

Súčasný ruský novinový titulok z aspektu lingvokulturológie

Tamara Mujkošová — Svetlana Lapshina

Katedra rusistiky, Filozofická fakulta, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Trnava

Russian University of Transport (MIIT), Moskva

mujkos_t@yahoo.com

lapshinass@mail.ru

Kľúčové slová: jazykový obraz sveta, jazyk, lingvokulturológia, lingvokultúrna analýza, masmédiá, novinový titulok, kultúrna informácia v novinovom titulku

Key words: linguistic view of the world, language, linguoculturology, linguocultural analysis, culture, mass media, newspaper headline, cultural information in newspaper headline

Úvod

Neodškriepiteľným faktom súčasnosti je obrovský vplyv masmédií na spoločnosť. V dnešnej dobe sa tiež čoraz častejšie skloňuje slovo globalizácia, no, paradoxne, s ňou je spojená čoraz väčšia úcta a lipnutie k vlastnej národnej kultúre. Ruský novinový titulok, ktorý je nositeľom kultúrnej informácie, sa preto čoraz častejšie stáva centrom pozornosti vedcov v oblasti lingvokulturológie. Na základe ich pozorovaní sa vynára otázka, či autori na upútanie pozornosti čitateľa využívajú v novinovom titulku kultúrnu informáciu.

Táto štúdia sa zameriava na lingvokulturológický aspekt ruského novinového titulku, pričom sú použité novinové titulky z dvoch obľúbených ruských periodík: *Аргументы и факты* (AIF) a *Коммерсантъ* (K), ktoré boli zbierané paralelne v období pol roka. Na ich skúmanie je použitá pozorovacia metóda na vyhľadávanie lingvokultúrnej, opisná a semiotická systémovo-štruktúrna metóda v osobitnej praxi a metóda štatistickej analýzy. Analýza dostatočne reprezentatívnej vzorky novinových titulok ukáže, či sa v masmédiách na zaujatie ruského čitateľa využíva kultúrna informácia, a ak áno, ktorá jej forma je využívaná najčastejšie. Výsledky analýzy budú obsahovať aj zistenia, s akým cieľom používajú autori kultúrnu informáciu v novinovom titulku, a tiež to, či uprednostňujú jej priamu aplikáciu alebo transformáciu.

Lingvokulturológia

Lingvokulturológiu (lingva = jazyk, cultura = kultúra, logos = náuka) možno považovať za pomerne „mladú“ vednú disciplínu. Hoci jej neoficiálne začiatky siahajú do začiatku 19. storočia, ako oficiálna veda sa sformovala až v 90. rokoch 20. storočia.

Idea, že jazyk a myslenie sú navzájom prepojené, podľa A. N. Gladkovovej (2010), získala široké uznanie vedcov až v 20. storočí. Aj keď prvý, kto dokázal význam tejto idey, bol už W. von Humboldt, ktorého myšlienka „jazyk je duša národa“ sa stala celosvetovo známou. Neskôr o tom, že jazyk a myslenie na seba navzájom vplyvajú, písal E. Sapir. Jeho žiak B. Whorf sformuloval „princíp lingvistickej relativity“, podľa ktorého sú konceptuálne systémy relatívne a závisia od jazyka. To znamená, že ľudia, ktorí hovoria rovnakým jazykom, sú spojení určitým vnímaním sveta, pretože ich jazyk naznačuje určitý spôsob videnia sveta. Ľudia, ktorí hovoria iným jazykom, pozerajú na svet cez prizmu svojho jazyka, a preto je ich jazykový obraz sveta iný (ibid.).

Bádaním v oblasti lingvokulturológie sa v súčasnosti aktívne zaoberá predovšetkým ruská lingvokulturológická škola s takými vedcami, ako V. A. Maslovová, V. V. Vorobjov, V.

N. Telijová, A. V. Wierzbicka, J. N. Karaulov a iní. Na Slovensku sú to predovšetkým vedci z prešovskej lingvokulturologickej školy: J. Sipko, A. Virostková, Ľ. Guzi, M. Blaho a iní.

Samotné definovanie lingvokultúrológie v súčasnosti ešte nie je celkom jednoznačné. V čom sa však jazykovedci zhodujú, je, že objektom jej skúmania je vzájomný vzťah jazyka a kultúry.

Vedcov v oblasti lingvokultúrológie zaujíma materiálna a duchovná kultúra, ktorú vytvoril človek. To znamená, v jazyku vyjadrené nielen zvyky, obyčaje, náboženstvo, morálka, umenie, veda, filozofia, ale napríklad aj pracovné náradie, predmety každodenného používania – všetko, čo predstavuje jazykový obraz sveta (Vorobjov, 2008). V niektorých prácach je jazykový obraz sveta považovaný za synonymum lingvokultúry, E. J. Butenko (2008) však vysvetľuje, že ich treba chápať skôr ako celok a časť, pričom lingvokultúra je pojem omnoho širší ako jazykový obraz sveta. V lingvokultúre sa prejavuje nielen jazykový, ale aj konceptuálny, kultúrny a hodnotový obraz sveta. V súvislosti s jazykovým obrazom sveta a lingvokultúrou je potrebné spomenúť aj pojem mentalita. Tak ako jazykový obraz sveta súvisí s lingvokulturologickým aspektom, tak mentalita súvisí s kultúrnym aspektom. V. S. Sosedovová (2013) vysvetľuje pojem mentalita ako kultúrne a historicky podmienený pohľad na svet. Mentalita formuje zodpovedajúci obraz sveta a v značnej miere určuje obraz života, správanie človeka a formu medziľudských vzťahov.

Štúdium vzájomného vzťahu a interakcie jazyka a kultúry ako komplexného problému si vyžaduje určenie špeciálnej jednotky, v ktorej by boli syntetizované obidva spomínané fenomény. Aj napriek tomu, že lingvokultúrológia ako vedecká disciplína sa ešte len rozvíja, stihla už akumulovať rozsiahly terminologický aparát. My sa prikláňame k názoru skupiny vedcov, ktorí za základnú jednotku lingvokultúrológie považujú lingvokulturému. V. V. Vorobjov (2008) tvrdí, že lingvokulturéma ako komplexná medziúrovňová jednotka predstavuje dialektickú jednotu lingvistického a extralingvistického obsahu. Vo svojej podstate je to jednotka hlbšia než slovo. N. F. Alefirenko (2010) na vyjadrenie podstaty lingvokulturémy použil zaujímavý reklamný slogan „dva v jednom“, pričom jazyk vo svojej bilaterálnej podstate je ten, ktorý kulturému označuje, a menovaná reália (nominovaný fragment skutočnosti, predmet alebo situácia) je označovaná. Lingvokulturémy sa od lexém líšia predovšetkým tým, že v jazyku odrážajú konceptuálnu sféru kultúry. Môžu byť vyjadrené verbálne alebo neverbálne, pričom v neverbálnej forme sa lingvokulturéma fixuje ako umelecký predmet (obraz, pamätník a iné) alebo ako predmet každodenného života (hračka, suvenír, pohľadnica a iné). V reči sa neverbálna lingvokulturéma vyjadruje správaním (gestami, mimikou). Vo verbálnej forme môže vystupovať v podobe ústneho textu ako rečový prvok (fráza, slovo a pod.), alebo v podobe písomného textu ako jazykový prvok (frazologizmus, slovné spojenie, slovo a pod.). Môže vystupovať vo forme pragmatického klišé, vo formulke etikety, vo forme oslovenia a pod. Lingvokulturéma môže byť vyjadrená slovom, slovným spojením alebo textom, ktorého význam nesie informáciu o tej alebo inej lingvokultúre. To znamená, že na verbalizáciu pojmov a na ich vnesenie do zodpovedajúceho obrazu sveta vyberajú rôzne národné skupiny rôzne informácie (Bryksinová, 2009).

Novinový titulok

Novinové titulky sú špecifickým útvarom publicistického štýlu. Podľa P. Burcla (2013) má titulok svoju históriu a svoju podstatu, ktorou sú jeho jedinečné vlastnosti – rýznosť, strohosť, obsah, informovanosť, tiež použiteľnosť všetkých jazykových a pragmatických vlastností publicistického štýlu. Všeobecné znaky tohto štýlu sú v nich akoby koncentrované, zvýraznené a je v nich citlivo prepojené štylistické i jazykové zvládnutie myšlienkového obsahu, v ktorom sa predstavuje celková koncepcia a do značnej miery aj poslanie a svetonázorová orientácia novín a časopisov. A nielen to. Aj letný pohľad na spôsob tvorby a podobu novinových titulkov v dávnej, ale i nedávnej minulosti prezradí, že sa v nich prejavuje

aj dobový kontext a mnohé iné mimojazykové okolnosti, ako napr. spôsob, ako sa noviny čítajú, pohľad na ekonomické otázky, predajnosť novin, konkurenčné vzťahy a pod.

Mnohí ľudia nečítajú celé noviny, vyberajú si len články, ktoré si prečítajú. Na tom sa zhodujú viacerí autori. Medzi nimi aj J. V. Bečka (1973) a S. Russ-Mohl (2005).

Sledovaním novinového textu možno pozorovať, že publicistický jazyk konca 20. a začiatku 21. storočia, a to najmä v novinovom titulku, demonštruje širokú účasť informácie s kultúrnym pozadím a zároveň aktívne používanie štylistických zdrojov hovorovej reči. Novinové titulky sú v podstate akýmsi zrkadlom národnej kultúry. Odráža sa v nich súčasný stav jazyka konkrétneho národa, ale tiež vplývajú na zmeny v súčasnom jazyku, práve preto sa v nich vveľmi často používa hovorová lexika. Obsah lingvokulturém v novinových titulkoch je jedným z dôležitých prostriedkov na vyjadrenie ich funkcií, predovšetkým reklamnej a emotívnej, ktoré sa v súčasnosti považujú za najdôležitejšie.

Väčšina vedcov sa zhoduje v tom, že titulok, nezávisle od typu textu, plní päť hlavných funkcií:

- nominatívnu – označenie textu,
- apelatívnu – vytvorenie kontaktu medzi autorom a recipientom,
- informačnú – vyjadrenie obsahu,
- reklamnú – upútanie pozornosti,
- emotívnu – odráža vzťah autora k textu.

Lingvokultúrna analýza ruského novinového titulku

V ruských novinových titulkoch je možné pozorovať časté používanie kultúrnej informácie na podporu všetkých jeho uvedených funkcií. Predovšetkým však kvôli upútaniu pozornosti čitateľa (reklamná funkcia) a vyjadreniu vzťahu autora k textu (emotívna funkcia).

