может пользоваться всеми возможностями монтажа кодов, которые ему предоставляет характер конкретного СМИ: вербальный ряд + его позиционирование, вербальный ряд + визуализация, вербальный ряд + его звуковое произведение, вербальный ряд + его звуковое произведение + визуализация и т.д., и, таким образом, целеустремленно влиять на свою аудиторию.

## Литература

- ADAMKA, P. 2011. Ruská publicistika (jazyk). Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-8094-838-2.
- DULEBOVÁ, I. 2015. Precedentné fenomény súčasného ruského jazyka: Interkultúrny a lingvodidaktický aspekt. Bratislava: UK. ISBN 978-80-223-4053-3.

---

<sup>2</sup> Подробнее см. Dulebová, 2015.

<sup>3</sup> Суть эксперимента Кулешова заключалась в показе разным группам зрителей короткой ленты, склеенной всегда с одного и того же кадра (эмоции актера Ивана Мозжухина) и трех других продолжений: тарелка с супом, ребенок в гробу, соблазнительная мадам. После показа зрители определяли характер выраженных эмоций актера: получилось, что они были определены в соответствие с целой композицией ленты, разные эмоции (одного и того же кадра) были восприняты только благодаря склейке. Эксперимент позже повторил Альфред Хичкок.

- SKOWRONEK, B. 2014. Media linguistics. An interdisciplinary approach to the study of language and media. Медиалингвистика, 2014, No. 1(4), pp.16-24. ISSN 2312-0274.
- АНТОНОВА, Л.Г. 2015. Медиатекст: подходы к анализу медиапродуктов. In: Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сб. статей. Санкт-Петербург: СПбГУ, С. 148-151. ISSN 2312-0274.
- ДОБРОСКЛОНСКАЯ, Т. Г. 2014. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учеб. пособие . Москва : ФЛИНТА. ISBN 978-5-9765-0273-4.
- ИВЧЕНКОВ, В.И. 2015. Медиалингвистика как научное направление в сферах языкознания и журналистики. In: Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сб. статей. Санкт-Петербург: СПбГУ, С. 26-29. ISSN 2312-0274.

Статья написана в рамках проекта KEGA 013UKF-4/2014: *Tvorba a implementácia inovačných modulov vyučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov*.

## СВОЙСТВА И ТЕНДЕНЦИИ ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТОВ

### EXPRESSION MEANS: QUALITIES AND TENDENCIES IN JOURNALISTIC TEXTS

Ján Gallo

Katedra rusistiky FF UKF v Nitre

В данной статье затрагивается проблема свойств и тенденций выразительных средств журналистских текстов на материале словацкой прессы. Во введении статьи освещается роль публичной коммуникации с акцентом на газетные тексты. В первой части речь идёт о стилистическом слое выразительных средств публицистического стиля, подтверждая положения наглядными примерами. В следующей части место отводится обсуждению проблематики автоматизации и актуализации выразительных средств в журналистских текстах. Далее рассматриваются вопросы, касающиеся разговорности и книжности общения в журналистике. Также приводятся многочисленные примеры, подтверждающие обсуждаемую проблематику. В заключении автор подводит итог сказанному.

*The paper deals with the issue of means of expression, its qualities and tendencies in Slovak journalistic texts. In the introduction the role of journalistic communication accenting the journalistic text is presented. In the first part the attention is focused on the stylistic layer of means of expression in the framework of journalistic style, confirming the author's position by illustrative examples. In the next part it is discussed the problem of automatisation and actualisation of means of expression in journalistic texts. The fourth part is devoted to the issue of colloquialism and bookishness in journalism. The presented part is illustrated by the numerous vivid examples from Slovak daily papers. In conclusion there is a summary of investigated problems.*

**Ключевые слова:** выразительные средства, журналистика, журналистский текст, публицистический стиль, разговорность, книжность

**Key words:** bookishness, colloquialism, journalism, journalistic style, journalistic text, means of expression

#### 1 Введение

В общественных процессах современного коммуникационного (информационного) общества всё более значительную роль играет публичная коммуникация, где особая роль выпадает именно газетам. Газетный (журналистский) текст представляет собой результат познания журналистом окружающего его мира, а также согласно В. В. Богуславской «... представляет собой уникальное явление. С одной стороны, это продукт социально направленной деятельности журналиста, результат познания им окружающего мира и самого себя, осознания своего места в социуме; с другой – это процесс взаимодействия автора текста с аудиторией, по-

суги, это особый акт коммуникации» (Богуславская, 2011, 53). Автор приходит к выводу, что «журналистский текст специфичен как особый элемент функционирующей системы, где взаимодействует несколько составляющих, в том числе журналист, издатель и читательская аудитория» (там же, 63).

В период всеобщей информатизации общества особо значимой становится роль журналистики, функционирующей в системе массовых коммуникаций. Будучи проводником новых социальных и культурных явлений жизни, она согласно В. В. Богуславской ««внедряет» в язык новые понятия, новые грамматические нормы и являет нам творческое осмысление картины мира» (Богуславская, 2011, 63). Предметом наблюдения, научного исследования в этом направлении, безусловно, является журналистский текст, а журналистика представляет собой «сферу, где реализуется, создаётся, функционирует – «живёт» этот текст» (там же, 64).

В данной статье объём понятия «журналистский текст» ограничен газетными текстами, принадлежащими к группе традиционных аналитических жанров публицистического стиля, таких как статья, корреспонденция, комментарий и другие. В статье, главным образом, рассматривается проблематика свойств и тенденций выразительных средств в журналистских текстах на материале словацкой прессы.

## **2 Стилистический слой выразительных средств публицистического стиля**

В настоящее время используемый стилистический слой средств публицистического текста представляет собой совершенно неоднородный слой выразительных средств, учитывая разнообразные аспекты, которыми могут быть, например, литературность и нелитературность выражения, разговорность и книжность, частотность использования, эпоха использования и др. Например, говорят о журналистском стиле литературного языка (или и публицистическом стиле), но специфическую черту журналистских текстов и особенности их функции часто завершают нелитературные языковые средства. Они помогают завершать специфическую черту журналистской коммуникации и её основную черту, т. е. её персуазивность. Нелитературные выражения в письменной журналистике обычно приводят в кавычках, однако несколько последовательно. Таким образом, публицистический стиль основан на литературном языке, но он тоже является значительным источником его изменений. Одновременно используются средства как разговорные, например *šafári', penzista, férový, malér* (SME, 20. 06. 2016); *mizéria* (Pravda, 20. 06. 2016); *krach, športiak, privatizér, poskromne, popasovať sa, surfovať po intername* (Trend, 16. 06. 2016; 30. 06. 2016); *fušer, basa* (Hospodárske noviny, 16. 12. 2015), так и

книжные, например, *konsenzus, vízia, participovať, garantovať, eliminovať, lukratívny, erudovaný, memento* (Pravda, 20. 06. 2016); *industriálny, stimul, minorita, vízia* (Trend, 16. júna 2016); *kmet'* (Hospodárske noviny, 16. 12. 2015), эмоционально нейтральные, например *televízna obrazovka, výlet, téma, názor* (Pravda, 20. 06. 2012), *peniaze, práca, rodina, škola, rodina, názor* (SME, 29. 06. 2016), и эмоционально окрашенные – экспрессивные, например ...*ako vľádou podporovaného investora uvítame v Bystrici osobu, ktorá vyfasovala vo Švajčiarsku rok a pol za falšovanie dokumentov* (SME, 20. 06. 2016); *Ak experti majú pravdu čo len v päťine svojich predpovedí dosahov brexitu na Úniu, tak to bude riadna galiba* (SME, 20. 06. 2016); *Družstvo sice vtedy opúšťal s nostalgiou, ale bývalé socialistické maniere mu nechýbali* (Trend, 16. 06. 2016); *Nie je totiž možné, aby Británia čerpala z výhod spoločného trhu, ktoré si sama vyberie, a zároveň sa na všetko ostatné vykašlala* (Trend, 2016, 30. 06. 2016). Словарь журналиста образует не только лексические средства словацкого языка, но также и заимствованные слова, главным образом интернационализмы, например *dizajnér, mítинг, líder, manažér, informatizácia, databáza, digitalizácia, integrácia, distribútor*, (Trend, 16. 06. 2016); *diverzifikácia, imidž*, (Pravda, 20. 06. 2016).

В журналистских текстах можно находить рядом и средства с противоположными стилистическими свойствами, например, рядом с языковыми средствами полностью автоматизированными и для определённой сферы общения почти общепринятыми находятся также средства новые или заново актуализированные – активные.

Стержневые задачи журналистики во всей полноте и представленные в частных стилях журналистского общения всегда связаны с его основными функциями, т. е. функцией информирующей и, одновременно, персуазивной, приобретающей и агитационной. Данные функции, кроме других стилеобразующих факторов, всегда в основном влияют на выбор и употребление выразительных средств, главным образом, языковых. Кроме того, использованный языковой материал является рефлексией конфликта разных свойств и тенденций, которые свойственны журналистскому общению и нередко бывают противоположными или противоречивыми – дихотомными.

### 3 Автоматизация и актуализация выразительных средств

Журналистский стилистический слой показывает двухполюсное расчленение выразительных средств, соответствующее двум тенденциям, к которым проявляет склонность журналистика. Это тенденции к стабилизации языкового материала, и, с другой стороны, тенденции к его варианту. Одна группа языковых средств, используемых в сфере журналистики, оказывается относительно постоянной, неизменной. Речь идёт об

устойчивых и стереотипно повторяющихся выражениях, конструкциях и оборотах с ними, которые журналисты используют в определённых ситуациях почти механически. Это свидетельствует о процессе *автоматизации языкового выражения*, которое является характерным для выразительных средств журналистики. С другой стороны, можно увидеть тесную связь языковых средств со временем, с общественной, экономической и политической жизнью. Используемые средства меняются, вновь актуализируются и являются рефлексией времени и жизнью в нём. Таким образом, наблюдается и другой процесс – процесс актуализации. Как мы уже упоминали выше, часть выразительных средств оказывается средствами постоянными, вторая часть представляет собой средства переменные. На основе вышеуказанного аспекта, согласно Е. Минажовой, языковые средства журналистики можно распределить на две диахотомные группы:

«1. языковые средства постоянные, неизменные, стереотипно повторяющиеся, автоматизированные;

2. языковые средства новые, переменные, стилистически актуализированные и актуализируемые, ярко стилистически активные, придающие тексту своеобразие» (Minářová, 2011, 187).

Одновременно можно наблюдать и *видоизменяемость стабилизованных выразительных средств*. При зависимости коммуникации от общественных, экономических и политических событий, к которым публицист формирует отношение воспринимающего, используемые средства меняются, что приводит к актуализации. Они являются чётко переменными также в рамках более коротких промежутков времени и, таким образом, своим новшеством более ярко воздействуют на адресата. Выразительные средства публицистики относительно оказываются постоянными и, одновременно, переменными, и поэтому можно говорить об их двухполевом различии. Развитие стиля и его стилистического слоя нам показывает постоянные изменения, случающиеся в высказываниях журналистики. Выразительные средства постоянно переходят в переменные и, наоборот, когда обусловленные характером эпохи переменные средства стабилизируются, автоматизируются. Одновременно происходит постоянная актуализация высказывания, т. е. возникают новые выразительные средства, являющиеся стилистически активными. Притом, актуализации или активизации могут подчиняться и средства в определённых текстах уже автоматизированные.

Развитие выражений в публицистическом стиле в связи с процессами автоматизации и актуализации (активизации) можно считать одним из главных стилистических черт этого стиля. Оба процесса переплетаются, средства актуализированные стабилизируются, а автоматизированные могут опять подвергнуться новой актуализации.

#### **4 Разговорность и книжность общения в журналистике**

На стиль текста всегда оказывают влияние разнообразные стилеобразующие факторы, действующие во всей своей комплексности и во взаимном симбиозе. Самыми выразительными в дихотомии высказывания оказываются стилистические различия, заключающиеся в оппозиции книжность против разговорности. Стилистические теории уже традиционно приводят сочетание разговорных выразительных средств со сферой устного общения в противоположность со связью книжности и сферы письменного общения, хотя и приведённые дихотомии высказываний не являются всегда такими однозначными. Разговорность с говорением взаимосвязаны с коммуникационной непосредственностью и спонтанностью речи, с возможностью реакции при прямом контакте с адресатом, главным образом, с адресатом знакомым или близким.

Однако, очевидно то, что разговорность и книжность как стилистические признаки языковых средств или как преобладающие стилистические свойства всего текста связаны не только с дихотомией формы – с устным и письменным общением –, но со всей коммуникационной ситуацией, с контекстом и развиваются, прежде всего, от общественного или частного характера выступления, от официальности коммуникации. Прежде всего, например, официальность выступления, которая может быть одновременно связана с торжественной ситуацией и с великолепием акта коммуникации, ведёт к использованию книжности, как об этом свидетельствуют многие публицистические официальные выступления или целая стилистическая риторическая сфера. Например, повторяющиеся церемониальные выступления, ораторские речи, торжественные речи, далее встречающиеся выступления с книжными сравнениями и литературными реминисценциями, сопровождаемыми стереотипным моделированием, главным образом основанных на более старых моделях высказываний – это всё обычно имеет признак книжности. (Вспомним о книжном характере риторических выступлений, назначающих на должность, речей при вступлении в должность, напр. президента, выступлений на торжественных актах внесения в списки студентов, выступлений на торжественных актах вручения диплома, новогодних государственных выступлений или преемственных государственно-правовых политических выступлений и др. К книжности также проявляют склонность устные религиозные речи, какими являются стилизованные проповеди – гомилии, устные литературные тексты и др.). В конце концов, и при нарушении привычного моделирования в публичных выступлениях новой языковой актуализаций, достигающей опять поэтизирования высказываний, подтверждение книжности бывает очевидным.

При исследовании преследуемой маркированности выразительных средств в сфере стилистики и коммуникации как наиболее заметной, – касающейся стилистических свойств, – оказывается сфера журналистики, которая выдерживается в одном тексте и как разговорность, и как книжность. Стилистически противоположные средства являются для этой сферы коммуникации показательными. Речь идёт не только о наличии признаков книжности и разговорности, но о нейтральности и эмоциональности выражения, сосуществующих в одном тексте, и о заместительство других стилистически противоположных признаков. Например, частичная сфера журналистики – публицистическая стилистическая сфера – характеризуется текстами с языковыми средствами, образующими образность выражения с одной стороны, и ясную понятливость, с другой стороны, в одинаковой мере как публицистического аналитического стиля характерно моделирование выражения и, наконец, его нарушение новыми языковыми актуализациями. Во всех этих текстах происходит сосуществование языковых средств обоих конкурентных признаков. Точно можно ожидать явные отличия при использованной маркированности в текстах разных жанров, но обнаруживается, что и здесь их бывшая «стилистическая чистота» исчезает, границы текстов книжных и разговорных рассеиваются, слаживаются или переплетаются.

С другой стороны, нужно напомнить, что письменная публицистика также делает общедоступными жанры, которые выглядят как устные и непосредственно произнесённые в коммуникации, но в действительности они первично подготовленные, только словно сигнализирующие и рефлектирующие разговорность и непосредственность коммуникации. Таким является, например, опубликованный текст разговора. Более обширное интервью представляет собой текст, в котором опять находят применение стилистически маркированные языковые средства, но использованный языковой материал есть во всей полноте расстояния с маркированности вплоть до книжности. Текст опубликованного интервью является совершенно подготовленным, иногда даже редакторами намеренно стилистически обрабатываемый в направлении к литературности и культуре высказывания. Кроме того, во многих случаях чувствуется и противоположность – преднамеренная стилизация разговорности и непосредственности.

Книжность может быть связана с уравновешенностью формулировки, когда, например, книжное выражение является составной частью используявшейся фраземы, напр.: *žat'* (v 3. význame kníž. získavať /niečo príjemné/), (*Od roku 1956 vo svete populárnej hudby každoročne žal slávu Context Song Eurovision, ...*) (SME, 29. 06. 2016); *evokovať* (Značka začínala v roku 1929 pod názvom Stajňa Ferrari, čo evokovalo prípravu pretekárskych áut pre iného talianskeho výrobcu Alfa Romeo); (Trend, 30. 06. 2016); *zotrvať* (Britský

premiér David Cameron, ktorý podporoval *zotrvanie v reformovanej Únii, ohľásil svoju rezignáciu, odísť by mal v októbri*; (Trend, 30. 06. 2016); *sklbiť* (Dá sa nejako *sklbiť* sloboda voľného pohybu osôb s požiadavkami, ktoré mal napríklad David Cameron?) (Trend, 30. 06. 2016) a dr. Книжность некоторых лексем, главным образом заимствованных, также воспринимают на фоне малой частоты их использования в нашем общении, например: *Mohlo sa stať súčasťou establishmentu a zapojiť sa do rytmu mocenského striedania dvoch veľkých strán* (Trend, 30. 06. 2016); *dopady tejto kataklizmy* (Тýždeň, 27. 06. 2016); *Je celkom povážlivé, že prvý vážny spor medzi EÚ a odchádzajúcou (?) Britániou ďaleko predbieha meritórne rokovania* (SME, 29. 06. 2016).

Книжность в синтаксисе журналистских текстов вытекает из проработанной и в некоторых текстах даже интеллектуализированной синтаксической структуры, характерной, кроме того, частыми причастными оборотами, например *Vojna na Ukrajine, podporovaná Ruskom, ich rozpory vyhrotila* (Trend, 16. 06. 2016); *Okolie nájazdu zo strany Starého Mesta pripomína rušnú promenádu. Akurát namiesto civilistov je plná pracujúcich robotníkov, narýchlo dokončujúcich most* (Hospodárske noviny, 15. 12. 2015); *Myslím si, že oblasti, ktoré chceme zreformovať, sú dobre známe – posilňovanie konkurencieschopnosti, ochrana štátov stojacich mimo eurozónu, postavenie národných parlamentov a imigrácia* (Hospodárske noviny, 16. 12. 2015); *No tábor odporcov Únie bitku o rybárov, aspoň v emocionálnej rovine, už vyhral. Dokazuje to aj fotografia bývalého londýnskeho starostu a euroskeptika Borisa Johnsona, pusinkujúceho čerstvo ulovenú rybu* (Тýždeň, 27. 06. 2016). Реже применяют деепричастие настоящего времени, например *Danko v politike ešte len začína. Je zrejmé, že jeho ambíciou nie je robiť Ficovi juniora, ale oveľa viac, premiéra nevynímajúc* (Hospodárske noviny, 20. 06. 2016); *Hackeri chceli ešte vo februári útokom na bangladéšsku centrálnu banku ukradnúť zhruba miliardu dolárov z jej účtov vo Federal Reserve v New Yorku a zadali tri desiatky požiadaviek, využívajúc SWIFT kód banky* (Trend, 16. 06. 2016); *Z práce som odchádzala v slzách zaprisahávajúc sa, že sem ja už nikdy viac nevstúpim* (Тýždeň, 27. 06. 2016), нередко уже в застывшем выражении, но встречается, например: *Ale skôr som – súdiac aspoň podľa prieskumov – pesimista* (SME, 20.06. 2016); *Nehovoriac o ministerke spravodlivosti, ktorá ešte donedávna vystupovala v prvej linii protikorupčných zápasov* (Тýždeň, 27. 06. 2016). Книжности способствуют также средства связи, например: *Väčší problém je podľa nej inštitucionálna schopnosť či neschopnosť gréckych úradov, teda ako dokážu zabezpečiť hraničnú ochranu, do akej miery a ako rýchlo dokážu registrovať utečencov, ako dokážu zabezpečiť centrá a podobne* (Hospodárske noviny, 16. 12. 2015); *Faktom však je, že reprezentančný tréner nemeckej zostavy Joachim Löw tohto pomocníka používal pred dvoma rokmi, ked' sa Nemecko stalo majstrom sveta, a ja v roku*

2012, *ked' sa prepracovalo do semifinále európskeho šampionátu a odnieslo si bronz* (Trend, 30. 06. 2016).

Морфологическая сторона журналистского текста является большей частью стилистически немаркированной. Книжность встречается в меньшей степени, а именно обычно в употреблении морфологических вариантов, например: *Ona si to cenila, lebo ... (Šéfska rakúskej privátnej banky, ktorá chcela vstúpiť na slovenský trh)*; (Trend, 16. 06. 2016); *Jakub si však povedal, že ked' mohol Thomas Muster vyhrat' Wimbledon bez križového väzu, tak on môže hrať basketbal* (Trend, 16. 06. 2016).

Разговорность находится в первую очередь в лексике и ей способствуют в большей степени разговорные фразеологизмы, например *cerešnička sťažnosti* (вместо *cerešnička na torte*); (Trend, 16. júna 2016); паремии, например, *Trochu to pripomína ono okrídlené: „Lepší vrabec v hrsti ako holub na streche.“* (Týždeň, 27. 06. 2016) и экспрессивные слова, напр. *otravovať život* (Trend, 23. 06. 2016), *často omielaná veta* (Týždeň, 27. 06. 2016); *No čo sa týka gastronómie, tam sa naň* (kokosový olej, pozn. autora) *pejú ódy* (наместо *spievajú ódy*) *už nejaký ten rok-dva* (Týždeň, 27. 06. 2016); ..., *no zároveň si na ňom* (kokosovом oleji, поzn. автора) *len tak z plezíru vypráziť hoci aj rezeň* (Týždeň, 27. 06. 2016); *Aktuálne to podľa neho vyzerá tak, že spoločnosti počkajú na budúci vývoj, pretože ďalší pokles by im mohol uštedriť tvrdú ranu* (SME, 29. 06. 2016), иногда даже резко коллоквиальные или нелитературные (приводят их в письменных текстах в кавычках или без них), но снова можно отметить их сосуществованием наряду с книжными высказываниями, например: *Fico to komentoval slovami „utrpeli sme víťazstvo“* (наместо *bežného* в *danom kontexte „zvíťazili sme“*), *lebo vládu nakoniec zostavila ...* (Hospodárske noviny, 4. – 6. marca 2016); *Témamigrácie, odcudzenosti voličov a nedôvery v elity už zodpovední európski politici nemôžu len zametať pod koberec* (Trend, 30. 06. 2016); *Čiže až „spadnutie na hubu“ by pomohlo k vytriezveniu?* (Trend, 30. 06. 2016).

## 5 Выводы

Процесс динамичности выражений является особой характерной чертой именно в журналистике, и это явление нельзя наблюдать ни в какой другой коммуникации. Именно тенденция к стабилизированному, автоматизированному общению, но, одновременно и тенденция к новому, постоянно видоизменяющему и актуализированному общению, – это всё содействует влияющей, завоёвывающей, формирующей и агитационной функции журналистики, следовательно, намеренной и функциональной персузивности стиля журналистских текстов.

Исследование приведённых стилистических признаков разговорности и книжности приводит к заключению, что одной из характерных черт

журналистики (главным образом публицистики) является сосуществование языковых средств стилистически противоположных в широком диапазоне от разговорности, а именно с переносами в нелитературность, до использования книжности. Именно со стороны журналистов является показательным замысел в использовании обеих этих дихотомических признаков, для которых характерно целенаправленное и функциональное сосуществование и переплетение. То же самое касается и присутствия другой маркированной дихотомии, например, эмоциональности и нейтральности, а также проникновения элементов других стилей.

### Литература

- ADAMKA, P. 2016. Jazyk médií (krátky rusko-slovenský slovník). Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0997-7.
- БОГУСЛАВСКАЯ, В. В. 2011. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. Москва: Изд-во ЛКИ. ISBN 978-5-382-01302-2.
- BURCL, P. 2013. Jazyk novinových titulkov. Volume 1. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0348-7.
- DUDOVÁ, K. 2014. Od modálnosti vety k modálnosti textu. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0587-0.
- HLAVATÁ, R. 2015. Tvorba a analýza textu. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0879-6.
- КОРИНА, Н. Б. 2014. Функциональная стилистика русского языка. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0716-4.
- MINÁŘOVÁ, E. 2011. Stylistika pro žurnalisty. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2979-4.
- NEDOMOVÁ, Z. Функциональная стилистика русского языка. Ostrava: OU. ISBN 978-80-7368-793-9.
- SOKOLOVÁ, J. 2012. Tri aspekty verbálneho textu. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0156-8.
- СОКОЛОВА, Я. – КОРИНА, Н. 2013. Человек – Язык – Дискурс. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing. ISBN 978-3-659-98851-6.

### Источники

- Hospodárske noviny, 2015, roč. XXII, č. 44, 118, 241, ISSN 1335-4701  
Pravda, 2016, roč. XXVI, č. 143, ISSN 1335-4050  
SME, 2016, roč. 24, č. 143, 151, ISSN 1335-440X  
Trend, 2016, roč. XXVI, č. 24, 26, ISSN 1335-0684  
Týždeň, 2016, roč. XIII, č. 26, ISSN 1336-5932

Štúdia vznikla v rámci riešenia grantového projektu VEGA 1/0243/15: *Text a textová lingvistika v interdisciplinárnych a intermediálnych súvislostiach*.



## РОЛЬ СМИ В КРЕАТИВИЗАЦИИ ЛЕКСИКОНА СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

### ROLE OF THE MEDIA IN CREATIVIZATION OF MODERN RUSSIAN LANGUAGE LEXICON

Елена Маркова

Кафедра русистики УКМ в г. Трнава - Кафедра РКИ и культуры речи МГОУ

В статье рассматриваются некоторые лексико-словообразовательные особенности современного медиа-дискурса, играющие роль в креативизации лексикона современного русского языка. К ним относятся использование жаргонной лексики, языковая игра, универбация слов и словосочетаний, деривационные форманты, имеющие ярко выраженный эмоционально-оценочный компонент. Рассмотренные явления имеют значение и в лингводидактическом аспекте, при работе с текстом в иноязычной аудитории.

*This article discusses some of the lexical features of word-formation of the modern media discourse, playing the role of kreativization in the lexicon of modern Russian language. These include the use of slang words, language game, univerbation words and phrases, derivative formants, having an emotional and evaluative component. Considered phenomena are significant in the lingvodidactic aspect, when you work with text in a foreign language audience.*

**Ключевые слова:** язык масс-медиа, креативная лингвистика, словообразовательные средства

**Key words:** the language of mass media, creative Linguistics, elements of the derivation

Революционное развитие масс-медиа на рубеже XX-XXI вв. привели не только к формированию медиапространства и специфической медийной среды, где протекает особая глобально-виртуальная жизнь общества и отдельного человека, но и ряду изменений в познании, мировосприятии и даже строе мышления человека. В эпоху активного развития средств массовой информации пристальное внимание лингвистов вызвал медиатекст. На сегодняшнем этапе изучение особенностей медиатекста – одно из наиболее развивающихся и востребованных направлений в филологии. С позиции медиалингвистики текст рассматривается не только как лингвистическое явление, но и как явление культурологическое.

Средства массовой информации играют большую роль в перемещении языковых единиц из узкоспециальных (в том числе жаргонных, просторечных, профессиональных) сфер общения в общелитературный язык. Все, что используется сегодня в бытовой речи, допускается в письменные тексты: на страницы газет, художественных произведений. Постоянное присутствие жаргонизмов в газете как бы стабилизирует их,

снижает их жаргонный характер. Язык прессы и звучащих средств СМИ все менее смыкается с книжно-письменным типом литературного языка, и это не может не сопровождаться раскачиванием и расшатыванием литературной нормы, взрывом окказионального словообразования, размывающего общепринятые представления о правилах употребления и функционирования различных грамматических категорий. В этих условиях происходит демократизация речи, которая связана с обновлением литературного языка за счёт внутренних языковых ресурсов, за счёт заимствований из нелитературных сфер общенационального языка, что ведёт к стиранию стилистических границ.

Нарушения языковых и речевых норм связаны часто не с незнанием её, а с осознанным нарушением или сознательным словотворчеством, «словомейкерством» там, где нормативно узаконена лакуна. Повышенная эмоциональная атмосфера в обществе ведёт к усилению эмоционально-экспрессивного характера звучащей речи, что позволяет говорить не только о демократизации современного русского языка, но и его креативизации, связанном с возрастанием роли pragmatischen, konnotativno окрашенных элементов. В связи с тенденцией к оценочности и демократизации языка в СМИ проявляется субъективно-объективный характер изложения, динамизм, образность, ярко выраженная экспрессивная окраска. Отмеченная А. Вежбицкой в качестве специфической для русской языковой картины мира такая черта, как установка на эмоциональное и нравственно или оценочно окрашенное отношение к миру и к людям (Вежбицкая, 1996, 34), на современном этапе развития языка находит все большее и большее подтверждение.

Благодаря тенденции к демократизации литературного языка происходит и процесс «разгерметизации жаргонов». Жаргонная лексика криминальных кругов появляется в языке политиков, журналистов, присутствует в современных масс-медиа, в газетных заголовках, рекламах и объявлениях, в литературных произведениях, звучит по радио, телевидению. Слово начинает бытовать одновременно в жаргонном и общеязыковом значении, претерпевая трансформации в семантике (семантически «уплотняясь»), меняя свою стилевую принадлежность и получая экспрессивно-оценочную составляющую.

Активно мигрируют из жаргонов в разговорную часть литературного языка универбаты (разного рода сокращения слов, стяжения словосочетаний в одно слово), при этом получающие ярко выраженный эмоциональный компонент, транслирующие определённое отношение говорящих к объекту речи, как, например, ставшее чрезвычайно популярным слово «*распил* (бюджета)» (АиФ, 22-28.06.2016) (от глагола *распиливать* во вторичном значении ‘делить’). В русле универсации отмечается образование прилагательных и наречий из словосочетаний

(типа *праймовая передача от prime-time* ‘лучшее время’, *двусимочный* (от *две сим-карты*: «*двухсимочные*» телефоны выглядят модно, красиво») (АиФ, 16-22.02.2011); *допробочное время* (‘время, когда на дорогах не было пробок’) (В «*допробочные*» времена можно было доехать за 25-30 минут, сейчас время поездки надо умножать в лучшем случае на два (КП, 15.02.2014) и др.

В настоящее время наблюдается активный рост числа семантически компактных отымённых глаголов, образованных на базе словосочетаний. Стяжение глагольно-именного сочетания, сопряжённое с экспрессивизацией и аксиологизацией его значения, в целом находится в русле современной тенденции к универбации. К подобным семантически ёмким глагольным дериватам в русском языке относятся, например, *романить* (от *иметь роман*) в значении ‘иметь любовные отношения, встречаться с кем-л.’, *пингвинить* ‘ловить рыбу зимой’ (от *сидеть как пингвин*, где *пингвин* имеет специальное значение ‘любитель зимней рыбалки’ в речи рыболовов-любителей), *куршевелить* от *проводить время в Куршевеле* – престижном месте отдыха богатых людей, особенно из России, *крышевать* ‘защищать, покровительствовать’ от *создавать крышу* ‘защищать’, *пиарить* – от *создавать пиар*, *гуглить* от названия поисковой системы *Гугл* (*Google*) и т. п.

В последнее время не только целые лексемы демонстрируют тенденцию развития прагматического компонента семантики, но и словообразовательные форманты: префиксы, суффиксы, целые словообразовательные модели – активизировались в этом плане. Бурные процессы в области словообразования объясняются, главным образом, внеязыковыми причинами: «рост эмоциональной напряжённости в жизни общества активизирует процессы образования эмоционально-экспрессивных типов словообразовательных моделей» (Валгина, 2001, 131). Язык и его возможности отражают общеотрицательные эмоции, господствующие в обществе и скептицизм в отношении к тому, что происходит в экономике, политике, общественной жизни, жизни чиновников, политиков, бизнесменов, поп- и телезвёзд, для передачи которых активизируется огромный пласт новых обозначений. Исследователи русского языка отмечают приоритетность экспрессивных форм при выборе лексической единицы для номинации, а в случае отсутствия таковой – подключение словообразовательных возможностей языка, создание максимально нагруженного экспрессивной оценкой обозначения. Особенно активным в словотворчестве является суффикс *-инг*, что дало основание исследователям назвать это явление «*инговым бумом*», «*инговым цунами*»: «*Инговое цунами*» заимствований, вызванное англо-американизацией современных российских СМИ и русско-английским билингвизмом, развивающимся в молодёжной среде

русофонов, привело к полному усвоению суффикса английского герундия *-ing* и превращению его в терминоэлемент с процессуальным значением, который регулярно присоединяется к основам русских существительных, что ведёт к появлению многочисленных иронических и каламбурных неологизмов – *nomina actionis* (Коряковцева, 2013, 14). Активны в языке СМИ, рекламе и социальных сетях «инговые» заимствования *коучинг* ‘консультация с персональным наставником по вопросам бизнеса и психологии’, *моббинг* ‘притеснения, разборки’, *рекрутинг* ‘наем рабочей силы’, *толлинг* ‘форма сотрудничества компаний’, *тимбилдинг* ‘сплочение коллектива, команды’, *заппинг*, зафиксировавшее современную «болезнь» телезрителей – ‘быстрое переключение телевизора с одной программы на другую, чтобы не смотреть рекламу’ (от англ. *zapping* ‘вкрапление’), *каршеринг* ‘совместное использование автомобилей; поминутная аренда автомобиля’, *фаббинг* ‘привычка отвлекаться на мобильные устройства вместо того, чтобы поддерживать разговор с собеседником’ (Словарь перемен, 2014, 21) и др. Примечательно, что в языке масс-медиа данный англоязычный суффикс стал участвовать в образовании номинантов от русских корней, придавая им ярко выраженный экспрессивный характер. В словотворчестве российских журналистов можно встретить такие окказионализмы, как *автобусинг*, *автомобилинг*, *блюдолизинг*, *болванинг*, *ведьминг*, *дурачинг*, *зацепинг*, *магазининг*, *дачинг* ‘пикник у забора дачи высокопоставленного лица’ (Словарь перемен, 2014, 53), *матросинг*, *бросинг* (трансформа устойчивого выражения *поматросить и бросить* – о несерьезности ухаживания мужчин), *бухалинг*, *похмелинг* («Керлинг – это не наше. Жаль, в Ванкувере не было медалей по *бухалингу* и *похмелингу*» (КП, 11.03.2010).

Активно образуются на русской почве глаголы от существительных с суффиксом *-инг*, что является свидетельством их дальнейшего освоения русским языком: *шопинговать* ‘совершать *шопинг*’, *прессинговать* ‘осуществлять *прессинг*’, *демпинговать* ‘резко снижать цены’, *рейтинговать* ‘выводить *рейтинг*’, *кастинговать* ‘проводить *кастинг*’, *пирсинговать* ‘подвергаться *пирсингу* (‘прокалыванию’), *тюнинговать* (от *тюнинг*) ‘видоизменять, украшать внешний вид машины, а также (перен.) внешность человека’ и т. д.

Много композитов образуется с новым префиксOIDом с семантикой превосходной степени качества *чудо-*, что чрезвычайно актуально для настоящего времени, характеризующегося расцветом рекламы с её настойчивостью расхвалить и навязать «все самое лучшее»: *чудо-порошок* (из рекламы стирального порошка), *чудо-белье*; *чудо-чай* и т. п. К префиксOIDам, помогающим создать экспрессивно-оценочные компакт-номинации в духе времени, относится и префиксOID *нано*: *нанодороги*;

нанокомплекс; нанороботы, нанобельё и др. Элемент *нано*- стал типичным рефлексоидом – лексемой, вызывающей рефлексивные размышления по поводу её значения и употребления, например, в таких контекстах: «Все только и говорят, про *нано-что-то-там...*». «Но шумиха вокруг нанотехнологий обогатила эту приставку и новым смысловым оттенком: *нано* – значит новейший, продвинутый, передовой, высокотехнологичный. Значение это особо греет душу рекламищикам: ... тут и *iPod nano*, и сигареты *Kent nano*, и *наноЯндекс*, и какие-то *нанооптимизаторы*, и *наноноски*, и *нанокремы*, и даже *нанотрусы* с биофотонами» (Русский язык начала XXI в., 2014, 164).

Из наиболее продуктивных эмоционально-оценочных префиксов можно назвать приставки со значением высокой степени качества, признака, среди которых лидирует по частотности *супер*-, активно используемая в настоящее время в рекламе и имеющая практически безграничную сочетаемость: *супербабушка*; *супердиетический*; *суперсовременный*; *суперкрутой суперпамять*; *суперпомидоры* и т. п.. Среди других префиксов размерно-оценочной семантики, возрастание словообразовательной активности которых учёные связывают с процессом «глобализации», продуктивность демонстрируют также *гипер*-, *мега*-, *ультра*-: *гипернакрутка*, *гиперответственность*, *гиперлюди*, *гиперсексуальность*, *гиперинтересно* и т. п.; *мегафабрика*, *мегафера*, *мегамагазин*, *мегаолигарх*, *мегапопулярность*, *мегановость*, *мегафорум*, *мегапартия*, *мегарейтинговый*, *мегасенсация*, *мегасделка* и др.; *ультрамодный*, *ультрасовременный* и под. «Новообразования с данными префиксами отражают усиление социальной оценочности в период ремаркации социальных ценностей в России» (Русский язык начала XXI в., 2014, 158-159).

В рамках глагольного словообразования можно отметить активную тенденцию к перфективации, причём большинство приставок, образующих перфективные глаголы, являются акциональными, меняющими значение глагола в соответствии с тем или иным способом глагольного действия. Чаще всего в современном глагольном словотворчестве наблюдается совмещение различных аспектуальных значений, осложнённое дополнительными оценочными значениями осуждения, несогласия, иронии, насмешки, сочувствия и др. В русле тенденции к усилинию перфективности появляются многочисленные окказионализмы с двойными и даже тройными формантами: двумя или тремя префиксами, префиксом и постфиксом *-ся*. По аналогии со знаменитым *понаехали*, отражающим ситуацию активной миграции населения в московский регион (один из последних примеров: «*понаехавшие краснодипломники*», АиФ, 22-28.06.2016), был образован глагол *понаоставались* (Говорят, в Москве осталось всего 10% коренных

москвичей. – Понаоставались тут! (КП, 17.04.2009). Широко распространёнными в современной публицистической речи являются глаголы с префиксами *до-* и постфиксом *-ся* со значением отрицательной результативности, сопровождаемым оценкой осуждения: *доработаться, дописаться, дозаниматься, дочитаться, доотмечаться, допомогаться* и т.п. «Так разговаривали поздние коммунисты и *доразговаривались*» (АиФ, 22-28.06. 2016). Со значением интенсивности и полноты действия, имеющего отрицательный результат, можно отметить новые префиксальные глаголы *зациклиться, обкуриться* (откуда *обкуренные*), *огламурить* (откуда причастие *огламуренные*), *задружиться* и т. п.

Активны и перфективные окказионализмы со значением изменения действия: *очеховить* (т. е. изменить в духе Чехова) («У меня огромное желание Горького «очеховить», то есть воплотить ту психологическую тонкость драматургии, которую обычно при постановке его пьес опускают» (КП, 23.11.2010); *ускромнить* («...теннисисток, которые стали радовать взгляд красивыми нарядами вместо скучно-спортивного унисекса, теперь пытаются всячески «ускромнить» (МК, 28.01-04.02. 2009).

Глагольные новообразования, как и другие неологические явления, зачастую связаны с какими-л. злободневными, насущными, широко обсуждаемыми явлениями, событиями, которые у всех «на языке» и которые становятся основой и для словотворчества. В связи с недовольством системой ЕГЭ в оценке знаний школьников появилось много глагольных окказионализмов, в которых обыгрывается это слово в разного рода отрицательных, разоблачительных контекстах: *ЕГЭ-кнуться* («Совсем ЕГЭнулись. На прошлой неделе сотрудники российских вузов оказались поражены заявлением, что подготовительные курсы в вузах не нужны. Школьной подготовки к сдаче ЕГЭ и к поступлению вполне достаточно» (МК, 15-22.09. 2010), *обЕГЭрить* (языковая игра с *объегорить* ‘обмануть, обвести вокруг пальца’) (Как *объЕГЭрить* государство. 10 видов мошенничества с результатами Единого госэкзамена (МК, 13-20.05.2009). После громких скандалов о присвоении больших сумм денег чиновниками, причастными к строительству олимпийских объектов в Сочи, в СМИ появился глагол *солимпиадить* (созданный по модели бытовавшего в разговорной речи советского времени глагола *скомуниздить* ‘украсть’) в значении ‘совершить хищение бюджетных средств’ (Словарь перемен, 2014, 25).

Активно образуются от глаголов, а также прилагательных абстрактные существительные с формантами *-(из)ация*, основанные по модели precedентных текстов советского периода – ‘электрификация всей страны’, ‘всеобщая мобилизация’, обозначающие злободневные явления в нашей общественной жизни и отличающиеся яркой оценочностью:

долларизация; пинкодизация; менеджеризация; путинизация и депутинизация; тандемизация; вертикализация (власти) и пр. Интересный пример представляет собой окказионализм *десоветизация* (букв. ‘утрата совести’) (АиФ, 22-28.2016), демонстрирующий не только продуктивность рассматриваемой модели, но языковую игру, также чрезвычайно частотную в языке СМИ, т. к. созвучно известному деривату *десоветизация*.

Приведённые примеры демонстрируют ярко выраженную эмоционально-оценочную составляющую. «Благодаря возможностям глагольной модификации нюансы и оттенки в характере протекания действия могут быть представлены под эмоциональным углом зрения, а, следовательно, языковая концептуализация характера протекания действия в русском языке обладает ярко выраженным экспрессивно-прагматическим характером, что создаёт благоприятные условия для различных форм воплощения лингвокреативного мышления» (Ремчукова, 2010, 204).

В результате масс-медийного словотворчества возможна семантическая эволюция, «семантический дрейф» лексем, чаще всего в направлении от конкретного к абстрактному, максимально размытому, как произошло, например, со словом *майдан*. Известное в украинском языке как номинация площади, это слово на наших глазах превратилось в символ недовольства властью, протesta, противостояния, в результате чего стали возможны многочисленные новообразования с данным корнем: *антимайдан*, *евромайдан*, *майданить* ‘митинговать, выступать против власти, быть в оппозиционном лагере’, *майдануться* ‘сойти с ума на почве митинговых настроений’, *майданутые*, словосочетания *второй майдан*, *повторить майдан*, *выйти на майдан*, *призывать к майдану*, *вспомнить майдан* и т. п.

В заключение нужно признать, что можно только констатировать те или иные тенденции в развитии языка, характерные для сегодняшнего временного среза и запечатлённые в масс-медийном дискурсе, но ещё рано судить о значимости происходящих языковых перемен и о том, какие неологические явления, в изобилии появляющиеся в СМИ, превратятся в языковые факты, ведь «язык не склад, а сито: мелкое, преходящее, незначительное просеивается, а остается только то, что заслуживает хранения» (Верещагин, Костомаров, 1990, 45). Вместе с тем окказиональные факты представляют интерес не только с точки зрения фиксации определённых общественных явлений и выражения отношения к ним социума, но и в лингводидактическом аспекте, т. к. создаются в соответствии с продуктивными деривационными моделями и со всей очевидностью демонстрируют механизмы словообразования, семантический и креативный потенциал тех или иных слово-

образовательных формантов. В связи с этим рассмотренные явления могут стать предметом анализа и комментирования в иностранной аудитории, помогут приобщиться к русской языковой стихии, проследить её тенденции, увидеть возможности русского словарного моделирования и ощутить особенности русского креативного мышления.

### **Литература**

- ВАЛГИНА, Н. С. 2001. Активные процессы в современном русском языке. М.: Логос. ISBN 5-94010-092-9.
- ВЕЖБИЦКАЯ, А. 1996. Язык. Культура. Познание / Пер. с англ.; отв. ред. и сост. М. А. Кронгауз. М.: Русские словари. ISBN 5-89216-002-5.
- ВЕРЕЩАГИН, Е. М. – КОСТОМАРОВ, В. Г. 1990. Язык и культура. М.: «Русский язык». ISBN 5-200-01076-4.
- МАРКОВА Е. – ГРИГОРЯНОВА Т. 2016. Динамические аспекты лексики современных славянских языков. Вгпо: TRIBUN EU.
- РУССКИЙ язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст. Коллективная монография. Н. Новгород, 2014, С. 8-65.
- РЕМЧУКОВА, Е. Н. 2010. Креативный потенциал русской грамматики. М.: URSS. ISBN 978-5-397-01614-8.
- СЛОВА, с которыми мы встречались: Словарь общего жаргона. 1999. / Под ред. Р. И. Родиной, О. П. Ермаковой, Е. А. Зелиной. М.: Азбуковник. ISBN 5-89285-013-7.
- СЛОВАРЬ перемен – 2014. 2015. М.: Три квадрата. ISBN 978-5-94607-20014-5.
- ТОЛКОВЫЙ словарь современного русского языка конца XX века. Языковые изменения / Под ред. Г.Н. Скляревской. М.: Астрель, 2005.

### **Информационные источники и их сокращения**

Аргументы и факты (АиФ)

Комсомольская правда (КП)

Московский комсомолец (МК)

Публикуется в рамках проекта «*Медии. Език. Общество: проблеми и перспективи*» Университет "Проф. д-р Асен Златаров" в г. Бургас (Болгария), (Договор № НИХ - 379 / 2016 г. от 27.05.2016 г.

## ЭКСПРЕССИВНОСТЬ ПРЕССЫ В РУССКО-СЛОВАЦКОМ КОНТЕКСТЕ

## EXPRESIVITY OF PRESS IN THE RUSSIAN-SLOVAK CONTEXT

Lenka Alieva

Katedra jazykov Technickej univerzity v Košiciach

Одна из областей, нуждающихся в нынешнее время в помощи устного переводчика, - это область двусторонних политических переговоров. Устный переводчик должен выступать в конкретном процессе перевода в качестве профессионала владеющего всеми закономерностями языка-оригинала и языка-перевода. Его регулярная предварительная подготовка до процесса перевода является одной из предпосылок адекватного трансфера информации при конкретном акте перевода.

*At present, one of the areas requiring the help of an interpreter is the area of bilateral political negotiations. In the particular process of interpretation the interpreter should be a professional in relation to original and target language as well. His regular preparation before the process of interpreting assumes an adequate transfer of information in the particular act of interpretation.*

**Ключевые слова:** устный перевод, пресса, устойчивые словосочетания, предварительная подготовка до процесса перевода

**Key words:** interpretation, press, phraseological phrase, preparation before process of interpretation

### Фразеологизмы и ассоциативность в речи политиков

Проблематика фразеологии рассматривается в рамках любого языка, поскольку носители языка тяготеют к выражению своих мыслей не только при помощи нейтральных языковых единиц. Фразеология представляет собой неисчерпаемый источник речевой экспрессии, к которой прибегают люди в рамках ежедневного общения, в художественных произведениях, публицистике и т. п. Фразеологизмы употребляются именно благодаря их природе. Как утверждает Виноградов, «большинство фразеологизмов стилистически значимы, обладают эмоционально-экспрессивными оттенками» (Виноградов, 2001, 180).

Русская публицистика богата устойчивыми словосочетаниями, благодаря которым текущим событиям даётся разного рода оценка (ироническая, шутливая, сатирическая). Характерной чертой русской публицистики является и намёкивание; использование таких устойчивых словосочетаний (фразеологизмы, фразы из произведений), которые служат средством выражения оценки посредством ассоциации. Хотя

руссская публицистика экспрессивнее словацкой, и в ней такая тенденция наблюдается.

К фразеологическому богатству прибегают публицисты и в рамках оценки политических событий. Но и сами политики иногда употребляют его для оживления дискуссии, для выражения своих мыслей свободнее, но с дипломатическим замыслом. Устный переводчик должен ожидать и высказывание политиком такого рода мысли. Последовательный перевод – это перевод, используемый в двусторонней дипломатии. Для переводчика очередная внимательность к политическим и общественным событиям является своего рода подготовкой до процесса перевода. Уделение внимания к чтению ежедневной или еженедельной русской и словацкой пресс считаем одной из предпосылок «формирования специальной составляющей, формирования способности осуществлять перевод в определённой предметной области» (Латышев – Провоторов, 2001, 134).

На тщательно выбранном материале стараемся продемонстрировать специфику русского и словацкого языков в данной области общественной жизни.

Президент Российской Федерации в ходе пресс-конференции в Братиславе высказался по отношению к прибалтийским государствам в этом духе:

- Мы протягиваем руку дружбы и от них зависит, пожмут ли её или нет.
  - My ponúkame ruku priateľstva a záleží od nich, či ju príjmu.
- Хотя словацкое предложение носит характер фразеологического высказывания, по отношению к русскому варианту не было сохранено всё его богатство полностью. В данном контексте однако важно было передать суть предложения в целом, и интерпретировать намерение самого оратора.
- Многим губернаторам, желающим заручиться президентским доверием, приходится делать хорошую мину при плохой игре. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru), 23. 2. 2005)
  - Mnohí gubernátori, ktorí chcú získať dôveru prezidenta, sa musia tváriť ako-by sa nič nedialo (akoby sa nechumelilo).

- Подтверждаем, чему может служить тот факт, что Америка активно вмешалась в события на Украине, т. е. наглядно показала: как говорится дружба дружбой, а денежки врозь. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru), 24. 2. 2005)
- Potvrdzujeme, čomu môže slúžiť fakt, že Amerika sa aktívne zapojila do udalostí na Ukrajine, je zjavné, že ako sa hovorí priatelia bud'me, dlhy si plat'me.
- Если вы не смогли разобраться, то не надо валить с больной головы на здоровую, надо отделить ошибки Горбачёва от вины и ответственности Ельцина. (Литературная газета, № 1, 2005)

- Ak ste to nepochopili, netreba skladat' vinu na iného, je potrebné rozlišovať chyby Gorbačova od Jeľcinovej viny a zodpovednosti.

Для переводчика важно не только чтобы понять фразеологизм, но и найти подходящий эквивалент в целевом языке, если существует. В указанных примерах экспрессивно-эмоциональная окраска сохранилась.

У переводчика иногда возникнет вопрос, как перевести образное словосочетание, которое он на иностранном языке понимает, но должен его перенести в такой форме, чтобы это понял и реципиент.

- Новый комиссар ООН по правам человека хочет работать конструктивно, чтобы проблемы в России решать, а не танцевать на них. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru), 23. 2. 2005)
- Nový komisár OSN pre ľudské práva chce pracovať konštruktívne, riešiť problémy v Rusku, a nie prešlapovať na jednom mieste.
- Правительство получит в Думе «ремня», но останется. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru), 24. 2. 2005)
- Vláda dostane remeňom v Dume, ale zostane.

Высказывание «нас погубило русское авось» (Литературная газета, № 1, 2005), придётся переводчику объяснить, например, в виде словацкой реплики «zničila nás ruská nerohodnosť», хотя в Большом русско- словацком словаре существует фразеологизм «На русское авось надейся, да сам не плошай!» (Ľudí sa rád, a svojho rozumu sa drž!).

На наш взгляд, многие фразеологические единицы вошли в обиход политической области уже в таком размере, что они иногда уже не воспринимаются как фразеологические единицы, хотя определённого рода экспрессия в них чувствуется. Например:

- Это был удар под дых. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru)) – Bol to úder pod pás.
- Первую скрипку во время саммита играет американская сторона. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru)) – Prvé husle počas summitu hrá americká strana.
- Выяснив отношения, мировые лидеры сняли боксёрские перчатки. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru)) – Po objasnení vzťahov si svetoví lídri dali dole boxerské rukavice.
- Митинг, конечно, задел за живое. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru)) - Mítинг samozrejme zaťal do živého.

При переводе этих фразеологических единиц у переводчика не должна появиться проблема правильного подбора варианта, потому что данные устойчивые словосочетания и в словацком и в русском языках имеют одинаковое значение и даже близки по фонетическому облику.

Хотя русская пресса является более экспрессивной, в словацкой прессе нами найдены, например, следующие образные устойчивые словосочетания:

- Politika Vladimíra Putina je tfňom v oku západnej verejnosti, bez ohľadu na názory politikov. (Hospodárske noviny, č. 39, 2005)
- Политика В. Путина есть бельмом на глазу у западного общества независимо от мнения политиков.
- Kto chce psa bit', palicu si najde. (Hospodárske noviny, č. 9, 2005)
- Коли быть собаке битой – найдётся и вина.

Встречаются и такие фразеологические единицы, как: viest' do slepej uličky(вести в тупик), rozviazať ruky (развязать руки), šliapnuť na kurie oko (наступить на мозоль).

Проблемы при переводе для переводчика могут вызывать и появляющиеся прежде всего в русской прессе при оценке политических событий разные намёки. В России часто в этом контексте используются названия произведений, выражения из произведений, которые живут в сознании носителей языка. Но для переводчика может вызвать проблему, как перевести такого рода сообщения. При этом он должен считаться с тем, что реципиент не знает данного произведения, и потому это у него не вызовёт никаких ассоциаций. Такого рода сообщение не будет иметь для реципиента никакого значения. Намёки – это одна из проблем, особенностей, с которыми переводчику приходится бороться во время процесса перевода.

- Шаг по отношению вступления Словакии в ЕС принесёт словакам постепенное выравнивание жизненного уровня со всеми странами ЕС и вообще это ключ к квартире, где деньги лежат. (Тренд, 2003)
- Vstup do EÚ prinesie Slovákom postupné urovnávanie životnej úrovne s ostatnými členskými krajinami a je to kľúč od izby, kde ležia peniaze.

В России это выражение из произведения «Двенадцать стульев» Ильфа-Петрова активно живёт. У словацкого реципиента оно таких ассоциаций как у русских не вызывает, разве у тех, кто в Словакии данное произведение читал. Даже если и не читал, из такого перевода словаки всё равно поймут, о чём идёт речь. Мы встретились, однако, и с намёками, которые вызовут определённые ассоциации и у словацкого реципиента.

- Совет Европы умывает руки, он не будет посредничать в чеченском конфликте. ([www.ng.ru](http://www.ng.ru))
  - Rada Európy si umýva ruky, nechce figurovať v čečenskom konflikte.
- И русским и словакам из Библии известно умывание рук Понтия Пилата касательно смерти Иешуа Га-Ноцри, поэтому переводчик мог это выражение перевести буквально. В следующем примере намёк на «Сказку о золотой рыбке».
- По мнению А. И. Подберёзкина, 20 лет от перестройки прошли бессмысленно и Россия всё у того же разбитого корыта. (Литературная газета, № 7-8, 2005)

• Podľa A. I. Podberiozkina, 20 rokov od perestrojky prešlo nezmyselne a Rusko je stále pri tom rozbítom koryte.

### **Жаргон в речи политиков и журналистов**

Под понятием жаргонизм понимаем языковые единицы характерные для речи определённой группы людей. Русская политическая арена на такого рода языковые единицы богаче словацкой.

По нашему исследованию существует группа жаргонной лексики, которую встречаем в рамках политической жизни или в СМИ и в Словакии и в России.

- Знаменитые **«азиатские тигры»** проводили политику, которая отличалась от рекомендованной западными государствами. («Ведомости», 2003)

- Významné **«ázijské tigre»** uskutočňovali politiku, ktorá sa odlišovala od tej, ktorú im navrhovali západné štáty.

Под странами «азиатские тигры» переводчику следует понимать страны Юго-Восточной Азии (Южную Корею, Сингапур, Малайзию, Тайвань), которых экономика развивалась в 1970 - 80-х гг. темпами, значительно превышающими среднемировые.

- В ситуацию даже были вынуждены вмешаться депутаты, которые **«вызывали на ковёр»** премьер-министра. (Московский комсомолец, 2003)

- Do tejto situácie sa museli zapojiť aj poslanci, ktorí si **«na koberček zavolali»** premiéra.

Это выражение обозначает и в Словакии и в России потребность явки определённых лиц для объяснения допущенных ими ошибок в исполнении своих должностных обязанностей.

- Ирану, Ираку, Северной Корее президент вновь показал «жёлтую карточку», назвав их **«осью зла»**. (Московский комсомолец, 2003)

- Irán, Irak a Severná Kórea opäť dostali od prezidenta žltú kartu, keď ich nazval **«krajinami zla»**.

В Словакии существует для этих государств и другое обозначение, а именно «*krajiny ohrozujúce mier*».

- Сложно судить о деталях отношений на республиканской **«политической кухне»...**

- Tažké je posudzovať detaily v republikánskej **«politickej kuchyni»...**

В России и в Словакии этот жаргонизм обозначает взаимодействие между субъектами политического процесса включая публичную политику, закулисные маневры и т. п.

- Руководитель информационно-аналитического центра сказал, что **«теневой кабинет»** существует только у КПРФ. (Коммерсантъ, 2003)

- Riaditeľ informačno-analytického centra sa vyjadril, že **«tieňový kabinet»** má len Komunistická strana RF.

Это словосочетание вошло в русский язык калькированием с анг. я. «shadowcabinet», так как и «утечка информации» («informationleakage») обозначает состав кабинета министров, намечаемый лидерами оппозиции.

- Скандал начался с **«утечки информации»** из служб безопасности... («Эксперт», 2003)
- Škandál sa začal **«únikom informácie»** z tajných služieb...

В российской прессе можно найти ряд жаргонизмов, которые не имеют свой эквивалент в словацком языке. Переводчик их переведёт, но они уже теряют окраску жаргонной лексики. Например:

- Путин – едва ли не главный неформал среди президентов: при нём **встречи «без галстуков»** на высшем уровне стали обыденностью. (Комсомольская правда, 2003)
- Putin patrí medzi neformálnych prezidentov, dáva prednosť **neformálnosti** počas stretnutí na najvyššej úrovni.

Жаргонное выражение встреча «без галстуков» (калька с анг. я. «no tie session») обозначает встречу политиков или бизнесменов в неформальной обстановке, без соблюдения большинства полагающих норм протокола. При переводе на словацкий язык оно получает нейтральный облик «neformálne stretnutie», которое выражает суть этого жаргонизма и в Словацкии оно употребляется в этой форме.

- Алексей Кудрин, временами выступающий в роли **«говорящей головы»** правительства... (Независимая газета, 2001)
- Alexej Kudrin bol istý čas **hovorcom** vlády...

Русское выражение «говорящая голова» выступает в значении представителя, уполномоченного органами власти озвучивать официальную точку зрения, т. е. при переводе «hovorca». Второе значение этого выражения используется для обозначения, прежде всего, теледикторов, т. е. при переводе «redaktor». Данные русские жаргонизмы имеют свои эквиваленты в словацкой среде, которые выступают в роли нейтральных языковых единиц.

В русской прессе часто встречается выражение «силовики». В словацкой прессе такого рода жаргонное выражение не существует, и для обозначения представителей министерства обороны и других военизованных министерств используется выражение «predstaviteľia sôlového rezortu».

- Деградация общества происходит не потому, что у нас много **«силовиков»**, и не потому, что «силовики» - «плохие». (Литературная газета, № 7-8, 2005)

- Degradácia spoločnosti prebieha nie preto, že máme veľa «predstaviteľov silového rezortu», ani nie preto, že sú zlí.

Интерес у переводчика вызывает и жаргонизм «хромая утка» (калька с англ. я. «lame duck»), который обозначает политика, который вступая во вторую половину своего последнего избирательного срока, не может принимать крупных решений.

- Все эти игры – чистая ерунда, потому что такие конфигурации предполагают что Путин – «хромая утка». (Литературная газета, № 7-8, 2005)
- Takéto hry sú nezmyselné, pretože takéto zoskupenia predpokladajú, že Putin «nebude robiť zásadné rozhodnutia».

В этом случае следует прибегать к переводу данного жаргонизма на словацкий язык нейтральным способом, чтобы таким образом выразить суть высказывания, поскольку в словацкой среде такого рода жаргонизм не существует.

Жаргонная лексика в области политики используется в большей мере в России, чем в рамках словацкого лексического пласта, где таких выражений мало. При их переводе с русского языка на словацкий высказывание переводчика расширяется или усложняется, потому что он должен либо воспользоваться нейтральным выражением, либо пояснить его словацкому реципиенту, и это его речь усложняет. В противоположном случае наоборот, если переводчик владеет русской жаргонной лексикой, то он может ею, в целях экономности, воспользоваться. В случае, если переводчик данным жаргонизмом не владеет, за ним право попросить объяснения у оратора. При последовательном переводе такая форма коммуникации между оратором и переводчиком допускается ради правильного изложения мысли и замысла оратора.

На данном материале мы стараемся продемонстрировать суть процесса последовательного перевода, в рамках которого информацию переводим в виде основной мысли высказанного. СМИ нам регулярно приносят новые сведения о происходящем в общественной жизни и политике в частности. Ежедневное проявление интереса устного переводчика к новым происходящим в мире событиям путём анализа русской и словацкой прессы способствует усвоению новой лексики, разбианию в уже усвоенной лексике и регулярному пополнению знаний.

## Литература

ВИНОГРАДОВ, В. С. 2001. Введение в переводоведение. Москва: Издательство ИОСО РАО, 2001, с. 180. ISBN 5-7552-0041-6.

- DOROTJAKOVÁ, V. – ĎURČO, P. – FILKUSOVÁ, M. – PETRUFOVÁ, M. – MALÍKOVÁ, M. O. 1998. Rusko-slovenský frazeologický slovník. Bratislava: SPN. ISBN 80-08-00304-9.
- ЛАТЫШЕВ, Л. К. – ПРОВОТОРОВ, В. И. 2001. Структура и содержание подготовки переводчиков в языковом вузе. Москва: НВИ-ТЕЗАУРУС, с. 134.
- МОКИЕНКО, В. М. – НИКИТИНА, Т. Г. 2001. Большой словарь русского жаргона. Санкт-Петербург: Норинг. ISBN 5-7711-0091-9.
- ТИХОНОВ, А. Н. – КОВАЛЕВА, Н. А. 2001. Учебный фразеологический словарь русского языка. Москва: ООО Издательство Аст, Издательство Астрель. ISBN 5-17-010598-3, ISBN 5-271-03270-1.

**Информационные ресурсы:**

<http://www.kommersant.ru>

<http://www.ng.ru>

<http://www.vedomosti.ru>

**K PROBLEMATIKE PUBLICISTICKEJ  
POST-SOVIETSKEJ LEXIKY**  
**ON THE PROBLEMATICS OF JOURNALISTIC  
POST-SOVIET LEXICON**

**Viktória Vráželová**

Katedra jazykov Technickej univerzity v Košiciach

*Post-sovietske obdobie je spojené s demokratizáciou ruskej spoločnosti a charakterizujú ho výrazné zmeny v lexikálnom systéme jazyka. Najmarkantnejšie zmeny v novej ruskej lexike sa prejavujú v masmediálnej publicistike. V príspevku sa zameriavame na analýzy zmien a procesov v ruskej lexike, ktoré sa začali v 80-tych rokoch 20. storočia a kontinuálne prebiehajú až do súčasného obdobia. Na poli lexiky dochádza k aktivizácii historicizmov, ktoré označujú nové reálne, taktiež vznikajú nové slová na základe domáčich slovotvorných modelov a v neposlednom rade veľký počet slov pribúda do ruštiny z iných jazykov, predovšetkým z angličtiny.*

*Post-soviet period is associated with the democratization of the Russian society what had an impact on significant changes in the lexical system of the Russian language. The most significant changes in the new Russian lexicon can be observed in journalism. The paper deals with the analysis of changes and analysis of processes that occurred in the Russian lexicon in the 80-ies of the 20th century and have been proceeding until nowadays. In the field of lexicon there are processes such as activisation of historicisms that denominate new extralinguistic reality , forming of new words on the basis of domestic word-formation models and last but not least, borrowing words from other languages, especially from English language.*

**Kľúčové slová:** lexika, historicismus, neologizmus, anglicizmus, slovotvorba

**Key words:** lexicon, historicism, neologism, anglicism, word formation

## **1 Úvod**

Výučba ruštiny ako druhého cudzieho jazyka zahŕňa viacero jazykových rovín. Okrem gramatickej a zvukovej úrovne sa kladie dôraz predovšetkým na zvládnutie bežnej, ako aj odbornej slovnej zásoby. Študenti žurnalistiky orientujúci sa na východné trhy by mali mať prehľad o súčasnej ruskej lexike a tiež by mali byť schopní aj istej retrospektívy – ovládanie zastaranej lexiky patrí tiež k dôležitým kompetenciám odborného používateľa jazyka. Orientovanie sa v neologizmoch, archaizmoch a historizmoch výrazne napomáha študentom pri chápaní ruských publicistických textov a môže byť nápmocné aj pri vlastnej produkcií textov v ruštine.

Za inšpiratívnu publikáciu pri osvojovaní si ruskej lexiky pokladáme monografiu Современный русский язык (2010) ruských autoriek L. I. Rachmano-

vovej – V. N. Suzdaľcevovej, ktorá je adresovaná ruským vysokoškolským študentom žurnalistiky a študentom pedagogických fakúlt. Obe autorky poukazujú na zmeny v systéme jazyka, ktoré nastali v ruštine v post-sovietskem období. Vymedzujú pojem „novej ruskej lexiky“, ktorú možno ohraničiť obdobím začínajúcim od druhej polovice 80-tych rokov 20. storočia do súčasného obdobia. Uvedené obdobie je spojené s demokratizáciou ruskej spoločnosti a charakterizujú ho výrazné zmeny v lexikálnom systéme jazyka. Najmarkantnejšie zmeny v novej ruskej lexike sa prejavujú v masmediálnej publicistike. Publicistika, či už hovorená alebo písaná, reflekтуje všetky prevratné zmeny v spoločnosti ako prvá a zároveň je „motorom vývojovej dynamiky slovnej zásoby“ (Sochová – Poštoková, 1994, 9).

