

FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO
V OLOMOUCI

KATEDRA SLAVISTIKY

Znalost frazeologických neologismů

Knowledge of phraseological neologism

Bakalářská diplomová práce

Vypracovala: Hana Vybíralíková

Vedoucí práce: Mgr. Petra Fojtů

OLOMOUC 2010

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Znalost frazeologických neologismů* vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Petry Fojtů a uvedla v seznamu literatury všechny použité literární a odborné zdroje.

V Olomouci, 10.12. 2010

podpis

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Petře Fojtů za odborné vedení bakalářské diplomové práce, za cenné rady a připomínky, kterými přispěla k jejímu vypracování.

podpis

1.	ÚVOD	6
2.	VYMEZENÍ POJMU FRAZEOLOGIE	8
	2.1 frazeologie	8
	2.2 kulturní frazeologie	10
	2.3 Chápání frazeologie v povědomí respondentů	10
3.	FRAZÉM	13
	3.1 Vznik frazémů	13
	3.2 klasifikace frazémů	15
	3.3 vlastnosti frazémů	17
	3.4 Problematika překladu frazeologizmů	17
4.	NEOLOGISMUS	19
	4.1 vznik nových neologizmů	20
	4.2 rozdíl mezi neologizmem a okasionalizmem	21
5.	FRAZEOLOGICKÝ NEOLOGIZMUS	23
6.	FRAZEOLOGICKÉ NEOLOGIZMY VE SLOVNÍCÍCH	26
	6.1 Definice slovníku	26
	6.2 Frazeologický slovník	26
7.	VYUŽITÍ DOTAZNÍKU	28
8.	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ	30
	8.1 Pojem frazeologizmus	30
	8.2 Nové frazeologizmy zkoumaných sémantických polí	30
	8.3 Analýza dotazníků	31
9.	ZÁVĚR	41
10.	PE3IOME	43
11.	BIBLIOGRAFIE	47

1. ÚVOD

V dnešní době je zcela normální mluvit několika jazyky. Každý, kdo někdy cizí jazyk studoval, ví, že naučit se běžnou slovní zásobu a gramatiku bohužel nestačí. Abychom jazyk ovládali téměř dokonale, je nutné dobře se orientovat v ustálených spojeních, rčeních, či jiných jakýchkoliv frazeologických obrazech. Tuto nutnost uvádí i Evropské jazykové portfolio, které vyžaduje úroveň od B1 za schopnost porozumět frazeologickým obrátům jazyka, od úrovně C1 potom za schopnost tyto obraty spontánně využívat (podle www.msmt.cz). Pro zvládnutí frazeologizmů konkrétního jazyka vzniká řada praktických příruček (např. MC 2008 na materiálu ruštiny), řada prací se problémy při výuce frazeologizmů zabývá z hlediska teoretického (Jankovičová 2006, Křížová 2008 a další). Frazeologické neologismy však do těchto prací zpravidla zahrnovány nejsou.

Jelikož každodenně vzniká celá řada nových výrazů, měli bychom se ale i v této oblasti vzdělávat průběžně a tuto problematiku tedy sledovat.

Aniž bychom si to uvědomovali, jakékoliv frazeologické obraty, rčení, přísloví či pořekadla nás provází každý den. Podle mého názoru každý vzdělaný člověk tyto obraty používá, tímto ukáže pestrost a bohatost své slovní zásoby. Určitě je někdy snazší a také jazykově ekonomičtější vyjádřit myšlenku frazémem. Když řekneme, že někdo *chytá lelky, má něco za lubem* či *kuje pikle*, každý dané situaci rozumí a my se tak vyhneme dlouhému popisu.

Mnohé frazeologické obraty nás spojují s ději, minulou dobou, známými osobnostmi. I když se doba mění, lidé zůstávají stejní a používají (v některých případech) stále stejné výrazy. Když tedy o ženě řekneme, že je jako *Xantipa*, znamená to, že je co do vlastností identická s její předchůdkyní z historie, jde tedy o ženu hádavou a hašteřivou.

Frazeologické obraty považujeme za součást běžné slovní zásoby, proto se i neologismy stávají touto součástí.

Tato bakalářská práce bude věnována právě problematice takovýchto jednotek – problematice frazeologických neologizmů. Bude obsahovat dvě části, teoretickou a praktickou.

V teoretické části se budeme věnovat otázkám typu, *co je to frazeologie, frazém*, kdy a jak používat frazeologické slovníky, jaké typy neologizmů rozlišujeme, co rozumíme pod

pojmem *frazeologismus*, zda vznikají v dnešní době nové neologismy, v jaké míře a proč. V neposlední řadě se seznámíme s pro nás nejdůležitějším termínem - *frazeologický neologismus*. Vymezíme takto určité pojmy, které jsou nezbytné k porozumění práce.

Praktická část je pro nás těžištěm. V této části naší práce seznámíme čtenáře s metodou využití dotazníku při výzkumu frazeologických neologismů, kterou jsme si pro naši práci zvolili. Rozebereme, jakým způsobem jsme se rozhodli zjišťovat znalost jedné skupiny frazeologických neologismů – kalků z anglického jazyka.

V rámci dotazníku samotného a jeho hodnocení se potom zaměříme na dvě základní otázky. První z nich bude otázka, zda jsou tendence ve vzniku frazeologických neologismů, které konstatují frazeologové pro jazyk ruský, shodné také v jiných zkoumaných jazycích. Dotazník byl zhotoven tak, aby nám umožnil zároveň ověřit, zda se frazeologické neologismy, fixované v ruských pracích o frazeologické neologii, staly plnohodnotnou součástí frazeologického fondu ruského jazyka.

Druhá otázka se týká znalosti konkrétních frazeologických neologismů anglického původu, které se rozšířily do jiných zkoumaných jazyků.

Jádrem naší práce budou potom závěry, ke kterým jsme na základě analyzovaných dotazníků dospěli.

Jako **cíl** této práce jsme si stanovili vytvoření dotazníku, na jehož základě vyhodnotíme námi získané informace. Budeme ověřovat znalosti frazeologie, neologismů, také frazeologických neologismů u respondentů různých národností, a to české, slovenské, ruské a kanadské. Tímto budeme moci například porovnat, nakolik se používají frazeologismy u těchto jazyků v praxi, vznikají-li frazeologické neologismy více v ruském jazyce, jazyce anglickém či v jiných slovanských jazycích, kterým se v této práci věnujeme. Pro sestavení dotazníku pro nás byl významný (vzhledem k zaměření našeho studia), jazyk ruský, což se odrazilo zejména v tematickém zaměření první části dotazníku.

Při výzkumu znalosti frazeologických neologismů se zaměříme na věkovou skupinu studentů vysokých škol, tedy na populaci od dvaceti do dvaceti šesti let. Podrobně si popíšeme dotazník a způsob, jakým jsme postupovali v naší praktické části.

V závěru si shrneme veškerý průběh naší práce, jednotlivé kroky, které jsme podnikli k sestavení dotazníku a uvedeme, zda jsme dosáhli cílů, které jsme si stanovili na začátku. Cílem našeho průzkumu, který jsme prováděli ve čtyřech jazycích, je zjistit, rozumí-li respondenti

oblasti frazeologie a neologismům, v čem se jednotlivé jazyky odlišují a zda jsou respondenti schopni použít tyto jednotky ve své jazykové praxi. Práce bude obsahovat také ruské resumé.

TEORETICKÁ ČÁST

Cílem teoretické části naší bakalářské práce je dobře se seznámit se základními jazykovědnými pojmy a termíny, používanými v jednotlivých kapitolách. Takto zamezíme případným neshodám v chápání jednotlivých klíčových pojmů, které, jak bude patrné z naší další práce, jsou v jazykovědě často definovány nejednoznačně. Určitými tématy se budeme zabývat nejdříve obecně a pak konkrétněji.

2. VYMEZENÍ POJMU FRAZEOLOGIE

2.1 FRAZEOLOGIE

Pod pojmem frazeologie si většina lidí, jak to uvidíme v další části, představuje tzv. „ustálená spojení“. Tato představa v povědomí mluvčích odpovídá terminologickým definicím frazeologie. Je potřeba dále ale říci, že frazeologie je určité odvětví jazykovědy, které studuje výrazy, citáty, fráze a slovní obraty v konkrétním jazyce. Vedle souboru frazeologických jednotek je tedy frazeologie jazykovědnou disciplínou, která se zabývá studiem frazeologických jednotek. Za zakladatele této disciplíny považujeme Charlese Ballyho, švýcarského lingvistu. Tato poměrně nová disciplína se začala rozvíjet v druhé polovině 20. století.

V Rusku měl na frazeologii velký vliv V. Vinogradov, filolog, který napsal několik desítek prací týkajících se právě frazeologie a je v považován za zakladatele frazeologie sovětské (podle Stěpanova 2004: 7).

Základní úkol, který stojí před frazeologií, je poznávání frazeologického systému jazyka v současnosti a v historii v jeho vzájemném poměru se slovní zásobou a slovtvorbou (viz např. Шанский 1985: 17) z jedné strany a gramatikou ze strany druhé.

Všestranné zkoumání frazeologického systému současného literárního jazyka nám umožňuje hluboko proniknout v složitý a různorodý život ustálených slovních spojení, mít

představu o jejich základních strukturně-sémantických a stylistických kategoriích, znát jejich původ a vlastnosti fungování a objektivně a správně hodnotit tvůrčí hledání spisovatelů, publicistů, atd.

Protože je termín frazeologie nejednoznačný, v dotazníku jsme se ptali našich respondentů, jak by frazeologii definovali oni a co si pod tímto pojmem představují. Konkrétní příklady si tedy uvedeme v kapitole chápání frazeologie v povědomí respondentů.

V následující kapitole si konkrétněji uvedeme několik pohledů na frazeologii. Budeme čerpat z odborných publikací od různých autorů. V knize Ruská a česká frazeologie:

diachronní aspekty (Stěpanova) se dočteme, že frazeologie je chápána jako za 1) jazykovědná disciplína, která se zabývá výzkumem frazeologických jednotek; za 2) soubor frazeologických jednotek konkrétního jazyka (Stěpanova 2004:17). Takováto definice je definicí nejobecnější, shoduje se na ní většina současných frazeologických prací (srovnej např. Добровольский, Баранов 2008: 9, Mlacek 2007: 17 a další).

Idiomatika je většinou uváděna jako synonymum slova *frazeologie*, v některých pracích pouze jako souhrn idiomů a nauka o nich. Zřídka se v jazykovědě vyskytují pokusy tyto dva termíny od sebe oddělovat. Např. z materiálu Františka Čermáka se dočteme, že on užívá složený termín *idiomatika* a *frazeologie*. *Frazeologie* je označením formálních aspektů jevů, *idiomatika* je označením aspektů sémantických (Čermák 1997: 260).

Frazeologie a *idiomatika* označují jevy podobné, které se překrývají. Užívaná terminologie je nejednotná, stejně tak jako názory na podstatu a šíři jevu. Podle Čermáka *frazeologie* a *idiomatika* jazyka vytváří více hierarchických a po stránce formálních i významově vzájemně dosti odlišných úrovní a to v rozsahu od slova k větě a jejím kombinacím (Filipec – Čermák 1985: 167).

Kromě těchto terminologických užití pojmu *frazeologie* se setkáváme také s použitím neterminologickým. Na toto použití upozorňují někteří teoretikové *frazeologie* již ve starších pracích (např. Mlacek 1984), konkrétní jazykový materiál ze současných internetových zdrojů a jazykových korpusů. Tyto zdroje nám umožnily dokázat, že toto použití je aktuální i v současném období. Zde uvádíme pouze několik příkladů:

- 1) Neterminologické užití pojmu *frazeologie* ve významu „soubor frází, charakteristický pro určitou oblast vyjadřování nebo pro určitou terminologickou oblast“ (viz např. Stěpanova 2004: 17): *výběr terminologie a frazeologie z oblasti meteorologie* (vacc-cz.org); *obsahem kursu je slovní zásoba a frazeologie užitečná v běžných situacích, se kterými se setká každý cestovatel* (ČNK, SYN 2005); *правила и фразеология Радиообмена при выполнении полётов и управлении воздушным движением* (royfc.com);
- 2) Neterminologické použití pojmu *frazeologie* pro označení pustého, obsahově vágního vyjadřování: *Během myšlenkového vývoje se Bondy nevyhnul i zkratům, na čas terminologicky podlehl trockistické i maoistické frazeologii, což později sebekriticky zhodnotil a poučil se z toho* (cinepur.cz).