Na výskum v tomto článku boli použité novinové titulky z denníka *Коммерсантъ* (K) a týždenníka *Аргументы и факты* (AIF), ktoré boli nositeľmi kultúrnej informácie. Podľa druhu verbálneho vyjadrenia kultúrnej informácie sú titulky rozdelené do pätnástich skupín, pričom v každej z nich sú zaradené titulky s lingvokulturémou vyjadrujúcou podobnú kultúrnu informáciu.

1 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom

Autor titulku *Держи Китай шуре* (K, 26.1.2017) si pri jeho tvorbe pomohol transformáciou frazeologizmu *держи карман шуре*, ktorý ruská populácia v súčasnosti používa v ironickom význame v súvislosti s príliš vysokými očakávaniami. Autor teda do titulku vložil aj emócie, náznak irónie. V článku totiž informuje o tom, že administratíva okolo amerického prezidenta D. Trumpa začína s budovaním tzv. ázijskej stratégie, ktorej hlavným cieľom je obmedzovanie Číny.

V titulku *Банки закрыли глаза на ИП* (K, 16.1.2017) autor priamo použil frazeologizmus *закрывать глаза (на что-то)*. Podstatou tohto frazeologizmu je neupriamovanie pozornosti (z rôznych dôvodov, väčšinou kvôli vlastnému prospechu) na nejaké nedostatky, nepríjemnosti a pod. Tento titulok plní okrem emotívnej aj informačnú funkciu, pretože článok pod ním informuje o tom, že banky sa neponáhľajú viesť boj s daňovými dlžníkmi a zároveň ním autor poukazuje na charakteristické správanie ruského národa.

V titulku *Увольнение неволей* (K, 30.12.2016) autor použil nepriamy odkaz na hovorový frazeologizmus *волей-неволей*, ktorý vyjadruje vynútené konanie, to znamená robiť niečo aj napriek nevoli. Pútavým spôsobom ukazuje na článok, ktorom sa píše o tom, že ministri hospodárstva nebolo možné odstúpiť v riadnom čase, ale bol predčasne odvolaný.

V titulku *Владельцы „Финансовой газеты“ ушли по-английски* (K, 20.12.2016) autor priamo použil frazeologizmus *уйти по-английски*, ktorý znamená odísť potichu, bez rozlúčky. To znamená, že autor už v titulku načrtol obsah článku, v ktorom píše o tom, že britský vlastník bez zbytočnej medializácie predal svoje aktíva v týždenníku *Финансовая газета*. Je tu viditeľná aj jazyková hra s použitím uvedeného frazeologizmu a bývalými vlastníkami aktív uvedeného týždenníka – Britmi.

Titulok *Совет федерации вставляет шипы в колеса* (K, 14.12.2016) využil odkaz na hovorový frazeologizmus s nepriaznivým podfarbením *вставлять (ставит) палки в колёса*, ktorý sa používa v súvislosti s narúšaním, marením nejakej práce, činnosti, prípadne, keď sa niekomu sťažujú podmienky. Tento titulok je názvom článku, v ktorom autor píše o urýchlení prijatia zákona o zimných pneumatikách. Titulok je teda akosi dvojzmyselnou hrou a pomocou transformácie frazeologizmu tu cítiť aj emotívne podfarbenie.

Titulok *Не мытьем, так Катаром* (K, 8.12.2016) je nepriamym odkazom na hovorový, expresívny frazeologizmus *не мытьём, так катаньем*, ktorý znamená – *keď to nepôjde jednou cestou, tak to pôjde inak*. V titulku sa prelína reklamná a emotívna funkcia s informačnou, pretože článok informuje o tom, že aj napriek očakávaniam a prognózam sa uskutoční privatizácia Роснефти a 19,5 % akcií rovnakým dielom kúpia spoločnosti Glencore a Qatar Investment Authority.

Titulok *Бонд на бонд* (K, 27.10.2016) nepriamo odkazuje na frazeologizmus *баш на баш*, ktorý znamená – *rovným dielom, vec za vec a pod*. Tým, že autor v titulku použil slovo *бонд*, napovedá čitateľovi, čo bude obsahom článku. Píše sa v ňom o tom, že nové obligácie letiska Domodedovo vlastne uhradia staré. Letisko informovalo o prijatí nových euroobligácií, ktoré budú využité na výkup starých dlhopisov. Titulok vďaka vydarenej slovnej hračke nielen priťahuje pozornosť čitateľa, ale aj navádza na obsah článku, teda informuje.

V titulku *„Руснефть“ вышла на свет* (K, 17.10.2016) sa spája názov ruskej realie *Руснефть* s odkazom na frazeologizmus *выйти на свет*, ktorým sa vyjadruje, keď sa niekto postaví pred ľudí, objaví sa v spoločnosti a pod. Titulok teda sčasti oboznamuje čitateľa s obsahom článku, ktorý informuje o tom, že uvedená spoločnosť zverejnila štruktúru svojich akcionárov a finančné ukazovatele aj s mierou zadlženia. Okrem toho frazeologizmus plní v titulku reklamnú a emotívnu funkciu.

Pri tvorbe titulku *С углекислой миной* (K, 8.10.2016) si autor pomohol kontamináciou slovného spojenia *углекислый газ* a ironickým frazeologizmom *делать кислую мину*, ktorým sa zvykne vyjadrovať nespokojnosť, a vynikla tak opäť reklamná a emotívna funkcia titulku. Článok informuje o tom, že Rusko sa nezapojí do experimentálnej etapy schémy regulovania skleníkových plynov v leteckej preprave, ktorú schválila Medzinárodná organizácia pre civilné letectvo (preto autor použil adjektívum *углекислая*).

Frazeologizmus *Достать из-под земли* (AIF 28.9.2016) je súčasne titulkom. Vyjadruje odhodlanie urobiť niečo za každú cenu, hoci pri vynaložení obrovského úsilia. Tento frazeologizmus je veľmi nápadito použitý v titulku k článku o boji proti zlodejom a kriminálnikom v moskovskom metre. Pričom *из метро* skutočne znamená *из-под земли*. Ide tu však aj o hru s použitím frazeologizmu, ktorý je zároveň sám osebe expresívny a hovorový.

Z množstva 306 analyzovaných titulkov najväčšiu skupinu (75) tvorili titulky s odkazom na všeobecné frazeologizmy. Najčastejšie boli používané z dôvodu dodania expresívnosti alebo irónie. To znamená, že autori pri tvorbe titulkov uplatňovali okrem nominatívnej, informačnej a reklamnej aj emotívnu funkciu. V skúmaných novinových titulkoch boli priamo použité frazeologizmy 44-krát a transformáciou frazeologizmov si autori pomohli 31-krát, čo nemožno považovať za zanedbateľné množstvo. Autori transformáciu využívajú nielen na zaujatie čitateľa, ale sú výborným prostriedkom na vytvorenie hádanky, lákajú čitateľa túto hru dešifrovať. Tiež treba spomenúť, že frazeologizmy s hovorovými alebo slangovými štylistickými znakmi sú v súčasnom jazyku čitateľmi omnoho ľahšie prijímané.

2 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na literárne dielo

Titulok *Преступление и отбывание* (K, 10.2.2017) nesie odkaz na názov románu F. M. Dostojevského *Преступление и наказание*, ktorého hlavný hrdina Raskol'nikov si trest odpykával na nútených prácach na Sibíri. Článok pod titulkom zas informuje o budovaní nových ubytovní pre odsúdených na nútené práce. Ide o novú formu trestu v Ruskej federácii, ktorá vstúpila do platnosti 1. januára 2017. Použitie transformácie názvu uvedeného literárneho diela dodáva titulku negatívne podfarbenie.

Titulok *Модерн во дворянстве* (K, 6.2.2017) je odkazom na názov svetoznámej Molièrovej divadelnej hry (komédie) *Меццанин во дворянстве*. Článok pod týmto titulkom informuje o veľkolepom spracovaní komickej opery R. Straussa *Ariadna na Naxe*, ktorej predlohou bola práve Molièrova komédia *Meštiak šľachticom*.

V titulku *Дойти до самой жутуи* (K, 1.2.2017) je badateľný odkaz na slová z básne bez názvu B. L. Pasternaka *Во всем мне хочется дойти до самой сути...*. V článku pod titulkom sa pri príležitosti otvorenia výstavy Semiona Fajbisoviča píše o umeleckom vývine tohto váženého sovietskeho undergroundového umelca. V Sovietskom zväze bol neoficiálnym umelcom, tvoril realistické obrazy sovietskych čias, či už z metra, alebo z ulíc či demonštrácií. Bol to umelec, ktorý vo svojich dielach uprednostňoval antisovietsku alternatívu, to znamená, že za rovnakými tvármi na uliciach sa skrývala všeobecná atmosféra sovietskeho smútku a strachu (preto *жутуи*).

V titulku *Белеет пандус одинокий* (K, 23.12.2016) možno pozorovať odkaz na prvý verš z básne M. J. Lermontova *Парус: Белеет парус одинокой...*. V tomto prípade ide o slovnú hračku, ktorú autor použil v súvislosti s informáciou o absencii rámp pre invalidov na dôležitých miestach. Článok informuje o stretnutí prezidenta V. Putina s aktivistami Všeruského národného frontu, ktorí sa mu sťažovali, okrem iného, aj na nedostatky trápiace invalidov.

Titulok *Ушел поэт – невольник песни* (K, 12.12.2016) je alúziou na slová z básne M. J. Lermontova *Смерть поэта*, ktorú napísal na počesť A. S. Puškina: *Погиб поэт! — невольник чести...*. Článok pod titulkom je venovaný pamiatke Leonarda Cohena, kanadského pesničkára, básnika a prozaika, ktorý počas svojho života ovplyvnil niekoľko generácií autorov piesní.

Zaujímavou hrou je titulok *Тройка, четверка, туз* (K, 21.10.2016), ktorý odkazuje na výraz *тройка, семерка, туз* z poviedky A. S. Puškina *Пиковая дама*. Článok totiž informuje o ceste V. Putina do Berlína, kde sa uskutočnili rokovania Normandskej štvorky, ktoré sa týkali udalostí na Ukrajine, a tiež Veľkej trojky, ktoré boli venované udalostiam v Sýrii. Autor v článku doslova použil výrok, že V. Putin v Berlíne rozohral naraz hneď niekoľko kariet.