Post-sovietske obdobie charakterizujú ruské lingvistiky L. I. Rachmanovová a V. N. Suzdaľcevová ako obdobie, kedy nastalo „oslobodenie vedomia a jazyka“ (2010, 153). V 90-tych rokoch 20. storočia došlo v jednotlivých sférach ruskej lexiky k výrazným zmenám z hľadiska aktívneho a pasívneho používania slov. V ruštine sa začali aktivizovať slová, ktoré sa v predošom období nachádzali iba v periférnej časti slovnej zásoby. Prechod z periférnej časti slovnej zásoby do bežného používania vidíme na príkladoch slov s finančnou tematikou bиржа (burza), акция (akcia), рынок (trh) alebo slov s religióznou tematikou священное́де́йствие (bohoslužba), священное́де́йствовать (slúžiť bohoslužbu). Opačný trend je u časti lexém vytvorených z priezvisk známych politických osobností, napr. ельцинист, горбачевец, ktoré v krátkej dobe po ich vzniku stratili nádych novosti a dostali sa do pasívnej slovnej zásoby.

Historicko-spoločenský vývin sa odrazil nielen v kvalitatívnom, ale aj v kvantitatívnom obohatení ruskej lexikálnej zásoby. V ruskej lexike v tomto období došlo k viacerým procesom, ktoré viedli k jej obohateniu. V lexikálnom podsystéme ruského jazyka vznikol veľký počet nových slov, ktoré sa začali používať v aktívnom fonde slovnej zásoby. Neologizmy vznikli pomocou domácich slovotvorných modelov alebo prevzatím z konkrétnych národných jazykov, predovšetkým z angličtiny. Import internacionálnych slov do ruskej lexiky sa spája s procesom internacionalizácie, pričom výhodou týchto slov je, že „nemajú vzťah k reálnemu jazykovému prostrediu“ (Ondrus – Horecký – Furdík, 1980, 198).

## **2 Procesy v post-sovietskej lexike**

V rámci obohacovania ruskej slovnej zásoby došlo k viacerým procesom. Pri opise zmien v post-sovietskej lexike vychádzame z klasifikácie autoriek L. I. Rachmanovovej – V. N. Suzdaľcevovej (2010). Zmeny sú spojené s nasledovnými procesmi, pri ktorých došlo k:

**(a) k znovupoužívaniu historizmov, ktoré zastarali v ich priamom význame, ale získali v jazyku tkzv. „druhý život“ v ich metaforickom význame.** Vo forme metafor sa dostávajú späť do aktívnej slovnej zásoby sémantické neologizmy: барин – v priamom význame historizmus vo význame „статкár“ → získava súčasný obrazný význam „человек, который не работает сám“; подобно холоп – v priamom význame: „невоиник“ → v súčasnom obraznom význame: „прислуховаč“; приживальщик – v priamom význame: „ненадежный шлахтич живущий в доме богатых помещиков, которого главной задачей было забавлять родину“ → v súčasnom obraznom význame: „человек живущий на чужой счет, пьющий“;

**(b) k znovupoužívaniu historizmov, ktoré začali označovať nové reálie, podobné niektorými vlastnosťami na zastarané predmety alebo javy.** Meďzi sémantické neologizmy zaraďujeme lexémy: лосины (priliehavé nohavice, ktoré boli súčasťou rovnošatých niektorých plukov v cárskom Rusku → legíny, módne priliehavé nohavice); губернатор (náčelník administratívno-teritoriálnej jednotky v cárskom Rusku, губерния → náčelník oblastnej alebo krajskej správy v niektorých regiónoch Ruska); дума (bývalá vládna ustanovizeň v cárskom Rusku → dolná komora parlamentu), кабак (zariadenie poskytujúce alkoholickej nápoje pre spodné vrstvy v cárskom Rusku → reštaurácia, кавиарня); лицей, гимназия, кадетский корпус;

**(c) k opäťovnému používaniu pomenovaní javov, ktoré existovali v minulosti, ale existencia týchto javov bola tabuizovaná.** Výsledkom tejto skutočnosti bol fakt, že tieto pomenovania typu neboli lexicograficky zaznamenané: отказник (человек, который отказался от своей ответственности, напр. военной службы), правозащитник (человек, который выступает перед судом и защищает права и свободы, защищая их от государства), застой (стagnация под руководством Л. И. Брежнева в советском периоде), сталинист (приверженец идеологии Сталина), рэйт (вспышка), мафия. Vyššie uvedené slová neboli zaznamenané v druhom vydaní štandardného slovníka ruského jazyka АН СССР, vydaného Akademiou vied v rokoch 1981-1984<sup>1</sup> z dôvodu, že poukazovali na nežiadúce javy, ktoré nekorešpondovali so sovietskou ideológiou;

**(d) k vzniku nových pomenovaní, ktoré odrážali čiastočnú zmenu predmetov alebo javov, respektívne predstáv o danom predmete alebo jave prostredníctvom domáciach slovotvorných modelov.** Viaceré nové pomenovania, ktoré odrážajú čiastočnú zmenu predmetov alebo javov, vznikli procesom abreviácie. Zmeny v ruských reáliach sú viditeľné cez pozmenené tvary pôvodných skratiek: СМИП (средства массовой информации и пропаганды)

<sup>1</sup> Údaj uvádzajú L. I. Rachmanovová – V. N. Suzdal'cevová (Современный русский язык, 2010, 149).

→ СМИ (средства массовой информации)<sup>2</sup>; ГАИ (Государственная Автомобильная Инспекция) → ГИБДД (Государственная инспекция безопасности дорожного движения). Okrem pozmenených skratiek narastá počet nových skratiek vytvorených podľa modelov ruskej slovotvorby, napr: ЕГЭ (Единый Государственный Экзамен – test pri ukončení strednej školy slúžiaci ako kritérium prijatia na vysoké školy v Ruskej federácii); ОБЖ (охрана безопасности жизни - nový predmet zavedený na školách o ochrane zdravia); АО (акционерное общество); ООО (общество с ограниченной ответственностью); ТОО (товарищество с ограниченной ответственностью). Jednou z osobitostí ruskej abreviácie je vznik skratkových slov z pôvodných skratiek, t. j. vznik lexém s plnohodnotným slovotvorným potenciálom. Takým príkladom je skratka ОМОН (Отряд милиции особого назначения), z ktorej bolo odvodené substantívum омоновец. Skracovanie súvisí aj so snahou o úspornosť jazykových prostriedkov v reči, ktorá sa prejavuje nahradzovaním ruských viacslovných pomenovaní anglickými jednoslovými (*образ себя* → имидж, *молодой человек в возрасте от 12 до 20 лет* → тинейджер, *рабочий конец недели* → уикенд/уик-энд, *показатель популярности* → рейтинг, *наиболее популярная песня* → хит, *обзор печати* → дайджест, *система власти и управления* → истеблишмент).

**(e) k vzniku nových pomenovaní vytvorených podľa modelov ruskej slovotvorby.** Pri tvorbe nových slov podľa vlastných slovotvorných modelov ruského jazyka ostávajú podľa L. I. Rachmanovovej – V. N. Suzdalcevoj produktívnymi rovnaké slovotvorné modely, aké boli v lexike 70-ich rokov 20. storočia (2010, 151). Napríklad pri tvorbe nových substantív označujúcich osoby ostávajú aktívne sufiksy: -ец, -ист, -ник, -щик; pri pomenovávaní procesov ostávajú aktívny suffix –изация (v lexémach долларизация страны, паспортизация населения, криминализация власти). V publicistických textoch vznikajú nové slová tzv. nálepky (tamže, 2010, 31), ktoré predstavujú šablónovité označenia osôb, väčšinou s negatívnou konotáciou: афганец (советский воин, ktorý bojoval v Afganistane v rokoch 1979-1989), гекачепист (účastník protigorbačovského hnutia v roku 1991 s cieľom odstrániť M. Gorbačova z postu prezidenta), омоновец (člen oddielu polície zvláštneho určenia), спецназовец (člen jednotky zvláštneho určenia ruských ozbrojených síl bojujúci proti terorizmu), дудаевец, сталинист, неосталинист, перестройчик, антиперестройчик, враг перестройки, аппаратчик, номенклатурщик, демократ, a podobne. Súčasné slová-nálepky nahradili slová-nálepky z minulého sovietskeho obdobia ako комсомолец, агитпоезд, коллективист,

<sup>2</sup> В пост-советском обdobí bol namiesto termínu СМИП vytvorený aj termín МСИ (массовые средства информации), ktorý sa neujal (М. Н. Кимм, Основы теории журналистики, СПб : Издательство Питер, 2013, с. 232).

politotdel, antisovetčík, podkulachník, vrag naroda, atď. Význam niektorých z uvedených lexém je ľažko odvoditeľný bez znalosti politického pozadia v krajine.

**(f) k vzniku nových pomenovaní, ktoré sú v rozpore s modelmi ruskej slovotvorby.** Rastúca snaha s cieľom vytvoriť čo najoriginálnejšie a najvýstížnejšie pomenovania viedla v niektorých prípadoch k upevneniu slov v ruskej lexike, ktoré neboli vytvorené podľa modelov ruskej slovotvorby. Lexémy, ktoré narúšajú stereotyp ruských slovotvorných modelov, nachádzame v názvoch firiem: Мастердент, СтройДвор, Техносила, ЦентрОбувь, КосметикСити; v názvoch produktov: Нестарин (prípravok proti starnutiu), Быстросуп: (instantná polievka), Негрустин (antidepresívum), Длянос (nosné kvapky); v názvoch televíznych programov Телеутро, Теледоктор. Neuvážlivé zaobchádzanie so slovom zaznamenávame v reklamných sloganoch ako Bo главе красивых волос (reklama na šampón Shauma na staniciach metra v Moskve), Диктатура закона интерьера (reklama nábytkárskej firmy), alebo Энергичное качество (reklama na tlačiarne), kde jednotlivé slová strácajú svoj pôvodný význam a oslabuje sa tým ich nominatívna funkcia.

**(g) k vzniku nových pomenovaní prevzatím slov cudzieho pôvodu.** Od začiatku 90-tych rokov 20. storočia prebieha v ruštine masívne prijímanie nových lexém cudzieho pôvodu, predovšetkým z neslovanských jazykov (najmä angličtiny). Proces prijímania anglicizmov do ruskej lexiky má doposiaľ pokračujúcu tendenciu, anglicizmy sa rozširujú hlavne prostredníctvom verejných telekomunikačných prostriedkov, tlače a pod. Veľký počet výpožičiek z angličtiny vzniká transferom z latinky do azбуky.

Rozšírené používanie anglicizmov zaznamenávame v ruských reklamných nápisoch. Reklama nadobudla významný vplyv na súčasný stav ruského jazyka a stala sa neoddeliteľnou súčasťou života ruskej spoločnosti. Anglicizmy sa vyskytujú: 1. v názvoch firiem a obchodov (Макдоналдс - názov reštaurácie na Puškinskom námestí, Котлета Хаус - názov kaviarie na Leninskom prospekte, Ланч на всякий пожарный - nápis nad vchodom do pivárne doprevádzajúci názov Пивная 01, Мебельланд - obchod s nábytkom); 2. pri propagácii брифинг, саммит, лобинг, спонсор, импичмент, исламизация, плюрализм, популизм, промывание мозгов, имидж, гринписовец, репорт). Prehnané používanie anglicizmov zaznamenávame v reklamných nápisoch typu *Москва - Cumu označujúce* budúce nové veľké administratívne a podnikateľské centrum v Moskve, kde už z názvu je evidentné, že ide o prehnané užívanie anglického slova city. Lexému Сити sme zaznamenali aj v pomenovaniach ОбувьСити na Leninskom prospekte, Косметик Сити, Торговый центр Глобал Сити. Músime konštatovať, že snaha o originálnosť pomenovania pridaním barbarizmu, v našom prípade anglického elementu typu *cumi*, *холл*, *ланд*, *хаус* znejasňuje celkový význam ruských pomenovaní.

### **3 Postoje niektorých jazykovedcov k preberaniu anglicizmov do ruštiny**

Skutočnosť, že na anglickom lingvokultúrnom základe bol do ruštiny prijatý veľký počet neologizmov, potvrdzuje E. Malá, ktorá uvádza, že „anglický jazyk sa v 20. storočí postupne etabloval ako báza transferu nových slov do ruštiny, pričom proces transferácie je čoraz intenzívnejší“ (2003, 23). Autorky Ľ.I. Rachmanovová a V. N. Suzdaľcevová vnímajú masívne preberanie anglických lexém do lexiky ruského jazyka ako diktát módy cudzích slov. Autorky konštatujú, že súčasná lexika je najintenzívnejšie dopĺňaná práve vďaka prevzatiám. Domáce slovotvorné modely sa podielajú na obohacovaní súčasnej lexiky v menšej miere, pričom ich produktivnosť ostáva, v porovnaní s minulosťou, nezmenená (2010, 150-151). Uvedené tvrdenie dávajú autorky do kontrastu s obdobím po VOSR, keď dominovali pri tvorbe slov domáce slovotvorné modely a vznikali lexémy typu *комсомолец*, *агитпoeзд*, *коллективист*, *политотдел*.

K problematike preberania anglicizmov do publicistickej lexiky v rusko-slovenskej analógii, sa vyjadruje J. Sipko (1999, 94-97), ktorý na základe dlhorčného výskumu súčasnej ruskej a slovenskej tlače konštatuje, že v ruskej tlači, v porovnaní so slovenskou, je zvýšený výskyt anglicizmov. Tendenciu intenzívnejšieho preberania, ako aj zvýšenú frekvenciu výskytu anglicizmov v ruskej tlači, vysvetluje etnokultúrnymi osobitostami oboch národov, pričom jedným z dôvodov je „nižšia miera jazykového purizmu u veľkých národov v porovnaní s tými menšími.“ (Sipko, 1999, 96). Zároveň poznamenáva, že terminologická lexika (predovšetkým termíny z oblasti politiky, ekonómie a financií) sa preberá v ruskom a slovenskom jazyku v skoro rovnakej mieri. Zvýšenú frekvenciu anglicizmov v ruskej tlači J. Sipko odôvodňuje väčším počtom nových lexém, ktoré vznikli odvodením z prevzatých lexém. V tejto súvislosti môžeme poznamenať, že o stupni adaptácie prevzatej lexémy svedčí tvorba jej derivátov a slovotvorného hniezda (Furdík, 2004, 122). Väčší počet derivátov a následne vznik bohatšieho slovotvorného hniezda môžeme demonštrovať na príklade prevzatej lexémy *raket* (z angl. *racket*, *vydieranie*), ktorá sa vyskytuje v odvodených formách: *raketir*, *raketirstvo*, *Gosraket*, pričom v slovenských publicistických textoch k prevzatiu anglickej lexémy *racket* do možnej transferovanej podoby *reket*, respektíve k vzniku ich odvodených tvarov, zatiaľ nedošlo. Slovotvorné hniezdo vzniklo aj v prípade lexémy *пиар* odvodenej od akronymickej skratky PR (z angl. *Public Relations*). Prevzatím skratky PR došlo k lexikalizácii jej výslovnosti a následnému vzniku ruskej lexémy *пиар*, označovanej taktiež termínom „*slovoid*“ (Sipko, 2011, 39). Vysoký stupeň adaptovanosti lexémy *пиар* v ruštine dokazuje výskyt derivátov v podobe *пиарть*, *пиаровец*, *пиарщик*, *пиаровский*. K tendencii lexikalizácie výslovnosti skratiek v slovenčine sa vyjadruje M. Gavurová, ktorá na príklade prevzatej lexémy *пíár* uvádza, že „lexikalizovaná výslovnosť skratky PR sa

stáva súčasťou (kvázi)kompozít: piármanažér, piármanažérka, piár-poradca.“ (2011, 164). Výskyt spomenutých tvarov v slovenčine však pokladáme za nižší stupeň adaptovanosti lexémy než je tomu v ruštine. Pozíciu anglicizmov v ruskej lexike možno hodnotiť taktiež z citovo-hodnotiaceho konotatívneho hľadiska. Prevažná časť anglicizmov používaných v mládežníckom žargóne má zápornú sémantiku a používajú sa v negatívnej konotácii (Sipko 1999, 97-98). Anglické výrazy sa vzťahujú k nekalým finančným praktikám: картел, демпинг, приватизация, дефолт, хакер alebo ku kriminálnej činnosti: киллер, дилер, роббер, наркоман, токсикоман, скингхед, киндэппинг. Niektedy sa preberajú iba cudzie významy, napr. adjektívum пиратский v slovných spojeniach пиратская косметика, пиратские кассеты, má prevzatý význam „nezákonny“.

#### 4 Latinka versus azbuka

Prevzaté slová sa do ruštiny dostávajú procesom transliterácie a praktickej transkripcie, ktorých cieľom je predovšetkým nahradíť cudzie grafické znaky písané v latinčine domácmi grafickými znakmi, t. j. azbukou. Pozoruhodným fenoménom v súčasnom ruskom jazyku je fakt, že v niektorých prípadoch nedochádza k systematickému prepisovaniu cudzích znakov do azbuky. Neruské názvy sa vyskytujú nielen pri pomenúvaní zahraničných firiem, výrobkov, časopisov a pod., ale aj na označenie domáčich firiem (фитнес-центр Sweat, городская таверна Star Mykonos, гриль-ресторан Fire, стиральные машины ASKO) a označenie domáčich populárnych rádiových stanic (радиостанция Maximum), menách spevákov (МАКСИМ. Často sú ponechané oba paralelné názvy v azbuke a v latinčine: Слава Зайцев – SLAVA ZAITSEV, Дорога-98 – DOROGA-98 (názov výstavy), ПИЦЦА ХАТ – Pizza HUT, ПРАГМА БАНК – PRAGMA BANK, Шоп – Shop. O záujme ruskej odbornej verejnosti diskutovať o problematike rozširovania latinky v mestskom priestore na úkor azbuky svedčí aj vydaná kolektívna monografia z internetovej konferencie v Novgorode „Кириллица - латиница - гражданица“ (2009). Ponechanie latinky v ruštine autori monografie neberú na ľahkú váhu, keď konštatujú že „смена алфавита – это не только разрыв с многовековой традицией, но смена культурной ориентации, переход от унаследованной от предков греко-византийской традиции к традиции римско-католической в её современном виде“ (2009, 134). Autori sa neobávajú plošného zavedenia latinky v krajinе, ale znepokojuje ich stúpajúci trend používania latinky v súčasných masovo-komunikačných prostriedkoch, v reklame a v iných typoch textov spojených s mestským prostredím. Ako príčinu súčasnej latinizácie krajin, kde je historicky zaužívaná cyrilika uvádzajú internet a mobilnú sieť. Vytiesňovanie azbuky latinkou prebieha jednak za účelom lepšieho predaja výrobkov „иностранные – значит

отличное“, jednak je výsledkom globalizácie trhu, keď sa výrobky opisujú anglickými prívlastkami napr. холодильник Side-by-side (вариант, когда морозильная и холодильная камеры располагаются бок о бок), холодильник No Frost (холодильник оснащен системой размораживания). E. I. Rachmanovová a V. N. Suzdal'cevová charakterizujú prelínanie ruského a anglického jazyka v písomnej ruskej reči ako grafický chaos (2010, 184), ktorý demonštruje pohľadavý vzťah k rodnému jazyku.

## **5 Záver**

Ruská lexika po 80-tych a 90-tych rokoch minulého storočia sa výrazne zmenila. Okrem inovatívnej domácej slovotvorby sa ruština stáva jazykom otvoreným pre výpožičky z iných jazykov. Otvorenosť voči všetkému cudzieimu prináša aj negatívne javy, akými sú nadbytočné používanie anglicismov alebo bezdôvodné prenikanie latinizmov do pôvodného ruského grafického systému. Silnejúci trend používania názvov v latinke svedčí o istom antislavizme mestského prostredia. Amerikanizáciu a latinizáciu pokladáme však za nezastaviteľný fenomén. Ich zavádzanie do praxe poukazuje na sociologické a kultúrne zmeny v ruskej spoločnosti, zmeny hodnôt a nazerania na realitu. K vnútorným jazykovým príčinám transferu cudzích slov radíme: a) nevyhnutnosť pomenovať nové javy prichádzajúce zo západného sveta, pre ktoré sa zatial nenašiel vhodný domáci ekvivalent; b) snaha o úspornosť jazykových prostriedkov v reči, ktorú charakterizuje používanie anglických jednoslovných pomenovaní namiesto ruských viacslovných pomenovaní; c) a v neposlednom rade módnosť prevzatých anglických slov. Lavína cudzích slov zaplavuje tak ruský, ako aj slovenský jazyk. Na tento jav však nemožno pozerať negatívne. Neustále preberanie a pretváranie domáčich a prevzatých slov poukazuje na dynamickosť a otvorenosť jazykového systému ruského a slovenského jazyka a je ich trvalou súčasťou.

## **Literatúra**

- GAVUROVÁ, M. 2011. Adaptácia anglickej iniciálovej skratky PR v slovenčine. Slovenská reč. Časopis pre výskum slovenského jazyka. 2011, roč. 76, č. 3, s. 160-165. ISSN 0037-6981.
- FURDÍK, J. 2004. Slovenská slovotvorba. Prešov: Náuka. ISBN 80-89038-28-X.
- РАХМАНОВА, Л. И. – СУЗДАЛЬЦЕВА, В. Н. 2010. Современный русский язык. Лексика. Фразеология. Морфология. Москва: Аспект Пресс. ISBN 978-5-7567-0587-4.
- MALÁ, E. 2003. Substantívne anglicizmy a ich analýza v ruskom jazyku. Banská Bystrica: FiF UMB. ISBN 80-8055-769-1.

- ONDRAŠ, P. – HORECKÝ, J. – FURDÍK, J. 1980. Lexikológia. Bratislava: SPN.
- SIPKO, J. 1999. Этнокультурный базис русско-словацких переводов. Prešov: Náuka. ISBN 80-967602-8-9.
- SIPKO, J. 2011. Teoretické a sociálno-komunikačné východiská lingvokultúrологии. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove. ISBN 978-80-555-0371-4.
- SOCHOVÁ, Z. – POŠTOLKOVÁ, B. 1994. Co v slovnících nenajdete. Novinky v současní slovní zásobě. Praha: Portál. ISBN 80-7178-000-6.
- Кириллица - латиница – гражданица, 2009. Ред. Т.В. Шмелев. [online] Великий Новгород: НовГУ имени Ярослава Мудрого. Dostupné na interne-te: <[http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/240/69240/43971?p\\_page=14](http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/240/69240/43971?p_page=14)>.



## **BEZPEČNOSŤ AKO REČOVÝ AKT: POHLAD KODANSKEJ ŠKOLY**

## **SECURITY AS A SPEECH ACT: COPENHAGEN SCHOOL VIEW**

**Irina Dulebová**

*Katedra rusistiky a východoeurópskych štúdií FF UK v Bratislave*

V našom článku sa zaobráme problematikou možnosti využitia teórie rečových aktov pre interpretáciu a rekonceptualizáciu pojmu bezpečnosť. Na danú problematiku pozérame v širšom sociálnom kontexte, so zohľadnením interakcii medzi slovom a konaním a vychádzame pritom z populárnej dnes teórie sekuritizácie Kodanskej školy (Buzan, Wæver, Hansen a iné). Podrobne analyzujeme ako jej predstavitelia konceptualizujú bezpečnosť ako rečový akt, prostredníctvom ktorého sa určíti aktéri, procesy a udalosti sa konštituujú ako potenciálne nebezpečenstvo pre štát alebo sociálnu skupinu. Usúvzažňujeme ich názory s postulátnimi teóriami rečových aktov s odolaním na J. L. Austina a J. Searle ako jej hlavných predstaviteľov.

*Author of this article examines potential of the theory of speech acts for interpretation as well as re-conceptualization of the notion of security. She views the subject in a wider social context bearing into mind an interaction between words and human acts. Her examination approach departs from a widespread and popular securitization theory of the Copenhagen school (Buzan, Wæver, Hansen and others). She analyzes the way representatives of the Copenhagen school conceptualize security as a speech act through which actors, processes and events are being constituted a security threat for social groups or states. Author examines concepts of the Copenhagen school against theory of speech acts referencing on J.L. Austin and J. Searle who are the key representatives of the latter.*

**Kľúčové slova:** teória sekuritizácie, bezpečnosť, kodanská škola, rečový akt

**Key words:** securitization theory, security, Copenhagen school, speech act

Jedným z najprodukívnejších smerov interdisciplinárnych výskumov na rozhraní lingvistiky a politológie sa na začiatku 21. storočia stalo využitie teórie rečových aktov a diskurznej analýzy pre rekonceptualizáciu jedného z kľúčových politických pojmov, a sice pojmu *bezpečnosť*. Žiadanimi sa stali lingvistické, alebo širšie - diskurzné teórie, ktoré umožňujú analyzovať danú problematiku v širšom sociálnom kontexte, zohľadňujú interakciu medzi doménou jazyka a doménou spoločnosti, medzi slovom a konaním. Pojem *bezpečnosť*, ktorý bol dovtedy rýdzo politický/politologický, sa premietol (aj) do oblasti lingvistiky ako určitá jazyková voľba autora textu. Diskurzny obrat v danej tematike vyplýval aj z jedného zo základných východísk postštrukturalizmu, podľa ktorého materiálne objekty a štruktúry nadobúdajú svoju materialitu a objektívny ontologický status prostredníctvom diskurznej reprezentácie (Laclau, Mouffe, 1985, 108; Cingerová, 2012, 5).

Impulzom pre podobné výskumy sa stal aj lingvistický obrat v sociálnej teórii, spočívajúci v obrate od reality ku textualite, nakoľko „textualizácia analýzy znamená uznanie v prvom rade toho, že hocijaká „realita“ je sprostredkovaná a determinovaná spôsobom reprezentácie, ako aj toho, že reprezentácie nie sú len opisom sveta faktov, ale spôsobom vytvárania daných faktov“ (Shapiro, 1989, 13-14).

Napriek množstvu rôznorodých definícií pojmu *bezpečnosť* je to však zatiaľ pomerne slabo konceptualizovaný rámec, ktorý nastoľuje zásadné otázky: Kto je objektom bezpečnosti (jednotlivci, skupiny, národy, štáty, regióny, ľudstvo)? Aké sú nástroje na udržanie bezpečnosti (vojenské, politické, ekonomické, diplomatické, kultúrne)? **Riešeniu daných otázok sa venujú v posledných desaťročiach tzv. kritické bezpečnostné štúdie (Critical Security Studies), ktoré sa snažia o prehĺbenie a rozšírenie klasického štátocentrického prístupu a poukazujú na ďalšie aspekty bezpečnosti. Príkladom môže byť Kodanská škola, Parížska škola, Waleská škola vychádzajúce z teórie sociálneho konštruktivizmu.**

Výskum Kodanskej školy sa začal na pôde Inštitútu pre výskum mieru v Kodani zásluhou Barryho Buzana a Oleho Wævera, ako aj jej ďalších predstaviteľov (Jaap de Wilde, P. Hough, M. Keltrup a P. Lemaitre). Východiská teórie boli najpodrobnejšie objasnené v spoločnom diele Barryho Buzana, Oleho Wævera a Jaapa de Wilda **Security: a new framework for analysis** (1998), ktoré v českom preklade vyšlo v roku 2005 (*Bezpečnosť: Nový rámec pre analýzu*). **Medzi základné pojmy, ktoré priniesol výskum Kodanskej školy patria referenčné objekty, aktéri sekuritizácie, sekuritizácia a desekuritizácia.**

*Referenčné objekty* sú entity, ktoré sú existenčne ohrozené a môžu si legítimne nárokovať na právo na prežitie. Môže to byť celé ľudstvo, biosféra, ekonomika krajiny či konkrétna identita spoločenskej skupiny (Buzan, Wæver, Wilde, 2005, 48). *Aktér sekuritizácie* je aktér, ktorý prezentuje hrozbu ako objektívne existujúcu pre konkrétny referenčný objekt. Vyníma tým pádom tému z bežného politického procesu a presúva ju do roviny sekuritizácie (prostredníctvom rečového aktu). Aktérmí sekuritizácie sú prevažne politici, ale môžu byť aj ľudia mimo politiky (Buzan – Wæver – Wilde, 2005, 34).

Pokiaľ sa aktér sekuritizácie dokáže tvrdením o naliehavosti existenčnej hrozby vyhnúť inak záväzným pravidlám a procedúram, stávame sa svedkami úspešnej sekuritizácie (Buzan – Wæver – Wilde, 2005, 35). Úspešná sekuritizácia je podmienená súhlasm verejnosti, jeho akceptovaním zo strany verejnosti. V tejto súvislosti možno za relevantné faktory považovať napr. spoločenský rámec, do ktorého je zasadnený aktér sekuritizácie, jeho spoločenskú autoritu – vzťah medzi „odosielačom správy“ a jeho obecenstvom. Práve oni vplývajú na to, či publikum presadzované bezpečnostné argumenty prijme. Treba zohľadňovať aj ten fakt, že „výpoved“

bude rôzne interpretovaná recipientmi z rôznych kultúr alebo dokonca zle interpretovaná napriek tomu, že budeme hovoriť tým istým jazykom a výpoved' bude lingvisticky správna“ (Spišiaková, 2011, 36).

Po odstránení „nebezpečenstva“ nastáva etapa *desekuritizácie* (*deseuritisation*), v ktorej sa dovtedy sekuritizované otázky prestávajú vnímať spoločnosťou ako potenciálna hrozba, a opäť sa regulujú bežnými demokratickými pravidlami. Konečným cieľom teda nie je dosiahnutie reálnej objektívnej bezpečnosti, ale odstránenie problematiky z kategórie sekuritizovaných nebezpečenstiev.

Teória sekuritizácie Kodanskej školy ma veľký potenciál dať zrozumiteľnú odpoveď aj na otázku „kto je objektom bezpečnosti“ (poukazujúc nato, že v každom konkrétnom prípade aktér vymedzuje referenčný objekt), ako aj na otázku „aké sú nástroje na udržanie bezpečnosti“ (nakol'ko nazerá na každú situáciu ako na diskurznú udalosť, v rámci ktorej nástroje a postupy na udržiavanie bezpečnosti explicitne predkladá aktér).

V rámci úvah o integračných procesoch, ktoré sa aktivizovali začiatkom 90. rokov v Európe, a o dezintegrácii bývalého východného bloku výskumníci kodanskej školy poukazujú na rad politických a sociálnych procesov — globalizáciu, migračné toky, kultúrny imperializmus ako na potenciálnu hrozbu „verejnej bezpečnosti“, t.j. „schopnosti spoločnosti zachovať si svoje podstatné vlastnosti aj napriek zmene podmienok a potenciálnym alebo existujúcim hrozbam“ (Buzan – Hansen, 2009, 82-84).

Ako výsledok už spomínanej zmeny výskumnej paradigmy sa bezpečnosť konceptualizuje ako rečový akt, prostredníctvom ktorého sa určí aktéri, procesy a udalosti konštituujú ako potenciálne nebezpečenstvo pre privilegovaného referenta, a sice pre štát alebo sociálnu skupinu“ (Wæver, 2007, 69). Wæver predkladá a obhajuje názor, že bezpečnosť funguje nie ako znak vysielaný referentovi, ale ako čin, konanie prostredníctvom výroku, podobne ako sa deje pri uzavorení stávky, vyjadrení sľubu a pod. (Wæver, 2007, 73). Opiera sa pritom do značnej miery o teóriu rečových aktov (speech acts) J. L. Austina.

Pri premietaní pojmu bezpečnosti do rečového aktu (bez ohľadu na objektívne hodnotenie jeho obsahu ako pravdivého/nepravdivého) môže byť ilokučný akt neúspešný v prípade, že sa poruší konvenčné podmienky jeho realizácie: dôležitá je aj osoba, to, či je vhodná, splnomocnená na realizáciu performačného aktu. Daný akt sa navyše bude považovať za neúspešný, ak cieľ realizácie daného aktu nie je podopretý patričným zámerom (Austin, 1986, 32-33). J. L. Austin pritom poukazoval na to, že pojem cieľa nám nedáva právo na to, aby sme urobili záver, že každý ilokučný akt predpokladá aj perlukučný zámer. Searle dodáva, že fakt uskutočnenia aktu dokazovania neznamená, že sa realizoval aj proces presvedčenia niekoho. Z toho vyplýva, že perlukučný akt „uskutočnenia činu“ priamo nesúvisí s performativitou (Austin, 1986, 93). Inak

povedané, podmienky úspešnosti ilokúcie nie sú totožné s podmienkam úspešnosti perllokúcie a ilokučný akt nemusí mať vždy perllokúčný účinok.

Hovoriť znamená v Searlovom chápani zapájať sa do formy správania, ktorá je riadená určitými pravidlami – vykonávať určité rečové akty. „Rozprávanie je vykonávanie aktov podľa pravidiel“ (Searle, 1995, 39). Searle používa výraz ilokučné akty. Tie spočívajú vo vyslovení jazykových výrazov v určitom kontexte, v určitých podmienkach a s určitým úmyslom. Sú to napríklad tvrdenia, otázky, príkazy, sľuby, varovania, ospravedlnenia a iné. Dosah úmyslu vyvolat' určité chápanie na strane poslucháča je opísaný tzv. perlokučnými aktmi (Bednáriková, 2013, 77). Osobitnú úlohu Searle pripisuje **performačným** výpovediam aktérov, ktoré nesmerujú k tomu, aby naplnili cieľ rečového aktu (pomenúva ich ako deklarácie).

Medzi predstaviteľmi Kodanskej školy ale prevláda názor, že akt sekuritizácie práve ako rečový akt vytvára nové zmysly a je schopný naštartovať určitú sociálnu dynamiku. Barry Buzan sa domnieva, že úspešná reprezentácia určitých udalostí a procesov ako bezprostrednej hrozby pre štát alebo spoločenstvo premiestňuje problematiku z oblasti verejnej politiky s nevyhnutnými legitímnymi opatreniami do kategórie sekuritizácie, t. j. bezpečnostných hrozieb, ktorá už nevyžaduje ďalšie verejné diskusie a vládne rokovania, ale bezodkladné konanie, ktoré môže byť v rozopre s platnou legislatívou ale aj so sociálnymi normami (Buzan et al, 1998, 23).

Predstaviteľom teórie sekuritizácie však kritici vyčítajú, že sa nevenujú analýze úspešnosti perllokúcie, t.j. problematike toho, ako sa sekuritizácia stáva intersubjektívou a reštrukturalizuje sociálne vzťahy.

Pri „textuálnom“ vnímaní sekuritizácie ako sociálne produktívneho rečového aktu, ktorý legitimizuje politikov na zavedenie „súrnych opatrení“ sa v prácach teoretikov sekuritizácie dá pozorovať aj iná, „kontextuálna“ interpretácia na základe vyčlenenia faktorov, napomáhajúcich sekuritizáciu (Buzan – Wœver – Wilde, 1998, 33). Okrem špecifických atribútov rečového aktu, ktoré ho dovoľujú vnímať ako sekuritizačnú prax, na jej úspech vplývajú aj samotné špecifická predpokladanej hrozby. Určité situácie sa dajú oveľa jednoduchšie predkladať ako nebezpečenstvo v porovnaní s inými. Navyše aj autorita aktéra v očiach recipienta značne napomáha úspešnosť aktu sekuritizácie. Viacerí kritici teórie ale zdôrazňujú, že ak si „textuálne“ a „kontextuálne“ chápanie sekuritizácie nemá protirečí, potom ju treba začať vnímať nie ako osobitný rečový akt prisudzujúci realite jeden a ten istý fixný význam, ale ako samotný proces vytvárania významu, ukotvený hlboko v diskurznom kontexte, ktorý transformuje individuálnu propozíciu do kolektívneho dominujúceho narativu (Stritzel, 2007, 369).

V našej analýze sme chceli poukázať na inovačné východiska teórie Kodanskej školy ako impulzu a možnosti prehodnotenia pojmu *bezpečnosť* z pozície

teórie rečových aktov a diskurznej analýzy umožňujúcu konceptualizovať bezpečnosť ako diskurznú prax konštituujúcu politické spoločenstvo, v mene ktorého sa artikuluje.

Pritom treba mať na zreteli textuálne chápanie sekuritizácie ako sociálne produktívneho rečového aktu, ktorý legitimizuje politikov na súrne opatrenia zamerané na neutralizáciu „existenčných hrozieb“ (či už reálnych alebo len manifestovaných), pričom im umožňuje ignorovať existujúce pravidlá a postupy. Zretelne to dnes môžeme pozorovať a lingvistický analyzovať pri odhalení prejavov intolerancie voči starým i novým menšinám (rómskemu etniku, prístahovalcom, Maďarom, sexuálnym menšinám) napríklad u slovenskej mládeže (Štefančík, 2014, 245). Z hľadiska diskurznej analýzy je podstatné zistenie, že „predkladanie nebezpečenstiev určitému spoločenstvu sa stáva najpohodlnnejšou a najvhodnejšou formou ideológie konsolidácie, to jest vytvárania ekvivalencie medzi rôznymi univerzálnymi významami a vytvárania jednotnej, vnútorné si neprotirečivej identity“ (Morozov, 2009, 227).

## Literatúra

- AUSTIN, J. L. 1986. Слово как действие In: Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, С. 22-130.
- BEDNÁRIKOVÁ, M. 2013. Úvod do kognitívnej lingvistiky. Trnava: FF TU. ISBN 978-80-8082-621-5.
- BUZAN, B. – WÆVER, O. – WILDE, J. 2005. Bezpečnosť – Nový rámec pro analýzu. Brno: Centrum Strategických Studií. ISBN 978-80-9033-336-2.
- BUZAN, B. et al. 2009. **The evolution of international security studies.** Cambridge: Cambridge University Press. ISBN-13 978-0-511-65179-3.
- BUZAN, B. et al. 1998. **Security: a new framework for analysis.** London: Lynne Rienner Publishers. ISBN 1-55587-784-2.
- CINGEROVÁ, N. 2012. Štruktúrovanie diskurzu v teórii E. Laclaua a Ch. Mouffovej a jej miesto v rámci diskurzných štúdií. Jazyk a kultúra, roč. 3, č. 9 (2012). ISSN 1338-1148.
- LACLAU, E. – MOUFFE, C. 1985. Hegemony and Socialist Strategy. London: Verso.
- МОРОЗОВ, В. 2009. Россия и Другие: идентичность и границы политического сообщества. М. : Новое литературное обозрение. ISBN 978-5-86793-584-9.
- SHAPIRO, M. J. 1989. Textualizing Global Politics In International/Intertextual Relations: Postmodern Readings of World Politics. New York: Lexington Books, pp. 11-23.
- SEARLE, J. 1995. The construction of Social Reality. The Free Press, N. Y. ISBN 0-02-928045-1.
- SPIŠIAKOVÁ, M., 2011. Použitie a rôzne konotácie slovíčka cigán (cigáň) a jeho odvodenín v slovenčine a španielčine. In: Jazykovedné, literárnovedné a

didaktické kolokvium XI. Bratislava: Z-F LINGUA, s. 35-51. ISBN 978-80-89328-68-2.

STRITZEL, H., 2007. Towards a Theory of Securitization: Copenhagen and Beyond. European Journal of International Relations. 2007, vol. 13(3), pp. 357-383. ISSN 1354-0661.

ŠTEFANČÍK, R. 2014. Latentné prejavy intolerancie u slovenskej mládeže. In: Idea tolerancie II : zborník z riešenia vedeckovýskumného projektu. Prešov: PU, s. 241-248. ISBN 978-80-555-1219-8.

WEVER, O. 2007. Securitization and Desecuritization. International Security. 2007, vol. 3, pp. 66-98. ISSN 0162-2889.

Tento príspevok je súčasťou riešenia grantového projektu VEGA 1/0347/15 *Parlamentný jazyk v koncepte štiepnych línií*.

## TURISTA AKO OKUPANT? – KONCEPTUÁLNA METAFORA V SLOVENSKOM MEDIÁLNOM DISKURZE O RUSKU

### TURIST AS OCCUPIER? – THE CONCEPTUAL METAPHOR IN SLOVAK MEDIA DISCOURSE ABOUT RUSSIA

Nina Cingerová – Katarína Motyková

Katedra rusistiky a východoeurópskych štúdií – Katedra germanistiky, nederlandistiky a škandinavistiky FF UK v Bratislave

*V článku sa poukazuje na fungovanie konceptuálnej metafory, ktorej zdrojová oblasť súvisí s udalosťami roku 1968. Našim cieľom je demonštrovať, ako analýza podobného typu môže prispieť ku komplexnejšiemu výsledku analýzy diskurzu.*

*The article refers to the functioning of conceptual metaphor, where the source domain is related to the events of 1968. Our goal is to demonstrate how similar types of analysis can contribute to a more comprehensive results of discourse analysis.*

**Kľúčové slová:** konceptuálna metafora, analýza diskurzu, obraz Ruska, slovenské médiá, precedentné fenomény

**Key words:** conceptual metaphor, discourse analysis, image of Russia, slovak media, precedent phenomena

Produkciou diskurzov, ktoré chápeme ako dynamické systémy artikulácií podliehajúcich určitým pravidlám a rámcovaných určitým kontextom, sa vytvára obraz jednotlivých osôb, skupín a udalostí. Analýza diskurzov predstavuje perspektívnu výskumu, ktorá je orientovaná interdisciplinárne (Orgoňová, Bohunická, 2013, 50) a zahŕňa rôznorodé metodologické inštrumentárium. Za tie, ktoré čerpajú z jazykovedy môžeme menovať napr. analýzu sémantických opozícií, analýzu na úrovni lexiky (použité jazykové prostriedky, ich postavenie v rámci systému daného jazyka), analýzu na syntaktickej úrovni (používanie pasívnych foriem, konštrukcie typické pre vyjadrenie rôznych typov komunikačných kategórií – napr. hrozba, výzva ) a iné. Všetky uvedené postupy zaraďujeme k obsahovej analýze diskurzných fragmentov, v našom prípade mediálnych textov. Na úrovni formy zase môžeme venovať pozornosť tomu, akým spôsobom sa akcentujú a reakcentujú rôzne žánre a naratívy<sup>1</sup>. K rehabilitácii formy sa však dostávame aj pri mikroanalýze prostredníctvom analýzy rôznych trópov ako napr. metafor, metonýmií a podobne. Prirodzené, nejde tu len o čisto výrazovú záležitosť, ale o súhru významu a formy.

---

<sup>1</sup> Fairclough, ktorý hodnotí diskurzné analýzy v štyroch číslach časopisu *Discourse and Society*, vidí ich slabiny práve v absentujúcej orientácii (aj) na formu. Por. FAIRCLOUGH, N. 1995. s. 188 – 189.

Dôležité je pritom spomenúť, že jednotlivé metódy by sa mali aplikovať v závislosti od charakteru skúmaných diskurzín fragmentov. Pri analýze diskurzu, ktorý rástol okolo topiku *ruský turista* v slovenskom kontexte sa nám ako žiadateľné javilo využitie teórie konceptuálnej metafory. Toto použitie demonštrujeme na jednom diskurznom fragmente – článku z časopisu *.týždeň*.

Vysoké Tatry patrili v nedávnej minulosti k tradičným destináciám turistov bývalého Sovietskeho zväzu. V multých rokoch však slovenský cestovný ruch zaznamenal pokles návštevnosti tejto skupiny. Článok konzervatívne orientovaného týždenníka *.týždeň* (Droppa, 2009, 38 – 41) sa venuje práve tejto téme. Nás zaujímalo predovšetkým budovanie obrazu *rusky hovoriaceho turista*<sup>2</sup>, ktorý môžeme širšie chápať aj ako obraz *rusky hovoriaceho* v slovenskom kontexte. Aplikáciu teórie konceptuálnej metafory budeme ilustrovať v súvislosti s titulkom, ktorý znies *Ivan ostal doma*.

Pri analýze materiálu venujeme niektorým pozíciam v mediálnom texte väčšiu pozornosť, čo vyplýva z hľadiska ich postavenia v rámci systému, ktorý text tvorí. K týmto pozíciam patrí titulok, rovnako ako úvod a záver. Na rozdiel od posledných dvoch menovaných má však titulok z hľadiska sémantického členenia textu špecifické postavenie. V. A. Lukin upozorňuje, že v titulku sa spája celá Peirceova triáda. „Do prečítania textu je indexovým znakom, ktorý sa počas čítania mení na znak konvenčný a po prečítaní sa približuje k znaku motivovanému“ (Lukin, 1999, 59 – 62). Výpoved, ktorú novinár robí s pozície titulku, ešte „pred“ textom je prvým signálom smerom k prijímateľovi. Spravidla býva v tejto výpovedi vyjadrený, v minimálnej, zhustenej forme pohľad autora. Mohli by sme povedať, že je to meno, ktorým novinár pomenúva udalosť. Informáciu uvedenú v titulku príjemateľ správy – čitateľ použije ako orientačný bod v procese budovania celkového významu textu, pozadie pre jeho interpretáciu.

Budeme vychádzať z toho, že „myslenie je manipulovanie vnútornými (mentálnymi) reprezentáciami akými sú framy, scenáre, modely a ostatné štruktúry vedomia.“ (Petrov, 1995; Maslova, 2008, 21). Titulok aktivuje túto siet asociácií, ktoré sú späť s jeho kultúrnym a sociálnym pozadím a ktoré autor u čitateľa predpokladá.<sup>3</sup> Van Dijk zdôrazňuje z hľadiska kognitívnych funkcií titulku práve aktualizáciu nadobudnutých vedomostí. Na tomto základe sa po-

<sup>2</sup> Samotná klasifikácia turistov z Ukrajiny a RF ako „rusky hovoriacich“, vytváranie ich spoločnej identity by pritom tiež malo byť súčasťou analýzy. V tomto článku sa však chceme venovať len ceste, ktorú nám pri analýze otvára teória konceptuálnej metafory.

<sup>3</sup> Van Dijk používa pre tieto kognitívne štruktúry termín prevzatý z psychológie *script* (Roger C. Schank and R. Abelson). Porov.: van DIJK, T. (1991, 50-52). Najmä v ruskojazyčnej literatúre sa používa aj termín, ktorý má tiež pôvod v psychológií - *frame* (Marvin Minsky).

tom vytvárajú modely a scenáre (van Dijk, 1991, 50-52; van Dijk, 1985, 84). Titulok teda týmto spôsobom text kategorizuje, zaraďuje ho do systému iných textov, odkazuje na iné ko-texty, či kontexty.

Vďaka funkciám, ktoré titulky v komunikácii medzi novinárom a čitateľom splňajú, majú potenciál byť „ideologicky“ najzačenejšie. Na základe vlastnej novinárskej praxe môžeme pritom povedať, že ak sa nedá zmeniť už nič iné, editor mení aspoň titulok, čím docieli, vhodnú interpretáciu udalosti. Práve preto, že čitateľovi poskytujú svojrázny klúč k chápaniu textu správy, ich môžeme považovať za „najpodozrivnejšiu časť“ textu správy“ (van Dijk, 1991, 50).

V titulku menovaného týždenníka funguje *Ivan* ako metonýmia pre Rusov. V tomto prípade je súčasťou komplexnej výpovede, ktorá je alúziou na precedentnú výpoved (Gudkov, 1999; Adamka, 2008; Dulebová, 2014, 2015) *Ivan chod' domov* (*Ivan idi domoj*) z roku 1968. Tento výrok sa objavoval na muroch slovenských a českých miest, na transparentoch pri protestoch proti invázii vojsk krajín Varšavského paktu do Československa. Napriek tomu, že nešlo iba o sovietske vojská, „zrada“ sa „vyčíta“ v československom kontexte predovšetkým Sovietskemu zväzu. V prípade textov bežnej komunikácie ako vtipy, blogy atď., teda textov, ktoré sa nemusia podrobovať žiadnej samocenzúre z dôvodu politickej korektnosti, dokonca sa o okupantoch nehovorí ani len ako o Sovietoch, ale v kolektívnej pamäti sa pre vtedajší Sovietsky zväz a jeho predstaviteľov udomácnilo súhrnné pomenovanie Rusi. V tomto prípade sa však v článku hovorí o „rusky hovoriacich turistoch“, svojim spôsobom sa tak vytvára spoločná identita pre Rusov a Ukrajincov, ktorých vníma ako jednu kategóriu.

Precedentný výrok o *Ivanovi* sa objavuje viackrát v texte, nielen v titulku, napríklad pri apelácii k textu piesne Jaromíra Vomáčku z roku 1968 *Běž domů, Ivane, čeká tě Nataša*: „V mentalite mnohých Slovákov je zakorená predstava o rusky hovoriacich turistoch ako o druhoradých, a stále znie povestná výzva ‚Ivan, vrát' sa k Nataši!‘ No a tak Ivan s Natašou odišli na dovolenku do Álp“ (Droppa, 2009, 39).

Pri analýze textu na metatextovej úrovni sa preukázalo, že uvedené alúzie sú súčasťou komplexnej aktualizácie precedentného fenoménu, v tomto prípade precedentnej situácie, ktorú súhrnnne nazývame *okupácia v roku 1968*. V rámci konkrétneho textu sa opisujú náladys voči ruským turistom slovnými spojeniami, ktoré korešpondujú s takto nastaveným rámcem: „pretrvávajúci nevraživý prístup k rusky hovoriacim turistom“, „nevýhnutné zlo“, „druhoradí ruskí turisti“.

Pri analýze konceptuálnej metafory v článku *rusky hovoriaci turista* ako kategória zostáva, no koncept TURISTU sa dostáva do vzťahu iba s konceptom RUSA, ktorého súčasťou sú atribúty ako pochádzajúci z bývalého ZSSR a pod. Politická korektnosť, ktorú sa autor snaží demonštrovať pri explicitnom vyjádrení o rusky hovoriacich turistoch, sa však na rovine TYPE, rovnako ako negá-

cia či ironizovanie, neprejavuje. Na základe článku je možné vyabstrahovať konceptuálnu metaforu na úrovni TYPE – RUSKÝ TURISTA je OKUPANT. Zaujímavé je aj semiotické okolie uvedeného textu. Ako ilustrácia k textu bola použitá fotografia snežného dela, ktoré poprašuje prázdný svah. Rusi odišli, svah je prázdný, ostalo len delo.

Každý použitý metaforický výrok (úroveň TOKEN) implikuje konceptuálnu metaforu v zmysle G. Lakoffa a M. Johnsona (2002) na úrovni TYPE (Larsen, 2010; Pielenz, 1993, 71). Silnou stránkou aplikácie teórie konceptuálnej metafory je teda podľa nášho názoru to, že nám umožňuje vytvoriť prázdný abstrakčný vzorec (Pielenz, 1993, 71). Po dosadení do tohto vzorca môžeme identifikovať momenty (sloty, ktoré vytvárajú daný frame), ktoré nie sú v diskurze priamo vypovedané, ale sú v ňom implicitne prítomné. Príkladom je konceptuálna metafora RUSKÝ (rusky hovoriaci) TURISTA je OKUPANT, ktorá implikuje, že obyvatelia SR, v danom teste nespomenutí, sú obeťami ruskej „okupácie“.

Konceptuálna metafora je prirodzené objektom výskumu kognitívnych lingvistov, pričom v takto orientovanom výskume nie je otázkou jazyka, ale myslenia. Ako taká vypovedá o tom, ako ľudia myslia, na základe toho, ako o daných konceptoch hovoria. Pre analýzu diskurzu nie je natoľko dôležitý kognitívny prístup k danej problematike, ale semiotický prístup. Relevantné sú preto pre nás východiská, ktoré Larsen určuje nasledovne: „metafory sú integrované súčasti textového procesu“; „takto vnímaný textový proces sa konštituuje v napäti medzi textovou stratégiou a skúsenostnou bázou“; „v tomto vzťahu je metafora prospektívna“; „metaforický proces určuje relevantný kontext, v ktorom je metafora použitá a sice tak, že metafora prispieva k reprezentatívnej a nielen čisto formálnej tvorbe významu“ (Larsen, 2010). Ide teda o to, ako je konceptuálna metafora zakotvená v danom médiu, kontexte, ako spoluuvytvára sociálnu skutočnosť. Metafora sa zároveň stáva znakom, ktorý reprezentuje nové skutočnosti. Z hľadiska analýzy diskurzu má kultúrne konštruovaná konceptuálna metafora aj povahu indexu, tým, že odkazuje na kultúrne podmienený fenomén, napr. na precedentnú situáciu z roku 1968. V tomto prípade stáva diskurznou praktikou rovnako ako napr. irónia. Obe stratégie totiž vedome štrukturujú obraz ruského turista v teste.

Pri uvedenej analýze bolo veľmi dôležité neanalyzovať konceptuálnu metaforu len ako takú, ale sústredit' sa aj na to, čo jej predchádzalo, na akej skúsenostnej báze sa formuje a sformovala aj z kultúrneho a historického hľadiska (Lakoff, Johnson, 2002, 32 – 38). V tomto prípade najde o univerzálnu alebo prírodnými podmienkami podmienenú bázu, ale o kultúrne a geopoliticky determinovanú skúsenosť, ktorú daná konceptuálna metafora reprezentuje.

RUSKÝ (RUSKY HOVORIACI) TURISTA je OKUPANT je konceptuálna metafora, ktorá ďalej implikuje nadradenú konceptuálnu metaforu RUS je OKUPANT. Subkategorizácia uvedených metafor v skúmaných kontextoch by vyzerala podľa nás takto:

Slovenský kontext	Nemecký kontext
RUS je OKUPANT	TURISTA je OKUPANT
RUSKÝ TURISTA je OKUPANT	RUSKÝ TURISTA je OKUPANT

Prirodzene, konceptuálna metafora TURISTA je OKUPANT sa vyskytuje aj v slovenskom kontexte v súvislosti s turistami z Anglicka a pod., prípadne aj z Ruska. Kým však na príklade nemeckých (napr. Mauder, 2008) článkov ide o zdôraznenie skutočnosti, že ruských turistov je veľa alebo priveľa, a preto ide o invázii Rusov ako turistov, v slovenskom článku ide o jednoznačný odkaz, index, na precedentnú situáciu, čo subkategorizáciu v slovenskom texte úplne mení. Skúsenostná báza, ktorá spočíva na vnímaní cudzieho elementu v určitom spoločenstve (turista je vždy predstaviteľ cudzieho, i keď z hľadiska ekonomiky štátu vítaného aspektu) a jeho množstva sa v slovenskom texte zohľadňuje iba marginálne, dokonca sa vyjadruje sklamanie nad faktom, že ruských turistov je málo, do popredia vystupuje okupácia ako rétorika pri metaforizácii Rusa.

Konceptuálna metafora OKUPANTA, ktorá sa vyskytuje hojne aj v textoch iných jazykov, napr. v nemeckom kontexte, sa stáva zo semiotického hľadiska úplne iným znakom. V „slovenskom príklade“ odkazuje na precedentný fenomén okupácie v roku 1968 a počas socializmu, preto sa zdá oprávnené, že autor ilustruje článok fotografiou snehového dela, ktoré subtilne dokresluje obraz pravého ruského „okupanta“, ktorý prišiel a obsadil ČSSR s tankami a zbraňami. Kým v nemeckom článku ide iba o akcentáciu množstva pomocou uzuálnej metafory. Obe metafory sú konceptuálne a na rovine výrazu sú takmer identické, ale z hľadiska skúsenostnej bázy musíme hovoriť o inom obsahu znakovnej funkcie (Eco, 2009, 109).

Z našej analýzy vyplýva, že pri analýze diskurzu je v niektorých prípadoch žiadateľné pracovať aj s konceptuálnymi metaforami, ktorej subkategórie odhalíme len na základe diskurznej analýzy, ktorej súčasťou je aj analýza kultúrneho a historického kontextu. Tým ju správne identifikujeme ako znak a ako takú ju môžeme zaradiť do výsledkov analýzy.

## Literatúra

ADAMKA, P. 2008. Precedentné fenomény a dekódovanie zmyslu. Cizí jazyk v kontextu multikultúrní Evropy (sborník z mezinárodní konference). Ústí nad Labem: PF UJEP, s. 11 – 14. ISBN 978-80-7368-647-5.

- DULEBOVÁ, I. 2014. Precedentné fenomény literárneho pôvodu v procese vyučovania ruského jazyka študentov nefilologických odborov. Fórum cudzích jazykov, roč. 6, č. 3 (2014), s. 7-16. ISSN 1337-9321.
- DULEBOVÁ, I. 2015. Precedentná situácia a slangový novotvar "Krym je nás" v súčasnom politickom diskurze. In: Interdisciplinárny pohľad na výskum cudzích jazykov [elektronický zdroj]. Trnava : Slovenská spoločnosť pre regionálnu politiku pri SAV, s. 9-15. ISBN 978-80-969043-8-9.
- ECO, U. 2009. Teorie sémantiky. Praha: Argo. ISBN 978-80-2570-157-7.
- FAIRCLOUGH, N. 1995. Critical Discourse Analysis. The critical study of language. London – New York: Longman. ISBN 0-5822-1980-9.
- GUDKOV, D. B. 1999. Precedentnyje fenomeny v jazykovom soznanii i mežkuľturnoj kommunikacii. Dissertationa doktora filologičeskich nauk: 10.02.19. Moskva.
- LAKOFF, G. – JOHNSON M. 2002. Metafory, kterými žijeme. Brno: Host. ISBN 80-7294-071-6.
- LARSEN, S. E. 2010. Die negativen Metaphern der Stadt [online]. Aus dem Dänischen übersetzt von M. Oligschläger [cit. 2016-08-27]. Dostupné na internete: <cc.au.dk/fileadmin/www.litteraturhistorie.../arbejdspapir20.pdf>.
- LUKIN, V. A. 1999. Chudožestvennyj tekst: Osnovy lingvističeskoj teorii analiza. Moskva: Izdateľstvo „Os – 89“.
- MASLOVA, V. A. 2008. Kognitivnaja lingvistika. Minsk: Tetra-Sistems. ISBN 978-985-470-780-8.
- ORGONOVÁ, O. – BOHUNICKÁ, A. 2013. Medzi štylistickou a diskurznou analýzou. Jazykovedný časopis, 2013, roč. 64, č. 1, s. 49-65. ISSN 1337-6853.
- PIELENZ, M. 1993. Argumentation und Metapher. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- VAN DIJK, T. A. 1985. Structures of News in the Press. In: Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication. Edited by Teun A. van Dijk, Berlin.
- VAN DIJK, T. A. 1991. *Racism and the press*. London: Routledge..

### Analyzované texty

- DROPPA, M. 2009. Ivan ostal doma. In: .týždeň, 2/2009, s. 38 – 41.
- MAUDER, U. 2008. Wodka-Fans treffen Hantuch-Krieger. Russen im Urlaub [online]. In: Spiegel, 07. 08. 2008. [cit. 2016-08-27]. Dostupné na internete: <<http://www.spiegel.de/reise/europa/0,1518,570687,00.html>>.

Tento príspevok je súčasťou riešenia grantového projektu KEGA 072UK-4/2015/: *Vysokoškolská učebnica Ruské lingvoreálne*

**VYBRANÉ PRÍSTUPY  
K JAZYKOVEJ MANIPULÁCII V MÉDIÁCH**  
**SELECTED APPROACHES  
TO MASS MEDIA LANGUAGE MANIPULATION**

**Martina Szabóová**

*Katedra anglistiky a amerikanistiky FF UKF v Nitre, SK*

*V príspevku sa autorka zaobráva vybranými spôsobmi jazykovej manipulácie v médiách. Primárne vychádza z definícií Noama Chomského a Antona Smataníka a manipulatívne aspekty jazyka skúma aj pri používaní skratiek a eurožargónu. V úvode príspevku autorka poskytuje klasifikáciu skúmaného javu a odôvodňuje odporúčania pre prezentáciu javu vo vyučovacom procese. Následne ponúka hlbšiu analýzu vybraných typov jazykovej manipulácie a možných spôsobov jej prezentácie pre študentov žurnalistiky a pribuzných odborov.*

*In the article the author deals with selected methods of language manipulation in mass media. Primarily she follows the definitions by Noam Chomsky and Anton Smataník. Manipulative aspects of the language are also being examined in the use of abbreviations and Eurolect. At the beginning of the contribution the author provides classification of the phenomenon and justifies recommendations for the phenomenon presentation in the educational process. Subsequently, she provides a deeper analysis of the selected types of language manipulation and possible ways of its presentation for students of journalism and related studies.*

**Kľúčové slová:** médiá, jazyk, manipulácia, vzdelenie, žurnalistika

**Key words:** mass media, language, manipulation, education, journalism

## 1 Úvod

Manipulácia, a teda rovnako aj jazyková manipulácia, bola do istej miery vždy súčasťou verejnej (politickej, mediálnej, masovej) komunikácie. Možno ju jednoducho definovať ako rafinované a najmä nečestné jednanie s úmyslom získania vlastnej výhody. Kedy presne však začala byť manipulácia aj teoreticky skúmaná je nie celkom jasné,. Korene jej teoretického skúmanie ale každopádne siahajú až do starovekého Grécka a to vďaka rozvoju politiky, práva a rétoriky, ktoré sa vždy spájali s umením presviedčania. Starovekí sofisti 5. storočia pred n.l. boli ovplyvnení Protagorasom a jeho relativizmom vyjadreným v známom výroku, že človek je mierou všetkých vecí, existujúcich že sú a neexistujúcich že nie sú. Rovnakú zásadu použil Protagoras aj na umenie presviedčania.

Najmä v nedávnej histórii získalo slovo presviedčanie niekoľko významovočích odtieňov počnúc argumentačným diskutovaním, cez manipuláciu až po tvrdý nátlak. Ako je známe, od začiatku 20. storočia získovali významnú úlohu

v šírení informácií a formovaní názorov, postojov, svetonázorov a dokonca aj osobnosti a s tým spojenej manipulácie médiá. Médiá sa stali nástrojom pre vytváranie revolúcií, zmenu nákupných zvyklosť alebo rozvrat politických systémov. Novinári mali vždy veľmi blízko k politike a médiá vo všeobecnosti sú pravdepodobne najvhodnejším nástrojom pre tých, ktorí chcú nielen informovať alebo presvedčať, ale aj manipulovať.

Vzhľadom k tomu, že manipulačné stratégie sa čoraz viac uplatňujú najmä v mienkovorných a mainstreamových médiách, považujeme za dôležité poukázať na princípy ich fungovania aj vo vzdelávacom procese a to hlavne v tých odboroch, kde sa pri absolventoch predpokladá budúca práca s verejnosťou: mediálne štúdiá, žurnalistika, politológia a podobne. Bližšie sa v článku budeme zaoberať vybranými jazykovými manipulačnými stratégiami a možnosťami ich prezentácie na seminároch cudzieho jazyka, najmä anglického.

## **2 Jazyková manipulácia**

V zásade možno súhlasne s Antonom Smataníkom (2014, 22-27) rozdeliť stratégie manipulácie na priame a nepriame. Priame stratégie zahŕňajú akýkoľvek druh nútenej deformácie, či už je to cenzúra, falšovanie, úpravy v správach alebo dokumentoch, filmová alebo fotografická montáž, časového ohraničenie, neponuknutie priestoru a pod. Nepriame stratégie, naopak, nie sú také zrejmé, avšak sú oveľa účinnejšie a sofistikovanejšie, založené na psychologickej analýze správania človeka. Často krát práve jazyková manipulácia býva klasifikovaná ako nepriama.

Svetovo uznaný lingvista, filozof a politický komentátor Noam Chomsky (Timsit, 2010, web) uvádza desať stratégii manipulácie, ktoré sú často citované teoretikmi a sociológmi zaoberajúcimi sa manipuláciou: 1. stratégia rozptylenia; 2. vytvor problém, potom ponúkni riešenie; 3. postupná stratégia; 4. stratégie odkladu; 5. obracaj sa k verejnosti ako k malému dieťaťu; 6. používaj prežívanie viac než uvažovanie; 7. udržuj verejnoscť v neznalosti a priemernosti; 8. podporuj verejnoscť, aby sa uspokojila s priemernosťou; 9. posilňuj sebaobviňovanie; 10. spoznaj jednotlivcov lepšie než poznajú oni sami seba. Anton Smataník (tamtiež) sleduje predovšetkým Chomského teóriu, ale tiež pridáva vlastné typy mediálnych manipulačných stratégii vrátane orwellovského doublespeaku (kam zaraďuje eufemizmy a dysfemizmy) a politickej korektnosti.

Vzhľadom k tomu, že našim cieľom je poukázať na možnosť aplikovania vybraných stratégii vo výučbe (cudzieho) jazyka, budeme sledovať iba tie stratégie manipulácie, ktoré sú jazykovo orientované a môžu tak poskytnúť dostatočné zázenie pre prácu s (cudzím) jazykom. Zo stratégii spomínaných Noamom Chomským sme vybrali dve, ktoré predpokladáme že môžu byť za určitých podmienok jazykové: obracaj sa k verejnosti ako k malému dieťaťu a používaj prežívanie viac než uvažovanie. Tiež sa zaoberáme dvoma straté-

giami uvedenými Antonom Smataníkom (politická korektnosť a dvojznačnosť) a manipulatívne hľadisko sa budeme snažiť aplikovať aj na také jazykové oblasti ako skratky a tzv. eurožargón (eurolekt).

