

Univerzita Hradec Králové  
Pedagogická fakulta  
Katedra českého jazyka a literatury

## **Percepce anglicismů v české komunikaci**

Bakalářská práce

Autor: Dominik Pekař  
Studijní program: Specializace v pedagogice  
Studijní obor: Český jazyk a literatura se zaměřením na  
vzdělávání  
Tělesná výchova a sport se zaměřením na  
vzdělávání  
Vedoucí práce: Mgr. Kateřina Kubanová  
Oponent práce: PhDr. Robert Dittmann, Ph.D.



## Zadání bakalářské práce

**Autor:** Dominik Pekař  
**Studium:** P19P0390  
**Studijní program:** B7507 Specializace v pedagogice  
**Studijní obor:** Český jazyk a literatura se zaměřením na vzdělávání, Tělesná výchova a sport se zaměřením na vzdělávání

**Název bakalářské práce:** Percepcce anglicismů v české komunikaci

**Název bakalářské práce AJ:** Perception of anglicisms in czech communication

### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Tématem bakalářské práce je míra vnímání anglicismů v současném českém jazyce. Práce bude zaměřena sociolingvisticky.

MARTINCOVÁ, Olga a kol. *Nová slova v češtině: slovník neologizmů*. Praha: Academia, 1998, 356 s. ISBN 80-200-0640-0.

MATHESIUS, Vilém. *Cizí slova ze stanoviska synchronického*. In: *Čeština a obecný jazykozpyt*, s. 96–109. Praha: Malentrich, 1947, 465 s. ISBN 978-83876901695.

MATHESIUS, Vilém. *Obsahový rozbor současné angličtiny*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, 196 s. ISBN 978-80-246-2267-5.

PATOČKA, Jan. *Tělo, společenství, jazyk, svět*. Praha: ISE, 1995, 203 s. ISBN 80-85241-90-0.

VONKOVÁ, Erika. *Jan Patočka, Češi a Evropa*. Brno: Masarykova univerzita, 2000, 119 s. ISBN 80-210-2483-6.

**Zadávací pracoviště:** Katedra českého jazyka a literatury,  
Pedagogická fakulta

**Vedoucí práce:** Mgr. Kateřina Kubanová

**Oponent:** PhDr. Robert Dittmann, Ph.D.

**Datum zadání závěrečné práce:** 12.11.2020

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně za odborné pomoci Mgr. Kateřiny Kubanové, uvedl všechny použité literární a odborné zdroje a dodržoval zásady vědecké etiky.

V Hradci Králové dne 22. 6. 2023

.....

Podpis

## **Anotace**

PEKAŘ, Dominik: *Percepce anglicismů v české komunikaci*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2023. s. 84, Bakalářská práce.

Bakalářská práce je rozdělena do dvou hlavních částí. První je teoretický vhled do problematiky anglicismů v kontextu přejímání slov do českého jazyka přístupem sociolingvistického zkoumání v rámci užívání cizích výrazů v mluvě české společnosti se specifikací na vybraný vzorek – generace Z. Součástí je náhled na téma revitalizace a kultivace jazyka, rozebrání pojmu multilingvismus a explorační prolínání jazyků v kontextu přejímání nových cizích slov.

Praktická část obsahuje slovník anglicismů, jenž v sobě odráží frekventované, okazionální a ustálené příklady přejatých neologismů. V návaznosti na slovník se v práci objevuje dotazník sestavený za účelem zjištění povědomí o zaznamenaných anglicismech, jejich porozumění a používání – funkční zatížení. Data jsou následně vyhodnocena a komparována na základě stanovených hypotéz.

**Klíčová slova:** jazyk, neologismus, anglicismus, český jazyk, diverzita, kultivace

## **Annotation**

PEKAŘ, Dominik: *Perception of anglicisms in czech communication*. Hradec Králové: Pedagogical fakulty of University Hradec Králové, 2023. s. 84, Bachelor thesis.

The Bachelor thesis is divided into two main parts. The first part provides a theoretical overview about the issue of anglicisms in the context of loanwords into the Czech language, using a sociolinguistic approach to examine the use of foreign expressions in Czech society, with specific focus on a selected sample – Generation Z. It includes an exploration of language revitalization and cultivation, an analysis of the concept of multilingualism, and an exploration of language blending in the context of adopting new foreign words.

The practical part consists in a dictionary of anglicisms, which reflects frequent, occasional, and established examples of borrowed neologisms. In connection with the dictionary, a questionnaire is presented in the thesis to assess awareness, comprehension, and usage of the recorded anglicisms – functional load. The data is subsequently analyzed and compared on predefined hypotheses.

**Key words:** language, neologism, anglicism, czech language, diversity, cultivation

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že bakalářská práce je uložena v souladu s rektorským výnosem č. 13/2017 (Řád pro nakládání s bakalářskými, diplomovými, rigorózními, dizertačními a habilitačními pracemi na UHK).

Datum: .....

Podpis studenta: .....

## **Poděkování**

Zde bych chtěl mnohokrát poděkovat Mgr. Kateřině Kubanové za její odborné rady a nápady, zároveň za její laskavost, trpělivost a pochopení. Taktéž bych chtěl poděkovat všem respondentům za jejich čas a snahu přispět tomuto šetření.