Autor v titulku *Тень „отца“ Трампа* (AIF, 7.9.2016) stavil na slovnú hru, v ktorej využil odkaz na jednu z postáv (zo starého prekladu *Тень отца Гамлета* alebo z nových prekladov *Призрак отца Гамлета*) divadelnej hry W. Shakespeara *Гамлет* (Hamlet). V článku informuje o predvolebnom boji v USA medzi D. Trumpom a H. Clintonovou.

Z 306 analyzovaných novinových titulkov autori použili odkazy na literárne diela 42-krát, a to najčastejšie z dôvodu upútania pozornosti čitateľa, pričom stavili na slovnú hru a z toho vyplývajúcu dvojzmyselnosť. Do popredia výrazne vystupovala aj emotívna funkcia, prostredníctvom ktorej autori vyjadrovali svoj postoj k textu. V nami skúmaných novinových titulkoch boli takéto lingvokulturémy využité 42-krát. 9-krát boli aplikované priamo a 33-krát boli, z dôvodu vytvorenia hádanky pre čitateľa, transformované.

3 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou paremiologickým útvarom

Autor titulku *К третьему не дано* (K, 21.12.2016) použil odkaz na ruské porekadlo *третьего не дано*, ktoré hovorí o nevyhnutnosti vybrať jednu z dvoch možností, hoci ani jedna

z nich nie je úplne vyhovujúca. Jeho zámerom je zaujať čitateľa, pričom poskytuje aj časť informácie. Článok na titulok nadväzuje tým, že informuje o tom, že tretie čítanie návrhu zákona v Štátnej dume sa neuskutoční. Autor sa takouto slovnou hračkou s transformovaným ruským porekadlom snažil vyvolať zvedavosť čitateľa a pozýva ho na rozlúštenie tejto šifry. Zároveň tým ukazuje svoj postoj k článku.

Titulok *В темном офисе черти водятся* (K, 16.11.2016) využíva odkaz na príslovie *в тихом омуте черти водятся*, ktoré znamená, že tichý, mierny človek je schopný nepredvídateľného konania. Titulok nápaditým spôsobom navádza na článok, ktorý informuje o tom, že okresný súd nariadil ministromi pre hospodársky rozvoj Alexejevi Uľukajejovi trest domáceho väzenia, keďže bol obvinený z brania úplatku.

Autor v titulku *Старая вражда не ржавеет* (K, 11.11.2016) použil odkaz na porekadlo *старая любовь не ржавеет*. Ide o slovnú hračku s využitím tohto porekadla, pričom v článku autor ďalej uvažuje o tom, že miesto hlavného protivníka USA by mohla namiesto Ruska obsadiť Čína. Očakáva sa, že počas vlády Donalda Trumpa sa zmenia priority zahraničnej politiky USA, pričom zmena globálneho protipostavenia v oblasti svetovej ekonomiky vytvára podmienky pre vzájomný súboj Washingtonu práve s Pekingom.

Смех сквозь сложности (K, 8.11.2016) je názov titulku, v ktorom je zřejmý odkaz na porekadlo *смех сквозь слёзы*, ktoré opisuje neveselý smiech v ťažkom psychickom rozpoložení. Článok je rozhovorom autora s talianskym hercom a režisérom Nanni Morettim, ktorý pricestoval prvý raz do Ruska, aby v dvoch mestách predstavil svoju osobnú retrospektívu.

Titulok *Не все то золото, что уран* (K, 14.10.2016) je nositeľom odkazu na príslovie *не всё то золото, что светит (блестит)*, ktoré učí, že by sme nemali posudzovať podľa zovňajšku. Článok informuje o tom, že uránová holdingová spoločnosť plánuje začať s ťažbou zlata v El'kone v Jakutskej oblasti.

V titulku *Дорога — ложка к обеду* (K, 22.9.2016) si autor pomohol prísloviem *дорога ложка к обеду, а там хоть под лавку*, ktorého zmysel je v správnom načasovaní. Hovorí, že všetko má svoj zmysel, keď to príde v pravý čas. Autor sa tu tiež hrá s homonymami *дорога* a *дорога*. V titulku opäť dominuje reklamná a emotívna funkcia, ktorá sa prelína s informačnou, pretože článok informuje o rokovaní, ktoré sa konalo v Novo-Ogareve, kde hodnotili nezjazdnosť ciest a finančnú tieseň malého podnikania. Je tu teda badateľná aj značná dávka irónie.

V titulku *В Японии мягко стелют* (AIF, 14.12.2016) autor využil nepriamy odkaz na príslovie *мягко стелет, да жестко спать*, ktoré vyjadruje, že za peknými slovami nemusia byť vždy aj dobré úmysly. Použitie odkazu na spomínané príslovie dodáva titulku mierne ironický podtón. V článku autor informuje o návšteve Vladimíra Putina v Japonsku a pýta sa, čo táto návšteva sľubuje. Japonsko neodmieta územné nároky Ruska na Kurilské ostrovy. Toto oteplenie vzťahov však vníma ako zmenu japonskej taktiky: *не мытьём, так катаньем*.

Paremiologické útvary boli v titulkoch použité predovšetkým na zdôraznenie reklamnej funkcie, teda na pritiahnutie pozornosti čitateľa, pričom, samozrejme, bola zastúpená aj informačná a emotívna funkcia. Mnohokrát slúžili na prejavenie irónie. Autori veľmi často využívali priame alebo transformované parémie v novinových titulkoch z dôvodu, že v ruskej kultúre sú parémie populárne aj v súčasnosti, ruský národ si stále zachováva veľkú úctu k tradičnej ľudovej kultúre. Skúmaná vzorka 306 novinových titulkov obsahovala 30 titulkov s priamym alebo transformovaným paremiologickým útvarom. Priamo ho autori v titulku použili len 5-krát, ale transformáciu na vytvorenie hádanky pre čitateľa použili 25-krát.

4 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na film alebo televízny program

Titulok *Иван Васильевич меняет Потомского* (K, 15.10.2016) je ukážkou zaujímavej slovnej hračky pri využití názvu filmovej komédie *Иван Васильевич меняет профессию*. Článok pod týmto titulkom informuje o tom, že orlovský gubernátor V. Potomskij v meste Oriol odhalil pamätník Ivanovi Hroznému. V. Potomskij, navyše, pripomenul podobnosť ruského cára so súčasným prezidentom V. Putinom.

V titulku *Струнные люди* (K, 11.10.2016) je pozorovateľný odkaz na film *Странные люди* z roku 1969, pozostávajúceho z troch noviel: *Братка*, *Роковой выстрел* a *Думы*, ktorých hlavní hrdinovia sú čudáci – *странные люди*. V titulku je názov uvedeného filmu využitý na slovnú hru, pretože článok informuje o koncerte skupiny The Cure, pričom autor podotkol, že hudobníci predviedli skvelý koncert a vôbec nešetrili ani struny, ani seba.

V titulku *Шифр и меч* (K, 21.9.2016) autor použil fonetickú slovnú hru s nepriamym odkazom na film *Щит и меч*. Je to sovietsky umelecký film v štyroch dieloch o Veľkej vlasteneckej vojne. Titulok je využitý na slovnú hru, keďže článok informuje o tom, že Federálna bezpečnostná služba Ruskej federácie sa chystá kontrolovať internetové dáta.

Autor titulku *Иди и не смотри* (K, 8.9.2016) využil odkaz na úspešný sovietsky film *Иди и смотри*. Vojnová dráma v dvoch sériách sa začala premietiť v roku 1985, pri príležitosti 40. výročia víťazstva vo Veľkej vlasteneckej vojne. Film získal niekoľko ocenení na významných filmových festivaloch a čitatelia časopisu *Советский экран* ho označili za najlepší film roka 1986. V článku autor rozoberá filmy, ktoré sa predstavili na aktuálnom filmovom festivale v Benátkach. Titulok použil pri opise filmu *Austerlitz*, ktorý je dokumentom natočeným v bývalých koncentračných táboroch, ktoré sa v súčasnosti stali miestom, kam prúdia tisícky turistov. Mnohí z nich si však neuvedomujú pietnosť týchto miest a nezachovávajú patričnú úctu k tým, ktorí boli kedysi súčasťou a obeťami tej hrôzy. Navštevujú tieto miesta nevhodne oblečení, nevhodne sa správajú, nehovoriac o tom, že si dokonca robia moderné selfie.

V titulku *Вокзал на двоих* (K, 2.9.2016) je využitá podobnosť s názvom sovietskeho filmu z roku 1982 *Вокзал для двоих*. Ide o melodramatický film, ktorý sa v roku 1983 predstavil aj na Medzinárodnom filmovom festivale v Cannes a ktorý získal Štátnu cenu ZSSR. Titulok je slovnou hračkou, pretože článok informuje o stavbe hotelového komplexu v priestoroch železničnej stanice v Kursku. Na obrovskej ploche budú postavené apartmány a obchodné centrum. Stavať bude developerská spoločnosť Vesper a Ikon Developmet – preto autor použil uvedený titulok.

V titulku *Умники и умницы* (AIF, 31.8.2016) autor použil odkaz na televízny program *Умницы и умники*, ktorý je celoruskou humanitárnou žiackou olympiádou, vysielanou od roku 1992. Autor titulok využil kvôli podobnosti s témou, ktorej sa venuje v článku. Píše v ňom o Medzinárodnej olympiáde žiakov veľkých miest, ktorá sa bude konať v Moskve. Súťažnými predmetmi sú matematika, fyzika, chémia a informatika. Žiaci z Moskvy tak budú mať možnosť porovnať svoje vedomosti so žiakmi z veľkomiest iných štátov.

Autori použili v titulkoch odkazy na filmy alebo televízne programy predovšetkým z dôvodu podobnosti názvu s témou článku. Okrem reklamnej funkcie bola výrazná emotívna funkcia týchto novinových titulkov. V nami skúmaných 306 novinových titulkoch bola takáto lingvokulturéma použitá 25-krát, pričom 9-krát bola v titulku aplikovaná priamo a 16-krát bola transformovaná.

5 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou reáliami, symbolmi, stereotypmi

Titulok *Дед Мороз и его помощники* (K, 16.12.2016) odkazuje na postavu *Деда Мороза*, ktorého považujeme za súčasť ruskej kultúry. Spolu so *Снегурочкой* sú hlavnými

postavami novoročných sviatkov v Rusku. Autor použil takýto titulok, pretože práve postava Deda Mráza sa spája so splnením novoročných želaní. Článok je totiž smutným príbehom desaťročného dievčatka trpiaceho reumatoidnou artritídou. Každý deň je nútené užívať drahé lieky. Preto autor aj formou titulku, aj ďalej v článku vyzýva čitateľov, aby sa stali pomocníkmi Deda Mráza a formou finančného príspevku pomohli dievčatku zabezpečiť lieky na jeden rok. V titulku je badateľné pozitívne emocionálne podfarbenie.