Tato použití jsme očekávali od respondentů při zodpovídání otázky, co je to frazeologie. Nyní se zaměříme na popis jedné skupiny frazeologických jednotek, na takzvané kulturní frazeologizmy. Důvodem, proč se v další části věnujeme právě této skupině je fakt, že frazeologické kalky bývají zařazovány právě do této skupiny (viz níže). Navíc lze velkou část frazeologizmů, používaných v našem dotazníku, zařadit do skupiny kulturní frazeologie i na základě jejich terminologického původu.

2.2 KULTURNÍ FRAZEOLOGIE

Podstatnou část genetických internacionalismů (pojem Stěpanova 2004: 109) tvoří tzv. kulturní frazeologie. Všichni se v životě s kulturní frazeologií setkáváme poměrně často, ačkoliv málokdo ví, co to zaznamená. Kulturní frazémy typu *Dopadli jsme jak sedláci u Chlumce*, *Kostky jsou vrženy*, *Achillova pata*, *Starý jako Metuzalém* či *Pandořina skříňka* jsou v dnešní době zcela běžné.

Frazémů se užívá jak kulturních, tak lidových. Kulturním se budeme věnovat podrobněji, lidové si jen zběžně představíme. S lidovými frazémy se setkáváme například ve stylu administrativním a také například v politické oblasti (když se hovoří o *převlékání kabátů* – změně názorů) nebo ve sféře ekonomické, když je čas tzv. *utáhnout si opasky*.

V knize *Kulturní frazeologie v současné komunikaci*, (Čechová 1993), autorka tyto frazémy dělí do čtyř kategorií.

Do první kategorie spadají frazémy antického původu. Jak už jsme zmínili výše, jde například o *pandořinu skříňku*, *trojského koně*, *sysifovská práce* či *Ikarův pád*. Jde tedy o různé antické fráze a citáty.

Do druhé kategorie řadíme frazémy biblického původu. Tím máme na mysli frazémy: *jako Šalamoun*, *nevěřící Tomáš*, *ty jsi Farizej*, *kdo po tobě kamenem*, *ty po něm chlebem* a také například *Kdo se povyšuje, bude ponížěn, kdo se ponižuje, bude povýšen*.

Historicko - kulturní frazémy souvisí s dějinami, především s řeckou mytologií, která podstatně přispěla ke vzniku kulturní frazeologie. Záleží tedy na nás, jak dobře známe historii. Zde bychom mohli zařadit například *překročili jsme Rubikon* (G.J.Caesar 49 př.n.l), *šalamounské rozhodnutí*, *dopadnout jak u Waterloo*, *Bude-li každý z nás z křemene, je celý národ z kvádru*.(J.Neruda) .

Poslední kategorií jsou frazémy cizojazyčného původu, jakožto *veritas vinci* (Pravda vítězí), *summa summarum* (celkem), *faux pas* (společenské nedopatření, česky „trapas“), *a priori* (Z předchozího), *de facto*(ve skutečnosti, vlastně) či *post skriptum*. Uvedené příklady jsou frazeologickými jednotkami převzatými v původní podobě. Velkou skupinu přejaté frazeologie tvoří ale také frazeologické kalky, tedy jednotky, které byly přejaty do jazyka doslovným překladem. Právě tato skupina tvoří, v souvislosti se současnou jazykovou situací, velkou skupinu frazeologických neologismů.

Uvedená skupina frazeologizmů je součástí frazeologie, neustále se obohacuje, obnovují se staré frazémy, také vznikají neologismy jako například *Ty konzervo* (hanlivé označení konzervativce, dnes stoupence totalitního režimu) nebo *být cool*, *být in*, *být fit* – jednotky, které mají původ v jazyce anglickém.

Se zájmem o západní kulturu můžeme také použít frazém *vstoupit do Evropy*, *otevřít se světu* - roste totiž vliv angličtiny. Anglicismy jako *sorry*, *fair play* nebo *okay* jsou dnes už tak běžné, že v češtině při omluvě použijeme tzv. *soráč*.

Shrneme-li si kulturní frazeologii, můžeme konstatovat, že s jejím užíváním, především s cizojazyčnou frazeologií, jsou velké problémy. Většina populace nezná dostatečně dobře antickou mytologii, křesťanství či latinu, která vedla ke vzniku mnohých frazeologických

jednotek. To pak v mnohých případech vede k nedorozumění či *faux pas*. Frazémy pak ztrácí svůj smysl a posluchačům často vyznívají naprázdno, i když by mohly dotvářet obraz skutečnosti. Proto by autoři měli užívat frazémy vhodně – se zřetelem na adresáty, popřípadě jim poskytnout vysvětlení v českém jazyce, a to užitím ekvivalentů, výslovností apod. (Čechová, 1993). Tento závěr autorky lze, jak to uvidíme v praktické části, aplikovat také na řadu frazeologických neologizmů, které by bylo možno do kulturní frazeologie zahrnout. Řada těchto neologizmů má totiž terminologický původ, lze je tedy srovnávat s frazeologií kulturní v tom smyslu, že pro jejich pochopení jsou vhodné určité vstupní znalosti.

2.3 CHÁPÁNÍ FRAZEOLOGIE V POVĚDOMÍ RESPONDENTŮ

Jak jsme již uvedli dříve, termín frazeologie je nejednoznačný, proto jsme se ptali našich respondentů, jak chápou tuto disciplínu oni. Každý uměl frazeologii definovat, překvapivě jsme ale obdrželi téměř stejné, či hodně obdobné odpovědi. Podle našeho názoru je tato oblast lingvistiky pro studenty poměrně náročná, tudíž frazeologii chápou jednoduše. Je třeba upřesnit, že tento termín frazeologie vnímají nejednoznačně především teoretikové a odborníci, zabývající se touto disciplínou několik let.

Nyní si uvedeme několik příkladů definic od respondentů. Samotnému vyhodnocování odpovědí se pak budeme zabývat podrobněji v praktické části.

Češi definovali frazeologii poměrně jednoduše a obecně. O frazeologii říkají, že je to věda o frazémech, o ustálených spojeních. Věda, zabývající se studiem frazeologizmů, jejich tvorbou a využitím. Ve slovenštině jsme se setkali s následující definicí: *Jazykovedná disciplína, ktorá skúma ustálené slovné spojenia, ktoré majú zväčša obrazný charakter a z toho dôvodu sa musia interpretovať iba ako celok*. V ruském jazyce respondenti definovali, že frazeologie je *лингвистическая наука о фразеологизмах*.

Podle kanadčanů je frazeologie *The study of words and phrases that are used by a society or group. The way in which words and phrases are used in speech or writing*.

Ani v jednom z jazyků jsme tedy nezaznamenali chápání frazeologie v uvedených neterminologických použitích.

Navíc se řada respondentů pokoušela vysvětlit své chápání frazeologie na konkrétních příkladech. Tyto definice potom dokazovaly, že respondenti chápou pod pojmem *frazeologismus* především jednotky neterminologického charakteru, vždy víceslovné a výrazně expresivní (z

příkladů, uváděných respondenty můžeme uvést např. jednotky *převlíkat kabáty*, *dát co proto komu*, *бить баклуши*, *днем с огнем не сыскать* a další výrazy odpovídající tomu chápání frazeologie, v jakém ji definují uvedené teoretické práce).

3. FRAZÉM

Frazémy a idiomy - lexikální jednotky zkoumá lingvistická disciplína zvaná frazeologie a idiomatika. O té jsme se zmiňovali již dříve, nyní se tedy budeme věnovat frazémům. Podle E. Lotka je frazém definován jako „ustálené spojení slovních tvarů, v němž alespoň jeden tvar má jedinečnou funkci a význam spojení není přímo odvoditelný z významu tvarů (*mít obě ruce levé*), funkční a formální jednotka frazeologie, frazeologismus“ (Lotko 2000: 38).

Pro srovnání uvedeme Mlackovu *Slovenskou frazeologii*, kde je za základní termín označující elementární jednotku frazeologie považována frazeologická jednotka. J. Mlacek chápe frazeologickou jednotku za ustálené slovní spojení, které se vyznačuje obrazností a jednoduchostí svého významu, (tak jako i jeho) a vlastní expresivitou. (Mlacek, 1984: 46)

Příruční mluvnice češtiny uvádí, že frazém je ustálená kombinace alespoň dvou slovních forem, která má celistvý význam (zpravidla nerozložitelný na významy jednotlivých složek) a jejímž charakteristickým rysem je, že minimálně jeden z jejích komponentů je v dané funkci omezen pouze na tuto kombinaci“ (PMČ 1995: 71).

Na frazémy existují tedy různé pohledy lišící se podle toho, co je považováno za jeho základní příznak. Můžeme je například chápat jako víceslovnou lexikální jednotku (*usnout na vavřínech*). Frazém můžeme chápat také jako sémanticky nečleněný a nečlenitelný celek. Nerozpojitelnost a neměnnost slovních spojení a jejich syntaktických vzorců je předpokladem vzniku idiomu. Původně u nich šlo o aktualizační posuny významu, ale častým opakováním se taková slovní spojení zautomatizovala.

3.1 VZNIK FRAZÉMŮ

V Encyklopedickém slovníku češtiny jsme se dočetli, že frazeologismy nejčastěji vznikají v hovorovém jazyce na základě metaforického přirovnání a postupně se stávají permanentní součástí jazyka.

Pro frazeologismy je charakteristické to, že analýza jejich jednotlivých lexémů neumožňuje takovým konstrukcím porozumět, neznáme-li skrytý přenesený význam těchto sdělení.

Ten je dán konvencí a nemusí tudíž nutně vyplývat z významu jednotlivých částí frazeologické konstrukce. Svou sémantickou a denotativní vágností, často spojenou s expresivitou, stojí v přímém protikladu k exaktně definovatelným významům termínů. Zároveň tak vykazuje velkou míru potenciálnosti významu (Karlík a kol. 2002: 140 – 141).

Problém může ale nastat v případě překladu do cizího jazyka, když nemůžeme překlad vyhotovit přímo, ale je nutné, abychom nejprve znali obsah sdělení a až pak ho lze přeložit opisem. P. Ďurčo ve své publikaci popisuje proces tvoření frazémů. Ve frazeologii uplatňuje následující frazeologické mechanismy:

1. Funkčně – sémantické přehodnocení volného slovního spojení, například *infarktová situace, utahovat opasky*.
2. Z ustálených slovních spojení - a to buď přímou frazeologizací ustáleného slovního spojení (odborného termínu) a nebo z ustálených slovních spojení tvořících transformační základ, například *řetězová reakce, černá skříňka, cílová rovinka*.
3. Z jiných frazeologických jednotek. Zpravidla jde o nové kontextové použití, její změny na syntaktické, lexikální, morfologické a stylistické úrovni, což vede k prvním signálům nového vývoje (Ďurčo 1987: 4-11).

Ke vzniku nových frazém z existujících frazém dochází několika způsoby. K nejčastějším patří změna komponentového složení původních frazém a to buď rozšířením nebo zkrácením. Tento proces ve frazeologii teoreticky vysvětlil V. M. Mokienko (1980) v protičech mezi implicitností a explicitností ve vývoji frazémů.

4. Rozvojem polysémie, například rusky *bud' zdorov!*, původně znamenalo pozdrav při loučení, pozdrav při přípitku a dnes se kromě toho také používá jako znak vysokého uznání. Frazém *lišnije ludi* dříve označoval lidi, kteří neuměli uplatnit svoje schopnosti ve společnosti, dnes se tak označují i nezaměstnaní.

5. Dalším způsobem je vznik frazémů podle jiných frazeologických analogií, například rusky *rubl' v rubl'* z frazému *kopejka v kopejku*, *žostkaja posadka* analogií pomocí antonyma z *mjagkaja posadka*. (Ďurčo 1987: 4-11)

3.2 KLASIFIKACE FRAZÉMŮ

Existuje celá řada dělení frazémů. Z hlediska sémantiky, původu, lexiky, expresivně – stylistických vlastností, funkce apod. J. Mlacek rozděluje frazémy podle původu na frazémy domácího původu (frazémy, které vznikly z běžných životních zkušeností, z pohádek) a cizího původu (Mlacek 1995: 70).

Klasifikace podle funkce:

Běžně se vyčleňují tři druhy frazém. 1. frazémy s nominativní funkcí

2. frazémy s komunikativní funkcí

3. frazémy s nominativně-komunikativní funkcí

J. Mlacek k nim pak ještě řadí čtvrtý typ – frazémy, které nemají výraznou nominativní ani komunikativní funkci (Mlacek 1984: 81).

J. V. Bečka rozlišuje frazeologizmy následujícím způsobem:

1. zesilující – vznikají ustálením slovních spojení, v nichž základní slovo je zesíleno slovem, jež vyjadřuje vyšší míru jeho významu (*hrobové ticho*, *navlas stejný*). Jsou většinou původu

lidového a mají charakter přirovnání. Žurnalisté často dávají přednost obrátům s intenzifikujícím adjektivem (*drtivá většina, bouřlivý potlesk*).