# Obsah

ÚVOD .....	10
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	11
1.1 Jazyk.....	11
1.1.1 Diverzita v jazyce.....	13
1.1.2 Revitalizace .....	15
1.1.3 Jazykové univerzálie .....	17
1.2 Český jazyk .....	18
1.2.1 Stratifikace současného českého jazyka.....	19
1.2.2 Česká diglosie?.....	21
1.2.3 „Czechlinština“ .....	21
1.3 Neologismy .....	24
1.4 Anglicismy .....	27
1.4.1 Okazionální případy .....	29
1.4.2 Vícejazyčnost .....	30
1.5 Standardizace a jazykový pluralismus .....	31
1.6 Generační pojetí obyvatelstva.....	32
1.6.1 Zoomer .....	32
1.6.2 Boomer .....	32
1.6.3 Generace X.....	33
1.6.4 Generace Y .....	33
1.6.5 Generace ticha .....	34
1.6.6 Generace alfa.....	34
2 SLOVNÍK VYBRANÝCH ANGLICISMŮ .....	35
3 CÍLE PRÁCE, HYPOTÉZY A ÚKOLY .....	52
3.1 Hlavní cíle práce .....	52
3.2 Hypotézy .....	52
3.3 Úkoly práce .....	52
4 METODIKA PRÁCE.....	53
4.1 Výzkumný soubor .....	53



4.2	Metody získání dat .....	54
4.3	Metody zpracování dat .....	54
5	VÝSLEDKY .....	55
6	DISKUSE .....	69
7	ZÁVĚR.....	74
	REFERENČNÍ SEZNAM.....	76
	SEZNAM OBRÁZKŮ .....	81
	SEZNAM PŘÍLOH.....	82

## ÚVOD

Hlavním uzlovým bodem bakalářské práce je vnikání anglicismů do českého jazyka a cílem je zjistit jejich vnímání a míru přejímání. Pro pochopení tématu na začátku rozebírám podstatu a vliv jazyka. Napříč jazyky pojmenovávám prvky, které je spojují a odlišují a rozebírám téma diverzity a obnovy jazyka. Konkrétně se zaměřuji na jazyk český, jeho rozdělení, vývoj a porovnání s anglickým jazykem. Definuji pojmy „neologismus“ – přičemž se zaměřím i na příležitostné případy – a „anglicismus“, „bilingvismus“, „czechlinština“, „zoomer“ a „boomer“. Vymezuji skupinu, která bude v dotazníku testována. Sociolingvistickým pohledem rozeberu přístup zušlechťování jazyka oproti jeho přirozenému vývoji, sociální tlaky na jazyk a inovativní tendence.

Práce je zpracována na základě odborných knih pokrývajících téma jazyk a vědeckých článků spojených s tématem bakalářské práce. Dále čerpám z monografií určených pro uvedení do jazykovědy, internetového encyklopedického slovníku češtiny – *CzechEncy* – a publikací Daneše a Krčmové. V problematice neologismů se opírám o práci Olgy Martinové, přičemž byly využity také slovníky. Vzhledem k oboru učitelství mě téma zajímá z důvodu poznání aktuálnosti slovníku současné mladé generace a poznání tendencí těchto změn. Pochopení a znalost vypomáhá k porozumění a překonání mezigeneračních propastí. Výsledky za správného využití mohou sloužit k pozitivnímu ovlivnění vztahů a přiblížení.

Součástí celého textu je vytvořený slovník anglických novotvarů ustálených, skupinově vymezených, ale i okazionálních. Při výběru použitých výrazů jsem se inspiroval streamovacími platformami, sociálními sítěmi a pozorováním středoškolského prostředí, ve kterém nově působím. Při definici slov, a pro jejich podložení, jsem použil nástroje pro práci s českým korpusem – *Neomat* a *syn2020*. U méně ustálených či neustálených (ojedinělých) případů jsem využil webového slovníku *Čeština 2.0* tvořeného libovolnými uživateli nebo vlastní popis. Vybraná slova ze slovníku jsou použita v dotazníkovém šetření a fungují jako průkazná data pro stanovené hypotézy.

# 1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

## 1.1 Jazyk

Změny mozku našich předků v rámci adaptace vyústily ve vývoj lidské populace, která si osvojila schopnost řeči. Jednu z nejdůležitějších schopností, kterou člověk disponuje, na jejímž základě mezi sebou můžeme komunikovat, dorozumívat se – přenášet své myšlenky členěným zvukovým projevem a měnit je ve slova, kterými vyjadřujeme podstatu sama sebe.