### 3 Obracaj sa k verejnosti ako k malému dieťaťu

Prvú z nami uvádzaných stratégii Noam Chomsky vysvetľuje na príklade reklamy (Timsit, 2010, web), ktorá **používa** infantilnú reč, argumenty, ľudí a najmä detskú intonáciu, ako keby bol divák malé dieťa alebo aspoň mentálne nespôsobilý. Čím viac sa snaží reklama diváka (príjemcu) oklamáť, tým viac má tendenciu používať infantilný tón. Prístup k príjemcovi ako k dvanásťročnému totiž predpokladá, že aj reakcia a schopnosť tohto človeka kriticky myšlieť bude na úrovni dvanásťročného alebo mladšieho.

Z jazykového pohľadu možno v textoch tohto typu obvykle nájsť menší či väčší posun ako vo štylistike tak aj vo voľbe lexiky (napr. použité zdrobnenia, nedostatok terminológie) a to tak, aby správa pôsobila čím jednoduchšie a priamočiarejšie. Pri práci s textom študenti v tomto prípade hľadajú jazykové (napríklad pragmatické, štylistické, lexikálne, syntaktické) a umelecké<sup>1</sup> prostriedky typické pre spôsob prezentácie a prístupu k detskému prijímateľovi. Ako príklad možno uviest' propagačné video vydané Bielym domom vo Washingtone D.C. zobrazujúceho prezidenta Baracka Obamu (*Inside the White House: Letters to the President*, 2009) ako denne so záujmom číta desať listov od bežných občanov v snahe zostať v kontakte s každodennými problémami radových Američanov. Podľa našich skúseností približne dve tretiny študentov v skupine pripúšťa, že video podvedome evokuje predstavu Santa Clusa čítajúceho viačnočné listy od detí a pokúšajúceho sa ich ubezpečiť, že urobí všetko pre to, aby sa ich (vianočné) priania naplnili. Video s Barackom Obamom tak v divákovi podvedome vyvoláva predstavy o šťastnom detstve, pocite bezpečia a starostlivom rodičovi.

### 4 Používaj prežívanie viac než uvažovanie

Uvedená prvá stratégia Chomského sa za istých okolností môže prelínati s ďalšou: používať prežívanie viac než uvažovanie. Chomsky uvádzá (Timsit, 2010, web), že využitie emocionálneho aspektu je klasickou technikou spôsobujúcou skrat racionálnej analýzy a následne kritického vnímania jednotlivca. Okrem toho používanie emočného registra otvára dvere do podvedomia, kde môže implantovať myšlienky, túžby, strachy a úzkosti, alebo dokonca vyvoláť istý typ správania.

<sup>1</sup> Manipulatívne umelecké prostriedky možno sledovať v prípade, že je komunikovaný text prezentovaný prostredníctvom plagátu alebo obrázku, dokumentárneho filmu, re-klamného spotu a podobne.

Na ilustráciu danej stratégie môžu študenti pracovať s viac alebo menej emotívnym textom (písaný text, video, plagát a podobne) zobrazujúcim napríklad nejaký konflikt s cieľom ukázať, aké lexikálne, štylistické alebo iné výrazové prostriedky text používa na citovú podporu svojho posolstva. Študenti sa potom môžu pokúsiť prepísať (prepracovať) text napríklad ako citovo podfarbený z opačného uhla pohľadu, alebo ako emočne neutrálnu správu. Ďalšou možnosťou je porovnanie dvoch rôznych protichodných (informačných) zdrojov a ich postojov k rovnakej udalosti alebo problematike, napríklad pohľad prozápadného a proruského média na ukrajinskú krízu. V súvislosti s ukrajinskou krízou sa napríklad Petr Žantovský (2014,43) na začiatku svojho článku pýta, prečo sú novinári v hodnotení a komentovaní Rusov takí emotívni, prečo opúšťajú prísné objektívnu úlohu žurnalistiky. Veľmi podobne sa napríklad v západnom svete ostro vyhľadávajú postoje a emócie voči muslimskej populácii, čo silne ovplyvnilo udalosti a najmä spôsob informovania o udalostiach ako útok na Svetové obchodné centrum v New Yorku, vojenské intervencie na východe, Arabská jar a podobné.

## **5 Politická korektnosť**

Ďalším typom jazykovej manipulácie médií spomínanej Antonom Smataníkom (2014,26) je politická korektnosť. Smataník vysvetľuje (tamtiež), že politická korektnosť vlastne znemožňuje hovoriť o určitých témach a ak by aj hovoriť o nich umožnila, tak len daným alebo schváleným spôsobom. Niektoré témy sa tak stávajú tabu a v prípade, že problém je tabuizovaný a nemožno ho otvorené prediskutovať, nemožno ho ani vyriešiť. Zjednodušene povedané, podľa princípov politickej korektnosti je treba prestať diskutovať o tom, čoho sa bojíme, alebo aspoň treba onen problém inak pomenovať. Hlavná téza politickej korektnosti, a sice že jazyk podmieňuje myslenie, je prekvapivo podobná téze orwelloského newspeaku.

V súvislosti s vágnosťou, neurčitosťou, vyhýbavosťou textu (správy, posolstva) a odmietaním priameho pomenovania je vhodné spomenúť Drahomíru Ondrovú, ktorá sleduje štylistické charakteristiky oficiálnej komunikácie Tonyho Blaira. Vo svojom článku Ondrová konštatuje (2006,118), že dôraz kladený na vágnosť prejavu a vyhýbanie sa spresneniu detailov ako je čas a miesto, sú charakteristické pre rétoricko-komunikatívny štýl nových labouristov. Balansovanie medzi rôznymi sociálnymi skupinami, nadnárodnými korporáciami a ľavicovými labouristami prináša nespornú výhodu neutrality v komunikácii spolu s možnosťou nemenovať javy priamo a vytvára tak priestor pre voľné politické manévrovanie. Politické prejavy tohto druhu poskytujú vhodný výučbový materiál, na ktorom môžu študenti sledovať štylistické aspekty neurčitosťi.

## 6 Dvojznačnosť

Politická korektnosť je tiež úzko prepojená s použitím eufemizmov a dysfemizmov v médiách. Anton Smataník (2014,25) používa pre oba zjednocujúci termín doublespeak vytvorený Georgeom Orwelлом. Existuje celý rad súčasných príkladov pre dysfemizmy, napr. neonacizmus (označujúci vlastenectvo), extrémizmus (označujúci dopyt po rovnakých podmienok pre každého), tzv. darebácke krajiny (označujúci krajiny, ktoré nie sú ochotné podrobíť sa) a mnoho ďalších. Ešte väčší počet príkladov možno nájsť medzi eufemizmami: nútene odzbrojenie (označujúci vojenský zásah), reprodukčné zdravie (označujúci potraty), neutralizovať (označujúci zabiť) a iné. Veľa politicky korektných slov sa stalo bežnými výrazmi často používanými v každodennom živote (senior namiesto dôchodca, referentka namiesto sekretárka, Róm namiesto Cigán, Afroameričan namiesto černoch a iné). Politicky správne slová a frázy s úmyslom nebyť rasovo, etnicky, sociálne či akokoľvek inak diskriminačný stále pribúdajú. Mnohé zo zložených politicky korektných výrazov obsahujú (najmä v angličtine) slová ako odlišný, postihnutý, poškodený alebo hendikepovaný (different, inconvenienced, challenged, impaired, handicapped).

Z praxe vieme, že práca s takýmito výrazmi na hodinách môže priniesť veľa rozruchu a emotívnosti, keď sa študenti snažia o pochopenie spôsobu tvorby a odhalenie významu absurdných politicky korektných neologizmov v anglickom jazyku, ako napríklad: who lies is only of categorical inaccuracy (kto klame je len kategoricky nepresný); who steals in supermarket is only non-traditionally shopping (kto kradne v supermarketete, ten len netradične nakupuje); who is boring is only differently interesting (kto je nudný je len inak zaujímavý); who is clumsy is only uniquely coordinated (kto je nemotorný je len jedinečným spôsobom koordinovaný); who is insane is only emotionally different (kto je duševne chorý je len emocionálne odlišné); alebo dokonca who is dead is only permanently inconvenienced (kto je mŕtvy je len trvale znevýhodnený). K dispozícii je tiež veľké množstvo dostupných autentických textov, ktoré ilustrujú princípy politickej korektnosti v praxi: reklamy, články, inzeráty, tlačové správy, prehlásenia a iné.

## 7 Skratky

Či si to uvedomujeme alebo nie, skratky sú súčasťou každodennej komunikácie a tiež súčasťou základnej slovnej zásoby mnohých jazykov. Veľa takýchto slov je dokonca natoľko bežných alebo majú také špecifické použitie, že ich už ani nepovažujeme za skratky. Lenka Michelčíková (2015, 54-55) vysvetľuje, že skratky sú tiež častým javom pri tvorbe terminológie Európskej únie. Vzhľadom k tomu, že v rámci EÚ existuje veľa menších inštitúcií a organizácií, skracovanie robí komunikácie pružnejšou a dochádza k úspore času. To je dôvod prečo sa skratky ako EEA (European Economic Area), IGC (Intergover-

nmental Conference) a EFTA (European Free Trade Association) stali pomerne často používanými v rámci EÚ. Skratky, samozrejme, nemajú primárne manipulatívnu funkciu, ale za pozornosť stojí fakt, že veľkú popularitu získali v totalitných (manipulatívnych) režimoch nacistického Nemecka sovietskeho Ruska. Skratky boli potom na pomerne dlhú dobu považované za negatívny jazykový jav. Slová ako gestapo, SS, agitprop, NEP, NKVD, samizdat, kolchoz, Kominterna a iné dali skratkám vo všeobecnosti negatívny náboj. George Orwell vysvetluje (1991,202), že skratky eliminujú všetky možné konotácie s konkrétnym významom jednotlivých slov tvoriacich danú skratku. Kominterna teda evokuje iba jedinú a konkrétnu organizáciu, presne definovanú doktrínu, zatialčo pôvodná Komunistická internacionálka asociovala viac celý obraz univerzálneho ľudského bratstva, červené vlajky, barikády, Karla Marxa a Parížskeho komún. Z tohto pohľadu je možné pristupovať ku skratkám vo výučbe aj ako potenciálnej stratégii manipulácie, čo zároveň umožňuje študentom rozšíriť si slovnú zásobu ako aj všeobecno-vedomostný prehľad. Zároveň je možné kombinovať prezentáciu manipulatívneho potenciálu skratiek spolu s prehľadom bežne používaných skratiek vo formálnej i neformálnej komunikácii, na internete, v cestovnom ruchu a podobne.

## 8 Eurožargón

Europeak (eurožargón, eurolekt) môže byť za určitých podmienok tiež po-važovaný za zvláštny druh jazykovej manipulácie. Eurožargón je často tvorený kalkovaním z angličtiny alebo francúzštiny do iných úradných jazykov EÚ a Lenka Michelčíková (2015, 54-55) pochybuje, či sú tieto slová dostatočne presné, jednoznačné a zrozumiteľné. Existuje predpoklad, že terminológia EÚ bude získavať viac a viac medzinárodný charakter a preto nebude dostatočne zrozumiteľná. Roger Scruton je tiež kritický k jazyku, ktorý vytvorila a používa EÚ. Podľa neho (2005, 28-34) sú tieto pojmy viac nejednoznačné než objasňujúce. Hovorí, že podobne ako v orwellovskom newspeaku oficiálne tvrdenia poukazujú na stále väčšiu vedeckosť, vyspelosť alebo produktivitu bez toho, aby spresnili, aké miesto na spektre vedy, pokroku a produktivity bolo dosiahnuté, tak isto eurožargón sa stále zaoberá projektom stále užšej únie bez zastavenia a posúdenia, kol'ko únie sme dosiahli, alebo kol'ko únie je vôbec žiaduce. Musíme sa snažiť nie dodržiavať zákon, ale posilniť práva vo svetle spoločenského pokroku. Scruton pokračuje (tamtiež) a porovnáva eurožargón s newspeakom: komunistický newspeak opisuje svet boja, v ktorom sú sily pokroku neustále povzbudzované, aby zničili škodlivé izmy, ktoré ich ohrozujú: kapitalizmus, imperializmus a tak d'alej. Eurožargón podobným spôsobom zaplavuje svet vlastným druhom nebezpečných izmov ako abstraktných síl. V čele týchto tajomných izmov je rasizmus a xenofobia. Možno nájsť viacero textov vydaných EÚ, vládami členských krajín EÚ alebo ich spriaznenými inštitúciami,

ktoré sú plné vágnosti, nelogických prehlásení, protichodných výrokov a môžu byť z hľadiska manipulatívnosti jazyka analyzované na hodinách.

## 9 Záver

Vol'ba konkrétnych príkladov manipulatívneho jazyka vhodných pre výučbu závisí určite od rôznych faktorov: typu skupiny, úrovne osvojenia si jazyka, študijných potrieb a iných. V súčinnosti so zameriavaním sa primárne na spôsoby možnej jazykovej manipulácie môžu zvolené texty, videá a iné použité materiály fungovať aj v mnohých ďalších ohľadoch: sú nápomocné pri rozširovani rozsahu vedomostí študentov a ich kritického myšlenie.

Najmä v poslednej dobe si ľudia čoraz častejšie zvykajú na myšlienku absoluútnej relativity aj v spoločenských a politicko-ekonomickej oblastiach a začínajú ju brať ako samozrejmosť: nemôžem sa spoliehať na nikoho a nemôžem všetkému veriť. Noam Chomsky varuje (2003, 136), že ľudské bytosti sú sice jediným druhom s historiou, ale nie je až tak jasné, či majú aj budúcnosť. Odpoved' bude spočívať vo vyhliadkach hnutí s pevnými koreňmi medzi všetkými vrstvami obyvateľov a zameranými na hodnoty, ktoré sú v rámci existujúceho spoločenského a politického poriadku potlačené alebo odsunuté na okraj: komunita, solidarita, nezávislé myšlenie, tvorivá práca pod dobrovoľnou kontrolou, skutočná demokratická účasť v najrôznejších oblastiach života a záujem o krehké životné prostredie, ktoré bude musieť udržať aj budúce generácie. Nacionálizmus, protekcionizmus a sebestačnosť získavajú negatívne konotácie, zatiaľ čo globalizácia, liberalizmus a deregulácia sú oslavované v súlade s príslovím, že stokrát opakovaná lož sa stáva pravdou.

V roku 2014 sme vykonali prieskum medzi študentmi bakalárskych humanitných odborov (Szabóová, 2015, 601-607) a dospeli k prekvapivým výsledkom, pokiaľ ide napríklad o vlastenectvo. Iba 67% respondentov definovalo vlastenectvo ako hrdosť a oddanosť k národu v pozitívnom slova zmysle. Až 18% respondentov neodpovedalo alebo nebolo schopných definovať vlastenectvo a 6% si vlastenectvo dokonca pomýlilo s radikálnym nacionálizmom a 8% poskytlo odpovede, ktoré nemohli byť ďalej klasifikované. Smutno-smiešne a nie celkom ojedinele dokonca niektorí respondenti nerozlišovali medzi patriotskym a patriarchátom. Z celkového počtu respondentov len 32% sa považovalo za vlastencov, 27% nebolo schopných určiť, či sa cíti byť vlastencami a 8% respondentov vlastenectvo nejako podmieňovalo (som čiastočný vlastenec, v závislosti od okolností, podľa toho kedy a kde, vlastenectvo je opodstatnené ako pre koho a ako v čom, je opodstatnené len u politikov a podobne). Predpokladáme, že viditeľný dopad manipulatívnosti a vágnosti jazyka je prítomný aj vo vyššie uvedených výsledkoch: buď ako nedostatočná znalosť alebo ako snaha nebyť útočný a správať sa konformným spôsobom v snahe byť ako ostatní.

**Literatúra**

- CHOMSKY, N. 2013. Necessary illusions: thought control in democratic societies. House of Anansi Press Inc., Canada. ISBN 978-0887845741.
- Inside the White House: Letters to the President. 2009. video zverejnené administratívou Bieleho Domu, 23.8.2016, dostupné online na: <<https://www.whitehouse.gov/video/Inside-the-White-House-Letters-to-the-President/>>
- MACÚCHOVÁ, M. 2008. Orwell ako vizionár – newspeak a political correctness. In: Analytické sondy do textu 3, Banská Bystrica: UMB, s. 183-187. ISBN 978-80-8083-643-6.
- MICHELČÍKOVÁ, L. 2015. Jazyk legislatívnych textov inštitúcií EÚ. Nitra: UKF. ISBN 978-80-558-0757-7.
- ONDROVÁ, D. 2006. Lingvisticko-rétorické prvky politického jazyka (prezentované na materiáloch “novej politiky” Tonyho Blaira). In: Interkultúrne dimenzie vo vyučovaní cudzích jazykov, Nitra: UKF, s. 118. ISBN 80-8094-026-6.
- ORWELL, G. 1991. 1984. Praha: Naše vojsko. ISBN 80-206-0256-9.
- SCRUTON, R. 2005. Eurospeak. Týždeň, vol.31, s. 28-34
- SMATANÍK, A. 2014. Techniky mediálnej manipulácie. ZEM & VEK, vol.2/issue 1, s. 22-27
- SZABÓOVÁ, M. 2015. Povedomie študentov o vlastnej stredoeurópskej identite. In: Střední Evropa včera a dnes: proměny koncepcí (jazyk – literatura – kultura – politika – filozofie), Brno: Galium, s. 601-607. ISBN 978-80-905336-7-7.
- TIMSIT, S. 2010. Noam Chomsky - Top 10 media manipulation strategies. Pressenza: Top 10 media manipulation strategies, Paris, 23.8.2016, dostupné online na:  
<[http://theinternationalcoalition.blogspot.sk/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation\\_08.html](http://theinternationalcoalition.blogspot.sk/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html)>.
- ŽANTOVSKÝ, P. 2014. Rusko a česká media, In: Rusko včera, dnes a zítra, Medias res, vol.2, str. 43. 978-80-87957-04-2.
- Článok vznikol v rámci riešenia projektu KEGA č. 013UKF-4/2014: *Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov*.

## SOVIETSKY HRDINA V TLAČI: OD ARCHETYPU PO PRODUKT PROPAGANDY

## SOVIET HERO IN MASS MEDIA: FROM ARCHETYPE TO PRODUCT OF PROPAGANDA

Katarína Hrčková

Katedra rusistiky a východoeurópskych štúdií FF UK v Bratislave

*V našom príspevku sa sústredíme na sovietskych hrdinov ako na súčasť slovenského mediálneho diskurzu aj niekoľko desaťročí po konci studenej vojny. Skúmaním základnej literatúry venovanej téme hrdinu a jeho obrazu sa snažíme poukázať na črty, ktoré predurčili, že sa postavy sovietskych dejín stali hrdinami, ktorých mená stále rezonujú v mediálnom priestore nielen v priamom, no i prenesenom zmysle (napríklad ako precedentné fenomény). Pozornosť venujeme najmä základným atribútom archetypálnych hrdinov, no i vplyvu médií na vytváranie želaného obrazu hrdinu.*

*In this article we focus on Soviet heroes as a part of Slovak media discourse even after decades since the end of the Cold War. By focusing on basic literature on the topic of heroes and their image, we are trying to point out the features that have predetermined the personages of Soviet history to become heroes, whose names still resonate in the mass media not only directly, but also as a precedent phenomena. Particular attention is paid to the basic attributes of archetypal heroes but also to the impact of the media on creating of the desired image of the hero.*

**Kľúčové slová:** hrdina, archetyp, kult, sovietizmy, Sovietsky zväz,

**Key words:** hero, archetype, cult, sovietisms, Soviet Union

Pri skúmaní mediálnych textov nemožno prehliadať veľmi úzku interakciu medzi jazykom a kultúrou. Nik snáď nespochybňí, že jazyk neslúži len ako nositeľ významu, prostriedok komunikácie, ale aj ako kultúrny fenomén. Lingvokulturologický obrat je badateľný nielen vo výuke cudzích jazykov, no i v skúmaní mediálneho diskurzu. Stredná a východná Európa po dlhé desaťročia patrila pod sféru vplyvu Sovietskeho zväzu, čo sa pretavilo aj do kultúrnych znakov objavujúcich sa v mediálnom diskurze. I dnes sa stretávame s lexiou, či celými okrídlenými výrazmi, ktoré sa spájajú so sovietskou érou. Sovietske precedentné fenomény patria k často využívaným prostriedkom – bežne sa v rámci diskurzu stretávame s precedentnými menami ako napr. Pavlik Morozov, či Ivan Mičurin. Precedentné antroponymum totiž nie je len známe meno, ktoré sa v texte využíva na označenie konkrétnego človeka – ide hlavne o označenie kultúrneho znaku, symbolu určitých vlastností, udalostí, osudov, t.j. funguje ako mentálno-verbálna jednotka, ktorá slúži na konceptualizáciu, kategorizáciu a hodnotenie skutočnosti. Keď však chceme hlbšie porozumieť prečo sa práve niektoré postavy sovietskych dejín stali precedentnými a prečo patria do slo-

venského mediálneho diskurzu ešte aj dnes, musím sa pozrieť na vývin a „vytvorenie“ celého hrdinského fenoménu v Sovietskom zväze.

Vladimír Propp v svojom diele *Morfológia rozprávky* hovorí: „Hrdina magickej rozprávky je postava, ktorá v expozícii bola budť bezprostredne zasiahnutá činnosťou škodcu (resp. ktorá pocítí určitý nedostatok), alebo ktorá pristúpi na to, že bude likvidovať nešťastie alebo nedostatok niekoho iného.“ (Propp, 1999, 49) Túto definíciu, zdá sa, možno aplikovať aj na niekoľko typov sovietskych hrdinov – vojnový hrdina je „zasiahnutý činnosťou“ nepriateľa a zároveň sa snaží likvidovať nešťastie, resp. bojať za šťastie, nielen svoje, ale aj iných. Rovnako hrdina práce svojím úsilím prispieva k likvidácii nedostatku niekoho iného (často štátu samotného). Je však veľmi pravdepodobné, že sovietsky hrdina oplýva aj inými atribútmi, čo ilustrujeme na príkladoch nižšie.

E. Bentley v svojom diele *The Cult of the Superman* (1947) pracuje s pojmom, ktorý nadväzuje na myšlienky Nietzscheho, Leontieva a Thomasa Carlyla: hrdinský vitalizmus. Prívrženci tohto smeru verili, že západná spoločnosť je morálne vyčerpaná, rozkladajúca sa a smeruje k vojne a chaosu. Aby sa predišlo tomuto katastrofickému scenáru potrebuje spoločnosť zavedenie „nového poriadku“, na čele ktorého budú stáť noví hrdinovia: energickí, nadaní, zanovití a nel'útostní, ktorí vytvoria nového človeka. (Kendrick, 2010, 162 ) Títo noví hrdinovia mali aj iné vlastnosti, ktoré ich predurčovali byť vzorom: vzopreli sa konvenčiam, prekračovali hranice toho, čo bolo v spoločnosti akceptované, boli priekopníkmi rozvoja a kreativity. Takýto typ hrdinu, predurčený na vodcovstvo a organizáciu spoločnosti „pod sebou“, sa úspešne etabloval v totalitných systémoch začiatku 20. storočia a bol na ňom postavený neslávne známy koncept Übermensch-a. Rovnako však podobné myšlienky neboli cudzie ani formujúcemu sa Sovietskemu zväzu, ktorý na troskách zničenej spoločnosti pod vedením „tých správnych“ ľudí budoval nové kráľovstvo blahobytu.

Prečo sa kolektivistickej sovietskej spoločnosti upla na silného hrdinu-jednotlivca sa môže zdať do určitej miery nejasným. Z jednej strany sa však môžeme oprieť o individualistickú historickú tradíciu a folklór – Rusko malo jediného vládcu, cára, ktorý disponoval neobmedzenou mocou, hrdinami ľudových príbehov boli silní a nezlovní bohatieri-jednotlivci. Z druhej strany sa však vynára aj analógia silnej sovietskej spoločnosti so silnou pravoslávnou cirkvou a vierou, dominujúcou v populácii aj dlhé roky po zavedení vedeckého ateizmu ako hlavného smerovania v ZSSR. Je až zarážajúce koľko príbehov sovietskych hrdinov nesie hagiografické črty – konanie zázrakov (nadľudské výkony v práci či v boji), výchova nasledovníka, jednoduchý život, ľažká práca, mučenická smrť a posmrtné zázraky (v tomto prípade skôr odkaz a inšpirácia neustále pôsobiaca na nasledovníkov).

Pri uvažovaní o hrdinoch vo všeobecnosti, americkí výskumníci S. T. Allison a G. R. Gorthals na základe psychologických výskumov tvrdia, že ľudia rozdeľujú hrdinov do troch kategórií, čím by sa dala objasniť rozdielnosť so-

vietskych hrdinov. Prvá kategória hovorí o tom, či je čin vykonaný hrdinom morálne cenný, alebo je výsledkom jeho schopnosti a zručnosti, druhá kategória uvažuje o hrdinovi ako o buď od narodenia predurčenom, alebo sformovanom spoločnosťou a tretia sa zameriava na odkaz hrdinu – či ovplyvňuje spoločnosť priamo svojimi skutkami, alebo cez svoje práce a slúži skôr ako zdroj inšpirácie než ako priamy pretvárateľ skutočnosti. (Allison, Goethals, 2011, 44-51) Prvá kategória hrdinov často kombinuje obe vlastnosti – hrdinský čin je kombináciou morálnych zásad a šikovnosti hrdinu. Faktom však ostáva, že hrdinské činy vykonané na morálnom základe (napr. obeta seba samého) vyvolávajú väčšie emócie a tým majú väčší dopad na spoločnosť. Tieto hrdinstvá sú zvyčajne viac cenene, no ani činy založené na výraznom intelekte či schopnosťach hrdinu nemôžu byť podceňované (napr. I. Mičurin). Otázka vrodeného hrdinstva je tiež celkom nejednoznačná. Príklady rodených hrdinov (napr. Ježiš Kristus) nepoukazujú na formovanie hrdinu vonkajšími vplyvmi, no v praxi na väčšine hrdinov vidíme nezanedbateľný vplyv prostredia (vplyv spoločnosti a staršieho brata na mladého V. I. Lenina). Pri poslednej kategórii hrajú spoločenské vplyvy tiež veľkú úlohu – vojak vo víre vojny sa skôr stane aktívnym hrdinom ako vedec, ktorý dlhé roky pracuje v laboratóriu.

Otázka vzťahu človeka ku kolektívu a komunistickej strane, otázka privilégií individua v rovnostárskej spoločnosti no aj čas, ked' sa rozhodovalo o „hrdinskosti“ jednotlivca, hral významnú úlohu. Hoci pozícia V. I. Lenina v sovietskem panteóne, bola počas existencie ZSSR neotrasiteľná (malú výnimku tvorí obdobie pestovania kultu osobnosti Stalina (Tumarkin, 1983, 248)), postavenie iných hrdinov sa menilo – v istom období mohli byť ospevovaní v novinách a následne sa na nich zabudlo či boli vymazaní zo záznamov. Jasným príkladom môže byť príbeh Leva Trockého, či napríklad detského hrdinu Pavla Morozova.

Pri budovaní kultu hrdinu hrá významnú úlohu aj propaganda. Je totiž zrejmé, že hrdina môže byť hrdinom len vtedy, keď ho spoločnosť za hrdinu uzná – t. j. do tej miery, do akej je propagovaný. (Allison, Goethals, 2011, 38) Mnoho hrdinov sa postavilo na piedestál len vďaka literárny dielam alebo oslavným článkom v tlači. Prípadné nedostatky boli takto zamŕčané, možné chýbajúce črty boli pridané a nový hrdina tak výborne zapadol do potrebného mentálneho obrazu, ktorý je sformovaný v ľudských myslivach. Takýmto spôsobom sa reálny hrdina stával skôr hrdinom vymysleným, literárnym, autorom sa darilo v hrdinovi lepšie stelesniť klasického hrdinu, kvality ktorého sa dali ľahko rozpoznať a obdivovať, stal sa produktom diskurzu. Účelom hrdinských príbehov totiž bolo nielen zabaviť čitateľa, no zároveň aj vzdelávať a inšpirovať. S týmto úmyslom sa kategória hrdinstva v ZSSR aj inštitucionalizovala. Už v roku 1921 sa začal používať termín Hrdina práce, ktorý bol neskôr, v roku 1938, zmenený na Hrdina socialistickej práce. Každý Hrdina socialistickej práce už dostával aj vyznamenanie prislúchajúce k tomuto titulu. O niečo skôr, v roku 1934 bolo

prvýkrát v histórii udelené podobné vyznamenanie, a to Hrdina Sovietskeho zväzu, čím sa pojem hrdinu inštitucionalizoval na najvyššiu možnú mieru. (Колесников – Рожков, 1978, online)

Nielen vďaka vyššie spomínamej inštitucionalizácii sa klasickí sovietsky hrdinovia stali súčasťou mentálneho sveta celého „východného bloku“. Hoci niektoré sovietizmy sa z reči postupne vytrácajú, mená sovietskych hrdinov ostávajú súčasťou nielen žurnalistického žargónu, no i živej reči – dôkazom sú nielen blogy, no i diskusie na stránkach internetových denníkov. Ako vo svojej monografii hovorí I. Dulebová: „V súčasnej ruskej komunikácii mimoriadne vzrástol počet precedentných fenoménov s prvkami intertextuality, čo odborníci spájajú s celkovou demokratizáciou verejného života, absenciou politickej a jazykovej cenzúry, so zvyšovaním emotívnosti rôznych druhov diskurzu.“ (Dulebová, 2015, s. 130) Možno konštatovať, že uvedený proces je typický aj pre slovenský diskurz, pričom vďaka hlbokému zakorenaniu sovietskych precedentných mien v národnom povedomí dostávajú aj dnes sovietsky hrdinovia priestor v tlači.

### Literatúra

- ALLISON, S. T. – GOETHALS, G. R. 2011. Heroes: what they do and why do we need them, 2011. Oxford University Press, New York. ISBN 978-0-19-973974-5.
- DULEBOVÁ, I.. 2015. Precedentné fenomény súčasného ruského jazyka: Interkultúrny a lingvodidaktický aspekt. Bratislava: Univerzita Komenského. ISBN 978-80-223-4053-3.
- KENDRICK, M. G. 2010. The Heroic Ideal: Western Archetypes from the Greeks to the Present. Jefferson: McFarland & Company Inc. ISBN 978-0-7864-3786-3.
- PROPP, V. J. 1999. Morfologie pohádky a jiné studie. Praha: H&H. ISBN 80-86022-16-1.
- TUMARKIN, N. 1983. Lenin Lives! The Lenin cult in Soviet Russia. First Harvard University Press. ISBN 9780674524316.
- КОЛЕСНИКОВ, Г. – РОЖКОВ, А. 1978. Ордена и медали СССР. М.: Воениздат. [online] Dostupné na <[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/History/Koles/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Koles/index.php)>.

Tento príspevok je súčasťou riešenia grantového projektu KEGA 072UK-4/2015: *Vysokoškolská učebnica Ruské lingvoreálie*.

## MEDIÁLNY OBRAZ SLOVENSKA V NEMECKEJ TLAČI

### MEDIA IMAGE OF SLOVAKIA IN GERMAN PRESS

**Renáta Machová – Tobias-Alexander Herrmann**

*Jazykové centrum FF UKF v Nitre – Slavisches Institut, Universität zu Köln*

Cieľom mediálnej analýzy je vytvorenie mediálneho obrazu Slovenska v nemeckej tlači na príklade novín *Frankfurter Allgemeine Zeitung* so zameraním sa na politickú, sociálnu a ekonomickú situáciu na Slovensku. Na vypracovanie analýzy bola použitá vhodná kvantitatívna a kvalitatívna obsahová analýza.

*The aim of the media analysis is to create a media image of Slovakia in the German press on the example of the Frankfurter Allgemeine Zeitung newspaper with the main focus put on the political, social, and economic situation in Slovakia. We applied an appropriate quantitative and qualitative content analysis to work out the final analysis.*

**Kľúčové slová:** mediálna analýza, mediálny obraz Slovenska, nemecká tlač, kvantitatívna a kvalitatívna obsahová analýza

**Key words:** media analysis, media image of Slovakia, the German press, quantitative and qualitative content analysis

## 1 Úvod

Slovensko ako členská krajina EÚ sa od vstupu do EÚ musí zaoberať zahraničnopoliticími otázkami, svojím imidžom v zahraničných médiách, svojou prestížou pre zahraničných obchodných partnerov, atraktívnosťou pre turistov a dôveryhodnosťou voči potenciálnym partnerom.

Slovensko prijalo v druhej polovici roku 2016 úlohu predsedníctva v Rade EÚ, čím prevzalo na seba náročný záväzok a aj jedinečnú šancu prezentovať sa ako krajina s obrovským potenciálom. Rovnako podobne zní i názov práce odborníkov z rôznych oblastí, *Slovensko - krajina s potenciálom* (2012), ktorá mala poslúžiť ako relevantný základ pre brandingovú stratégiu Slovenskej republiky.

Výsledky výskumu značiek krajín *The Anholt-GfK Roper Nation Brands Index* (2011), medzi ktoré bolo zapojené aj Slovensko, ukázal, že Slovensko je neznáma, neviditeľná a pre veľké krajiny v mnohom nerelevantná krajina. Výskum skúmal postavenie, prestíž a cveng jednotlivých krajín sveta.

Slovensko sa v tomto prieskume umiestnilo na nelichotivom 38. mieste spomedzi 50 skúmaných štátov. "Podľa týchto zistení je Slovensko krajina, ktorú na svetovom radare nevidieť. Väčšine ľudí totiž neprichádza na um nič pozitívne alebo charakteristické, čo by o nej povedali," hovorí o výsledkoch prieskumu František Stano, zástupca generálneho riaditeľa štátnej Slovenskej

agentúry pre cestovný ruch. Analýzu prieskumu popisuje aj M. Vašuta v článku *Rakúsko má Alpy. Bratislava smolu* (2012).

Na obidva spomínané dokumenty, Slovensko – krajina s potenciálom, ako aj na „Anholtov výskum“ nadväzuje štúdia *Vnímanie Slovenska očami panelu zahraničných expertov* a *Pohľad na Slovensko vo vybraných zahraničných printových médiách*. Cieľom štúdie nebolo ani tak potvrdiť už známe skutočnosti, ako skôr „hlľadať inšpiráciu pre také postupy, ktoré by pozíciu Slovenska zlepšovali“ (Gyárfášová, 2012, 5).

## **2 Mediálna analýza imidžu Slovenska v nemeckej tlači**

V nasledujúcim príspevku predstavíme výsledky mediálnej analýzy na tému imidž Slovenska v Nemecku v roku 2015.

Cieľom vypracovanej analýzy bolo vytvoriť *mediálny obraz Slovenska v nemeckej tlači* v období od januára do decembra 2015 so zameraním sa na politickú, sociálnu a ekonomickú situáciu na Slovensku. Pre vypracovanie analýzy boli smerodajné dve otázky: Čo sa píše v Nemecku o Slovensku? Vníma sa Slovensko v Nemecku pozitívne?

Na zodpovedanie týchto otázok sme museli zvoliť najskôr vhodnú metodiku a výber novín, aby sme mohli uskutočniť vlastnú analýzu.

Po predstavení formulácie otázok venujeme pozornosť použitej metodike a analyzovanému médiu. V hlavnej časti následne predložíme kvantitatívne a kvalitatívne výsledky.

## **3 Metóda**

Na zodpovedanie hlavných otázok boli vypracované v dotazníku jednotlivé otázky (Malová, Darina: Dotazník na kódovanie mediálneho obrazu Slovenska, 2015), na základe ktorých potom nasledovala kvantitatívna a kvalitatívna obsahová analýza. V dotazníku sa označila hlavná téma článku (Migrácia do EÚ a utečenecká vlna, Ekonomická kríza v EÚ, finančná pomoc Grécku alebo iná, vedľajšia téma). Ďalej sa zistuje, či sa uvádza v článku veľkosť Slovenska alebo sa Slovensko spomína ako aktívna krajina v diskusii o danej téme, postoj Slovenska v rozpore alebo v súlade so záujmami domácej krajiny, resp. v súlade so záujmami väčšiny EÚ (vrátane inštitúcií EÚ, t. j. Komisie, Európskeho parlamentu). Z dotazníka je možné zistit, či sa Slovensko spomína ako krajina, ktorá je kultúrne blízka, resp. vzdialená domovskej krajine. Za kultúrnú blízkosť či vzdialenosť sa považuje jazyková blízkosť, spoločná historická skúsenosť, spolupráca v rámci regionálnych zoskupení, zdieľanie rovnakých hodnôt, tradícii, náboženstva, a pod. V prípade kultúrnej vzdialenosťi sa zistuje, či bol zdôraznený nejaký znak tejto vzdialenosťi.

#### 4 Výber novín

V nasledujúcim kroku sa ponúka otázka na výber skúmaných novín. Keďže v požadovanej mediálnej analýze sa má zobraziť diskurz, prichádzali do úvahy noviny, ktoré zobrazujú aktuálne denné spravodajstvo. Ďalším kritériom bolo politické zameranie novín. Spravodajstvo, štruktúry a procesy sú neodlučiteľné s ich reprezentáciou.

Zvoleným skúmaným médiom sa stal denník *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ) ako zástupca konzervatívneho politického spektra. FAZ patria k jednému z najdôležitejších médií na sprostredkovanie informácií a utvorenie si názoru v Nemecku. V súčasnosti je úloha novín prostredníctvom vývoja digitálnych poskytovateľov ešte významnejšia. Tri tretiny Nemcov používajú tlačenú verziu novín, aby sa informovali o politických témach. Uvádza to prehľad Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG).

Frankfurter Allgemeine Zeitung spolu s Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung sú celoštátne noviny s možnosťou predplatného a vychádzajú od štyridsiatich rokov. Čitateľský okruh FAZ je náročný a uprednostňuje obsiahle realistické správy (porov. Rieger, 2003). K ďalším kritériám na výskum skúmaného média patrí aj: celoštátne vydanie, pravidelnosť vydania, množstvo výtlačku, dostupnosť a názorové spektrum.

Aby sme mohli analyzovať skúmané články za príslušné časové obdobie (rok 2015), museli sme najskôr preskúmať celý archív FAZ z roku 2015 so všetkými vydanými článkami podľa vyhľadávaného hesla Slowakei (Slovensko), ako aj Slowakei a Europäische Union/EU (Slovensko a Európska únia/EÚ). Z viac ako 100 článkov bol následne vygenerovaný výber, ktorý predstavuje skúmaný materiál. Vybrané články boli kódované, analyzované a vyhodnotené pomocou vyššie uvedeného dotazníka.

#### 5 Výsledky

Vo zvolenom materiáli sa skúmali nielen kvantitatívne, ale aj kvalitatívne výpovede. V nasledujúcej časti sa prezentujú ako prvé *kvantitatívne výsledky*.

Najskôr musíme poukázať na to, ako často a v akej súvislosti sa Slovensko vyskytuje vo FAZ.

Vybrané články pochádzajú výlučne z tlačeného média. Materiál kvantifikujeme s ohľadom na lokalizáciu novín zostupne, od strany 1 – veľká prezenčia, veľmi dôležité články. Pritom sa ukázalo, že 60 % článkov v náhodnom výbere je umiestnených na stranách 1 – 6, na stranách 1 – 10 sa vyskytlo dokonca 85 % skúmaných článkov.

Strana	1	2	3	5	6	7	8	9	10	10<
Percento	16%	12%	4%	12%	16%	4%	4%	4%	8%	20%

Vyhodnotenie lokalizácie článkov sa pravdepodobne vzťahuje na žánre platných článkov. V generovanom výbere bolo 84 % správ, ktoré mali súvis so Slovenskom.

Žáner	Správy	Komentár	Portrét	Analýza/Pozadie
Percento	84%	8%	4%	4%

Zaujímavý obraz ponúka rovnako pri rozdelení tém, ktoré sa vzťahujú na Slovensko. Téme pristáhovalectvo do EÚ a utečenecká vlna sa venuje 36 % článkov, kým 16 % článkov informuje o finančnej výpomoci pre Grécko. Polovicu skúmaného materiálu predstavujú iba dve témy o Slovensku. Približne tretina náhodného výberu sa venuje rôznym témam z politiky, súčasného diaenia, hospodárstva a športu.

Pristáhovalectvo do EÚ a utečenecká vlna	36%
Finančná výpomoc pre Grécko	16%
Politika / Dianie	24%
Šport	8%
Hospodárstvo	4%
Rôzne	12%

Potom, ako sme predstavili, v akých súvislostiach sa Slovensko spomína, ponúka nasledujúca časť pohľad na to, akým spôsobom sa o Slovensku informuje.

Otázka na veľkosť Slovenska docielila jednoznačný výsledok: žiadnen článok neberie do úvahy veľkosť Slovenska.

Spomína sa v článku veľkosť Slovenska?

- 1) Áno, ako relatívne veľká krajina.
- 2) Áno, ako relatívne malá krajina.
- 3) Áno, ako veľmi malá krajina.
- 4) Nie, nespomína sa veľkosť.

100%

Rovnako jednoznačný obraz poskytuje vyhodnotenie otázky, či sa Slovensko v príslušnom článku predstavuje ako krajina, ktorá sa aktívne podieľa v diskusii na danú tému príslušného článku. V náhodnom výbere sa to dotklo 56 % článkov, pričom 40 % nemá žiadnen súvis s aktivitou krajiny.

Spomína sa v článku Slovensko ako aktívna krajina v diskusii na danú tému?

- |   |     |
|---|-----|
| 1) Áno, spomína sa ako aktívna krajina, ktorá ovplyvňuje diskurz v EÚ.                  | 56% |
| 2) Slovensko sa spomína, avšak ako pasívna krajina bez schopnosti mať vplyv na diskurz. | 4%  |
| 3) Článok sa aktivite krajiny nevenuje.   | 40% |

Takmer polovica obsiahnutých článkov predstavuje Slovensko ako krajinu, ktorá sa aktívne podieľa na riešení uvedeného problému. Naproti tomu je Slovensko predstavené iba v málo prípadoch (16 %) ako pasívna krajina. V tretine prípadov sa vôbec nevenuje pozornosť aktivite krajiny pri riešení problému.

Spomína sa v článku Slovensko ako aktívna krajina pri riešení daného problému?

- |  |     |
|--|-----|
| 1) Áno, spomína sa ako aktívna krajina pri riešení problému. | 48% |
| 2) Slovensko sa spomína, ale ako pasívna krajina.            | 16% |
| 3) Článok sa aktivite krajiny pri riešení problému nevenuje. | 36% |

Takmer identický obraz sa ukázal pri skúmaní postoja Slovenska vo vzťahu k záujmom Nemecka a Európskej únie. V obidvoch prípadoch sme zistili, že tretina sa nevzťahuje na záujmy Slovenska. Približne v polovici všetkých prípadov predstavili noviny sčasti protichodné alebo dokonca úplne protichodné záujmy Slovenska.

Spomína článok postoj Slovenska v rozpore alebo v súlade so záujmami Nemecka?

- |   |     |
|---|-----|
| 1) Áno, záujmy sú plne totožné.               | 4%  |
| 2) Áno, záujmy sú z väčšej časti totožné.     | 12% |
| 3) Nie, záujmy sú z väčšej časti protichodné. | 24% |
| 4) Nie, záujmy sú úplne protichodné.          | 24% |
| 5) Záujmy Slovenska sa nespomínajú.           | 36% |

Čísla súvisiace s otázkou ohľadom EÚ sú veľmi podobné:

Spomína článok postoj Slovenska v rozpore alebo v súlade so záujmami väčšiny EÚ (vrátane inštitúcií EÚ, t. j. Komisie, Európskeho parlamentu)?

- |   |     |
|---|-----|
| 1) Áno, záujmy sú plne totožné.               | 4%  |
| 2) Áno, záujmy sú z väčšej časti totožné.     | 8%  |
| 3) Nie, záujmy sú z väčšej časti protichodné. | 24% |
| 4) Nie, záujmy sú úplne protichodné.          | 28% |
| 5) Záujmy Slovenska sa nespomínajú.           | 36% |

V súvislosti s kultúrnou blízkosťou Slovenska k Nemecku sa vykryštalizovalo vo výskume málo aspektov, ale o to možno dôležitejších.

Veľká väčšina článkov (92 %) predstavila Slovensko bez súvisu s kultúrnou blízkosťou alebo vzdialenosťou. Skutočnosť, že sa bližšie nepopisuje kultúrna blízkosť, sa dá vysvetliť v náhodnom výbere vysokým počtom správ tým, že išlo o správy objektívneho charakteru. Len 4 % článkov tvorilo spojenie medzi Nemeckom a Slovenskom prostredníctvom spoločných tradícii a náboženstva a rovnako 4 % nazvali Nemecko ako najdôležitejší ekonomický partner Slovenska. Kultúrna rozdiellosť sa tematizovala v 16 % vybraných článkov, pričom sa stále poukazovalo na to, že Slovensko sa od Nemecka odlišuje tým, že išlo o krajinu bývalého východného bloku.

V kvalitatívnej časti vyhodnotenia skúmaného materiálu sa ukázali podobné závery. Podľa vyváženia tém sa sústredí pozornosť obsiahnutých výpovedí slovenských politikov predovšetkým na utečeneckú diskusiu, ako aj na finančnú výpomoc pre Grécko. Veľmi často sa tu cituje Róbert Fico. Pritom priame citáty R. Fica majú neobyčajnú silu, pretože sa v nemeckej tlači môžu vnímať ako postoj všetkých Slovákov („Bolo by nemožné vysvetliť verejnosti, že práve chudobné Slovensko by malo zodpovedať za Grécko“, „Vysvetliť ľuďom, že musia platiť peniaze Grékom na ich platy a dôchodky, je nemožné“ a „Tieto kvóty považujeme za neuskutočniteľné“).

To, čo sme už naznačili v kvantitatívnej časti, sa obsahovo ukazuje ešte silnejšie: Slovensko sa sčasti predstavuje ako eurokritická krajina, čo vyplýva v novinách z odporu proti kvótam na utečencov, ako aj odmietnutiu pomoci platiť Grécku. Často predstavujú články Slovensko ako časť Vyšegrádskej štvorky, pričom sa zdôrazňuje kultúrny rozdiel s Nemeckom. Aj napriek tomu články náhodného výberu nehovoria o tom, že Slovensko vystupuje ako vzdrovotý partner, ale v skupine európskych štátov vystupuje s jasným postojom: „Chudobné členské krajiny EÚ ako Slovensko, Slovinsko a Česko nechcú prevziať zodpovednosť za Atény.“

Tematická oblasť utečeneckej politiky EÚ je v súvislosti so Slovenskom určite najzaujímavejší predmet výskumu. Aj tu sa prezentuje postoj Slovenska vo FAZ jednoznačne ako krajina s protiutečeneckým postojom. Predseda vlády, Róbert Fico, sa vyjadril, že jeho krajina nebude akceptovať rozhodnutie väčšiny. „Radšej sa zmierim s trestným konaním voči Slovensku, ako by som rešpektoval tento diktát,“ povedal Fico potom, čo sa väčšina ministrov vnútra EÚ rozhodla prijímať 120 000 utečencov podľa kľúča danej krajiny. Aj výpovede ako: „Nemáme zámer rešpektovať zaviazané kvóty“ (Fico) predstavujú jasný postoj Slovenska vo FAZ.

Tento postoj je zaujímavý vzhľadom na skutočnosť, že nejestvuje žiadny jednotný nemecký názor na utečeneckú tematiku. Takže otázku, či sa Slovensko v Nemecku vníma pozitívne, môžeme rozlične zodpovedať v závislosti od

čitateľov. FAZ ako konzervatívne médium je k politike Merkelovej kritické (čo sa dá odvodiť aj z najnovšieho spravodajstva novín k dohode EÚ – Turecko), z toho môžeme usúdiť, že Slovensko sa hodnotí ako pozitívne. V skúmanom časovom období sa vyzdvihujú články, ktoré prezentujú Slovensko spolu s ďalšími východoeurópskymi štátmi ako krajiny, ktoré vopred vedeli, že Merkeľovej „vítacia politika“ nie je žiadnym uspokojujúcim riešením.

## 6 Záver

Cieľom predloženej analýzy bolo predstaviť mediálny imidž Slovenska v nemeckej tlači za rok 2015. Mediálny výskum sa zameriaval na predstavenie politickej, sociálnej a ekonomickej situácie na Slovensku, pričom v centre analýzy stáli otázky, ako napríklad Čo sa píše v Nemecku o Slovensku? alebo Vníma sa Slovensko v Nemecku pozitívne?

Celkovo môžeme za kvantitatívnu časť povedať, že Slovensko sa uvádzza predovšetkým v spravodajskej časti FAZ. V Nemecku sa informovalo o Slovensku zväčša v súvislosti s utečeneckou téhou, tak ako aj s finančnou pomocou Grécku. Novinové články zostávajú pritom objektívne, kultúrna blízkosť a rozdiel medzi Nemeckom a Slovenskom nezohráva takmer žiadnu úlohu. Chýbajúce kritérium FAZ vzťahujúce sa na veľkosť Slovenska sa dá vysvetliť tak, že Slovensko sa vníma a prezentuje ako rovnocenný člen EÚ. Tieto tézy dokladáme prostredníctvom percentuálneho vyjadrenia vplyvu na diskurz EÚ, tak ako aj záujmy Slovenska voči Nemecku a EÚ. Medzitým sme odhalili, že noviny predstavujú Slovensko ako krajinu bývalého východného bloku, ktorá je súčasne rovnocenným členom EÚ, ktorého záujmy stoja väčšinou v protiklade s Nemeckom a EÚ.

Kvalitatívna časť potvrdila výsledky kvantitatívneho vyhodnotenia, a to že v Nemecku sa informovalo o Slovensku predovšetkým v súvislosti s utečenecou tematikou a krízou v Grécku. Slovensko sa popri tom prezentuje čiastočne ako bývalý štát východného bloku, čo sa môže vnímať ako kultúrny rozdiel. Slovensko sa vníma predovšetkým ako eurokritický člen EÚ v súvislosti s finančnou pomocou Grécku a reguláciou kvót. Pri porovnaní prezentovaných záujmov Nemecka a EÚ so slovenskými záujmami sa ukazuje značný konflikt záujmov. Tento obraz Slovenska si vyžiadal nepriaznivé vnímanie vo FAZ. Oproti tomu sa ukázalo, že Slovensko v súvislosti s diskusiou o utečencoch v rámci EÚ od začiatku uvádzalo a obhajovalo jasný postoj. Táto reprezentácia vo FAZ stojí voči politike Merkeľovej, ktorá sa sčasti interpretuje ako zahmlievanie skutočnosti.

Spravodajstvo o Slovensku a príslušné vnímanie sa v priebehu skúmaného časopriestoru teda významne zmenilo k pozitívnomu. Okrem toho nám diskurzná analýza ukázala, že politika Slovenska sa prejavila v otázke kvót už

vopred zdánivo ako správna – jasný dôkaz na pozitívne vnímanie Slovenska v tlači.

### **Literatúra**

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG (FAZ). Január 2015 – December 2015

GYÁRFÁŠOVÁ, O. – BÚTORA, M. – BÚTOROVÁ, Z. 2012. Imidž Slovenska z pohľadu zahraničia. Analytická správa vypracovaná pre MZV SR. [online] 2012 [cit. 2016-08-02]. Dostupné na internete: <[https://www.mzv.sk/documents/10182/12365/Studia\\_imidz\\_Gyarfasova\\_Butora\\_Butorova.pdf](https://www.mzv.sk/documents/10182/12365/Studia_imidz_Gyarfasova_Butora_Butorova.pdf)>.

MALOVÁ, D. 2015. Dotazník na kódovanie mediálneho obrazu Slovenska. Bratislava: FF UK.

RIEGER, R. 2008. Alles über die Zeitung. Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Zeitung.

SLOVENSKO: krajina s potenciálom. Ideový koncept prezentácie Slovenska. [online] 2012. TASR, 29. februára 2012. Dostupné na internete: <<http://www.rokovania.sk/File.aspx/ViewDocumentHtml/Mater-Dokum-140720?prefixFile=m>>.

THE ANTHOLT-GfK ROPER NATION BRANDS INDEX 2011 REPORR. Prepared for Slovak Tourist Board. New York, GfK. Roper Public Affairs & Corporate Communications, October 2011.

VAŠUTA, M. 2012: Rakúsko má Alpy. Bratislava smolu. (Prieskum. Slovensko prepadlo v prestížnom hodnotení, ktorý zisťoval imidž krajín.) [online] HN, 2. 4. 2012. Dostupné na internete: <<http://hnonline.sk/c1-55257210-rakusko-ma-alpy-my-smolu>>

ZEITUNS MARKETING GESELLSCHAFT (ZMG) [online] 2015 [cit. 2015-11-20]: Dostupné na internete: <[http://www.zmg.de/no\\_cache/presse/presseinformationen/detail/article/zeitung-ist-die-richtige-wahl-zur-wahl-1.html](http://www.zmg.de/no_cache/presse/presseinformationen/detail/article/zeitung-ist-die-richtige-wahl-zur-wahl-1.html)>.

**КУЛИНАРНЫЕ РЕАЛИТИ-ШОУ – PR КАПИТАЛИЗМА  
В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

**CULINARY REALITY SHOW – PR OF CAPITALISM  
IN THE ERA OF INFORMATION SOCIETY**

**Элеонора Георгиевна Шестакова**

Донецк, Украина

*В статье рассматривается проблема взаимосвязи в современном обществе кулинарных реалити-шоу, массмедиа и идей капитализма. На материале ведущих европейских, австралийских, американских проектов доказывается, что кулинарные реалити-шоу – это тонкий, сильный и эффективный PR капитализма в условиях информационного общества.*

*The article discusses the problem of the relationship in modern society culinary reality show, the media, and capitalist ideas. On a material of the leading European, Australian, American projects proved that culinary reality show - it's slim, strong and effective PR of capitalism in the information society.*

**Ключевые слова:** реалити-шоу, гастрономическая культура, капитализм, информационное общество, массмедиа, PR

**Keywords:** reality show, gastronomic culture, capitalism, the information society, mass media, PR

Казалось бы, что говорить о проблемах капитализма, тем более о его PR, в наше время не совсем уместно, и скорее это научный моветон, нежели то, что имеет непосредственное отношение к теории и практике современной жизни. Наше или информационное, постиндустриальное общество, по общепринятыму представлению, – это общество, возникшее в результате разрыва исторической преемственности, резкого технологического скачка, последствия которого проникли во все сферы жизнедеятельности человека. В результате этого возникает иная, нежели привычная для капиталистического типа обществ, социальная стратификация и коренным образом изменяются представления о сущности труда, социальных взаимосвязей, ментальности. То, о чём рассуждали марксисты, анализируя капиталистическое мироустройство, на первый взгляд, потерпело полное фиаско, что стало наиболее очевидным уже к середине XX века. По мнению И.С. Нарского и М.А. Хевеси, анализировавших одну из интереснейших работ венгерского философа-марксиста Д. Лукача, «К онтологии общественного бытия. Пролегомены» (1971): «...на Западе достигнут небывалый до этого высокий жизненный уровень значительной части трудящихся. Абсолютного обнищания рабочего класса в развитых капиталистических странах в середине XX в. не наблюдается. Используя интеллектуализацию производства и усилия-

вая финансовую эксплуатацию “третьего мира”, капитализм смог избежать наиболее грозных для себя последствий” (Лукач, 1991, 8). После массовых социальных бунтов 60-х гг. движение «новых левых» против капиталистического общества в Западной Европе и Северной Америке пошло на спад, его лидеры из публичных интеллектуалов постепенно превратились в массмедиийных интеллектуалов. По утверждению политологов, культурологов, к концу XX ст. некапиталистические режимы обнаружили свою утопичность. При этом вектор интеллектуального, идеологического внимания гуманистариев был направлен не на идеи капитализма. Он сфокусировался на, во-первых, разработках концепций, возможных вариантах информационного общества с его глобализированными социальными взаимосвязями, экономикой; во-вторых, возникшем на основе кантианского проекта всемирного гражданства Евросоюза; в-третьих, кардинально измененных условиями современного мира жизни всех обществ и людей, вовлеченных в этот новый миропорядок. Однако вопросы заключаются в следующем. Насколько действительно нов новый миропорядок и, следовательно, насколько в нём не срабатывает значимая для капитализма идея непрерывности развития истории, а также проблема неизбежного отчуждение человека в обществе? Главное, найдены ли (не)капиталистические методы и способы её преодоления? И как на это реагируют массмедиа, которым традиционно отводится ведущая роль в формировании и реализации капиталистического образа жизни, миоощущения, ценностей и способов их достижения?

Если мы обратимся к теоретическим и идеологическим концепциям новейшего времени, то увидим интересную акцентировку смыслов. Эпоха конца ХХ – начала ХХI вв., несмотря на превалирование в ней теорий сугубо информационного общества и доминирование в умонастроениях представлений о повышенной значимости постиндустриального типа миропорядка, продуцирует и развивает традиционные для Нового времени идеи о капитализме, капиталистических отношениях и образе жизни. Вопреки давлеющей в европоцентричной культуре идеи возникновения и быстрого формирования нового типа общества, реализуемого через качественно измененные взаимоотношения человека, социума и информации (Д. Белл), для этой эпохи не менее важны представления, апеллирующие к непрерывности развития социально-политического, социально-культурного развития (М. Кастельс, Г. Шиллер). При этом показательно, что одна из концептуальных работ признанного теоретика информационного общества Д. Белла носит название «Культурные противоречия капитализма» (1976) и отталкивается от классических марксистских представлений о том, что «многое в характере людей и системе их социальных отношений определяется

*тиром их труда»* (Белл, 1990, 243). И Д. Белл, и Д. Лукач, разрабатывавшие теории нового общества в 60 – 70-гг., в трактовке труда, социума исходят из общих представлений марксизма. Как известно, именно «...Маркс поставил во главу угла своих онтологических исследований необратимый исторический процесс повседневной социальной жизни: в центре её стоит труд, и все корни человеческой экзистенции восходят к формированию, организации, осуществлению и последствиям труда» (Лукач, 1991, 7). Эти неомарксистские идеи оказались актуальны для новейшего времени, знающего и осуществляющего, казалось бы, исключительно ценности высокотехнологических разрывов, разломов, коренных поворотов, революционных преобразований, которые определяют образ и принципы социальных взаимоотношений в обществе. Эти разрывы, которые на первый взгляд привели к возникновению новых условий труда, социоментальных групп и взаимодействий внутри и между ними, не так уж и новы. Как показывают и теория, и практика новейшего времени, представления о непрерывности, внутренней эволюционности социальных отношений действительно важны и для нашего общества. Для их воплощения, интерпретации наиболее подходит понятийно-категориальный аппарат, базирующийся на марксизме и восходящий к общесоциологической концепции М. Вебера: *информациональные капитализм, труд, фаза капитализма* (М. Кастельс), *класс капиталистических собственников* (Дж. Скотт), *капитализм и шизофрения* (Ж. Делёз, Ф. Гваттари), *корпоративный капитализм, потребительский капитализм* (О. Ганди, Г. Шиллер). При этом акцент делается на неизменности и значимости устойчивой социальной стратификации общества (*информационные богачи, информационные бедняки, информационное неравенство*) и принципах, нормах, стандартах, ценностях жизни, которые предлагаются видоизменённым новыми культурными условиями, но всё же капитализмом. В результате чего, как отмечает Ф. Уэбстер, делая анализ современных теорий информационного общества, вполне правомерно вести речь о явлении глобализированного капитализма, который активно и целенаправленно использует открытия и возможности нового статуса, состояния и функций информации и коммуникации. Он пишет об этом с простотой интеллектуала, вынужденного жить реальными проблемами своего времени и стремящегося их честно и ответственно осмыслить: «Очень многие сценарии грядущего информационного общества построены на идеалистических мечтаниях о “потенциале и возможностях новых технологий“ или о том, чего можно было бы добиться, если бы “вся эта информация стала доступной”. Достижения работ Шиллера [один из знаковых исследователей марксистской ориентации] в том, что они напоминают нам, что, прежде чем мечтать об альтернативах, нужно понять, что происходит сегодня. <...> Ему удалось показать, что

в “информационную эпоху” классовое неравенство не исчезает. Наоборот, он отмечает, это неравенство стало ключевым фактором, определяющим – в местном и глобальном масштабах, – какая информация создается, при каких условиях, и кто при этом получает выгоду» (Уэбстер, 2004, 216).

Понятно, что для сторонников этой теории глобализированный или информациональный капитализм – это тот тип социально-экономических, общественно-политических, идеологических, культурных отношений, который и априори и апостериори сращивается с произошедшими и развивающимися качественными изменениями в информационно-коммуникативной сфере. С их помощью он реализует свою неизменную сущность: воплощение в практику жизни неразрывного единства власти, контроля и выгоды. Это и манипуляции в публичной сфере (Д. Лукач, Ю. Хабермас, П. Вирилио, П. Бурдье, Т. ван Дейк), и становление транснациональной империи через жесткое, последовательное, целенаправленное подчинение, контроль массмедиийного пространства (М. Кастельс, Г. Шиллер, Д. Смит), и коллизии взаимоотношений я, свободного желания и социального производства, условия которого определяются капитализмом (Ж. Делёз, Ф. Гваттари). При этом теоретики, философы, работающие с идеей информационального капитализма, отмечают его глубокое проникновение, прежде всего посредством использования массмедиа, публичной информации, коммуникации, в досуговое, приватное пространство жизнедеятельности и мироощущения обыкновенного человека. С середины 60-х гг. XX в. это постоянно подтверждается ростом не только новостной, но и развлекательной массмедиийной продукции типа шоу, спортивных программ, сериалов, телевикторин, которые одновременно и выражают ценности капитализма, и добиваются их воплощения в повседневности обыкновенного человека через эффект прайминга. В обществе потребления, незаметно перешедшего в информационную эпоху, это осуществляется через своеобразное сращение рекламы-продажи товаров, вещей, услуг, которые обыкновенный человек (реципиент массмедиа) постоянно видит в массмедиийном пространстве и желает иметь в своем жизненном пространстве. В конце 80-х гг. Д. Смит в связи с этим вводит эффективно работающее понятие *аудитория как товар*.

Это классика теории и практики существования информационного общества. Пожалуй, о ней не стоило делать столь объемного вступления, если бы ни одно *но*. Понимание многих возникающих новых явлений, происходящих процессов чрезмерно, порой до мировоззренческой ущербности, актуализировано идеями информационного общества как общества умной толпы, поселенцев виртуального побережья (Рэдклиф, 2006), которые почти ничего общего не имеют с предыдущей социально-

политической историей, экономикой и образом жизни. При этом постоянно упускается из виду одна коллизия, сформулированная в середине XIX в. Н.А. Некрасовым в поэме «Кому на Руси жить хорошо», а столетие спустя нашедшая отклик в исследованиях информационного общества американских и западноевропейских теоретиков марксистского направления. Речь идёт о вопросе, который Н.А. Некрасов задал русскому обществу, обвиняя его в пренебрежительном отношении к воспитанию, просвещению простого человека: «Эх! эх! придет ли времечко / Когда (приди, желанное...) / Дадут понять крестьянину, / Что книга книге рознь?» (Некрасов, 1979, 88). Однако ответ на этот вопрос оказался принципиально иным, нежели предполагал русский классик. Обыкновенный человек XX и начала XXI вв. всё так же питается *информационным мусором* (Г. Шиллер), как и русский крестьянин XIX века. Для этих людей, представляющих различные типы обществ, в одинаковой мере близка массовая культура и определенный тип социальных взаимоотношений, а главное – социальной и ментальной самоидентификации. Как пишет по этому поводу Ф. Уэбстер, ссылаясь на аргументы идеологов информационного общества: «*Предположение, что “убогая жизнь” может идти рука об руку с “высокими мыслями”, а шахтёр или фабричный рабочий приходили после смены и читали Коббетта или Харди, – основано на иллюзиях.* Так никогда, конечно, не было: если в XIX в. рабочий приходил после смены и читал что-нибудь, то это была дешевая стряпня, сенсационные истории об убийствах, насилии, пьянстве и падших женщинах» (Уэбстер, 2004, 215). Постепенно такой *информационный мусор* стал активно дополняться рекламой вещей, товаров и услуг, которые может и должен захотеть иметь каждый. В этом смысле сложно не заметить одновременно и манипуляции хозяев (*информационных капиталистов*) в информационном пространстве и коммуникативных отношениях с аудиторией массмедиа, а также готовности этой самой аудитории к различного рода манипуляциям, воздействиям, особенно в той сфере, которая касается повседневности, досуга и потребления. С. Жижек со ссылкой на работу П. Слотердайка «Критика циничного разума» этот парадокс нашей современности формулирует так: «*Циничный субъект вполне отдаёт себе отчет в дистанции между идеологической маской и социальной действительностью, но тем не менее не отказывается от маски. Формула, предлагаемая Слотердайком, звучит так: “Они отлично сознают, что делают, но тем не менее продолжают делать это”.* Циничный разум уже не наивен, он парадоксальным образом оказывается просвещенным ложным сознанием: прекрасно осознавая фальшивь, полностью отдавая себе отчет в том, что за идеологическими универсалиями скрываются частные интересы, он всё же не собирается отказываться от этих универсалий» (Жижек, 1999, 36).