2. verbalizační – vznikají a ustalují se za situace, kdy je potřeba uvést ve výpovědi podstatné jméno abstraktní do dějového vztahu (*mít strach, mít radost*); obraty pohybové (*upadnout do rozpaků, klást odpor*). Spojení substantiva a verba nebývá v těchto případech tak těsné jako v ostatních frazeologismech. V tisku jsou verbalizační frazeologismy velmi časté a hodnotíme je jako potřebné a žádoucí, zvyšují totiž pohotovost výrazu.

3. konkretizační (neboli rčení) - označují skutečnost jako celek ustáleným nepřímým pojmenováním složeným, abstraktní jev je tímto konkretizován. Jejich frazeologický ráz je výrazný. Základní jsou rčení slovesná. Některé z konkretizačních frazeologismů jsou původu literárního, ovšem jsou velmi častá i v žurnalistickém slohu, například *udělat za něčím tečku* (Bečka 1986: 28-30).

Jiné rozlišení rozděluje frazeologismy podle funkce:

- frazeologismy s funkcí slovesnou (*měnit barvu, dělat kličky, praštit se přes kapsu*);
- frazeologismy s funkcí jména v nominativu, vzniklé kombinací adjektiva a substantiva (*šedá eminence, růžové brýle*);
- frazeologismy vzniklé kombinací substantiv (*hodina duchů, lev salónů, zkouška ohněm*);
- frazeologismy s funkcí adverbialní, vzniklé kombinací substantiva a adjektiva, případně několika substantiv v jiném pádu než nominativu (*levou rukou, na dosah ruky*);
- frazémy z neautosémantických komponentů (*podle mého, pro nic za nic, jako takový*) (Karlík – Nekula – Rusínová 1995: 71-2).

Z hlediska motivačního pak patří k nejnápadnějším a nejčastěji užívaným tzv. frazémy somatické (*mít z něčeho těžkou hlavu*) (Bečka 1986: 29-30).

3.3 VLASTNOSTI FRAZÉMŮ

Základní vlastnosti vymezují frazémy jako samostatný jazykový útvar. Nejednotnost se projevuje při definování frazémů v rozdílném počtu a charakteru vyčleňovaných vlastností. Po dobu vývoje frazeologické teorie byla vyčleněna kritéria, která vycházela za a) z celistvé povahy frazémů jako útvaru: ustálenost, reprodukovatelnost, ekvivalence slova, vázanost významů komponentů, neodvoditelnost významů frazémů z jejich komponentů, t.j jejich sémantická nerozložitelnost; za b) z povahy struktury frazémů: víceslovnost, syntaktická stálost, nezaměnitelnost komponentů (Filipec, Čermák 1985).

Co se povahy frazémů týče, doteď je tato základní otázka frazeologie, jak se dočteme v publikacích Slavianskaja frazeologija a Česká lexikologie, nevyřešená.

Existují dva odlišné názory. První názor je, že frazémy jsou nemodelové a ustálené syntagmy prvků, ze kterých alespoň jeden je z hlediska druhého členem extrémně omezené a uzavřené paradigm (Filipec, Čermák 1985). Podle druhého názoru je frazeologický systém:

1. Soustava frazémů spojených určitými vztahy, jež tvoří v synchronním aspektě frazeologický fond jazyka. K těmto vztahům patří vztahy systémové, vztahy mezi rozdílnými frazémy, vztahy mezi frazémy a jinými jazykovými jednotkami.

2. Souhrn frazémů, které jsou navzájem spojené ustálenými vztahy na paradigmatickém a syntagmatickém základě. Zvláště zřetelně se objevují dialektické souvislosti synchronie a diachronie v systému tvoření frazém. Jednak tvoření frazém probíhá i v současnosti, jednak výsledky procesů tvoření frazém obsahují i určitý historický moment (Mokijenko: 1980).

3.4 PROBLEMATIKA PŘEKLADU FRAZEOLOGIZMŮ

V souvislosti s frazeologií a frazeologizmy je třeba zmínit problematiku jejího překladu. V praktické části naší práce, tedy při tvorbě dotazníku, jsme se snažili přeložit frazeologizmy z českého jazyka do jazyka slovenského, ruského a anglického. Tento cíl práce výrazně ovlivnil tvorbu dotazníku, protože přesto, že v ruském jazyce existovala celá řada frazeologizmů anglického původu, pro většinu z nich bylo problematické nalézt ekvivalent ve všech třech dalších jazycích. Navíc jsme se pro relevantnost dotazníku snažili omezit na ty jednotky, které měly ekvivalent úplný (další rozdíly by mohly negativně ovlivnit výsledky dotazníků, protože rozdíl ve významu či komponentním složení frazeologizmu ovlivnil všechny ty případy, kde se respondent pokoušel vyvodit význam frazeologizmů z jejich motivačního základu).

Při překladech frazeologizmů do popředí vystupuje skutečnost, že se v ní nejvýrazněji projevuje národní specifická jazyka. Základem frazeologie každého jazyka je obraznost, která je v mnoha případech charakteristická pro daný národ. Frazeologizmy jsou příznakové, expresivní, patří většinou k hovorovému stylu, a tak i text s použitím frazeologizmu je stylisticky příznakový. Tato skutečnost má osobitý význam pro překlad.

V minulosti se zdůrazňovala nepřeložitelnost frazeologie, na druhé straně se zdůrazňoval požadavek, že ekvivalentem musí být v překladu jen frazém. V současnosti se vztah frazeologie a překladu řeší způsobem, který je mezi těmito dvěma krajními póly. Dále Mlacek zdůrazňuje, že jsou již překonané úvahy o nepřeložitelnosti frazeologie. Obecně platí, že frazeologizmy překládáme ekvivalentem.

Ekvivalentní frazémy mohou být úplné nebo částečné. Ekvivalentní frazémy úplné jsou ty, které mají stejný lexikální systém, gramatickou strukturu a tvar, zatímco částečně ekvivalentní frazémy mají stejný lexikální systém a gramatickou strukturu. Mimo tyto dva typy ekvivalentních frazémů zmiňuje ještě bezekvivalentní frazeologii (Mlacek 1995: 32).

Lze překládat frazeologizmy doslova?

Většina teoretiků je skeptická a tvrdí, že to nelze. Ve své publikaci Jiří Černý říká, že otrocký překlad jednotlivých frazeologizmů může působit směšně, může změnit význam sdělení nebo být zcela nesrozumitelný (Černý 1998: 30).

Podobně se o této problematice zmiňuje Straková, která tvrdí, že frazeologismy nelze překládat dle komponentů, nýbrž globálně, tj. frazeologický celek substituuovat celkem jiným, tj. celkem situačně adekvátním a podobným (Straková 1994: 86).

Jak tedy můžeme překládat přísloví a různá pořekadla? V. Fjodorov uvádí tři možné postupy:

1. Často je možný přesný překlad ve věcném významu, přičemž se každé slovo převádí doslova.
2. Vytvoření domácího ekvivalentu je už tvůrčím činem; slova jsou změněna – někdy stačí změnit jedno, někdy více slov, nebo všechna, přičemž se nutně mění i syntax.
3. Převzeme se hotový tvar přísloví a pořekadla z lidové řeči. (Hečko 2000: 143-144).

Vzhledem k tomu, že frazeologie není uzavřenou oblastí, nýbrž právě naopak oblastí dynamickou, je vystižení emocionálního, hodnotícího i dobového příznačného koloritu frazeologismu úkolem někdy dosti obtížným. Proto se překladatelům doporučuje zdroje vybírat (mají-li z čeho) nebo použít opis, kompenzace, dotvořit výraz a podobně.

4. NEOLOGISMUS

V této kapitole se podrobněji zaměříme na pojem *neologismus*, jeho vlastnosti, blíže se také seznámíme s termínem *frazeologický neologismus*.

Tak, jak se mění doba a s ní i životní styl, mění se i slovní zásoba. V dnešní době jazyků a počítačové techniky můžeme očekávat, že se tento vliv projeví jak v oblasti frazeologie, tak i v oblasti neologie. Jak ukazují některé výzkumy, čím dál častěji se u nás objevují nová slova, staré výrazy a znalost přísloví se pak postupně vytrácí, a to jak z běžné, tak i z pasivní slovní zásoby.

U nových slov, popř. slov, kterým v určité literatuře nerozumíme, je těžké určit, jde-li o neologismus či pouhou autorskou metaforu. Při obohacování slovní zásoby čeština s oblibou využívá způsobu přejímání cizích slov. Srovnáme-li přejímání slov mezi češtinou a ruštinou, ruština tohoto způsobu využívá mnohem více. Dochází k přejímání slov jednak z latiny, řečtiny,

také francouzštiny, italštiny a také především z angličtiny. Výhodou těchto slov je bezpochyby mezinárodní srozumitelnost (Bečka, 1986:31-32).

Při užívání cizích slov musíme brát zřetel na cílovou skupinu a jejich správné používání, co se významu týče.

4.1 VZNIK NOVÝCH NEOLOGIZMŮ

V této kapitole si představíme neologismus, řekneme si proč a jak vzniká a také co mezi neologizmy patří. Touto problematikou se zabývá mnoho autorů, my jsme si pro tuto kapitolku zvolili materiály Olgy Martinové (Martinová a kol. 1998: 11-12), definici této autorky srovnáme s definicí E. Lotka. (Lotko 2005 : 78)

Na přelomu XX. a XXI. století dochází v důsledku politických, hospodářských a technologických změn ke změně slovní zásoby a vzniku neologismů. *Neologismus* neboli *novotvar* je lexikální jednotka, která se ve vztahu k existujícím jednotkám slovní zásoby jazyka vyznačuje novostí. Jak z hlediska vzniku, tak i z funkčního hlediska (Martinová 1998: 17). Jak vidíme, tato definice pracuje pouze s aspektem *novosti*, nemluví o neustálenosti neologismů. Tuto neustálenost nacházíme naopak u E. Lotka v chápání, u něhož je neologismus „nevžitý, neustálený tvar, nové slovo, jeho nové užití nebo jiná jednotka v jazyce vzniklá, resp. vznikající nebo převzatá odjinud z potřeby pojmenovat něco nového (...) nebo z důvodů strukturálních (Lotko 2005: 78). Navíc definice E. Lotka zužuje důvod vzniku na pojmenování nových skutečností. Oba tyto rozdíly v chápání neologismů jsou důležité pro práci s pojmem frazeologický neologismus (viz níže).

Proč tedy neologismy vznikají?

Neologismy vznikají z potřeby pojmenovat nové věci, jevy i z potřeby nahradit dosavadní výrazy přesnějšími. Objevují se ve všech komunikačních sférách a útvarech národního jazyka. Neologismy vznikají přejímáním či novým tvořením, dříve užívaná slova nabývají nových významů, jiné kdysi úzce odborné výrazy se dostávají do širšího úzu. Některé výrazy se rychle vžily (*mikrovltná trouba, bankomat*), případně jsou utvořeny běžným způsobem (*kioskář*), jiné však ještě nejsou ustáleny. Mimo běžných výrazů lze zaznamenat i slova tvořená a užívaná příležitostně, často jsou vázána v oblasti literární, kulturní, či publicistické. U některých

nových slov se bude jejich význam ještě s postupem času krystalizovat. Zahraniční zkušenosti ukazují, že asi 60 % těchto slov bude i po delší době v užívání.

Jelikož jsou neologizmy svým vznikem vázány na konkrétní dobu, bývají často charakterizovány jako vrstva dobově příznakových prostředků současné slovní zásoby. Tím tvoří protipól slov zastaralých a archaismů.

Při identifikaci neologismů vycházíme z kritéria časového, v některých případech se klade důraz na psychologické hledisko, tedy pocíťování novosti ze strany uživatelů.

Co se hodnocení neologismů týče, je třeba hodnotit relativně. Některé nové přejaté výrazy mohou rychle zdomácnět a zobecnět jako například slovo *dálnice*. Mezi neologismy patří slova různých oblastí a sfér. Můžeme se například setkat s neologismy, které mají původ ve filmech, ale staly se běžně užívanými, proto je dnes můžeme najít ve slovnících. Pro velký úspěch knihy a filmu si jako příklad uvedeme fanouška příběhů Harryho Pottera, tzv. *potterofila*. Za další novotvary můžeme považovat slova *trailer*, *protibushovský*, *sprejer* či *internetovské pirátství*.

Problematice neologismů se dnes věnuje celá řada disciplín, přistupuje se k ní například z hlediska sociolingvistiky, psycholingvistiky a také psychologie (tamtéž).