Vedle termínu „řeč“ stojí daleko abstraktnější pojem – „jazyk“. Řeč dle současné jazykovědy definujeme jako: „(...) *obecně lidskou schopnost sdělování (přenášení informací) pomocí jazyka.*“<sup>1</sup> Jazyk na druhou stranu vnímáme jako: „*system znaků (kód) sloužící k dorozumívání v určitém etnickém společenství.*“<sup>2</sup> Z definice je evidentní, že jazyk je fluidním, v čase se měnícím systémem, který se může vztahovat k různě početné skupině – kolektiv, kmen, region, národ apod. Na světě existuje více než „6500 jazyků“<sup>3</sup>, je to ale těžce odhadované číslo, protože jazyky vznikají, zanikají, dělí se a mixují a zahrnují v sobě další variety konkrétního jazyka. Vlivem geografické polohy a politiky, historií skupiny, ideologií a identitou jedince se jazyk rozděluje. Jazyky třídíme podle genealogické klasifikace, typologické klasifikace, areálové klasifikace a sociologické klasifikace.<sup>4</sup>

Diferenciace jazyků dle zkoumaného aspektu a teritoriálně a sociálně vymezeného souboru jazykových prostředků (dialekty a slangy) je přirozená. Svět stojí na rozdílnosti, nalézáme však i jazykové univerzálie a podobnosti, např., pokud zúžíme předmět zkoumání na dvě slangové skupiny (hráči počítačových her a „subkultura geek“<sup>5</sup>), zjistíme paralelu v používaném jazykovém fondu na základě spojitosti v prolínání oblastí zájmu a dalších znaků – sociální podmíněnost.

---

<sup>1</sup> ERHART, Adolf a kol. *Úvod do jazykovědy*. Brno: Masarykova univerzita, 2001, s. 7.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 7.

<sup>3</sup> *WorldData.info* [online]. 2023, [cit. 29. 2. 2023]. Dostupné z: <https://www.worlddata.info/languages/index.php>

<sup>4</sup> ERHART, Adolf a kol. *Úvod do jazykovědy*. Brno: Masarykova univerzita, 2001, s. 7.

<sup>5</sup> Geeka vykládáme jako člověka, který je až entusiasticky posedlý koníčkem nebo je přímo expertem v té dané oblasti zájmu. V českém jazyce výraz prolínul s počítačovou tematikou a připodobňuje se ke slovu *nerd*, dále je spojen s obskurními okruhy zájmu, mezi které společnost řadí např. anime, sci-fi a další. V poslední době se kultura stává mainstreamovou a přestává být zájem „odpadlíků“ společnosti.

Jazyk tedy vnímáme jako společenský jev a jeho základní funkcí je lidi spojovat pomocí komunikace a porozumění za přítomnosti materiální instituce v podobě systému znaků, který je reprodukován zvukem. Bilateralistická teorie definuje vztah mezi *označujícím* a *označovaným*, přičemž označované chápeme jako představu – odraz objektivní reality v našem vědomí. Označující zase jako zvukovou a grafickou podobu znaku. Základními rysy jazyka jako přirozeného systému znaků jsou:

1. Označující jsme schopni vnímat lidskými smysly (materiální stránka znaku).
2. Označující je vůči označovanému arbitrární a nijak s ním nesouvisí: „*tu část těla, kterou Čech označuje zvukovým spojením [hlava], označuje Němec komplexem [kopf], Francouz [tet]*“<sup>6</sup> a Angličan [hed].
3. Jazykový znak je vztažen ke kolektivu, ten se jím dorozumívá s podmínkou kongruence značné části kolektivu.
4. Závaznost znaku vzhledem k systému: závaznost je dána konvencí mluvčích daného jazyka. Znak má pevně stanovený význam, který je implicitní a je naučen prostřednictvím socializace a vzdělání.<sup>7</sup>

Dle Noama Chomského lidé oplývají univerzální gramatickou šablonou, která je vrozená a zapadne do ní jakýkoli světový jazyk, což jazyky spojuje a vytváří společné znaky. S přirozeností se lidé učí jazykům, které se z diachronického hlediska neustále vyvíjí, z hlediska synchronního jsou změny minimální – s výjimkou právě slovní zásoby – a hledíme na jazyk jako na ucelený systém. Je však potřeba osvětlit, že jazyk je spjat s myšlením a dle hypotézy jazykové relativity ho ovlivňuje natolik, že může myšlení podmínit, argumentem zastánců hypotézy je např. zjištění, že příslušníci kmene Hanu využívají 92 označení pro rýži, nebo mýtus o Eskymácích a jejich bez mála 4 stovkách označení pro sních. Méně hypoteticky zní popis odrazu objektivní reality na lidské vědomí, které objektivní realitu přesívá obsaženým sémantickým polem – např. existují společnosti s jazykem, který nedefinuje pravou a levou stranu, účastníci se orientují podle světových stran; uživatelé většiny evropských jazyků mají 4 – 6 výrazů pro základní barvy, ale uživatelé některých afrických jazyků vnímají jen 2 – 3 barvy; dále se v některých jazycích nevytvořila nutnost počítat nad číslo 10 a větší množství označují jako více, hodně nebo moc.

---

<sup>6</sup> ERHART, Adolf a kol. *Úvod do jazykovědy*. Brno: Masarykova univerzita, 2001, s. 11.

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 11.

Základní teze lingvistiky podle F. de Saussura rozlišuje „*langue*“ (pevný systém) a „*parole*“ (promluvy). Tuto pevnost systému nabourává sociolingvistika poukázáním na fakt variability jazyka a dělá z něj majoritní téma.