V titulku *Дружбы народов союз нефтяной* (K, 1.11.2016) je pozorovateľný nepriamy odkaz na slová z hymny Ruskej federácie *Братских народов союз вековой*. Článok pod titulkom informuje o tom, že V. Putin v Astracháne oficiálne uviedol do činnosti ropnú plošinu LUKOILu a zároveň sa zúčastnil na zasadnutí Rady pre medzinárodné vzťahy. Titulok je tak slovnou hračkou s precedenčným textom¹, pričom sa opiera o obsah článku.

V titulku *Кто накормит блинами Америку? Российская сеть питания шагнула за океан* (AIF, 28.9.2016) sa objavuje názov jedného z najstarších jedál ruskej kuchyne *блинов*. Titulok tak odkazuje na obsah článku, ktorý informuje o tom, že hoci americké reštauračné siete na ruskom trhu chýbajú, opačne existuje príklad. Ruská sieť *Теремок* otvorila svoju prvú reštauráciu na Manhattane v New Yorku.

V titulku *Даёшь народное единство!* (AIF, 2.11.2016) je odkaz na *День народного единства*. Je to sviatok, ktorý sa v Rusku oslavuje 4. novembra a prvý raz sa oslavoval v roku 2005. Bol uzákonený na pamiatku udalostí z roku 1612, keď ľudová armáda pod vedením Kuzmu Minina a Dmitrija Požarského oslobodila Moskvu od poľských dobyvateľov. Historicky je tento sviatok spojený s ukončením obdobia Smuty. Článok je venovaný práve spomínanému sviatku. Autor sa zamýšľa nad tým, čo Rusov spája a čo, naopak, jednotu bráni. Titulok púta pozornosť čitateľa a zároveň mu dáva na vedomie, o čom si môže prečítať v článku.

V titulku *Татьянин век* (AIF, 25.1.2017) možno pozorovať odkaz na sviatok *Татьянин день*, ktorý sa oslavuje 25. januára. Je to dvojitý sviatok. Na počesť otvorenia prvej ruskej univerzity v Moskve sa oslavuje aj ako Deň študentov, no zároveň je to aj cirkevný sviatok – Deň svätej mučenice Tatiany. Článok je však oslavou 100. narodenín obyvateľky Petrohradu Tatiany Orlovej. Autor v článku pripomína aj súvislosť s cirkevným sviatkom. Titulok je slovnou hračkou, pričom nápaditým spôsobom púta pozornosť čitateľa.

Titulky, v ktorých bolo možné pozorovať odkaz na ruské realie, plnili nielen reklamnú a emotívnu, ale často aj informačnú funkciu, teda poskytovali čitateľovi informáciu o tom, čo bude nasledovať v článku. V nami skúmanej vzorke novinových titulkov boli použité 24-krát, 5-krát boli transformované a 19-krát boli aplikované priamo.

6 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou združeným pomenovaním

V titulku *Горящие туры угасают* (K, 9.2.2017) je použité združené pomenovanie *горящий тур* (častejšie sa používa termín *горящая путёвка*), ktoré sa zachovalo z čias ZSSR, keď organizácie, ktoré sa nazývali *профессиональные союзы*, rozdeľovali rekreačné poukazy. Ak sa nejaké poukazy z rôznych dôvodov vrátili späť, hovorilo sa, že *путёвка горит*. V súčasnosti sa tento termín používa v spojitosti s dovolenkovými poukazmi „na poslednú chvíľu“, tzv. last minute poukazmi. Článok pod uvedeným titulkom informuje o tom, že cestovné kancelárie vzhľadom na krízu upúšťajú od predaja lacných dovolení na poslednú chvíľu. Uvedený termín je veľmi nápadito použitý so slovesom *угасать*.

Titulok *Лампочка накаливания страстей* (K, 23.1.2017) je kombináciou dvoch združených pomenovaní – *лампочка накаливания* (žiarovka) a *накал страстей* (výbuch

¹ J. N. Karaulov vysvetľuje, že precedenčné texty sú v kognitívnom a emocionálnom vzťahu významné pre určitú osobnosť, no zároveň majú nadosobný charakter, to znamená, že sú známe rozsiahlemu okruhu tejto osobnosti (pozri Karaulov, 2010).

emócií). V článku pod titulkom sa píše o divadelnom predstavení, ktoré sa odohráva vo veľmi zvláštnej atmosfére, ktorá je predpokladom na vyvolanie silných emócií. Diváci nesedia v hľadisku za sebou, ako je zvykom, ale sú usporiadaní do tvaru špirály, pričom nad hlavami im svieti zelené svetlo zo žiarovky.

V titulku *Вор в сухом законе* (K, 12.1.2017) autor využil odkaz na združené pomenovanie (žargón) *вор в законе*. Toto slovné spojenie označuje predstaviteľa elity podsvetia, akéhosi ochrancu zločineckých tradícií. V neformálnej väzenskej hierarchii zaujíma najvyššie postavenie. *Воры в законе*, ktorí si priniesli svoje tradície z dorevolučného Ruska ďalej do zločineckého sveta bývalého ZSSR, stále viedli demonštratívne asociálny život. *Воры в законе* sú spoločenstvom, ktoré má istú podobnosť s tzv. krstnými otcami talianskej mafie, určité odlišnosti však existujú. Sú typickí pre Rusko a krajiny Spoločenstva nezávislých štátov (Rusko, Bielorusko, Ukrajina) a vo svetovej kriminálnej praxi nemajú presnú analógiu. Pre toto spoločenstvo je charakteristické riadenie sa obzvlášť tvrdým kódexom kriminálnych tradícií. Titulok odkazuje na článok, v ktorom autor píše o premiére amerického filmu *Pod rúškom noci*. Film sa odohráva v časoch prohibície v Bostone a na Floride (preto *сухой закон*). Hlavný hrdina je gangster, ktorý rezignoval na zákony.

V titulku *По всей проезжей части* (K, 26.11.2016) autor využil fonetickú hru so združeným pomenovaním *проезжая часть*, ktoré pomenúva časť vozovky, určenú na jazdu bezkoľajových vozidiel a slovom *честь*. V článku pod titulkom totiž píše o tom, že vodiči môžu očakávať nové pravidlá a s nimi aj nové pokuty, ktoré sú dôsledkom aktívneho boja vlády s nedisciplinovanými vodičmi a permanentnými porušovateľmi pravidiel cestnej premávky.

Titulok *Ложный вывоз* (K, 30.9.2016) je ďalšou fonetickou slovnou hračkou s využitím združeného pomenovania. *Ложный вызов* alebo *ложная тревога* je výraz pre falošný poplach. Autor však namiesto substantíva *вызов* použil substantívum *вывоз*. Urobil tak z dôvodu, že ďalej informuje o neuskutočnenej likvidácii skládky odpadu. Píše, že obyvatelia Pečatníkov boli podvedení, pretože likvidácia skládky, ktorá sa nachádza v ich rajóne, im bola prisľúbená, z neznámych dôvodov však jej odvoz zastavili.

Zaujímavou slovnou hračkou s využitím výrazu *бомба замедленного действия* je titulok *Мир замедленного действия* (K, 29.9.2016). Ide totiž o titulok k článku o tom, že japonský premiér sa chystá vytvoriť také podmienky, aby boli južné Kurilské ostrovy vrátené Rusku a aby bola medzi krajinami uzatvorená mierová zmluva.

V novinových titulkoch, ktorých stavebnou časťou boli priame alebo nepriame odkazy na združené pomenovania, išlo autorom väčšinou o vytvorenie slovnej hračky s cieľom upútať pozornosť čitateľa a s cieľom vyvolať v čitateľovi emócie. V skúmanej vzorke 306 novinových titulkov sa vyskytvalo 22 titulkov, kde bolo využité združené pomenovanie, pričom priamo ho autori použili 9-krát a transformáciu na vytvorenie hádanky pre čitateľa využili 13-krát.

7 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na pieseň

Titulok *За ценой не стоим* (K, 13.2.2017) je slovnou hračkou, pričom využíva odkaz na slová z refrénu piesne B. Okudžavu: *одна на всех, мы за ценой не стоим*. Názov piesne je *Нам нужна одна победа* a B. Okudžava ju zložil pre film A. S. Smirnova *Белорусский вокзал* (z roku 1970). Článok je kritikou premiéry divadelnej hry *Апельсины и лимоны* podľa predlohy N. Cowarda *Сенная лихорадка*.

V titulku *Убытки в белых халатах* (K, 19.12.2016) možno pozorovať odkaz na pieseň *Люди в белых халатах* naspievanú V. Trošinom. Titulok je použitý ako slovná hračka, pričom článok informuje o veľkých finančných stratách v oblasti zdravotníctva.

Autorovi titulku *Ой, мама, Шикотан, Шикотан!* (K, 17.12.2016) sa podarila hra s názvom piesne *Ой, мама шика дам*, ktorú naspieval F. Kirkorov a menom ostrova *Шикотан*, ktorý sa nachádza v Juhokurilskom rajóne Sachalinskej oblasti. V článku totiž informuje o účasti V. Putina na tlačovej konferencii v Japonsku, kde sa nechal počuť, že

Japonsko môže, tak ako aj predtým, počítať s vrátením len dvoch ostrovov, a aj to iba po podpísaní mierovej zmluvy.

Titulok *Мои мысли — мои табуны* (K, 4.10.2016) je nepriamym odkazom na slová z piesne O. Gazmanova *Эскадрон: Мои мысли – мои сказуны...*. Titulok je opäť slovnou hračkou, pretože článok informuje o návšteve V. Putina v Orenburskej oblasti, kde, okrem iného, využil možnosť osedlať šesticu divých koní.

V titulku *Ребятам нашего двора* (AIF, 7.9.2016) je použitý odkaz na pieseň *Ребята с нашего двора* naspievanú skupinou Любэ. Článok informuje o tom, ako sa obyčajný dvor v Čel'abinsku zmenil na nádherný park. A to len vďaka jedinému človeku, ktorý sa rozhodol zanechať po sebe niečo hodnotné. Titulok vo svojej podstate teda nielen púta pozornosť čitateľa, ale zároveň ponúka informáciu o obsahu článku.