4.2 ROZDÍL MEZI NEOLOGIZMEM A OKASIONALIZMEM

V následujícím odstavci bychom chtěli stručně vysvětlit rozdíl mezi neologismem a tzv. okasionalismem. J. V. Bečka označuje okasionalismus souslovím “expresivní neologismus”, ovšem z Chloupkova pojetí vyplývá, že jde o neologismus (Chloupek 1990: 253).

Ve studii jsme se dočetli, že hlavní rozdíl mezi okasionalismem a neologismem v podstatě spočívá v neužívání okasionalismů v jazykovém společenství. To znamená, že si tím uchovávají svou novost, nápaditost a výrazovou neotřelost bez ohledu na dobu, kdy byly vytvořeny. Můžeme tedy okasionalismy charakterizovat jejich řečovým charakterem, jedinečností aktu utvoření, autorstvím, vázaností na daný kontext, jednorázovým užitím a neobvyklostí (Karlík a kol. 2002: 292-293).

Za okasionalismy považujeme slova autorská, kontextový neologismus či autorský neologismus. Ačkoliv jsou okasionalismy považovány za slova řídká, docela často se s nimi

můžeme setkat například při čtení filmových recenzí. Mohou vyjadřovat věci abstraktní, většinou ale nemáme problém jim porozumět, význam je totiž většinou dán v kontextu (*hollywoodizace*).

Příklad:

„Festival tak přerušil svou několikaletou náklonnost k asijské kinematografii, což je samozřejmě hloupé mu vyčítat. Triumf snímku ze Spojených států bude nicméně vodou na subjektivní mlýn všem kritikům programového ředitele Marca Müllera, kteří ho stále silněji obviňují z "hollywoodizace" nejstaršího evropského festivalu“

(http://kultura.ihned.cz/c4-10136710-27293670-J0H000_d-aronofskeho-zapasnik-prepral-cele-benatky, 8. 9. 2008)

Problematika neologismů je velmi aktuální pro všechny lingvisty, i když větší pozornosti se jí dostalo až od konce 60.let. Předmětem zkoumání neologismů je stále snaha vymezit tento pojem co možná nejlépe, vystihnout jejich podstatu a vznik a také jejich zařazení do slovní zásoby. Olga Martincová ve své knize píše, že se dá ke všem těmto oblastem přistupovat z různých hledisek. Hlavním důvodem jsou totiž nejednotné názory na obecné otázky týkající se neologismů (Martincová 2005: 36).

Nyní se budeme zabývat tím, který jazykový jev je považován za neologismus. Pro toto zjištění se využívá jazykově systémového pohledu a také hlediska roviny užití. Při zkoumání z hlediska jazykově systémového se uplatňuje onomaziologický a sémantický přístup. Tedy přístup, kdy vynikají nové pojmenovací jednotky, nová slova, výrazy a neosémantismy (tamtéž).

V souvislosti s naší prací vyvstává problematika frazeologických neologismů a jejich odlišení od okazionálních variantů. Některé práce upozorňují na fakt, že řada nových výrazů, které ve frazeologii vznikají, jsou pouze variantami okazionálními (např. Stěpanova 2004), a to díky tomu, že neexistují jednoznačná kritéria vyčlenění toho, co už je frazeologismem a co pouze variantem (srovnej Хлебда 2008). Tato otázka pak vyvstává v této souvislosti s frazeologickou neologií dost často.

5. FRAZEOLOGICKÝ NEOLOGIZMUS

V následující kapitole se pokusíme definovat, co je to frazeologický neologismus, na základě jakých kritérií se frazeologický neologismus vyčleňuje a dále se pokusíme určit, co tvoří frazeologické neologizmy. Výchozím pro charakteristiku, zejména tematického zaměření, pro nás opět bude jazyk ruský.

V definici frazeologických neologismů se většina frazeologických prací neshoduje. Na toto téma vznikly celé studie, které se pokouší vymezit frazeologické neologizmy na základě určitých lingvistických nebo extralingvistických kritérií (viz. sborník *Komparacja języków współczesnych. Frazeologia* 2008). Za nejdůležitější kritérium je považována ustálenost (Мокиенко 2008: 121).

Ustálení nového výrazu je spojeno s mnohými překážkami. Na jedné straně s rychlým stárnutím a zánikem, resp. s krátkou životností obrazných spojení; na straně druhé je to určení časového momentu objevení nové jednotky, stanovení a zdůvodnění kritérií pro určení novosti výrazu, kde je třeba si určit časovou hranici, jisté rozhraní, jak a s čím porovnávací základ při hodnocení souvisí a také problém první registrace a jeho skutečného výskytu. Někteří autoři zde mluví o tom, že za frazeologické neologizmy lze považovat pouze ty jednotky, které nejsou zachyceny ve slovnících neologizmů. Nicméně toto kritérium je podle našeho názoru problematické vzhledem k tomu, že v současné době vznikají mnohé slovníky frazeologických neologizmů (viz např. Мокиенко 2003).

Vznik nového pojmenování může být reakcí na potřebu označit nově vzniklý jev, například *únik mozků* (emigrace specialistů), *prát špinavé peníze* (legalizovat příjmy z trestné činnosti), a nebo může jít o výrazy, které nově pojmenovávají již známé jevy, například *druhý dech* (nové síly, příliv nové energie), rus.: *koňki otbrosit'* (umřít), *kompostirovat' mozgi* (balamutit) (Ďurčo 1987). Zde můžeme dodat, že pro frazeologizmy je typické užití spíše druhého z důvodu vzniku. Jedná se tedy o vznik za účelem výstižnějšího pojmenování již pojmenované skutečnosti. Takovýto vznik je spojen především s potřebou vytvoření nového,

výraznějšího, expresivnějšího, frazeologického označení, protože, jak uváděla citovaná V. Straková, expresivita se ve frazeologii rychle opotřebovává (viz výše).

Frazeologické neologizmy si na základě uvedených prací autorů můžeme definovat jako takové frazeologické jednotky, které se vyznačují základními vlastnostmi frazeologizmu (víceslovnost, ustálenost, expresivita), jsou ale mluvčími pocíťovány jako jevy nové. Tuto orientaci na pohled mluvčích volíme vzhledem k charakteru naší práce, která zkoumá frazeologické neologizmy právě na základě kritéria jejich znalosti mezi mluvčími. Samozřejmě, že by se dalo uvažovat také o kritériích jiných, a to zejména o časovém vymezení vzniku (některé práce např. považují za frazeologický neologizmus pouze to, co vzniklo v oblasti ruské po období přestavby, v oblasti české a slovenské po roce 1989 – viz. např. Jankovičová 2010). Použití časového kritéria se nám ovšem jeví jako neaplikovatelné na výzkumy, jež jsou prováděné na materiálu našich jazyků; považujeme za nevhodné vyčleňovat neologizmus na základě vzniku po roce 1989 např. v oblasti kanadské angličtiny, kde v tomto období k radikálním změnám nedochází. Navíc lze předpokládat určitou časovou prodlevu mezi vznikem frazeologické jednotky v jazyce anglickém a jejím kalkováním do jazyků slovanských.

Definovali jsme tedy, co považujeme za frazeologický neologizmus. Nyní se pokusíme charakterizovat frazeologické neologizmy co do způsobů jejich vzniku a co do tematického zaměření.

Co do způsobu vzniku frazeologické neologizmy podle V. Mokienka můžeme členit do několika skupin. Frazeologické neologizmy jsou jednak idiomy tradiční, které prochází určitými změnami, jedná se tedy o zkrácená nebo aktualizovaná přísloví, okřídlená slova, pozměněné jiné frazeologické jednotky, citáty z reklam, apod. (Мокиенко 2008: 122). Jako příklad jednotek, které vznikají tímto způsobem, můžeme ze slovníku stejného autora uvést takové jednotky jako jsou *авансы поют романсы* (transformace výchozího *финансы поют романсы*); pro označení starého nefunkčního automobilu vzniká frazeologická jednotka *дышать на автоген*, která má původ ve frazeologizmu *дышать на ладан* označujícím starého nemocného člověka, člověka umírajícího (příklady podle Мокиенко 2003). Proces takovýchto transformací je procesem ve frazeologii velmi aktivním, transformují se nejen dávno známe frazeologické jednotky, ale také jiné frazeologické neologizmy. Jestliže frazeologizmus *биологические часы* patří určitě mezi

frazeologické neologizmy, potom vidíme, že na základě tohoto frazeologického neologizmu vzniká neologismus další – jednotka *биологический будильник* (tamtéž). Početné syntaktické varianty vznikají k neologizmům jako *prát špinavé peníze* či k původem anglickému, hojně kalkovanému *soup oper*.

Další skupinou frazeologických neologizmů jsou podle V. Mokienka ustálená klišé z řeči politiků a z jazyka reklamy (Мокиенко 2008: 122). Příklady potom nacházíme v článku B. Normana o nových parémiiích, který také zdůrazňuje tento zdroj vzniku nových jednotek a uvádí mezi novými příslovími citáty z reklam jako *новое поколение выбирает Пепси* (Норман 2007: 3).

Nové frazeologizmy vznikají dále transformací existujících termínů různých oblastí, frazeologizují se frazeologizmy, které byly původně autorskými neologizmy, dochází k frazeologizaci volných spojení (Мокиенко 2008: 123). Ze jmenovaných tří oblastí je v této skupině výrazně zastoupená první. Jde o většinu kalků z anglického jazyka, které mají internacionální charakter a které jsou právě terminologického původu. Tyto jednotky pocházejí zpravidla z oblasti sportu a z oblasti ekonomie. Uvedeme si zde několik příkladů podle etymologického slovníku ruské frazeologie autorů A. Biericha, V. Mokienka a L. Stěpanové. Z oblasti terminologie ekonomické se takto do jazyka ruského a do jazyků dalších dostaly například následující frazeologické neologizmy: *мозговая атака; верхние десять тысяч* a řada dalších (БМС 2005); ze sportovní terminologie pronikly do anglického jazyka a odtud kalkováním do jiných jazyků jednotky jako *честная игра, второе дыхание* (tamtéž).

Nyní se krátce zmíníme o tematické charakteristice frazeologických neologizmů, zejména výchozího ruského jazyka (existence podobné charakteristiky nám pro jiné jazyky není známa).

Podle těch frazeologických prací, které se zabývají otázkami frazeologických neologizmů, vznikají v ruském jazyce nové frazeologické jednotky zejména pro určité tematické oblasti. Těmito tematickými oblastmi jsou: téma *opilství, narkomanie, sexuální násilí, fyzické násilí, podvody* (Вальтер 2008: 220). Tato témata jsme považovali za výchozí pro sestavování dotazníku.

6. FRAZEOLOGICKÉ NEOLOGIZMY VE SLOVNÍCÍCH

6.1 DEFINICE SLOVNÍKU

Na začátku této kapitoly si budeme definovat pojem slovník, seznámíme se se slovníky, které jsou pro naši práci důležité a které se této problematice týkají.

Slovníky a další publikace slovníkového typu patří v dnešní době k základům naší kultury a vzdělanosti. Můžeme s jistotou říci, že téměř každý člověk ví, nebo alespoň má představu, co to slovník je a jak vypadá. Otázkou však zůstává, kolik lidí by umělo správně slovník definovat.

Většina si asi představí, že jde o nějaký seznam slov, který je řazený abecedně a vysvětluje pojmy z různých hledisek.

Ve studiích Františka Čermáka (Čermák 1995: 230-248) však nemůžeme slovník chápat jako dva prosté seznamy slov, které zaměňujeme podle pravidla kus za kus, což je, bohužel, pro většinu uživatelů běžný pohled.

Slovník bychom měli chápat jako komplexní a vnitřně strukturovaný soubor hesel, ke kterým hledáme ekvivalentní hesla v druhém souboru. Protože ekvivalentem slova není zdaleka vždy jiné slovo, ale i jednotky jiných rovin. Sám název *slovo*, *szótar*, *Wörterbuch*, *sanakirja*, *ordbog*, *žodynas* atd. (oproti *dictionary*, *dizionario* atd.) je klamný. Místo o slovníku by tedy bylo výstižnější mluvit např. o "hesláři".

6.2 FRAZEOLOGICKÝ SLOVNÍK

Frazeologický slovník je slovník, ve kterém se uvádí a vysvětlují frazémy daného jazyka. Podle toho v jakém rozsahu se uvádí jednotlivé frazémy jazyka a také podle toho, jak všestranné a do jaké hloubky a detailů se popisují frazémy, rozlišujeme úplný slovník nebo výběrový, resp. malý frazeologický slovník. Uspořádáním frazeologie podle tematických okruhů vzniká věcně-

tématický frazeologický slovník a to vzhledem do historických a etymologických aspektů historicko-etymologického slovníku, aj.