### 1.1.1 Diverzita v jazyce

Dle statistik potvrzenými OSN<sup>8</sup> a dalšími statistickými úřady počet jazyků klesá – před tisícovkou let existovalo jazyků 9 tisíc, prognózy nasvědčují tomu, že se počet jazyků vzhledem ke globalizaci bude snižovat a odhadovaným číslem pro rok 2050 je 4 500 jazyků. To samé tvrdí organizace UNESCO<sup>9</sup>, která ve své publikaci s názvem *Atlas of the World's Languages in Danger* z roku 2010 uvádí, že je ohroženo více než polovina jazyků na světě a je potřeba je chránit: „*Ztráta jazyka znamená ochuzení lidstva v nespočetných ohledech. Každý jazyk – velký či malý – zachycuje a organizuje realitu osobitým způsobem; ztráta byt' jen jednoho z nich uzavírá možnosti objevů o lidském poznání a mysli. Zánik jazyka nevyhnutelně vede k zániku různých forem nehmotného kulturního dědictví...*“<sup>10</sup> (překlad autora).

Směřování k homogenosti souvisí také s dominantností světových jazyků, dnešní „*lingua franca*“<sup>11</sup> je angličtina a na vrchol rychle se dostávající španělština, která nabírá na oblibě i u nás v ČR a podle údajů MŠMT<sup>12</sup> z roku 2013 se stává často voleným druhým jazykem ve školách – popularita španělštiny v ČR roste i na základě obchodního partnerství obou států a migrace. Dominantní jazyky se ovlivňují také navzájem a dochází k jazykovému kontaktu, který vede k vytváření nových slov a výrazů. Tento jev se objevuje i na úrovni prolínání gramatických systémů dvou jazyků a může vést k tvorbě

---

<sup>8</sup> Mezinárodní organizace, která podporuje mír, bezpečnost, spolupráci a rozvoj mezi státy a lidmi celého světa. Obsahuje v sobě 193 členských států a disponuje mnoho různými specializovanými agenturami, programy a dalšími specifickými entitami věnujícími se specifickým oblastem činnosti.

<sup>9</sup> Mezinárodní specializovaná agentura OSN zaměřená na podporu vzdělávání, vědeckého výzkumu a kultury, bojuje proti diskriminaci a ochraňuje světové dědictví a lidská práva.

<sup>10</sup> BOKOVA, Irina. Preface. In: MOSELEY, Christopher (ed.). *Atlas of the World's Languages in Danger* [online]. 3. vydání. Paříž: UNESCO, 2010, s. 4-5, [cit. 11. 3. 2023]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000187026>

<sup>11</sup> Termín používaný k popisu jazyka, který se používá jako komunikace mezi lidmi s rozdílným jazykem mateřským. Většinou se jedná o globálně nebo lokálně nejvíce používaný jazyk pro obchod a dorozumívání. Pochází ze 17. století a označoval směs jazyků (pidžin), kterou používaly kultury a národy ve středomoří ke vzájemné domluvě, původní *lingua franca* se nazývala Sabir.

<sup>12</sup> KLEŇHOVÁ, Michaela. *Střední vzdělávání a vzdělávání v konzervatořích* [online]. MŠMT, 2013, [cit. 10. 3. 2023]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/file/21337?highlightWords=vyh1%C3%A1>

nových gramatických konstrukcí a struktur. Kombinováním prvků dvou jazyků mohou vznikat zajímavá a pozoruhodná slova a konstrukce nebo nové struktury, které odráží dynamiku jazykových interakcí v různých kulturách – např. do Hradce Králové každoročně proudí velké množství španělských a latinoamerických studentů, mixování anglického a španělského jazyka vyústilo v rozšíření slova „*okito*“, propojení dobře známého a mezinárodního výrazu „*okey*“ a gramatické struktury zdvojnásobení pomocí španělské přípony pro mužský rod „*-ito*“.

Diverzita jazyka je významným tématem v oblasti lingvistiky, kulturní antropologie a sociologie. Rozmanitost jazyků vnímáme v rámci rozdílů v gramatice, abecedě, pravopisu, slovosledu a idiomech, ve slovní zásobě, výrocích a výslovnosti. Tyto indikátory se mohou lišit od jazyka k jazyku a mohou být použity k identifikaci rozdílů mezi různými jazyky či jejich obměny. Důležitost pestrosti jazyků dokazují fakta jako: uchování a předávání kulturní identity, tradic a znalostí; omezenost komunikačních schopností a schopnost porozumět druhým lidem; ekonomický aspekt; ztráta inovací a nových myšlenek – rozmanitost může přinést nové pohledy na problémy a pomoci s kreativitou.