Почему же так происходит в середине второго десятилетия XXI ст., когда человек, кажется, должен уметь противостоять массмедиевым воздействиям и, тем более, манипуляциям? Почему обыкновенный человек с такой охотой потребляет *информационный мусор* и тот образ социальной жизни, тип социальных взаимодействий, которые им задаются? Как удалось капитализму начала XXI в., подобно капитализму середины прошлого столетия, избежать угрожающего ему кризиса и снова стать привлекательным, убедительным социально-культурным умонастроением, образом жизни и перспективным проектом для развития? Понятно, что в этой статье невозможно полностью, системно ответить на этот вопрос, но показать пути, методы и тенденции его разрешения через одно популярное явление – кулинарное реалити-шоу – вполне возможно.

В начале XXI ст. формируется и быстро развивается, поддерживаемое массовым восприятием, качественно новое явление социальной и массмедиевой коммуникаций. Оно открывает для информационального капитализма принципиально новые возможности, направления, горизонты развития. Это явление – реальное шоу, которое в силу своей природы, свойств, функций и особенностей реализации, обнаруживает и результативно осуществляет новые потенциалы и принципы, модели работы с аудиторией. Если для традиционного подхода, доминирующего в информационном обществе, характерно рассматривать аудиторию как пассивную составляющую, призванную посредством различного рода масмедиевых манипуляций (*снобождение, мягкие сети* (С. Московичи)) приобретать товар, услуги, информацию, то с появлением и упрочнением реалити-шоу ситуация меняется. Можно говорить о том, что теперь актуально не только понятие *аудитория как товар*, но и *образ жизни, образ мышления*, и главное - *поступки как товар*. При этом имеется в виду не столько привычное, базирующееся на классике капиталистического мировоззрения, продвижение потребительского образа жизни через рекламу, а также через подбор, структурирование, идеино-тематическое, рассчитанное специалистами наполнение и оформление массмедиевых материалов, программ, концепций и форматов изданий, теле- и радиоканалов, сайтов в сети. Это классика капиталистического маркетинга XX века. Но к его концу она обнаружила свои идеино-семантические пределы, что сказалось, например, в кризисе рекламной коммуникации.

Реальное шоу изначально заставляет вести речь о формировании и развитии максимально активной аудитории обычных людей, готовых всей полнотой своей жизни воплощать нормы, образцы, модели социальной коммуникации, направленной на формирование и упрочнение моделей, норм, репутации капиталистически-потребительского образа жизни. Необходимо чётко понимать, что их активность изначально

и принципиально отличается от аудитории, условно говоря, раннего информационного общества. В нём потребители массмедиийной продукции – это одновременно и потребители собственно массмедиийной информации, и объект наблюдений, выстраивания тактик и стратегий рекламных, PR кампаний, и объект надзора политических сил, власти. Аудитория – это объект воздействий, эффект прайминга которых сложно и затруднительно, точнее трудоёмко, просчитать в силу работы системы чувств, состояний, обстоятельств, сложно организованных, зависящих от многих факторов. Контроль над глобализированной аудиторией становится всё труднее получить, особенно учитывая её национально-ментальную, социально-экономическую, культурно-историческую различность. В этом плане показательны те усилия, которые были предприняты кофейными корпорациями, чтобы в 90-х гг. с помощью массмедиа перекодировать постсоветскую, привыкшую к чаю публику, на массовое потребление кофе. Или аналогичный пример с оливковым маслом, целенаправленно вытесняющим подсолнечное из ценностных культурных установок обыкновенного человека, живущего на постсоветском пространстве. Рекламные и PR-стратегии, работающие на традиционных моделях, методах и способах, оказываются по-прежнему необходимой, но недостаточной движущей силой социальной коммуникации. Реальное шоу в этом плане производит принципиальную трансформацию, одновременно и закрепляя за аудиторией её традиционную роль объекта, и давая возможность стать, точнее почувствовать себя субъектом массмедиийной и социальной коммуникаций. Если при традиционном подходе активность аудитории – это выбор в реальной жизни нужных для власти, корпораций массмедиийных каналов, программ, жанров, товаров, услуг, то с появлением реалити-шоу ситуация кардинально меняется. Это и позволяет капитализму избежать назревавшего кризиса, особенно в области желаний, сознаний современного человека, о чём убедительно размышляли П. Слотердайк, Ж. Делёз и Ф. Гваттари, и обнаружить новые направления для развития того, что марксизм определяет в качестве процесса повседневной социальной жизни. Реалити-шоу оказывается тем явлением, которое позволяет обыкновенному человеку нашего времени **как бы** избежать традиционной проблемы отчуждения в обществе, а транснациональным корпорациям **как бы** показать свою готовность к подлинному диалогу с обществом и человеком. На самом же деле через реальное шоу максимально полно реализуется всё та же манипулятивная функция общественным сознанием, продвижение капиталистического образа жизни, в основе которого лежит классическое капиталистическое *единство власти, контроля и выгоды*.

Так, в реалити-шоу, во-первых, остаётся сильной позиция *аудитория как товар*. Реалити-шоу, став популярным видом массового развлечения, потенциальной возможностью для обычного человека с помощью массмедиа изменить рутину своей жизни, востребованным телевизионным продуктом, позволяет корпорациям следить за настроениями и ориентациями широкой публики, формировать её вкусы, идеино-смысловый горизонт ожидания. Естественно, всё это помогает продвигать нужные товары и услуги и через рекламную коммуникацию, и через традиционные, *мягкие сети, облазн*, формировать потребительские ориентации. Это проявляется и в сформированном устойчивом проблемно-тематическом, идеино-смысловом, сюжетном наборе реалити-шоу, и в том, какие товары, услуги непосредственно рекламируются во время их демонстрации, и в том, какие ценности проповедуются участниками кастингов и героями шоу. Во-вторых, реалити-шоу обнаруживает как бы обратную, еще необработанную, но важную для глобализированного капитализма сторону: своеобразное возрождение в новых культурных условиях и продвижение в системе публичных коммуникаций капиталистического образа жизни. Происходит это уже не столько через рекламу, политтехнологии или же через чётко сформированную систему спортивных программ, сериалов, ток-шоу с заданными однотипными проблемно-тематическими, жанровыми, композиционными решениями, наборами конфликтов и персонажей, сколько через иное. В реалити-шоу идёт обращение к реальной жизни обычных людей, готовых добровольно выставить свою жизнь с её острыми конфликтами, проблемами на всеобщее обозрение и усердно выполнять все условия проекта для достижения цели во внеэкранной реальной жизни: денежный приз, но главное – новые возможности в профессиональной сфере, бизнесе, личных отношениях. Здесь, как и в идеологии раннего капитализма, акцент делается на свободный авантюризм активной личности, готовой любыми средствами добиваться поставленной, как правило, сугубо pragматической, цели. Реалити-шоу, подобно всем сильным массмедийным явлениям, чётко организованы в идеино-тематическом, проблемном, композиционном, сюжетном аспектах, в их основе лежит определённая социально, экономически значимая типичная житейская ситуация. Это позволяет им максимально сильно оказывать влияние на настроения широкой публики. Обыкновенный человек, видя, что его сосед, знакомый, просто такой же, как и он человек, достиг своей мечты, используя возможности массмедиа, решается на изменения в своей жизни. Это может проявляться в диапазоне от замены подсолнечного масла оливковым, яичницы-глазуны на овсянную кашу без соли до смены места работы, профессии, образа жизни и даже пола. Реальное шоу всегда предлагает и реализует через жизнь обычного человека образцы, принципы жизни,

стандарты вкуса, характерные для капиталистического (буржуазного) общества. С помощью реалити-шоу идёт создание устойчивого, сильного информационного поля и продвижение в нём образа жизни, в котором доминирует индивидуальность реального обыкновенного человека, пытающегося воплотить в своей жизни то, что М. Вебер называл этикой, духом капитализма, капиталистического предпринимательства.

Наиболее демонстративно эти тенденции проявляются в кулинарных реалити-шоу, которые изначально нацелены на несколько важных сфер жизнедеятельности общества и человека. Гастрономическая (кулинарная) культура – это то, что объединяет публичную и частную жизнь, социум и дом; то, что позволяет сохранить национальное, культурное своеобразие даже в эпоху глобализации. Эта культура даёт возможность проследить ментальные изменения на бесконечно малых отрезках исторического развития, выяснив, например, что ел европейский, американский, советский человек в 60-е гг. XX ст. и что превалирует на его столе сегодня. Гастрономическая культура – это то, что даёт возможность увидеть особенности праздничной и повседневной жизни человека, общества; то, что идёт от политики государства (чем заполнены полки магазинов), что и как из неё принимает и отвергает простой человек (какими блюдами и продуктами накрыты столы людей). Через анализ этой культуры возможно понять, как и почему изменялась система труда, социально-экономических отношений, взаимосвязанных с кулинарией и продуктовым, промышленным рынками. В связи с этим анализ кулинарных реалити-шоу – это вскрытие механизмов, моделей, которыми непосредственно живёт современный глобализированный мир и его национально-ментальные государственные образования. Кулинарное реальное шоу – это то, что обращено к повседневности социальной жизни и к корням человеческой экзистенции, как писали философы, работающие в марксистской традиции. В связи с этим показательны те основные тенденции становления и развития этого типа реального шоу, которые наблюдаются в европоцентричном массмедиийном пространстве.

Во-первых, почти все популярные у широкой публики кулинарные реалити-шоу («Мастер-Шеф», «Адский повар», «Лучший повар», «Лучший кондитер») имеют один общий формат. Он разрабатывается, как правило, английскими, американскими телеканалами, входящими в медиакорпорацию, а затем экспортируется. На первый взгляд, не существенным образом адаптированные версии матричного шоу охватывают почти всё мировое массмедиийное пространство, таким образом осуществляя контроль не только над этим пространством, но главное, над культурными, социально-экономическими, национально-ментальными настроениями, мировидением обыкновенных людей. При этом к «несущественным» мелочам, которые могут варьироваться в различных

национальных проектах одного матричного формата, относятся на самом деле важные идеино-смысловые нюансы. Например, в известном реалити-шоу «Мастер-Шеф» в украинском и российском вариантах, в отличие от австралийского шоу, которое известно еще и под названием «Фартук Победы», в состав судей не входит кулинарный критик. Казалось бы, что это незначительная деталь и что украинский и российский варианты, в отличие от австралийского шоу, сконцентрированы на том, чтобы включить в состав жюри больше поваров-практиков, а также рестораторов, т.е. тех, кто впоследствии сможет дать работу участникам проекта. Однако это не совсем так. Фигура кулинарного критика – относительно новая для постсоветского социально-культурного пространства, ментально чуждая для обычного человека, обладающего устойчивым фоном и фондом культурной памяти. Для европоцентричного культурного пространства кулинарный критик – это привычный и даже необходимый атрибут публичной жизни, особенно высших слоёв общества, это своеобразный показатель престижности, репутации ресторана. В связи с этим стоит вспомнить хотя бы образ ресторанныго критика, созданный режиссёром К. Зиди и актером Л. де Фюнесом в фильме «Ножка или крыльышко», кулинарный роман-репортаж М. Форта «Сицилия. Сладкий мёд и горькие лимоны». Для постсоветского человека дело обстоит иначе: кулинарный критик еще во многом воспринимается как экзотическое проявление другого, необжитого образа жизни. В связи с этим более понятным, близким, pragmatically необходимым для профессионального роста и дальнейшего устройства является шеф-повар, ресторатор. Они, с точки зрения обычного человека, способны помочь исполнить мечту об изменении или же улучшении жизни.

Показательно и то, насколько эти простые люди из разных стран (Украина, Россия, Франция, Израиль) и континентов (Евразия, Австралия, Америка), **как бы вдруг** обнаруживают для себя высокую степень вероятности воплотить с помощью массмедиа и своих усилий сокровенные желания, призванные изменить жизнь к лучшему. Эти, казалось бы, сокровенные желания обычного человека с помощью шоу, точнее его авторов, организаторов, спонсоров, рекламодателей, хозяев медиакорпораций, максимально обострены, сконцентрированы и направлены на реализацию идеальных капиталистических мечтаний. Это, например, выпуск собственной кулинарной книги, в результате чего человек становится знаменитым, богатым, успешным. Или это обучение в престижной кулинарной школе, в результате чего самый простой человек из маленького села получает престижную, хорошо оплачиваемую работу, известность в профессиональных кругах, стабильность в настоящем, уверенность в будущем. Или же хорошо зарекомендовавший себя участник проходит практику у ведущих шеф-поваров, рестораторов, что

тоже открывает для него профессиональные, социальные и житейские перспективы. Или это даже создание собственного, связанного с кулинарией, гастрономией, бизнеса. Все эти желания берутся из стереотипов социальной повседневности, желаний обыкновенного человека, отягощенного культурной памятью капитализма, и с помощью массмедиа максимально продуцируются уже на глобализированную аудиторию. Можно сделать вывод, что кулинарные реалити-шоу – это одновременно производство желания и управление им в сугубо капиталистическом духе (Ж. Делёз, Ф. Гваттари). В этом плане реальное шоу удачно объединят в себе значимые для новейшего времени возможности, которые идут от силы искусства, театральной культуры и массмедиа. По мысли Ж. Делёза и Ф. Гваттари, искусство и театр, а затем и кинематография в XX в. способствовали тому, чтобы создавать групповые фантазмы, освобождать желания, учить желать и с помощью театрализации жизни декорировать их. Реальное шоу, совмещая в себе возможности художественной и массмейдийной культур, соблазняет обыкновенного человека начала XXI в. надеждой на реальное исполнение **как бы** его желаний. Это во-вторых.

В-третьих, специфическая активность аудитории кулинарных реалити-шоу (огромные очереди по всему европоцентричному миру обычных людей на кастинги, вера в возможность стать телегероем, реально изменить свою реальную жизнь) обнаруживает новое качество проникновения власти и контроля в приватное пространство жизнечувствования, мечтаний, ориентаций людей. Массы обыкновенных людей по всему миру оказываются сплоченными общими и в то же время индивидуальными настроениями, желаниями, которые формируются и актуализируются в нужном ценностном направлении владельцами телеканалов, авторами и организаторами реалити-шоу. Масса разновозрастных обыкновенных людей, среди которых домохозяйки, студенты, юристы, экономисты, военные, оперные и эстрадные певцы, грузчики, рыбаки, средней руки бизнесмены, крестьяне, рабочие и т.д., обнаруживает в себе склонность к кулинарии и готова добровольно терпеть лишения, унижения на кастинге, во время съёмки программ, выставлять на публичное обозрение и победные, и постыдные для себя моменты ради надежды на приз, изменения жизни. Через реальное шоу капитализм добивается того, что было его идеальной целью: контроль не только над сознанием, поступками, но и желанием, интимным пространством обыкновенного человека.

В-четвёртых, кулинарные реалити-шоу всегда формируют внутри и вокруг себя мощное информационное поле, направленное на продвижение этих настроений и желаний. Внутри проекта это и традиционная реклама, и система викторин, конкурсов для зрителей, и поддержка от спонсоров проекта, и формирование позитивного имиджа

ресторанного бизнеса вообще и конкретного ресторана, ресторатора, и создание одновременно престижной репутации и доступности высокой кухни, гурманства для обыкновенного человека среднего класса. В австралийской версии «Мастер-Шеф» почти в каждой серии участников отправляют на кухни известных в Сиднее ресторанов, давая краткую характеристику выбора места для конкурса. С участниками проводят мастер-классы, и приглашенные прославленные повара, которые представляют престижные рестораны, и сами повара-судьи показывают технологию приготовления блюд.

Кроме того, кулинарные реалити-шоу, после того как упрочняются в национальном массмедиийном пространстве, начинают сопровождаться различного рода параллельными шоу с участием героев основного кулинарного реалити-шоу. Например, детский вариант «Мастер-Шеф» стал идти с четвёртого сезона, а «Всё будет вкусно», «Всё будет хорошо» – с его второго сезона (СТБ Украина). В этих проектах, которые одновременно и есть самостоятельными шоу, и PR-поддержкой основного реалити-шоу, уже доминирует не только кулинарная тематика, но вводятся темы здорового образа жизни, умения в магазинах проверять продукты на качество, секреты ведения домашнего хозяйства; рассказывается об удачно сложившихся судьбах участников основного реалити-шоу, которые становятся гостями программы. Более того, кулинарное реалити-шоу поддерживается документальными фильмами, постшоу, рассказывающими, как сложилась судьба участников проекта, достигших, хотя бы частично, воплощения своего желания. Если участник потерпел фиаско в реальной жизни, ему не удалось реализовать мечту и знания, навыки, полученные на проекте, то о его судьбе либо упоминается вскользь, либо возникшие проблемы мягко связываются с особенностями его характера, которые проявлялись уже во время съёмок. Бывшие участники, победители шоу становятся со-ведущими, судьями отдельных конкурсов в последующих сезонах шоу. Многие телеканалы идут на запуск и трансляцию тематических игровых сериалов, идейно поддерживающих кулинарное шоу («Кухня», «Сваты у плиты»).

Таким образом, базисные аксиологические основания капиталистического образа жизни через новый массмедиийный жанр (реальное шоу) и обнаруженные им мягкие сети соблазна обыкновенного человека переживают социально-культурный ренессанс.

### **Литература**

БЕЛЛ Д. 1990. Культурные противоречия капитализма. Этическая мысль: Научно-публицистические чтения. Москва: Политиздат, 1990. ISBN 5-250-00756-2.

- ЖИЖЕК С. 1999. Возвышенный объект идеологии. Москва: Изд-во «Художественный журнал». ISBN 5-901116-01-1.
- ЛУКАЧ Д. 1991. К онтологии общественного бытия. Пролегомены. Москва: Прогресс. ISBN 5-01-0020-85-8.
- НЕКРАСОВ Н.А. 1979. Стихотворения. Кому на Руси жить хорошо. Киев: «Веселка».
- РЕЙНГОЛЬД Г. 2006. Умная толпа: новая социальная революция. Москва: ФАИР-ПРЕСС. ISBN 5-8183-1004-3.
- УЭБСТЕР Ф. 2004. Теории информационного общества. Москва: Аспект Пресс. ISBN 5-7567-0342-X.



## ТВИТИНГ И ТВИТ КАК НОВЫЕ ЖАНРЫ РЕЧИ И ДОКУМЕНТОВ В СОВРЕМЕННОМ ДИПЛОМАТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

## TWEETING AND TWEET AS NEW GENRES OF LANGUAGE AND DOCUMENTS IN THE CONTEMPORARY DIPLOMATIC DISCOURSE

**Ольга Владимировна Пономаренко**

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

*В статье рассматриваются вопросы возникновения нового компьютерно-опосредованного вида коммуникации, обеспечивающего общение с помощью интернет-сервиса Твиттер. Вырабатывается определение и перечисляются основные жанрообразующие характеристики твиттинга как нового жанра в дипломатическом дискурсе и твитта как нового жанра дипломатических документов. Объясняется понятие Твипломатии.*

*The article deals with the problems of a new kind of a computer-mediated communication, provided with the help of the Internet-service Twitter. For twitting as a new genre in the diplomatic discourse, and for tweet as a new genre of diplomatic documents, the definition is being elaboration and their main genre characteristics are given. The notion of Twiplomacy is explained, as well.*

**Ключевые слова:** твиттинг, твит, жанр, дипломатический дискурс и документы, Твипломатия.

**Key words:** twitting, tweet, genre, diplomatic discourse and documents, Twiplomacy.

Современный бурный мир все больше нуждается в цивилизованном решении конфликтов, что объясняет неизменную значимость дипломатии – на бытовом и профессиональном уровне. В ответ на удовлетворение потребностей реалий жизни наука направляет исследования в соответствующее русло. Следовательно, и лингвистика вновь обращает внимание на изучение дипломатического дискурса. Ранее, в силу закрытости, его описывали в контексте политики, международных отношений, экономики, права, всемирной истории, реже – риторики (Зонова, 2004). Нынче эра ИКТ модифицировали все коммуникативное пространство; изменения коснулись и дипломатического дискурса: в частности, дипломатические ведомства и отдельные дипломаты успешно осваивают просторы Интернета. Уже привычными стали сайты внешнеполитических ведомств, ссылки на их страницы в социальных сетях. При этом, Твиттер относится к основному тренду в развитии Интернет-коммуникации (Биньковская, 2016). Соответственно, и дипломатические сотрудники, в особенности руководство, ведут персональные рабочие аккаунты на этих ресурсах.

Новый уровень и вид деловой коммуникации повлекли и освоение новых жанров. Таким образом, жанры, не существовавшие в конце XX в. и недавно возникшие как в рамках личного общения в глобальной сети, – е-майл, смс, ммы, пост, твит, видео-аудио-скайп-конференция и т.п. – вошли в обиход и стали неотъемлемой частью современного профессионального дискурса начала ХХI ст. Возникновение нового вида коммуникации привело также и к появлению своеобразного речевого кода, обслуживающего данную сферу общения, исследованием функционирования которого стала заниматься новая область языкознания – *интернет-лингвистика* [Горошко, 2007].

Филологи частично исследовали эти жанры, но только в контексте Интернет-общения, электронной коммуникации, виртуальных интеракций людей (Dubois, 2016), языковых особенностей общения в Твиттере (Hetting, 2009). Чего нельзя сказать об анализе дипломатического дискурса. Имея личный опыт работы в дипломатической сфере и питая профессиональный интерес к изучению романских языков, мы обратили внимание на изменения последних лет, преобразовавшие реальный (не «книжный») язык дипломатии. К примеру, перемещение части активности дипломатов на просторы Твиттера, а также некоторые особенности и закономерности т.н. Твипломатии (Пономаренко, 2013, 31-32), которые более-менее четко оформились, позиционировали *твитинг* и *твит* как новые жанры дипломатического дискурса.

Ранее лингвисты описали твиты как явления в языке и речи, в целом (Биньковская И.В. – Ушанова И.А., 2016).

Но до сих пор нам не удалось ознакомиться с филологическими исследованиями твитов именно в дипломатической коммуникации, что и определило объект, предмет, цель, актуальность, новизну и результаты нашей работы.

Тем не менее, стоит назвать авторов, которые частично исследовали интересующие объекты, и в работах которых содержатся рациональные высказывания и логичные выводы, которые, надеемся, помогут нам в скором начертать основы теории виртуальной коммуникации в сфере дипломатии. Следует отметить первые попытки дать определение и описать Твиттер как новый жанр Интернет-коммуникации (Биньковская – Ушанова, 2016; Горошко, 2012), новую Интернет-технологию, используемую политиками, сродни «сарафанному радио». Авторы попытались перечесть основные черты, функции, лингвистические (лексико-языковые) особенности и жанрообразующие компоненты твитов в Интернет-общении. Отдельным жанром называл Твиттер и С.Варшавчик (2011).

На применении понятия «речевой жанр» в отношении Твиттера настаивают такие лингвисты как Горошко Е.И., Землякова Е.А. – Полякова Т.Л.

(2012) Они объясняют, что жанр твиттинга является гибридным, так как представляет собой что-то среднее между общением по электронной почте и при помощи мгновенных сообщений, т.е. твиттинг – форма оперативного общения, которая объединила свойства нескольких интернет-сервисов: службы мгновенных сообщений, блога, электронной почты и социальной сети.

*Жанрообразующей особенностью Твиттера* является лаконичность передаваемых сообщений, которые можно помещать в свой профиль как с компьютера, так и, мобильного телефона, посредством смс-сообщений, что очень удобно для передачи экстренных сообщений.

В контексте изучения Твиттера нам импонирует позиция В.В.Дементьева (2010), который относил к речевым жанрам те типы высказываний, в которых стираются границы между языком и речью, поскольку, по нашему мнению, *твиттинг* и *твит* можно квалифицировать как *вторичный гибридный конвергентный жанр*, в котором сочетаются основные черты устной и письменной речи, традиционной грамматики и современные особенности компьютерно-опосредованной коммуникации. Твиттер как жанр отличается высокой степенью гипертекстуальности и мультимедийности.

Среди социальных сетей Твиттер – одна из тех, которые способны уравнять всех утентив (пользователей) – от рядовых граждан до представителей международной дипломатии. Такая коммуникация сближает ее участников, ставит их на одну ступень, унифицируя их компетенцию, способности и достоинство, что идеально согласуется с основными принципами дипломатии – равенством и взаимностью. Симбиоз Твиттера и дипломатии – тенденция к все более частого использования ресурсов Твиттера в дипломатических целях – и породил *Твипломатию* (термин, введенный 26.07.2012 г. (Пономаренко, 2013). Начало эпохи Твипломатии связано с именем Алекса Росса, возглавившего «виртуальную» часть предвыборной кампании Б.Обамы.

Мы определяем понятие *Твипломатия* как – одновременно – новый вид, прием, инструмент и средство дипломатии, который заключается в практической реализации основных задач дипломатии коммуникативно-лингвальными методами, в сочетании с современными электронными цифровыми технологиями Всемирной сети Интернет. Она не стемится вытеснить традиционные формы дипломатических отношений, но, скорее, стать их весомым *дополнением*.

В чисто лингвистическом аспекте Твипломатия – это високоергоно-мичное средство реализации принципа экономии языковых усилий, достижения лаконичности путем языковой компрессии и конденсации информации. Функционирование дипломатического дискурса в Твиттере

открывает новые горизонты исследований – виртуальное профессиональное и институциональное общение.

То есть, твипломаты на практике и лингвисты в теоретическом плане разрабатывают нормы грамматики, прагматики и коммуникативного поведения в Твиттере, важнейшими из которых являются:

- поиск языковых средств и речевых стратегий быстрого привлечения и удержания максимального количества фолоуэров;
- постановка умных, корректных вопросов и предоставления регулярных грамотных ответов;
- публикации исключительно собственных оригинальных твитов;
- избегание холодного, формального, бюрократического и агрессивного отношения и соответствующих высказываний;
- реферирование только к свежим и обновленным фото- и видеоматериалам;
- создание части твитов на английском языке (с целью информирования широкого круга утентов).

Понятно, что *Твипломатия* и ее участники – *твипломаты*, породила еще неизученный (*твипло*)стиль или Интерстиль – сочетание элементов всех 5 традиционных функциональных стилей, еще и в присутствии виртуальной составляющей (Пономаренко, 2013). Следственно, появляются новые виды языковой и речевой деятельности дипломатов: дипломатические вебинары (интернет-семинары) и Интернет-конференции вместо слетов представителей государств на традиционные международные конференции; интервью в форме электронных писем вместо микрофона и диктофона; чаты вместо личных приемов; аудио-видео конференции, общение в Скайпе и т.п. «Материально» такая коммуникация может иметь параллельно несколько видов фиксаций: письменно – на бумаге или страницах Интернет-сайтов, в виде фото или коротких видео материалов, аудио трансляции с фиксацией или без.

Появление Твипломатии как разновидности общения в этой сфере институциональной коммуникации внесла предполагаемые изменения в систему дипломатических документов: единицей общения в Твиттере стал твит, трансформировавшийся – в контексте виртуального измерения дипломатического дискурса – в новый жанр дипломатических документов, одну из основных форм материальной (письменной, текстовой) фиксации и презентации в реальном измерении сообщений информативного и позиционного характера в пределах функционирования дипломатии в Твиттере. Твит как виртуальный жанр дипломатических документов, в терминах традиционной дипломатии, соответствовать короткому сообщению, коммюнике, пресс-релизу, государственной (официальной внешнеполитической) или личной позиции дипломата, короткому, лаконично-

му заявлению, открытому письму (ноте), циркуляру, телеграмме, объявлению, приветствию, поздравлению, официальному публичному осуждению, высказыванию сочувствия, интервью.

Существует только одно обязательное требование к оформлению твитов – длина (не больше 140 символов). Это открывает возможности для создания потенциально неограниченного разнообразия их содержания, форм, а также порождает структурную вариативность.

К основным характеристикам твит-сообщения как жанра относятся:

- лаконичность и эргономичность;
- «телеграфный» стиль;
- компрессия в подборе и применении разноуровневых языковых элементов (лакуны, отсутствие знаков препинания, предлогов, артиклей, но при условии сохранения и не искажения смысла);
- нивелирование когерентности и когезии на поверхностном уровне;
- пренебрежение отдельными правилами орфографии, пунктуации и грамматики;
- не тщательность и / или халатности в графическом оформлении сообщений;
- конденсация информации;
- интертекстуальность;
- общедоступность и открытость, обусловленные спецификой виртуальной коммуникации в целом, объясняют сходство дипломатических твит-сообщений и циркулярных писем традиционной дипломатии.

Результаты изучения функционирования дипломатического дискурса в Твиттере показали, что если попытка описать типичную тематику твитов дипломатического дискурса является задачей реальным, то определить их типичное содержание почти невозможно, поскольку оно зависит от многих факторов, среди которых тематика, цель сообщения, необходимости создания большей/меньшей степени интердискурсивности. При этом, контент твитов ограничивается только количеством допустимых знаков и лингвокреативными способностями авторов. В то же время, возможно смоделировать типичную структуру твитов дипломатического дискурса, отмечая ее незначительное отличие от типовой структуры твитов как жанра в целом.

Таким образом, Твиттер как новый интернет-жанр – самая динамично растущая и активная сеть, предоставляющая возможность постоянной коммуникации и нуждающаяся в лингвистическом анализе в эволюции.

**Литература**

- БИНЬКОВСКАЯ И.В. – УШАНОВА И.А. 2016. Твиттер как новый жанр Интернет-коммуникации [online]. [Последнее обращение 2016-08-09]. Режим доступа: <<http://www.novsu.ru/file/1034461>>.
- ВАРШАВЧИК С. 2011. Твиттер и Живой журнал: два разных жанра // РИА Новости [online]. [Последнее обращение 2011-01-06]. Режим доступа: <<http://www.rian.ru/analytics/20100215/209324880.html>>.
- ГОРОШКО Е.И. 2007. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе Орел: Картуш, С. 223-237.
- ГОРОШКО Е.И. – ЗЕМЛЯКОВА Е.А. – ПОЛЯКОВА Т.Л. 2012. Жанры 2.0: проблема типологии и категоризации на примере коммуникативного сервиса «Твиттер» // Сб. науч. ст. М.: Лабиринт, С. 344-357.
- ДЕМЕНТЬЕВ В.В. 2010. Теория речевых жанров. М.: Знак. ISBN 978-5-9551-0409-6.
- ЗОНОВА Т.В. 2004. Дипломатия иностранных государств. М.: РОССПЭН. ISBN 5-8243- 0384-3.
- ПОЛЯКОВА Т.Л. 2012 Твиттер как новый виртуальный жанр / Стилистика [online]. 2012. С. 131-136. [Последнее обращение 2016-08-09]. Режим доступа: <[http://www.nbuu.gov.ua/old\\_jrn/natural/vkhnu/Rgf/2012\\_1003/12ptlnvj.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/old_jrn/natural/vkhnu/Rgf/2012_1003/12ptlnvj.pdf)>.
- ПОНОМАРЕНКО О.В. 2013. Дипломатія, трипломатія, твіпломатія: новітній канон дипломатичного дискурсу Вісник КНУ [Текст]. К.: ВПЦ КУ, С. 30-33.
- ЩИПИЦИНА Л.Ю. 2012. Сравнительное изучение текстов Твиттера как жанра интернет-коммуникации. In: Русская германистика. Т.9. М.: Языки славянской культуры.
- DUBOIS B. (w. d.). Analyzing a New Genre: Twitter & Tweets [online]. [Последнее обращение 2016-08-09]. Режим доступа: <<http://beckilinn.wordpress.com/>>.
- HERRING S. C. 2009. Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter / HICSS-42. – CA: IEEE Press. [online]. [Последнее обращение 2011-01-06]. Режим доступа: <<http://ella.slis.indiana.edu/~herring/honeycutt.herring.2009.pdf>>.

**VPLYV TELEVÍZNYCH MÉDIÍ  
NADČASOVOU OPTIKOU KURTA VONNEGUTA**  
**INFLUENCE OF TELEVISION  
THROUGH TIMELESS OPTIC OF KURT VONNEGUT**

**Maxim Duleba**

*Katedra anglistiky a amerikanistiky FF UK v Bratislave*

*V článku podrobíme analýze krátku prózu Kurta Vonneguta Harrison Bergeron. Prózu usúvzťažníme v kontexte s autorovým svetonázorom reprezentovaným v rozhovoroch a článkoch rovnako ako s predpokladom amerického literárneho kritika Charlesa B. Harrisa, že Vonnegutová poetika je predovšetkým poetikou absurdu a produkтом „absurdného sveta“. Prostredníctvom rekonštrukcie sújetu ilustrujeme, akým spôsobom K. Vonnegut reflektouje tematiku televízie ako média a jej vplyvu na intelekt konzumenta.*

*Following article analyses Kurt Vonnegut's short prose Harrison Bergeron. The prose is put into context with Kurt Vonnegut's worldview as illustrated in his articles and interviews same as with the perspective of literary critic Charles B. Harris who believes that the poetics of Kurt Vonnegut is a product of the „absurd world“ and represents the standpoint of absurdism. Reconstruction of plot enables us to illustrate, in what aspects K. Vonnegut reflects the theme of television as a medium and its influence on the consumer's intellect.*

**Kľúčové slová:** média, televízia, Kurt Vonnegut, analýza literárneho textu, Harrison Bergeron

**Key words:** media, television, Kurt Vonnegut, analysis of the literary text, Harrison Bergeron

„Je mi ľúto, že televízia existuje“ povedal v roku 1991 kultový americký spisovateľ Kurt Vonnegut v interview pre magazín *The Capable Guide*. V rozhore vyjadril presvedčenie, že väčšina ľudí žije „nehodnotný život“. Parafrázujúc Vonneguta, pre takýchto ľudí sa televízia stáva tou najvzácnejšou drogou- drogou lacnou, spoločensky akceptovanou a absolútne pohlcujúcou. Televízia, organizované náboženstvo a cigarety sú tie „narkotiká“, ktoré dávajú životu ľudí „hodnotu“, akcent a význam. Trpký kritik americkej spoločnosti, ktorého populárne krátke prózy charakterizujú bezbrehý cynizmus života, vychádza v rozhovore z teórie, že ak vynájdenie vodovodného potrubia viedlo k zániku rímskej civilizácie, televízia je možným zdrojom úpadku tej našej. Televízia, podľa K. Vonneguta, podobne ako svojho času vodovodné potrubie, vedie k „hlúposti a lenivosti“ (Vonnegut, 2016).

Tvorba K. Vonneguta je v kontexte americkej literárnej kritiky často rozberaná z pozície „absurdu“ a „absurdného umenia“.<sup>1</sup> Americký literárny kritik

---

<sup>1</sup> Napr. P. Olderman, B. Freedman.

Charles B. Harris v publikácii *Contemporary American Novelists of the Absurd* (1971) prezentuje Kurta Vonneguta ako jedného z najvýznamnejších postmoderných amerických prozaikov vychádzajúcich z „absurdnej optiky vnímania sveta“. Parafrázujúc literárneho kritika, Vonnegutov svetonázor je ovplyvnený vierou, že sa nachádzame v pasci nezmyselného univerza a ani boh, ani človek, ani teológia, ani filozofia nie sú schopné prinavratiť ľudskej existencii zmysel. Prozaické úsilia K. Vonneguta sú B. Harrisom interpretované ako reakcia na prehľbenú krízu humanizmu v postmodernizme. Slovami kritika, ktorý sám zastával a propagoval absurdistický svetonázor: „...nás svet je rozpadajúcim sa svetom, bez zjednocujúceho zmyslu, bez cielu: je to absurdný svet (Harrison, 1972, 17)<sup>2</sup>, a romány Kurta Vonneguta motivujú čitateľa k špecifickej askéze, ktorej zdrojom je zmierenie sa s problematikou bytia a nasledovná rezignácia. Ako konštatoval americký literárny vedec P. Reed: „Svet sa Vonnegutovi zdá byť absurdný a život v ňom maximálne nezmyselný“ (podľa Astvacaturov, 2002).

Inak ako absurdistu vníma spisovateľa literárna vedkyňa Jean E. Kennard, ktorá v svojej monografii K. Vonneguta zaraďuje do post-existencialistického prúdu v presvedčení, že Kurt Vonnegut usiluje o nájdenie zmyslu v zdanlivu nezmyselnom a nehumánom postmodernom svete (Astvacaturov, 2002). B. Harris a J. Kennard sa ale zhodujú vo viere v autorovu ostrú sociálnu kritiku post-moderného sveta a americkej spoločnosti, neodmysliteľnou súčasťou ktorej bol rýchly progres technologizácie. K. Vonnegut bol presvedčený, že je povinnosťou spisovateľa reflektovať vzrastajúci technologický rozmach, pričom on sám tak robil neoptimistickým spôsobom. V roku 1952 napísal dystopickú novelu *Piano Player*, v ktorej sa počítáče v spoločnosti stanú natoľko etablované, že väčšina populácie stratí prácu.

*Harrison Bergeron* je dystopická sci-fi poviedka, prvý krát publikovaná v časopise *The Magazine of Science and Science Fiction* v roku 1961, v časoch Vietnamskej vojny, ktorá autora ako pacifistu opakovane motivovala ku kritike tzv. „amerických hodnôt“.<sup>3</sup> V roku 1968, v čase keď sa Vietnamská vojna stala tzv. „prvou televíznou vojnou“ a udalosti vo Vietname boli autentickým spôsobom prostredníctvom televízie sprístupnené širokej americkej verejnosti, Vonnegut zaraďil poviedku do svojej sociálno-kritickej zbierky *Vítajte v pavilóne opíc*. Prítomnosť televízneho média ako komunikátu desivej absurdity bytia

<sup>2</sup> Absurdistický svetonázor Vonnegutovej poetiky je podmienený aj traumatickou skúsenosťou počas druhej svetovej vojny, keď ako vojnový väzeň zažil bombardovanie v Drážďanoch v roku 1945. Traumatickú skúsenosť spracoval v jednom zo svojich najslávnejších autobiografických románov Bitúnek č. 5.

<sup>3</sup> Ako Vonnegut neskôr písal pre časopis *Common Dreams*, vojna vo Vietname bola „katastrofická vďaka svojmu idiotizmu“.

a syntéza týchto dvoch motívov tak nadobudla už na beztak prítomnej a sužujúcej aktuálnosti.

Vonnegut bol pri výbere tematiky taktiež pravdepodobne inšpirovaný rečou Newtona Mintona Minowa, vtedajšieho hlavného predsedu americkej federálnej komisie pre komunikáciu, ktorý v roku 1961 prirovnal televíziu k „drvivej pustatine“ (wast wasteland), kritizoval televíziu za nezodpovedný prístup k divákom a vysielanie intelektuálne nepostačujúceho obsahu, označil svoj vek za „vek televízie“ a zdôrazňoval, že deti trávia pred televízorom rovnaké množstvo času ako za školskými lavicami a preto je nevyhnutné, aby sa televízia stala viac edukačnou. V prejave apeloval na televízne stanice- ak nesplnia svoj dlh voči krajine, teda nezačnú vysielať vzdelávacie, náboženské a spoločensky inštruktívne programy (obzvlášť v časoch hrozby komunizmu), nedostanú od štátu licenciu (Minow, 2001). Vonnegut v poviedke reflekтуje nielen vnímanie televízie ako spoločensky usmerňujúceho média, ale taktiež v rámci svojich sociálno-kritických tendencií ilustruje ako pretechnologizovaná spoločnosť budúcnosti dokáže prostredníctvom televízie spreneveriť americký ideál rovnosti *All man are equal* známy z americkej deklarácie nezávislosti. Vonnegut píše: *Nikdo nebyl silnejší ani rychlejší než kdokoli iný. Všechna tato rovnosť vyplývala z 211., 212. a 213. dodatku Ústavy Spojených státov a z nepolevující ostražitosti agentú Generálneho vyměrovatele handicapů* (Vonnegut, 2008, 113). Hyperbola ideálu rovnosti má parodický charakter- namiesto spoločenskej prosperity vedie, ruka v ruke s televíziou, k deformácii plnohodnotného bytia.

Vo svete antiutopickej poviedky televízne médium figuruje ako absolútna a všadeprítomná dominanta- svet poviedky je predelený na dve spolupracujúce pomyselné priestory: svet pred obrazovkou a svet za obrazovkou. Kým v rozhovore pre *The Capable Guide* K. Vonnegut televíziu prirovnával k spoločenskému „ópiu“, v poviedke v súlade so svojimi sociálno-kritickými tendenciami naštylizoval televíziu do pozície „narkotického sedatíva“, prostredníctvom ktorého je realizovaná cesta k „absolútnej rovnosti“.

Georg a Hazel sledujú televízny program. V televízii oznámia, že ich „ne-normálny“ a mimoriadne talentovaný syn Harrison Bergeron utiekol z väzenia. Ten vtrhne do televízneho štúdia a pokúsi sa spoza televíznej obrazovky ovládnuť svet- začne tancovať s jednou z prítomných baletiek zbavenej nainštalovaných hendikepov.

Georg a Hazel stvárnjujú obraz televízneho konzumenta budúcnosti. Ich prijímanie okolitého sveta je totálne podmienené kontaktom s médiom. Manželský páru inštinktívne sedí pred obrazovkou- podobne ako konzumácia televízneho média sa stáva nevyhnutným rituálom každodenného bytia, kritický prístup k ponúknutému obsahu je znemožnený vďaka okolitým technológiám, teda „handicapujúcim prístrojom“: *Jasne, " řekl George. Začal zrovna útržkovitě přemýšlet o Harrisonovi, jejich nenormálním synovi, který byl ve vězení, ale*

pozdravná dělostřelecká salva v hlavě mu to překazila (Vonnegut, 2008, 114). Dosiahnutie „absolútnej rovnosti“ je taktiež podmienené technológiou- vláda inštaluje občanom „handicapujúce“ prístroje, aby nikto nemohol prekročiť rámec umelo nainštalovanej priemernosti. Obzvlášť v prípade Harrisona Bergerona- občana mimoriadne talentovaného a odcudzeného vďaka svojej „nadpriemernosti“, naberá prítomnosť obmedzujúcej technológie mimoriadne parodický charakter: *Namísto malickateľného rádia ako mentálneho handicapu mél na uších obrovská sluchátka a na očích silné čočky ze zvlneného skla. Účelom brýľí bylo nejen naplň ho oslepíť, ale ještě mu zpôsobiť trýznivé bolesti hlavy. Po celém těle byl ověšen kusy železa... Harrison však vypadal jako pochodující šrotiště* (Vonnegut, 2008, 115). „Handicapujúce prístroje“ podobne ako dominancia televízie sú zvelenenou hyperbolou autorovej neoptimistickej vízie budúcnosti. K. Vonnegut technológie v rozhovoroch opakovane označuje za „de-humanizujúce“. Technologický progres v jeho umeleckej vízii tak nevedie k emancipácii ľudskej tvorivosti, ale naopak, figuruje ako protipól optimistickej vízie sveta budúcnosti, v ktorej sú technológie ľuďom nadriadené a figurujú v rozpore s víziou budúcnosti načrtnutou prejavom Newtona Minowa nie ako povzbudenie, ale naopak, ako potláčanie ľudskej vôle a ľudského intelektu. Postavám je znemožnené aktívne rozmýšľať, pretože priemerný jedinec v dys-topickom obraze americkej spoločnosti touto vlastnosťou, považovanou za vybočenie z „priemernosti“, neoplýva: *A George, jehož inteligence byla notně nad průměrem, mél v uchu malinkaté rádio. Byl to jeho mentální handicap... Ten približne každých dvacet sekund vyslal do éteru pronikavý tón, aby lidem jako byl George, znemožnil těšit se z nespravedlivé výhody, kterou jim jejich mozky poskytovaly* (Vonnegut, 2008, 114). Ak B. Harris považuje tradičné zobrazenie životnej skúsenosti v poetike K. Vonneguta za „výkrik absurdu“, v nami analyzovanej poviedke je oná bezvýchodisková absurdita životnej skúsenosti podmienená predovšetkým neriešiteľnou a cyklickou situáciou postáv vo vzťahu k technológiám a nimi manipulujúcim autoritám.

Sujet v poviedke graduje smerom od „sveta pred obrazovkou“ k „svetu za obrazovkou“, pričom obe svety spolupracujú v dialektickom vzťahu a ich prepojenosť je podložená paradoxom istej neprepojenosti - Georg a Hazel si v momente gradácie neuvedomujú, že za obrazovkou vidia svojho „nenormálneho syna“, ktorý vďaka svojej nadpriemernosti utiekol z väzenia: *Z televizního prijímače zazněl jekot a prerývané výkřiky zděšení. Fotografie Harrisona Bergerona na obrazovce začala poskakovat, jako by tancovala do rytmu zemětřesení. George Bergeron to zemětřesení přesně identifikoval a nebylo také divu, neboť jeho vlastní domov nesčíslněkrát tancoval ve stejném drtivém rytmu. „Můj bože,“ hlesl George, „to je přece Harrison!“ Toto poznání mu však z hlavy ihned vyhnal třesk automobilové nehody* (Vonnegut, 2008, 114). Zatial čo pred obrazovkou autor ilustruje t'aživost' dopadu technológií opisom pasívnych prijímateľov Georga a Hazel, gradácia sujetu je zavŕšená vo svete „za

obrazom“, kde sa Harrison Bergeron vďaka svojej nepotlačenej nadpriemernosti pokúša stat „cisárom sveta“. Prechod medzi svetom obrazu do sveta za obrazom štylizuje televíziu do totalitnej pozície vo vzťahu k realite postáv, nakoľko by bez dominancie médiá neboli uskutočniteľný ani samotný sujet. Vo svete za obrazovkou sa objavuje Harrisson Bergeron a narúša parodický tanec baletiek, ktorý je hyperbolou a paródiou bezduchého obrazu, bežne sprostredkovaneho televíznym médiom, ktorý podrobil kritike aj Newton N. Minow. Ani baletky, ktoré sú stvárneným obsahom televízneho vysielania, parodickým spôsobom neprevyšujú očakávanú priemernosť vďaka svojím umelo nainštalovaným „handicapom“: *Byly ověšeny okenními závažími a vaky s broky a přes obličeje měly masky, aby se nikdo, kdo by spatřil nespoutané a půvabné gesto či pochledný obličeji, necítil jako sežvejkáný cár hadru* (Vonnegut, 2008, 116). Nemožný a parodický tanec umelo handicapovaných baletiek, ktorý je symbolom svetu pred obrazovkou a televízne médium mu slúži ako komunikát, je vo svete za obrazom vystriedané hudbou, pričom za „normálnu“ hudbu je považovaná hudba nekvalitná: *Hudba začala. Zprvu byla normální – laciná, přihlouplá, falešná* (Vonnegut, 2008, 118). Vonnegut tak opäťovne paroduje televízne médium a „nekvalitná“ hudba konotuje svoju nekvalitou televízny obsah. Harrison strháva handicapujúce prístroje z hudobníkov a tancuje s baletkou, až kým nevtrhnú autority a neprerušia vysielanie. Vybočenie z očakávaného vysielania je prerušené autoritou a tzv. „vymývanie mozgov“ pokračuje ďalej. Po tom, ako Georg a Hazel videli v televízii smrť vlastného syna, okamžite na ňu zabúdajú: „*Už ani nevím. V televizi bylo něco hrozně smutného,*“ odpovedela. „*Co to bylo?*“ „*Nějak se mi to v hlavě popletlo.*“ „*Na smutný věci zapomeň,*“ řekl George (Vonnegut, 2008, 118).

Vonnegut ilustruje tragiku otupujúceho dopadu televízie na ľudskú mysel<sup>4</sup> a pôsobivo znázorňuje absurditu postmodernej spoločnosti a „veku televízie“. Závisí na recepcii čitateľa, či mu podobný obraz poskytne aj istú formu zmiernenia alebo či ho motivuje k rezignácii (Cingerová, 2015, 8). Je pôsobivé, že text z roku 1961, ktorý sa svojím obsahom vysmieva plýtkosti bežného televízneho programu a na druhej strane varuje pred jeho umelou reguláciou zo strany autorít, je aktuálny aj v súčasnosti, keď v istom spektre odbornej verejnosti panuje názor o tom, že bežný program komerčnej televízie ma vďaka svojmu bezduchému a prízemnému obsahu často nepriaznivý dopad na intelektuálny a duchovný vývin recipienta.

<sup>4</sup> Ktorú ostro kritizoval aj Newton N. Minow, a to s cieľom docieliť, aby televízie vysielali „hodnotnejší“, avšak taktiež pre vtedajšiu americkú ideu vhodnejší obsah.

**Literatúra**

- ASTVACATUROV, A. 2002. Poetika i násilie. (O romane Kurta Vonneguta „Böinia Nomer Pjat“). NLO [online]. 2002, č. 58 [cit. 2016-08-09]. Dostupné na internete: <<http://magazines.russ.ru/nlo/2002/58/ast.html>>.
- CINGEROVÁ, N. 2015. Diskurzné stratégie modelovania obrazu druhého (na príklade týždenníka Argumenty i fakty). *Jazyk a kultúra*, Roč. 6, č. 21-22 (2015), s. 4-11. ISSN 1338-1148.
- GREEN, N. 2016. What Kurt Vonnegut and Ray Bradbury Thought About Television. In: Mental Floss [online]. 2016 [cit. 2016-08-09]. Dostupné na internete: <<http://mentalfloss.com/article/78834/what-kurt-vonnegut-and-ray-bradbury-thought-about-television>>.
- HARRIS, H. 1972. Contemporary American Novelists of the Absurd. Oxford: New College & University Press. ISBN 0808400444.
- MINOW, N. 2001. Television and the Public Interest. In: American Rhetoric [online]. 2001. [cit. 2016-08-09]. Dostupné na internete: <<http://www.americanrhetoric.com/speeches/newtonminow.htm>>.
- VONNEGUT, K. 2008. Vítejte v pavilonu opic. Praha: Argo. ISBN 9788025700839.

## KOLEKTÍVNY OBRAZ SMRTI A JEHO TRANSLÁCIA COLLECTIVE IMAGE OF DEATH AND ITS TRANSLATION

Kristína Jakubovská

Katedra kulturologie FF UKF v Nitre

*Autorka príspevku skúma význam a mechanizmus utvárania kolektívneho obrazu smrti v spoločenstve. Všíma si, ako sa utvára na báze predošej a aktuálnej sociokultúrnej praxe (v podmienkach komunikácie a vyjednávania) a upevňuje v procese ritualizácie a translácie. Všíma si úlohu jazyka a slovesných prejavov v tomto procese. Na príkladoch vybraných tanatologickej predstáv, ukotvených v ľudovej slovesnosti a transmičovaných v súčasnom mediálnom priestore, poukazuje na priebeh translácie obrazu smrti, jej formy a cesty.*

*The author of the article explores the importance and mechanism of forming a collective death image in the society. She studies how it is being created on the basis of former and actual sociocultural experience (in the conditions of communication and negotiation) and strengthened in the processes of ritualization and translation. She also notices the role of language and linguistic forms within the process. By means of the selected examples of thanatological images, rooted in folk literature and transmitted in the contemporary media environment, she points at the mechanism of translation, its forms and ways.*

**Kľúčové slová:** obraz smrti, translácia, ritualizácie, tanatológia, ľudová slovesnosť, médiá

**Key words:** death image, translation, ritualisation, thanatology, folk literature, media

### 1 Na úvod

Komunikácia je jednou zo základných činností a schopností človeka. Stojí v jadre sociálnych vzťahov a formuje sociálny život ľudí. Predstavuje tiež jeden zo základných faktorov tvorby kultúrnych hodnôt, nakoľko kultúra vždy reflekтуje spôsob zmýšľania, videnia a konania kolektívnu, odohrávajúci sa v medziach binárneho uvažovania o dobrom a zlom, mravnom a nemravnom, peknom a škaredom a každodennú konfrontáciu s nimi. Sú teda produkтом spoločnosti a sociálnej interakcie. Parciálne hodnoty môžu byť výsledkom činnosti konkrétneho človeka, ale vždy v pozícii člena spoločnosti, ktorá na danú hodnotu reaguje (pozitívne/prijímajúco či negatívne/odmietnutím).

V procese komunikácie dochádza, na jednej strane, k prezentovaniu a výmene informácií a názorov medzi jednotlivcami. Na druhej strane sa o nich vyjednáva, pričom sa hľadajú ich spoločné prieniky. Dialóg a vyjednávanie sú nástrojmi konštituovania spoločných hodnôt, noriem, ideámi, postojov, vzorov správania atď. V tomto procese vznikajú kolektívne obrazy, t.j. jedinečné kulturne determinované črty gnozeologických a axiologických procesov

a semiózy, vedúce ku kolektívному nazeraniu a videniu sveta navôkol, vnútorného sveta skupiny a vlastného mikrokozmu.

## **2 Kolektívne obrazy a ich translácia**

Mohli by sme si prepožičať metaforu D. M. Ruiz (2012, 5-13) „o kolektívnom sне“ ľudí (spoločnosti), na ktorom sa človek podieľa a sníva ho spoločne s ostatnými v dôsledku „ochočovania“ (socializácie, enkulturácie). Táto metafora v sebe obsahuje dva zaujímavé body. Na jednej strane je tu kolektívny princíp, ktorý sa dostáva do opozície k individualizmu (individualnému mysleniu, konaniu a spôsobu života). Na druhej strane je tu obsiahnutý motív sna, akejsi iluzívnosti uchopenia bytia spoločnosťou či už v ontologickej rovine či realizovanej societou v praxi. Participujúc na „kolektívnom sне“ preberáme spoločné motívy snívania, sny a nočné mory, presvedčenia, programy, strachy, rozvíjame svoju osobnosť poznaním, vzdelávaním a obohacovaním sa o múdrost' a kultúrne výdobytky predkov, a zároveň prijíname limity vymedzené ich sociokultúrnou praxou. Oproti kolektívнемu snu stojí individuálny sen jednotlivca (v podobe „malej bublinky“), ktorý má väčší či menší prienik s kolektívnym snom členov spoločnosti. Časť mimo zóny prieniku a jej veľkosť závisí od emancipácie jednotlivca od vlastného kultúrneho dedičstva, resp. v kontexte Epsteinovej koncepcie transkultúry, závisí od oslobodenia sa jednotlivca od vlastného kultúrneho rámca a jeho limitov. (Epstein, 2009, 330) Transkultúrne procesy a utváranie vlastnej identity (projekt vlastnej kultúrnej identity) sa stávajú stále aktuálnejšími a čoraz viac pozorovateľnými v postmodernej spoločnosti.

Kolektívne obrazy si môžeme predstaviť zjednodušene ako vizualizáciu sociokultúrnej reality pri práci s pojмami. Predstavitelia jednotlivých etnických skupín a štátov si predstavia vždy iný obsah a kontext pri vyslovení pojmov univerzálnie prítomných v jednotlivých jazykoch sveta. Máme svoje predstavy o prírode, domove, rodine, tradičnom odevе atď. Keď povieme tradičné jedlo, Slovák si asi s najväčšou pravdepodobnosťou predstaví bryndzové halušky, Japonec *sushi* a Ukrajinec *boršč* či *holubci*. Obraz rodiny zdieľaný v slovenskom katolíckom prostredí (ideál) sa bude lísiť od slovenského evanjelického prostredia, ale vždy budú mať k sebe bližšie ako obraz pochádzajúci z moslimského prostredia. V piesňach beduínov sa ospevujú piesočné duny a horúce slnko ako prvky prírodného prostredia symbolizujúce teplo domova. V našich piesňach sa zrkadlí krása slovenských hôr, riek či nížin. Obraz lásky a intimity bude mať iné podoby v západnej kultúre (vychádzajúcej z antickej a židovsko-kresťanskej tradície) a vo východných kultúrach (napríklad tantrický a taoistický pohľad na partnerské spolužitie a sexualitu). Pohľad na kolektívnosť a individualitu bude inak vnímaný v prostredí spoločností založených prevažne na nukleárnych rodinných vzťahoch a v spoločnostiach založených na rodovej a kmeňovej afiliácii.

Vďaka kolektívnym obrazom získavajú „účastníci kolektívneho sna“ špecifické črty vlastného mentálneho prežívania, a teda môžeme hovoriť o etnickej psychike či skupinových mentálnych črtách. Môže ísť o prejavy silného sebavedomia, ktoré je predstaviteľmi iných kultúr niekedy vnímané ako chvastúnstvo (napr. sebavedomé vystupovanie predstaviteľov americkej kultúry pozorovateľné vo formátoch amerických reality show<sup>1</sup>) alebo naopak pocity menej-cennosti v prípade príslušníkov menej početných národov, ktoré zastávali v svetových dejinách prevažne úlohu kultúrnej periférie s minulosťou poznačenou stratou štátnosti (nás národ) či dedične zdieľaný pocit kolektívnej krivdy národa, ktorý prežil genocídu (židovský národ, ukrajinský národ a i.).

Význam spoločných obrazov zdôrazňuje nepriamo aj Z. Bauman v kontexte rozdielov medzi utváraním postojov k sociokultúrnemu dianiu v prostredí lokálnych komunít a globálneho spoločenstva. Poukazuje na významnú úlohu procesu komunikácie medzi členmi lokálnych spoločenstiev, na úlohu lokálnych vyjednávačov a hľadanie spoločných riešení na aktuálne výzvy. (Bauman, 2000, 33-35) Dovoľujeme si vyslovíť názor, že práve v tomto komunikačnom modeli dochádza k harmonizácii vnútorných vzťahov spoločenstva a konaniu v prospech verejného blaha.

Kolektívne obrazy sa reifikujú a oživujú, resp. aktualizujú v procese kultúrnej translácie, kedy dochádza k ich prenosu, t.j. šíreniu medzi ľuďmi „spoločne snívajúcimi kolektívny sen“. V tomto kontexte sa primárne sústredíme na vzťahy vo vnútri skupiny a nie na transláciu lingvistických obsahov a ich sociokultúrnych kontextov medzi etnickými skupinami (antropologické a kulturologické hľadisko, na ktoré poukazuje napríklad Kyle Conway v pojednávaní o kultúrnej translácii). Dynamický aspekt translačných procesov spočíva v prenose (informácií, poznatkov, obsahov, hodnôt a i.). Etymologický základ pojmu slova vychádza z latinčiny („*translatus*“ a „*transferre*“) vo význame prenosu, presunu. (Conway, 2012, 2) Conway si všíma antropologické, etnografické a kulturologické uchopenie daného termínu, ktoré osciluje okolo procesov translácie (prekladu) významov a hľadania najbližších ekvivalentov v jednotlivých jazykoch a kultúrnych reáliach, resp. sa opiera o vyjednávanie v prostredí dvoch kultúrnych skupín, z ktorých jedna je v minoritnej a druhá v majoritnej pozícii. Naopak translácia kultúrnych obrazov a programov vo vnútri skupiny je vymedzená jedným sociokultúrnym prostredím a translačným

<sup>1</sup> Napríklad spevácka súťaž *American Idol*, ktorá v našom prostredí prebehla pod titulom Superstar. Rozdiely medzi americkými a našimi súťažiacimi boli podstatné v mnohých oblastiach. Nás však zaujala sebadôvera amerických súťažiacich, ktorí suverénne tvrdili, že sú superstar a že súťaž vyhrajú. V našom prostredí bolo možné pozorovať väčšiu skromnosť, nižšie sebavedomie, prejavovaný rešpekt či dokonca strach. Samozrejme tento príklad je len ilustratívny a poukazujeme v nom na výsledky vlastného pozorovania. Treba zdôrazniť, že ide o subjektívne hodnotenie, ktoré nemá absolútну platnosť a nevypovedá o celej americkej spoločnosti.

tokom smerujúcim od jadra kultúry (kolektívneho sna) k jednotlivcom a subkultúram (individuálne sny). Deje sa tak prostredníctvom translačných form (obsahov) a kanálov translácie.

Domnievame sa, že medzi **translačné formy** je možné zaradiť:

- ***ľudovú slovesnosť*** (príslavia, porekadlá, pranostiky, rozprávky, piesne, povesti, ľudové rozprávania, balady, legendy a i.);
- ***mytológické jadro;***
- ***filozofické a teologické koncepty a ideológie, idey;***
- ***hodnoty***
- ***sociokultúrne regulátory (normy, pravidlá, zákony, tabu) a i.***

**Translačné kanály** v zmysle ciest, po ktorých sa prenáša kultúrny obsah translácie z kolektívneho sna do individuálneho:

- ***pozorovanie konania iných*** (učenie sa napodobovaním, preberaním úkonov, postojov, nápadov, riešení)
- ***socializácia a enkulturácia v rodinách a lokálnych komunitách;*** v rámci tejto je rozprávanie staršej generácie o životných skúsenostiach a vlastnom ponaučení (v súčasnom západnom modeli sociokultúrnych vzťahov je hodnota životnej múdrosti a skúsenosti staršej generácie vnímaná menej relevantne a neaktuálne, prikladá sa jej menší význam úmerne meniacemu sa statusu staršej generácie a rastúcim tendenciám jej sociálnej exklúzie)
- ***uplatňovanie nástrojov sociálnej kontroly,***
- ***formálne a neformálne vzdelávanie,***
- ***využívanie informačných technológií a masovokomunikačných prostriedkov,***
- ***performativita*** (verejná demonštrácia translačných obsahov napr. pri výročných slávnostiah, významných momentoch rodinného, lokálneho a národného života)
- ***ritualizácia*** (preberanie a aktualizácia obradných úkonov viažúcich sa na významné momenty rodinného a kalendárneho cyklu a i., ktoré zabezpečujú prechod od profánneho času a priestoru k sakrálnemu)

### 3 Reflexia smrti ako kultúrna univerzália

Procesu tvorby kolektívnych obrazov, hodnôt a ich translácií podlieha aj reflexia smrti a formovanie vzťahu k nej. Tak ako je smrť neoddeliteľnou súčasťou života, jej reflexia je univerzálnym fenoménom, ktorý sa sprítomňuje v každej kultúre. Vzťah k smrti je súčasťou vzťahu nás samých k svetu (prírode), k iným a najmä k seba samým. Pretože, ako poukazuje P. Aries, smrť je kolektívnym osudem všetkých živých bytostí. (Aries, 1974, 28) Počas nášho života

sa dostávame do konfrontácie s jej rozmanitými formami, ktoré sa učíme akceptovať. Uvedomujeme si jej rôzne roviny. Je to smrť ako kolektívna kategória (smrteľnosť ako spoločne zdieľaný osud, výmena generácií, smrť prichádzajúca opakovane do rodinného, susedského a lokálneho krahu komunity), „smrť tých druhých“ (smrť blízkych ľudí, akceptovanie straty a bolesti z nej), individuálna smrť (moja smrť, uvedomenie si vlastnej smrteľnosti a v nadváznosti na ňu reflexia vlastného života, môjho životného projektu a jeho zmyslu). V individualizácii smrti vidíme mentálnu a emocionálnu emancipáciu človeka, ktorý čelí vlastnému strachu zo smrti. Domnievame sa, že uvedomením si vlastnej smrteľnosti sa dostáva viac do kontaktu so svojím bytím a jeho podstatou – ľudskou esenciou. Každé spoločenstvo a jeho kultúra rieši od svojich počiatkov fenomén smrти a vytvára formy, ako sa s ňou vysporiadat’.