Při každém frazeografickém zpracování je třeba vyčlenit tři centrální problémy:

1. Výběr frazeologizmů
2. Zpracování nebo interpretace vybraných frazém
3. Třídění nebo jejich uspořádání ve slovníku

Systematizací frazeologického materiálu a sestavením frazeologických slovníků se také zabývají lexikografové. Frazeologizmy společně se slovy jsou zařazovány do výkladových slovníků.

Kromě slovníků frazeologických máme také slovníky neologismů. Po nahlédnutí do slovníku neologizmů (Nová slova v češtině, Slovník neologizmů) nás překvapí, že v podstatě všechna uvedená slova známe. Zajímavé je pozorovat slova ne ta co se ujala, ale ta, která do běžného života nepronikla. Uvedeme si pár příkladů: *domáčenka* (domácí paní, hospodyně), *myšoman* (kdo rád pracuje u počítače s myší) *časenka* (lístek s uvedením času nebo pořadí, ve kterém bude čekající přijat), *od'ák* (člen, příznivec politické strany Občanské demokratické aliance) či *ekoložka* (ekologická jízdenka).

Každý z nás občas potřebuje nahlédnout do odborné publikace a ověřit si nové, neznámé slovo. V takové situaci je zapotřebí použít právě slovník neologizmů. Jaké příručky a slovníky tedy v takové situaci vyhledat? Pro jazyk český a ruský bylo zpracováno několik publikací, které pracují s materiálem neologizmů. Pro ruský jazyk vznikají již dlouhodobě sborníky *Новое в русской лексике*, v českém jazyce můžeme v takovýchto případech nahlédnout do příruček *Co v slovníkách nenajdete* (Sochová, Poštolková 1994). Existuje také slovník neologizmů zmiňované O. Martinové. Frazeologizmy jsou v těchto zdrojích zpracovány ale poměrně nedostatečně.

V anglickém jazyce existuje celá škála odborných publikací, příruček a slovníků. Nejvíce neologizmů v angličtině bychom pravděpodobně našli ve slovníku *The Oxford Dictionary of New Words*, dále také v *International Dictionary of Neologisms* či v *Cambridge International Dictionary*.

Mezi další slovníky neologizmů patří *Cambridge Idioms Dictionary*, *The American Heritage Dictionary of Idioms (The Most Comprehensive Collection of Idiomatic Expressions*

and Phrases), The Oxford Dictionary of Idioms, A Dictionary of Modern English Usage, Fifty Years among the New Words, Neologism in the Lexical System of Modern English: On the Mass Media Material, aj.).

Pokud jde přímo o slovníky frazeologických neologizmů, tyto, jak uvádí V. Mokienko, nejsou dosud zpracovány dostatečně (Мокиенко 2008: 122). Ze zkoumaných jazyků existuje slovník frazeologických neologizmů pouze pro jazyk ruský (Мокиенко 2003), jazyk český si klade za cíl odrazit frazeologické neologizmy i nové vydání Slovníku české frazeologie a idiomatiky (SČFI 2009)

PRAKTICKÁ ČÁST

7. VYUŽITÍ DOTAZNÍKU

Pro praktickou část naší práce, tedy ověřování znalostí frazeologických neologizmů jsme se rozhodli využít dotazníku. I badatelé v dnešní době upozorňují na to, že je nutné kombinovat různé metody. Metody dotazníku využila pro svou knihu i L. Stěpanova a to na materiálu českých frazeologizmů, nikoliv na neologizmech. Přesto se jí touto metodou podařilo řadu nových českých frazeologických jednotek zachytit (srovnej Stěpanova 2004). Z tohoto důvodu jsme se rozhodli použít tuto metodu také pro naši práci.

Domníváme se, že tato metoda umožní zjistit, případně překonat rozpor mezi tím, co je deklarováno slovníky jako typické pro daný jazyk a co mluvčí tohoto jazyka používají reálně.

V úvodu je nezbytné říci, že dotazník má dvě části - onomasiologickou a sémasiologickou.

V prvních dvou úvodních otázkách v dotazníku zjišťujeme, jakou představu mají respondenti o tom, co je to frazeologismus, zda do frazeologie zahrnují pouze frazeologizmy v „úzkém smyslu“, tedy jen expresivní nevětné celky s přeneseným významem nebo i jednotky větné, třeba přísloví, pořekadla, rčení apod., jednotky neexpresivní (tedy termíny, kolokace, gramatické frazeologizmy), případně jiné jednotky. První z daných otázek jsme ze strukturních

důvodů rozebrali v teoretické části naší práce a dále jí nebudeme věnovat pozornost. Rozebereme pouze to, co si mluvčí představují pod pojmem *frazeologismus*.

U anglicky mluvících respondentů měla tato část za cíl zjistit, zda respondenti pod pojmem *idiom* zahrnují jednotky jednoslovné, jak to v anglické tradici bývá.

Druhá část má za cíl zjistit znalost nových frazeologických jednotek. Zde jsme respondenty požádali, aby vyjmenovali frazeologické jednotky určitých sémantických polí. Tato sémantická pole byla zvolena tak, aby respondenti byli motivováni uvést nové frazémy - jedná se o ta sémantická pole, kde je podle dosavadních výzkumů nejvyšší počet frazeologických neologizmů ve výchozím ruském jazyce (seznam viz kapitola o frazeologických neologizmech). Některá z nich jsou zároveň málo obsažená v "tradiční" frazeologii - např. narkomanie. Tímto způsobem jsme chtěli ověřit aktivní znalost neologizmů – respondent měl za úkol vyjmenovat co nejvíce frazeologických jednotek na určité téma, my jsme potom pozorovali to, zda mezi jednotkami, které respondent vyjmenuje, budou frazeologické neologizmy.

V třetí části postupujeme opačně. Respondentům jsou předloženy frazeologické neologizmy a úkolem respondenta bylo definovat jejich význam. V této části dotazníku jsme vybírali jednotky, které vznikly v anglickém jazyce a staly se internacionálními tak, že přešly kalkováním do jiných evropských jazyků.

Zde je cílem zjistit, nakolik jsou tyto jednotky mluvčím známé a srovnat potom znalost anglických respondentů s respondenty jazyků, do kterých jsou tyto jednotky kalkovány. Respondenti byli zároveň požádáni, aby jednotku použili ve větě. Tímto úkolem jsme si ověřili schopnost aktivního použití těchto neologizmů.

Průzkum zaměřený na znalost frazeologických neologizmů jsme realizovali u studentů vysokých škol, různých studijních oborů. Vzhledem k náročnosti dotazníku, celkový počet respondentů nebyl tak vysoký, jak jsme očekávali. I přesto jsme ale dosáhli námi stanoveného počtu, tedy tři sta pětí odpovědí. Tento počet zahrnuje všechny čtyři jazyky, které jsme si zvolili na začátku práce. Největší počet dotazníků se nám podařilo vysbírat pro jazyk český, kdy byly respondenty (především) studenti Univerzity Palackého a to zejména nefilologických oborů (dotazník byl rozdáván na cvičeních ruského jazyka pro neruštíňáře, který navštěvovali zejména studenti nefilologických oborů v rámci povinného plnění cizího jazyka). Při vyplňování dotazníků na slovenských vysokých školách jsme poprosili o pomoc jednoho z přednášejících oboru sociologie ve městě Žilina, čímž jsme také eliminovali znalosti z filologického vzdělání.

Ruské a anglické dotazníky jsme potom rozdávali studentům kanadských vysokých škol; ruské zpravidla pomocí emailové komunikace stejné skupině respondentů s mateřským jazykem ruským.

8. VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ

8.1 POJEM FRAZEOLOGIZMUS

Prvním úkolem respondentů bylo definovat, co je to frazeologismus a uvést několik příkladů frazeologických jednotek. V této části můžeme mezi respondenty ruské, české, slovenské a kanadské národnosti pozorovat dostatečně velké shody. Z definic studentů vyplynulo, že frazeologizmy považují za jednotky, charakteristické především dvěma vlastnostmi: nadslovním charakterem a ustáleností. Tyto dvě vlastnosti jsme mohli pozorovat téměř u každé definice, pokud respondent na danou otázku odpověděl.

Expresivita se vyskytovala zřídka, a to zejména v pracích respondentů ruských. U respondentů ruské a kanadské národnosti jsme se setkali také s dalšími doplňujícími tvrzeními jako například s poznámkou, že frazeologizmy plní stejnou funkci jako slova, nebo s tvrzením, že frazeologizmy mají přenesený význam.

Jako příklad uvádíme dvě nejpřesnější odpovědi v jazyce ruském : *«устойчивое, целостное по значению сочетание слов или предложение»*, *«устойчивое, воспроизводимое сочетание слов»*; a dvě v jazyce anglickém: *„it is an expression used in figurative sence“*, nebo *„an expression whose meanings cannot be inferred from the the meanings of the words that it makes up“*.

Problémem některých odpovědí bohužel je to, že u všech respondentů nemůžeme vyloučit konzultace s odborníky nebo použití odborné literatury či internetových zdrojů.

Odpovědi českých a slovenských respondentů byly zpravidla lakoničtější, respondenti se omezovali na konstatování, že se jedná o ustálená slovní spojení či ustálené fráze.

Příklady, které respondenti uváděli, obvykle odpovídaly tomu, co považuje za předmět svého zkoumání frazeologie v dnešním smyslu (tedy ustálená víceslovná expresivní spojení včetně např. přirovnání a přísloví). Respondenti zpravidla (s výjimkou několika ruských dotazníků) do frazeologie nezahrnují jednotky víceslovné a neutrální, jakými jsou víceslovné termíny, verbonominální spojení apod. Z nejčastěji uváděných příkladů z dotazníků si výběrově uvedeme několik příkladů v každém jazyce: mezi ruskými respondenty: *дать дуба; сесть на мель, считать ворон, прикусить язык*; mezi anglickými respondenty *a peace of cake, when pigs fly, hold your horses*; mezi českými respondenty *vyhodit si z kopytka,; mít oči jako poměňky,; chudý jako kostelní myš,; tlouci špačky, být jako paprika, valit oči,;* mezi slovenskými respondenty dominovaly tyto příklady: *niekto nevie, kde mu hlava stojí,; dať si do nosa,; nemať hlavu ani päťu* a další.

V teoretické části jsme uvedli, že jeden z cílů této otázky je zjistit, zda respondenti kanadské národnosti považují za *idiom* také jednoslovné výrazy. Na základě analyzovaných anket můžeme udělat závěr, že respondenti tyto jednotky do frazeologie nezařazují. Za *idiom* je mezi mluvčími považována pouze jednotka nadslovního charakteru, což je patrné jak ze způsobu, jakým respondenti frazeologizmus definovali, tak z uvedených příkladů (obojí viz výše).

Poslední, o čem se v tomto oddíle zmíníme, jsou jednotky, které respondenti do frazeologie zařadili přesto, že by tam podle uvedených definic z odborných prací patřit neměly. Tato situace vznikala velmi výjimečně, pouze výlučně u ruských respondentů a mezi jednotkami, které tito respondenti do frazeologie zařazovali, byly jednotky typu *всего хорошего, до новых встреч* (obecně tedy fráze komunikativního charakteru).

8.2 NOVÉ FRAZELOGIZMY ZKOUMANÝCH SÉMANTICKÝCH POLÍ

Cílem dotazníku bylo najít odpovědi na dvě otázky: 1) jsou frazeologické neologizmy natolik rozšířené a natolik ukotvené v povědomí respondentů, že si je vybaví, pokud se budou pokoušet popsat frazeologicky určitý jev nebo si respondenti vzpomenu spíše na jednotky existující ve frazeologii delší období?; 2) pokud je pro ruský jazyk typické, že vznikají frazeologické neologizmy primárně pro určitá témata, vznikají neologizmy na stejná témata také v dalších zkoumaných jazycích? Pokud ano, jsou respondentům známá, vybaví si je?

Abychom mohli odpovědět na tyto otázky, požádali jsme respondenty, aby vyjmenovali co nejvíce frazeologizmů následujících sémantických polí: *fyzické násilí, znásilnění, případně jiné činnosti, spojené se sexuální násilím, podvod, opilství, narkomanie*. Seznam zkoumaných sémantických polí tedy odpovídá seznamu těch sémantických polí, které se podle teoretiků rozvíjí ve frazeologické neologie nejvíce (viz výše). U sémantických polí *opilství, fyzické násilí, podvod*, kde existovalo velké množství frazeologizmů, které nepatří do skupiny frazeologických neologizmů, jsme se zaměřili na první otázku. Zkoumali jsme tedy, zda si respondent vybaví mezi frazeologizmy také neologizmy. U frazeologických polí *narkomanie, sexuální násilí* jsme se soustředili na druhou otázku; tato sémantická pole nebyla natolik obsazena „tradiční frazeologií“. Zde jsme se zaměřili zejména na to, zda budou znát respondenti jiné než ruské národnosti, stejný nebo alespoň přibližně podobný počet frazeologizmů – tedy na to, zda jsou tato sémantická pole obsazována v jiných zkoumaných jazycích stejně.