V publikaci *The Cambridge Handbook of Endangered Languages* se pojmenovávají faktory, které jazyky dělí na ohrožené a neohrožené. Patří sem: globalizace, urbanizace, ekonomické a sociální změny – industrializace a zemědělská modernizace, konflikty a politické změny, demografické faktory, technologie a státní politiky. Neohrožené jazyky jsou takové, které se tradičně předávají z generace na generaci a jsou obvykle používány jako primární prostředek komunikace v dané komunitě, proto se v nich zachovávají kulturní výrazové formy. V opozitu jsou jazyky čelící různým problémům, ohrožené na vlastní existenci, zkrátka jazyky, které se snaží přežít. Tyto jazyky často mají malou uživatelskou základnu a jsou vystaveny silnému tlaku jazyků dominantních. Ty jsou často vyučovány ve školách, používány v médiích a ve veřejné sféře.<sup>13</sup>

Ohrožení lingvistickým imperialismem, situace, kdy jsou určitý jazyk nebo varieta jazyka vnímány jako nadřazené vůči utlačovanému. V Japonsku na ostrově Hokkaidó ještě stále existuje hrstka mluvčích ainuštiny, kultura založená na tradičním

---

<sup>13</sup> AUSTIN K., Peter a Julia SALLABANK. Introduction. In: AUSTIN K., Peter a Julia SALLABANK (ed). *The Cambridge Handbook of Endangered Languages* (Cambridge Handbooks in Language and Linguistics). Cambridge: Cambridge University Press, 2011, s. 1 – 24.

způsobu života, zemědělství a propojení s přírodou. Příslušníci Ainu byli v průběhu let podrobena diskriminaci japonskou většinovou kulturou, v důsledku této asimilace a opuštění od tradičního způsobu života, společně s nuceným vzděláváním v japonském jazyce, se jejich kulturní dědictví téměř vytratilo: „*Ainuština se vlivem řady faktorů ocitla na pokraji zániku. [...] Je třeba poznamenat, že Jazyk Ainu je izolát, což znamená, že není například dialektem japonštiny. Nemá žádnou jazykovou spojitost s japonštinou ani s jakýmkoli jiným východoasijským jazykem. [...] Jejich menšinový status a ekonomická realita, kdy museli obchodovat s nově příchozími v jejich jazyce, vedly mnoho původních obyvatel k opuštění vlastních tradic a nevzdělávání svých dětí v rodném jazyce. [...] Dnes již není nikdo, kdo mluví pouze Ainuštinou, a nikdo, kdo by mluvil Ainuštinou lépe než japonštinou*“<sup>14</sup> (překlad autora). Tento smutný fakt začíná prosvítat v malé míře paprsky revitalizace jako při východu slunce světlo nad horou Fuji. V tomto momentě je totiž snaha o revitalizaci jazyka a kultury Ainu za podpory a pomoci japonské vlády. „... v průběhu let předchozích i pozdějších byla uskutečněna řada iniciativ revitalizovat Ainuštinu vzbuzením zájmu prostřednictvím pop-kultury, vědy, internetu a dalších zdrojů“<sup>15</sup> (překlad autora). Například díky japonskému komiksu, manga: „... Nodova populární komiksová série "Golden Kamuy"... zaujme skutečností, že seriál nabízí také bohatý obraz kultury Ainů“<sup>16</sup> (překlad autora).

### 1.1.2 Revitalizace

Revitalizace znamená obnovu nebo oživení jazyka, který vnímáme jako ohrožený ať už v drastickém případě vymizením nebo „pouze“ degradací a ústupem. Cílem je zachovat a obnovit používání mezi mluvčími a zajistit, aby se jazyk stal silnějším, kultivovanějším a trvalejší součástí kulturní identity a dědictví. Dosáhnout obnovy se dá různými způsoby, jedním z nich je zařazení do výuky škol a komunit a celkově do vzdělávacího procesu – přímou formou je výuka konkrétního jazyka, nepřímou pak zvyšování povědomí napříč společnostmi. Důležitou polem zájmu je i akademicko-vědecký zájem. Velkou součástí je také vytvoření nových medií v daném jazyce, podpora literární tvorby, kulturních aktivit

---

<sup>14</sup> *The Japan Times* [online]. 2022, č. 221 [cit. 23. 3. 2023]. Dostupné z: <https://www.japantimes.co.jp/2022/02/21/special-supplements/efforts-underway-save-ainu-language-culture/>

<sup>15</sup> Tamtéž.

<sup>16</sup> Tamtéž.

a podpora jazykového patriotismu. V neposlední řadě je pro udržení jazyka – vyzvednutí z hlubin staré doby – nutná snaha o modernizaci a vytváření nových slov.