Deje sa tak prostredníctvom formovania obrazu smrti a súboru formálne záväzných úkonov (pohrebných rituálov), ktoré vykonáva spoločenstvo a dávajú jednotlivým ľudským aktivitám osobitný sakrálny (posvätný) charakter. Ako si všíma E. M. Ščepanovskaja, vo svojich počiatkoch sa pohrebné rituály sústredili na telo zosnulého, ktoré po smrti zostało nehybne ležať. Dá sa logicky predpokladať, že ľudia potrebovali nájsť príčinu, prečo je telo ich blízkeho človeka nehybné, čo to znamená, a ako sa k nemu správať. Ščepanovskaja poukazuje na to, že v prvotných ľudských spoločenstvách zosnulého nepochovávali, ale vnímali ho aj naďalej ako rovnocenného člena spoločnosti. Venovali mu svoju pozornosť a prideľovali mu jedlo. Na rozdiel od prvotného akceptovania zosnulého i naďalej ako člena komunity došlo postupne k uvedomieniu si nebezpečenstva, ktoré pre pozostalých predstavuje. Išlo v prvom rade o uvedomenie si hrozby chorôb, ktoré môže rozkladajúce sa telo prenášať a potrebu jeho eliminácie (pochovaním, spálením či inak). K prvotne definovanému strachu odvodenému od biologických procesov rozkladu sa sekundárne pridal strach z jeho duše. Tak došlo k uvedomieniu si nezlučiteľnosti sveta živých a mŕtvych a k striktnému rozdeleniu týchto svetov. Cieľom pohrebných obyčají tak nebola len eliminácia tela, ale tiež upokojenie duše, rozlúčka s ňou a zabránenie jej návratu, ktorý by mohol priniesť škody pre rodinu a komunitu. (Ščepanovskaja, 2012, s. 1)

#### 4 Utváranie kolektívneho obrazu smrti

Týmto spôsobom došlo k vzniku súboru rituálnych úkonov viažúcich sa na proces umierania, poslednú rozlúčku so zosnulým, jeho obradné vyprevadenie zo sveta živých do sveta mŕtvych sprevádzané elimináciu jeho tela (jeho odozdaním prírode). V jadre rituálov sa skrýva ich konkrétna forma, ktorej dodržanie je prísne sledované. Spájajú sa tiež s osobitnou atmosférou (sakralizácia času a miesta realizovaného rituálu). Ich platnosť potvrdzuje kolektív, ktorý ich vykonáva. Sú charakteristické špecifickou úrovňou vedomia, kedy všetci prítomní spoločne veria vo význam a prospěšný prínos daného rituálu (často má

magickú funkciu). Ako konštatoval B. Malinowský, „*v prípade smrti jedine náboženstvo a úkony s ním spojené predstavujú protiváhu odstredivým silám strachu, zdesenia, demoralizácie a poskytuje najmocnejšie prostriedky na reintegráciu otriasenej solidarity skupiny a znovunastolenia jej morálky.*“ (Malinowský, in Jágerová, 2008, s. 35)

Môžeme si všimnúť, že podstatná časť kolektívneho obrazu smrti je determinovaná ritualizáciou. Keby sa v našom tradičnom prostredí nevykonal obrad posmrtného stráženia tela, ľudia by nespozorovali príznaky potenciálnej revenancie a nevedeli by sa pred ňou chrániť. Tento rituál teda odkazuje na niečo hlbšie a ideologickejšieho charakteru. Ide o predstavu o dualite tela a duše, o putovaní duše a jej možnosti neodísť. Tieto predstavy sú v tradičnom prostredí podporené ľudovou slovesnosťou a tradovanými príbehmi o navracajúcej sa duší zosnulého, ktorý spôsoboval strach a niekedy tiež škodu svojej rodine či okoliu. Na opäťovné otvorenie jeho truhly a vykonanie úkonu zabezpečujúceho jeho definitívny odchod napríklad použitím cesnaku, kríza, trňov, jeho prebodenutím a i. je dôležité nazerať opäť analyticky a v širších kontextoch. Cesnak sa využíval ako významný prvok lustračnej (očistnej) a ochranej mágie. Kríž je pre kresťansky veriacich symbolom Ježiša Krista, jeho ukrižovania, sebaobety, symbolom individuálne prejavenej viery, útočiskom pre dušu kajúcnika, ako aj symbolom ochrany veriaceho, ktorý čelí zložitej situácii, strachu či svojim konštruovaným či zdedeným „démonom“. Prebodenutie je jednou z praktík, ktorá sa používala pri „démonických silách“ a opäť vychádza z predstavy, že telo a duša, ktorá ešte neodišla spolu komunikujú. Jeho prebodenutie v hrudi či srdeci ich má oddeliť, aby duša odišla a telo podľahlo prirodzenému procesu rozkladu.

Vykonávanie rituálov silne upevňuje kolektívne obrazy smrti vrátane ich širších ideových a hodnotových konotácií a tiež emocionálneho naladenia sa. Emocionalita zohráva v tomto procese osobitné miesto a líši sa v jednotlivých kultúrach. Zatiaľ čo v našej kultúre, obzvlášť tradičnej, bolo dôležité dostatočne oplakať zosnulého a prejaviť mu tým našu úctu, smútok (zabezpečiť jeho pokojný a spokojný odchod) a za týmto účelom sa zvykli najímať profesionálne pláčky, v niektorých kultúrach sa ľudia vyvarujú prehnánym prejavom smútka zo strachu, že si zosnulý po nich príde a vezme ich do sveta mŕtvych.

V súvislosti s týmto navrhujeme nazerať na pohrebné obyčaje nie len cez prizmu pohrebných rituálov, ale zo širšieho hľadiska, ktoré nám umožní rekonštruovať translačné formy a kanály formujúce kolektívny obraz smrti.

Ľudová slovesnosť predstavuje jeden zo základných zdrojov translačných foriem, ktoré sa podieľali a podieľajú na tvorbe kolektívneho obrazu smrti. Obzvlášť v minulosti zohrala dôležitú úlohu v živote ľudí. Jednotlivé príslavia, porekadlá, pranostiky, ľudové príhody, rozprávky a i. mali väčšiu emocionálnu a spoločenskú váhu. Konanie v súlade s múdrostou a skúsenosťou, ktorú reprezentovali, bolo pre jednotlivca a spoločenstvo formálne záväzné. Štúdium tých-

to jazykových foriem by si žiadalo osobitný výskum a najmä väčší priestor pre prezentovanie. V kontexte príspevku sme sa rozhodli poukázať iba na niektoré príklady, ktoré lepšie ilustrujú skúmané vzťahy medzi utváraním kolektívneho obrazu smrti a jeho transláciou. Príklady sme vyberali z pre nás známeho prostredia slovenskej a ukrajinskej ľudovej tradície.

V našej tradičnej kultúre sa môžeme stretnúť s prísloviami viažucimi sa na smrť, ktoré poukazujú na smrteľnosť človeka, smrť ako kolektívny osud ľudstva, jej rovnostársky princíp ku všetkým sociálnym statusom či zdôrazňujú potrebu žiť život aktívne, lebo je tým najcennejším, čo človek má:

*„Človek na svete okolo nemoci a smrti sa pletie.*

*Maj každý deň za posledný!*

*Lepší krátky život ako dlhá smrť.*

*Nezabudni na smrť, ona na teba nezabudne.*

*Smrť je istá, ale hodina neistá.*

*Smrť všetko vyrovná.*

*Nedočká sa ten nového chleba.*

*Už ho smrť vzala do tanca.“*

(Výber zo zbierky Slovenských prísloví, porekadiel a úsloví Adolfa Petra Zátureckého) (web 1)

Iným príkladom sú poverové predstavy o smrti, ktoré sa dedili ústnym podaním. Spoločenstvo verilo v ich pravdivosť a konalo v súlade s nimi.

*V prípade zdĺhavého umierania sa umierajúcemu snažili pomôći' okiadzaním niektorými rastlinami či kropením ho svätenou vodou.*

*Umierajúceho tiež kládli priamo na zem, aby bol v kontakte s matkou zemou.* (Filová a kol., 1975, s. 1003)

*„K normám smútočného správania patrilo zdržiavanie sa prejavov veselosti, zákaz účasti na zábave, tanci, svadbe. Matka zomrelého nesmela do Jána (24.6.) jest' žiadne ovocie, aby nechýbalo dieťaťu.“* (Botíková a kol., 1997, s. 187)

*„Úmrtie si mohol človek zapríčiniť aj sám, napríklad ak uhádol, ktorá je jeho hviezda a ukázal na ňu prstom, ak prvý rozložil oheň v novej peci, vytal zdravý ovocný strom a pod.“* (Filová et al., 1975, s. 1002)

*„Niektorým sa smrť aj sama ukázala ako chudá žena zahalená do bielej plachty, často aj ako hus, prípadne iný vták či zviera.“* (Filová a kol., 1975, s. 1002)

Vzťah k smrti je zobrazený aj v ľudových piesňach. Vybrali sme úryvky z ukrajinských ľudových piesní a prespievanej básne (*Vitre bujnyj*), v ktorých sa zobrazuje smútok za stratou blízkeho človeka; vzťah matky a syna jej smú-

tok za stratou dieťaťa či motív hrdinskej smrti a smútku muža, ktorý nebude pochovaný v rodnej vlasti;

*Pohynu ja v čužim kraju. (zahyniem v cudzom kraji)*

*Chto ž my bude braty jamu? (kto mi vykope jamu?)*

*Hej, vyberuť my čuži ľudy. (hej, vykopú mi ju cudzí ľudia)*

*Cyne žal' ty, mamko, bude? (či ti mamka, nebude ľúto?)*

*Hej, jakby ž meni synku nežal'? (hej, ako by mi synku mohlo nebyť ľúto?)*

*Ty ž na mojim sercu ležav. (ved' si ležal na mojom srdci)*

(úryvok z piesne *Plyne kača*/Pláva káča, ukrajinská ľudová pieseň, lemkivská)<sup>2</sup>

*„Jakščo myloho vtopylo, rozbyj sinje more, pidu šukat' myleňkoho, vtopľu svoje hore. Vtopľu svoju nedoleňku, rusalkoju stamu, pošukaju v čornych chvyľach na dno morja kanu...“* Dievča sa prihovára vetru, aby prebudilo more a povedalo jej, kde je jej milý... „Ak milého utopilo, rozbi modré more, pôjdem hľadať milučkého, utopím svoj žiaľ. Utopím svoj ľažký osud, stanem sa rusalkou. Pohľadám ho v čiernych vlnách a klesnem na dno mora...“ (úryvok z piesne *Vitre bujny*/Vietor bujný, ktorá vznikla prespievaním rovnomennej básne Tarasa Hrihoroviča Ševčenka)

Ked' sa zamyslíme nad ekvivalentom niekdajších foriem ľudovej slovesnosti v našej súčasnej dobe, všimneme si, že jedným z najvplyvnejších zdrojov formujúcich kolektívneho obraz smrti postmodernej doby je mediálne prostredie so svojimi obsahmi. V mediálnom prostredí sledujeme fascináciu smrťou, ktorá je až prehnane zobrazovaná prostredníctvom rôznych formátov od spravodajských relácií, cez talkshow až po televízne seriály a filmy. Medializovaná smrť získava nové kvality. Je to smrť násilná, nezmyselná, virtuálna, zábavná, smrť ako číslo a stáva sa predmetom komercializácie. Je všadeprítomnou avšak bez emocionálneho prežitku, vlastnej konfrontácie s ňou a introspekcie. Stretávame sa tiež často s výsmechom zo smrti v médiách (Seriál Dva a pol chlapa, seriál Frasier, kriminálne seriály Kosti, NCIS a i.).

Jednotlivé príklady translačných foriem kolektívneho obrazu smrti z prostredia ľudovej slovesnosti a mediálnych obsahov sme si vybrali preto, že sme chceli poukázať na zložitosť procesu formovania a translácie kolektívneho obrazu smrti, do ktorého okrem ritualizácie a pohrebných obradov vstupujú aj iné translačné formy a cesty. V minulosti mala osobitnú úlohu ľudová sloves-

<sup>2</sup> Táto pieseň sa stala neformálnou hymnou euromaidanu na Ukrajine (tzv. Revolúcie dôstojnosti, 2013-2014) a spomienkovou piesňou na Nebesnu sotňu (obete z rados civilistov, ktorí boli zástancami euromaidanu) a padlých vojakov aktuálne bojujúcich vo vojne na východe krajiny. Známa je napríklad jej verzia v podaní Pikkardíjskej tertsie.

nost'. Napriek tomu, že v súčasnosti sa relevancia jej obsahov aktívne prehodnocuje, idey a presvedčenia v nej ukotvené aj naďalej, hoci často podvedome, formujú našu vlastnú reflexiu smrti a proces individuálneho a kolektívneho vysporiadavania sa s ňou. Popri sile tradície sa jedným z hlavným determinantov kolektívneho obrazu smrti v súčasnosti stáva mediálne prostredie so svojimi obsahmi.

## 5 Záver

Identita skupiny sa sústredí už okolo pocitu prináležitosti a spolupatričnosti. Súčasne sa zakladá na zdieľaní noriem, hodnôt, pravidiel, vzorov konania a i., ktoré krejú jej kolektívne obrazy, t.j. spoločné predstavy vypovedajúce o špecifickom skupinovom svetonázore. Zdieľanie kolektívnych obrazov sa zabezpečuje prostredníctvom procesu kultúrnej translácie, ktorá má rozmanité formy a kanály. Súčasťou kolektívnych obrazov je aj reflexia smrti, ktorá predstavuje kultúrnu univerzáliu. V procese kolektívneho a individuálneho vysporiadavania sa so smrťou dochádza k formovaniu kolektívneho obrazu smrti, ktorá sa stáva predmetom translácie, medzigeneračnej transmisie a skupinového prijatia. Významnú úlohu v tomto procese zohrávali vždy pohrebné obrady a fenomén ritualizácie, ako aj formy ľudovej slovesnosti šírené ústnym podaním z generácie na generáciu. V súčasnosti môžeme zaradíť medzi kľúčové determinanty translácie kolektívneho obrazu smrti tiež mediálny priestor a jeho obsahy. Zaujímavým aspektom kolektívnych obrazov je fakt, že sú prítomné v každej kultúre a pôsobia na jej členov, ktorí si daný vplyv často neuvedomujú. Tak formujú špecifickú skupinovú mentalitu ako kategóriu osobitného nazeraania a videnia sveta navôkol, vlastnej skupiny a seba samých v nej.

## Literatúra

- ARIES, P. 1974. Western attitudes toward death: From the Middle Ages to the Present. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- BAUMAN, Z. 2000. Globalizace : Důsledky pro člověka. 1. vyd. Bratislava: Kaligram. ISBN 80-7149-335-x.
- BOTÍKOVÁ, M. a kol. 1997. Tradície slovenskej rodiny. Bratislava: Veda. ISBN 8022404616.
- CONWAY, K. Cultural translation. 2012. In Handbook of Translation Studies vol. 3, ed. Yves Gambier & Luc van Doorslaer (Amsterdam: John Benjamins). [online]. 2012, [cit. 2016-08-25]. Dostupné na internete: <[http://www.academia.edu/2379950/Cultural\\_Translation](http://www.academia.edu/2379950/Cultural_Translation)>. pp. 21–25.
- EPSTEIN, M. 2009. 12. Transculture: A Broad Way Between Globalism and Multiculturalism. American Journal of Economics and Sociology. 2009, vol. 68, issue 1, pp. 327–351. ISSN 0002-9246.
- FILOVÁ, B. a kol. 1975. Slovensko. [zv.] 3. 2. časť, Ľud. Bratislava: Obzor.

- JÁGEROVÁ, M. 2008. Posledné zbohom: Súčasné pohrebné obyčaje. Nitra: UKF. ISBN 978-80-8094-411-7.
- RUIZ, D. M. 2012. Štyri dohody - Praktický sprievodca k osobnej slobode. Kniha múdrosti starých Toltékov. Citadella. ISBN 9788097087524.
- ЩЕПАНОВСКАЯ, Е.М. 2012. Архетипы смерти в мировой мифологии и их современный разворот: доклад на конференции "Метафизика искусства - IX: философия предельных вопросов" в рамках Дней философии в Санкт-Петербурге-2012.
- ZÁTORUCKÝ, A. P. 2016. Zbierky Slovenských prísloví, porekadiel a úsloví. In: Zlatý fond sme. [online]. [cit. 2016-08-25]. Dostupné na internete: <[http://zlatyfond.sme.sk/dielo/1434/Zaturecky\\_Slovenske-prislovia-porekadla-a-uslovia-Ludske-telo-jeho-potreby-choroba-a-smrt/20](http://zlatyfond.sme.sk/dielo/1434/Zaturecky_Slovenske-prislovia-porekadla-a-uslovia-Ludske-telo-jeho-potreby-choroba-a-smrt/20)>.

Článok bol napísaný v rámci projektu VEGA 1/0410/14 : *(De)tabuizácia smrti v súčasnej kultúre*, realizovaného Katedrou kulturológie FF UKF v Nitre.

**PERSPEKTÍVY VYUČOVANIA ESP  
PRE ŠTUDENTOV ŽURNALISTIKY**  
**PERSPECTIVES OF TEACHING ESP  
FOR STUDENTS OF JOURNALISM**

**Lenka Michelčíková**

*Katedra translatológie FF UKF v Nitre*

*Článok sa venuje ESP – angličtine pre špeciálne účely a jej konkrétnej aplikácií vo výučbe anglického jazyka pre študentov žurnalistiky. ESP nepredstavuje samostatnú metódu vyučovania, skôr ide o eklektický prístup vo vyučovaní, ktorý je zameraný primárne na potreby učiaceho sa. Pre ESP je príznačná prítomnosť odborného jazyka, či žargónu, preto sa v ďalšej časti článku sústreďujeme na tzv. eurožargón, ktorý si presadil svoje miesto aj v mediách, a preto je dôležité, aby ho študenti žurnalistiky ovládali a dokázali s ním efektívne narábať.*

*The article deals with ESP - English for special purposes and its specific application in English language teaching for students of journalism. ESP does not constitute a separate teaching method, but it is considered to be rather an eclectic approach to teaching that is focused primarily on the needs of the learner. Presence of special language or jargon is also characteristic for ESP, so in the next part of the article we focus on the so-called Eurojargon, which gains its place in the media, so it is important for the students of journalism to be familiar with this phenomenon and to use it efficiently.*

**Kľúčové slová:** *ESP, odborný jazyk, eurožargón*

**Key words:** *ESP, special language, Eurojargon*

## **1 ESP – angličtina pre špeciálne účely**

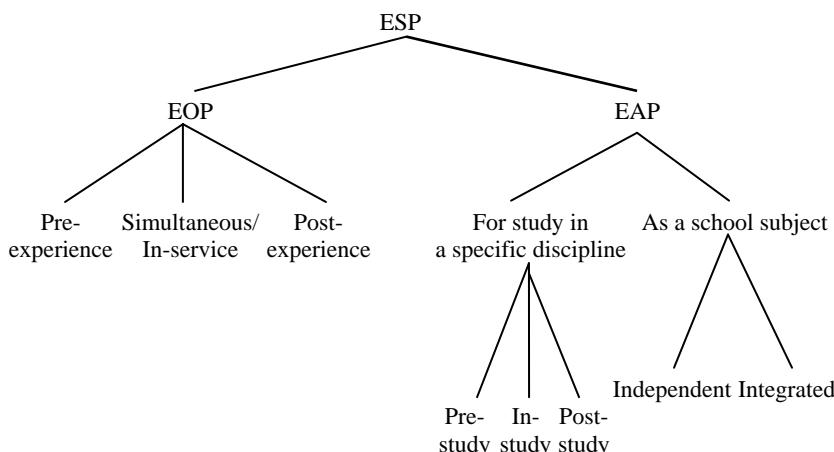
Pojem ESP sa po prvý krát objavil v 60. rokoch minulého storočia a odvtedy mal tento koncept dosť času na to, aby prešiel istými modifikáciami a dozrel do súčasnej podoby. V snahe o vymedzenie fenoménu angličtiny pre špeciálne účely je potrebé poznamenať, že ESP nepredstavuje konkrétnu vyučovaciu metódu a teda sa neriadi postupmi a pravidlami, ktoré sú charakteristické výlučne pre jednu metódu. ESP môžeme definovať ako prístup vo vyučovaní, ktorý je zameraný primárne na potreby učiaceho sa. Vychádzajúc z analýzy potrieb učiaceho sa využíva tie metódy a akvitity, prostredníctvom ktorých dokáže naplniť stanovené ciele. Potreby učiaceho sa predstavujú všetko, čo by učiaci sa mal ovládať po ukončení výučby, najmä to, čo potrebuje pre efektívne vykonávanie svojej profesie.

Najcharakteristickejšie črty ESP môžeme zhrnúť nasledovne:

- ESP má za cieľ naplniť špecifické potreby učiaceho sa, pričom na dosiahnutie tohto cieľa využíva vhodne zvolenú metodiku, vo vyučovaní a pri výbere metód prevláda eklektický prístup,
- ESP sa zameriava primárne na jazyk, v popredí stojí slovná zásoba,
- pri tvorbe kurzov ESP predpokladáme ovládanie všeobecného jazyka minimálne na úrovni B2,
- kurzy ESP sú určené prevažne pre dospelých učiacich sa,
- ESP býva často spojená s konkrétnou disciplínou, či vedným odborom a od výučby všeobecného jazyka sa líši predovšetkým prítomnosťou odborného jazyka.

ESP môžeme rozdeliť na dva základné druhy: EOP (English for Occupational Purposes) alebo angličtina pre potreby výkonu zamestnania a EAP (English for Academic Purposes) alebo angličtina pre akademické účely.

Robinsonová (1991, 3 - 4) ponúka klasifikáciu, ktorá je založená na množstve pracovných skúseností, ktoré učiaci sa nadobudli. EOP delí na kurzy pre neskúsených nováčikov (pre-experience), pre pracujúcich (in-service) a pre skúsených pracovníkov (post-experience). Kurzy EAP delí na angličtinu pre špecifické disciplíny a akademickú angličtinu.



*Obr. 1. Klasifikácia ESP na základe nadobudnutých odborných skúseností (Robinsonová, 1991, s. 3-4)*

## 2 Tvorba kurzu ESP

Kurzy ESP sú vo všeobecnosti určené pre odborníkov v istej oblasti, a teda pre taký typ učiacich sa, ktorí presne vedia, na čo konkrétnie budú potrebovať anglický jazyk. Cieľom ESP je pripraviť učiacich sa na rôznorodé situácie, v ktorých budú používať anglický jazyk pri výkone svojej profesie. Kurz by mal vybaviť učiacich sa schopnoťou efektívne fungovať v profesijnom živote.

V takomto type cudzojazyčného kurzu sa často zameriavame na vyučovanie odborného jazyka. Je takmer nemysliteľné predstaviť si ESP bez prítomnosti odborného jazyka. Jednou z primárnych úloh ESP je preto pomôcť učiacemu sa nadobudnúť odbornú slovnú zásobu. Slovná zásoba v odborných textoch sa skladá jednak z odborných výrazov, ale rovnako obsahuje aj výrazy z bežnej slovnej zásoby, ktoré si svoj význam ponechávajú alebo v niektorých prípadoch dochádza k obohateniu významu.

Terminologické databázy obsahujúce najčastejšie používané slová v danej oblasti slúžia ako databanka odbornej slovnej zásoby pre rôznej odbory. Pri práci s odborným jazykom sa často narába s textovými korpusmi, ktoré sa v súčasnej dobe, okrem využitia v rôznych oblastiach jazykovedného bádania, čoraz viac objavujú priamo vo vzdelávacom procese. Ich použitiu vo výučbe cudzích jazykov sa venuje didaktická paradigma nazývaná Data-Driven Learning (DDL), ktorá je jedným z moderných prístupov využívajúci informačné technológie. Metódou DDL učiaci sa sami skúmajú databázy autentických textov a sami si tvoria vlastné korpusy a terminologické banky. Paradigma DDL je vhodná pri výučbe ESP pretože zameriava pozornosť učiaceho sa na odborný jazyk a charakteristické črty disciplíny alebo profesijnej oblasti. Je to metóda, ktorá podporuje samostatnosť učiaceho sa, ktorá je nevyhnutná pre prípravu na jeho budúce povolanie.

Pri tvorbe učebnej osnovy kurzu ESP musí vyučujúci brať do úvahy nielen potreby učiaceho sa, ale by mal vo výučbe využívať autentické materiály pochádzajúce z reálnej praxe, resp. vychádzať z nich, či ich adaptovať na proces výučby.

Pri tvorbe obsahu vzdelávania je nevyhnutné sledovať tieto faktory, resp. položiť si nasledovné otázky:

- ČO má byť obsahom vzdelávania (odborný jazyk, schopnosti, zručnosti)
- AKO dosiahnuť stanovené vzdelávacie ciele (vhodná metodika)
- KTO? PREČO? KDE? KEDY? (analýza potrieb učiacich sa)

Na rozdiel od výučby všeobecného jazyka, v kurze ESP môže nastať situácia, keď sa venujeme rozvíjaniu len istej zručnosti, ktorá je potrebná pre výkon danej profesie, napríklad uprednostníme čítanie, alebo sa venujeme výlučne písaniu a nerozvíjame všetky zručnosti súčasne ako je to pri výučbe všeobecného jazyka.

ESP je multidisciplinárnu záležitosťou, pretože učiaci sa nestretá len s výučbou cudzieho jazyka, ale rovnako sa venuje vybranej disciplíne, či odboru a nadobúda zručnosti a schopnosti potrebné pre výkon danej profesie. Takto nadobudnuté schopnosti sa môžu pretaviť aj do zvýšenia kvalifikácie v materinskom jazyku.

### **3 Vyučovanie eurožargónu ako ESP**

Jedným zo špecifických jazykov, ktoré by mali študenti žurnalistiky obsiahnuť, je inštitucionálny jazyk Európskej únie, tzv. eurožargón. V rámci konceptu eurožargónu rozlišujeme dve kategórie: **diskurz EÚ** a **texty EÚ**. Diskurz EÚ vo všeobecnosti predstavuje akúkoľvek písanú, či hovorenú podobu jazyka, ktorá je použitá v kontexte a v spojitosti s EÚ. Text EÚ označuje jednotlivé dokumenty vydávané priamo Úniou. Pre potreby vyučovania ESP sa zameriamme aj na texty vydávané priamo inštitúciami Únie, ale z pohľadu budúcich žurnalistov sa diskurz EÚ javí ako prvoradý. Tento diskurz zahŕňa aj texty/slová, ktoré o EÚ odznievajú v médiách.

Texty EÚ môžu byť vnímané ako hybridné texty. Podľa Schäffnerovej a Adabovej (2001, 175):

*„A hybrid text is a text that results from a translation process. It shows features that somehow seem ‘out of place’/‘strange’/‘unusual’ for the receiving culture, i.e. target culture. These features, however, are not the results of lack of translational competence or examples of ‘translationalese’, but they are evidence of conscious and deliberate decisions by the translator. Although the text is not yet fully established in the target culture (because it does not conform to established norm and conventions), hybrid text is accepted in its target culture because it fulfils its intended purpose in the communicative situation (at least for a certain time).”*

Túto definíciu rozširuje Trosborgová, ktorá za hybridné texty považuje nielen texty, ktoré sú výsledkom procesu prekladania, ale rovnako aj texty, ktoré vznikli na základe komunikácie a dohovorov medzi kultúrami. Zdôrazňuje, že hybridné texty „*are arrived at as an outcome of negotiations between cultures and the norms and conventions involved as well as through translation*“ (Trosborgová, 1997, 146). Medzi príklady takýchto hybridných textov radí aj texty, ktoré vznikajú na základe spolupráce v rámci Európskeho spoločenstva, Európskeho parlamentu, či OSN. (Trosborgová, 1997, 147).

Texty EÚ preto môžeme považovať za hybridné. Aj napriek faktu, že nie sú všetky výsledkom prekladu, s určitosťou sú výsledkom komunikácie a spolupráce viacerých kultúr, keďže členovia Únie sú zástupcami rôznych kultúr a ich cieľom je hľadať spoločné odpovede na rozmanité otázky a riešiť spoločne problémy rôzneho charakteru.

S cieľom pripraviť budúcich žurnalistov na výkon ich povolania považujeme za dôležité, aby boli odborníkmi na používania anglického jazyka v kontexte EÚ. Štúdium diskurzu EÚ, textov EÚ a tvorba materiálov určených na výučbu eurožargónu sú nevyhnutné, a to najmä v období keď Slovensko predsedá Únii.

Primárnu úlohou ESP je reflektovať potreby učiacich sa, pričom odborný jazyk je stredobodom záujmu. Eurožargón je inštitucionálnym jazykom a študenti by mali byť pripravení na jeho špecifiká. Štúdium eurožargónu spočíva v spracovaní autentických textov EÚ a diskurzu EÚ pre pedagogické účely. Proces spracovania autentických textov predstavuje identifikáciu charakteristických lexikálnych a gramatických črt týchto textov so zameraním sa na tie lexikálne jednotky, ktoré sa často vyskytujú v diskurze EÚ. Texty uverejnené v médiách, v ktorých nachádzame zmienky o Únii, sú v porovnaní s textami vydávanými inštitúciami EÚ, akými sú tlačové správy, či legislatívne texty, zásadne odlišné. V rámci projektu *Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov* sledujeme predovšetkým diskurz EÚ, keďže táto téma je v porovnaní s textami EÚ pomerne neprebádaná.

Pri tvorbe kurzu ESP pre študentov žurnalistiky sme počas analýzy potrieb učiacich sa dospeli k nasledovným záverom:

- učiaci sa potrebujú anglický jazyk ako *lingua franca*,
- všeobecný jazyk na úrovni B2 až C1 je nedostačujúci, učiaci sa potrebujú obohatiť slovnú zásobu o špecifické registre,
- rovnako potrebujú poznáť eurožargón, aby boli schopní porozumieť texty Únie a texty o Únii. Ďalej potrebujú poznáť eurožargón, aby boli schopní šíriť informácie týkajúce sa Únie prostredníctvom médií.

Väčšina publikovaných štúdií jazyka používaného v kontexte EÚ sa zameriava na otázky prekladu a terminológie. Len malé percento sa orientuje na skúmanie textov EÚ pre pedagogické účely. V rámci riešeného projektu KEGA je našim cieľom vytvoriť kurz ESP pre študentov žurnalistiky, zakomponovať eurožargón do navrhovaných inovačných modulov.

## Literatúra

- ROBINSONOVÁ, P. 1991. *ESP Today: a Practitioner's Guide*. Hemel Hempstead: Prentice Hall International. ISBN 978-0132840842.
- SCHÄFFNEROVÁ, Christina – ADABOVÁ, Beverly. 2001. The idea of the hybrid texts and translation: contact as conflict. In: Across Languages and Cultures. [online]. 2, 09.2001, č. 2, str. 167-180 [cit. 2016-09-02]. Dostupné na internete: < [https://www.researchgate.net/publication/250006518\\_The.idea.of.the.hybrid.text.in.translation\\_Contact\\_as\\_conflict](https://www.researchgate.net/publication/250006518_The.idea.of.the.hybrid.text.in.translation_Contact_as_conflict)>.

TROSBORGOVÁ, A. 1997. Text typology and translation. Amsterdam: John Benjamin Publishing Company. ISBN 9789027216298.

Článok vznikol v rámci riešenia projektu KEGA 013UKF-4/2014 *Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov*.

## **INDUCTIVE APPROACH TO TEACHING ASSOCIATED PRESS STYLE AT THE LESSONS OF ENGLISH FOR JOURNALISTS**

**Ol'ga Csalová**

*Jazykové centrum FF UKF v Nitre*

*In this article we focus on the problematics of teaching journalistic writing style at the lessons of English as a foreign language for students of journalism whereby The Associated Press Stylebook is incorporated into the teaching process as a special-purpose reaching tool. On the basis of our own teaching practice, we support inductive approach to teaching AP style and present a short example of a lesson plan.*

**Key words:** *journalistic writing style, The AP Stylebook, inductive approach, English for journalists, lesson plan*

### **Introduction**

Adherence to accepted writing standards is a mark of a professional writer. Considering students of journalism, they should be aware that when they enter the world of the mass media, they will encounter certain expectations about their work. One of the most basic expectations concerns style.

There is a huge variety of styles and conventions of journalism that have been developed over the years to obtain the goals of accuracy, clarity, and brevity. In many journalism courses, producing media-ready copy is acknowledged as a primary objective; therefore, teachers of English for journalists are supposed to design the lessons to enable the students to understand the necessity of having a good knowledge and consistent use of style. In other words, the lessons should help students becoming skilled writers through awareness of the specifics of journalistic writing style that is significantly different from writing done in English class and for business. Therefore, The Associated Press Stylebook (AP Stylebook) should be incorporated into the teaching process since it is the standard. We consider it as being highly appropriate to be used as a special-purpose reaching tool.

### **1 Associated Press style**

The content of newspapers and other mass media is generally the result of many different writers and editors working together. In the United States, many non-journalistic professional compositions follow *The Chicago Manual of Style*. Scholarly writing often follows *The MLA Style Manual and Guide to Scholarly Publishing*. A basic style guide for the public is *The Elements of Style*, *The Chicago Manual of Style*, or *Words into Type*, by Marjorie E. Skillin. Journalists generally follow *The Associated Press Stylebook*, or *The New York Times Manual of Style and Usage*, by The New York Times.

Associated Press style (AP style) provides consistent guidelines for such publications in terms of grammar, spelling, punctuation and language usage. The 2016 edition of *The Associated Press Stylebook and Briefing on Media Law* has already been released by The Associated Press, founded in 1846, that is the essential global news network delivering fast, unbiased world news to all media platforms and formats.

AP style changes every year and continues to add entries that reflect the language of our fast-changing world. In illustration of this fact, here are some examples of the changes in the new edition: switching *internet* and *web* to lowercase in all instances; allowing *DJ* on first reference; recognizing *spokesperson* in addition to *spokesman* and *spokeswoman*; and providing new guidance on the terms *marijuana*, *cannabis* and *pot*; *cross dresser* and *transvestite*; *accident* and *crash*; *notorious* and *notoriety*. It also features 36 new and updated entries in the food chapter, from *arctic char* to *whisky/whiskey*, and eight in the fashion chapter, including *normcore* and *Uniqlo*. Therefore, for journalism students, it is essential to learn how to use the stylebook and commit themselves to staying current.

## **2 The AP Stylebook – a special-purpose reaching tool**

The students can't be expected to appreciate the stylebook without some guidance. The approach of a teacher is crucial there to give students an overview of the AP stylebook and apprise them of the nature of its items, so they can be urged to consult it all the time, out of habit, when writing their stories. According to R. DiNicola (1994), students should be encouraged all the times to ask themselves, "Does the stylebook cover that?".

Reaching the above mentioned way of a copy-writing precisely following AP style requires systematic and effective cooperation between the students and their teacher at the classes. The AP Stylebook is considered to be an authentic tool used in a teaching process where the students are expected to meet specific learning objectives: adherence to journalistic writing standards, effectiveness of journalistic writing, and acquaintance with journalistic glossary. It is a big challenge for a teacher, therefore selection and implementation of a proper teaching method should be considered carefully.

## **3 Inductive approach**

English courses are traditionally taught deductively. A deductive approach to teaching language starts by giving learners rules, then examples, and practice. It is a teacher-centred approach to presenting new content. Considering the motivation students have to learn the material, often it is only the fact that it will be important later in their careers. Failure to connect course content to the

real world has repeatedly been shown to contribute to students leaving the studies (Seymour and Hewitt, 1997; Kardash and Wallace, 2001).

A better way to motivate students is inductive teaching, in which the teacher begins by presenting students with a specific challenge, such as particular rules to interpret, a study to analyze, or a complex problem to solve. Students grappling with these challenges quickly recognize the need for facts, skills, and conceptual understanding, at which point the teacher provides instruction or helps students learn on their own. Bransford, Brown, and Cocking (2000) survey extensive neurological and psychological research that provides strong support for inductive teaching methods. The literature also demonstrates that inductive methods encourage students to adopt a deep approach to learning and that the challenges provided by inductive methods serve as precursors to intellectual development. Felder and Brent (1996) mentioned that an inductive approach comes from inductive reasoning stating that a reasoning progression precedes from particulars, such as observations, measurements, or data to generalities, for example, rules, laws, concepts or theories. According to Brown (2000), an inductive approach is an inductive reasoning storing a number of specific instances and inducing a general law or rule or conclusion that governs or subsumes the specific instances. Learners must infer certain rules and meanings from all the data around them.

Inductive teaching methods come in many forms, f.e. discovery learning, inquiry-based learning, problem-based learning, project-based learning, case-based teaching, or just-in-time teaching. Prince and Felder (2006) provide an extensive analysis of the conceptual frameworks and research bases for inductive teaching and state the roles of other student-centered approaches, such as active and cooperative learning.

#### **4 Inductive approach in teaching journalistic writing style**

We suggest to apply right the inductive approach to teaching journalistic writing style at the lessons of English for journalists.

Our focus is put on an assertion that the less explicit instruction and guidance students are given before and while they are addressing a challenge, the greater the resistance is likely to be. In other words, the main attention is put to the amount and form of guidance students receive from their teacher as they attempt to meet the task. Students are presented with the challenge and guided by valuable instructions to learn what they need to know to get at it.

We provide a short example of a lesson plan for inductive method supporting its selection for reaching objectives by the motivation factor at the side of students. The lesson plan is following CH. J. Dixon (Lesson Plans for Teaching Writing, 2007).

**Lesson plan:****Purpose:**

- To improve the writing with guided directions and make the writing effective
- To analyze the accuracy from the point of view of grammar
- To work with The AP Stylebook
- To acquire particular issues of AP style

**Preparation:**

- Prepare the students for this activity by giving them an overview of The AP Stylebook and apprising them of the nature of its items.
- Prepare the students by revising the inverted pyramid structure of the article.
- Props/Materials:
  - Handout (Fig.1)
  - The AP Stylebook/ online version

**Process/Procedure:**

- Assign students to read the text on the handout;
- then they are to pretend that they are expected to write their own copy out of the writing.
- Students need to respond to the questions on the handout and revise the writing as if it was a media-ready copy.
- They are to hand in their copies.
- In small groups, students may then discuss and review their individual responses and compare and contrast techniques.

*Fig.1: Handout***HANDOUT**

*Challenge: Read the following writing and then answer the questions given below to help you produce your own media-ready copy. Consider the mechanical, spelling and stylistic errors in the following sentences. Consult The AP Stylebook.*

police praise traveller which jumped on to tube tracks to rescue man

press association, 17th august 2016, 12.35 BST

police want to trace a brave passenger who put his life in danger to jump on to underground tracks and pull a man to safety

just on tuesday before 5pm a forty-seven years old man was standing on a northbound northern line platform at tottenham court road underground station when he suddenly became unwell

he stumbled on the platform and fell on to the tracks prompting a bystander to jump on to the rails and pull him safely back on to the platform the man was treated by medicine man at the scene before being taken to a hospital officers said they have since been told he suffered light cuts and bruises and would make a full rehabilitation

praising the work of the bystander supt chris horton of british transport police said going on to the tracks is extremely dangerous but the bravery of this man has to be praised the man sprung to the rescue and hauled him back on to the platform while other commuters alerted the first aid.

while the approaching train was immediately put on a red signal the quick thinking of him and other passengers on the platform avoided what could have been a tragedy on behalf of everyone at british transport police Id like to commend this man for his brave actions his quick thinking most likely saved the mans life police want to find the rescuer and recognise him for his courage

([www.theguardian.com](http://www.theguardian.com))

#### *Questions:*

1. *How are collective nouns treated? When it is treated as singular/ plural? (police)*
2. *What is the rule for relative pronouns usage in relative sentences? (which/ that/ who)*
3. *What is the norm form for headlines? (tense/ word choice)*
4. *Consider the usage of the words: underground, and tube.*
5. *What do the rules of AP style for dates and numbers implementation in a text say?*
6. *How would you use the capitals in the writing? (northbound northern line platform at tottenham court road underground station)*
7. *Does AP style approve usage of the following words in the context of the writing: bystander, medicine man, officers, to suffer, rehabilitation?*
8. *What about writing the titles? (supt chris horton of british transport police)*
9. *What does The AP Stylebook say about the expressions: first aid, and emergency services?*
10. *Focus on the last paragraph of the writing. How would you keep the story gripping till the end? (narrativeness, word choice, direct speech, etc)*

#### **Conclusion**

Journalism is a field that is constantly changing, which can make teaching it difficult. Future journalists and analysts may specialize in a range of writing-

based activities, including print or broadcast journalism, public relations, advertising, online media compositions, and analytical essays. They become experts in a range of skills such as researching information, interviewing, organizing, drafting and revising, writing for specific audiences, or judging the quality of current publications. What all journalists have constantly in common is that they should adhere to journalistic style (The AP Stylebook) as it has specific criteria to make a copy effective. It should be the main interest of a teacher to provide efficient support to journalism students for gaining the ability to produce journalistic work of demanded quality. It is up to the teachers whether they do their best to cope with that challenging objective, or leave it on enhancing student self-study attitude.

## **References**

- BRANSFORD, J.D. – BROWN, A.L. – COCKING, R.R., eds. 2000. How people learn: Brain, mind, experience, and school. Washington, DC: National Academy Press. Available online at: <<http://www.nap.edu/books/0309070368/html/>>.
- BROWN, H. D. 2000. Principles of language learning and teaching. White Plains, NY : Longman. ISBN: 978-0131991286
- DINICOLA, R.. 1994. Teaching Journalistic Style with the AP Stylebook. *The journalism Educator*. 1994, vol. 49, issue 2, p.64.
- DIXON, CH. J. 2007. Lesson plans for teaching writing. National Council of Teachers of English. ISBN: 978-0814108857,
- FELDER, R.M. – BRENT, R. 1996. Navigating the bumpy road to student-centered instruction. *College Teaching*. 1996, vol. 44, issue 2, pp. 43–47. Available online at: <<http://www.ncsu.edu/felder-public/Papers/Resist.html>>.
- KARDASH, C. – WALLACE, M. 2001. The perceptions of science classes survey. *Journal of Educational Psychology*. 2001, vol. 93, issue 1, pp. 199–210.
- PRINCE, M. – FELDER, R. M. 2006. Inductive teaching and learning methods: Definitions, comparisons, and research bases. *Journal of Educational Psychology*. 2006, vol. 95, issue 2, pp. 123–38.
- SEYMOUR, E. – HEWITT, N.M. 1997. Talking about Leaving: Why Undergraduates Leave the Sciences. Boulder, CO: Westview Press. Available online at: <[http://www.jngi.org/wordpress/wp-content/uploads/2015/06/TAL-1-and-TAL-R-briefing-paper-\\_3\\_.pdf](http://www.jngi.org/wordpress/wp-content/uploads/2015/06/TAL-1-and-TAL-R-briefing-paper-_3_.pdf)>.

This contribution is the result of the project implementation: KEGA č. 013UKF-4/2014: *Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov*.

**SÉMANTICKÝ POTENCIÁL ANGLICIZMOV V SLOVENČINE  
(NA MATERIÁLI Z VYUČOVANIA ŠTUDENTOV ODBORU  
MASMEDIÁLNA KOMUNIKÁCIA)**

**SEMANTIC POTENTIAL OF ANGLICISMS IN SLOVAK LANGUAGE  
(BASED ON TEACHING MATERIALS USED FOR STUDENTS  
SPECIALISING IN MASS-MEDIA COMMUNICATION)**

**Ol'ga Škvareninová**

*Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave*

*Príspevok sa zameriava na konfrontáciu lexikálnych významov vybraných anglicizmov v angličtine ako donorskem jazyku a v slovenčine ako prijímajúcim jazyku. Na základe klasifikačného prístupu autorka identifikuje na materiáloch z vyučovania študentov odboru masmediálna komunikácia zhody a rozdiely v sémantickom potenciáli anglicizmov prevzatých do slovenčiny. V závere konštatuje, že najviac z vybraných anglicizmov sa v slovenčine adaptuje so zachovaným lexikálnym významom, menej v zúženom významovom rozsahu a najmenej v rozšírenom rozsahu.*

*The paper deals with Anglicisms and the confrontation of their semantic content in English as the donor language and in Slovak as the recipient language. On the basis of a classification approach, the author identifies the similarities and the differences in the semantic potential of Anglicisms borrowed into Slovak, using the teaching materials designed for students specialising in Mass-media communication. In conclusion, she notes that the majority of the chosen Anglicisms are adopted into Slovak with the identical semantic content whereas only some Anglicisms go through semantic narrowing and even fewer through semantic extension when borrowed into Slovak.*

**Kľúčové slová:** anglicizmus, lexikálny význam, rozširovanie významu, zúženie významu, potenciál

**Key words:** Anglicism, semantic content, semantic extension, semantic narrowing, potential

## 1 Úvod

Ekonomický, hospodársky, spoločenský, politický, kultúrny či športový život národa a jeho príslušníkov sa bezprostredne odráža v jazyku, predovšetkým v jeho najdynamickejšej zložke, lexike. Jedným z najprodukívnejších spôsobov rozširovania slovnej zásoby je preberanie, prenikanie cudzích slov, ktoré je dôsledkom medzijazykových a medzikultúrnych kontaktov. Proces preberania cudzích slov je ustavičný, niekedy je však viac, inokedy zas menej výrazný. V súčasnosti intenzitu prenikania cudzojazyčných prvkov zvyšuje vedecko-technický pokrok, intenzita kontaktov medzi štátmi, výmena skúseností, prekladová tvorba, online komunikácia či proces globalizácie.

Sociolinguistické výskumy ukazujú, že „cudzie slovo sa širšie začína používať vtedy, keď spĺňa istú komunikačnú potrebu používateľov preberajúceho

jazyka, a najmä ak sa tým v jeho systéme vyplní prázdne miesto“ (Ondrejovič, 2015, 29), prípadne vtedy, keď sú „domáce“ jazykové prostriedky príliš komplikované, napr. príliš opisné. Vzhľadom na dynamickosť významu slova a na vzájomnú elasticitu jeho významového rozsahu i obsahu sa slová cudzieho pôvodu môžu používať v prijímajúcim jazyku v pôvodnom, zúženom, rozšírenom alebo prenesenom (metaforickom) význame. Pretože od novembra 1989, keď naša krajina prešla spoločenskými, hospodárskymi a politickými zmenami, preberá slovenčina slová najmä z angličtiny, zameriame sa v našom príspevku na významový rozsah vybraných anglicizmov v slovenčine.

## **2 Dáta a metódy**

Materiál použitý v našej štúdii sme získali počas príprav na vyučovanie pre študentov odboru masmediálna komunikácia na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Na prednáške a seminárii o jazykovej globalizácii a glokalizácii sme sa zamerali aj na používanie a lexikálny význam anglicizmov v slovenskom mediálnom kontexte vzhľadom na proces ich adaptovania do slovenčiny.

V príspevku uplatňujeme klasifikačný prístup, ktorý „umožňuje identifikovať zhody a rozdiely v designačnom potenciáli porovnávaných lexikálnych jednotiek“ (Dobrik, 2005, 321), v našom prípade v sémantickom potenciáli vybraných anglických slov v angličtine ako donorskem jazyku a v slovenčine ako prijímajúcim jazyku. Tieto prístupy skúmania lexikálneho významu – pokiaľ je nám to známe – sa v slovenskej lingvistickej literatúre uplatnili pri porovnávaní významov ruských a slovenských slov (Dolník – Benkovičová – Jarošová, 1993) a pri skúmaní lexikálneho významu anglicizmov a iných slov cudzieho pôvodu v slovenčine a nemčine (Dobrik, 2005, 321-337).

Výskumné metódy zahŕňajú aj štúdium odbornej literatúry, semaziologické analýzy online edícii Oxford English Dictionary, slovenských kodifikačných a výkladových slovníkov, ktoré vyšli pod garanciou JÚLŠ SAV, Stručného etymologického slovníka slovenčiny a desk study. Všetky významy anglických slov, ktoré sme analyzovali, sme prevzali z internetového zdroja [www.oxforddictionaries.com](http://www.oxforddictionaries.com) a všetky významy slovenských slov prevzatých z angličtiny z webovej stránky JÚLŠ SAV: <http://slovniky.korpus.sk>.

## **3 Sémantický potenciál anglicizmov v slovenčine**

Sémantický potenciál prevzatých slov je výsledkom ich sémantického vývoja v donorskem a následne aj v prijímajúcim jazyku. V oboch jazykoch ho ovplyvňujú osobitosti prostredia, komunikačné potreby nositeľov jazyka, sociálno-psychologický kontext účastníkov komunikácie, typ textu, kultúrny kontext atď. Môže tak dochádzať k zhodám alebo k rozdielom v sémantickom

potenciáli prevzatých slov, čo je prejavom symetrickej, symetricko-asymetrickej a asymmetrickej ekvivalencie (Benkovičová, 1993, 77).

### 3.1 Zhody v sémantickom potenciáli anglicizmov v slovenčine

Medzi prevzaté anglicizmy, ktoré si zachovávajú v angličtine i slovenčine rovnaký lexikálny význam, patria napr. slová *evergreen, expres, face-to-face, fair play, fiftín, hardvér, internet, online, prime-time, rock, samit/summit, softvér, teleshopping, tenis*. Typickým príkladom zhody v sémantickom potenciáli sú aj prevzaté anglické odborné termíny, z ktorých sa niektoré používajú aj v médiách, a väčšina lexiky z oblasti športu. V našom korpusе bolo najviac práve takých anglicizmov, u ktorých sme zistili zhodu v sémantickom potenciáli v angličtine i slovenčine.

### 3.2 Rozdiely v sémantickom potenciáli anglicizmov v slovenčine

Rozdiely v sémantickom potenciáli slov sú založené na zmenách rozsahu a obsahu pojmového jadra; pri konfrontácii významov prevzatých slov ide o vnútrojazykový i medzijazykový jav. V našom výskume sme sa zamerali predovšetkým na zužovanie a rozširovanie významu slova.

**K zužovaniu významu** slova dochádza najmä vtedy, keď je slovo v donorskom jazyku viacvýznamové, v príjemajúcom jazyku sa však uplatňuje v komunikácii iba v jednej oblasti. Uvedieme teraz príklady na niektoré takéto anglicizmy v slovenčine:

Slovo *dressing* sa v angličtine používa vo významoch: 1. omáčka k šalátu; 2. obväz, materiál, ktorý sa prikladá na ranu; 3. glej používaný na konečné úpravy pri šítí; 4. hnojivo, kompost na skyprenie pôdy. V slovenčine má toto slovo len význam korešpondujúci s anglickým významom slova uvedeným pod číslom 1.

Klasickým príkladom na zúženie významu lexémy v slovenčine je slovo *miss*, ktoré sa v angličtine používa: 1. pred priezviskom slobodnej ženy; 2. v niektorých školách ako oslovenie učiteľky deťmi bez ohľadu na to, či je vydatá alebo nie; 3. ako titul, ktorý sa udeľuje víťazke súťaže krásy. V slovenčine používame toto slovo iba vo význame 3: zvolená kráľovná krásy.

Zúženie významu anglicizmu v slovenčine nastalo aj v slove *workshop*, ktoré má v angličtine tieto významy: 1. dielňa, miestnosť alebo budova, v ktorej sa vyrába alebo opravuje tovar; 2. stretnutie, na ktorom sa skupina ľudí zúčastňuje na intenzívnej diskusii alebo rôznych aktivitách či projektoch na danú tému. V slovenčine slovo *workshop* používame iba vo význame tvorivá dielňa, seminár, príp. miesto konania takejto akcie.

Kým slovo *recital* sa v angličtine používa vo významoch: 1. verejné hudobné či recitačné predstavenie jednej osoby alebo malej skupiny osôb; 2. hovore-

ný opis série udalostí, ktorý je zvyčajne zdĺhayvý a nudný, v slovenčine slovo *recitál* znamená koncert jedného sólistu alebo koncert zo skladieb jedného skladateľa. V definícii tohto slova sa v slovenčine neuvádzajú adjektíva zdĺhavý a nudný, ktoré nachádzame v 2. význame pôvodného anglického slova.

K anglicizmom so zúženým významom v slovenčine patrí aj slovo *džús*, ktoré má v angličtine významy: 1. ovocná alebo zeleninová šťava, nápoj z nej pripravený; 2. šťava, ktorú vypúšťa mäso počas varenia; 3. žalúdočné šťavy, ktoré napomáhajú tráveniu; 4. (neformálne, najmä v britskej angličtine) benzín, nafta; 5. elektrina. V slovenčine používame slovo *džús* iba vo význame 1: (hus-tejšia) ovocná alebo zeleninová šťava. Na anglické významy tohto slova uvedené pod 2. – 5. sa v slovenčine používa slovo šťava.

Redukciu významu lexémy možno pozorovať pri slove *bar*, ktoré v angličtine znamená: 1. dlhý, pevný kus dreva, železa alebo podobného materiálu, ktorý sa zvykne používať ako zábrana, podpera alebo zbraň; 2. pult v krčme, reštaurácii alebo kaviarni, na ktorom sa podávajú nápoje alebo občerstvenie; 3. prekážka alebo obmedzenie v napredovaní alebo v určitej akcii; 4. takt, zvyčajne rovnako dlho trvajúce, pomerne krátke časové úseky, na ktoré sa rozdeľuje hudobná skladba; 5. deliaci bod v súdnej sieni, v súčasnosti prevažne pomyselný, ktorý väčšina prítomných nemôže prekročiť a na ktorom stojí obžalovaný; 6. právnická profesia. V slovenčine sa používa slovo *bar* iba vo význame 2.

Anglicizmov so zúženým významom lexémy v slovenčine sme v našom korpuse zaznamenali menej ako anglicizmov so zhodou v sémantickom potenciáli v angličtine i v slovenčine.

**Rozšírenie významu** anglicizmov v slovenčine znamená vytvorenie novej semémy, rozšírenie sémantického potenciálu, nadobudnutie takého nového významu slova, ktorý nie je v donorskom jazyku známy.

Ako klasický príklad na rozšírenie významu slova v prijímajúcim jazyku a na zviazanosť jeho významu s kultúrou a reáliami krajiny, v ktorej sa slovo používa, sa v učebniciach angličtiny a v príručkách pre prekladateľov uvádzajú slovo *sandwich/sendvič*. Kým v angličtine slovo *sandwich* znamená 1. ľahké jedlo pozostávajúce z dvoch krajcov chleba, medzi ktoré sa vsunú plátky syra, šunky, zeleniny a pod.; 2. koláč z piškotového cesta pozostávajúci z dvoch a viac vrstiev potretych džemom alebo smotanou; v slovenčine má slovo *sendvič* významy: 1. obložený chlebiček (teda len spodná vrstva chleba, na ktorej je šunka, syr, vajíčko, zelenina); 2. druh ľahkého bieleho chleba valcovitého tvaru; 3. vrstvy určitej látky spojené (zlepenné) medzivrstvou inej látky (napr. dosky lepené striedavo z rovných a vlnitých lepeniek a pod.); stenový panel zložený z vrstiev rozdielneho materiálu aj s rozličnou funkciou, sendvičový panel; vozovka s krytom dvoch vrstiev štrku navzájom spojených živicou. V súčasnosti sa slovo *sendvič* používa aj vo významoch, ktoré zatiaľ slovenské

slovníky nezaznamenali, a to na označenie: 4. viacvrstvového matraca; 5. vrstveného materiálu v letectve, ktorý je ľahký a súčasne má vysokú pevnosť v ohybe a v ťahu, používa sa na výrobu krídel a trupu lietadiel; 6. jednej z metód prezentovania nepríjemných informácií v komunikácii, keď sa medzi dve pozitívne vyjadrenia vsunie informovanie o nepríjemných skutočnostiach. Obsah významov slovenského slova *sendvič* uvedený pod číslami 3. – 6. korešponduje s významom „viacvrstvosti“ v anglickom slove *sandwich*, ide tu o proces „navrstvenia“ pôvodného významu slova z donorského jazyka na semému slova v prijímajúcim jazyku.

Rozšírenie významu lexémy nastalo v slovenčine aj v slove *briefing*, ktoré sa v angličtine používa vo význame stretnutia, ktoré má za cieľ informovať alebo poskytnúť inštrukcie. V slovenčine sa týmto slovom označuje nielen krátke informatívne stretnutie či pracovná schôdza zameraná na odovzdanie informácií alebo pokynov, ale aj informácie alebo pokyny poskytnuté na tejto schôdzi – čo nie je významom slova *briefing* v angličtine.

Anglicizmov s rozšíreným významom lexémy v slovenčine sme v našom korpuse zaznamenali najmenej.

#### 4 Záver

Na základe klasifikačného prístupu sme konfrontáciou lexikálnych významov vybraných anglicizmov v angličtine ako v donorskom jazyku a v slovenčine ako v prijímajúcim jazyku zistili, že najviac anglicizmov sa v slovenčine adaptuje so zachovaným lexikálnym významom, menej v zúženom významovom rozsahu a najmenej v rozšírenom rozsahu. Nepomerne väčší počet anglicizmov so zúženým významom lexémy oproti anglicizmom s rozšíreným významom je nepochybne daný napr. aj väčšou homonymiou v angličtine v porovnaní so slovenčinou.

Zhody alebo rozdiely v sémantickom potenciáli prevzatých slov sú výsledkom nielen intralingválnych a interlingválnych javov, ale aj dôsledkom extra-lingvistických činiteľov. Záverom možno konštatovať, že prenikanie anglicizmov do slovenčiny a ich následná adaptácia je tvorivý akt, v ktorom sa používatelia slovenčiny prejavujú ako aktívni prijímateelia anglicizmov. Ukazuje sa však nevyhnutným upozorňovať počas vyučovania aj na malé významové odťienky v lexikálnom význame adaptovaných cudzích slov, aby sme tak predchádzali jazykovej interferencii.

#### Literatúra

- BENKOVIČOVÁ, J. 1993. Lexikálna polysémia v aspekte medzijazykových vzťahov. In: Dolník, J. – Benkovičová, J. – Jarošová, A.: Porovnávací opis lexikálnej zásoby. Bratislava: VEDA, 1993, s. 76–89. ISBN ISBN 80-224-0344-X.

- DOBRÍK, Z. 2005. Lexikálny význam anglicizmov a iných slov cudzieho pôvodu v slovenčine a nemčine. Slovenská reč. 2005, roč. 70, č. 6, s. 321–337. ISSN 0037-6981.
- DOLNÍK, J. – BENKOVIČOVÁ, J. – JAROŠOVÁ, A. 1993. Porovnávací opis lexikálnej zásoby. Bratislava: VEDA, 1993. ISBN 80-224-0344-X.
- KRÁLIK, L. 2015. Stručný etymologický slovník slovenčiny. Bratislava: VEDA, 2015. ISBN 978-80-224-1493-7.
- ONDREJOVIČ, S. 2015. Medzi purizmom a glokalizmom. In: Jazyk v politických, ideologických a interkultúrnych vzťahoch. Sociolinguistica Slovaca 8: zborník. Bratislava: VEDA, 2015, s. 25–32. ISBN 978-80-224-14-18-0.
- OXFORD English Dictionary. [online]. [cit. 2016-08-22]. Dostupné na internete: <[www.oxforddictionaries.com](http://www.oxforddictionaries.com)>.
- SLOVENSKÉ slovníky. [online]. [cit. 2016-08-22]. Dostupné na internete: <<http://slovniky.korpus.sk>>.
- SLOVENSKÝ národný korpus. [online]. [cit. 2016-08-24]. Dostupné na internete: <<http://korpus.juls.savba.sk/>>.

## BUILDING AND ENRICHING ENGLISH VOCABULARY OF A (YOUNG) JOURNALIST

**Martina Szabóová**

*Katedra anglistiky a amerikanistiky FF UKF v Nitre, SK*

*Building and (or) enriching vocabulary of a foreign language that is adequate to one's communication needs has to be a personal goal for every writer or speaker. Especially professions where language is essential require constant attention paid to the correctness and appropriateness of the language and its style. A solid vocabulary in any language, whether it is one's native tongue or the fifth language, is an absolute necessity, for it not only allows one to better understand both the spoken and written forms of the language, but gives a much greater breadth of self-expression. For a journalist it becomes more and more impossible to escape the inevitability of being the fluent and solid user of English language. In the presented article we will focus at some of the ways of how students of journalism can build, practice and enrich their English vocabulary at EFL classes. We follow vocabulary teaching from several aspects and in each we provide at least one sample strategy in the form of an exercise, class activity, a role play or a text analysis.*

**Key words:** *mass media, language, English, lexicology, journalism*

### 1 English for future journalists

At present there are no unified standards for teaching foreign language in the context of professional or vocational training. Also, it could be a matter of discussion, whether such standards would be able to create as well as apply successfully into the process of language teaching. In principle, developing teaching modules, materials and the like should be based on professional prerequisites for such scientific fields (natural sciences, humanities, arts, history, etc.) that would meet the needs of foreign language learning of each specific group of students. The first assumption is that higher education has assumed a certain level of mastery of the English language. Ideally, it is the management of a common language at a common communication level, eventually at B2 or C1 level according to Common European Framework of Reference for Languages. Another prerequisite is the professional targeting of the study and the related use of a foreign language in specific situations. In case of journalism the scope is very wide as the main role of a journalist is to inform basically about all social, cultural, political and other similar phenomena. Journalists should be fluent and proficient in all four language skills and excellent in writing, i.e. writing reports, articles, feature stories, editorials, and essays. This requires excellent command of the language. In order to unify and make the teaching process more effective a new teaching module in both English and Russian for journalists is being currently applied at the Faculty of Arts, Constantine the Philosopher University in Nitra.

The aim of the module application is to upgrade non-philological study programs and for specific main task it sets deepening both professional and ethno-cultural elements of foreign language teaching in the study field of journalism. This way the module focuses also on updating motivational and educational components. Altogether, these participate in the creation of a favourable environment in the process of increasing language competencies and skills. In parallel with the creation, application and verification of specified foreign language learning module, new teaching materials that reflect the current needs of the study field are going to be created in the form of print and electronic publications as well as e-learning courses and there are invited lectures in foreign languages to be held along with practical workshops for prospective journalists.

The Department of Journalism in Nitra offers their students a three-year study of English within their compulsory list of subjects. The students all have to be at least of B2 level of English. In the first year of the study it is necessary to unite the students in terms of their general language knowledge that covers grammar, stylistics and syntax. Gradually, topics and language aspects specific for journalists are applied into the teaching process. In the presented article we deal with some of the possible ways of how presenting a new vocabulary as well as practising the already gained one can be applied into the English class. Our aim is to point out some of the practical vocabulary-based approaches, exercises, role plays and other class activities that could meet the goal of both building and enriching vocabulary. Moreover, the vice-versa principle is also applied here: a language activity of a primarily different purpose (reading comprehension activity for instance) may serve the same task, which is practising vocabulary. Teaching English vocabulary for journalists is thus presented in the following system according to several aspects:

- basic language skills (reading, writing, listening, speaking)
- linguistically conditioned vocabulary (idioms, abbreviations, word creation)
- professionally conditioned vocabulary (journalistic curriculum)
- politically, historically, socially and culturally conditioned vocabulary (facts on English speaking countries)
- We provide at least one concrete example of a class activity in each of the above mentioned aspects as well as students' feedback where possible.

## **2. Learning vocabulary by the four language skills**

### **2.1 Vocabulary and reading comprehension**

One of the crucial skills in foreign language comprehension is reading and proper perception of written information. A text read in the class may along linguistic purposes serve an irreplaceable source of widening the scope of

knowledge of a student, his cultural knowledge, critical thinking and the alike. Some of the most relevant are also the cultural, motivational and interdisciplinary aspects: learning new cultures, values and world-views, evoking curiosity and student's interest in the topic. For some foreigners long English written texts, especially long sentences, seem to be tricky because of the fact that a form of a word may have the function of a noun, a verb or an adjective depending on the position in a sentence as well as the context. Especially academic or highly professional written texts may show such difficulties. If a text evokes problems with understanding the best way to cope with it is to follow the basic syntactical rules and cut the text into several shorter units. The following extract of Philip Roth's text consists of one single sentence. The students' task is to divide the text into shorter parts, retell what each part is about and at the same time to try disclose the meaning of unknown words from the context:

Elizabeth, New Jersey, when my mother was being raised there in a flat over her father's grocery store, was an industrial port a quarter the size of Newark, dominated by the Irish working class and their politicians and the tightly knit parish life that revolved around the town's many churches, and though I never heard her complain of having been pointedly ill-treated in Elizabeth as a girl, it was not until she married and moved to Newark's new Jewish neighbourhood that she discovered the confidence that led her to become first a PTA "grade mother," then a PTA vice president in charge of establishing a Kindergarten Mothers' Club, and finally the PTA president, who, after attending a conference in Trenton on infantile paralysis, proposed an annual March of Dimes dance on January 30 – President Roosevelt's birthday – that was accepted by most schools. (Roth)

Interestingly, when students are asked what the first word of the text (Elizabeth) is related to, they usually suppose it is a person, most often "the mother". Such a mistake helps them to easily understand how important it is to pay attention to the context.

There are of course many other possibilities that can be done with a text in the process of reading as well as after reading, e.g. multiple choice exercises, discussion, questions. Some of the possible topics to discuss include: whether the writer convinces the reader of anything; what structural elements do hold the text together; creating an outline or scheme of the text's content; discussing what a good review (essay, article, paper) should be like in order to attract the reader and many others.

## 2.2 Vocabulary and writing

Appropriate use of words helps the writer to avoid word repetition (use of synonyms), add emotional emphasis, make the text coherent, and many others. Coherence of a text is supposed to be one of the most important aspects of the

vocabulary and writing relation, since inappropriate use of transitional tags, direction words or adjectives can make the text completely unreadable, and what is worse, even illogical. Good transitions can connect paragraphs and turn writing into a unified whole. A writer can provide transitions between ideas by using transitional expressions, repeating key words and phrases, using pronoun reference, and using parallel form. Especially in professions where a lot of writing is needed, and journalism is that kind, the practice of transitional tags is a must. Transitional tags run from the most simple - the little conjunctions "and", "but", "nor", "yet", "or" - to more complex signals that ideas are somehow connected - the conjunctive adverbs and transitional expressions such as "however", "moreover", "nevertheless", "on the other hand".

Having a random set of transitional devices students are asked, while practicing them, to write a logical, coherent text, where every sentence should contain one of them - with no possibility to change the sequence. Depending on other aspects, such as proficiency in English of the group, practicing certain writing skills and others, the students may be asked to write a simple story concentrating on the progress of the events, or even a more complex feature story or essay. If, to illustrate, the students are given a set of words such as "certainly, although, of course, namely, even though, indeed", their text could be of the following kind:

Yesterday I had my birthday party, and "certainly" it was one of those parties I will never forget. "Although" there were not many people celebrating with me, I enjoyed it very much. "Of course", I invited some of my friends apart from my family members. "Namely", there was Peter, John, Sue and Maggie. "Even though" they were busy, they promised me to come. I appreciated that very much "indeed".