8.3 ANALÝZA DOTAZNÍKŮ

Analýza dotazníků ukázala následující skutečnosti:

Ruští respondenti, kteří pro nás – vzhledem k charakteristice otázky – představovali výchozí skupinu, uváděli zpravidla velké množství frazeologických jednotek těchto sémantických polí. V dotaznících, které byly co do počtu uvedených frazeologických jednotek nejpočetnější, uváděli respondenti až 12 frazeologizmů, zvláště početné byly odpovědi v tematickém poli *opilství a fyzické násilí*. Uvádíme zde příklad jednoho z nejobsáhlejších dotazníků co do počtu odpovědí: *пить горькую, пьян в стельку, в доску, до положения риз, в лоскуты, в сисю, в жопу, в дымину*. Dále se v daném dotazníku objevovaly odpovědi, které byly zjevně nesprávné – význam frazeologizmů neodpovídal zkoumanému sémantickému poli: *морочить голову, втирать очки*.

Na základě analýzy odpovědí a její srovnání se slovníkem ruských frazeologických neologizmů, případně s dalšími pracemi týkajícími se ruské frazeologické neologie (např. Вальтер 2008, Бирих, Матешич 2008) můžeme konstatovat, že v sémantických polích *opilství, fyzické násilí, podvod* dávali ruští respondenti přednost frazeologizmům, které neměly neologický charakter. Zde můžeme ale kromě jejich neznalosti předpokládat důvod, že respondenti pocítují tyto jednotky jako silně hovorové, příliš expresivní až vulgární. Na druhou

stranu, pokud respondent dokázal upustit od morálních předsudků při vyplňování dotazníků, odrážela se zde silná tendence k vulgarizaci jazyka. Z frazeologických neologizmů jsme zde zaznamenali zejména neologizmy, které obsahovaly vulgární komponent (např. *пьян в жопу*). Z neologizmů jsme zaznamenali pouze jednotku *узреть бутылбол*, která se opakovala ve více dotaznících. Zajímavým faktem bylo, že řada ruských respondentů, přesto, že v teoretické části dotazníku správně definovala jak frazémy, tak i frazeologii, v praktické části uváděla jednoslovné frazeologické neologizmy (vyskytovaly se například jednotky *торкать*, *ужалиться*).

Můžeme tedy říci, že frazeologické neologizmy v používání ruských respondentů z řad studentů vysokých škol výrazným způsobem nedominovaly. Pokud z vyhodnocených ruských dotazníků uděláme procentuální závěr, bude přibližně platit, že z 32 ruských dotazníků, které nám respondenti vyplnili, se v zhruba v 45% dotazníků vyskytovaly neologizmy, pouze ale asi v 10% se vyskytoval frazeologický neologizmus.

V dotaznících, které vyplňovali respondenti jiných jazyků byla situace následovná: největší počet frazeologických jednotek uváděli respondenti kanadské národnosti. Největší synonymií se vyznačovali frazeologizmy z oblasti opilství. Uvádíme opět příklad pouze z jednoho dotazníku: *drink like a fish, drunk like a horse liquor, drunk as a dog's hair of a dog's back, drunk like a lord, sheet to the wind*.

V českém dotazníkovém materiálu, který je nejpočetnější, se vyskytovalo výrazně méně synonym, a to na všechna uvedená témata. K tématu *podvod* se vyskytoval ve většině témat pouze jeden frazeologizmus, a to jednotka *nasadit parohy*. Ani v jednom dalším tematickém seskupení jsme nenašli žádný frazeologický neologizmus. Z ustálených spojení se nejvíce frazeologizmů vyskytovalo v tématu *opilství*, nejběžnější byly jednotky *mít opici, být na mol, být na šrot*. Velká synonymie byla také v tématu *zbít koho*, kde byla nejběžnější spojení *dostat co proto* a *dostat přes tlamu*.

Ve slovenských dotaznících byla situace stejná. V tématu opilství dominovala spojení *opitý jako činka, spitý do nemoty*. Téma fyzického násilí bylo obsazeno frazeologizmy *dat' do nosa, dat' do držky, zrovnať zo zemou*.

Ve druhém tematickém okruhu, tedy v okruhu, ve kterém byly obsazeny téměř výhradně pouze frazeologickými neologizmy, jsme se setkali s bohatou synonymií zejména v oblasti narkomanie. Zde byl vidět evidentní zájem o tuto oblast. V některých případech nám respondenti

poskytli také internetové odkazy na stránky, na kterých bylo možné nalézt tyto jednotky, případně jazykovou hru s těmito jednotkami. Pokud respondenti vyjmenovali frazeologické jednotky s tématem *narkomanie*, uváděli je v počtu od jednoho až po 5 jednotek; vyskytovaly se také jednotky lexikální, výrazně expresivní a zpravidla slangové (*тяжелый кумар, крыша едет, плотно сидеть, торкать, ужалиться*). U respondentů kanadské národnosti byl počet těchto jednotek také velmi početný (max. počet 14 jednotek, z toho ale jen dvě slovního charakteru. K nejběžnějším odpovědím patřily jednotky *getting some doupe, going to market, acid head, african bush, pack of rocks*. Čeští a slovenští respondenti nechávali tato témata často bez odpovědi. Pokud se odpověď vyskytla, obsahovala zpravidla 1 až 2 jednotky (v češtině *dát si lajnu, dát si brko, dát si špeka, brát sníh*, ve slovenštině *dať si kox, dať si šluka*).

Nejméně obsazeným bylo téma sexuálního násilí. Ruští respondenti zde zpravidla neuváděli žádnou odpověď nebo se jednalo o odpovědi, které uváděly jednotky lexikálního charakteru (až 26 z 32 ruských dotazníků). Málo se zde vyskytovaly odpovědi i v jazyce českém a slovenském. Pokud respondent odpověděl, nazval zpravidla jednotku lexikální (*zbouchat někoho, přefíknout někoho, slovenské pretiahnuť koho*). Překvapivě početné byly odpovědi kanadských respondentů. Zde jsme napočítali přes 30 různých jednotek. Maximální počet uvedený jedním respondentem, byl 16 jednotek, všechno frazeologických. Mezi nejčastěji zmiňované frazeologizmy patřily jednotky *tea bagging, back dooring, paying the rent*.

Z analýzy první části tedy vychází následující závěry: 1) z frazeologických neologizmů se v řeči vysokoškolské mládeže staly běžně používanými zejména ty jednotky, které mají vulgární charakter. Frazeologických jednotek, které patří mezi neologizmy a respondenti je uváděli, bylo poměrně malé množství; 2) nové frazeologické jednotky pro označení sfér, dosud méně označovaných frazeologií, se vyskytovaly v nejvyšší míře v ruském a anglickém jazyce – nebo je minimálně zde dokázali respondenti uvést v největším počtu; 3) frazeologické jednotky vznikají v současné době ve zkoumaných jazycích dominantně pro stejné oblasti, počet nově vzniklých a známých mluvčím jednotek je ale zřejmě nejvyšší v anglickém a ruském jazyce. V jazyce slovenském a českém vzniká spíš větší počet variant stejné jednotky.

Nyní zanalyzujeme výsledky druhé části našeho dotazníku.

Pro tuto část našeho dotazníku jsme zvolili několik frazeologických neologizmů, které splňovaly následující kritéria: a) měly původ v anglickém jazyce; 2) vyskytovaly se ve stejné formě ve

všech zkoumaných jazycích; 3) bylo možné deklarovat jejich použití nejen na základě toho, že byly zachyceny ve slovnících, ale také na základě materiálu jazykových korpusů a internetu. Problematickým bylo zejména druhé z uvedených kritérií, protože většina frazeologických jednotek anglického původu, které zachycuje slovník ruské frazeologické neologie, se v jiných jazycích nevyskytovala.

Výsledkem tohoto výběru byl soubor osmi frazeologických neologizmů, ve výchozím jazyce – ruštině, konkrétně těchto: *белые воротнички, черная дыра, кто есть кто, промывание мозгов, свет в конце тоннеля, золотой парашют, скелет в шкафу, это не моя чашка чаю*. Seznam zkoumaných jednotek bylo, samozřejmě, možné ještě rozšířit o několik dalších jednotek, které by splňovaly tato kritéria. Obávali jsme se však příliš dlouhého dotazníku, který by mohl být pro respondenty obtěžující.

Rozebereme zde krátce jednotlivé frazeologické neologizmy, jejich použití ve zkoumaných jazycích a také poté výsledky dotazníkového šetření.

Jednotka *белые воротнички* má podle slovníku ruské frazeologické neologie význam «о лицах наемного труда, занятых умственной деятельностью (служащие, управленцы, компьютерщики и т.п., обычно высокооплачиваемые)» (Мокиенко 2003: 16). Použití je spojeno zejména se sférou publicistiky (tamtéž), což dokazují také námi nalezené příklady použití: *В развитых странах белые воротнички составляют основную массу работников, превосходящую по количеству производственных рабочих* (aif.ru). Stejná je situace v jiných jazycích. Jednotka má zde samozřejmě také stejný význam. Příklad uvádíme výběrově pouze pro český jazyk: *Кdyž přijde řeč na nechápavost, technici mohou být stejně natvrdlí. Jiná historka se týká skupiny techniků, kteří na podnikové prezentaci laškovali na téma, jak málo je zajímavá, kolik firma vydělá - bílé límečky se s námi stejně nepodělí. A přitom jaksi zapomněli, že každý rok mohou využít opce k nákupu firemních akcií* (modernirizeni.hned.cz). Znalost této jednotky byla ze zkoumaných jednotek jedna z nejvyšších. V anglických a ruských dotaznících převyšovaly odpovědi, které lze uznat za správné - počet 90%. Respondenti zde uváděli obvykle to, že se jedná o osoby, které se zabývají nefyzickou prací, osoby s vyšší intelektuální úrovní, případně, že se jedná o podnikatele nebo manažery.

U českých a slovenských respondentů byla znalost této jednotky nižší, a to dost výrazně. Ze 130 rozdaných českých dotazníků bylo možné uznat za správné přibližně 30 odpovědí, které obvykle uváděly, že se jedná o manažery, úředníky, lidi, pracující v kancelářích.

Z nejuvýstižnějších odpovědí můžeme uvést jako příklad tuto: „manažeři, pracující inteligence, pro kterou je typická práce v kancelářích“. Jako příkladovou větu zde respondent uvedl *v poslední době vzrůstá počet trestných činů páchaných bílými límečky*. V slovenských dotaznících se odpovědi pohybovaly na úrovni necelých 30% s podobnou charakteristikou.

Druhým zkoumaným neologismem byl neologismus *černá díra*. Tento neologismus jsme do dotazníku zařadili proto, že má terminologický původ. Bylo tedy možné očekávat, že respondenti budou vycházet z tohoto termínu – pokud jim bude znám.

Neologismus *черная дыра* definují slovníky ruské frazeologie co do významu takto: „Место, где всё исчезает, поглощается бесследно“. Jeho původ je spojen, jak bylo uvedeno, s anglickým termínem „калька с англ. *black hole* - космический объект, являющийся результатом катастрофического гравитационного сжатия звезд, непроницаемый сгусток звездного вещества. Фразеологическое значение развилось на основе факта, что в зоне этого объекта все другие космические объекты поглощаются (БМС 2005:214)“. Použití tohoto neologismu je také doménou sféry publicistiky (tamtéž). Mimo tuto sféru jsme jednotku zachytili také v názvu jedné slovenské písně (Desmod – čierna diera). Ve srovnání s neologismem *bílé límečky* je však podle toho, co jsme mohli pozorovat na internetu, výrazně zvládnutější, a to ve všech jazycích, kterým se v naší práci věnujeme.

Průzkum ukázal výrazně menší znalost, než u předcházejícího frazeologismu. Z ruských dotazníků byla špatná odpověď uvedena pouze v necelých 50% - 14 z 32 dotazníků, ve všech uvedených případech byla správná a jako její nejtypičtější formu můžeme uvést „место, куда все исчезает“, což je definice blízká slovníkové. Charakteristické je, že žádný z respondentů v ruském jazyce neuvedl příklad použití.

Angličtí respondenti uváděli zpravidla odpověď na terminologické úrovni, např. „black hole refers to an area of space where nothing, not even light can escaped it's gravitational pull“. Tyto odpovědi tvořily přibližně 70% odpovědí (s různou přesností definicí termínu). Asi 20% respondentů se pokusilo definovat tuto jednotku jako jednotku s přeneseným významem. Za správné můžeme uzнат odpovědi pouze ve výjimečných případech (asi 3 ze všech 65 dotazníků). Ostatní „frazologické definice“ byly buď velmi vágní – definovaly jednotku jako něco nebezpečného, negativního a to včetně osob - nebo v několika případech jako negativní událost, která obírá lidi o energii (definice která zjevně vycházela z termínu).