V minulosti se na menšiny a jejich jazyka pohlíželo spíše jako na problém než na kulturní bohatství. Trendem (od 60. let 20. století – etnické znovuoživení) posledních desetiletí byl pohled na menšinové jazyky jako na zdroj kulturního bohatství a snaží se je chránit a podporovat – na to je potřeba se dívat v kontextu globalizace a celosvětové snahy o unifikaci. Na jedné straně se setkáváme s názory, že je důležité chránit menšiny a podporovat jejich kulturu a jazyk. Na druhé straně se však také setkáváme s názory, které etnicitu a její hlavní znaky – jazyk – zpochybňují a vidí v nich pouze přežitek minulosti nebo se bojí o identitu vlastní, často na úrovni národní. V demokratických zemích se v současné době respektuje právo jednotlivce i menšin na odlišnost a specifičnost, tato realita je ale stále poměrně mladá a křehká – v nedemokratických zemích, kterou je pro příklad Čínská lidová republika, je tato realita často naprosto převrácena. V Číně se vyskytuje menšinové etnikum Ujguři<sup>17</sup>, které je zde převychováváno a jejich kulturní identita potlačována. Nacionalismus – který v dnešní době nabírá na obrátkách a jde ruku v ruce s extrémistickým uvažováním – je vyvolán strachem z odlišnosti a nenávistí, fobie a averze vede k jednotnictví a xenofobii. Když pomineme politický přesah – což ve své podstatě nejde, ale pokusme se – je unifikace dorozumívání praktická a pragmatická, jenže existence lidí se neomezuje jen na tyto dva aspekty. Do pozadí se také dostává lidstvo determinující etologická a archetypální stránka, v dnešním světě sociálních sítí a neuvěřitelných technologií žijeme v extrémním pokroku, kdy je na vzestupu dříve v science-fiction používaný námět AI. Šatava v textu *Jazyk a identita etnických menšin – možnosti zachování a revitalizace* představuje dvě koncepce:

1. Dualistický koncept („bud’ – anebo“) – založený herderovským vidění národa jako pospolitý celek jednoho jazyka a kultury. Podle této představy je člověk příslušníkem jednoho etnického celku nebo druhého.
2. Multikulturalistická koncepce („nejen – ale i“) – je liberální. Principem je nelezení koexistence majoritní a minoritní složky za účelem hybridní společnosti a kulturního pluralismu. Ideálem je občanská rovnost.

---

<sup>17</sup> Etnická skupina tvořena sunnitskými muslimy, žijí především v oblasti Sin-ťiang v severozápadní Číně. Jazykem patří do turkické skupiny a píše se arabským písmem.



Realita však vězí někde mezi. Ambivalentně vnímáme etnicitu jako společenský konstrukt a zároveň má hluboké kořeny v historii a je spjata se společenskými podmínkami.<sup>18</sup>

Mísení kultur je v dnešní době běžným jevem, jenž reprezentuje cestu, po níž se vydala většina světa. S tímto trendem pak vyvstává kardinální otázka, jestli nebude propustnost příliš ničující pro etnickou diferenciaci a nesetře rozmanité rozdíly, nestane se z etnických rozdílností spíše okruh hobby a součást historie, jako se to stalo s některými staršími náboženstvími? Pokud se tak stane, nemusí to nutně znamenat něco zlého. Nicméně je potřeba dbát na to, aby tento proces nevedl k úplnému vymizení etnické identity a kulturního dědictví jednotlivých skupiny. Prolínání kultur by tam mělo být chápáno jako jev přirozený, který vede k obohacení a vzniku identit nových, nikoliv jako nástroj k asimilaci menšinových kultur do většinové společnosti.

### *1.1.3 Jazykové univerzálie*

Proti třídění jazyků na základě rozdílů (jazyková typologie) stojí pojivo mezi jazyky – výzkum jazykových univerzálií. Univerzálie odráží fundamentální společné rysy jazyků a dělíme je na základě Greenbergovy klasifikace:

1. Absolutní univerzálie – vyskytují se ve všech jazycích (využití jazyka pro komunikaci nebo základní gramatické kategorie).
2. Neabsolutní univerzálie – vyskytující se ne ve všech jazycích a vztahující se k jejich prvkům a vlastnostem. Příkladem jsou vztahy mezi slovosledem a jinými jazykovými vlastnostmi (slovosled subjekt, objekt, sloveso – SOV – má tendenci používat předpony; zatímco jazyky se slovosledem subjekt, sloveso, objekt – SVO – tíhnou k používání přípon).
3. Neomezené univerzálie – nepodmíněné, týkají se jednoho rysu nezávisle na jiných jazykových vlastnostech.

---

<sup>18</sup> ŠATAVA, Leoš. Jazyk a identita etnických menšin – možnosti zachování revitalizace. *Svět literatury*. Praha: Literární akademie, 2005, roč. 15, č. 31, s. 5-14.

4. Implikativní univerzálie – týká se vzájemných vztahů mezi jazykovými rysy. Platí tedy, že pokud má jazyk vlastnost P, má také vlastnost Q (má-li duál, tak má i plurál).<sup>19</sup>

Jazykové univerzálie odhalují společenské vlastnosti a odráží základní principy lidského jazyka. Mohou hrát roli v procesech jazykového kontaktu a směšování – implikativní univerzálie mohou poskytnout informace o tom, jak jsou určité jazykové vlastnosti provázány a jak se mohou přenášet z jednoho jazyka do druhého v důsledku sociálních interakcí. Zároveň mohou napomáhat k porozumění mezi mluvčími různých jazyků nebo mohou sloužit pro výuku jazyků cizích, protože mohou pomoci vysvětlit některé jazykové vlastnosti nebo struktury. V tomto kontextu také můžeme zkoumat jazykovou variabilitu mezi různými skupinami a komunitami. Sociální sítě jako Twitter nebo Facebook jsou jedinečným prostorem pro podobné zkoumání, objevují se zde slangové výrazy a zkratky, které jsou specifické pro určité věkové skupiny nebo kulturní komunity a mohou odhalit neomezené univerzálie v online prostředí.