Titulok *Есть „Билет“ на балет!* (AIF, 7.9.2016) púta pozornosť odkazom na pieseň I. Korneľuka *Билет на балет*, pričom opäť ide o slovnú hračku pri využití tejto podobnosti. Článok je informáciou o podvodníkoch, ktorí si vzali na mušku milovníkov divadla a hudby a predávajú im falošné lístky do divadla. Niektoré divadlá preto upozorňujú, aby si záujemcovia kupovali lístky iba v ich pokladniach alebo priamo cez ich oficiálne internetové stránky.

Autor titulku *Мы с тобой два берега...* (AIF, 30.11.2016) si požičal názov piesne R. Raj *Мы с тобой два берега...*. Tento názov sa mu totiž hodil k článku, v ktorom píše o stavbe nových mostov cez rieku Moskvu.

Odkaz na pieseň *Если долго мучиться* ktorú naspievala A. Pugačovová, použil autor titulku *Долго мучиться?* (AIF, 21.12.2016). Článok pod titulkom je rozhovorom so spisovateľom a učiteľom literatúry A. Olejnikovom, ktorý hovorí o lenivosti detí, o tom, ako sa im nechce čítať, nepoznajú súčasných autorov a pod.

Autori titulkov používali odkazy na piesne najmä ako slovnú hračku, s tým, že využili podobnosť s informáciou poskytnutou v článku. Často vystupovala do popredia emotívna funkcia, keď autori dávali najavo svoj názor a zároveň sa snažili o vyvolanie emócií u čitateľa. Z 306 skúmaných titulkov bolo 19 s takouto lingvokulturémou. 9-krát bola do titulku vložená priamo a 10-krát bola transformovaná.

8 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou súčasným ruským slangom

Titulok *Пятую часть „Роснефти“ слили в Азию* (K, 11.1.2017) je opäť dvojsmyselnou hrou s čitateľom. Slangový výraz *слить* má niekoľko významov, pričom v uvedenom titulku je použitý ako predaj nepotrebných alebo prehodnotených aktív. V článku sa píše o tom, že majitelia 19,5 % akcií uvedenej spoločnosti sa zaregistrovali v Singapure. Urobili tak pravdepodobne pre daňové výhody. Titulok je teda mierne ironickou poznámkou a zároveň sčasti informuje o obsahu článku. Slang dodáva celému titulku hovorový nádych.

Titulok *Сторонам глубоко фиолетово, кто будет рассматривать их спор* (K, 23.12.2016) so slangovým výrazom *фиолетово* je názvom článku, ktorý je rozhovorom s predsedom Arbitrážneho zmierovacieho súdu v Moskve. Uvedený slangový výraz používajú ľudia, keď chcú povedať, že im je niečo jedno, že im je to ukradnuté. Použitie slangu dodáva titulku negatívne podfarbenie.

V titulku *Боб-стон* (K, 14.12.2016) je využitá fonetická slovná hra s pomocou transformácie so slangovým výrazom *зон-стон*, ktorý vyjadruje krádež, napadnutie. Článok pod titulkom informuje o tom, že Medzinárodná bobová a skeletonová federácia sa rozhodla nepovoliť zorganizovanie majstrovstiev sveta v Soči vzhľadom na dopingovú aféru ruských športovcov.

V titulku *Граждане потеплели к власти* (K, 12.12.2016) autor prostredníctvom slangového výrazu *потеплеть* informuje čitateľa, že občania sa vo vzťahu k vláde stali priateľivejšími, priateľskejšími, vládnejšími, menej drsnými. V článku oboznamuje čitateľa

s tým, že občanov, ktorí vládu vnímajú negatívne, je čoraz menej. V celom titulku je badateľná hovorovosť, pričom možno pozorovať aj mierny náznak irónie.

V titulku *Без господдержки не пахнет* (K, 18.11.2016) je jasná dvojzmyselnosť použitého výrazu *пахнуть*. V hovorovej reči sa tento výraz používa ako synonymum pre byť (existovať) alebo veľa pracovať. Zároveň tento výraz v preklade znamená orať. Článok pod titulkom informuje o tom, že ak nebude firmám na výrobu poľnohospodárskej techniky poskytnutá štátna dotácia, produkcia sa môže znížiť, a to až trojnásobne. Použitie uvedeného výrazu dodáva titulku negatívne podfarbenie.

V titulku *Белухи уплыли по серым схемам* (K, 30.9.2016) je použitý výraz *серые схемы*, ktorý v hovorovej reči znamená, že sa niečo uskutočnilo nie celkom v súlade so zákonom, to znamená, že bola využitá nejaká medzera v zákone. Nie je to teda podľa *белой схемы*, čo znamená zákonne, ani podľa *чёрной схемы*, čo znamená úplne nezákonne. A článok informuje o tom, že niektoré spoločnosti na lov rýb v Rusku boli obvinené z nie celkom zákonného predaja ohrozeného druhu rýb do zoologických záhrad v Číne. Využili na to práve dieru v zákone. Článok preto upozorňuje na to, že treba upraviť zákon, aby neboli takýmto spôsobom predávané ďalšie ohrozené druhy kosatiek.

Titulok *Кто с нами спелся?* (AIF, 31.8.2016) je nositeľom slangového výrazu *спелся*, ktorý sa používa pri vyjadrení zosúladenia v speve alebo v prenesenom význame pri *nájdení spoločnej reči*. Článok informuje o konaní festivalu *Спасская башня*, na ktorom každoročne vystupujú aj západoeurópske orchestre. Zaoberá sa otázkou, či a ako politika ovplyvňuje tento koncert. Autor využil dvojzmyselnosť slangového výrazu, ktorý titulku dodal reklamnosť.

Slangové výrazy autori využívali predovšetkým pre ich dvojzmyselnosť, pričom prostredníctvom nich dodávali titulkom emocionálne podfarbenie, často s istou dávkou irónie. Slang je veľmi aktívnou súčasťou súčasného jazyka, čo sa vo veľkej miere odráža v novinových titulkoch, pričom okrem emotívnej pomáha naplniť aj reklamnú funkciu. Slangové výrazy sú veľmi ľahko pochopiteľné, hoci si v titulkoch zachovávajú šifrovaciu úlohu. Slang bol vo vzorke nami pozorovaných titulkov využitý 15-krát, pričom len 2-krát bol transformovaný. 13-krát ho autori do titulku vložili priamo.

9 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na obdobie Sovietskeho zväzu

Titulok *Формализм с человеческим лицом* (K, 18.2.2017) je alúziou na heslo známe z čias existencie Sovietskeho zväzu *социализм с человеческим лицом*, ktoré vyjadrovalo proces akejsi demokratizácie vo vtedajšom totalitnom komunistickom režime. Jeho tvorcom je Alexander Dubček, ktorý sa po nástupe do funkcie predsedu ÚV KSČ aj usiloval o jeho realizáciu. V titulku je uvedený výraz použitý na slovnú hru, keď pri použití substantíva *формализм* poskytuje čitateľovi časť informácie z obsahu článku. Ten informuje o uvedení divadelnej hry pod taktovkou R. Wilsona, ktorý je považovaný za jedného z reprezentantov formalizmu.

Titulok *Что скрывает быт* (K, 19.1.2017) už svojím názvom informuje o obsahu článku pod ním a púta pozornosť práve slovom *быт*, ktoré je tiež iným názvom pre komunálny byt, v ktorom žilo viac rodín, pričom spoločne zdieľali jedno sociálne zariadenie a kuchyňu. Najväčší rozmach tieto byty dosiahli za čias Sovietskeho zväzu. Článok pod titulkom informuje o otvorení výstavy v Petrohradskom múzeu, v ktorom otvorili komunálny byt ako zrkadlo sovietskej spoločnosti.

V titulku *Старые болезни новой реальности* (K, 30.12.2016) možno pozorovať nepriamy odkaz na dielo V. I. Lenina *Детская болезнь „левизны“ в коммунизме*, ktoré bolo venované otázkam stratégie a taktiky komunistickej strany a historickému významu bolševizmu a VOSR. Článok pod titulkom informuje o tom, že napriek veľkým plánom

a očakávaniam v spoločnostiach ruského letectva došlo k veľkým finančným stratám. Úlohou tohto titulku je zaujať čitateľa.

Titulok *Можно и сертификат на стол положить* (K, 10.10.2016) je odkazom na slovné spojenie z čias socializmu *партбилет на стол положить*, čo znamenalo byť vylúčeným z Komunistickej strany ZSSR. Článok informuje o tom, že vláda plánuje sprísniť pravidlá odovzdávania certifikátov na potraviny, nábytok a stavebný materiál. Dokonca, na základe údajov o produkcii, ktoré poskytne Kontrolná agentúra, bude niektoré certifikáty rušiť. Titulok je teda slovnou hračkou, pričom využíva znalosti čitateľa.

V titulku *Металлурги куют железный занавес* (K, 6.10.2016) autor použil slovné spojenie *железный занавес*, ktoré označovalo hranicu medzi krajinami východnej Európy, orientovanými na Sovietsky zväz, a krajinami západnej, kapitalistickej Európy. V článku ďalej píše o tom, že vláda bude riešiť schému cenotvorby na produkciu ocele. Oceliarski producenti totiž navrhujú, aby sa na domácom trhu oceľ predávala drahšie ako na svetovom trhu. Titulok je tak zaujímavou slovnou hračkou, pričom naznačuje obsah článku.

Titulok *Марксизм-симфонизм* (K, 21.9.2016) je alúziou na *марксизм-ленинизм*, na najradikálnejšiu verziu marxizmu, ktorej podstatnú časť vypracoval práve V. I. Lenin. Pre Sovietsky zväz a krajiny bývalého socialistického bloku sa stala podstatou oficiálnej komunistickej ideológie. Článok informuje o festivale Ludwiga van Beethovena v Bonne, na ktorom sa zúčastnilo množstvo ruských hudobníkov, ale aj politikov. Autor naráža na skutočnosť, že na uvedenom festivale odznela aj skladba, ktorej text napísal posledný vodca svetového proletariátu J. V. Stalin.

Výrazy, ktoré predstavovali alúzie na Sovietsky zväz, boli prednostne používané pre svoju dvojzmyselnosť, pričom často dodávali titulkom negatívne emocionálne podfarbenie. Autori sa spoliehali na znalosť čitateľa. V nami skúmanej vzorke boli takéto lingvokulturémy aplikované 15-krát, 7-krát boli použité priamo a 8-krát boli transformované, s cieľom vytvorenia šifry, hádanky pre čitateľa.

