**Obraz koronaviru v českých a ruských masmédiích**

**Dariia Andreeva, Darja Vašíčková**

**Slide 1**: Naše dnešní prezentace je věnována tématu “Obraz koronaviru v českých a ruských masmédiích”. Než přejdeme k samotné prezentaci, chtěla bych k ní uvést poznámku. Tato prezentace je spojená s mým disertačním výzkumem, který jsem jenom začala, a proto na její konci nebude klasický závěr o tom, jak je reprezentován určitý fenomén. Na rozdíl od minulé prezentace o konceptualizaci války a míru v ukrajinštině, kde jsme měli systematizované výsledky, tato prezentace je spíše ukázka, jak kognitivní lingvistika může přispět k výzkumu v jazykovědné oblasti.

Moje disertační práce se týče reprezentace mimořádných událostí v českých a ruských masmédiích, zvláštnosti které bych chtěla studovat na příkladu epidemie viru ebola a pandemie koronaviru. Tudíž součástí mé práce je prozkoumat, jak je reprezentován koronavirus v textech českých a ruských zpravodajství. Na jaké teorie se můžeme tady opírat?

**Slide 2**: Za prvé, má tu zásadní význam pojetí jazykového obrazu světa. Toto pojetí je založeno na představě, že v každé kultuře, která si využívá určitého jazyka, je možné objevit souhrn určitých interpretací světa a fenoménů, které jsou jeho součástí. V souvislosti s tím můžeme nahlížet na shody a rozdíly jazykové a řečové reprezentace četných jevů v různých kulturách. Co se týká jazykové reprezentace jevů reality, přispívá k tomu již nám známá kognitivní teorie Lakoffa s Johnsonem, a v této prezentaci uvidíte, jak různé jazykové prostředky včetně metafory se používají k reprezentaci koronaviru.

Za druhé, máme se zamyslet nad tím, proč vůbec má smysl studovat reprezentace jakýchkoliv jevů v masmédiích. Masmédia je jedna z největších sociálních institucí, zapojených do masové komunikace. Teorie konstitutivní komunikace, jejíž autoři jsou uvedení na slidu, předpokládá, že se v průběhu nekonečné komunikace mezi sociálními institucemi a veřejností vytváří kultura určité společnosti. Takže masmédia nejen přenášejí informace, ale podílí se na kulturním vývoji společnosti.

**Slide 3**: Teď se podíváme na to, jaké jazykové prostředky používají masmédia ve článcích o koronaviru. Protože koronavirus značně ovlivnil společenský život v rocích 2020-2021, setkáme se v českých mediálních textech se spoustou neologizmů jako koronakrize, koronákaza, koronáč, koronapanika apod. v ruských textech také najdeme hodně neologizmů, přičemž některé z nich zní téměř stejně jako v češtině, například koronaskeptik, koronapsychóza.

**Slide 4**: V mediálních textech narážíme na variace ve jmenech různých druhů koronaviru. Teprve se každý z druhů jmenoval dle země, kde vznikl ten určitý druh (čínský virus, britská varianta). Rozhodnutí Světové Zdravotní Organizace způsobilo jednoznačný posun v reprezentaci koronaviru: v mediálních textech se začaly objevovat vědecké názvy různých druhů (například delta mutace místo indické mutace).

**Slide 5**: V reprezentaci koronaviru bez pohybu hrají roli přívlastky. V tomto titulku ruského článku covid je popsán jako “bleskový”. Nejzajímavější mezi přívlastky jsou ty, které se stávají součástí více méně ustálených slovních spojení. Tuším, že dnes, když vidíme výraz “drakonická opatření”, vzpomínáme si teprve na koronavirovou dobu. Ten výraz byl použit Janem Blatným a nabyl si popularity v českých masmédiích a v sociálních médiích při popisu plošné karantény.

**Slide 6**: Dále se v mediálních textech často setkáváme s metaforami a personifikací.

Metafory: Na českou společnost koronavirus měl negativnější dopad, a proto virus je v tomto článku zobrazován jako živel, kdežto v Rusku opatření během koronavirové pandemie nebyly natolik striktní, a lidé často nechtěli je dodržovat, v důsledku čeho docházelo k tzv. “rouškovým válkám”, protože někteří nechtěli roušky nosit vůbec.

Personifikace: v případě personifikace koronavirus je prezentován jako osoba, která má svou vůli. V titulku českého článku koronavirus jakoby může mluvit, a v ruském článku jakoby prokazuje schopnost chodit (koronavirus prošel Sibiří).

**Slide 7**: V mediálních textech může docházet k jazykové hře. V případě titulku “Naděje jménem vakcína” je zřejmé, že první část výrazu sestavuje ustálené slovní spojení. Nejčastěji se setkáme s tímto spojením v beletrii, a po “Naděje jménem…” bychom očekávali nějaké vlastní jméno, ale tu máme obecné podstatné jméno, což vlastně tvoří jazykovou hru. Pak máme takové zvláštní spojení v ruském článku, které musím vysvětlit. Kontextuální význam tohoto spojení je “neočekávané zvýšení počtu nakažených koronavirem”, ale výraz “na vyrost” se v ruštině používá výhradně s druhy oblečení a znamená “oblečení (obvykle dětské) větší velikosti, než je potřeba, které může přijít vhod v budoucnu”.

**Slide 8**: jazykové prostředky se používají k zobrazení daného fenoménu v rámci určité řečové strategie. Základní druhy řečové strategie jsou představené na slidu: první je sebe-prezentace, jejíž cíl vyplývá z názvu - zobrazit sebe v lepším světle. Příkladem sebe-prezentace je úryvek z Putinovova vyjádření ke koronavirové nákaze, který byl citován státním zpravodajstvím. Koronavirus je tu personifikován a vystupuje v roli nepřítele, kterého Putin spolu s ruským národem mají porazit. Na rozdíl od sebe-prezentace diskreditace má za cíl ukázat něco v nepříznivém světle. V rámci této strategie při popisu koronavirové pandemie se používá metafora “neúprosné/pomyslné zrcadlo”, které odráží problémy, jež dlouho vyzrávaly v české politice.

Děkuji všem za pozornost!