## 1.2 Český jazyk

Český jazyk svým původem patří do rodiny indoevropských jazyků, dále se diferenciuje mezi jazyky slovanské, a to konkrétně do západoslovanské skupiny. Dle Skaličkovy typologie se řadí mezi jazyky flektivní. Vyvinul se z nářečí praslovanštiny.

Chceme-li popsat situaci konkrétního jazyka, automaticky popisujeme jeho vývoj v obecně společenském stavu země nebo oblasti, situaci politickou, sociální a kulturní a to vše ve vymezeném čase. „*Jde (1) o rozsah a způsob užívání jazyka a jeho variet v různých komunikačních oblastech, (2) o vztah mezi jazykem (jazyka) a varietami z hlediska jejich společenské hierarchie a jejich distribuce a konkurence v různých komunikačních oblastech, (3) o druh a intenzitu postojů uživatelů jazyka k jazyku (jazykům) a jejich varietám.*“<sup>20</sup> Jazyk se svým dynamicky proměnným charakterem neustále adaptuje, inovuje, přetváří, koliduje a uvnitř sebe sama svádí jeho jednotlivé složky neustálý boj o popředí, vrchol řetězce. Objektivita v rámci používání neexistuje,

---

<sup>19</sup> MAREŠ, Petr. *Úvod do studia lingvistiky a lingvistické bohemistiky* [online]. Praha: Karolinum, 2014, s. 40, cit. [23. 3. 2023]. Dostupné z: [https://sites.ff.cuni.cz/ucjtk/wp-content/uploads/sites/57/2015/11/uvod\\_do\\_lingvistiky.pdf](https://sites.ff.cuni.cz/ucjtk/wp-content/uploads/sites/57/2015/11/uvod_do_lingvistiky.pdf)

<sup>20</sup> DANĚŠ, František. Současná jazyková situace. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. DANĚŠ, František a kol. Praha: Academia, 1997, s. 12.

profilují se různá jazyková společenství (se specifickým jazykem), která přichází do kontaktu s jinými, stávají se součástí širšího rámce.<sup>21</sup>

Český jazyk patří do společnosti Evropské unie a v rámci NATO do společnosti euroatlantické, v nichž jsme již pevně ukotveni a přináší pro češtinu jak negativa, tak pozitiva. V rámci EU si udržuje své místo, všechny důležité dokumenty a právní předpisy EU musí být přeloženy do češtiny a uživatel jazyka členského státu má dle klíčového dokumentu *Smlouva o fungování Evropské unie* právo na komunikaci s orgány EU a dostání odpovědi ve svém jazyce. Diplomacie, věda, obchod a populární kultura však zůstává v režii angličtiny a dominance, která pomáhá členy propojit, je značná.

V kontextu výše zmíněného uspořádání se projevují procesy změny ve společenství vedené modernizací a globalizací – digitalizace, automatizace, sociální a politické tenze, demografické změny, migrace, environmentální otázky, uniformizace – zároveň se projevují i tendence opačné – diverzifikační, kdy se okrajové a specifické jevy stávají vyhledávanými či zkoumanými. Masové společnosti žijí ve standardizované době stírající rozdíly veškerých oblastí, konzumují celosvětová multimédia, život reflektují na sociálních sítích, kam se přesouvá jejich identita, a život lidí je intenzifikován, plný stresu. V důsledku kontaktů jazyků, zjednodušení a předchozích aspektů dochází k nivelizaci rozdílů.<sup>22</sup>

### 1.2.1 Stratifikace současného českého jazyka

*„Model stratifikace českého národního jazyka, který byl vytvořen, je totiž - jako každý model - jen zobrazením určitého reálného stavu fungování jazyka, který se v konkrétních komunikačních situacích může jevit jinak.“<sup>23</sup> Český jazyk je v dnešní době souborem nejrůznějších forem odpovídajících funkci, sociální, geografii a kontextu různého typu komunikační situace. Odlišujeme útvary stabilizované (strukturní) a poloútvary (útvary nestrukturní), standartní (regulovaná) a nestandardní (neregulovaná).*

1. Spisovný jazyk – kodifikovaný, standardizovaný a prestižní, má bohatou vlastní strukturu. Poměrně jednoznačné vymezení, neurčité je v mluvených projevech.

---

<sup>21</sup> Tamtéž, str. 12 – 13.

<sup>22</sup> Tamtéž, str. 13.