Such an approach to writing, however, makes the final text sound more or less unnatural; nevertheless, the students are forced to focus their attention on each specific transitional tag: its meaning, use, position in a sentence. Usually the students are rather confused at the beginning, but as they are used to the system of work with the text, they tend to enjoy it, especially if they are writing a story, where they could use their imagination freely.

### **2.3 Vocabulary and listening**

When it comes to listening comprehension, there are numerous ways of how to include vocabulary learning or practicing into the teaching process by applying true or false exercises, gap filling, choice of synonyms, notes taking, simple question answering and many others. For future journalists audio (or video) recordings should include, as an example, various news programmes, press conferences, interviews, political debates, even commercials. The students may be asked to check for key words from an audio recording, to write a short

newspaper article about an event they have just heard of, to summarize the message of a press release, to explain and discuss selected words or terms from the recording.

## 2.4 Vocabulary and speaking

While practicing vocabulary by speaking, it is necessary to be acquainted with words and terms related to the topic as well as the ability to search for a synonym if needed. One of the important results is that careful and proper oral production makes the student aware of the difference between their passive and active vocabulary. A good way for future journalists to practice their oral skills may be a fictional press conference introduced by Kevin Roche (*Political Nightmares*), where they have to be quick-witted, inventive, ready to defend own opinion and argue in quite a fast pace. In the press conference, some students are chosen to represent ministers, and the rest of the group represent journalists. The “ministers” are given a list of topics they have to discuss: attitudes and opinions they have to defend or scandals they have to explain. A fictional foreign minister, for instance, may be accused of the following scandals:

- he thought East Timor was in Scotland
- on a visit to America he thought that the Vice President was a waiter and asked him to get him a cup of tea
- on a visit to Latin America he was quoted as saying “I wish I had studied Latin at school then I might be able to understand you guys.”
- when asked his opinion on China he was quoted as saying “I don't know much about the country but the people make great servants. Very hard-working.”

In the case the scandals are exaggerated or the attitudes are absurd, the activity evokes atmosphere where students do not feel tensed and dare to ask provoking questions. The more humour and absurdity there is, the more the “press conference” tends to be emotional and lively.

## 3. Linguistically conditioned vocabulary

### 3.1 Phraseology and idioms

Phraseology and idiomatic expressions are a common language phenomenon and tend to be informal in most cases. Waldnerová (2005) agrees on the fact that they can be quite easily disclosed by the students since they are usually based on imagery, or simply because there are similar expressions in the student's mother tongue. However, idiomatic expressions can be also very difficult to understand. A student “may be able to guess the meaning from context but sometimes it can be very difficult, because many idioms, for instance, come from favourite traditional British activities such as fighting, sailing, hunting and

playing games. As well as being quite specialist in meaning, some of the words in idioms were used two or three hundred years ago, or longer.” (Waldnerová, 90)

In the class, idioms can be practiced directly from a text similar to the following one taken from the Cambridge Dictionary, where idiomatic expressions are shown in italics:

Richard has always determined to *make it* in business. After leaving school, he set up a stall in the market selling cheap CDs and cassettes and was soon *doing a roaring trade*. Being a *big fish in a small pond* was not enough for him, however. He knew that if he wanted to be a *big shot* in the business world, he needed to *stay ahead of the pack*. Over the next few years, he opened eight shops in the area and became known as a *hard-nosed* businessman, who *drove a hard bargain*. Even when the other companies *were going to the wall*, he kept going. He's now one of the most successful business people in the region, but unlike some *fat cats*, he supports a lot of local charities and looks after his staff well. He often says he'd like to retire soon, but I can't see him *hanging up his hat* just yet – he loves his job too much. (Cambridge International Dictionary Of Idioms, 456-459)

While working with the text, students are asked to both disclose the meaning of each idiom as well as discuss its imagery or semantic motivation. Further practice may include, for example, rewriting a text where students are asked to use at least one idiom in each sentence. In such a way, different styles and modes of an utterance can be discussed as well.

### 3.2 Abbreviations and acronyms

Abbreviations and acronyms<sup>1</sup> are a common part of our everyday lives, both in our daily communication within general society, as well as in more formal settings, though often we do not realise it. So many of them are not even noticed as such, and thus are often overlooked as being abbreviations.<sup>2</sup> Nazi Germany and the Soviet Union consistently used a large number of them and thus for many years they came to be regarded as a negative linguistic feature (for

<sup>1</sup> Though abbreviations and acronyms look similar they are actually quite different in form. Acronyms are formed by taking the first initials of a compounded-word or phrase and then using those initials to form a word that looks very different from the longer phrase, but means the same thing. For example, LASER, pronounced “lazer”, is an acronym for Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation. NATO, which is pronounced “natoh”, means North Atlantic Treaty Organization, and though FBI look like an acronym for Federal Bureau of Investigation, it actually is not an acronym, but instead an abbreviation (since it is pronounced F-B-I, not “fbi”).

<sup>2</sup> Further in the text we use the term abbreviation (abbreviations) to refer generally to both abbreviations and acronyms.

example kolkhoz, Comintern, Gestapo), though in the past few decades this negative trend has changed quite significantly. Today many linguists, as well as the general public, regard abbreviations as not only common, but a normal part of their daily lives. In connection with media, and especially with internet, we meet with abbreviations very often. Chats, blogs, social networks and others are overloaded with abbreviations. For journalists as active users and creators of such communicative environment it becomes necessary to at least get the basic knowledge of abbreviating and both its formal as well as informal usage. Students have to be also aware of the fact that in more formal writing abbreviations are most often not used and can even be considered bad form in some instances, especially if they are being used only to save energy, time or space.

The following sample exercise described by Michelčíková a kol. (31) shows examples of abbreviations that could be easily met in common everyday communication, as well as in a more formal sphere. Students are asked to look at some of the common abbreviations provided and firstly try to either disclose their meaning or choose those they are fluent with. Subsequently, they are asked to match them with their meaning from the chart below. Finally, the students discuss where they can meet such abbreviations and whether they are the common ones:

24/7, AA, AC, ASAP, B&B, BCE, BYOB, CC, CST, FYI, GMO, HAZ-MAT, ID, ISBN, MS, PC, PI, PIN, PMB, PR, PS, Q&A, RIP, SOS, TEAM, TIA, UFO, UPC, WASP

As Soon As Possible	Personal Mail Box	Save Our Souls	Hazardous Material	Air Conditioning	Thanks In Advance	Rest in Peace
Public Relations	Credit Card	Alcoholics Anonymous	24 Hours a Day, 7 Days a Week	Post Script	Central Standard Time	Universal Product Code
Bring Your Own Beer/Bottle	Politically Correct	Before the Common Era	For Your Information	Private Investigator	Together Everyone Achieves More	Bed and Breakfast
Personal Identification Number	Manuscript	Identification	International Standard Book Number	Unidentified Flying Object	Questions and Answers	Genetically Modified

A similar principle can be applied for different types of abbreviations, such as:

- titles before (Mrs, Mr, Ms, Prof, Dr, Gen, Rep, Sen, St) and after (Sr, Jr, PhD) names
- names of familiar institutions (CIA, FBI, NATO, BBC, CNN), countries (USA, UK), corporations (IBM, CNN, ITT), famous people (FDR, JFK), very familiar objects (TV, VCR, CD-ROM, www, sms)

- terms of mathematical units (15 in., 15 ft., 15 kg, 15 m, 15 lb)
- long common phrases (IQ, mph for miles per hour)
- words used with numbers (am, pm, BC, AD)
- common Latin terms (etc., i.e., e.g., et al., q.v., v., ibid.)
- abbreviations used in business communication (a/d, Co., Bros., doz., Inc., mos., No.(s), p.t.o., sgd., vs., art.)
- pseudo acronyms (ICQ for “I seek you”, IOU for “I owe you”)

Informal abbreviations used in e-mail communication and social networks (THX, PLS, GR8, HAND, BTW and many others) are extremely popular among students and usually it is possible to come to an enormous number of examples in the class.

### **3.3 Word creation**

The world of words in any language can often be a daunting environment for those trying to master the language, whether they are native speakers, beginners, or linguists who have learned many languages. Everyone who has ever written a class project, a magazine article, a dissertation, a poem, or a novel understands the eventual frustration of not being able to find the correct word for a specific context. The same happens to students and professional journalists as well. It can be a matter of not being able to recall a particular word at that time or never actually having known the word in the first place. A solid vocabulary in any language, whether it is one's native tongue or fifth language is an absolute necessity, for it not only allows one to better understand both the spoken and written forms of the language, but gives a much greater breadth of self-expression.

At least half of the words in the English language are derived from Greek and Latin roots. Knowing these roots helps the students to grasp the meaning of words before they look them up in the dictionary. It also helps them to see how words are often arranged in families with similar characteristics. For instance, “sophomoric” are students in their second year of college or high school. The “sopho” part of the word means “knowledge”. The “ic” ending is added to indicate adjectival word in English, and the “more” part of the word comes again from the Greek root meaning “dull”. Thus sophomoric are people who think they know a lot but really don't know much about anything, and a sophomoric act is typical of a “wise fool”. The same can be applied for the use and importance of prefixes (bilateral – consisting of two sides, parts) and suffixes (waitress – the “ess” ending indicating a female). As a matter of fact, students are more interested in the topic if they can immediately see its practical impact. The importance of understanding the principles of word creation can be shown by logical disclosing of the meaning of different phobias, for example, which is

usually accompanied with some fun: demophobia, Francophobia, bacteriophobia, zoophobia, acrophobia, heliophobia, gamophobia and others. A more serious approach is applied in a task, where the students have to disclose the meaning of words arranged into groups according to the same prefix bearing certain meaning.

<i>Prefix or word root</i>	<i>Meaning of the prefix</i>	<i>Sample words</i>
pre	in front of	prevent, preview, precaution, prefer, pre-owned, preamble
un	not	unplug, uncertain, unconscious
bio	life	autobiography, symbiosis, biosphere, biopsy
ex	out of	express, expand, export, exclude
con	with	conduct, conform, contemplate, convey
bene	good	benefit, benevolent
mal	bad	malnutrition, malicious, malignant, mal de mer

#### 4. Professionally conditioned vocabulary

Apart from the communication oriented (language skills of reading, speaking, listening and writing) and linguistically oriented (idioms, abbreviations and word creation) vocabulary building that serve as a core of work in any (English) language teaching (ELT), a professionally or vocationally oriented vocabulary is a must in any (English) language for specific purposes (ESP). In case of journalism, such a vocabulary is of a relatively wide range since it covers society in almost any aspect: politics, history, science, culture, economics, geography, education and many others. Being more precise with the range of topics that journalism covers, we can simply shorten the list only to those related somehow to media, communication and spreading information. From such a perspective, the following can be mentioned: history of journalism (ways of spreading information in different historical eras, emergence of journalism in its contemporary shape, important historical milestones affecting journalism, inventions that influenced journalism), media (their kinds, content, functions, audience/receiver), writing and style (serious and yellow journalism, newspaper genres, inverted pyramid structure, news), public presentation (PR, advertising, image-making, commercials), important achievers in journalism (qualities of a good journalist), investigative journalism and truly up to date topics such as civic and citizen journalism, internet and blogging or even conspiracy theories. To deal just with one example regarding advertising, a poster advertisement of a restaurant (showing basic information about the restaurant's special or daily offer displayed in a unique style and providing also detailed information about e.g. opening hours, special location, etc.) might be discussed in the class as follows:

- what is the style of the advertisement? Is it the “why style” or “image style”?
- what are the strategies used to attract a customer?
- who is the target group, how the group is approached, by what means?
- how efficient the advertisement is? Does its form meet its content?
- is there anything to discuss regarding advertising ethics?
- does it in any way use humour, stereotypes, does it use specific imagery, colours?
- does it manipulate subconsciousness or does it attack senses and emotions in any way?

## **5. Historical, political and socio-cultural aspects**

It is generally supposed that facts, knowledge and independent orientation in politics, history, economics, society and culture are the core of a professional readiness of a future journalist. He has to be well prepared for being able to find interconnections of certain social phenomena, to be able to compare them, point out the specifics, willing to go deeper into an issue. Otherwise it is very difficult to inform, for instance, about possible tensions in Northern Ireland without having background knowledge about their historical roots. For such purpose we suppose that work with authentic historical and up to date documents in the class is an inevitable condition. Authentic documents for ESP within journalism studies may be classified as follows:

- public speeches: J.F. Kennedy’s inauguration speech (1961), M.L. King’s “I had a dream” speech (1963), HM Elizabeth II. Opening of Parliament speech (annually) and others
- public discussions: University of Westminster panel discussion on Brexit, for instance
- surveys: public opinion polls on presidential election winner in the USA, etc.
- fiction: N. Hawthorne’s *Scarlet letter*, H.B. Stowe’s *Uncle Tom’s Cabin*, Ch. Dicken’s *Pickwick Papers*, various biographies, etc.
- original political documents: Hansard (annual official report of the British House of Commons), Senate resolution 301 (USA, 1954, censure of Senator Joseph McCarthy), programmes of political parties and similar
- judicial documents: Brown vs. Board of Education (USA, 1954), etc.
- non-fiction: K. Fox’s *Watching the English*, etc.

In the following class activity, students are supposed to already have basic information about different names for certain political institutions and functions in the Republic of Ireland. Along with common terms used in English (for instance parliament, prime minister, Senate, House of Representatives) in Ireland they prefer using their own names mainly of Irish Gaelic origin even in

media: Oireachtas, Taoiseach, Seanad Éireann, Dáil Éireann, just to mention some. In the given example, after having read a text about Irish political system, reading comprehension is checked by the following true or false exercise, where along with general facts students have to understand specific terminology related to Irish political system. Correct information (if needed) is provided in each sentence immediately in the brackets; vocabulary to focus on is displayed in italics:

- A candidate may be nominated for election as President by no fewer than 10 (20) members of the *Oireachtas* or by 10 (4) or more of Ireland's 34 County and City Councils.
- A retiring President may nominate themselves as a candidate for re-election twice (once).
- President Mary McAleese was serving her two terms after having succeeded President Mary Robinson - the first instance in Europe (world-wide) where one woman has followed another as an elected head of state.
- The Presidential Commission consists of three members: *Tánaiste* – deputy prime minister (chief justice); chairman of *Dáil Éireann*; chairman of *Seanad Éireann*.
- The prime minister, or *Taoiseach* in Irish, is appointed by the President after being elected by the *Seanad* (*Dáil*), upper (lower) house of Parliament, as the leader of the political party, or coalition of parties, which wins the most seats.

As the last example we deal with a vocabulary related to geography and industry. Such a vocabulary may be later applied in tasks such as writing a travelogue or writing a blog about travelling or writing a brochure for tourists willing to visit certain country. In the sample activity, the students' task is to divide the given vocabulary according to given topics:

animal	abbey badger bog brewery cape castle cathedral cattle cave church cliff college copper corn dairying distillery estuary flax flour glen grain grazing head hedgehog herring inlet lead leather marble marsh mill monastery mouth muslin otter oyster peak peat peninsula pillar pottery precipice quarrying reptile salmon seal slate slope spire squirrel stream summit tannery tide timber tower valley wool
industry	
product of industry	
raw material	
architecture	
land / mountains	
water (sea / rivers)	

## Conclusion

As a matter of fact, vocabulary teaching covers an enormous variety of topics and strategies. Even when it is restricted to a single ESP, which is English for journalism in the presented paper, the amount of approaches is not any lesser. Our aim, however, was not to provide a complete list of strategies but rather a system the vocabulary teaching could be built upon. As we observed, if the vocabulary is included in exercises or activities focusing primarily on other aspects of language teaching (speaking, role play, listening and others), it is adopted more naturally.

## References

- CAMBRIDGE International Dictionary of Idioms. [online] 2016. [cit. 2016-04-28]. Retrieved from <[http://www.ciil-ebooks.net/html/applied/twenty\\_9.htm](http://www.ciil-ebooks.net/html/applied/twenty_9.htm)>.
- ENGLISH for PhD students. 2008. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-8094-313-4.
- HAIS, K. 2003. Anglická gramatika. Bratislava: SPN. ISBN 80-08-03373-8.
- HUTCHINSON, T. – WATERS, A. 1996. English for Specific Purposes. Glasgow: CUP.
- JANATA, P. 1999. Překládáme do angličtiny (příručka pro překladatele odborných textů). Plzeň: Fraus.
- MACUCHOVÁ, M. – MICHELČÍKOVÁ, L. 2011. United Kingdom & Ireland (important and interesting facts). Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0027-1.
- MICHELČÍKOVÁ, L. et al. 2012. Academic English for PhD Students. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0174-2.
- OSHIMA, A. – HOGUE, A. 1999. Writing Academic English. New York: Longman. ISBN 9780201340549.
- OXFORD Advanced Learner's Dictionary. 2000. New York: OUP. ISBN 978019431510X.
- ROCHE, K. 2016. Political Nightmares. [online] [cit. 2016-04-28]. Retrieved from <[http://esl.about.com/od/conversationlessonplans/a/l\\_politicalus.htm](http://esl.about.com/od/conversationlessonplans/a/l_politicalus.htm)>.
- ROTH, P. 2004. A Plot Against America. [online] Boston: Houghton Mifflin, 2004. [cit. 2016-04-28]. Retrieved from <<http://thejohnfox.com/long-sentences>>.
- WALDNEROVÁ, J. – OSTRIHOŇOVÁ, A. 2005. English for Students of Journalism. Nitra: FF UKF. ISBN 80-8050-820-8.

The article was created as a scientific outcome of the KEGA project no. 013UKF-4/2014 *Creation and Implementation of Innovative English and Russian Language Teaching Modules for Journalists (Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov)*.

## ENGLISH AS A LINGUA FRANCA AND NEW MEDIA

Olga Ruda

*Department of English and American Studies, Faculty of Arts CPU in Nitra*

*The study highlights the essentiality of English in East-Central Europe (Poland, Slovakia, and Ukraine). It examines the increase of new media and non-native speakers that use the English language as a lingua franca in their multifarious intercultural communication. The aim of this paper is to depict different roles and functions of English among the East-Central European nations with diverse native languages.*

**Key words:** new media, East-Central Europe, ELF

Multilingualism is an essential element of European cultural diversity (Adamka – Zelenická, 2010, 7; Michelčíková, 2011, 12). Scientific English has come a long way since the first scientific publications appeared in the eighteenth century, notably by national scientific academies (see Meneghini et al.). English is generally considered to be the lingua franca of the scientific community, for instance, approximately 80% of all the journals indexed in Scopus are published in English (for details see D. van Weijen). Similarly, Czech, Hungarian, Polish and Slovak journals indexed by Scopus and Thomson Reuters Scientific are frequently published in English (see <http://thomsonreuters.com/>).

The annual revenues generated from English-language scientific, technical and medical (STM) journal publishing were estimated at about \$8 billion in 2008, up by 6-7% compared to 2007, within a broader STM publishing market worth some \$16 billion (The STM Report, September 2009).

The Internet is regarded by many as the leader of global English. About 80% of all computer information is stored in English and more than 50% of the world's technical and scientific publications are printed in English (Delahunty et al. 1994, 426). However, even if English is the dominant language in science and the Internet, it is certainly not the native language for the majority of scientists. As stated in the STM report, about 55% of global STM revenues (including non-journal STM products) come from the USA, 30% from Europe, 10% from Asia/Pacific and 5% from the rest of the world. Moreover, the STM report has also pointed to the fact that "the main English-language trade and professional associations for journal publishers collectively include 657 publishers producing around 11,550 journals, that is, about 50% of the total journal output by title" (The STM Report, September 2009).

Some linguists suggest that though there exist key themes and publications of growing interest to a nationwide audience, authors prefer publishing their scientific works in international journals with a high impact factor and these journals use the English language as the *lingua franca*. Rogerio Meneghini and Abel L. Packer stress that if these journals could establish a continued tendency

towards a more equal and appropriate proportion of language use in scientific publications, this might stop the decrease of some languages in international scientific communication.

Nikolas Coupland points out that by the middle of the 20th century, several European languages such as English, French, Russian, and Spanish had evolved as ‘world languages’, “...in the sense of languages spoken as vernaculars or as lingua francas outside their homelands and by populations other than those ethnically or nationally associated with them” (Coupland, 2010, 42) and then “the intake of English lexis has been dramatic in the eastern countries in particular” (Görlach, 2005).

Consequently, scientists have to learn English to follow significant publications from their field. Although, many scientists in Europe and worldwide still publish their works in national journals, argue R. Meneghini and A. L. Packer, it is usually their native language, which prevents the results of their investigations to be widely recognized, since they are not instantly available to the international scientific community (Meneghini – Packer, 112-116).

As Laurie M.O'Reilly (1998, 72) points out: “Language culture refers to the organic environment of a language in which social, economic, and political elements evolve in an interrelated context”. The cultures within the English language (i.e., British English and American English) could each have a place in the social, political, and economic environment ... As nations vied for power and influence, language cultures developed”. It is in accordance with J. Grzega's (2005, 44) understanding that: “By looking at the history of other *linguae francae*, it is shown that English can remain in this position only if it is continually used in all forms of international communication and if it is bound to some form of global culture that still allows for regional identities”.

East Central Europeans had historically infrequent contacts with English-speaking foreigners during the Soviet occupation in the XXth century. However, broad and interdisciplinary connections with English language speakers and scientists were established only after the fall of the Soviet block. I.P. Ustinova explains that “contact with English is also fulfilled through the reading of British and American publications” circulaiting worldwide (e.g. Daily Mail, Daily Express, Daily Mirror, Daily Star, Guardian, Independent, Telegraph, The Sun, Times, New York Times, Wall Street Journal, USA Today, etc.), and TV channels and Internet resources (e.g. BBC News, Sky News, Fox News, Voice of America, etc.).

As C. Truchot noted in 2002 “It would be superfluous to stress the dominant role of the American production and distribution in the audiovisual sector. The report published in 1999 by the United Nations Development Programme (UNDP) shows that the world market for cultural products is increasingly concentrated around Hollywood (50% of its revenue comes from abroad compared

with scarcely 30% in 1980): “[The US] claimed 70% of the film market in Europe in 1996 … and 83% in Latin America and 50% in Japan” (extract quoted by *Le Monde*, 13 July 1999) (Truchot, 2002, 18).

“Satellites can supply programmes and advertising instantaneously in 24 western European languages but television viewers - as has been shown on several occasions by market surveys - want television in their own language” (Truchot, 2002, 18). This demand almost certainly elucidates why the content of TV programmes has advanced in the way it has. During the 1980s US TV serials prevailed. In addition to the cinema, innumerable possibilities for encounters with global English are supplied by the spread of such cultural products as computer games, pop culture, sporting events and new media.

Global media and technology have the power to affect and shape cultures around the world. Traditional media (television or paper-based publications) have determined the nature of cultures. New media (streaming videos and the Internet) additionally help the transformation of cultures. The Internet has promoted the interchange of thoughts and images across cultures and shaped the way people communicate and perceive each other.

On the one hand the Internet helps people to nourish their culture’s values, norms, and social practices, but on the other it hastens and changes the nature of the culture itself (Lustig et al., 2010, 38).

It is important to note that the media is a special form of technology that has had a major influence on cultures around the world. Media enable and extend our ability to communicate beyond the limits of face-to-face encounters. Generally speaking, the media allow humans to extend their sensory capabilities, to communicate across time and long distances, and to duplicate messages with ease (Lustig et al., 2010, 37).

## Poland

According to the report prepared by the European Audiovisual Observatory (Kevin et al., 2013, 90), the distribution of news channels over Polish satellite packages was dramatically reduced between 2009 and September, 2013 and the only international news channel on the satellite packages is CNN International. The Euronews channels are available on cable and IPTV. Poland has no foreign national news channels, but there are five national TV news channels and two national business news channels. TVP1 (the public service channel) and TVN (the private channel) are the most important news broadcast channels in Poland.

According to BBC Poland Profile, Poland’s broadcasting market is the largest in Eastern and Central Europe. There is freedom and diversification of information, albeit “laws against deriding the nation and its political system are still in force” (for more details see <http://www.bbc.com/news/world-europe-17753721>). There are more than 300 newspapers in Poland, most of them local

or regional. However, as BBC Poland Profile has noted, fewer than 30% of Poles read any kind of printed newspaper. The press is almost completely privatised and foreign ownership is high. The biggest-selling daily is the *Fakt* tabloid.

As for the English newspapers in Poland, *The Warsaw Voice* ([www.warsawvoice.pl](http://www.warsawvoice.pl)), *Warsaw Business Journal* ([www.wbj.pl](http://www.wbj.pl)) and *New Poland Express* ([www.newpolandexpress.pl](http://www.newpolandexpress.pl)) are English-language weeklies. Polish Radio's news site *TheNews.pl* is also in English. *Polish Press Agency* (for more details see <http://www.pap.pl/>) is the single largest source of news from Poland delivering news in Polish and English to leading media outlets, government and financial institutions in and outside of Poland. Polish Press Agency continues the work of the Polish Telegraphic Agency PAT established in 1918 by a group of Polish journalists who took over the two bureaus of the Vienna Correspondent Office in Krakow and Lviv (when Poland regained independence after 123 years of partitions). The Polish Press Agency specializes in business, political, science and sports topics (see <http://www.pap.pl/>).

*Brief* (for more details see [www.brief.pl](http://www.brief.pl); [www.brief4poland.pl](http://www.brief4poland.pl)) magazine was created in 1999. It is the first trade magazine about marketing and sales, directed at those involved professionally in marketing and sales, media, advertising companies, media houses, and testing companies. *Brief* for Poland is a cooperation platform for self-governing and central authorities with the professional marketing environment.

*In Your Pocket* (for more details see [www.inyourpocket.com](http://www.inyourpocket.com)) is an information portal and guide for more than 50 European cities and resorts, including Warsaw. It has been delivering urban information since 1992.

*The New Warsaw Express* ([www.nwe.com.pl](http://www.nwe.com.pl)), is Polish leading weekly source of English-language news, covers politics, business, sports and entertainment.

*Poland Monthly* ([www.polandmonthly.pl](http://www.polandmonthly.pl)) is an English-language publication specializing in business news and insight, politics, and lifestyle issues in Poland. *Poland Monthly*'s target audience is mid- to upper-level management and executives. *Poland Monthly* is the first English-language publication that consistently covers business, politics, current affairs and lifestyle issues on a nationwide and in-depth basis.

*The Warsaw Business Journal* (the WBJ, [www.wbj.pl](http://www.wbj.pl)) is the leading international business publication in Poland. Since 1994 the WBJ has been a source of news and information for international investors, senior managers, etc. in every industry. Each week the WBJ provides readers with a full range of information, including a comprehensive review of the week's news, and journalistic commentary in finance, law, sales management, human resources and investments.

*The Warsaw Insider* ([www.warsawinsider.pl](http://www.warsawinsider.pl)) is a comprehensive monthly guide to good living and past times in Poland's capital. Entertainment, information, culture, travel, food and drink in a compact glossy magazine.

*Warsaw point* ([www.warsawpoint.com](http://www.warsawpoint.com)) is a magazine with four sections about political, economic, cultural and social news as well as trends in culture and art. There are also historical and traditional sections, reviews of books, films, and plays.

*The Warsaw Voice* ([www.warsawvoice.pl](http://www.warsawvoice.pl)) is an English-language guide to developments in Poland and other Central and Eastern European countries since October 1988. This is a general news magazine which provides readers with current political, economic, social and cultural news on a weekly basis. In its special reports, it presents crucial socio-political and economic facts.

Its circulation and influence make the *Wprost* magazine the biggest opinion-forming weekly in Poland, being perceived, as one of the most prestigious periodicals in the mass media market. Not only is it the biggest magazine in Poland, but it also has, in a certain sense, become an institution of Polish political and social life. Readers can also brush up on their local knowledge with articles concerning local issues, translated from the leading opinion weekly "*Wprost*".

*WIK* ([www.wik.com.pl/english](http://www.wik.com.pl/english)) is an exclusive city magazine where readers can learn about the most important events from the world of culture, the arts, and entertainment. Each month, "*WiK English Edition*" recommends film premieres, concerts, exhibitions, and interesting weekend getaways. The publication also provides a guide to Warsaw's dining and nightlife. *Wprost* and *WIK* both have Polish versions.

*Discover Poland* ([www.discoverpl.com/epages](http://www.discoverpl.com/epages)) is a glossy monthly magazine that introduces English-speaking visitors to the highlights of Warsaw. *Discover Poland* contains articles about travel, culture, lifestyle and business in Poland. Produced in co-operation with the Polish National Tourist Office in London, 40,000 copies of *Discover Poland* magazine are distributed each month – it can be found at selected distribution points throughout the United Kingdom and Poland.

As A. Lara claims, following the fall of communism in the 1990s, the Polish internet and audiovisual media sectors grew rapidly. There are 25.6 million internet users in Poland (see [www.InternetLiveStats.com](http://www.InternetLiveStats.com), 2014). These developments led to the establishment of a public and private duopoly in the media sector. As A. Lara has noted, none of the Polish daily magazines and newspapers publish on Sunday or in the afternoon. Instead, Polish dailies offer weekend editions, which tend to have significantly higher circulation than weekday editions. All in all, Poland has more than 5,000 press titles including national and regional dailies, weeklies, monthly magazines, and the specialized press.

## Slovakia

The European Audiovisual Observatory states that in the Slovak Republic (September, 2013), the Euronews channels are no longer available (in comparison to 2009) on any of the satellite packages (Kevin et al. 2013: 98). The English version is still available on cable. BBC World News and CNN are the most widely distributed pan-European channels. As for local production, the Slovak Republic has one news channel TA3 with an audience share of almost 2% in the Slovak Republic (2012), which is quite significant for a news channel which is also widely distributed in the Czech Republic.

The European Audiovisual Observatory has noted that the news channels of neighbouring countries such as the Czech Republic (CT24), Germany (N24, n-tv) and Hungary (Hir TV) are an important part of the news landscape in Slovakia and widely distributed (for more details see Kevin et al., 2013, 98). Apropos news programmes, the broadcasts of private channels TV Markiza and TV JOJ are the market leaders. Public Radio and TV Slovakia (RTVS) have two TV networks and nine radio stations. Moreover, Freedom House states that Slovakia's constitutionally guaranteed press freedom is generally respected and the media freely present diverse views.

Also, some experts talk about the so-called "oligarchization" of the media in Slovakia, the recent tendency in which large domestic financial groups and moguls have taken hold of the market. By the end of 2014 the majority of Slovakia's media was directly or indirectly controlled by two Slovak financial groups: Penta and J&T. Foreign investment remains important, though less so than before the 2007-2008 global financial crisis (for details see <http://www.bbc.co.uk/monitoring/slovak-ownership-prompts-freedom-fears>). However, all major newspapers are privately owned and the best-selling daily is the tabloid *Nový Čas*.

There are 4.5 million internet users in Slovakia (InternetLiveStats.com, 2014). Azet.sk is the leading online portal, and traditional media as well as new media have an online presence. Facebook is the most popular social network in Slovakia, nevertheless, it is closely followed by Slovak platform *Pokec.sk*.

The BBC's Slovakia profile suggests that "another notable aspect of the Slovak media is the emergence of a paywall which aims to monetize online content; for instance, Piano Media, whose paywall system now encompasses leading media in Slovakia, has expanded to cover media in other European countries as well as the United States".

In their view, "on the Slovak media scene, the amount and nature of the content placed behind a paywall varies from outlet to outlet", for example "in print-linked titles it is usually high-value analytical material and comment, while everyday news content remains available for free and as for JOJ and JOJ Plus TV, the subscription gives access to their archive content", in this way the

Slovak press outlets are trying to monetize online content. (for details see <http://www.bbc.com/news/world-europe-17847682>).

The radio and television channels of the public service RTVS have in recent years increased their rankings in spite of financial pressures resulting from one of the lowest licence fees in Europe. Internet penetration is above 80 per cent (for more details see <http://www.bbc.co.uk/monitoring/slovak-ownership-prompts-freedom-fears>).

As elsewhere in Europe, newspaper circulations and public interest in the daily press in Slovakia are in long-term decline. Circulation and readership surveys confirm the decline when only about 50 percent of the adult population reads the daily press regularly (see Školkay A. Media Landscapes. Slovakia. [http://ejc.net/media\\_landscapes/slovakia](http://ejc.net/media_landscapes/slovakia)). According to S.J. Kirschbaum (2013, 215), "there are in total 13 dailies published in Slovakia, the most important of which are *SME*, *Pravda*, *Nový čas (New Time)*, *Šport*, *Hospodárske noviny (Economic news)*, and *Korzár*".

*The Slovak Spectator* ([www.spectator.sk](http://www.spectator.sk)) is Slovakia's only English-language newspaper and also accessible on the Internet. It is published weekly and covers local news and comment, business and culture. The company also publishes special publications, including the acclaimed *Spectacular Slovakia* travel guide, the Book of Lists business directory, and comprehensive guides to local real estate, investment environment and human resources.

*The Daily Slovak News* (see [www.TheDaily.SK](http://www.TheDaily.SK)) is an English online newspaper for everyone living or interested in the country who doesn't speak Slovak. *The Daily Slovak News* covers current affairs, politics, business, legislation, foreign affairs, sport and culture. The daily has the motto "Your independent English news for Slovakia". *SK Today* ([www.sktoday.com](http://www.sktoday.com)) is an electronic English language newspaper based in Slovakia, providing breaking news, media reviews and coverage of national issues from around the country. *Slovensko.com* is an online comprehensive guide to Slovakia in English.

The News Agency of the Slovak Republic (*TASR*) is a public service that provides information in Slovak in the area of news coverage and is the leader on Slovakia's news agency market. It is a member of the European Alliance of Press Agencies (EANA).

## Ukraine

According to C. Truchot (2002, 19), "Information technology together with its applications is considered to have been a major factor in the introduction of the use of English. In actual fact, all computing tools and products can in principle be used in any other language. However, extension to other languages is limited by the often insurmountable obstacles caused by under-development

problems in various parts of the world". On the one hand, in the European Union there are a wide range of computer products in the languages of the largest and richest countries (English, German, French, Russian, etc.). On the other hand, as C. Truchot points out, "the languages of the central and eastern European countries (where the GDP is on average 75% below that of the European Union), less widely used national languages and minority languages are handicapped" (Truchot, 2002, 19). In order to acquire software in its own language, a country such as Ukraine has to ask for computer software in the Ukrainian language and persuade companies such as Microsoft to provide it, which do not consider that it is a part of a profitable market.

As was mentioned above, the Internet was created in English in the United States and initially developed exclusively in English. In the early 1990s, 98% of sites were in English. But nowadays, in the 21<sup>st</sup> century many other languages are now amalgamated into the global network under certain economic conditions (Truchot 2002: 19). There are studies that attempt to demonstrate this integration. There are 16.8 million internet users in Ukraine (37.49 percent of the total population) (InternetLiveStats.com, 2014).

The level of Internet penetration in Ukraine is approximately 30 percent lower than the average European rate (Poland – 67.15%, Slovakia – 82.65%). But because of market size, Ukraine is among the countries with the highest numbers of Internet users compared to other smaller European countries; countries share of world Internet users: Poland – 0.88%, Ukraine – 0.58%, the Czech Republic – 0.28%, Hungary – 0.25%, Slovakia – 0.15%.

Officially, Ukraine has about 4,000 periodicals – 2,400 newspapers and 1,700 magazines – published at least once a year. *Kyiv Post* (<http://www.kyivpost.com/>) is Ukraine's leading English-language newspaper. The *Kyiv Post* played a vital role as one of the few independent media outlets under former Presidents Leonid Kuchma and Viktor Yanukovych. Over the years, the weekly newspaper has led the charge for a free press in Ukraine, and has played roles in the Georgiy Gongadze scandal, the Orange Revolution, the Revolution of Dignity, and other significant Ukrainian events. It is produced by a team of Western and Ukrainian journalists. Launched in 1995, the newspaper's circulation is 11,000 copies.

*The DAY* (<http://www.day.kiev.ua/en>) is an English and Ukrainian-language weekly digest specializing in business news, politics, and cultural issues in Ukraine. *Mirror Weekly*, launched in 1994, is Ukraine's international newspaper (<http://mw.ua/>) providing breaking news in politics, economics, and opinionative coverage of national as well as international issues.

*The Interfax-Ukraine News Agency* (<http://en.interfax.com.ua/>) is a company belonging to the international group Interfax Information Services which has been a provider of information in the political and economic information mar-

ket of Ukraine since 1992. Over this time, the agency has earned a reputation of being the most authoritative and competent supplier of timely and objective information, in the format of high-quality and popular news products.

Among its clients are leading Ukrainian and foreign mass media, commercial and mediatory companies, investments funds, banks and financial institutions, foreign companies and representative offices, public organizations, embassies and trade missions. News reports from Ukraine are available in almost all countries of the world through the distribution channels of Interfax International. Currently the agency markets 45 information products on political and economic subjects in three languages (Ukrainian, English and Russian).

The information agency *UNIAN* (<http://www.unian.info/>) provides newspapers, radio, television, banks, enterprises, government bodies and foreign representative offices fresh political and economic news on the most important events in Ukraine's capital and regions, official decisions of the highest legislative and executive bodies, as well as comments of experts and politicians. The publication comes out 6 days a week, in Ukrainian, Russian and English. Besides this, there are up-to-the-minute news reports on important events. Total daily output is up to 50 pages a day.

The magazine *Lviv Today* (<http://www.lvivtoday.com.ua>) is West Ukraine's monthly English-language lifestyle magazine. Launched in May 2008, the magazine is a first for Ukraine and the only English-language publication outside of the capital city, Kiev. Every month *Lviv Today* offers news of upcoming events and regular features offering an insight into local history and traditions. *Lviv Today* is distributed free of charge via a selected network of airlines and leading regional hotels, restaurants, business centres and arts venues. Its readership includes Lviv's growing international audience, tourists visiting the city and members of the Lviv business and cultural communities.

The English edition of *The Ukrainian Week* (<http://ukrainianweek.com/>) is published bi-monthly and contains a selection of articles considered to be of interest to non-Ukrainian readers.

*The Ukrainian Weekly* (<http://www.ukrweekly.com>) has been published continuously since 1933. Founded at first to serve the Ukrainian American community and to function as a vehicle for communication of that community's concerns to the general public in the United State, *The Ukrainian Weekly* today publishes news about Ukraine and Ukrainians around the world.

The *US Ukraine Observer* (<http://usukraineobserver.com/>) is a magazine about general business, political, social, religious and cultural issues in Ukraine.

The *Ukraine Business online* (<http://www.ukrainebusiness.com.ua/>) provides business related news from Ukraine daily as well as issues about health, science, culture, tourism and sports. .

*UkrainianJournal.com* is the website for the *Ukrainian Journal*, the leading English-language daily newsletter covering breaking political and business news from Ukraine. The *Ukrainian Journal* was launched in August 2002 by a team of professional reporters and editors. *UkrainianJournal.com* publishes stories from the *Ukrainian Journal* newsletter, but also has its own features and runs a searchable archive of articles, comments and analyses.

New media technologies further extend the capabilities of the traditional media to influence cultures. The Internet alone has radically transformed the way in which people are able to interact with one another. A counterpoint to these beneficial consequences of the Internet is its availability for introducing new ideas and images into cultures, which may speed up and change the nature of the culture itself (Lustig et al. 2010: 38).

As a result, media can be responsible for minimizing the effects of geographic distance by increasing the speed, volume, and opportunities with which ideas can be introduced from one culture to another in a matter of seconds (Lustig et al., 2010, 38).

## References

- ADAMKA, P. – ZELENICKÁ, E. 2010. Jedna z ciest k multikulturalite. In: Historicko-kulturologické minimum vo vyučovaní cudzích jazykov: odborný zborník. Nitra: UKF, s.7-9. ISBN 978-80-8094-720-0
- A NORDIC Recognition Network (Norric) country report. The educational system of Ukraine. 2009. (Electronic resource). Mode of access: <http://norric.org/files/education-systems/Ukraine2009> (2 May, 2016)
- BBC POLAND Profile. (Electronic resource). Mode of access: <http://www.bbc.com/news/world-europe-17753721> (12 May, 2016)
- BBC SLOVAKIA profile. (Electronic resource). Mode of access: <http://www.bbc.com/news/world-europe-17847682> (2 May, 2016)
- COUPLAND, N. (ed) 2010. The Handbook of Language and Globalization. Blackwell Publishing Ltd. ISBN 978-1-4051-7581-4
- DELAHUNTY, G. P. – GARVEY, J. J. 1994. Language, Grammar, and Communication. A course for teachers of English. McGraw-Hill, Inc. ISBN 0070229112.
- GÖRLACH, M. (ed) 2005. A Dictionary of European Anglicisms. A Usage Dictionary of Anglicisms in Sixteen European Languages. OUP: Oxford.
- GRADDOL, D. 2000. The Future of English? A guide to forecasting the popularity of the English language in the 21st century. The British Council, 2000. (Electronic resource). Mode of access: <http://www.britishcouncil.org/learning-elt-future.pdf>
- GRZEGA, J. 2005. Reflections on Concepts of English for Europe: British English, American English, Euro-English, Global English. Journal for Euro-

- LinguistiX 2. 44-64. (Electronic resource). Mode of access: <http://www1.kueichstaett.de/SLF/EngluVglSW/ELiX/index.htm> (7 August, 2016)
- KEVIN, D. – PELLICANÒ, F. – SCHNEEBERGER, A. 2013. Television News Channels in Europe. Based on a Report prepared by the European Audiovisual Observatory for the European Commission. DG COMM European Audiovisual Observatory. October 2013.
- KIRSCHBAUM, S. J. 2013. Historical Dictionary of Slovakia. Scarecrow Press. (Electronic resource). Mode of access: [http://books.google.com.ua/books?id=wzefAgAAQBAJ&pg=PA215&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ua/books?id=wzefAgAAQBAJ&pg=PA215&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) (1 September, 2016)
- LARA, A. 2016. Media Landscapes. Poland. (Electronic resource). Mode of access: [http://ejc.net/media\\_landscapes/poland](http://ejc.net/media_landscapes/poland) (15 May, 2016)
- LUSTIG, M. W. – KOESTER, J. 2010. Intercultural competence: interpersonal communication across cultures. 6th ed. Pearson. ISBN 0205595758
- MENEZHINI, R. – PACKER, A. L. Is there science beyond English? Initiatives to increase the quality and visibility of non-English publications might help to break down language barriers in scientific communication. (Electronic resource). Mode of access: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1796769/> (16 August, 2016)
- MICHELČIKOVÁ, L. 2011. Jazyková politika Európskej únie: od viacjazyčnosti k Eurobabylonu. XLinguae: A Trimestrial European Scientific Language Review. Vol. 3, no. 3. 12-16. ISSN 1337-8384
- MICHELČIKOVÁ, L. 2015. Jazyk legislatívnych textov inštitúcií EÚ. Nitra: FF UKF. ISBN 978-80-558-0757-7.
- O'REILLY, L. M. 1998. English language cultures in Bulgaria: a linguistic sibling rivalry? World Englishes, Vol. 17, No. 1. 71-84.
- ROZVADOVSKYY, O. 2016. Media Landscapes. Ukraine. (Electronic resource). Mode of access: [http://ejc.net/media\\_landscapes/ukraine](http://ejc.net/media_landscapes/ukraine) (12 February, 2016)
- Scopus. (Electronic resource). Mode of access: <http://www.scopus.com/> (24 May, 2015)
- ŠKOLKAY, A. Media Landscapes. Slovakia. (Electronic resource). Mode of access: [http://ejc.net/media\\_landscapes/slovakia](http://ejc.net/media_landscapes/slovakia) (14 February, 2016)
- THE STM Report: September 2009. (Electronic resource). Mode of access: [http://www.stm-assoc.org/2009\\_10\\_13\\_MWC\\_STM\\_Report.pdf](http://www.stm-assoc.org/2009_10_13_MWC_STM_Report.pdf) (8 September, 2016)
- THOMSON REUTERS. Scholarly & Scientific Research. (Electronic resource). Mode of access: <http://thomsonreuters.com/> (24 February, 2016)
- TRUCHOT, C. 2002. Key aspects of the use of English in Europe. Language Policy Division Directorate of School, Out-of-School and Higher Education DGIV Council of Europe, Strasbourg.

UKRAINE COUNTRY profile – Overview. 2015. (Electronic resource). Mode of access: <http://www.bbc.com/news/world-europe-18018002> (20 August, 2016)

VAN WEIJEN, D. 2012. The Language of (Future) Scientific Communication. (Electronic resource). Mode of access: <http://www.researchtrends.com/issue-31-november-2012/the-language-of-future-scientific-communication/> (15 February, 2016)

The study is supported by the International Visegrad Fund under V4EaP Scholarship [number 51400606] and VEGA 1/0589/14 2014-2016: *Slovenská literatúra v preklade*.

## **EDUCATIONAL TECHNOLOGY IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES AT UNIVERSITIES**

**Zuzana Rebičová**

*Department of languages, FEM SUA in Nitra*

*The information and communication technologies have become an inseparable and inevitable part of our life. A continuous development of society and changes on the market are also reflected in higher education. The increasing number of university educated professionals focuses on modern educational forms and methods out of which electronic education belongs to the most important. Its use has a motivating effect on students because it differs from traditional form of teaching. The paper aims to describe the effectiveness of the use of modern technologies and e-learning in teaching foreign languages.*

**Key words:** *information and communication technologies, electronic education, the Internet, modern technologies, computer*

### **Introduction**

The ongoing scientific and technical progress brings us new possibilities for using different technologies for various areas of social life. Electronic education offers a wide range of uses of advanced information systems and technologies.

Educational technology is a systematic and organized process of applying modern technology to improve the quality of education. It is a systematic way of conceptualizing the execution and evaluation of the educational process (learning and teaching and help with the application of modern educational teaching techniques). It includes instructional materials, methods and organization of work and relationships (Potkonjak-Pijanović, 1996).

There are different opinions among teachers in the field of social and technical sciences. Therefore, the application of educational technology requires knowledge from several areas: pedagogy, psychology, didactics, computer sciences, informatics .... Because of this diversity, there are also different perceptions of educational technology, where every author defines the concept of educational technology according to their needs.

Educational technology has three domains of use:

- technology as a tutor (computer gives instructions and guides the user),
- technology as a teaching tool and,
- technology as a learning tool. (Stošić, 2015, p. 111)

## **Electronic education**

The programmed instruction was founded in 1954 by an American psychologist B. F. Skinner. Theories of programmed instruction were based on behaviourism as a direction in psychology, especially in the USA. Behaviourists believe that behaviour can be studied without thinking on psychological mental states. To study behaviour means looking for connections between stimuli and reactions of organism. Thorndike's laws of learning are very important here:

- a) **practice law** – the repetition of act strengthens connections between a stimulus and a response
- b) **effect law** – the strengthening of connections which are accompanied by a state of satisfaction (Petlák, 1997, p. 199)

In a similar way like Petlák, Turek (2008, p. 419) also dealt with Skinner's programmed instruction, according to whom Skinner's principle of programmed instruction lies in the division of the curriculum into successive, logically interrelated steps:

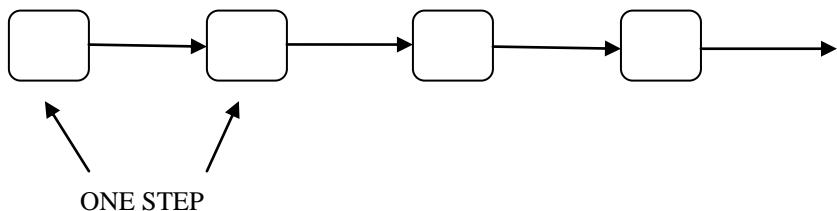
1. **principle of small steps** – curriculum is presented in very small parts, one step is composed of interpretation, question and response,
2. **principle of an active learner's response** – learner has to be active in learning,
3. **principle of immediate feedback** – learner knows if his response is correct or incorrect,
4. **principle of individualisation** – learner can proceed according to his own abilities and consideration,
5. **principle of evaluation and improvement** – analysis and evaluation of learner's response.

Petlák (1997, p. 201) in already mentioned work followed Turek and suggests that each step should be composed of 3 parts:

1. **stimulus from the computer** – presentation of information, interpretation of the curriculum and the task
2. **reaction of the learner** – he must solve the task, the author of the programme must solve possible reactions of the learner (correct, incorrect, no response)
3. **response of the computer to learner's reaction** – verbal comments to the reaction (correct, error, inaccurately)

Programmed instruction as Petlák (1997, p. 201) points out recognizes 3 main types of programmes:

1. **linear** – the creator is **B. F. Skinner**, student learns effectively if he gradually acquires a very small amount of knowledge,

**Scheme 1: Linear programme by Skinner**

(Petlák, 1997, p. 201)

2. **branched** – the creator is **N. A. Crowder**, student has to learn and understand the subject, he is forced to think about it,
3. **mixed** – the combination of linear and branched programme.

As indicated by Turek (2008, p. 421), the first beginnings and construction of teaching machines is attributed to American S. L. Pressey, who designed them to best students. But these machines were very expensive and they were spoiled very often.

**Teaching machines:**

*informants* – interpretation of the curriculum,

*examiners* – testing and evaluation of students,

*repetitors* – repetition of the curriculum,

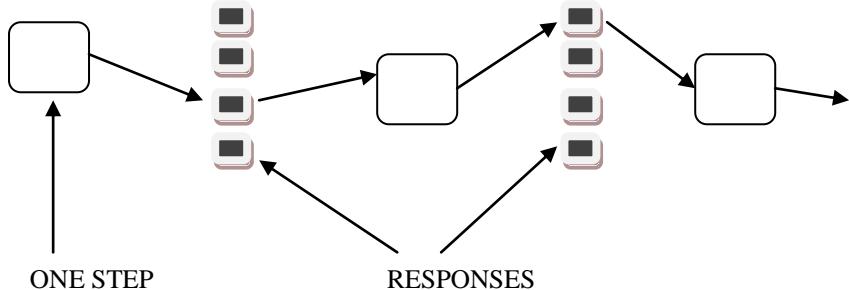
*trainers* – training of psychomotor skills,

*universal machines* – performed more functions simultaneously, interpretation + testing,

*adaptive machines* – adapt the pace of learning to individual possibilities and abilities of students.

Disagreements between Pressey and Skinner were described in the work “*Všeobecná didaktika*“ from 1997 by Petlák. In it he writes that Pressey differed from Skinner, because Skinner refused error in learning and Pressey accepts it. He argues that students should learn about the correctness or incorrectness of their responses and if they make mistakes they should know the correct response. Pressey's programme is called **linear programme with multiple choice of responses**. Learning progresses linearly, step by step, following the main branch. Learning progresses linearly, step by step, following the main branch.

**Scheme 2: Linear programme with multiple choice of responses**



(Petlák, 1997, p. 202)

In the 80's of the 20<sup>th</sup> century, the arrival of computers gets into the centre of attention, when the first 8-bit microcomputers began to expand. The book “Virtuálna kolaborácia a e-learning” by Kozík (2006) familiarizes us with the history of the introduction and use of computers in Slovakia, where he states that the development of computers in Slovakia, has started since 1985. In the second half of 80's, the first 16/bit personal computers were placed on the market. At that time in education, with the global development of cybernetics and artificial intelligence, it came to the improvement of teaching and the use of teaching machines. The computer started to be used as a learning and examining machine. Some theories claimed, that a computer could partially replace a teacher. In the early 90's, the Internet started to provide a new service, e-mail. The start and development of this new service launched the growth of electronic information on the Internet in the form of web pages. Not only hardware (technical equipment of computer) and software (programmed equipment of computer) began to improve, but also the types of communication technologies.

Continuous progress of science and technology brings the use of many technologies which have still been improving. Eger (2010) argues that the e-learning improved due to further innovations in the field of technology and by gradual improvement of methodology from pedagogical point of view. Educational portals were established and e-learning was increasingly applied at universities.

Warschauer (1999, p. 4) dealt with Internet issue and points out that nowadays the Internet is the most important current development affecting reading and writing. It “has developed within 3 decades into a mass information and communications medium and affected business, education and entertainment. Computer-mediated communication combines several features and they together-

*er form powerful new medium of human interaction. The online environment allows text-based interaction. It brings two main functions into one medium. We can communicate and interpret experience by meaning”.*

Furthermore, he highlights the positives of the Internet. “*The Internet is more exclusive than other media (television, radio, newspaper) due to the cost, education and language requirements necessary to access it. It is more diversified than other media. By creating more channels for global communication and a need for a lingua franca, the Internet strengthens the dominance of English as a global language*” (Warschauer, 1999, p. 9).

## Conclusion

Electronic education (e-learning) belongs to the most modern way of teaching foreign languages based on the Internet. It enables easier information retrieval, resources and offers a wide range of application. E-learning has been constantly improving thanks to still new and new innovations in the technological field. Information and communication theories enable sense perception and compared to traditional forms of education, they achieve a higher effect in the students’ learning process. The availability of electronic and web-enabling technologies also influences the way we view the learning strategies of the future. Multimedia teaching as a result of the technical development of computers is a component that combines information and communication technologies with study courses.

## References

- EGER, L. a kol. 2010. Komunikace vzdělávacích organizací s veřejností na Internetu. Praha: Česká andragogická společnost. ISBN 978-80-87306-07-9.
- KOZÍK, T. 2006. Virtuálna kolaborácia a e-learning. Nitra: PF UKF. ISBN 978-80-8094-053-9.
- PETLÁK, E. 1997. Všeobecná didaktika. Bratislava: IRIS. ISBN 80-88778-49-2.
- POTKONJAK, N. M. – PIJANOVIĆ, P. 1996. Pedagoški leksikon. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva. ISBN 978 861 704 1838.
- STOŠIĆ, L. 2015. The Importance of Educational Technology in Teaching. In International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education (IJCRSEE). [online]. 2015, Vol. 3, No. 1 [cit. 2015-08-31]. Retrieved from <<http://ijcrsee.com/index.php/ijcrsee/article/view/166/316>>.
- TUREK, I. 2008. Didaktika. Bratislava: IURA EDITION. ISBN 978-80-8078-198-9.
- WARSCHAUER, M. 1999. Electronic literacies: Language culture and power in online education. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. ISBN 978-080-5831-191.



## MOŽNOSTI VYUŽITIA POČÍTAČOVEJ ANALÝZY REČI VO VÝUČBE

### USING COMPUTER SPEECH ANALYSIS IN TEACHING

Viera Smoláková

Inštitút slovakistiky a mediálnych štúdií FF PU v Prešove

Príspevok predstavuje praktické možnosti použitia počítačovej analýzy rečového signálu vo výučbe pri nácviku výslovnosti. Predstavené metódy rečovej analýzy sú zjednodušené pre širšie využitie vo výučbe aj pre pedagógov, ktorí sa nevenujú primárne experimentálnej fonetike. Zvolený počítačový program (Praat) slúžiaci na analýzu reči je voľne dostupný s pomerne jednoduchým ovládaním. Vďaka svojim kvalitatívnym parametrom je využiteľný aj vo fonetických laboratóriách. Ukážky v príspevku sú vytvorené v predstavenom programe a približujú možnosti jednotlivých nástrojov prakticky využiteľných pri nácviku korektnej výslovnosti.

The contribution presents practical ways of using computer speech analysis in practising pronunciation. These methods are simplified for wider use in teaching and for teachers who do not specialize in experimental phonetics. The chosen speech analysis computer programme (Praat) is freely available and relatively easy to operate. Thanks to its high-quality parameters, it can be used in audio labs. The samples in the contribution were created using this programme and demonstrate how individual tools can be used for practising correct pronunciation.

**Kľúčové slová:** ortoepické chyby, počítačová analýza, výslovnosť, výučba

**Key words:** pronunciation mistakes, computer analysis, pronunciation, teaching

Na rozdiel od ortografických chýb v písanom prejave sa chyby vo výslovnosti často prehliadajú. Skúsenosť zo školskej praxe taktiež vyzdvihuje ortografiu pred ortoepiou. Žiaci sa o pravidlach zvukovej roviny dozvedajú len okrajovo, napriek tomu, že pri bežnej komunikácii viac rozprávajú ako píšu. Nemožnosť návratu k vyslovenej informácii v prirodzenej komunikácii upriamuje našu pozornosť na obsah rečovej komunikácie, inak povedané, môže sa zdať, že postačí, ak budeme rozprávať správne do takej miery, aby sme si rozumeli. Laxnosť v prístupe k ortoepickým chybám môže v krajinom prípade viesť k nenaplneniu komunikačného zámeru tým, že si komunikanti nebudú rozumieť. Zvládnutie ortoepie materinského jazyka sa ukazuje ako proces, ktorý nekončí vývinovým štádiom reči detí v predškolskom veku. Dôsledne zvládnutá zvuková rovina je nevyhnutnou súčasťou aj výučby cudzích jazykov. Práve preto chceme predstaviť dostupný program na analýzu reči a ponúknut' možnosti interpretácie zvukových javov.

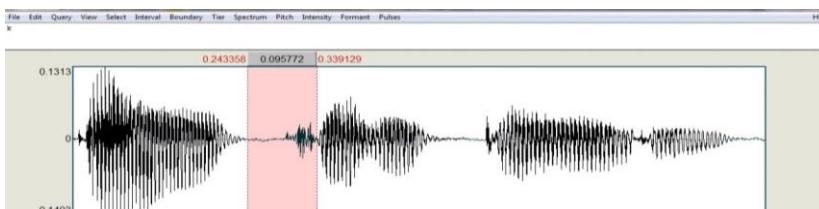
Nároky na zvyšovanie praktických zručností absolventov vysokých škôl si vynucujú implementáciu stále nových didaktických metód do výučby. Hľadanie inovatívnych spôsobov, ktoré by študentovi prinášali komplexnú informáciu

o problémovom jave a možnostiach jeho praktického uplatnenia, sa stáva výzvou pre každého pedagóga.

Naša pedagogická skúsenosť sa spája so študentmi mediálnych štúdií, pre ktorých je dôležité prakticky zvládnuť techniku reči. Výsledný rečový prejav musí byť kultivovaný, očakáva sa, že budú dodržiavať všetky jazykové normy. Nácvik techniky reči je dôležitou súčasťou vyučovacieho predmetu Akusticko-auditívna komunikácia. V rámci tohto predmetu sa študenti oboznamujú s kauzálnymi vzťahmi artikulácie a akustiky. Na to, aby zvládli ortofonickú, ortoepickú a modulačnú zložku prejavu, im pomáha poznanie jednotlivých akustických parametrov segmentálnej a suprasegmentálnej roviny. Výučba Akusticko-auditívnej komunikácie sa realizuje vo fonetickom laboratóriu, ktoré má vo svojej výbave počítače s profesionálnym softvérom slúžiacim na analýzu zvuku a zvukotesného nahrávaciu kabínku. Pre študentov je však pri príprave na výučbu dôležité nahradieť tieto profesionálne zariadenia dostupnými spôsobmi. S uplatnením poznatkov z iných predmetov, ktoré podporujú digitálne kompetencie (porov. Kraviarová, 2015), sa ukazuje ako veľmi efektívny nástroj vhodný aj pre profesionálnu analýzu reči voľne dostupný program Praat (Boersma - Weenink, 2009)<sup>1</sup>.

### Základná informačná báza

Pre potreby analýzy reči, ktorá by viedla k praktickým záverom je nevyhnutné poznanie základných akustických parametrov a nástrojov. Jednou z foriem zobrazenia rečového signálu, s ktorou sa pracuje v programe PRAAT, je oscilogram. Ide pravdepodobne o najznámejší spôsob zobrazenia rečového signálu vo všeobecnosti. Oscilogram zaznamenáva časový priebeh zmien akustického tlaku a môžeme sa s ním stretnúť v programoch, ktoré editujú zvuk. Vodorovná os je časovou osou, vertikálna os určuje amplitúdu (výchylku) rečového signálu.

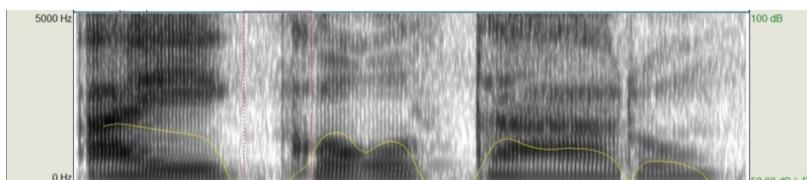


Obrázok 1: Ukážka oscilogramu v programe Praat

<sup>1</sup> Praat – voľne dostupný počítačový program slúžiaci na analýzu rečového signálu

Na oscilograme môžeme ľahko zmerať napr. trvanie páuz. Časové trvanie segmentov je závislé na poznáni jednotlivých akustických veličín a ich prejavov (podrobnejšie Zimmermann, 2002). Pre laika je však oscilogram vhodný doplňujúcim nástrojom pri uplatnení dôsledného počúvania<sup>2</sup>. Zvyšujúcou sa skúsenosťou s priebehom krvíky zvukového signálu sa oscilogram ako nástroj počítačovej analýzy zvuku stáva vhodným doplnením kontroly korektnej výslovnosti.

Ďalším spôsobom zobrazenia rečového signálu, s ktorým pracuje Praat, je spektrogram (označovaný aj ako sonagram), ktorý zaznamenáva zmeny frekvenčného spektra v procese realizácie reči. Ide v podstate o trojrozmerný graf, na vodorovnej osi je čas, zvislá os určuje frekvenciu a samotná sýtosť výsledného grafu (priestorová os) zobrazuje energiu. Spektrogram je druhým najčasťejšie využívaným nástrojom pri digitálnej analýze rečového signálu. Profesionál dokáže vhodnými nastaveniami spektrálnej analýzy jednotlivo pristúpiť k skúmaniu segmentov. Štandardné nastavenia programu Praat zobrazujú frekvenčný rozsah od 0 Hz do 5000 Hz (tieto nastavenia je možné pre potreby analýzy meniť, napr. pri skúmaní frikatív sa odporúča zvýšiť hornú hranicu na 8000 Hz). Začiatočník si môže na spektogramme všimnúť zmeny súvisiace s priebehom reči: napr. zistí, že vokály majú v istých frekvenčných oblastiach zvýraznené tmavé pruhy (tieto energetické maximá zodpovedajú veličinám, ktoré sa nazývajú formanty). Tie môžu slúžiť ako pomôcka pri vymedzovaní vokálov a konsonantov.



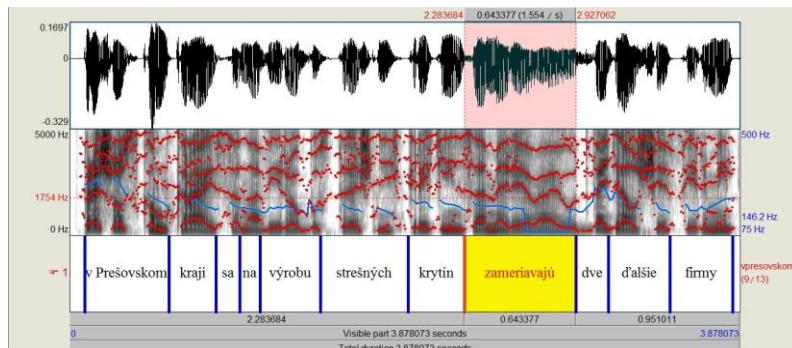
Obrázok 2: Ukážka spektrogramu v programe PRAAT

Spektrogram a oscilogram je vhodné generovať súčasne na rovnakej vzorke. Keďže výsledné zobrazenia sa znázorňujú v oknách pod sebou, x-ová os zaznamenávajúca časový priebeh signálu, je zhodná. To umožňuje používateľovi jednoduchšiu interpretáciu zobrazeného javu.

<sup>2</sup> Metóda dôsledného počúvania je nevyhnutná pri fonetickom výskume. Vlastný sluchový analyzátor - ucho - slúži bádateľovi ako primárna pomôcka pri analýze zvuku.

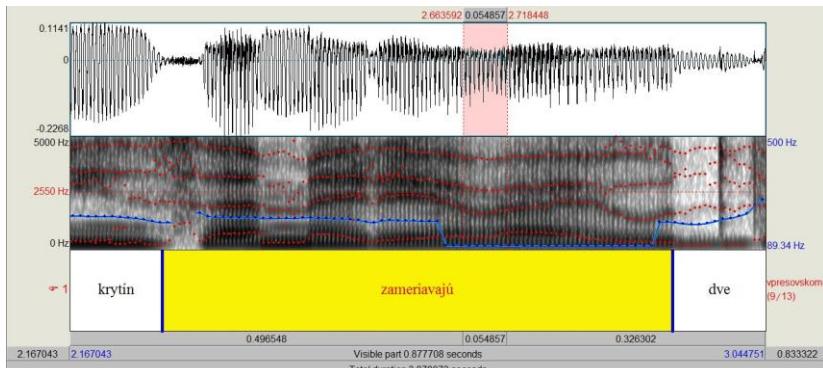
## Praktické použitie

Od rečových profesionálov, akými sú napríklad aj mediálni pracovníci, sa očakáva, že aj formálna stránka prejavu bude bezchybná. Na cvičeniach z Akusticko-auditívnej komunikácie študenti nahrávajú vlastné príspevky, ktoré následne analyzujú. Najskôr prebehne percepčná analýza reči, výsledkom ktorej je fonetický prepis slúžiaci pre potreby ďalšej analýzy. Študenti vyhodnocujú miesta, kde nastala kolízia medzi ortoepickou normou a realizovanou výslovnosťou. Tieto miesta sa stávajú predmetom analýzy v programe Praat. Po vložení vybraného zvukového súboru do programu Praat<sup>3</sup>, je možné využitím jednotlivých nástrojov pristúpiť k samotnej analýze. Študenti majú základné poznatky o vokalických a konsonantických štruktúrach, poznajú základné zobrazovacie metódy – oscilogram a spektrogram – ktoré sme predstavili vyššie. Vymedzovaním hraníc jednotiek vo väčších celkoch, či už ide o hranice slov vo vetách alebo o hranice hlások v slovách, si študenti uvedomujú komplexnosť reči, z ktorej plynie náročnosť určovania hraníc zvukov reči. Zistujú opodstatnenosť použitia viacerých nástrojov a metód pri vymedzovaní hraníc, kde okrem sluchového analyzátoru zapájajú aj objektívne výsledky zobrazené prostredníctvom oscilogramu a spektrogramu (obr. 3a, obr. 3b).