U českých respondentů byla situace výrazně odlišná. Respondenti definovali jednotku správně v cca 16% případů (20 ze 130 správných nebo uznatelných definicí). „Typickou“ byla definice „*místo, kde se něco ztrácí*“. Terminologická definice byla poměrně zřídka, pokud se vyskytovala, byla obvykle neurčitá, např. „*něco z vesmíru*“ (cca 3% odpovědí). Z chybných odpovědí se opakovaně vyskytovala odpověď „*prázdné místo, prázdnota*“, odpověď „*něco nebezpečného*“, stejně jako v anglickém jazyce, nebo odpověď „*neznalost, někdo něco neví*“. Slovenští respondenti definovali jednotku správně v 5 případech z 65 vyplňovaných dotazníků. Víc než polovina respondentů na odpověď rezignovala, stejně jako tomu bylo v případě respondentů českých.

Na základě této analýzy můžeme vyvodit závěr, že slovní spojení *černá díra* je známo spíše v pojetí terminologickém. Tato znalost odpovídá využití jednotky v publicistice a na internetu, kde se častěji pracuje s terminologickým než s přeneseným užitím jednotky.

Dalším frazeologismem v našem dotazníku byl frazém *kdo je kdo*. Frazém *кто есть кто* je co do významu a původu popsán ve slovnících takto: Что собой представляют те или иные люди. Калька с англ. *who is who*, переосмысленного от названия ежегодного биографического справочника, издаваемого в Великобритании, США и некоторых других странах (БМС 2005: 362). Tento frazém se používá také zejména v publicistice (tamtéž), mimo publicistiku jsme se setkali s jeho použitím zejména v názvech různých encyklopedií (*Kdo je kdo v české literatuře* apod.). U respondentů jsme zde ve všech jazycích zaznamenali velkou absenci odpovědí (více než 60%). Pokud ale respondenti na otázku o významu této jednotky odpověděli, bylo tyto odpovědi možné považovat za správné. Výjimku tvořila pouze jedna anglická odpověď (*when you can't differentiate a person from another in a crowd*) a tři české odpovědi dané zřejmě použitím frazému v názvech uvedených děl (např. *známé osobnosti v dějinách*).

Frazeologismus *vymývání mozků*, který se používá pro označení násilné změny něčích názorů pomocí různých technik, patří, jak ukázal náš dotazník, k frekventovanějším. Jeho význam dobře demonstruje následující ukázka: *Stačilo několik měsíců tvrdého promývání mozků a srdcí srbskou televizní propagandou a nevěřící údiv kovodělníka z Kragujevace nad televizními záběry zohavených těl ("Co se to s těma Chorvatama stalo, že nás tak bestiálně vraždí?! Dyť to byli tokový hodný lidi!?") se změnil ve strach v nepřátelství. Podobně mocní začali zasévat nenávist do srdcí lidí v Tudjmanově Chorvatsku. O to víc musela každého děsit v té době prohlášení některých politiků ve slovenské půlce čerstvě rozdělené vlasti, že "válka s*

Maďary nebude" (zdroj stud.cz) uvádíme v původní podobě včetně grafických a pravopisných zvláštností autora). Jednotka je hojně používaná, vznikají její slovesné varianty, což zase můžeme dokázat na příkladu z ruského internetu: *А вопрос такой. Как распознать рекламное промывание мозгов? Как отделить честную рекламу, которая ИНФОРМИРУЕТ, от бесчестной, которая просто промывает мозги, просто заставляет покупать?* (psyfactor.org).

Nyní se podíváme na znalost této jednotky mezi respondenty: ruští respondenti zde dosáhli téměř stoprocentní úspěšnosti, jednotku definovali například jako „*убеждение оказаться от собственных убеждений и принять иные*“ nebo jako „*применение манипулятивных методов при попытке изменить мышление, верования, эмоции ...*“. Procento úspěšnosti bylo na hranici 100% také v dotaznících v anglickém jazyce. Nejčastější definice co do smyslu odpovídala uvedeným ruským, některé další byly upřesněny o dodatky ve smyslu „*to propaganda or advertising*“. Z českých dotazníků tvořily nesprávné a chybné odpovědi 30%, ostatní jednotky definovali respondenti (jednotky) správně. Podle těchto odpovědí se zde jedná o „*psychologický nátlak*“, „*násilné vnucování informací, aniž by to objekt vnímal*“ či jako „*přeprogramování člověka*“. U slovenských respondentů dosáhla úspěšnost 60 procent, odpovědi byly co do obsahu analogické uvedeným odpovědím v jiných jazycích. Ze „zajímavých“ komentářů se vyskytlo ve třech dotaznících tvrzení, že se jedná zejména o náboženskou oblast.

Další jednotkou v naší analýze byla frazeologická jednotka *světlo na konci tunelu*. Definice tohoto frazeologizmu v ruském, anglickém a českém jazyce (kde se nám je podařilo najít) se dost různily (srovnej např. Мокиенко 2003: 114, Oxford dictionary of new expressions 2009: 421 a další). Společným jmenovatelem byl pojem *naděje v těžké situace*. V použití na internetu i v analyzovaných dotaznících jsme hledali právě tuto informaci. Příklady použití na internetu této představě odpovídaly (uvádíme jeden z česko-slovenského prostředí): *Slovenské stavebnictví vidí světlo na konci tunelu: představitelé stavebních společností očekávají pro rok 2011 již pouze mírný pokles slovenského stavebnictví. Co se týká roku 2012, většina firem věří v návrat k pozvolnému růstu* (reality.ihned.cz). Zde byly odpovědi respondentů jednoznačné, zpravidla jednoslovné („*надежда*“, „*надěje*“, „*nádej*“), případně velmi blízké („*a symbol of a hope*“), nebo přesnější („*надěje na nový začátek*“). Správnost dosahovala v ruském a anglickém materiálu úrovně téměř 100% (dva nevyplněné dotazníky v ruském materiálu a stejně tak dva

nevyplněné v anglickém dotazníkovém materiálu). V českém dotazníkovém materiálu byla úspěšnost výrazně menší, tvořila asi 60%. Ostatní respondenti otázku obvykle vynechali. Z chybných odpovědí se vyskytla tvrzení, že jde o „*smíření se se situací*“, „*to, co člověk vidí po smrti*“ apod.). V slovenském materiálu tvořily správné odpovědi rovněž téměř 60%, ostatní respondenti na odpověď zpravidla rezignovali.

Frazeologizmus *zlatý padák* má opět původ v terminologii a označuje ve shodě se svým terminologickým prototypem „odstupné ve výrazné výši, zpravidla v platech vedoucích pracovníků“. Příklady, které jsme našli na internetu, svědčí o tom, že dominuje jeho použití v publicistice.

It's no secret that CEOs have been raking in millions of dollars in salaries, stock options, retirement benefits, and perks like country club memberships and private jet use at a rate that far outpaces the growth of rank-and-file workers' wages. What's more, even when their companies don't perform well or when the top dog gets the boot, the CEO still gets out with a golden parachute worth millions in severance pay, retirement benefits, stock options, and other benefits (americanprogress.org).

Respondenti se (možná právě kvůli terminologickému původu frazému)(,) význam jednotky nepokoušeli odvodit. Odpovědi byly správně (Rusko 58%, Kanada 41%, Česko – necelých 15%, Slovensko – 9%). Jednotka tedy patří k málo známým frazémům, je zde možné uvažovat spíše o terminologickém použití.

Frazeologizmus *kostlivec ve skříni* ve slovníku nové ruské frazeologie nenajdeme. Jeho význam nám však umožňují odvodit početné příklady použití: *Další kostlivec ve skříni zvané Casa: španělská letadla budou ještě dražší* (stud.cz); *У каждого — свой скелет в шкафу, который имеет скверную привычку вываливаться в самый неподходящий момент* (wikiorg.ru); *Plot size - a skeleton in the cupboard of phytosociologists* (americanprogress.org).

Frazeologizmus bylo pro respondenty obtížné definovat, nicméně se o to pokusil. Zde ale s velmi výrazně nízkou úspěšností a obvykle s klíčovým slovem „tajemství“ (Rusko 68%, Kanada 78%, Česko pouze něco přes jedno procento –dvě uznatelné odpovědi!, Slovensko 4% - tři uznatelné odpovědi, jedna problematicky hodnotitelná – „*niečo skryté a nepríjemné*“, příkladová věta chyběla). Z nesprávných odpovědí dominovaly odpovědi „*bída, chudoba, smrt, překvapení*“.

Poslední v naší analýze byla jednotka *to není můj šálek čaje*. Zde dosáhli největší úspěšnosti respondenti angličtí (100%). Jednotka pro ně byla bezproblémová, vžitá, hojně jí demonstrovali na příkladech (*drawing is not my cup of tea* apod.). V ruských dotaznících dosáhla úspěšnost 59%, v českých a slovenských shodně po 50 procentech. Definice se pohybovaly na úrovni „*to nemám rád, to mě nebaví, o to nemám zájem, to mi je nepříjemné*“, doslovně potom „*nechutí mi to*“.

9. ZÁVĚR

Hlavním cílem naší práce bylo zkoumání frazeologických neologizmů. Ověřovali jsme znalosti studentů vysokých škol pomocí dotazníků. Tento průzkum jsme uskutečnili v českém, slovenském, ruském a anglickém jazyce, abychom mohli porovnat, jaké znalosti studenti mají a do jaké míry jsou s touto problematikou obeznámeni.

Toto téma jsme si vybrali z toho důvodu, že jde o oblast lingvistiky, která je poměrně nová, ale rychle se rozvíjející.

Naší motivací, proč dělat průzkum na toto „neznámé“ téma, byl fakt, že problematika frazeologických neologizmů ve společnosti nepatří mezi frekventované a populární. Vycházeli jsme z předpokladu, že to nebude nejsilnější stránka studentů vysokých škol, ale i přesto jsme se chtěli přesvědčit, že dnešní mládež sleduje aktuální dění a vývoj jazyka.

Dotazníky jsme rozdávali studentům na vysokých školách osobně, také jsme si pomáhali pomocí internetu, využili jsme i sociální síť facebook. Dotazník obsahuje dvě části. První dvě otázky byly teoretické, respondenti definovali pojmy. Další otázky byly praktického charakteru. Zajímalo nás, jak respondent umí užívat konkrétní frazeologické neologizmy ve větách a umí-li vysvětlit jejich význam. Můžeme konstatovat, že podle odpovědí, studenti humanitních oborů, především ti, kteří se zabývají studiem jazyka, s otázkami neměli takové problém jako například studenti oborů technických. Celkově byl ale dotazník dle našich respondentů hodnocen a považován za časově a vědomostně náročný.

Co se týče struktury naší práce, rozdělili jsme ji na část teoretickou a část praktickou.

V teoretické části jsme se zabývali především odbornými termíny, vysvětlili jsme si, čím se zabývá frazeologie, co to je neologizmus a frazeologizmus, jaké frazeologické slovníky a jiné příručky máme k dispozici například v anglickém či ruském jazyce a v neposlední řadě jsme se seznámili s pojmem frazeologický neologizmus.

V praktické části jsme vycházeli z materiálů našich respondentů. Nejdříve jsme museli všechny obdržené odpovědi pročíst, zařadit je do správné složky aby se nám jazyky

nepomíchaly), napsat si pár poznámek, což nám pak umožnilo jednodušší a přesnější vyhodnocení odpovědí.

V práci jsme dospěli k následujícím závěrům: frazeologické neologizmy nejvíce používají, případně znají, respondenti ruské a kanadské národnosti. Nová sémantická pole (*sexuální násilí, narkomanie*) zde byla obsazena nejvíce; respondenti uváděli velké množství jednotek zejména v ruském a anglickém jazyce. V českých a slovanských jazycích uváděl každý respondent cca 1-2 jednotky, celkový počet jednotek však ukazoval jejich velké množství.

Pro jiná témata respondenti uváděli velké množství frazeologizmů s významem, o který jsme je žádali. Studenti kanadských vysokých škol také dokázali nejlépe definovat vybrané frazeologické neologizmy, případně je použít ve větách.

Pokud vznikají frazeologizmy na témata, pro která existuje velké množství „starších“ frazémů, mluvčí dávali při vyplňování dotazníků přednost starším jednotkám. Z nových jednotek uváděli opakovaně pouze několik (což by mohlo svědčit o neustálenosti ostatních) a to zejména vulgárních frazeologizmů. To dokazuje tendenci k vulgarizaci ruského jazyka.