10 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom (okrídleným výrazom, precedentným textom) s pôvodom v Biblii

Titulok *Туфелька преткновения* (K, 23.12.2016) v sebe nesie odkaz na okrídlený výraz s pôvodom v Biblii (aj v Starom, aj v Novom zákone) *камень преткновения*, ktorý položil na cestu Boh a o ktorý sa potkávajú všetci neveriaci a tí, ktorí nerešpektujú zákony. V názve možno badať náznak irónie, pretože článok informuje o premiére Prokofievovho baletu Popoluška (preto *туфелька*) v choreografii Alexeja Mirošničenka, ktorý však dej rozprávky preniesol do obdobia roku 1957.

V titulku *Время закипать камни* (K, 22.11.2016) je ľahko postrehnuteľný odkaz na citát zo Starého zákona *время разбрасывать камни и время собирать камни*, ktorý hovorí, že pre všetko na svete existuje ten správny čas. Titulok je slovnou hračkou s týmto biblickým výrazom, pretože článok pod titulkom informuje o tom, že Ruská železničná spoločnosť zaviedla maximálny koeficient len 13,4 % pre dovoz nákladu štrku (preto *закипать камни*) z Ukrajiny. Autor v článku doslova napísal, že Rusko zatvára dvere pred ukrajinským štrkom. Ukrajina tento krok zhodnotila ako protiukrajinský. Do popredia tu vystupuje emotívna funkcia, využitie transformácie uvedeného výrazu dodáva titulku negatívne emocionálne podfarbenie.

Titulok *Турция вернулась на други своя* (K, 11.10.2016) odkazuje na frazeologizmus *все возвращается на круги своя*, ktorý má svoj pôvod v Biblii a ktorého zmysel je v tom, že na svete nie je nič nové, všetko sa dookola opakuje. V titulku je možné postrehnúť ironický nádech, pretože článok je informáciou o návšteve prezidenta RF V. Putina v tureckom Istanbule, kde sa stretol s tureckým prezidentom R. Erdoganom. Autor však v článku dospel k záveru, že takéto priateľstvo nie je možné.

Autor titulku *Бременем смерть поправ* (K, 8.10.2016) použil odkaz na vyjadrenie *смертью смерть поправ*, ktoré má svoj pôvod v Biblii a ktoré naznačuje, že vzkriesenie Ježiša Krista ukazuje, že smrť ako taká vlastne neexistuje. Autor tento výraz použil preto, lebo v článku ďalej píše o tom, že život obyvateľov v Rusku sa predlžuje. Substantívum *время* autor použil z dôvodu, že k vyjadreniu o tom, že život obyvateľstva je dlhší, dospeli vedci na základe výskumu, ktorý niesol názov *Глобальное время болезней*. Možno tu postrehnúť dávku irónie s negatívnym emocionálnym podfarbením.

Titulok *Сохранить соль Земли!* (AIF, 7.9.2016) je slovnou hračkou s výrazom *соль земли*, ktorý má svoj pôvod v Biblii. Použil ho Ježiš Kristus, keď hovoril svojim učeníkom, že oni sú soľou zeme. Tento výraz teda označuje ľudí, ktorí sú tou lepšou časťou ľudskej spoločnosti. Článok pod titulkom je zamyslením sa autora nad napätím, ktoré vzniká preto, že spoločnosť je rozdelená na bohatých a chudobných. Autor, okrem iného, píše o tom, že sociálna politika Ruska je nastavená tak, aby sa tento rozdiel ešte viac prehlboval. Systém je nastavený tak, aby každý myslel predovšetkým na seba, na naplnenie svojich vreciek. Autor teda nechal v titulku vyniknúť emotívnu funkciu.

Výrazy, ktoré majú svoj pôvod v Biblii, autori využívali predovšetkým na vyjadrenie vlastného názoru, keď do popredia vystupovala emotívna funkcia novinového titulku. V skúmaných 306 ruských novinových titulkoch autori použili takúto lingvokulturému 10-krát, pričom 5-krát ju použili priamo a 5-krát ju, kvôli zdôrazneniu emócie, transformovali.

11 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom (precedentným textom) z histórie

Titulok *История мутного времени* (K, 4.2.2017) je alúziou na *смутное время*. Tento termín označuje udalosti, ktoré sa odohrávali v Rusku v období od konca 16. do začiatku 17. storočia. Bolo to obdobie nielen politickej, ale aj sociálnej, hospodárskej a vládnej krízy. Titulok je mierne ironickou hrou s týmto výrazom a odkazom na obsah článku. Článok je informáciou o správe o stave vodných tokov v Rusku, ktorú podalo Ministerstvo prírody Ruskej federácie. Iróniu, pohrdanie, ale aj fonetickú hru poskytuje práve použitie slangového výrazu *мутный*, ktoré sa využíva v negatívnom zmysle.

V titulku *Семнадцатого года не будет* (K, 30.12.2016) je viditeľná hra s výrazom *семнадцатый год*. Autor využil túto hru predovšetkým na upútanie pozornosti čitateľa, pričom zároveň podáva informáciu o 100. výročí VOSR. V článku poskytuje svoj názor, ktorý nadobudol po množstve rozhovorov s politikmi, biznismenmi alebo aj obyčajnými ľuďmi. Všetci by vraj najradšej rok 2017 vypustili alebo preskočili.

Zaujímavú slovnú hračku použil autor titulku *Первый Рим в гостях у Третьего* (K, 25.12.2016), pričom je všeobecne známe, že za Prvý Rím bolo považované Rímske impérium, Druhým Rímom bola Byzancia a Tretím Rímom Moskovská Rus. Moskva bola totiž v 15. – 17. storočí považovaná za dediča byzantského duchovného bohatstva a rovnako ako z Byzancie prijala pravoslávnu vieru, tak boli aj ruskí cári korunovaní podľa byzantských tradícií. Po páde Konštantínopola sa tak stala centrom pravoslavia práve Moskva. V článku autor píše o výstave v Štátnej Tretiakovskej galérii, kam na istý čas poputovali majstrovské umelecké diela z Vatikánu. Autor tak dodal titulku pozitívne emocionálne podfarbenie.

Za originálny možno považovať aj titulok *Из корзин в греку* (K, 15.11.2016), ktorý odkazuje na pomenovanie starej obchodnej cesty *путь из варяг в греку*, ktorá bola vodnou trasou z Baltského mora po Čierne more a spájala trh krajín severnej Európy, Kyjevskej Rusi a Byzancie. Témou článku je síce šport, ale titulok je použitý nápadito, pričom dáva najavo ironický pohľad autora na situáciu opisovanú v článku. Ten totiž informuje o tom, že basketbalový klub Lokomotiv Kubaň sa rozhodol ukončiť spoluprácu s gréckym trénerom Fotsiom Katsikarisom.

V titulku *Грозный Иван. Поддубного упрекали в жестокости и нечестности* (AIF, 28.9.2016) autor použil precedentné meno *Иван Грозный*, aby zdôraznil reklamnosť titulku k článku, ktorý je pri príležitosti 145. výročia narodenia Ivana Poddubného venovaný zaujímavým okamihom jeho života.

Výrazy a precedentné texty s historickým pôvodom boli v titulkoch využívané predovšetkým na vyjadrenie dvojsmyslu, na vyjadrenie alebo vyvolanie emócie, tiež kvôli upútaniu pozornosti čitateľa. Takáto lingvokultúrema bola v skúmanej vzorke novinových titulkov aplikovaná 8-krát, pričom transformácia bola využitá 3-krát a 5-krát bola do titulku vložená priamo.

12 Ruský novinový titulok s lingvokultúrou vyjadrenou frazeologizmom (precedentným textom) s pôvodom v mytológii

Titulok *Железнодорожный узел развяжет частный инвестор* (K, 11.1.2017) je alúziou na frazeologizmus s mytologickým pôvodom *гордиев узел*. Grécka mytológia hovorí, že ten, kto uzol rozviaže, sa stane svetovým kráľom. V prenesenom význame sa tento výraz používa pri riešení neľahkých problémov. Článok pod titulkom informuje o tom, že Ministerstvo dopravy plánuje realizovať projekt železničného uzla Východný – Nachodka formou koncesie. Podľa odborníkov je toto riešenie dôsledkom problémov s doterajšími dodávateľmi. Slovná hračka tak plní nielen reklamnú a emotívnu, ale aj informačnú funkciu. Možno tu tiež pozorovať metaforu *развязать железнодорожный узел*.

Transformovaný frazeologizmus *яблоко раздора* s pôvodom v gréckej mytológii je prostriedkom pre slovnú hračku v titulku *Сирия раздора* (AIF, 28.9.2016). Podľa mytológie zlaté jablko spôsobilo len sváry, nedorozumenia a dokonca vojnu. V titulku je tento frazeologizmus použitý veľmi nápadito. Takýmto spôsobom vyjadruje podstatu problému a poukazuje na obsah článku, ktorý obsahuje informácie o vojne v Sýrii, o podpore provládnej armády Ruskom a naopak, o podpore tzv. umiernennej opozície Západom. Západ pritom obviňuje Rusko zo zločinov proti ľudskosti. V titulku je výrazné emocionálne podfarbenie.

Základom titulku *О Егории Храбром* (AIF, 30.11.2016) je precedentné meno s pôvodom v slovanskej mytológii. *Егорий Храбрый* (*Георгий Победоносец*) je u východných Slovanov považovaný za najuznávanejšieho svätého, je patrónom Moskvy a Ruska. Článok pod titulkom sa pri príležitosti 120. výročia narodenia venuje maršalovi Georgijovi Žukovovi a jeho životu. V tomto prípade nechal autor vyniknúť emotívnu funkciu. Je tu badateľná patetickosť a úcta k maršalovi Žukovovi.

V titulku *Шпица счастья* (AIF, 28.12.2016) autor použil fonetickú hru a transformáciu výrazu *птица счастья*, čo je amulet, ktorý má u východných Slovanov dávne korene. Podkladom preň je mytologický vták *Жар птица*, ktorý disponuje energiou zo Slnka, a tá sa potom prostredníctvom amuletu prenáša aj na obyvateľov domu, v ktorom je zavesený. Článok je rozhovorom s herečkou Katerinou Špicovou (*Катерина Шпица*). V titulku je znovu v popredí emotívna funkcia.