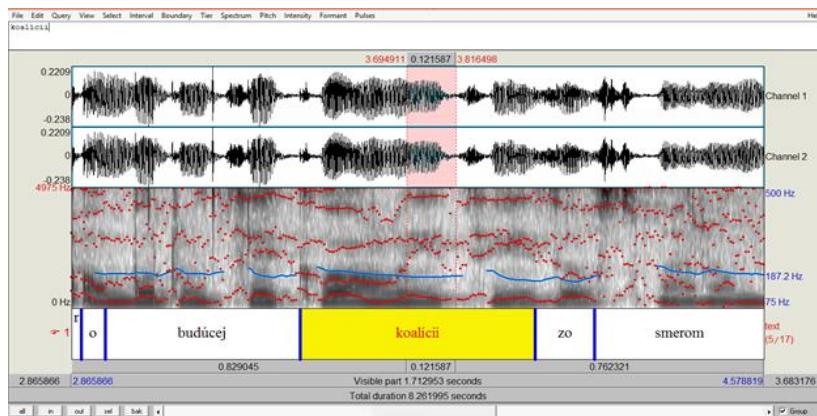
Obrázok 3a: Ukážka zo študentskej práce S. T.: vymedzenie hraníc slov vo výpovedi

<sup>3</sup> Vloženie zvukového súboru v našom prípade prebieha po selektívnom procese nahratého prejavu, kde v programe Audacity vystrihneme skúmané slovo, slovné spojenie alebo vetu. Do programu Praat vyberáme už existujúci súbor zo zoznamu editovaných zvukových súborov. Praat umožňuje aj priame nahrávanie rečového signálu, čo je vhodné pri nahrávaní slov príp. slovných spojení.

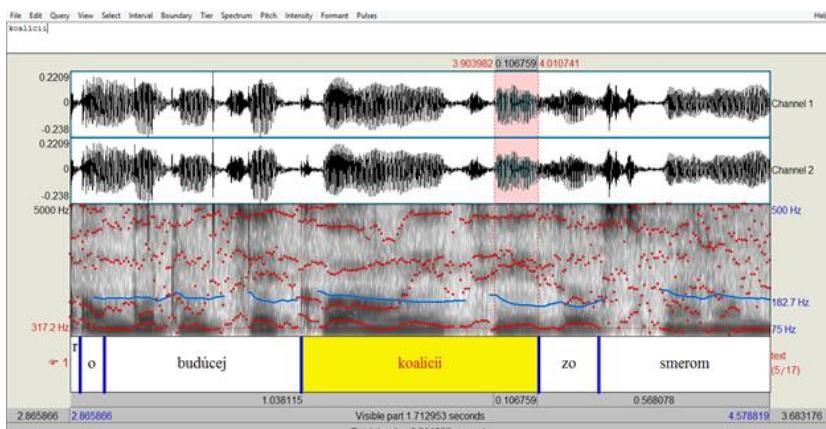


Obrázok 4b: Ukážka zo študentskej práce S. T.: vymedzenie hraníc slov vo výpovedi a použitie časovej lupy na vymedzenie hlásky v

Metodologickým usmernením a zjednotením postupov pri vymedzovaní hraníc hlások (porov. Machač - Skarnitzl, 2009) ako najmenších vysloviteľných jednotiek súvislej reči sa môžeme dostať k analýze segmentálnych chýb. Študenti môžu porovnať chybe vyslovené hlásky s ortoepicky korektnými, nachádzajú chyby prejavujúce sa neuplatňovaním znelostnej asimilácie a pod. Na obrázku 4 a 5 máme v hornej časti znázorený oscilogram stereofónne nahrávaného rečového prejavu (pri jednokanálovom nahrávaní by sme dospeli len k jednému oscilogramu). Pre potreby analýzy je jednokanálové nahrávanie postačujúce (oscilogram pri dvojkanálovom zázname je zhodný ako môžeme vidieť na obr. 4 a 5). Zvýraznené pole v oscilograme vymedzuje priestor realizácie skúmaných segmentov (na obr. 4 je to vokál *i*, na obr. 5 hiát *i-i*), pričom nad vymedzením miestom máme časovú informáciu o trvaní udávanú v sekundách (pri interpretácii výsledkov dávame prednosť číselnému vyjadreniu v milisekundách). Pri vymedzovaní hraníc nám okrem sluchového analyzátoru slúži aj súčasne vygenerovaný spektrogram. Modré linky v spektograme zobrazujú priebeh melódie, červené body kopírujú energetické maximá.

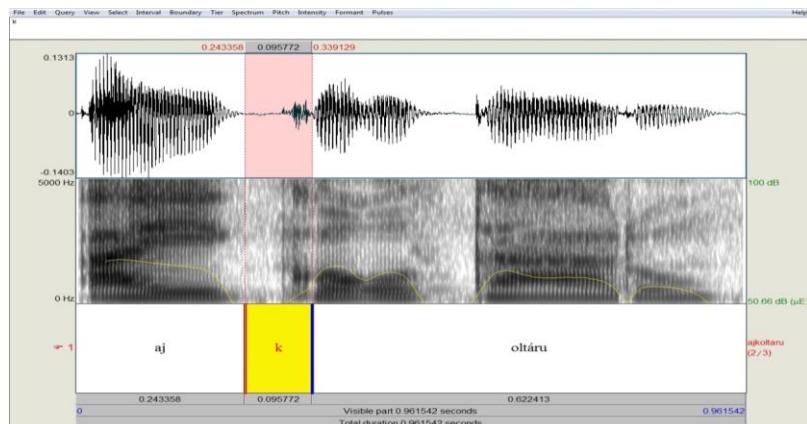


Obrázok 5: Ukážka zobrazenia časového trvania dlhého vokálu ī = 122 ms v slove koalicii



Obrázok 6: Ukážka zobrazenia časového trvania hiátového spojenia i-i = 107 ms v slove koalicii

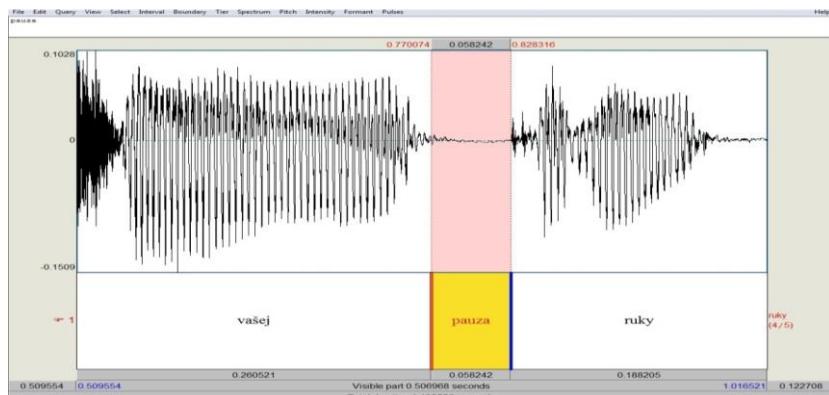
V ďalšej analýze na obrázku 6 máme znázornený oscilogram s vyselektovanou časťou realizácie neznelého konsonantu *k* spoločne s prechodovou fázou. Cieľom tejto analýzy bolo jednoznačné identifikovanie chybnej výslovnosti neznelého konsonantu pod vplyvom nedodržania znelostnej asimilácie. Podľa pravidiel spodobovania by na tomto mieste mal zaznieť znelý segment *g*, keďže ide o slovné spojenie *k oltáru*, ktoré bolo realizované bez pauzy splývavou výslovnosťou.



Obrázok 7: Ukážka zo študentskej práce J.G.: identifikovanie chybovej asimilácie

Vo väčších celkoch môžeme prostredníctvom programu Praat pozorovať pauzy, realizáciu nádychov, prípadné hezitačné zvuky či upriamit pozornosť na realizáciu melódie koncového vetného úseku.

Na obr. 7 máme zaznamenanú nefunkčnú pauzu (trvajúcu 58 ms), ktorá bola realizovaná v spojení *vašej ruky*. Poslucháč pri dôslednom počúvani identifikoval nenáležité uplatnenie pauzy, prostredníctvom počítačovej analýzy ju však dokáže verifikovať a exaktne vyjadriť jej parametre.



Obrázok 8: Ukážka zo študentskej práce J. G.: realizácia nefunkčnej pauzy

Po vykonaní takejto analýzy si študenti vo väčšej miere uvedomujú svoje nedostatky v rečovom prejave a môžu pracovať na ich odstránení. Opäťovné nahrávania a opäťovné analýzy vlastných ale aj cudzích rečových prejavov tak

zvyšujú citlivosť študentov na korektnú výslovnosť. Takáto forma kultivácie rečového prejavu napĺňa podmienky, ktoré sa od vysokoškolského štúdia očakávajú: praktický výsledok vyplýva z poznania všeobecnejších atribútov.

Možnosti počítačovej analýzy rečového signálu sa dajú paralelne využiť aj pri výučbe cudzích jazykov. Nácvik výslovnosti hlások, slov a viet tak môže byť okrem subjektívneho sluchového vnemu podporený aj objektívou analýzou reči. Prostredníctvom počítačovej analýzy, ktorej predchádza nahrávanie rečových prehovorov, je možné zvyšovať komunikačné kompetencie používateľov jazyka bez ohľadu na jazykový kód.

### **Literatúra a použité zdroje**

- BOERSMA, P. – WEENING, D. 2009. Praat: doing phonetics by computer (Version 5.1). [online].[cit. 2016-06-02]. Dostupné na internete: <<http://www.praat.org>>.
- GRUŠKOVÁ, J. (2016): Seminárna práca z predmetu Akusticko-auditívna komunikácia.
- KRAVIAROVÁ, M. 2015: Digitalizácia médií a tvorba audiovizuálneho diela študentmi masmediálnych štúdií na Filozofickej fakulte Prešovskej univerzity v Prešove. In: Gogová, I. (ed.), Klúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie IV. Prešov, s. 173–179. ISSN 1338-3388.
- MACHAČ, P. – SKARNITZL, R. 2009. Fonetická segmentace hlásek. Praha: Epoch. ISBN 978-80-7425-031-6.
- TOKÁROVÁ, S. 2016: Seminárna práca z predmetu Akusticko-auditívna komunikácia.
- ZIMMERMANN, J. 2002. Spektografická a škálografická analýza akustického rečového signálu. Prešov: Náuka. ISBN 80-89038-22-0.

## **INTERKULTÚRNY ASPEKT KOMUNIKÁCIE S DÔRAZOM NA NEVERBÁLNE VÝRAZOVÉ PROSTRIEDKY**

### **ASPECT OF COMMUNICATION WITH EMPHASIS ON NONVERBAL EXPRESSIVE MEANS**

**Elena Zelenická**

*Jazykové centrum FF UKF v Nitre*

*Nazerať na jazyk so zreteľom na jeho vzťah k človeku a ku kultúre navodzuje celý rad tém, ktoré možno posudzovať z rôznych hľadišť. Jazyk je jav spoločenský. Keďže sa vytváral v podmienkach spoločenského života a reflektoval jeho potreby, citlivou reagoval na všetky zmeny v spoločnosti, ktorá ho používala, čím sa dostáva do tesnej súvislosti s konkrétnym jazykovým spoločenstvom a s jeho kultúrou.*

*Perceiving the language with the consideration of its relation to the human, culture and media brings up a number of issues concerning a variety of points of view. Language is a social phenomenon. As it has been developing in the conditions of social life reflecting on its needs, it has been responding to all the changes in the language users' society very sensitively, which has established its close relation to the particular community of language and its culture.*

**Kľúčové slová:** jazyk, kultúra, média, učenie, medzikultúrna komunikácia

**Key words:** language, culture, media, teaching, intercultural communication

Štúdium jazyka a jazykového prostredia, ktoré je s ním neodmysliteľne prepojené je častým objektom skúmania viacerých vedných odvetví.

Jazyk ako súčasť sveta znakov je späť so všetkými stránkami kultúry, jej duchovným, sociálnym aj materiálnym aspektom. Vždy bol vnímaný ako encyklopédia, obsahom ktorej je duchovné bohatstvo nahromadené generáciami daného kolektívnu. Stal sa nástrojom výmeny informácií medzi jednotlivcami, základným prostriedkom myslenia každého z nás. Spolu s myslením tak tvorí dialektickú jednotu (Dolník, 2010, 15). Sám osebe nejestvuje, je nerozlučne späť s človekom a jeho myslením. Je tiež akýmsi vnútorným komunikačným prostriedkom človeka. Mysleniu dáva podobu a prináša jeho výsledky.

Existujú názory, že jazyk je znakom národnej a individuálnej identity, prostriedkom komunikácie a profesionálnej realizácie, ako aj prostriedkom vyjadrovania emócií, citov a pocitov. Vníma sa ako potenciálny zdroj osobného a kultúrneho obohatenia človeka, je predpokladom pre ďalšie vzdelávanie a štúdium. Úroveň jazykovej kultúry je základným znakom všeobecnej vyspelosti človeka. Jazyk je nepochybne jedným z dôležitých nositeľov kultúry, ktorého významy a symboly je človek schopný rozlišovať a interpretovať. Má viacero podôb.

Osobitú formu jazykového prejavu predstavujú masmédia. Jazyk médií sa vyznačuje rozmanitosťou výrazových prostriedkov, emocionálnosťou, otvoreným vyjadrením autorského „ja“ k dianiu, ktoré je opisované, ale aj používaním jazykových prostriedkov stojacích mimo noriem spisovného jazyka. Jeho pri-márhou úlohou je sprostredkovať reálny obraz o javoch a udalostiach, ktoré sa dejú okolo nás, doma i v zahraničí.

Jazyk neustále získava nové a nové dimenzie, je nielen objektom učenia sa, ale zároveň sa stáva subjektom nositeľa kultúry toho-ktorého jazyka a je jeho reprezentantom. Prostredníctvom jazyka, v súčasnosti hlavne jazyka masmédií, môžeme spoznávať svet okolo nás. Jazyk umožňuje poznávať rôzne etniká a národy, a to prostredníctvom jazykových javov zakomponovaných i obsiahnutých aj v mediálnych textoch. Tieto majú veľký vplyv na človeka i celú spoločnosť. Ich ambíciou je formovať naše názory, ovplyvňovať naše konanie. Uvedomenie si, že hlbší prienik do „kultúrneho sveta“ nositeľov cudzieho jazyka, ich kultúry, spôsobu života či národnej mentality je značne determinovaný poznaním spoločenských a kultúrnych atribútov daného rečového spoločenstva.

Kontakt s iným jazykom a inou kultúrou aj prostredníctvom masmédií nám dáva unikátnu príležitosť na videnie vzťahov a vecí z novej perspektívy. Umožňuje nám pozrieť sa aj na seba samých s istým odstupom a vnímať vlastné kultúrne zvyky, hodnoty, tradície a normy, ale aj náš vlastný osobný systém priorit cez iné dimenzie, zvonku. Vplyv masmédií na človeka, prostredníctvom jazyka, sa stáva v súčasnosti klúčovým pre celú spoločnosť. Kultúrna a jazyková diverzita dnešnej Európy, s ktorou každodenne prichádzame do styku, ukazuje, že potreba a význam komunikácie neustále narastá, čo je spôsobené vnútornou, ale aj medzinárodnou migráciou a častými medzinárodnými kontaktmi (Delganová, 2010, 13). Multikultúrne skúsenosti majú na nás výnimcočný vplyv, formujú tak našu identitu, ako aj rast našich sebaobranných schopností a umožňujú nám plné pochopenie aj iných životných situácií. Tieto schopnosti, kvality či kompetencie sa bez poznania cudzích jazykov a iných kultúr získať nedajú.

Jazyk ako prostriedok cudzojazyčnej komunikácie nám poodhaluje okrem lingvistickej aj svoju kulturologickú podstatu. V kulturologickom chápaniu cudzojazyčnej výučby obsahovou jednotkou osvojenia si cudzej kultúry je kulturologická informácia, t. j. fakt kultúry, ktorým sa vyjadruje charakteristika mentality národa a jej reflexia v jazykovej komunikácii. Ukazuje sa, že národné kultúry obsahujú veľa prvkov odrážajúcich tak univerzálné, ako aj špecifické črty konkrétnej kultúry.

Ten, kto ovláda viaceré cudzie jazyky, vie oceniť u iných snahu a túžbu učiť sa cudzí jazyk a sám aj prostredníctvom rôznych médií využíva možnosť rozšíriť si vlastné znalosti o iných kultúrach. V tomto kontexte štúdium jazykov predstavuje celoživotný proces, a ten si vyžaduje nové, kreatívne spôsoby vzde-

lávania. Kreatívne a zaujímavé vyučovanie cudzích jazykov pozitívne vplýva na uvedomovanie si kultúrnej rozmanitosti a zároveň zvyšuje záujem o iné jazyky, podnecuje zvedavosť orientovanú na jazyky a interkultúrnu komunikáciu, ktorá má výrazne obohacujúci charakter vo vzťahu k učiacemu sa subjektu.

V systéme vysokoškolského štúdia cudzie jazyky ako médium komunikácie, ale aj nástroj internacionálizácie nadobúdajú svoje stále a čoraz dôležitejšie miesto. Nielen profesionálna orientácia na medzinárodné pracovné prostredie, mobility, ale aj úzke prepojenie obsahu výučby cudzieho jazyka so študijným zameraním, kladú špecifické nároky na prípravu odborníkov najrozmanitejších profesí.

Začlenenie medzinárodného rozmeru do študijných programov upriamuje pozornosť hlavne na jazyky, v našom prípade na ruský jazyk. Naučiť študentov plynule a účelne komunikovať v ruskom jazyku, osvojiť si praktické schopnosti dorozumievať sa a porozumieť si v sociálnej integrácii je jednou z najdôležitejších, no zároveň aj najkomplikovanejších stránok výučby cudzích jazykov. Vytvárať vhodné podmienky na to, aby študenti spontánne prezentovali svoje postoje, je úloha veľmi náročná a vyžaduje si dôkladnú prípravu. Pripraviť profesionálne orientovaných odborníkov (na Filozofickej fakulte Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre – žurnalistov, politológov, kulturológov, etnológov a iných), sa darí hlavne tým, že dochádza k prepojeniu všeobecnej prípravy a odbornej problematiky v jednotlivých študijných programov.

Učenie cudzieho jazyka znamená (aspoň čiastočne) vziať sa do mentality nositeľov cieľového jazyka a znamená začiatok chápania iných kultúr. Bez schopnosti komunikácie a pochopenia prostredníctvom jazyka a kultúry ako takej je skutočný proces jej pochopenia nereálny. Pochopenie iných kultúr sa javí ako prvoradé a dôležité hlavne v súčasnosti, pretože národy a ľudia sú stále viac závislí jeden od druhého, a to nielen ekonomicky, ale aj politicky.

Ak vychádzame z premisy, že k učeniu nedochádza automaticky, je potrebné k nemu viesť, zisťujeme akú dôležitosť úlohu pri učení zohráva kooperácia učiteľa a študenta. Bez koexistencie oboch by vzdelávací proces nemal zmysel. Už v názve cudzí jazyk sa ukrýva adjektívum, ktoré si vyžaduje prekonanie jazykovej bariéry a priblíženie sa cieľovému jazyku.

Úspech každej, ale osobitne interkultúrnej komunikácie súvisí s dôkladným poznaním partnera v komunikácii. Keďže našim cieľom je sprostredkovať a vysvetliť niektoré interkultúrne špecifiká Ruska, považujeme za potrebné ozrejmíť isté zvláštnosti mentality, s ktorými sa naši študenti, budúci žurnalisti, politológovia, kulturológovia pri komunikácii môžu stretnúť.

Je dôležité poznamenať, že okrem verbálnej komunikácie významnú výpo-vednú hodnotu majú v sebe zakomponované aj neverbálne prejavy. Tieto sú v rôznych kultúrach odlišné. Pri charakteristike niektorých vybraných sústredíu jeme pozornosť na tie najtypickejšie, poznanie ktorých môže do značnej miery

ovplyvniť a nasmerovať celú komunikáciu. Jedným z nich je zvuková stránka reči, jej vonkajšia podoba t. j. hlas. Z praxe vieme, že aj na základe hlasu si utvárame aspoň približný úsudok o človeku. Zvukové stvárnenie prejavu či pri osobnom, alebo sprostredkovacom rôznymi médiami, poukazuje nielen na kultúrnu úroveň, ale aj na temperament, na inteligenciu, na charakter a momentálnu náladu hovoriaceho. Pomocou artikulácie a intonácie reči sa dajú vyjadriť viaceré významy vyjadrujúce rôzne stupne radosti, pokoja, nadšenia či hnevú. V procese výučby upozorňujeme študentov na to, že zvuková zložka reči Rusov tým, že sú veľmi zhovorčíví, emocionálni, srdeční, je citlivým výrazovým prostriedkom ich prejavu. Zároveň je aj nositeľom vzťahu hovoriaceho k partnerovi, k predmetu rozhovoru, vyjadruje jeho duševné rozpoloženie. Sila hlasu odhaľuje vzťah hovoriaceho k tomu, o čom hovorí, vyjadruje postoj ku konkrétnej situácii a k adresátovi. Aj neznámy cudzí človek je pre nich partnerom, s ktorým vedia komunikovať bez problémov. Prejavuje sa to napr. tým, že dôležité miesta v reči zdôrazňujú zvýšením hlasu a intonácie, dôverné alebo tajné oznamy stíšením, znížením hlasu, ako aj priblížením sa k partnerovi. Ak chcú dominovať nad partnerom a presvedčať ho, čo sa im spravidla aj podarí, alebo ak nemajú dostatok argumentov, hovoria hlasnejšie a používajú gestikuláciu. Nižším hlasom zase signalizujú apatiu k informácii a situácii, čím prejavujú pasivitu a nedôverou vo vlastné sily (Zelenická, 2015, 16). Oboznámenie sa s týmito osobitostami je názorne prezentované aj zvukovými ukázkami, ktoré umocnia vnímanie a pochopenie prejavu.

Nie menej ako zvukový prejav, hlavne v osobnom kontakte, je dôležitá mimika, t. j. výraz tváre, pohyby úst, čela a brady, ktoré sprevádzajú hovorený prejav. Je potrebné upozorňovať študentov, ktorí v budúcnosti môžu prísť do kontaktu s týmto etníkom, že aj výraz tváre prezradí niekedy viac ako slová. Mimika je teda komunikácia prostredníctvom výrazov tváre. Vyjadrujú sa ňou predovšetkým emocionálne stavby človeka (strach, radosť, smútok, prekvapenie, atď.), pocity, nálady, zážitky, afekty. Prejavom mimiky je aj úsmev na tvári. Aj napriek tomu, že Rusi sú veľmi zhovorčíví, radi vstupujú do rozhovoru, úsmev nie je v týchto prípadoch dominantný.

Mimika je u Rusov silným dorozumievacím prostriedkom, ktorý dopĺňa ich reč a podľa potreby umocňuje v pozitívnom i negatívnom zmysle. Presne odráža momentálnu indispozíciu hovoriaceho, ktorý je vždy naklonený hovoriť aj o negatívnych témach a rovnako často prezentuje aj svoje problémy, nedostatky, krivdy (Zelenická, 2015, 17).

Vo všeobecnosti platí, že kontakty nadväzované očami, patria v neverbálnej komunikácii k najsilnejším, a to preto, že hovoriaci i adresát za normálnej situácii, v štandardnej komunikačnej situácii bezprostredného kontaktu sa navzájom vnímajú predovšetkým očami. Reč pohl'adov (Klincková, 2011, 87) patrí medzi najčastejšie spôsoby neverbálnej komunikácie a dorozumievania sa vôbec. Pohľad v komunikácii plní nielen úlohu prijímateľa, ale i vysielača infor-

mácie, ale u Rusov nie je nutný. Typickým znakom pri rozhovore s Rusmi je, naopak, krátkej očný kontakt so spolu besedujúcim a vzápäť rýchle odklonenie pohľadu. Dlhý pohľad na človeka v ruskej kultúre je považovaný za prejav neskromnosti. Opísané prejavy mimiky a limitovaný kontakt očami sú explicitne viditeľné v ruských rozprávkach. A aj tu sa nám ponúka viacero možnosti ako názorne cez obraz poodhaliť uvedené komunikačné správania sa predstaviteľov ruskej kultúry.

Gesta ako jedna z najstarších foriem ľudskej komunikácie taktiež patria k tým, na ktoré je potrebné upriamíť pozornosť v procese cudzojazyčnej výučby. Gestá sú pohyby, ktorými si medzi sebou vymieňame informácie a ktoré v niektorých prípadoch môžu reč aj nahradíť. Podobne ako iné neverbálne prejavy, i gestá používame veľakrát neuvedomene, automaticky spolu so slovami. Podobne ako pohyb celého tela gestá zlepšujú konverzáciu a názornosť hovoreného obsahu. Špecifickými gestikulačnými prejavmi v komunikácii Rusov sú najmä prikyvovanie hlavou na znak súhlasu, vyjadrenie nesúhlasu pohybom hlavy zľava doprava, vyjadrenie neznalosti, resp. nevedomosti zdvihnutím pliec, vyjadrenie spolupatričnosti pomocou pohybu laktá, vyjadrenie spriaznenosti dotykom ruky a pod. Prezrádzajú charakter, nepokoj, nervozitu, záujem, ochotu komunikovať, a to najmä preto, že si ich nie vždy uvedomujeme. Gestá môžu zvýšiť dôraz a názornosť slovného prejavu, môžu sprevádzať a dokresliť obsah hovoreného, čím mu dávajú väčšiu zrozumiteľnosť.

V závere nášho príspevku by sme chceli iba dodať, že poznanie iných kultúr, ich tolerovanie je jedným z kritérií pri hodnotení kultúrnosti osobnosti. Pri štúdiu cudzích jazykov súčasné trendy vzdelávania sú orientované na osobnosť študenta ako aktívneho a chápavého konzumenta.

## Literatúra

- DELGADOVÁ, E. 2010. Verbálny jazyk ako súčasť interkultúrnej komunikácie. In: Inovatívne smery vo vyučovaní cudzích jazykov v kontexte európskeho vysokoškolského vzdelávania. Trenčín: TnUAD, s. 12-18. ISBN 978-80-8075-474-7.
- DOLNÍK, J. 2010. Jazyk – človek – kultúra. Bratislava: Kalligram. ISBN 978-80-8101-377-5.
- KLINCKOVÁ, J. 2011. Neverbálna komunikácia alebo komunikujeme nielen slovami. Banská Bystrica : FHV UMB. ISBN 978-80-557-0168-4.
- ZELENICKÁ, E. 2011. Slovakija i Rossija na prerekrestke kultur. Nitra: UKF. ISBN 978-80-8094-982-2.

Článok vznikol v rámci riešenia projektu KEGA č. 013UKF-4/2014: *Tvorba a implementácia inovačných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov*.



## НОМЕНЫ В УСТНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

### NOMENS IN ORAL BUSINESS COMMUNICATION

Юлия Викторовна Агеева

Высшая школа русского языка и межкультурной коммуникации КФУ

Автор описывает результаты исследования языковых особенностей коммуникации на собеседовании-интервью при приеме на работу. В качестве лексических маркеров речевых стратегий рекрутёра и соискателя активно выступают такие номенклатурные единицы, как официонимы и эргонимы, особое место среди которых занимают названия должностей и организаций. Использование большого количества номенов обусловлено межпрофессиональным характером рекрутингового дискурса.

*The author describes the study results of language features of communication during the job interview. Such nomenclature units as official names and ergonyms including job titles and titles of organizations are active lexical markers of speech strategies of recruiters and job seekers. The use of a large number of nomens is specified by inter-professional character of the recruitment discourse.*

**Ключевые слова:** собеседование, языковые маркеры, номены, официонимы, аббревиатура

**Key words:** job interview, language markers, nomens, official names, abbreviation

Речевое взаимодействие коммуникантов в ходе интервью при приеме на работу относится к интрапрофессиональной деловой коммуникации, оно обладает уникальными чертами не только на метаязыковом, но и на языковом уровне. Сотрудник рекрутингового (кадрового) агентства и соискатель – представитель других деловых сфер - обладают разными уровнями профессиональной и лингвистической компетенции, имеют разные фоновые знания и владеют разными возможностями декодирования. «Особая интенсиональность», характерная для собеседования, обуславливает двусторонность/зеркальность сверхзадач участников дискурса (подбор подходящего сотрудника – с одной стороны, и получение желаемой должности – с другой) и указывает на «отпечаток идеологии рыночной экономики» (Ратмайр, 2013, 338).

Далее будут описаны основные языковые маркеры исследуемого рекрутингового дискурса, под которыми понимаются средства различных языковых уровней, выполняющие «функцию индикаторов речевых тактик, поскольку делать выводы о глубинных когнитивных операциях возможно лишь на основе того, что было в действительности сказано, – то есть на основе специфических сигналов в поверхностных структурах текста» (Иссерс, 2012, 130). В фокусе наших интересов находится языковое оформление речевых действий с позиции их маркированности,

наличие «вариантов употребления языковых единиц, маркирующих различные стили речи» (Боева-Омелечко, 2004) в определенной институциональной ситуации общения, так как «стилистические параметры также выступают в качестве индикаторов коммуникативного намерения» и «воздействуют на те или иные установки слушающего» (Иссерс, 2012, 132-133). Материалом для исследования послужили стенограммы реальных собеседований, представленных в серии программ «Кадры решают» (КР) на онлайн телеканале «Успех» (Кадры решают [Электронный ресурс]. UspehTV: YouTube. URL: <http://www.youtube.com/playlist?list=PL8EE432C1F803541B>, свободный).

При анализе лексического наполнения речевых действий как рекрутёра, так и соискателя, «проявилось» большое количество кодифицированной лексики: термины, номены, канцеляризмы. Особый интерес вызывают лексемы, которые относят к онимам, определяемые такими объектами номинации, как должность и организация. Факт использования номенов является одним из важных характеризующих моментов деловой сферы. Такая особенность официально-делового стиля, как наличие номенклатурной лексики, отмечается всеми исследователями данного стиля, в том числе и в рамках стилистического описания лексико-семантической системы русского языка. Несмотря на то, что речь чаще всего идет о письменных текстах (документах и т.п.), в рекрутинге при устном взаимодействии лексика названий (онимы) представлена очень ярко и эксплицитно, что объясняется спецификой деловой среды, в рамках которой осуществляется коммуникация: поиск новой должности в какой-либо организации, с одной стороны, и поиск сотрудника на открытую вакансию в соответствующей организации - с другой.

Были отмечены ономастические единицы, называющие наименования предприятий, организаций, учреждений (официонимами). Выделяют также следующую разновидность – эргонимы – название «делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, заведения» (Евсюкова, Махницкая, 2009, 95).

Например, компания «Прогресс» (1 серия), страховая компания «Ренессанс», консалтинговая компания «Делоджис» (6 серия), компания «Инрайс» (13 серия), «Сити-банк», «Райффайзен банк» (14 серия), рекрутинговая компания «Head Hunter» (18 серия), компания «Прагматик Экспресс» (22 серия), группа компаний «Базовый элемент», холдинг «Проплес» (23 серия), торговая компания «Мастер Трейд», нефтяная компания «Лукойл», промышленная группа «Базовый элемент» (КР, 28 серия) и др.

Наиболее активно представлены официонимы, называющие различные должности. В отличие от эргонимов подобные номенклатурные единицы актуализируются в каждом из анализируемых собеседований. Номены,

называющие должности, актуализируются рекрутёром в следующих случаях:

- в начальной части интервью в соответствии с правилами делового этикета интервьюер представляется, называя не только имя и фамилию, но свою должность.

*P: – Добрый день / Александра! Меня зовут Марина Вишнякова / я управляющий партнер компании «PM TEAM» // Мы получили Ваше резюме на позицию руководителя направления обучения // (КР, серия 5);*

- далее, как правило, «озвучивается» должность, на которую открыта вакансия, обсуждаемая на собеседовании:

*P: – Здравствуйте / Ирина!*

*C: – Здравствуйте!*

*P: – Меня зовут Елена Логачева, я заместитель генерального директора консалтинговой компании ООО «Делоджис» / и сегодня я проведу с Вами интервью на вакансию **руководителя юридического отдела** одного холдинга фармацевтического нашего клиента // Для начала бы я хотела попросить Вас рассказать немного о себе // (КР, серия 18);*

- помимо того, что интервьюер информирует кандидата об открытой вакансии, в ходе беседы он показывает «знание предмета», расспрашивая о тех должностях, на которых раньше работал соискатель.

*P: – Тогда вот к последнему месту работы в «Югории» // Здесь вдруг неожиданно **«начальник отдела долгосрочного страхования»** / Да при том / что ничего не предвещало такого перехода // (КР, серия 6).*

Соискатель же чаще всего использует официонимы, рассказывая о своем прошлом опыте:

*P: – Могли бы вкратце рассказать о себе?*

*C: – Если кратко / то можно сказать так / ну / работал **слесарем** / работал **инженером** в группе электронного конструирования / потом работал **системным администратором** небольшой рекламной компании в Москве / **дизайнером** / **верстальщиком** // (КР, серия 9).*

*P: – Сегодня на нашей встрече мы будем обсуждать одну из позиций / открытой в компании нашего клиента // Я предлагаю таким образом устроить нашу беседу / Вы изначально расскажите о себе / а потом в формате диалога мы более формально продолжим обсуждение этой вакансии //*

*C: – О себе? Хорошо // На данный момент я работаю в компании / как раз занимаю пост **пиар-директора** // Компания / скажем так /*

*занимается интернет-проектами // Это является частью большого холдинга // (КР, серия 26).*

В современном бизнес-обществе должностные номинации играют важную роль, выступая в качестве индикатора степени успешности сотрудника и показателя карьерного роста. «Специалисты по подбору кадров и менеджеры по персоналу говорят, что … необходимо, чтобы в названии было слово *директор, руководитель, начальник*». Для привлечения внимания потенциального работника иногда достаточно того, чтобы «название было благозвучным и желательно "солидным", то есть не завхоз, а начальник АХО, не торговый представитель или коммивояжер, а менеджер по продажам, не секретарь, а офис-менеджер или администратор» (Петрова), вследствие чего рекрутёр, проводящий собеседование, не только называет должность, но часто эксплицитно и имплицитно подчеркивает её соответствующий уровень или уровень компании, в которой открыта вакансия.

*P: – Меня зовут Владимир Якуба / я старший партнер компании «Tom Hunt» // Сегодня у нас с Вами состоится интервью на одну из позиций компании нашего клиента // Мы будем с Вами говорить о позиции / ее название / заместитель председателя правления холдинга // Речь идет о многопрофильном холдинге / который состоит из более чем 10 подразделений / штаб холдинга на сегодняшний день это более 15 тысяч человек / и / как Вы понимаете / одна из ключевых позиций данной компании // (КР, 23 серия).*

*P: – Здравствуйте / Марина! Меня зовут Анна / я представитель компании «TOP-Person» / хотела предложить вакансию «специалист отдела оценки развития персонала» // Компания / крупная мебельная фабрика с собственной розницей // Так же в этой должности есть перспективы развития дальнейшего / планируется набрать собственный отдел // (КР, 8 серия).*

В ходе большинства собеседований активно используется такой тип официонимов, как аббревиатуры, которые употребляются обоими коммуникантами без расшифровки, что устной речи не свойственно. Вербализация аббревиатур в интервью по найму говорит об их востребованности в деловой сфере не только в письменном, но и в устном дискурсе.

Например, русские аббревиатуры: *ВУЗ - высшее учебное заведение, ДК ЗИЛ - Дворец культуры Завода имени Ленина (6 серия), РГУ – российский государственный университет (13 серия), СНГ - содружество независимых государств (15 серия), МИИД - Московский государственный университет путей сообщения (17, 19 серия), РЖД - российское железные дороги (18 серия), МГУ - Московский государственный университет (3, 13, 19, 25 серия), ГТРК -*

государственная телерадиокомпания, СМИ - средства массовой информации, ДК - Дворец культуры (21 серия), ТОАП - группа компаний «Топливное Обеспечение Аэропортов» (23 серия), РУДН - Российский университет дружбы народов (27 серия); иностранные: FMCG - *Fast Moving Consumer Goods*(4 серия), PM TEAM (5 серия), VIP - *Very Important Person* (6, 10 серия), MBA - *Master of Business Administration*, CV - *Curriculum vitae* (11 серия), IT - *Information Technology* (22 серия), MBA (2), BMW - *Bayerische Motoren Werke* (27 серия) и др.

К аббревиатурам обращается как активный коммуникант (рекрутёр), так и пассивный – кандидат на рассматриваемую вакансию.

*C: – Полных мне 31 год // Родилась я в республике Казахстан / город Джамбул // <...> Начинала с простого рядового маркетолога и закончила / ну / поднялась до уровня руководителя отдела маркетинга / с 2005 по 2009 училась в МГУ леса по специальности «экономист - менеджер управления экономикой управления на предприятиях лесной промышленности» // (КР, серия 3, часть 1)*

*P: – У вас есть MBA?*

*C: – Угу / конечно //*

*P: – Вы получили его в прошлом году?*

*C: – Да //*

*P: – Зачем Вы пошли учиться в MBA? (КР, серия 11)*

Таким образом, большой пласт номенклатурных образований, представленный в основном официонимами и эргонимами, еще раз доказывает, что «номены – это самая регулируемая часть специальной лексики, подверженная изменениям и потому идущая в ногу со временем» (Никулина, 2013, 112), ведь основу современного делового сообщества составляют различные предприятия, учреждения и организации, в которых работают специалисты, занимающие те или иные должности. Можно сделать вывод, что вышеперечисленные номенклатурные лексические единицы являются языковыми маркерами, сигнализирующими о межпрофессиональном характере рекрутингового дискурса. В процессе подготовки к собеседованию оба коммуниканта, принадлежащие к разным корпоративным культурам, должны показать знание специфики той профессиональной сферы (на экстралингвистическом и языковом уровне), к которой относится рассматриваемая вакансия.

**Литература**

- БОЕВА-ОМЕЛЕЧКО, Н.Б. 2004. Краткий толковый словарь социолингвистических терминов. М: Готика. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psyoffice.ru/slovar-s214.htm> (дата обращения: 28.03.2016).
- ЕВСЮКОВА, Т.В. – МАХНИЦКАЯ, Е.Ю. 2009. Терминологическая лексика и номенклатурные единицы в экономическом дискурсе. Известия ЮФУ. Филологические науки. 2009, № 2, С. 91-99. ISSN 1992-6464.
- ИССЕРС, О.С. 2012. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 6-е, доп. М: Изд-во ЛКИ. ISBN 978-5-382-01331-2.
- НИКУЛИНА, Н.В. 2013. Номен как составляющая профессиональной коммуникации (на материале транспортной терминосистемы). Вестник ЧелГУ. 2013, № 31 (322), С.111-113. ISSN 1994-2796.
- ПЕТРОВА, Н. 2016. Название должности. Что оно значит для сотрудника и для того, кто его нанимает? [Электронный ресурс]. URL: <http://kazanpartner.ru/job/articles/4.htm> (дата обращения: 12.04.2016).
- РАТМАЙР, РЕНАТА. 2013. Русская речь и рынок. Традиции и инновации в деловом и повседневном общении. М: Языки славянской культуры. ISBN 978-5-9551-0656-4.

## НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ: ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ «ТИПОЛОГИЯ РЕЛИГИОЗНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ»

## SOME FEATURES OF BELARUS RELIGIOUS POPULATION: BASED ON RESEARCH MATERIALS 'TYPOLOGY OF RELIGIOSITY IN MODERN BELARUS'

С.Г. Карасёва – Е.В. Шкурова – С.И. Шатравский

Кафедры философии культуры, социологии и религиоведения БГУ

В рамках республиканского исследования «Типология религиозности в современной Беларуси» (2012–2015 гг.), выявлявшего степени вовлеченности поликонфессионального населения страны в религию, были получены данные, имеющие самостоятельное значение по отношению к целому массиву, на основе которого разрабатывается типология. Эти данные отражают демографические особенности, причины обращения и ценностные установки религиозного населения. Согласно данным, религиозные (в той или иной степени) белорусы представляют собой демографически разнообразную группу, с преобладанием женщин, со стабильным семейным положением, с высоким уровнем образованности и квалифицированной занятости, имеющую в качестве основных (но не исключительных) мотивов обращения к религии влияние социального окружения и поиск личного смысла, а также ориентированную в основном на традиционные социальные и нравственные ценности.

*Within the national research entitled 'The Typology of Religiousness in the Contemporary Belarus' (2012-2015), which studied the degrees of how the multi-confessional population of the state is involved in religion, were obtained data of independent significance in relation to the whole, on which the typology is based. The data reflect demographic characteristics, the reasons for return to religion and values of the religious population. According to the data, religious Belarusians (in varying degrees) resemble a demographically diverse group, with predominance of women, with a stable family relationships, a high level of education and qualified employment, whose main (but not exclusive) motives to apply to religion are the influence of their social environment and the search for personal sense, as well as, orientation on traditional social and moral values.*

**Ключевые слова:** религиозное население, религиозность, характеристики религиозности, демографические характеристики, мотивы обращения

**Key words:** religious population, religiosity, features of religiosity, demographic characteristics, motives of conversion

Активное религиозное возрождение к. 1980-х—1990-х гг. в Беларуси (как и в других постсоветских странах) содействовало восстановлению религиозной сферы страны, в частности, таких ее факторов, как численность религиозного населения, глубина его религиозной вовлеченности,

многообразие конфессий, количество религиозных общин, т.д. Динамика этих факторов стабилизировалась к настоящему времени, что знаменует фазу их глубинных трансформаций и требует изучения.

Источниками сведений о религиозной сфере являются *официальная статистика* (данные аппарата Уполномоченного по делам религий и национальностей Республики Беларусь о динамике и количестве религиозных организаций в стране начиная с 1991 г. и по состоянию на 01.01.2015 г.) и общереспубликанские *социологические исследования* – прежде всего, масштабные исследования *ценностей* (в структуру которых иногда включаются вопросы религиозной тематики), а также республиканские исследования собственно *религиозности*. В обоих случаях имеются в виду опросы, проводившиеся именно с 1990-х гг., когда религиозная ситуация в стране начала радикально и стремительно меняться:

- отдельные аспекты религиозности населения исследовались в рамках масштабных (международных) программ по изучению *ценностей*, проводившихся (и проводящихся) в том числе и в Беларуси в 1997, 2000, 2004, 2008, 2011—2015 гг. (Новикова, 1998; Новикова, 2001; Пирожник, 2006; Морозова, 2009; Новикова, 2011; Морозова, 2013; Отношение ..., 2011; Жители, 2001; Отношение..., 2012; Отношение ..., 2013; Отношение..., 2014).

- непосредственное изучение *религиозности* белорусов осуществлялось в рамках программ 1994, 1998/9 и 2006/7 гг. (Дунаева, 1995; Новикова, 1999; Новикова, 2007; Новикова, 2008), но на сегодняшний день их данные требуют обновления.

Обобщение результатов этих исследований демонстрирует тенденцию стабилизации религиозной сферы Беларуси начиная с середины 2000-х гг. Динамика численности *зарегистрированных* в Республике Беларусь *религиозных общин* с 1991 г. по настоящее время выглядит следующим образом (таблица 1).

**Таблица 1**

5. Греко-католическая церковь		11	13	14	14	14	15	15	15	15	15
6. Реформатская церковь		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7. Лютеранская церковь		5	27	27	27	27	27	27	27	27	27
8. Евангельские христиане баптисты	108	192	267	268	269	272	275	286	287	287	288
9. Иоганнская церковь		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10. Новоапостольская церковь		17	21	21	21	21	21	21	21	21	21
11. Пресвитерианская церковь			1	1	1	1	1	1	1	1	1
12. Христиане веры евангельской	119	311	493	494	500	501	505	512	517	520	522
13. Христиане полного Евангелия		21	54	54	54	55	55	55	59	59	59
14. Христиане веры apostольской		8	9	9	9	9	9	10	10	10	10
15. Церковь Христова		6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16. Мессианские общины		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17. Адвентисты седьмого дня	12	34	74	73	72	72	72	73	73	73	73
18. Свидетели Иеговы		11	26	26	26	26	27	27	27	27	27
19. Мормоны		3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20. Иудейская религия	3	10	29	29	29	30	35	36	42	38	38
21. Прогрессивный иудаизм		5	17	17	17	16	17	17	10	14	14
22. Мусульманская религия	2	20	24	24	25	25	25	25	25	25	25
23. Бахай		3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24. Кришнанты		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
25. Армянская апостольская церковь			1	1	1	1	1	1	2	2	2
<b>Всего:</b>	<b>1092</b>	<b>2009</b>	<b>2953</b>	<b>3003</b>	<b>3062</b>	<b>3106</b>	<b>3162</b>	<b>3210</b>	<b>3251</b>	<b>3280</b>	<b>3314</b>

Что касается **численности считающих себя религиозными и/или принадлежащими к** тем или иным **конфессиям**, то белорусы определяют себя так: к религиозным устойчиво относят себя (в среднем за указанный временной период, 2000—2010-е гг.) от 60 до 70% населения, из них к православным причисляют себя около 86%, к католикам — около 12%, в оставшийся объем (порядка 2%) попадают относящие себя к целому спектру действующих в Беларуси конфессий, в том числе к традиционным для нее старообрядчеству, греко-католицизму, лютеранству, исламу и иудаизму, а также к довольно заметным (по количеству зарегистрированных общин) направлениям евангеликалистского протестантизма, или ревивализма (это, напр., евангельские христиане баптисты, христиане веры евангельской, христиане полного Евангелия, др.) и, возможно, к небольшим по численности новым для Беларуси религиям (обобщаемым при обработке данных в графе «другие» в связи с единичными упоминаниями) (Шпак, 2008; Новикова, 2001; Пирожник, 2007; Озем, 2008; Котляров, 2013).

Эти показатели отражают масштабные количественные тенденции религиозной и конфессиональной самоидентификации населения, однако не раскрывают ее содержательных сторон. Что именно означает для современных белорусов (постсоветских, постдемократических, светских) быть религиозными и принадлежать к той или иной конфессии? Является ли для них религиозность и принадлежность к конфессии принципиальной и последовательной жизненной позицией (неизбежно влияющей и на со-стояние общества) или же чисто формальным (не имеющим фактических последствий) обозначением их социально-культурной принадлежности? Эти и другие вопросы требуют изучения именно потому, что стабильный уровень религиозности и устойчивость ее конфессионального распределения указывают на значимость религиозного фактора в стране и, как следствие, на неизбежность его общественного влияния. Пока механизмы этого влияния невидимы, его последствия остаются непредсказуемыми. Для понимания этих механизмов и учета их последствий требуется их изучение.

Одним из важнейших показателей влияния религии на общество является *религиозность* (вовлеченность людей в религию). Для ее изучения в Беларуси в 2011 г. было разработано и в 2012—2015 гг. проведено масштабное исследование *религиозного населения* страны. Авторами и организаторами исследования стали члены инициативной научной группы, действующей в рамках Центра религиоведческих исследований факультета философии и социальных наук БГУ.

Целью исследования было выявление основных типов религиозности белорусов независимо от их конфессиональной принадлежности. Распределение выявленных типов в религиозной среде позволит увидеть, чем является религия для белорусов сегодня — полноценным образом жизни или просто социально-культурным кодом. Полученные данные могут служить росту самосознания общества и использоваться в регулировании его конфессиональной сферы.

Для проведения исследования была разработана комплексная модель на основе качественно-количественной методологии, многомерной концепции религиозности, дифференциированного определения параметров каждого ее измерения. Модель создавалась для изучения поликонфессиональной среды.

Количество участников опроса (выборочная совокупность) было рассчитано с учетом сведений о численности *религиозного* населения Беларуси, полученных в рамках предшествующих исследований, пропорционально количеству зарегистрированных организаций каждой конфессии в каждой из областей страны.

Сбор информации (с применением метода анкетного опроса) проводился *через религиозные организации*, т.к. именно в них сконцентрировано *религиозное население* страны. Чтобы охватить носителей разных типов религиозности, опрос назначался на дни праздничных и крупных священнослужений или культурных мероприятий религиозных общин, когда собирается большое количество не только активных последователей, но и редких, а также случайных (в том числе и нерелигиозных) посетителей. Отбор респондентов проводился с учетом данных о численности последователей традиционных доминирующих и недоминирующих, а также нетрадиционных конфессий.

В результате исследования опрошено 2723 респондента во всех областях Республики Беларусь соответственно численности зарегистрированных религиозных организаций в каждой из областей. Из них 2013 респондентов, относящих себя к традиционным доминирующими конфессиям (ошибка выборки = 0,02, доверительная вероятность = 95 %) и 710 – представителей других конфессий (ошибка выборки = 0,04, доверительная вероятность = 95 %). Опрошенные являются последователями 19-ти конфессий, в т.ч. 17-ти зарегистрированных и 2-х не зарегистрированных (таблица 2).

**Таблица 2  
Зарегистрированные и незарегистрированные конфессии, а также другие религиозные и нерелигиозные сообщества, движения, респонденты, принявшие участие в опросе:**

№ п/п	Религии, конфессии, религиозные сообщества/движения (зарегистрированные и незарегистрированные), а также религиозные позиции, на принадлежность к которым указали респонденты	Количество зарегистрированных общин:		Количество опрошенных:	
		число общин	%	человек	%
Зарегистрированные религиозные организации, которые приняли участие в опросе					
1.	Православная церковь	1615	49,2	1287	47,3
2.	Римско-католическая церковь	488	14,9	726	26,7
3.	Лutherанская церковь	27	0,8	28	1,0
4.	Ортодоксальный иудаизм	38	1,2	37	1,4
5.	Прогрессивный иудаизм	14	0,4	109	4,0
6.	Ислам	25	0,8	120	4,4
7.	Старообрядческая церковь	33	1	20	0,7
8.	Греко-католическая церковь	15	0,5	20	0,7
9.	Церкви евангельских христиан баптистов	287	8,8	19	0,7
10.	Церковь христиан веры евангельской	520	15,9	104	3,8
11.	Церковь христиан адвентистов седьмого дня	73	2,2	53	1,9
12.	Церковь христиан полного Евангелия	59	1,8	5	0,2
13.	Церкви Иисуса Христа святых последних	4	0,1	14	0,5

	дней				
14.	Свидетели Иеговы	27	0,8	50	1,8
15.	Новоапостольская церковь	21	0,6	1	0,0
16.	Церковь Христова	5	0,2	1	0,0
17.	Вера Бахай	5	0,2	9	0,3
18.	Международное общество сознания Кришны	6	0,2	48	1,8
<b>Зарегистрированные религиозные организации, которые не были задействованы или не приняли участия в опросе:</b>					
19.	Католики латинского обряда	1	0,03		
20.	Армянская апостольская церковь	2	0,06		
21.	Христиане веры апостольской	10	0,3		
22.	Реформаторская церковь	1	0,03		
23.	Иоганнская церковь	1	0,03		
24.	Пресвитерианская церковь	1	0,03		
25.	Мессианские общины	2	0,03		
<b>Незарегистрированные религиозные сообщества / движения, принявшие уча- стие в опросе:</b>					
26.	Буддизм алмазного пути линии Карма-кагью			25	0,9
27.	Современное язычество			15	0,6
<b>Другие позиции относительно религиозной самоидентификации:</b>					
28.	Неконфессиональное христианство			2	0,1
29.	Атеисты, не религиозные			5	0,2
30.	Затрудняюсь ответить			17	0,6
31.	Другие (неклассифицируемые) варианты ответов			8	0,3
<b>Всего</b>		<b>3280</b>		<b>2723</b>	<b>100,0</b>

В качестве значимых задач исследования выступало изучение факторов, характеризующих религиозность внешним образом, т.е. не входящих в ее содержание, но связанных с ней как причины и следствия, а также социально-демографических характеристик религиозного населения Беларуси. К факторам, характеризующим религиозность с точки зрения причин и следствий относятся соответственно: обстоятельства обращения к религии и влияние религиозности на ценностные приоритеты ее носителей. Численные значения именно этих характеристик представлены в статье, а также результаты изучения демографических особенностей религиозной части населения страны.

### Демографические характеристики религиозного населения Беларуси

В ходе исследования были опрошены представители *религиозного* населения всех областей Беларуси. Преобладание среди них минчан объясняется более высокой концентрацией зарегистрированных религиозных организаций в крупных городах, в частности, в областных центрах и в столице страны (таблица 3).

Таблица 3

**Распределение респондентов по областям**

<b>Населенный пункт</b>	<b>Кол-во</b>	<b>%</b>
г. Минск	1001	37,6
Брестская область	525	19,7
Витебская область	310	11,6
Гомельская область	88	3,3
Гродненская область	349	13,1
Минская область	173	6,5
Могилевская область	219	8,2
<b>Всего</b>	<b>2665</b>	<b>100,0</b>

Этой же причиной объясняются и особенности распределения респондентов по населенным пунктам разного типа (таблица 4).

Таблица 4

**Распределение респондентов по типам населенных пунктов.**

<b>Тип населенного пункта</b>	<b>Кол-во</b>	<b>%</b>
г. Минск	1032	38,6
Областной центр (город областного подчинения)	644	24,1
Районный центр (город районного подчинения)	652	24,4
Поселок городского типа	84	3,1
Сельский населённый пункт	263	9,8
<b>Всего</b>	<b>2675</b>	<b>100,0</b>

Более высокие показатели концентрации респондентов в областных центрах и столице соответствуют данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, характеризующим особенности распределения населения по областям и плотность населения в столице, рис. 1).



Рис. 1 Распределение населения Республики Беларусь по областям

Среди религиозного населения страны преобладают женщины – 70,8 % опрошенных, тогда как мужчин – 29,2 % (таблица 5). Более высокую численность последователей женского пола в структуре религиозного населения демонстрируют и результаты предшествующих исследований

(Новикова, 2001, 131; Морозова, 2009, 145). Таким образом, преобладание женщин в религиозной среде Беларуси пока остается устойчивой характеристикой.

Таблица 5

**Распределение респондентов по полу**

Пол	Кол-во	%
Мужской	790	29,20
Женский	1919	70,80
<b>Всего</b>	<b>2709</b>	<b>100,00</b>

Религиозное население достаточно равномерно распределено по возрастам (таблица 6). В структуре опрошенных примерно равное количество представителей всех возрастных групп.

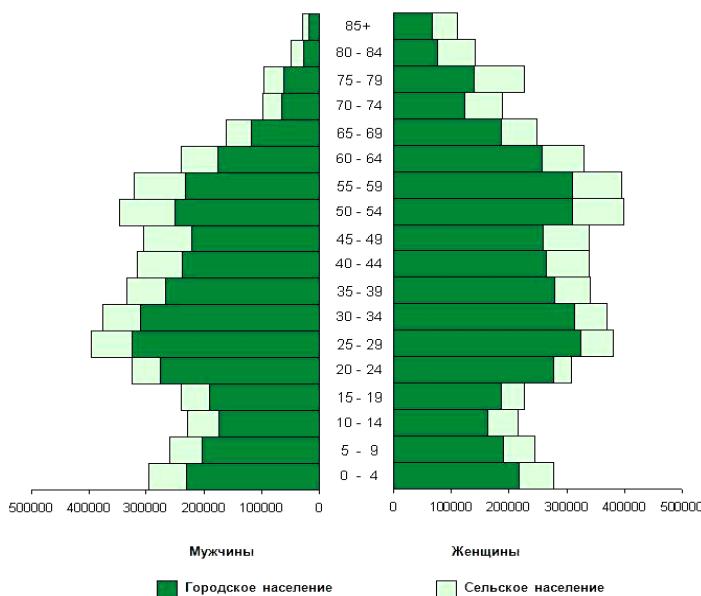
Таблица 6

**Распределение респондентов по возрасту**

Возраст	Кол-во	%
До 20	236	9,0
20-29	475	18,1
30-39	389	14,8
40-49	431	16,4
50-59	411	15,7
60-69	416	15,8
70 и старше	267	10,2
<b>Всего</b>	<b>2625</b>	<b>100,0</b>

При этом в сравнении с половозрастной пирамидой всего населения Беларуси (рис. 2) видно, что религиозное население старше, чем все население в целом: возрастные диапазоны от 40 лет и выше в религиозной среде представлены большими долями.

Особенности распределения религиозного населения по семейному положению (таблица 7) соответствуют возрастным долям: 28,1 % респондентов никогда не состояли в браке, что характерно для 27,1 % респондентов в возрасте до 30 лет.



*Рис. 2. Половозрастная пирамида населения Республики Беларусь, по данным на 01.01.2015 г.*

Процент разводов среди религиозного населения низок – 9,4 %. Для населения Беларуси в целом доля разводов по отношению к бракам в последние годы составляет порядка 30 %. Это свидетельствует о значимости семьи для религиозного населения и стабилизирующем влиянии религиозного фактора на семейные отношения.

**Таблица 7**

<b>Распределение респондентов в зависимости от семейного положения</b>		
<b>Семейное положение</b>	<b>Кол-во</b>	<b>%</b>
Женат / замужем	1360	50,3
Никогда не состоял / не состояла в браке	761	28,1
Разведен / разведена	254	9,4
Вдовец / вдова	329	12,2
<b>Всего</b>	<b>2704</b>	<b>100,0</b>

Несмотря на то, что рождаемость и даже многодетность во многих религиях (в том числе мировых, доминирующих на территории Беларуси) поощряется, наличие детей в семьях белорусов, следующих или

сочувствующих разным религиям, не отличается по пропорциям от ситуации в Республике Беларусь в целом<sup>1</sup> (таблица 8).

Возможно, это объясняется следующими причинами:

- значительным количеством респондентов в возрасте до 40 лет (41,9 %);
- умеренным материальным положением (см. таблицу 12).

Тем не менее, в религиозной среде социальный стандарт рождаемости выдержан. Это позволяет судить о стабилизирующем влиянии религиозности на семейный уклад белорусов.

**Таблица 8**

**Распределение респондентов в зависимости от наличия детей**

Наличие детей	Кол-во	%
Нет	923	34,1
Один ребенок	589	21,8
Двое детей	897	33,1
Трое и более детей	298	11,0
<b>Всего</b>	<b>2707</b>	<b>100,0</b>

Среди религиозного населения фиксируется достаточно высокий уровень образованности: 1,6 % респондентов имеют ученую степень, 42,8 % – высшее образование, 32,3 % – среднее специальное, в сумме – 76,7 % (таблица 9). Этот показатель говорит в пользу осмысленного самоопределения среди большинства религиозного населения Беларуси.

**Таблица 9**

**Распределение респондентов в зависимости от уровня образования**

Уровень образования	Кол-во	%
Имею ученую степень	44	1,6
Высшее	1157	42,8
Среднее специальное	874	32,3
Общее среднее	513	19,0
Базовое	86	3,2
Начальное / первые классы школы	30	1,1
<b>Всего</b>	<b>2704</b>	<b>100,0</b>

Показатели занятости религиозного населения отражают достаточно высокий уровень его квалификации (таблица 10). Структура нетрудоустроенных респондентов обусловлена их социальным статусом: 29,9 % – пенсионеры, 2,1 % – в отпуске по уходу за ребенком, 2,3 % – домохозяйки. Лишь 1 % составляют безработные.

<sup>1</sup> Большинство белорусов имеют 1 ребенка, а мечтают о 2-3 // Iterfax.by. Информационное агентство. – Режим доступа: <http://www.interfax.by/article/90850>. – Дата доступа: 15.12.2015.

Таблица 10

**Распределение респондентов в зависимости от занятости**

Род занятий	Кол-во	%
Руководитель (директор) предприятия	48	1,8
Руководитель среднего звена (подразделения)	150	5,6
Бизнесмен, предприниматель, индивидуальный предприниматель	89	3,3
Специалист	416	15,4
Служащий	229	8,5
Государственный служащий	84	3,1
Военнослужащий, в том числе в органах внутренних дел	7	0,3
Квалифицированный рабочий	183	6,8
Неквалифицированный рабочий	39	1,4
Студент	423	15,7
Пенсионер	807	29,9
Безработный	33	1,2
Нахожусь в декретном отпуске / отпуске по уходу за ребенком	56	2,1
Занимаюсь домашним хозяйством	62	2,3
Вольнонаемный работник (фрилансер)	33	1,2
Инвалид	11	,4
Священнослужитель	28	1,0
<b>Всего</b>	<b>2698</b>	<b>100,0</b>

Около четверти респондентов имеют дополнительный источник дохода. Этую долю стоит рассматривать в связи с данными об оценке уровня жизни. Возможно, невысокий уровень жизни (в некоторых случаях, вероятно, в сочетании с многодетностью) стимулирует часть респондентов к поиску дополнительного заработка. Именно те, кто имеет дополнительный заработок, образуют доли респондентов, которые «живут вполне обеспечено» (9,5 %) и «выше среднего, но не богато» (11,6 %) в таблице 12. Большая часть религиозного населения живет на основной доход.

Таблица 11

**Распределение респондентов в зависимости от наличия / отсутствия дополнительных источников дохода**

«Имеете ли Вы дополнительный источник дохода?»	Кол-во	%
Да	628	23,6
Нет	2028	76,4
<b>Всего</b>	<b>2656</b>	<b>100,0</b>

Таблица 12

**Распределение респондентов в зависимости от оценки собственного уровня жизни**

«Как вы оцениваете материальное положение своей семьи в нынешнем году?»	Кол-во	%
Живу вполне обеспечено	255	9,5
Выше среднего, но не богато	310	11,6

Скорее средне	1414	52,8
Не бедно, но ниже среднего	589	22,0
Скорее бедно	108	4,0
<b>Всего</b>	<b>2676</b>	<b>100,0</b>

Итак, демографические характеристики отражают разпределение религиозного населения страны по всем ее регионам, по всем возрастным группам, с преимущественным преобладанием лиц женского пола. Для религиозного населения характерно стандартное семейное положение, высокий уровень образования, квалифицированная занятость, умеренный уровень дохода. Эти признаки характеризуют религиозное население как социально стабильную среду.

### Основные причины обращения белорусов к религии

При установлении причин обращения белорусов к религии было выявлено четыре группы мотивирующих факторов:

- 1) влияние социального окружения (семейного, культурного, профессионального, др.),
- 2) кризис внутреннего состояния (экзистенциальный кризис), или смысложизненные искания;
- 3) кризис внешних обстоятельств (внешние неблагоприятные или тягостные события);
- 4) необычные («чудесные») события.

Влияние социального окружения является основным мотивирующим фактором (68,1 % респондентов), причем наиболее существенное влияние на приобщение к религиозной вере оказывает семейное воспитание (таблица 13).

Таблица 13  
Респонденты, обратившиеся к религии под влиянием социального окружения

Что привело Вас к вере?	Частота ответов	Частота в % от числа респондентов
Семейное воспитание	1105	41,2
Особенная встреча с религиозным (верующим) человеком	240	9,0
Постоянное близкое общение с верующими (религиозными) людьми (с родственниками, друзьями, коллегами, т.д.)	480	17,9

Экзистенциальный кризис и смысложизненные искания составляют вторую по значимости группу мотивирующих причин религиозного выбора – 53,2% респондентов, что подтверждает вывод о достаточно осознанном его характере (таблица 14).

**Таблица 14**  
**Респонденты, обратившиеся к религии под влиянием экзистенциальных исканий**

Что привело Вас к вере?	Частота ответов	Частота в % от числа респондентов
Поиск смысла жизни	827	30,8
Поиск утраченного душевного равновесия	299	11,2
Регулярное чтение литературы (художественной, философской, религиозной)	227	8,5
Одиночество	73	2,7

В качестве третьего по значимости мотивирующего фактора белорусское религиозное население указывает наличие внешних неблагоприятных или тяжелых обстоятельств, связанных в первую очередь с болезнями или потерями близких, и в меньшей степени с материальными лишениями и угрозой собственной жизни (таблица 15).

**Таблица 15**  
**Респонденты, обратившиеся к религии под влиянием неблагоприятных обстоятельств**

Что привело Вас к вере?	Частота ответов	Частота в % от числа респондентов
Материальные лишения	29	1,1
Потеря социального положения	20	0,7
Ситуация угрозы жизни (например, в случае внезапной катастрофы)	29	1,1
Тяжёлая болезнь	97	3,6
Тяжёлая болезнь близкого человека	95	3,5
Наркомания, алкоголизм, другие зависимости	22	0,8
Наркомания, алкоголизм, другие зависимости близкого человека	22	0,8
Потеря близкого человека	104	3,9
Разрыв личных отношений (измена, предательство, т.п.)	52	1,9

13,8 % респондентов связали вопрос об обращении к религии с необычными («чудесными») событиями (таблица 16).