Ze zkoumaných frazeologických neologizmů byly nejvíce známy jednotky *vymývání mozků, to není můj šálek čaje*. Naopak problematickými byly jednotky *zlatý padák a kostlivec ve skříni*. Znalost zde byla malá zejména u českých a slovenských respondentů.

V žádném případě jsme však nebyli svědkem takové neznalosti, která by mohla vzbudit pochybnosti o tom, zda daný frazém vůbec ve zkoumaných jazycích existuje nebo zda je dostatečně ustálen (malé výjimky viz analýza).

Srovnání ruského materiálu a materiálu jiných jazyků dokázalo, že v ostatních zkoumaných jazycích vznikají frazeologické neologizmy na stejná témata.

10. РЕЗЮМЕ

Знание фразеологических единиц является важной частью обучения каждому языку. Фразеология, однако, является той областью языка, где происходят большие изменения. Возникает много новых фразеологических единиц, многие фразеологизмы, которые мы находим в словарях, уже в языке не употребляются.

В последнее время процесс возникновения новых единиц является очень быстрым. Если мы откроем словари современных языков, найдем множество новых выражений. В некоторых случаях нам такие выражения покажутся старыми, хорошо знакомыми, но в словарях найдем и много таких, с которыми многие из нас не сталкивались никогда.

Среди новых выражений не только много новых слов, но и много новых фразеологизмов. Их появляется настолько большое количество, что возникают целые фразеологические словари таких выражений. Целые тома лингвистических исследований посвящены теме фразеологических неологизмов. Однако, внимательный читатель, который прочтет данные работы, очень скоро заметит, что существует довольно много тем, которыми такие работы не занимаются, и много вопросов, на которые нет ответов. Одной из тем, по которой мы не нашли никаких исследований, является тема знания фразеологических неологизмов среди говорящих на данном языке. Поэтому мы решили посвятить нашу дипломную работу именно такому исследованию. Работать мы решили на материале опросов, целевой группой которых являлись студенты русских, чешских, словацких и канадских университетов.

Саму работу мы разделили на две главные части, которые потом еще распадались каждая на несколько глав. Первой частью нашей работы была теоретическая часть, второй часть практическая. В теоретической части мы занимались основными вопросами фразеологии с теоретической точки зрения. Так как целью нашей работы являлось исследование фразеологических неологизмов, несколько глав теоретической части посвящается также неологизмам, окказионализмам и проблеме их разграничения.

Если более подробно описать теоретическую главу, то можно сказать, что она ставила перед собой, прежде всего, следующие задачи: 1) описать фразеологию как лингвистическую дисциплину. Здесь мы по возможности подробно описываем, кто

является основоположником фразеологии как самостоятельной дисциплины, как она развивалась в России и что такое представляет собой фразеология в настоящее время. Здесь мы в процессе сбора теоретического материала заметили, что не все фразеологи определяют фразеологию одинаково. Поэтому мы включили в опрос также вопрос о том, что опрошенные студенты понимают под фразеологией. В этой теоретической главе мы позволили себе сделать маленькое отступление и описать, как понимают фразеологию говорящие. Оказалось, под фразеологией представляет себе большинство говорящих именно то, что описывает под понятием фразеология большинство теоретических работ. Представления о фразеологии среди говорящих и среди теоретиков в основной совпадают.

2) Вторым основным вопросом для нас было, что такое фразеологизм, как он возникает, какие у него характерные свойства и как его называют фразеологи по-другому. Самому вопросу *что такое фразеологизм*, мы опять посвятили и вопрос в практической части нашей работы и в нашем опросе, здесь мы, однако, описываем результаты опроса в практической части, а не теоретической, как мы это делали в предыдущем случае. Причиной, почему мы решили описать результаты нашего исследования отдельно, было то, что в теоретической части нам в связи с фразеологической единицей пришлось описать много разных аспектов и соединение теоретической и практической части бы читателю нашей работы могло показаться хаотичным.

3) Следующая часть работы занимается неологизмами, окказионализмами. Здесь мы попытались описать, что такое неологизм, что такое окказионализм, приводим и несколько примеров, которые могут помочь читателю разобраться в проблематике неологизмов и окказионализмов. Мы полагали, что такое описание будет нужным в связи с практической частью работы: ведь если бы некоторые единицы оказались опрошенным неизвестными, нам пришлось бы задуматься над тем, можно ли их включить в группу фразеологических неологизмов, или они являются только окказионализмами. Но практическая часть показала, что такая проблема в рамках тех единиц, которые мы включили в опрос, не возникает. В рамках данной части работы мы попытались описать также фразеологический неологизм. Здесь нам пришлось не только описать данное явление, но и дать его определение, потому что работы не сходились в том, что такое фразеологический неологизм, многие даже не пытались это определить.

4) В последней части мы решили дать читателю несколько практических советов, где неологизмы, прежде всего фразеологические, искать. Здесь мы начали с того, что такое словарь, как понимать и использовать словари разного типа и какие словари создаются во фразеологии. Из таких словарей мы выписывали фразеологические единицы, которые мы включали в наш опрос.

В следующей части резюме мы опишем то, как выглядел наш опрос и к каким выводам мы пришли.

Опрос, который мы проводили, состоял из двух частей. Кроме таких двух частей мы задали в рамках опроса два теоретических вопроса. Первый касался, как уже было описано, того, что говорящие понимают под фразеологией, второй того, что они понимают под фразеологизмом.

В следующей части опроса мы попросили опрошенных написать как можно больше фразеологизмов на конкретные темы, у которых мы предполагали, что будет возникать много новых фразеологических единиц. Последняя часть опроса ставила себе за цель определить знание конкретных фразеологических единиц. Здесь мы выбрали несколько фразеологизмов, которые распространились в русский, чешский и словацкий язык посредством английского и попросили студентов определить их значение и употребить их в предложении. Последнее задание, однако, большинство опрошенных проигнорировало. В этом задании речь шла о следующих единицах: *белые воротнички, черная дыра, кто есть кто, промывание мозгов, свет в конце тоннеля, золотой парашют, скелет в шкафу, это не моя чашка чаю.*

В результате мы получили 305 заполненных анкет, при анализе конкретных ответов нам многие ответы пришлось исключить, потому что опрошенные в некоторых случаях пользовались при их заполнении Интернетом или консультировали свои ответы со специалистами, эвентуально друг с другом. Поэтому мы в анализе приводим, как правило, процентуальные данные о правильных и неправильных ответах.

На основе анализа полученных опросов мы получили следующие данные: 1) опрошенные, то есть студенты университетов, родным языком которых является русский, английский, чешский и словацкий, под фразеологизмами понимают, как правило, те сочетания, которые состоят из как минимум двух слов и являются устойчивыми. По примерам, перечисленным опрошенными, видно, что они не включают во фразеологию термины,

глагольно-именные сочетания. Во фразеологию опрошенные включили пословицы и устойчивые сравнения. Мы ожидали, что студенты, говорящие на английском языке, включают во фразеологию и однословные выражения, но это не оправдалось; 2) самое высокое знание фразеологических неологизмов встречалось у опрошенных среди канадцев. Эти респонденты были в состоянии назвать больше всех неологизмов, для них не представляло проблему определить значение фразеологических неологизмов, о которых мы спрашивали. Высоким было и знание фразеологических неологизмов в группе русских опрошенных, здесь, однако, опрошенные спонтанно не называли почти никакие неологизмы, за исключением некоторых вульгарных единиц; 3) из приведенного списка фразеологических неологизмов, которых значение мы просили опрошенных определить, оказались самыми известными единицы *промывание мозгов* и *свет в конце тоннеля*. При других единицах наблюдались проблемы, как правило, среди словацких и чешских студентов.

В заключение можно, однако, сказать, что данные, которые мы находим в теоретических книгах по современной фразеологической неологии, как правило, подтверждаются. Опрос доказал, что во всех четырех языках говорящим известны фразеологизмы, которые отражены в словарях и теоретических работах. Опрос подтвердил также факт, что фразеологические неологизмы возникают для тех семантических полей, которые перечислены в работах по фразеологической неологии (то есть *физическое насилие*, *сексуальное насилие*, *обман* и т.п.).

В самом конце хочется сказать, что мы понимаем, что избранный нами метод исследования, то есть опросы, имеет некоторые недостатки и приносит с собой некоторые проблемы. Студенты, например, в многих случаях стеснялись перечислить фразеологизмы с вульгарными словами. Число опрошенных также не является достаточным для большого исследования. Однако, нам удалось достичь определенных целей и сделать определенные выводы, и мы считаем, что наша работа может служить по крайней мере инспирацией в исследовании фразеологических неологизмов.

11. BIBLIOGRAFIE

- Bečka J.V. (1986): Sloh žurnalistiky. Praha, Novinář.
- Bečka J.V. (1992). Česká stylistika. Praha, Academia.
- Čechová M.: Kulturní frazeologie v současné komunikaci. Naše řeč 2, ročník 76, duben 1993
- Čermák F. (1995). Manuál lexikografie. Praha
- Čermák F., Hronek J., Machač J.: Slovník české frazeologie a
- Čermák F., Hronek J., Machač J.: Slovník české frazeologie a
- Čermák F., Hronek J., Machač J.: Slovník české frazeologie a
- Čermák F., Hronek J., Machač J.: Slovník české frazeologie a
- Čermák F.: Jazyk a jazykověda. Praha, 1997.
- Černý J.: Úvod do studia jazyka. Olomouc, 1998.
- Filipec J., Čermák F.: Česká lexikologie. Praha, 1985.
- Hečko B.: Dobrodružství překladu. Praha, 2000.
- idiomatiky . Přirovnání. Praha, 2009.
- idiomatiky . Výrazy slovesné R - Z. Praha, 1983.
- idiomatiky . Výrazy slovesné. Praha, 2009.
- idiomatiky . Výrazy neslovesné. Praha, 2009.
- In: Komparacja języków współczesnych. Frazeologia. Opole, 2008, s. 235
- Jankovičová M.: Frazeodidaktika ruštiny a příprava budoucích rusistov. In: Rossica Olomucensia XLV, Olomouc 2006, стр. 61 – 66.
- języków współczesnych. Frazeologia. Opole, 2008, s. 217 – 222.
- Karlík, P. a kol. Příruční mluvnice češtiny. Praha, 1995.
- Karlík, P. a kol.: Encyklopedický slovník češtiny. Praha, 2002.
- Karlík, P. a kol.: Příruční mluvnice češtiny. Brno, 1995.
- Křížová K.: „Létající“ či „bludný“ Holanďan. Konfrontační analýza českých a nizozemských frazémů pro glottodidaktické účely. In: Jazyková interakce a jazykové rozhraní a strategie „cutting edge“. Olomouc, 2008, str. 165 – 170.
- Lotko E.: Slovník lingvistických termínů pro filology. Olomouc, 2000.
- Martincová O. a kol.: Nová slova v češtině – Slovník neologizmů. Praha, 2005.
- Martincová O.: Neologizmy v dnešní češtině, Praha, 2005.

- Mlacek, J. Slovenská frazeológia. Bratislava, 1984.
- Mlacek, J.: Frazeologická terminológia. Bratislava, 1995.
Praha, 1994, str.13-19.
- Stěpanova L.: Česká a ruská frazeologie. Diachronní aspekty. Olomouc, 2004.
- Straková V.: K překládání frazeologie. In: Překládání a čeština.
алогизм. In: Opera Slavica XVII, 2007, s. 1 – 12.
- Бирих А. К., Мокиенко В.М., Степанова Л. И.: Русская фразеология.
- Бирих А., Матешич В.: Фразеология в русском и хорватском субстандарте.
- Вальтер Х.: Жаргонная фразеология как объект неологии. In: Komparacja
Историко-этимологический справочник. Москва, 2005.
- Мокиенко В. Новая русская фразеология. Opole, 2003.
- Мокиенко В., Степанова.Л.: Русская фразеология для чехов. Olomouc 2008.
- Мокиенко В.М.: Общая характеристика лексикографического подхода к
фразеологическим неологизмам. In: Komparacja języków współczesnych. Frazeologia. Opole,
2008, стр. 121 – 125.
- Норман Б. Ю.: Славянские поговорки: архаика и новации, мудрость и
Шанский Н. М.: Фразеология современного русского языка. Москва 1985.

Internetové zdroje:

Aronofského Zápasník přebral celé Benátky (cit. z: http://kultura.ihned.cz/c4-10136710-27293670-J0H000_d-aronofskeho-zapasnik-prebral-cele-benatky, 8. 9. 2008)

<http://www.msmt.cz/mezinarodni-vztahy/evropske-jazykove-portfolio>

Excerptní zdroje :

www.stud.cz

www.aif.ru

www.psyfaktor.org

www.reality.ihned.cz

www.americanprogress.org

www.wikiorg.ru