V titulku *Про Илью Муромца снят фильм* (AIF, 22.2.2017) je použité precedentné meno bohatera zo staroruskej byliny. Uvedený titulok však plní predovšetkým informačnú funkciu, pretože v podstate prezrádza časť obsahu článku.

Odkaz na frazeologizmy a precedentné texty s pôvodom v mytológii autori používali v titulkoch predovšetkým na vyjadrenie dvojsmyselnosti a výrazné vyjadrenie emotívnej funkcie. V skúmanej vzorke 306 novinových titulkov boli aplikované 7-krát, pričom 3-krát boli do titulku vložené priamo a 4-krát boli, kvôli vytvoreniu šifry, transformované.

13 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom využívaným vo vojenskom prostredí

Titulok *Штабом марш* (K, 18.2.2017) je hrou s vojenským povelom *Шагом марш!* a slovom *штаб*, čo je vlastne riadiaci vojenský orgán. Článok pod titulkom informuje o oficiálnom stretnutí najvyšších vojenských predstaviteľov Ruskej federácie a USA.

Titulok *Разведка боем* (K, 24.1.2017) je slovnou hračkou pri použití vojenského frazeologizmu *разведка боем*, ktorý vyjadruje získavanie informácií o protivníkovi prostredníctvom nasadenia špeciálnych oddielov. Takáto možnosť sa využíva v situáciách, keď sa potrebné zistenia o protivníkovi nepodarí získať inými spôsobmi. V článku autor píše o výstave (preto *разведка*) s názvom Čínska armáda. Výstava súčasných čínskych vojenských umelcov (preto *боем*).

V titulku *Минерал запаса* (K, 14.12.2016) autor využil odkaz na vojenský termín *генерал запаса*, ktorý označuje generála v zálohe, to znamená, že aj keď sa nenachádza v reálnej vojenskej službe, v prípade potreby je povinný do nej nastúpiť. Titulok sa veľmi invenčným spôsobom snaží zaujať čitateľa, pričom v článku sa môže dočítať o slávnostnom návrate baletu S. Prokofieva *Kamenný kvietok* na scénu Mariinského divadla po pauze trvajúcej 25 rokov.

Pre slovnú hru v titulku *Театр бюджетных действий* (K, 2.11.2016) si autor vybral slovné spojenie *театр военных действий*, ktoré je označením pre teritórium kontinentu a k nemu prislúchajúceho morského a vzdušného priestoru, kde sa uskutočňujú vojenské cvičenia. Cieľom tohto titulku je pritiahnúť pozornosť čitateľa k článku, ktorý informuje o tom, ako po nesúhlase prezidenta Čečenskej republiky Ramzana Kadyrova s rozhodnutím Ministerstva financií Ruskej federácie o krátení investícií na rok 2017, prezident Ruskej federácie V. Putin nariadil zvýšenie nákladov na hospodársky program rozvoja Severokaukazského federálneho okruhu.

V titulku *Марш-бросок на восток* (AIF, 7.9.2016) je použitý vojenský termín *марш-бросок*, ktorým sa označuje urýchlené premiestnenie vojska, ktoré sa realizuje súvisle, bez prestávky. Článok informuje o ceste prezidenta RF Vladimíra Putina do Vladivostoku a vzápätí do Číny, kde sa stretol a rokoval so zahraničnými politikmi a biznismenmi.

Vojenské výrazy boli v titulkoch používané predovšetkým kvôli upútaniu pozornosti čitateľa, bola nimi podporená reklamná funkcia novinového titulku. Okrem nej bola výrazne podporená aj emotívna funkcia, prostredníctvom ktorej autori dávali najavo svoj názor. Emotívna funkcia bola podporená transformáciou uvedených výrazov, ktorá bola v našej vzorke využitá 5-krát. Len raz použili autori takýto výraz priamo. Z 306 skúmaných novinových titulkov bolo 6 titulkov s takouto lingvokulturémou.

14 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou okrídleným výrazom

Titulok *Ни дня без бочки* (K, 26.1.2017) je alúziou na citát *Ни дня без строчки* (*Nulla dies sine linea*), ktorý pochádza z encyklopédie prírodopisu *Naturalis Historia*. Je to jediné dielo Gaia Plinia Secunda, ktoré sa zachovalo. U ruského obyvateľstva tento výrok získal veľkú popularitu v roku 1961, keď vyšla kniha Jurija Olešu *Ни дня без строчки* a možno povedať, že sa stala obľúbeným ruským okrídleným výrazom. Článok informuje o tom, že Ministerstvo financií sa chystá každodenne skupovať valuty z prebytkov ropných príjmov, preto autor použil slovnú hračku a namiesto slova *строчка* použil slovo *бочка*.

Titulok *Наше все и все-все-все* (K, 9.2.2017) je kombináciou dvoch precedenčných výrazov. *Пушкин – наше всё* je veľmi známym a používaným okrídleným výrazom, ktorý sa ustálil od doby, keď ho vo svojom diele *Взгляд на русскую литературу со смерти Пушкина* v roku 1859 použil spisovateľ, básnik, literárny a divadelný kritik A. A. Grigorjev. Výraz *все-все-все* možno považovať za časť z názvu rozprávky *Винни-Пух и все-все-все*. Ide o sovietsky animovaný film, ktorý bol natočený podľa B. V. Zachodera, ktorý rozprávku napísal na motívy

anglického spisovateľa A. Milnea. Titulok by sme tiež mohli zaradiť do skupiny titulkov s odkazom na literatúru a s odkazom na film. Tento titulok je teda veľmi zaujímavým spojením týchto dvoch precedentných výrazov a takýmto pútavým spôsobom dáva čitateľovi na vedomie, čo sa odohráva v článku pod ním. Článok totiž informuje o konaní 24. Puškinského divadelného festivalu, ktorý sa konal v Pskove. Jeho udalosti však reagujú na aktuálny spor medzi prívržencami voľnej interpretácie klasiky a ochrancami pôvodnej klasiky. V tomto titulku je veľmi výrazná emotívna funkcia, možno pozorovať pozitívne emocionálne podfarbenie.

Autor titulu *Если гора не идет к Магомету* (K, 4.2.2017) si pomohol okrídleným výrazom *если гора не идет к Магомету, то Магомет идет к горе*. Ide o výraz, ktorý bol vytvorený na základe východnej anekdoty o Chodžovi. F. Bacon historiku mierne upravil, pričom hlavného hrdinu premenoval na Mahometa. Reklamná funkcia sa prejavuje práve použitím tohto výrazu. Prelína sa s informačnou funkciou, pretože článok pod titulkom informuje o tom, že vodca Nočných vlkov je ochotný ísť za kýmkoľvek na Ministerstvo obrany, len aby obhájil svoj projekt. Titulok teda zaujímavým spôsobom navádza na článok.

Výraz *О времена! О нравы!* (*O tempora! O mores!*), ktorý vo svojich prejavoch často používal Cicero a ktorý sa zaužíval ako ironická forma pohoršenia nad úpadkom všeobecnej morálky, je podkladom pre titulok *О ордена, о нравы* (K, 23.9.2016). Autor použil slovo *ордена*, pretože titulok odkazuje na článok o odovzdávaní štátnych vyznamenaní. Článok je vlastne reportážou z uvedenej udalosti a autor okrem rozhovorov s ocenenými ponúka aj vlastné dojmy.

Okrídlené výrazy v titulkoch plnili reklamnú funkciu, teda boli stavebným materiálom na upútanie pozornosti čitateľa. Výrazne sa však prejavovala emotívna funkcia, v každom z uvedených titulkov bolo možné pozorovať výrazné emocionálne podfarbenie, či už pozitívne alebo negatívne, teda bola pozorovaná aj irónia. Naša vzorka skúmaných titulkov obsahovala len 4, v ktorých bol použitý okrídlený výraz. Priamo bol aplikovaný len raz, ale transformácia na vytvorenie hry s čitateľom bola využitá 3-krát.

15 Ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na nedávne politické udalosti

Titulok *С „болотного дела“ не сняли диагноз* (K, 29.12.2016) v sebe nesie odkaz na tzv. *болотное дело*. Takto boli nazvané udalosti súvisiace s Pochodom miliónov, ktorý sa uskutočnil 6. mája 2012 v Moskve (*Болотная площадь* – preto *болотное дело*). Išlo o protestný sprievod, ktorý sa však skončil potýčkou medzi účastníkmi pochodu a políciou, pričom neskôr bolo viac ako tridsať ľudí obvinených a odsúdených. Článok informuje o jednom z účastníkov *болотного дела*, ktorý aj napriek protestom verejnosti musí zostať v psychiatrickej nemocnici, kam ho poslal príslušný súd.

Titulok *Битва Кудрина* (K, 28.12.2016) je slovnou hračkou, pričom je použitý odkaz na slovné spojenie *битва Кудрина*. Takýto alebo aj názov *битва за будущее России* nesú návrhy na hospodárske reformy bývalého ministra financií Ruskej federácie a súčasného predsedu Centra strategického rozvoja Alexeja Kudrina. Ten sa snaží presvedčiť svojich protivníkov, že reformy sú potrebné z dôvodu, že ruská ekonomika za svetovou zaostáva. Článok pod titulkom informuje o tom, že Centrum pre strategický rozvoj predložilo návrh na zníženie výdavkov na vojakov a dôchodcov v prospech školstva a zdravotníctva.

Titulok *Бархатная эволюция* (K, 30.9.2016) je alúziou na politické udalosti v Československu v roku 1989. Ide o politické udalosti z obdobia od 17. novembra 1989 až do 29. decembra 1989, ktoré viedli k následnému pádu komunistického režimu. Okrem udalostí 17. novembra, keď boli účastníci napadnutí vtedajšou verejnou bezpečnosťou, nebola táto revolúcia sprevádzaná násilím. Preto dostala názov Zamatová revolúcia (*Бархатная революция*) alebo Nežná revolúcia. Titulok je opäť slovnou hračkou, keď je využitá už spomínaná alúzia a zároveň názov jedného z najvhodnejších období na dovolenku

v subtropickom pásme, tzv. *бархатный сезон*. V článku sa totiž píše o tom, že občania Ruska si na jesenné dovolenky vyberajú iné destinácie než doposiaľ. Najčastejším cieľom oddychu Rusov počas jesenných mesiacov je aktuálne Turecko, ktoré odstavilo na ďalšie priečky Tunisko a Grécko. Použitie substantíva *эволюция* dodáva titulku mierne ironický nádych.