Таблица 16

**Респонденты, обратившиеся к религии под влиянием необычных  
(«чудесных») событий**

Что привело Вас к вере?	Частота ответов	Частота в % от числа респондентов
Знамения, знаки, откровения	70	2,6
Чудесное событие	63	2,3
Зов божественного, высших сил	214	8,0
Присутствие в религиозных местах и / или ситуациях	16	0,6
Важное благоприятное жизненное событие	9	0,3

2,9 % респондентов затруднились с ответом на данный вопрос.

Приведенное распределение ответов указывает на преобладание осмысленного религиозного самоопределения у респондентов. Эти данные коррелируют с таким же заключением относительно высокого уровня их образованности (таблица 9).

Высокая доля обратившихся к религии под влиянием семейного воспитания (41,2 %, таблица 13) говорит о внутренней устойчивости религиозной сферы, о перспективе ее воспроизведения уже за счет внутреннего ресурса – восстановленной (в случае православия, католицизма, ислама, иудаизма, т.п.) или формирующейся (например, в случае евангелического (ревайвалистского) протестантизма, гаудиа-вайшнавизма, т.п.) в Беларуси традиции.

Относительно низкая доля обратившихся к религии из потребности восполнить серьезные жизненные потери (17,4 %) говорит о том, что религия в Беларуси не является компенсаторным средством, своеобразной сферой «кризисной реабилитации», но, напротив, все больше становится результатом осмысленного поиска или выбора, а также полем становления и укрепления традиций.

**Отношение религиозного населения Беларуси к социально и нравственно недопустимым и неоднозначным явлениям**

Не менее 70 % всех респондентов отрицательно или крайне отрицательно относятся к социальным отклонениям, общественно порицаемым явлениям (таблица 17). Наибольшую неприязнь в оценках вызывает самоубийство, что в принципе соответствует догматическим основам всех конфессий. Однозначно негативные оценки получили правонарушения – убийство из мести и употребление легких наркотиков. Колебания в отрицательных оценках респонденты высказывают в отношении лжи ради

собственной выгоды и внебрачных связей. Все перечисленные социальные явления вызывают выраженно негативное отношение, что обусловлено, вероятно, приверженностью верующих традиционным религиозным и в то же время универсальным гуманистическим системам ценностей. Несколько более спокойны оценки в отношении употребления спиртного, лжи во благо других и убийства при самообороне. Около трети респондентов в той или иной степени допускают их возможность. Это обусловлено взаимодействием традиционно-культурных моделей поведения с секулярными идеями об абсолютной ценности человеческой жизни. При этом отношение к перспективе убийства при самообороне вызывает наибольшее количество колебаний.

Таблица 17

№	Считаете ли Вы допустимым следующее*	Частота, в %				
		Допустимо	Скорее допустимо	Скорее недопустимо	Недопустимо	Затрудняюсь ответить
1.	Самоубийство	0,4	0,2	2,8	<b>95,3</b>	1,2
2.	Убийство из мести	1,0	0,7	3,0	<b>93,4</b>	1,9
3.	Употребление легких наркотиков	0,5	1,3	4,0	<b>93,3</b>	0,9
4.	Ложь ради собственной выгоды	1,1	4,0	13,7	<b>76,4</b>	4,8
5.	Внебрачные связи	4,7	5,9	14,6	<b>70,3</b>	4,5
6.	Употребление спиртных напитков	<b>16,1</b>	<b>20,7</b>	<b>20,2</b>	<b>38,9</b>	4,1
7.	Ложь во благо других	8,6	<b>22,5</b>	<b>22,1</b>	<b>37,5</b>	9,3
8.	Убийство при самообороне	9,2	<b>18,3</b>	<b>22,1</b>	<b>28,1</b>	<b>22,3</b>

\* В порядке убывания отрицательного отношения («недопустимости»)

Отношение к нравственно неоднозначным явлениям (таблица 18), по всей видимости, определяется позицией конфессий. Так, опрошенные негативно относятся к отклонениям от норм традиционной семьи (разводы, аборты, сожительство), к узаконенным убийствам (смертная казнь, эвтаназия), к вмешательству в репродуктивную функцию (клонирование, ЭКО, суррогатное материнство), к легализации наркотиков и однополым бракам. Не менее 60 % респондентов в той или иной мере не одобряют указанные явления.

Крайне отрицательно белорусское религиозное население относится к нетрадиционным социальным явлениям – однополым бракам и легализации легких наркотиков. Технология клонирования также вызывает в основном негативное отношение. Примечательно, что резко осуждая внебрачные связи, респонденты более лояльны к сожительству. Это, возможно, связано с наличием скорее формальной, чем действенной готовности следовать предписаниям религии. Меньшее число негативных оценок получило искусственное оплодотворение. Около трети респондентов

в той или иной степени принимают данный феномен, что связано, скорее всего, с рассмотрением некоторыми религиями нравственной приемлемости подобных технологий.

**Таблица 18**

№ п/п	Как Вы относитесь к следующим социальным явлениям?	Положительно	Скорее положительно	Скорее отрицательно	Отрицательно	Безразлично
1.	Сожительство (свободный / гражданский брак)	4,8	8,6	<b>19,0</b>	<b>63,2</b>	4,4
2.	Развод	3,3	6,6	<b>28,7</b>	<b>59,0</b>	2,4
3.	АбORTы	0,9	2,9	<b>14,3</b>	<b>80,6</b>	1,4
4.	Узаконение (легализация) легких наркотиков	0,9	1,2	4,7	<b>92,1</b>	1,0
5.	Искусственное оплодотворение	<b>11,7</b>	<b>23,0</b>	<b>20,7</b>	<b>40,5</b>	4,1
6.	Вынашивание и рождение ребенка за плату для его генетических родителей (суррогатное материнство)	3,8	<b>10,9</b>	<b>20,0</b>	<b>60,7</b>	4,6
7.	Искусственное размножение генетически подобных живых организмов (клонирование)	2,0	4,1	<b>14,1</b>	<b>74,1</b>	5,7
8.	Однополые браки	0,8	0,7	4,5	<b>91,7</b>	2,3
9.	Убийство неизлечимо больного человека ради избавления от страданий, с его собственного или его родных согласия (эвтаназия)	3,6	9,0	<b>18,5</b>	<b>67,4</b>	1,5
10.	Смертная казнь	7,9	<b>11,7</b>	<b>22,2</b>	<b>56,9</b>	1,4

В целом социальные и нравственные оценки религиозного населения Беларуси соответствуют программным позициям конфессий. Некоторые противоречия в оценках указывают на формализм части респондентов в следовании религиозным предписаниям, а значит, на наличие разных степеней религиозности среди белорусов.

Предварительные результаты исследования позволяют сказать следующее. Для современного религиозного населения Беларуси характерно демографическое разнообразие, распределение по всем регионам страны в рамках всех возрастных групп. Религиозная среда белорусского общества является социально стабильной, характеризуется высокими показателями образованности и квалифицированной занятости. Религиозный выбор осуществляется белорусами преимущественно сознательно в рамках распространенных в обществе традиций. Религия для белорусов является ценностно мотивирующим фактором, способствует формированию осмысленной жизненной позиции и конструктивных нравственных и социальных установок.,

## Литература

- ДУНАЕВА, И. Н. и др. 1995. Основные закономерности в религиозном сознании населения РБ в современных условиях: Социологические исследования, учитывающие тенденции религиозного поведения населения и ценностные ориентации представителей различных христианских конфессий в период после Чернобыльской катастрофы. Минск: БГУ.
- КОТЛЯРОВ, И. В. 2013. Вера в человеческом измерении. Социологические модели верующих. Філософская думка. 2013, № 10, С. 90–95.
- МОРОЗОВА, С. А. 2009. Религия. In: Ценностный мир современного человека: Беларусь в проекте «Исследование европейских ценностей». Минск: БГУ, С. 137–146. ISBN 978-985-518-268-0.
- МОРОЗОВА, С. А. 2013. Религия. In: Ценностный мир современного человека: Беларусь и ее соседи в международных проектах по изучению ценностей. Минск: БГУ, С. 126–149. ISBN 978-985-518-874-3.
- НОВИКОВА, Л. Г. 1998. Основные характеристики динамики религиозности населения. Социологические исследования. 1998, № 9, С. 93–97. ISSN 0132-1625.
- НОВИКОВА, Л. Г. 1999. «Религиозный бум» в Беларуси: миф или реальность. Социология. 1999, № 2, С. 29–36.
- НОВИКОВА, Л. Г. и др. 2007. О специфике религиозного поведения верующих основных христианских конфессий в современной Беларуси. Социология. 2007, № 4, С. 140–150.
- НОВИКОВА, Л. Г. и др. 2008. Конфессиональные особенности массовой религиозной культуры в современной Беларуси. In: Беларусь и Россия: социальная сфера и социокультурная динамика. Сб. научн. трудов. Минск: ИАЦ.
- НОВИКОВА, Л. Г. 2001. Религиозность в Беларуси на рубеже веков: тенденции и особенности проявления (социологический аспект). Минск: БТН-информ. ISBN 985-6595-07-X.
- НОВИКОВА, Л. Г. и др. 2011. Динамика религиозности населения и межконфессиональных отношений в Беларуси: с рабочего стола социолога. In: Актуальные проблемы современного белорусского общества (2005–2010 гг.). Минск: БГУ, С. 75–77. ISBN 978-985-476-924-0.
- НОВИКОВА, Л. Г. 2001. Адаптация населения к условиям жизни в нестабильном социуме и религиозность. In: Социология, № 2, С. 29–36.
- ШПАК, Н. С. и др. 2008. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований. Минск: ИАЦ.
- ОЗЕМ, Г. З. 2008. Конфессиональное районирование Беларуси. In: Вестник БГУ, № 1, С. 90–95.
- ОТНОШЕНИЕ населения к религии и оценка межконфессиональных отношений. In: Республика Беларусь в зеркале социологии: сб. материалов социол. исслед. за 2012 год. Минск: Бизнесоффсет, С. 47–50. ISBN 978-985-6939-77-1.

ОТНОШЕНИЕ населения к религии и оценка межконфессиональных отношений. In: Республика Беларусь в зеркале социологии: Сборник материалов социологических исследований за 2011 год. Минск: Безнесофтсет, С. 44–46.

ОТНОШЕНИЕ населения к религии и оценка межконфессиональных отношений. In: Республика Беларусь в зеркале социологии: сб. материалов социологических исследований за 2013 год. Минск: ИАЦ, С. 84–87.

ОТНОШЕНИЕ населения к религии и оценка межконфессиональных отношений. In: Республика Беларусь в зеркале социологии. Сборник материалов социологических исследований за 2014 год. Минск: Безнесофтсет, С. 100–103.

ПИРОЖНИК, И. И. и др. 2006. Беларусь после «религиозного бума»: что изменилось? Социология. 2006, № 4, С. 46–55.

ПИРОЖНИК, И. И. и др. 2007. Социально-географические тенденции изменения конфессиональной структуры населения Беларуси. Вестник БГУ. 2007, № 1, С. 76–83.

ЖИТЕЛИ Беларуси и религия. Результаты исследований. 2001. In: Институт социологии НАНБ [online]. 2001. [cit. 2016-03-29]. Режим доступа: <http://socio.bas-net.by/AddS/artspravka.php?id=3>.

## RUSKÁ A SOVIETSKA TOPONYMIKA A ANTROPONYMIKA V ZLOMOVÝCH ROKOCH

### RUSSIAN AND SOVIET TOPOONYMY IN THE ERA OF UPHEAVAL

Lubomír Guzi

Inštitút rusistiky FF PU v Prešove

*В нашей статье обращаем внимание на всегда актуальный феномен топонимики и антропонимики в условиях переворотных лет, которые приносят их интенсивное изменение. Прошлое столетие принесло в русском обществе несколько крутых исторических изменений, которые вылились в абсолютно противоположную оценку новой действительности во всех областях существования общества. Новая реальность повлекла за собой также изменения в номинации публичных мест, улиц, городов, даже имён собственных и фамилий. В доступной форме пытаемся показать некоторые примеры и общественно-культурный фон, который служил основой таких изменений.*

*In this article we draw attention to particularly topical phenomenon of toponyms and anthroponyms in years of social and historic upheaval which bring their intense change with. The past century brought into the Russian society some enormous historical changes, which resulted in a completely opposite assessment of the new reality in all areas of existence of a society. The new reality also entailed a change in the category of public places, streets, towns, even proper names, surnames. In simple terms we try to show some examples and socio-cultural background, which served as the basis for such changes.*

**Kľúčové slová:** toponymá, antroponymá, premenúvanie, ruské dejiny, ruský jazyk

**Key words:** toponyms, antroponyms, renaming, Russian history, Russian language

Po októbrovom prevrate roku 1917, ktorý o desať rokov neskôr vstúpi do dejín ako VOSR, pokračuje a naberá nové formy všeobecné nadšenie revolučnou realitou, ktorú sa každý snaží pretaviť do reálneho činu po svojom. Jedným z fenoménov preveratových období býva aj zavrhnutie starých pomenovaní všeobecne známych reálií a ich nahradenie novými aktuálnymi často emoceň determinovanými surogátmami. V roku 1918 premenovali aj petrohradský Nevský prospekt. Samozrejme, zo starej petrowskej „veľkej peršpektivy“ (*Большая перспектива*), ako sa Nevský prospekt typickým dobovým jazykom nyzýval, sa nemohlo stať nič iné než „Prospekt 25. Októbra“ (*Проспект 25-го Октября*). Mestský folklór zareagoval okamžite prostredníctvom vtipu: V električke zaznie otázka: „Pán sprivedca! Musím súrne vystúpiť na Nevskom!“ – „Na Nevskom? To ste si mali vystúpiť už koncom sedemnásteho roku“. Rozgajdaní revolučný námorničkovia, previazaní guľometnými pásmi a ovenčený mauzermi z celého hrdla vyrevovali častušky typu: „*Вправде*

стало ожиданье: / Нему более царя. / Встречу милку на свиданье / На проспекте Октября.“ (Ozaj sme sa dočkali / cára parom zobral / s milou sme si rande dali / na námestí Októbra.) (Sindalovskij, 2009, 232). Aj keď sme našu stať začali opisom úsmevného *vox populi*, keď sa na tento jav pozrieme komplexne, z odstupom niekoľkých rokov od zániku samotného sovietskeho systému, môžeme dospieť k názoru, že v ruskej toponymii celého 20. storočia sa odzrkadluje samotná spoločnosť v stave neustálej sociálnej a ideovo-ideologickej krízy, pričom každá výraznejšia zmena alebo kritická situácia, ktorá sa v priebehu 20. storočia periodicky, s nie príliš veľkými intervalmi, opakovala a bola spojená so zmenou politického kurzu v krajinе (ako vo vnútornej, tak aj v zahraničnej politike) (Nikitin, 2001, 364). Po smrti autoritatívneho vodcu V. I. Lenina musel Ústredný výkonný výbor dokonca prijať dokument známy ako „O zamedzení premenovaní menom V. I. Ulianova (Lenina) miest, ulíc, objektov, inštitúcií bez rozhodnutia ÚVV Zväzu SSR“ (Nikitin, 2003, 504). Postupom času sa však takáto prax týkala nielen spomínanej „leninskéj nominácie“, ale miestami dosiahla neakceptovateľné rozmery aj pre samotnú sovietsku realitu. Ruská a sovietska spoločnosť si časom vypracovala určitý vzťah k meniacej sa toponymickej lexike, ktorý do istej miery trvá dodnes. Slovami S. A. Nikitina môžeme hovoriť o *koncepcii toponyma*, resp. toponymickej koncepcii. Jej formálnym a obsahovým aspektom sa už od prvej polovice 20-tych rokov minulého storočia venujú práce A. M. Seliščeva, V.P. Neroznaka, M. V. Gorbaneckého, E. M. Pospelova a v poslednom období hlavne state spomínaného S. A. Nikitina. Ak by sme mali uviesť presné obdobie, kedy sa začalo s premenúvaním „starých“ geografických jednotiek museli by sme sa obmedziť len približným obdobím niekedy okolo polovice 20-tych rokov. Sovietska moc sa upevnila práve k tomuto obdobiu a rovnako aj pomenovanie po významných osobnostiach principiálne nového štátu bolo zaužívané až po ich smrti. Až neskôr sa začala prax toponymickej nominácie už za života daného spoločensko-politickejho činiteľa. Rovnako aj fixovanie daných politických motivovaných topónym nie je jednoznačné, napríklad Encyklopédický slovník z roku 1954 nedefinuje pri hesle „Гатчина“ (*Gatčina*) novotvary „Троцк“ (*Tročk*) a „Красногвардейск“ (*Krasnogvardejsk*). Pri prvom z nich je dôvod viac menej jasný, ide o jedného z prvých významných „врагов народа“ (*vragov naroda* - nepriateľov štátu), v prípade „Красногвардеjska“ (1929 – 1944) sa to však rozhodne tvrdiť nedá, politické hľadisko tam určite svoju negatívnu rolu nezohralo. Toponymum „Троцк“, nevedno prečo nie „Trockij“, sa však spomína ešte aj v Encyklopédickom slovníku Ruského bibliografického inštitútu „Granat“, ktorý bol pomerne známy a autoritatívny pred októbrom 1917 a postupne sa etabloval na vydavateľstvo „Советская энциклопедия“ (*Sovetskaja enciklopedija*), ktoré produkovalo prakticky všetky významné sovietske encyklopédické vydania. *Tročk*, bol teda v slovníku „Granat“ označený ako staré pomenovanie známej usadlosti *Гатчина* (do r. 1923), od roku 1929 premenovaný na *Красногвардейск* – mestské a regionálne centrum Leningradské-

ho okruhu, Leningradskej oblasti. Rovnako sa spomína aj bývalý „*Троцкий уезд*“ (*Troickij ujezd*), ktorý vznikol v roku 1923 spojením petergofského a carskoseľského újezdu a pretrval do vytvorenia Leningradskej oblasti (1928), kedy bolo jeho územie začlenené do leningradského okruhu (EsRbiG, 1929, T. 41, 328). Avšak prvé premenovania sú spojené s dekréтом „*О порядке изменения границ губернских, уездных и прочих*“ (*O postupoch pri zmenách hraníc gubernských, újazdných a iných*) z 27. januára roku 1918. Od roku 1918 do prvej polovice roku 1918 bolo oficiálne zmenených asi sedem názvov. Až do roku 1922 však dochádzalo k nesankcionovaným, živelným zmenám názvov jednotlivých obcí rôznej úrovne a významu. Túto „miestnu anarchiu“ sa podarilo obmedziť v júli 1919 a postupne si Ľudový komisariát vnútra (NKVD) vyžadoval potvrdenia a rozhodnutia o povolení a právnom zdôvodnení zmeny názvu. Dvadsiateho druhého júna 1920 bola napríklad zamietnutá žiadosť o premenovanie „*Рогачевской волости*“ (*Rogačevskaja volost*) na „*Volost' 25. Októbra*“. Dôvod zamietnutia bol však viac než pragmatický: „vyhovenie žiadosti by malo za následok určité finančné náklady a mohlo by vytvoriť tăžkosti v poštovo-telegrafnom spojení“. Taký istý postup NKVD zvolil v prípade žiadosti premenovania dediny *Чувашево на Ленино* (*Čuvášovo na Lenino*). Ukazovalo sa, aký význam bude mať nové centrum a kam sa budú zbiehať i divergentne rozchádzať všetky cesty a šľachy starých i nových topónym. Formoval sa jasný koncept, definícia a štýl práce vyhraneného „centra“. Obežník Administratívnej komisie pri Ľudovom komisariáte vnútra z 26. septembra konštatoval, že „v období od začiatku Októbrovej revolúcie boli uskutočnené početné premenovania obcí, pričom ich pomenovania a presný počet na daný moment nie sú centru známe. Okrem iného boli v rokoch 1918 – 1919 svojvoľne premenované *Павловск* (*Pavlovsk*) na *Слуцк* (*Sluck*), *Лигово* (*Ligovo*) na *Урицк* (*Urick*), *Царское Село* (*Carskoje Selo*) na *Детское Село* (*Detskoje Selo*), *Слобода Мечетна* (*Sloboda Mečetna*) na *Пугачев* (*Pugačov*), *Поречье* (*Porečje*) na *Демидов* (*Demidov*) a pod.

Určitý zlom v nominácii a toponymickej koncepcii spoločnosti priniesol 30. december 1922, kedy bol vytvorený Sovietsky zväz. Jeho vznik mal za následok aj oficiálne premenovanie všetkých existujúcich územnosprávnych jednotiek a inštitúcií. Na vážnosť celého procesu poukazuje asi ročná diskusia a stanoviská rôznych *наркоматов* (*narkomatov* – Ľudových komisariátov). Jedni žiadali celoplošnú a kompletnú kampaň, druhí uprednostňovali čím lacnejší variant, iní zase boli pripravení obetovať ekonomické a geografické dôvody ideologickým. Tak ako mnogokrát, aj v tomto prípade v podmienkach sovietskeho socialistického štátu dostať prednosť tretí variant. Pravda, v tomto prípade šlo o štátny záujem v zmysle vytvorenia nového štátneho útvaru s osobitým spoločenským zriadením a zoskupením. Ruka v ruke však kráčal politicko-ideologickej záujem, je len pochopiteľné, že sporné pomenovania mali a mohli byť zmenené s duchom doby. Nás však zaujímajú práve tieto, politicky

motivované premenovania. Tých malo byť do roku 1930 okolo 130 (Nikitin, 2003, 509). Podľa toho istého autora je prvým premenovaním, ktoré sa vôbec uskutočnilo v súlade s novým sovietskym právnym poriadkom práve politicky nemotivované. Išlo o obyčajný prípad zmeny hanlivého, či znevažujúceho mena (pomenovania) – dedina Zaperdiažie (*Запердяжье*) požiadala na zmenu obce na Цветково (*Cvetkovo*) a miestnej riečky Zaperdiažka (*Запердяжка*) na Цветочная (*Cvetočnaja*), čomu bolo aj vyhovené (niekedy v auguste roku 1918). Prvá zmena kvôli politicky motivovaným konotáciám sa týkala zmeny názvu mesta, ktoré z pohľadu bolševického svetonázoru zosobňovalo najhoršie črty zvrhnutého cárskeho režimu – mesto Романо-Борисоглебск v Jaroslavskej gubernii bolo premenované na Тутаев. Hoci status premenovania nie je dodnes ozrejmený, želanie niekedy postačilo, aby sa stalo otcom myšlienky. Je zrejmé, že takéto politicky motivované premenovania boli spojené s fixovanou spoločensko-politickou realitou v predrevolučnom Rusku. Premenúvali sa hlavne obce odvodene od:

- statkárov, ktorým patrili (*Каплин-Гридин /Kaplin-Gridin/, Камково /Katkovo/, Кузнецово /Kuznecovo/* a pod.);
- od titulov a stavovských hodností (*Графское /Grafskoje – „Grófske“/, Дворянское /Dvorianskoje – „Šlachtické“/, Царицын /Caricyn – „Cársky“;* nižšie uvádzame aj odlišnú etymológiu/);
- odvodneniny od mien členov cárskej rodiny (*Новониколаевск /Novonikolajevsk/, Екатеринштадт /Jekaterinoštadt/, Екатеринослав /-slav/, Екатеринбург /-burg/*);
- názvy motivované cirkevnou terminológoiu (*Монастырка 2 /Monastyrka – rus. „monastyr“ - kláštor/, Монастырская, Воскресенск /Voskresensk – rus. „Voskresenije“ - Vskriesenie/*) i takzvané agionymá (*Сергиеев Посад /Sergijev Posad/ - Загорск, Михаил Архангел /Michail Archangel/, Святый Александровский /Sviatij Aleksandrovskij/, Спасск /Spassk, rus. „Spas“ – Kristus Spasitel/, Распятино /Raspiatino, rus. „Raspiatije“ – Ukrížovanie, z toho sa stal Дзержинск/*) (Neroznak, V. P. – Gorbanevskij, 1991, 36). (napr. *Святой Крест /Sviatoj Krest – rus. Svätý Kríž/* bol premenovaný na *Прикумск (Prikumsk)*, predtým bol na istý čas aj *Bud'onovskom* na počesť hrdinu občianskej vojny S. M. Bud'onneho, *Часовня /Časovňa - Kaplnka/* na *Парижская Коммуна /Parižskaja Komuna/*).

Aj keď na tomto mieste popisujeme sovietske obdobie a zmenu mien, názvov miest, ulíc a pod., nemôžeme obísť skutočnosť, že v tomto ohľade bola činnosť bolševikov len akýmsi pokračovaním a korigovaním aktivít, ktoré sa začali tzv. februárovou revolúciou. Práve tá začala s odstraňovaním monarchistických titulov, mien, pomenovaní. Bolo to akési prelúdium, ktoré neskôr prevalcovala „onomastická revolúcia bolševikov“ (Figes, 1999, 57), o ktorej v skutočnosti pojednáva táto časť.

Ked' za začiatok revolučných nepokojoov považujeme povestný 23. február 1917, už 3. marca mestské zastupiteľstvo (*городская дума, gorodskaja duma*) mesta Jekaterinoslav vydáva nariadenie, že miestne centrálne námestie by sa malo premenovať po predsedovi Štátnej Dumy M. V. Rodziankovi. Rovnako aj na zasadnutiach mestských zastupiteľstiev sa prijímajú rozhodnutia a nariadenia, že všetky námestia ktoré nesú mená „Nikolaj“ a Alexander“, teda mená posledných cárov za posledné viac než jedno storočie (od r. 1801) majú byť premenované v súlade s menami, ktoré by sa asociovali s „veľkými dňami slobody“. Tak sa napríklad, „*Николаевская улица*“ (*Nikolajevskaja ulica*, teda Mikulášska, Mikulášová) premenovala na „*Улица 27-го Февраля*“ (*Ulica 27-go Fevralja*) či „*Дворцовый мост*“ (*Dvorcovyj*, teda Palácový most) na „*Мост свободы*“ (*Most svobody*) a pod. O mesiac neskôr úradu vydali nový aktualizovaný zoznam miest, ktoré by mali byť premenované v súlade so zmenami, ktoré by odrážali revolučné udalosti a ducha revolúcie. „*Михайловская улица*“ sa stala „*Улица Свободы*“ (*Michajlovskaja na Ulica Svobody*), „*Алексеевская улица*“ na „*Улица Возрождения*“ (*Aleksejevskaia na ulicu Vozroždenija*), „*Дворцовая набережная*“ sa stala „*Набережная Свободы*“ (*Dvorcovaja naberežnaja, t.j. Paláková nábrežná ulica na Nábrežná Slobody*), „*Дворцовая Площадь*“ – „*Площадь 27-го Февраля*“ (*Dvorcovaja Ploščad' na Ploščad' 27. Fevralja*). Aj keď bola revolúcia ešte mladá, a ako sme uviedli aj vyššie, premenovanie sa neobmedzovalo len na hlavné mesto. *Городская дума* (*Gorodskaja duma*) a verejný výbor v Kremenčugu rozhodol o premenovaní „*Екатерининской*“ ulice na „*Бульвар Революции*“ (*Buľvar Revolučii*). Hlavné ulice sa tak mali zbaviť asociácií so starým režimom a s novým menom nadobudnúť väžnosť, dôležitosť a úctu. V tom istom meste sa *Алексеевская улица* premenovala na „*Улицу Шевченка*“ (*Ulica Ševčenka*), ba dokonca „*Улица Столыпина*“ (*Ulica Stolypina*) stratila starý názov v prospech nového názvu po miestnom židovskom politikovi, ktorý tu bol zabitý černosotencami v roku 1907 – vznikla teda „*Улица Иоллоса*“ (*Ulica Iollosoa*). Aj hlavné ulice niektorých ďalších miest zaznamenali zmenu – aj v ruskej Kaluge či azerbajdžanskom Baku vznikli nové Námestia Slobody („*Площадь Свободы*“), dokonca aj „*Губернаторская резиденция*“ (*Gubernatorskaja rezidencija*) bola premenovaná na „*Дворец Свободы*“ (*Russkoje slovo, 20-e apryla 1917, Рабочая газета, 14-е марта 1917*). Trinástej apríla 1913 iniciovalo ministerstvo vnútra premenovanie mesta Alekseevsk na zakladajúce *Сурожевск* (*Surajevsk*), no úrady taktiež po premenovaní niekoľkých ulíc, aby sa mesto volalo „*Свободный Город*“ (*Svobodnyj gorod* – rus. „Slobodné mesto“). Vo všeobecnosti sa však častejšie dospievalo k rozumnejším konsenzom, ktoré sa zachovali do dnešných dní, napríklad v tom čase sa nový prístav na Murmane, premenoval a dodnes zostal Murmanskom. Premenúvali sa aj lode. Po vzbure na bojovej lodi „*Потемкин*“ (*Potemkin*) nastalo jeho premenovanie na „*Пантелеймон*“ (*Panteleimon*), „*Очаков*“ (*Očakov*) sa stal „*Кагул*“ (*Kagul*), „*Память Азова*“ (*Pamjat' Azova*) - „*Двина*“ (*Dvina*). Mohlo by sa zdať, že ide

o ďalší revolučný vzdor, v skutočnosti však išlo o vôle samotných námorníkov, ktorí si v apríli vyžiadali zmene – nechceli, aby bolo ich plavidlo pomenované po favoritovi Kataríny Veľkej, tak dostať meno „*Борец Свободы*“ (*Borec Svobody*). Socialistické nálady v premenovaní však každopádne nedominovali, týkalo sa to napríklad len zásobovacej lode „*Николай II*“ (*Nikolaj II.*), ktorá dostala názov „*Товарищ*“ (*Tovarišč*) (Figes, 1999, 58). Vo všeobecnosti pri premenovaní plavidiel boli vyjadrené všeobecne prítomné tendencie zrównoprávnenia: tak sa premenovali „*Царевич*“ (*Carevič*) na „*Гражданин*“ (*Graždanin*, rus. *Občan*), „*Павол I*“ (*Pavol I.*) – „*Республика*“ (*Respublika*), „*Александр II*“ – „*Заря Свободы*“ (*Zaria Svobody*), „*Царь Михаил Федорович*“ (*Car Michail Fiodorovič*) – „*Волынец*“ (*Volynec*) na počest' Volynského pluku, ktorý podporil Februárovú revolúciu, „*Александр III*“ (*Aleksandr III*) na „*Свобода*“ (*Svoboda*), „*Императрица Екатерина*“ (*Imperatrica Jekaterina*) – „*Свободная Россия*“ (*Svobodnaja Rossija*, rus. *Slobodné Rusko*), „*Николай II*“ (*Nikolaj II*) – „*Вече*“ (*Veče* – rus. *stredoveký poradný zbor panovníka*), „*Великий князь Николай Николаевич*“ (*Velikij knaz Nikolaj Nikolaevič* – Veľkoknieža Nikolaj Nikolaj) – „*Возрождение*“ (*Vozroždenije*, rus. „*Обродение*“) (Kalanov, 1987, 47). Už pod vplyvom tzv. Februárovej revolúcie prostí ľudia využívali eufóriu premenovaní a menili svoje priezviská, ktoré, ako v prípade dedín a obcí, boli pomerne hanlivé – „*Холуев*“, „*Дураков*“ (*Durakov*, rus. „*Hlupákovo*“), „*Нюхалов*“ (*Nüchalov*, rus. *ňuchat’*), „*Негодяев*“ (*Negoďajev*, rus. „*Darebákovo*“), prípadne nejako súviseli s nominatívnymi jednotkami, spojenými s monarchiou – „*Царев*“ (od „*царь*“), „*Жандармов*“ (od „*жандарм*“ /žandarm/ – evokovalo neobľúbený „*Жандармский корпус*“ – *Žandársky zbor*) a pod. Všeobecne neobľúbeným priezviskom sa stalo priezisko „*Romanov*“. Bol zaregistrovaný prípad, že „*поефруáровý обčan*“ Ivan Romanov (*Ivan Romanov*) adresoval okázaľú žiadosť Dočasnej vláde, v ktorej sa dožadoval zmeny priezviska na „*Республиканский*“ (*Respublikanskij*, rus. *Republikovij*) (Figes – Kolonitski, 1999, 59 – 60; Verner, 1994, 147). Samotné veľkoknieža Dmitrij Pavlovič si 26. apríla zapísal, že „*призвиско Romanov* je teraz v každom ohľade synonymom špiny, obscénnosti a neporiadku (Krasnyj archiv 1926, t. 1 (14), 229). Samotné premenúvanie a neraz absurdita s tým spojená sa dostávali do zorného poľa satirikov už okamžite po vzniku tohto fenoménu. Satirický časopis „*Трепач*“ (*Trepač*) vo svojom čísle 2, z roku 1917 na strane 10 hovorí o „*истом Romanovi Romanovičovi Romanovovi*, ktorý sa chcel stať *Республиканом* *Республикановичем* *Республикановым* /*Respublikanom Respublikanovičom Respublikanovym*/ (Podobné antroponymické transformácie boli bežné aj v sovietskem vtípe napríklad „*O sovietskych prvenstvách*“, kedy napríklad popri skutočnom prínose a zásluhách ruských a sovietskych vedcov pri vynájdení televízneho či rádiového prijímača (*Попов /Popov/*, *Зворыкин /Zvorykin/* a iní) vzhladom k prehnanej ideologizácii vznikali vtipy typu: „*Kto vynašiel televízor?* – „*No predsa sovietsky inžinier Tele-*

vizor Televizorovič Televizorov, resp. Radion Radionovič Radionov a pod. (Kalina, 1968, 76).

V prvých dvoch desaťročiach po októbrovom prevrate predsa len prevládajú politicky motivované premenovania. Išlo hlavne o pomenovania po významných politických, kultúrnych a spoločenských dejateľoch, medzi ktorými jednoznačne dominoval Ulianov-Lenin (*Ленинск* /už v roku 1918/, *Ленин*, *Ленинское*, *Ульяновский*, *Ленинград*, *Ульяновск* a pod. viď časť o V. I. Leninovi), d'alej to boli *Троцк*, *Троцкое* (od Trockij), *Буденны́й*, *Слобода Буденны́й*, *Буденовск*, *Совпоселок им. тов. Рыкова* /*Sovposiolok im(en) tov(arischa) Rykova* – sovietska usadlosť sídruha Rykova/, neskôr Kalinin (*Kalinin*), Molotov (*Molotov*), Vorošilovgrad (*Vorošilovgrad*), Milutino (*Mil'utino*), Pушкиnskie Gory (*Puškinskije Gory*), Bednodemjanovsk (*Bednodemianovsk* /podľa proletárskeho spisovateľa Demiana Bedného/- bývalý Spassk), taktiež aj „Львово“ (*Lvovo*), nemotivované však niektorým z kniežat Lvových (teda aj prvým predsedom Dočasnej vlády), ale L. T. Tolstým. Je veľmi príznačné, že posledne menovaná obec získala pomenovanie „Львово“ (*Lvovo*) v spojitosti s tým, že svoj predošlý názov „Негодяиха“ /*Negodiaicha*, rus. negod'aj – lotor; prípona –ich(a) s modifikačným významom osoby ženského rodu s odtieňom pejoratívnosti/ (!) žiadala neopatrne zmeniť na *Сталино* (*Stalino*). Jej obyvatelia mali šťastie, že sa písal pomerne „nevinný“ rok 1923. Stalinovi pripadlo v roku 1925 pomenovanie ním hrdinsky bráneného Caricina – pričom sa v jeho koreni nenachádzza „cárovna“, ale turkický názov rieky Sarys (tatárske *sarys* – žltý /porovnaj maďarské sárga/ a *su* – voda).

Niekedy sa úrady snažili dopasovať bývalý názov mesta na isté nástupníctvo, negovanie odkazu predošlého pomenovania a vyzdvihnutie opačných, kladných čít pri novom názve. Možno práve preto neuspela *Негодяиха* /*Negodaicha*/ so žiadosťou zmenu názvu na Stalino, no zato sedela postupnosť pri *Распятие* /*Raspiatije*/, premenovanom na *Дзержинск* (mimochodom Dzeržinskij bol v mladosti jarým katolíkom). Tak napríklad, dedina *Иващенково* (*Ivaščenskovo*) žiadala v roku 1918 zmenu názvu na *Троцк* – meno cárskeho generála *Иващенка* (*Ivaščenka*) malo vystriedať priezvisko zakladateľa Červenej armády Trockého, ktorého následne vystriedal V. I. Čapajev – z Ivaščenkova sa stal *Чанавск* /*Čapajevsk*/ a „*Tročk*“ sa uvoľnil pre iného žiadateľa. V ďalšom prípade sa dedina pomenovaná po kulakovi Ataršíčikovi mení na *Варениково* (*Varennikovo*), po zabitom sídruhuovi Varennikovovi, ktorý padol v občianskej vojne. K tomuto typu zo časti patria aj v 20-tych rokoch zamietnuté žiadosti premenovať *Новониколаевск* na *Краснообск* (*Krasnoobsk*), *Ульянов*, alebo *Новосибирск* (čo sa napokon v roku 1926 aj stalo), *Керенск* na *Бунтарск* (Buntarsk, rus. *buntar* – *burič, rebel*) alebo *Бунтар*, *Гурьев* (Guriev) na *Чанаевск* (*Čapajevsk*) alebo *Чанаев*. Posledné premenovania spadajú do 80-tych rokov minulého storočia, kedy boli *Набережные Челны* (*Naberežnyje čelny*) premenované na *Брежнев* (*Brežnev*)

a Рыбинск (Rybinsk) na Андропов (Andropov). Keby sme sa zamerali na osobitosti ľudovej nominácie toponým, jednoznačne ide o menovanie ulíc, obývanych lokalít, dedín, chútorov a lazov „*но отчеству*“ /po otčestvu, t.j. po otcovskom, strednom, mene/ (Semionovna, Nikolaič, Makaryč a pod).

Čo sa týka žiadostí o premenovanie miest alebo obcí najzaujímavejšie sa týkalo terajšieho hlavného mesta Moskvy, kedy žiadatelia tvrdili, že premenoovať ju na Il'jič preto, lebo Vladimír Il'jič je „zakladateľom slobodnej Rusi“, pričom podobné dôvody sa uvádzali aj pri snahách o premenovanie Moskvy na Сталинодар (Stalinodar) v roku 1938 a jednoducho „*Stalin*“ v roku 1953. Čo sa týka ostatných sovietskych činiteľov, popri zmienených božstvach sovietskeho panteónu, sa do popredia toponymického názvoslovia neskôr dostali Krapotkin (potom Kropotkin), Kotovskij, Frunze, Čkalov, Kirov, Kalinin, Gor'kij (1934), Sverdlov, Ordžonikidze, Kujbyšev.

Ak by sme chceli sumarizovať toponymickú situáciu a nomináciu a denomináciu ruských geografických jednotiek niekde ku koncu prvého desaťročia nového 21. storočia, získali by sme približne nasledovný obraz, ktorý vyplynul z nového statusu quo začiatku 90-tych rokov minulého storočia.

1) Do konca prvého desaťročia nového letopočtu bolo podľa projektu „Возвращение“ (*Vozvraščenie*, rus. Návrat), ktorý inicioval Jurij Bondarenko, okolo 5000 prospektov („tried“) pomenovaných podľa Lenina. Vodecovi svetového proletariátu bolo venovaných 1800 pamätníkov a asi 20 000 bûst Celkový počet „ideologicky“ začažených pomenovaní (toponým) sa počíta na statisíce a predstavovali, resp. predstavujú takmer 90% všetkých názvov a pomenovaní ulíc väčších miest Ruska. Dokonca existujú mestá, v ktorých nesú ani jednej ulice, ktorá by bola pomenovaná podľa starých ruských tradícií. Počas celej existencie sovietskeho zriadenia je iba jedno obdobie, kedy sa začalo s hromadným návratom k predrevolučnej toponymike. Krátko pred koncom blokády Leningradu, začiatkom roku 1944, boli viac než dvadsaťtisíce uliciam „severného hlavného mesta“ vrátené názvy z obdobia imperátorského Petrohradu. Namiesto ulíc Urického, Volodarského, Luxemburgovej, Liebknechta, 9. januára, 25. októbra a iných sa na mape mesta objavili ulice *Дворцовая набережная*, *Невский*, *Литейный* /Linejnyj/, *Суворовский* /Suvorovskij/, *Измайловский* /Izmajlovskij/ проспект, a dokonca dve cirkevné toponymá *Введенская улица* /Vvedenskaja ulica/a *Владимирский проспект* /Vladimirskij prospekt/.

2) Jedným z najpremenovávanejších ruských miest bol tradične Pskov. Už počas svojej stáročnej histórie mesto prechádzalo z jedných rúk do druhých – bol staroruský, švédsky, poľský, resp. litovský, potom „moskovský“, teda znova ruský. V roku 1918 ho obsadili Nemci a narýchlo premenúvali všetky centrálné ulice podľa nemeckého gusta. Potom ho obsadili bolševici a v meste sa objavila *Улица Карла Маркса* (*Ulica Karla Marks'a*), *Розы Люксембурга* (*Rozy Luksenburg*), *Карла Либкнехта* (*Karla Libknechta*) a iných. V roku 1941 sa

v meste opäť objavili Nemci a centrálna ulica v meste dostala názov Hitlerstrasse (dnešný *Октябрьский проспект*). Samozrejme, že po odchode okupantov všetko opäťovne premenovali a názvy z čias socialistického Ruska samozrejme v meste dominujú dodnes.

Vo všeobecnosti, pomenovania verejných miest a inštitúcií, ktoré sú najviac viditeľné a z časti tvoria aj korpus reálií ruského jazyka (môžeme sa s nimi stretnúť v dobovej literatúre a porovnávať so súčasným stavom) môžeme rozdeliť na názvy regiónov a miest, najznámejšie ulice a námestia najväčších ruských miest, stanice moskovského metra, najznámejšie sovietske fabriky a iné názvy (napríklad najfrekventovanejšie železničné stanice, názvy reprezentatívnej vojenskej techniky a podobne).

### Literatúra

- EsRbiG. 1929. Троцк. In: Энциклопедический словарь Русского библиографического института Гранат. 7-е издание. Т - 41 – часть IX. Торсгавн – Тунгуска Подкаменная. Москва.
- FIGES, O. – KOLONITSKI, B. 1999.: Interpreting the Russian Revolution. The Language and Symbols of 1917. Yale University. New Haven and London. ISBN 978-0300081060.
- KALANOV, N. A. 1987. Названия кораблей революции. In: Судостроение, 1987, ч. 12, с. 46 – 48.
- KALINA, J. 1969. Tisíc a jeden vtip. Učebnica vtipológie a žartizmu. Bratislava: Obzor.
- KRASNYJ ARCHIIV 1926 Т. 1. К истории последних дней царского режима. In: Красный архив 1926, т. 1 (14), С. 229-230.
- NEROZNAK, V. P. – GORBANEVSKIY, M. V. 1991. Советский «новояз» на географической карте (о штампах и стереотипах речевого поведения). Москва: Знание. ISBN 5-07-001899-X.
- NIKITIN, S. A. 2001. Концепция советского топонима. (по архивным материалам первых лет советской власти 1918–1926 гг.) In: Топонимия и оронимия. Kraków: Wydawnictwo naukowe DWN, С. 363–372.
- NIKITIN, S. A. 2001. Продуктивные основы российской топонимии: „Красный“ (1918–1930 гг.). In: Ярославские лингвистические чтения. Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, С. 66-69.
- NIKITIN, S. A. 2003. Революция и география: Правосудие в России. Отечественные записки. 2003, № 2, С. 502-513.
- SINDALOVSKIY, N. 2009. Книга Перемен. Судьбы петербургской топонимики в городском фольклоре. Москва: Центрполиграф. ISBN 978-5-9524-4315-0.
- VERNER, A.M. 1994. What is your name? Dog-Killers, Jews and Rasputin. Slavic review, vol. 53, no. 4, pp. 146-170.

This contribution is the result of the project implementation: KEGA 058PU-4/2016: *Historical Facts and Institutions of Russian-Speaking Environment as a Source for Linguocultural Research and Description*, supported by Cultural and Educational Grant Agency of the Ministry of Education, science, research and sport of the Slovak Republic.

**КУЛЬТУРНЫЙ ТРАНСФЕР В ТРАНСФОРМАЦИИ  
ФИЛОСОФСКИХ ДИСЦИПЛИН В ПОСТСОВЕТСКИХ СТРАНАХ  
(НА ПРИМЕРЕ БЕЛАРУСИ)**

**CULTURAL TRANSFER IN TRANSFORMATION  
OF PHILOSOPHICAL DISCIPLINES IN THE POST-SOVIET  
COUNTRIES (ON BELARUSIAN CASE)**

**Андрей Юрьевич Дудчик**

*Факультет философии и социальных наук БГУ*

Исследование посвящено дисциплинарным трансформациям, произошедшим с белорусской философией в постсоветский период (1991-2013 гг.). Основным материалом для исследования являются кандидатские и докторские диссертации по философским наукам, защищённые в Беларуси за указанный период. Этот материал достаточно хорошо формализуется с использованием количественных методов и позволяет составить общее представление о развитии философии в Беларуси. Цель исследования – дать общую картину изменений в области философских наук, которые произошли в Беларуси в постсоветский период. В исследовании будет рассмотрен случай Республики Беларусь, но в дальнейшем исследование может затронуть и другие постсоветские и постсоциалистические страны.

*The article analyzes disciplinary transformations in Belarusian philosophy in post-Soviet period (1991-2013). The research is based on defended candidate and doctoral papers in philosophy. The material lets to use quantitative and formal methods of research and shows some main vision of development of academic philosophy in Belarus.*

**Ключевые слова:** белорусская философия, постсоветская философия, диссертации по философии, социология философии

**Key words:** Belarusian philosophy, post Soviet philosophy, dissertations in philosophy, sociology of philosophy

С распадом Советского Союза происходят весьма существенные изменения и с советской философией, в которой доминировал марксистско-ленинский канон. Это происходит не только с содержанием философии – меняется понимание её сущности и функций, природы философских проблем, самого стиля философского мышления. Одновременно происходят и изменения на формальном уровне – трансформируются уже имеющиеся и появляются новые философские дисциплины, возникают новые области исследования, меняется структура учебных курсов по философии.

Поскольку сам феномен советской философии, равно как и процессы её трансформации в постсоветский период представляют собой

достаточно сложный, комплексный и динамичный объект. В силу этого для разработки целостной модели процессов освоения и развития наследия советской философии в Беларуси в качестве общей методологической рамки исследования уместно будет обратиться к междисциплинарной программе изучения культурного трансфера.

Программа изучения процессов и феноменов культурного трансфера является относительно молодой (возникает в 1980-е гг.) и достаточно активно развивающейся областью исследования, обладающей междисциплинарным статусом. Само понятие культурного трансфера связано с работами французских историков культуры М. Вернера и М. Эспаня (интересно отметить, что оба исследователя – немецкого происхождения, поэтому культурный трансфер не только исследуется ими теоретически, но и, в определенном смысле, практикуется, являясь частью их «жизненного мира») (Ehalt, H.- Espagne M., 2003) Первоначально понятие применялось преимущественно для исследований в области истории культуры (прежде всего – литературы), но в дальнейшем стало применяться по отношению к более широким проблемным полям и на сегодняшний день вполне может рассматриваться как самостоятельная область исследований, принципиальной характеристикой которой можно назвать её междисциплинарность, что позволяет обращаться к проблемам и методам самых разных дисциплин – культурологии, социологии, антропологии, лингвистики, истории искусства и т.д.

Понятие культурного трансфера является принципиально полисемантическим и активно используется в разных областях человеческой деятельности (от экономики до психоанализа), обозначая целый ряд процессов, связанных с феноменом перехода, переноса и перевода (в широком значении последнего). В оригинале используются термины *Transferts Culturels* (фр.) и *Kulturtransfer* (нем.) соответственно, в русском языке уже существует традиция перевода термина как «культурный трансфер» (хотя, видимо, возможны и другие варианты, например, «трансфер культуры»). Понятие активно используется в конкретных исследовательских проектах, охватывающих большое количество самых разных областей (культурный трансфер в различные исторические периоды, между национальными культурами, между цивилизациями и т.д.).

Культурный трансфер обычно понимается как совокупность разнообразных процессов различной природы и различной направленности, включающий в себя перемещение идей, понятий, образов, культурных артефактов, индивидов, областей знания и т.д. При этом трансфер связан с определёнными семантическими сдвигами и изменениями, когда, например, какое-то понятие, перемещаясь в другую

культуру, может приобретать достаточно отличающийся от первоначального смысля (вплоть до противоположного).

Одним из её достижений, вероятно, следует назвать привлечения внимания к самим процессам в области культурного трансфера во всём их многообразии и неоднозначности. При этом, на наш взгляд, данная исследовательская программа обладает достаточно большим эвристическим потенциалом, как в области исследования культуры в целом, так и применительно к изучению проблематики истории философии (в области изучения трансфера идей, понятий, дисциплинарностей и т.д.). Наряду с другими современными подходами (история идей, интеллектуальная история, социология знания и т.д.) изучение процессов культурного трансфера может стать хорошим дополнением к классическим методам и проблемам историко-философских исследований.

Именно в рамках программы изучения культурного трансфера советская и постсоветская философские традиции могут рассматриваться не как взаимно изолированные, но как взаимодополняющие друг друга. Соответственно, между этими традициями можно выделить ряд переходных образований, взаимопроникновения элементов, различного рода заимствований и т.д.

Данное исследование посвящено дисциплинарным трансформациям, произошедшим с белорусской философией в постсоветский период (1991-2013 гг.). Вполне очевидно, что прошедшего времени ещё недостаточно для подробного анализа белорусской философии во всём её многообразии, тем не менее, уже можно сделать определённые выводы о некоторых тенденциях в её развитии. Основным материалом для исследования являются кандидатские и докторские диссертации по философским наукам, защищённые в Беларуси за указанный период. Этот материал достаточно хорошо формализуется с использованием количественных методов и позволяет составить общее представление о развитии философии в Беларуси.

В ходе исследования был осуществлен анализ диссертаций, защищенных по философским наукам в Беларуси в период с 1991 по 2013 гг. (160 кандидатских и 36 докторских диссертаций).

Отметим, что изучение печатной философской продукции достаточно распространено в современном социогуманитарном знании и является существенной составляющей междисциплинарных исследований в рамках истории философии. В частности, во французской интеллектуальной традиции этот подход используется в работах известного социолога П. Бурдье (Bourdieu, 1990) и его последователей (иногда используется термин «школа Бурдье»), одним из наиболее известных их которых

можно назвать Л. Пэнто (Пэнто, 2004). Конечно, подобные исследования, опирающиеся на количественные методы, обладают как сильными, так и слабыми сторонами. Так, в частности, абсолютизация роли социальных факторов может быть рассмотрена как одна из форм проявления методологического «социологизма», поскольку, раскрывая социальные условия функционирования философского знания, мало что могут сообщить о его содержании. Тем не менее, в качестве одного из методов исследования, наряду с традиционными историко-философскими методами, подобный подход вполне уместен и эвристичен, позволяя осуществлять анализ больших объемов философской продукции на системной основе.

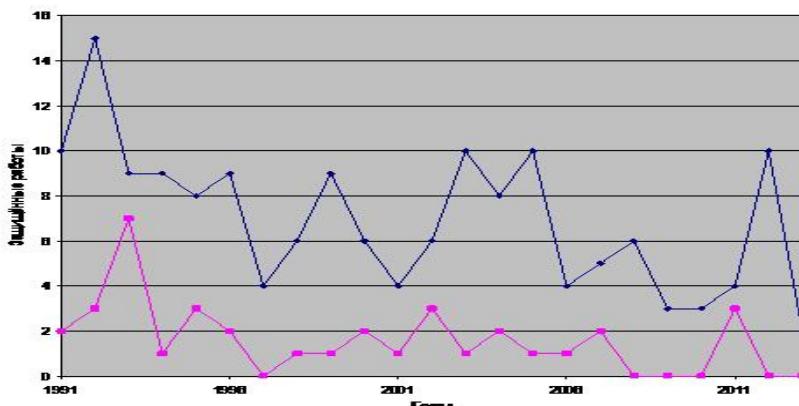
После этого необходимого методологического экскурса вернёмся к собственному исследованию. В ходе исследования нами были реконструированы основные изменения в перечне специальностей по философским наукам. Так, произошла трансформация некоторых из существующих специальностей: 09.00.01 Диалектический и исторический материализм (онтология и теория познания), 09.00.08 Философские вопросы естествознания и техники (философия науки и техники). При этом сохранилась нумерация специальностей, свидетельствующая о символической преемственности между ними. Далее, ряд специальностей был ликвидирован: 09.00.02 Теория научного социализма и коммунизма, 09.00.04 Эстетика, 09.00.06 Научный атеизм, религия (история и современность), 09.00.07 Логика, 09.00.10 Философские проблемы политики. Кроме того, появляется ряд новых специальностей: 09.00.11 – социальная философия, 09.00.13 – Религиоведение, философская антропология, философия культуры, 09.00.14 – Философия религии и религиоведение. И, наконец, некоторые специальности сохранились без каких-либо трансформаций: 09.00.03 История философии, 09.00.05 Этика. Подобные изменения позволяют говорить о вполне определённых трансформациях дисциплинарного канона постсоветской белорусской философии и могут быть объяснены, в первую очередь, возникновением новых областей исследования и учебных курсов.

Далее, был осуществлён анализ диссертаций в соответствии со временем их защиты. Были получены следующие результаты (число защищённых кандидатских и докторских диссертаций):

После этого необходимого методологического экскурса вернёмся к собственному исследованию. Так, в соответствии с классификацией Высшей аттестационной комиссии Республики Беларусь (ВАК Беларусь), выделяют следующие философские специальности (под общим шифром 09.00.00):

- 09.00.01 Онтология и теория познания;
- 09.00.03 История философии;
- 09.00.05 Этика;
- 09.00.08 Философия науки и техники;
- 09.00.11 Социальная философия;
- 09.00.13 Философская антропология, философия культуры;
- 09.00.14 Философия религии и религиоведение.

При этом на протяжении рассматриваемого двадцатилетия продолжали существовать специальности, утверждённые ещё в советский период и впоследствии упразднённые (09.00.02 Теория научного социализма и коммунизма, 09.00.06 Научный атеизм, религия (история и современность), 09.00.10 Философские проблемы политики). Некоторые специальности вводят уже в постсоветский период: 09.00.11 Социальная философия, 09.00.13 Религиоведение, философская антропология, философия культуры, 09.00.14 Философия религии и религиоведение. Кроме того, названия ряда специальностей с течением времени менялись: 09.00.01 Диалектический и исторический материализм (стало - Онтология и теория познания), 09.00.08 Философские вопросы естествознания и техники (стало - Философия науки и техники), 09.00.13 Религиоведение, философская антропология, философия культуры (стало - Философская антропология, философия культуры). Подобные изменения позволяют говорить о вполне определённых трансформациях дисциплинарного канона постсоветской белорусской философии и могут быть связаны с возникновением новых областей исследования и соответствующих учебных курсов.



Далее, был осуществлён анализ диссертаций в соответствии со временем их защиты. Полученные результаты для большей наглядности можно представить в виде диаграммы (см. выше: верхняя линия – кандидатские диссертации, нижняя – докторские).

Кроме того, было проанализировано количество диссертаций, защищённых за рассматриваемый период по каждой из специальностей. Были получены следующие результаты:

09.00.01 – онтология и теория познания: 27 (кандидатских) - 7 (докторских)  
09.00.03 – история философии: 39-2  
09.00.05 – этика: 2-2  
09.00.08 – философия науки и техники: 15-4  
09.00.11 – социальная философия: 52-20  
09.00.13 – религиоведение, философская антропология, философия культуры: 6-0  
09.00.14 – философия религии и религиоведение: 1-0;

не существующие на данный момент специальности:

09.00.02 Теория научного социализма и коммунизма: 3-1  
09.00.04 Эстетика: 9-0  
09.00.06 Научный атеизм, религия (история и современность): 6-0  
Соответственно, можно определить ряд наиболее популярных специальностей, по которым чаще всего защищаются диссертации. Это будут:

09.00.11 – социальная философия: 52-20 (33,8 % - 55,5 %)  
09.00.03 – история философии 39-2 (25,4 % - 5,5 %)  
09.00.01 – онтология и теория познания 27-7 (17,5 % – 19,5 %).

Вполне вероятно, что материалы, связанные с этими специальностями будут в значительной степени представлены и в опубликованных работах (монографии, статьи), и в содержании учебных курсов (как специализированных курсов для студентов философского отделения, так и в общих курсах по философским дисциплинам).

Таким образом, на основе полученных результатов можно составить общую картину трансформации философских дисциплин в Беларуси на материале диссертационных исследований, защищённых в период 1991-2013 гг. Были проанализированы новые дисциплины, институционально оформленные после 1991 г. (социальная философия, религиоведение, философская антропология, философия культуры, философия религии), выявлены направления, утратившие институциональную оформленность (теория научного социализма и коммунизма, Научный атеизм, религия (история и современность), Философские проблемы политики), а также показана трансформация ряда дисциплин с сохранением номера

специальности (диалектический и исторический материализм (онтология и теория познания), Философские вопросы естествознания и техники (философия науки и техники). Кроме того, были выявлены наиболее популярные специальности (социальная философия, история философии, онтология и теория познания), на которые приходится свыше 75 % защищенных кандидатских и свыше 80 % защищенных докторских диссертаций.

### **Литература**

- BOURDIEU, P. 1990. *Homo Academicus*. Stanford: University Press. ISBN 978-0804717984.
- EHALT, H. – ESPAGNE, M. – KALLER-DIETRICH, M. – MUSNER, L. – PIEPER, R. – SCHMALE, W. 2003. «Kulturtransfer» - Europäische Geschicchte gegen den Strich nationaler Mythen (Podiumsdiskussion in den «Wiener Vorlesungen») In: Kulturtransfer. Kulturelle Praxis im 16. Jahrhundert. Wien, s. 9-40. ISBN 9783706517300.
- ПЭНТО, Л. 2004. Эскиз философского поля Франции в 1960—80-е гг. Логос. 2004. № 3-4, С. 218-240. ISSN 0869-5377.



## Autori

**Mgr. Pavol Adamka, PhD.**, Jazykové centrum, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Hodžova 1, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: padamka@ukf.sk.

**Doc. Юлия Викторовна Агеева, PhD.**, Высшая школа русского языка и межкультурной коммуникации, Институт филологии и межкультурной коммуникации им. Льва Толстого, Казанский (Приволжский) федеральный университет, ул. Татарстан, 2, 420021 Казань, Россия, e-mail: jageeva@yandex.ru.

**Mgr. Lenka Alieva, PhD.**, Katedra jazykov, Technická univerzita v Košiciach, Vysokoškolská 4, 040 01 Košice, Slovenská republika, e-mail: lenka.alieva@tuke.sk

**Mgr. Nina Cingerová, PhD.**, Katedra rusistiky a východoeurópskych štúdií, Filozofická fakulta, Univerzita Komenského v Bratislave, Gondova 2, 814 99 Bratislava, Slovenská republika, e-mail: nina.cingerova@uniba.sk.

**Mgr. Ol'ga Csalová, PhD.**, Jazykové centrum, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Hodžova 1, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: ocsalova@ukf.sk

**Doc. Андрей Юрьевич Дудчик, PhD.**, Факультет философии и социальных наук, Белорусский государственный университет, Кальварийская 9-525, 220004 Минск, Беларусь, г. e-mail: a\_dudchik@tut.by

**Maxim Duleba**, Floglova 2, Bratislava 811 05, Slovenská republika, e-mail: duleba2@uniba.sk

**Mgr. Irina Dulebová, PhD.**, Katedra rusistiky a východoeurópskych štúdií, Filozofická fakulta, Univerzita Komenského v Bratislave, Gondová 2, 814 99, Bratislava, Slovenská republika, e-mail: irinablava@centrum.sk

**Doc. PaedDr. Ján Gallo, PhD.**, Katedra rusistiky, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Štefánikova 67, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: jgallo@ukf.sk.

**Doc. PhDr. Ľubomír Guzi, PhD.**, Inštitút rusistiky, Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove, ul. 17. novembra 1, 080 01 Prešov, Slovenská republika, e-mail: lubomir.guzi@unipo.sk.

**Tobias-Alexander Herrmann, B.A.**, Slavisches Institut, Philosophische Fakultät, Universität zu Köln, Weyertal 137, 50 931 Köln, Nemecko, e-mail: tobias.a.herrmann@gmail.com.

**Mgr. Katarína Hrčková**, Katedra rusistiky a východoeurópskych štúdií, Filozofická fakulta, Univerzita Komenského v Bratislave, Gondova 2, 81499 Bratislava, Slovenská republika, e-mail: katarina.hrckova@uniba.sk

**Mgr. Kristína Jakubovská, PhD.**, Katedra kulturologie, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Hodžova 1, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: kjakubovska@ukf.sk

**Доц. Светлана Геннадьевна Карасёва, PhD.**, Кафедра философии культуры, Белорусский государственный университет, ул. Чернышевского, 3, 8, 200012 Минск, Беларусь, e-mail: karassyova@mail.ru.

**Mgr. Renáta Machová, PhD.**, Jazykové centrum, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Hodžova 1, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: rmachova@ukf.sk.

**Prof. Elena Markova, DrSc.**, Katedra rusistiky, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava, Slovenská republika; Кафедра русского языка как иностранного и культуры речи, Московский государственный областной университет, улица Радио 10А, Москва, Россия, e-mail: elena-m-m@mail.ru.

**Mgr. Lenka Michelčíková, PhD.**, Katedra translatológie, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Štefánikova 67, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: lmichelcikova@ukf.sk.

**Mgr. Katarína Motyková, PhD.**, Katedra germanistiky, nederlandistiky a škandinavistiky, Filozofická fakulta, Univerzita Komenského v Bratislave, Gondova 2, 814 99 Bratislava, Slovenská republika, e-mail: katari-na.motykova@uniba.sk.

**Doc. Ольга Владимировна Пономаренко, CSc.**, Институт филологии, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, б-р Т. Шевченко, 14, 01601 Киев, Украина, e-mail: olga0508009510@gmail.com.

**Mgr. Zuzana Rebičová, PhD.**, Slovak University of Agriculture in Nitra, Faculty of economics and management, Department of languages, Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak Republic, e-mail: lontrel@centrum.sk.

**Doc. Olga Ruda, PhD.**, Katedra anglistiky a amerikanistiky, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Štefánikova 67, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: olharu@yahoo.ca.

**Mgr. Viera Smoláková, PhD.**, Inštitút slovakistických a mediálnych štúdií, Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove, ul. 17. Novembra č. 1, 080 01 Prešov, Slovenská republika, e-mail: vierasmolak@gmail.com

**Mgr. Martina Szabóová, PhD.**, Katedra anglistiky a amerikanistiky, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Štefánikova 67, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: mszabooova2@ukf.sk.

**Доц. Сергей Иосифович Шатравский, PhD.**, Кафедра религиоведения, Институт теологии имени святых Мефодия и Кирилла, Белорусский государственный университет, Просп. Рокоссовского 43-9, 220094 Минск, Беларусь, e-mail:s-shatr@mail.ru.

**Элеонора Шестакова, DrSc.**, ул. Куйбышева д.2, кв. 29, 83062 Донецк, Украина; e-mail: shestakova\_eleonora@mail.ru.

**Доц. Елена Валерьевна Шкурова, PhD.**, Кафедра социологии, Белорусский государственный университет, Ул. Селицкого, 71, 80, 200075, Минск, Беларусь, e-mail: vogel\_82@mail.ru.

**PhDr. Ol'ga Škvareninová, CSc.**, Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Námestie J. Herdu 2, 917 01 Trnava, Slovenská republika, e-mail: olga.skvareninova@ucm.sk.

**Mgr. Viktória Vráželová, PhD.**, Katedra jazykov, Technická univerzita v Košiciach, Vysokoškolská 4, 042 00 Košice, Slovenská republika, e-mail: viktoria.vrazelova@tuke.sk

**Prof. PaedDr. Elena Zelenická, PhD.**, Jazykové centrum, Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Hodžova 1, 949 74 Nitra, Slovenská republika, e-mail: ezelenicka@ukf.sk.

## **Jazyk – kultúra – spoločnosť (vzájomné súvislosti) 3**

Editor:	Mgr. Pavol Adamka, PhD.
Vedecký redaktor:	Prof. PaedDr. Elena Zelenická, PhD.
Technický redaktor:	Helena Vozňáková
Grafický redaktor:	Helena Vozňáková
Vydanie:	prvé
Rok vydania:	2016
Rozsah:	224 strán
Náklad:	100 kusov
Vydavateľ:	Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre Filozofická fakulta

ISBN 978-80-558-1079-9



A standard 1D barcode representing the ISBN number 978-80-558-1079-9. The barcode is composed of vertical black bars of varying widths on a white background. Below the barcode, the ISBN number is printed in a small font.

9 788055 810799