V titulkoch s obsahom lingvokulturémy, ktorá odkazovala na nedávne politické udalosti, vystupovala do popredia emotívna funkcia, autori takouto formou vyjadrovali vlastný názor. Takáto lingvokulturéma tiež pomáhala titulkom dodávať ironické podfarbenie. Z celkového počtu 306 skúmaných novinových titulkov autori 4-krát využili takúto lingvokulturému, ktorú len raz aplikovali priamo, a 4-krát použili jej transformáciu.

Záver

Prehľadnosť analýzy 306 novinových titulkov zozbieraných za obdobie pol roka z denníka *Коммерсантъ* (175) a z týždenníka *Аргументы и факты* (131) si vyžiadala ich klasifikáciu z hľadiska obsahu do 15 skupín. Rozdelenie do jednotlivých skupín bolo realizované na základe sémantického spôsobu vyjadrenia lingvokulturémy.

Zozbierané titulky tvoria nasledujúce skupiny:

- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom (75);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na literárne dielo (42);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou paremiologickým útvárom (30);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na film alebo televízny program (25);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou reáliami, symbolmi, stereotypmi (24);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou združeným pomenovaním (22);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na pieseň (19);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou súčasným ruským slangom (15);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na obdobie Sovietskeho zväzu (15);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom (okrídleným výrazom, precedentným textom) s pôvodom v Biblii (10);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom (precedentným textom) z histórie (8);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom (precedentným textom) s pôvodom v mytológii (7);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou frazeologizmom využívaným vo vojenskom prostredí (6);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou okrídleným výrazom (4);
- ruský novinový titulok s lingvokulturémou vyjadrenou odkazom na nedávne politické udalosti (4).

Najpočetnejšiu skupinu tvorili novinové titulky, ktoré obsahovali lingvokulturému vyjadrenú všeobecným frazeologizmom. Takýchto titulkov bolo 75 (K – 41; AIF – 34). Novinové titulky, ktoré boli nositeľmi odkazu na literárne diela, boli druhou najpočetnejšou skupinou, pričom v skúmanej vzorke sa vyskytovali 42-krát (K – 27; AIF – 15). Tretiu najpočetnejšiu skupinu v počte 30 (K – 17; AIF – 13) tvorili titulky, ktoré priamo alebo nepriamo odkazovali na paremiologické útvary. Pomerne početnú skupinu však tvorili aj titulky s obsahom lingvokulturémy vyjadrenej združeným pomenovaním, ktorých bolo 22 (K – 17; AIF – 5) a s obsahom lingvokulturémy vyjadrenej súčasným ruským slangom, ktorých skúmaná vzorka obsahovala 15 (K – 10; AIF – 5).

V skúmaných novinových titulkoch boli najmenej používanými odkazy na nedávne politické udalosti (4; K – 4; AIF – 0) a okrídlené výrazy (4; K – 4; AIF – 0).

V titulkoch zozbieraných za uvedené obdobie novinári väčšinou použili lexikálnu alebo lexikálno-syntaktickú transformáciu, pričom v skúmaných titulkoch boli výrazy s kultúrnou informáciou transformované 166-krát a priamo boli vložené do titulku 140-krát. Či už išlo o priame použitie daného výrazu, alebo transformáciu, takmer vždy bolo cieľom získať pozornosť čitateľa, vzbudiť jeho zvedavosť a záujem o prečítanie si článku. Význam transformácie spočíval vo vytvorení hádanky alebo šifry pre čitateľa, ktorá ho vyzývala na jej rozlúštenie.

V novinových titulkoch zo skúmanej vzorky bola zastúpená základná – nominatívna funkcia spolu s informačnou funkciou, do popredia však najviac vystupovala reklamná a emotívna funkcia. Práve na ich zdôraznenie bola využívaná kultúrna informácia. Prostredníctvom využitia výrazov s kultúrnou informáciou autori často dávali najavo svoj postoj k článku, dávali najavo svoje emócie a zároveň vplývali na emócie čitateľa. V takýchto titulkoch bolo zrejme pozitívne alebo negatívne emocionálne podfarbenie. Veľmi často bolo možné sa stretnúť s tým, že vložením lingvokulturémy (najmä vyjadrenej frazeologizmom alebo slangovým výrazom) do textu novinového titulku mu bola dodaná väčšia či menšia dávka irónie a expresívnosti.

Pri definovaní lingvokultúrnych špecifik ruského novinového titulku je nutné konštatovať, že najčastejšie sa uplatňuje využívanie frazeologizmov, čo znamená, že novinári usudzujú, že ruskí čitatelia sa v nich výborne orientujú a často ich používajú aj v hovorovej reči. Frazeologizmy s hovorovými alebo slangovými stylistickými znakmi sú v súčasnom jazyku čitateľmi veľmi dobre prijímané. Hovorová reč je v súčasnom jazyku médií pomerne frekventovaná, čo sa odráža aj na aktívnom používaní slangových výrazov. Ďalší výsledok je v zhode s predpokladom, že ruský národ je možné skutočne považovať za sčítaný, pretože žurnalisti na tvorbu novinových titulkov vo veľkej miere využívali aj odkazy na literárne diela. Pre ruskú spoločnosť je typická hrdosť na vlastný folklór, čo sa odráža aj vo výsledkoch výskumu. Odkazy na parémie tvorili tretiu najväčšiu skupinu skúmanej vzorky novinových titulkov.

Výsledky výskumu potvrdili, že ruský novinový titulok na oslovenie čitateľa veľmi aktívne využíva práve kultúrnú informáciu. Najpočetnejšiu skupinu v našich sledovaniach tvorili frazeologizmy. Práve tie intenzívne odzrkadľujú charakter obrazného myslenia národa, sú veľmi úzko spojené s jeho kultúrou, tradíciami, obyčajmi, históriou, disponujú teda schopnosťou odzrkadľovať jazykový obraz sveta. A ak má byť lexikálny fond zrkadlom jazykového obrazu sveta, potom vychádza, že ruská spoločnosť si ctí svoju krajinu, je hrdá na kultúru svojej krajiny a to sa prejavuje aj tým, že má prehľad nielen v ustálených slovných spojeniach, ale aj v literatúre, folklóre a na vyjadrenie myšlienky často používa lexikálne alebo frazeologické jednotky, ktoré súvisia s jej kultúrou.

Literatúra:

BEČKA, J. V. (1973): *Jazyk a styl novin*. Praha: Novinář.

BURCL, P. (2013): *Jazyk novinových titulkov*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, Filozofická fakulta.

Lingea rusko-slovenský/slovensko-ruský veľký slovník. (2011). Bratislava: nakladateľstvo Lingea s.r.o.

RUSS-MOHL, S. – BAKIČOVÁ, H. (2005): *Žurnalistika*. Praha: Grada Publishing.

АЛЕФИРЕНКО, Н. Ф. (2010): *Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка: учебное пособие*. Москва: Флинта.

- БРЫКСИНА, И. Е. (2009): *Лингвокультурема как единица содержания билингвального/бикультурного обучения иностранным языкам в высшей школе*. [Cit. 2018-27-02.] Dostupné na internete: <<https://elibrary.ru/item.asp?id=12835899>>
- БУТЕНКО, Е. Ю. (2008): *Базовые единицы лингвокультурологии*. [Cit. 2018-15-02.] Dostupné na internete: <[https://old.rsue.ru/doc/vestnik/2\(26\)2008.pdf](https://old.rsue.ru/doc/vestnik/2(26)2008.pdf)>
- ВАЛЬТЕР, Х. – МОКИЕНКО, В. М., eds. (2005): *Антипословицы русского народа*. Санкт-Петербург: Нева.
- ВОРОБЬЕВ, В. В. (2008): *Лингвокультурология: Монография*. Москва: Издательство Российского Университета дружбы народов.
- ГЛАДКОВА, А. Н. (2010): *Русская культурная семантика. Эмоции, ценности, жизненные установки*. Москва: Языки славянской культуры.
- ГРАЧЕВ, М. А. (2007): *Словарь современного молодежного жаргона*. Москва: Эксмо.
- ЕРМАЧКОВА, О. Е. (2015): Игровые заголовки и приемы их создания. In: Л. В Савенкова – Е. Я. Кедрова (eds.): *Язык как система и деятельность*. Ростов на Дону: Издательство Южного федерального университета, с. 305–307.
- ЖУКОВ, В. П., ed. (2000): *Словарь русских пословиц и поговорок*. Москва: Русский язык.
- КАРАУЛОВ, Ю. Н. (2010): *Русский язык и языковая личность*. Москва: Издательство ЛКИ.
- МОЛОТКОВ, А. И. (1968): *Фразеологический словарь русского языка*. Москва: Советская энциклопедия.
- ПРОХОРОВ, А. М. (1984): *Советский энциклопедический словарь*. Москва: Советская энциклопедия.
- СЕРОВ, В. (2005): *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений*. Москва: Издательство Локид – Пресс.
- СОСЕДОВА, В. С. (2013): *Соотношение понятий «языковая картина мира» и «менталитет» в современной лингвистике*. [Cit. 2018-15-02.] Dostupné na internete: <http://www.vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/42filologiya_sosedova.pdf>

Elektronické slovníky:

- <<https://dic.academic.ru/>>
 <<http://getword.ru/ru/slovari.php?table=fedDSL&alpha=%D0%90>>
 <<http://new.gramota.ru/spravka/phrases>>
 <<http://slovarick.ru/>>
 <<http://www.onlinedics.ru/slovar/frazeolog/g.html>>

Pramene:

- Аргументы и Факты (АИФ). Dostupné na internete: <<https://aif.ru>>
 Коммерсантъ (К). Dostupné na internete: <<https://kommersant.ru>>

Summary

Contemporary Russian newspaper headline from the aspect of linguoculturology

This article is focused on the linguocultural features of the modern Russian newspaper headline based on an analysis of a sufficiently representative sample of Russian newspapers. The newspaper headlines for the linguocultural analysis were selected from two periodicals popular in Russia: *Аргументы и факты* (АИФ) and *Коммерсантъ* (К). The headlines were chosen from both of these newspapers in parallel during a half year period. The introductory part of the article briefly introduces linguoculturology and newspaper headline, while in the next part, there are given specific examples of the analysis of the selected newspaper headlines. In conclusion, there are the summarized results of the research, which include the answer to the question of whether cultural information is used in the Russian mass media, what form is used most frequently, and with what purpose the authors use cultural information in the title and whether they prefer its direct application or its transformation.