<sup>23</sup> KRČMOVÁ, Marie. Stratifikace současné češtiny. *Linguistica ONLINE* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2005, č. 1, s. 7, [cit. 12. 3. 2023]. Dostupné z: <http://www.phil.muni.cz/linguistica/art/krcmova/krc-012.pdf>

Spisovnost můžeme vykládat různě, některé jevy na hranici spisovnosti se zahrnují do hovorové češtiny. Její funkce je národně reprezentativní

2. Obecná čeština – svým původem interdialekt, je nestandardní nebo lépe řečeno substandardním. Typickým je ústup lokálně vymezených prostředků mluvy a malá sociální příznakovost. Jedná se o normovanou formu národního jazyka s vlastní strukturou. Využívá se mimo veřejnou oficiální komunikaci, nižší forma obecné češtiny se řadí mezi interdialekty. Vytváří tlak na standardizované variety jazyka a její prvky přechází do standardní formy.
3. Hovorová čeština – jedná se o součást spisovné češtiny, tzn. také prestižní (standardizovaná). Přenášena převážně mluvenou formou uživatelů spisovného jazyka – je tudíž jen minimálně kodifikována. Je dynamičtější a odráží více aktuální stav spisovného jazyka, je otevřenější nestandardnímu lexiku a nářečním lexikálním prvkům.
4. Interdialekty – většinovým nositelem je generace mladší a střední, která stírá nářeční rozdíly. Patří sem např. východomoravský interdialekt. Bývají brány za prestižnější vůči dialektům. Používané jsou v soukromém a v poloveřejném kruhu. Vyznačují se velmi dynamickou proměnou, popsány jsou hlavně jejich rysy a tendence.
5. Dialekty – samotné jazykové struktury existující v souladu s jazykem národním. Je obtížné určit jejich počet, mnohost stojí v protikladu proti jednomu jazyku spisovnému. Nicméně je potřeba neustále hledat izoglosy nářečí, protože dialekty mizí a dříve hojná oblastní mluva zaniká – dneska už nezaslechnete „táborštinu“ v regionu Tábořsko. Slova jako *čumbrky* nebo *rabuš* už neuslyšíte. Tábořská mluva patří do širšího nářečí Jihočeského, specifická slova tomuto regionu – týká se prakticky více či méně všech regionů – unifikací života a integrací upadají do propasti historie a záznamů ve slovníku.
6. Útvary nestruturní – patří sem obecný slang, profesní mluva, sociolekty a argot. Využívány jsou soukromě nebo skupinově. Většinově se berou za neprestižní či profesně nebo zájmově závazná. Mluva je většinou na pomezí nebo za hranicí spisovnosti.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> KRČMOVÁ, Marie a Jan CHALOUPEK. NÁRODNÍ JAZYK. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 20. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/N%C3%81RODN%C3%8D%20JAZYK>

Český mluvčí volí mezi různými varietami v závislosti na situaci, na kontextu a sociální situaci. Zároveň je potřeba si uvědomit, že útvary výše nejsou rigidní ani oddělené, ale jde spíše o kontinuum mezi variantami, které se navzájem ovlivňují: „*Mohli bychom říci, že dnes – necháme-li stranou čistě formální „spisovné situace“ ... – jen málokdo užívá nějaké „čisté variety“.* Zpravidla mluvíme jazykem kombinovaným...“<sup>25</sup>

### 1.2.2 Česká diglosie?

Diglosie je sociolingvistický jev, kdy se používají dva (nebo více) jazyky nebo variety jednoho jazyka k různým funkcím. Jeden jazyk (varieta jazyka) je brán jako vyšší a z pravidla se učí ve školách, zatímco druhý se používá v běžném hovoru.

V českém prostředí se jazyk spisovný nepoužívá k ústnímu dorozumívání, pokud budeme mluvit o běžné mluvě, patří sem široký repertoár různých prvků jazyka nespisovných i některých spisovných. V českém prostředí je mluvenou formou jazyka obecná čeština, která plní duální funkci. Vůči lokálním nářečím zastává úkol koiné a určitou mírou zastupuje spisovnou verzi. V korelaci se spisovným jazykem reprezentuje typ lidové mluvy.<sup>26</sup>

V kontextu českého jazyka jde o jakýsi „náběh“ diglosie, o kterém mluvil F. Daneš. V českém jazyce bychom měli na tuto situaci nahlížet spíše jako na variabilitu než na diglosii, protože nedochází ke striktnímu oddělení formální a neformální varianty.

### 1.2.3 „Czechlinština“

Don Sparling při jeho působení na Masarykově univerzitě v díle *English or Czenglish* popsal dřívější fenomén českých uživatelů angličtiny využívat nesprávné větné skladby nebo bohemismů<sup>27</sup>, tento jev nazval dnes ustáleným výrazem „Czenglish“ a dílo má sloužit k eliminaci těchto chyb. V současné době česká společnost převážně angličtinu ovládá a nemá s ní problém.

Proto je dnešní doba úplně rozdílná, česká populace přichází s angličtinou daleko více do styku a proniká tak do podvědomí společnosti. Prakticky každý používá média

---

<sup>25</sup> DANEŠ, František. Současná jazyková situace. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. DANEŠ, František a kol. Praha: Academia, 1997, s. 14.

<sup>26</sup> Tamtéž, s. 14 – 16.

<sup>27</sup> Český jazykový výraz přejet do cizího jazyka výsledkem kontaktu češtiny s jiným jazykem.

angličtinou protkaná – sleduje YouTube, vlastní aspoň jednu sociální síť a streamovací službu pro filmy, muziku nebo jiný obsah. Generace Zoomerů je více provázána s herním průmyslem, světem seriálů a internetovým prostorem. Takřka všude emerguje téměř infinitní počet anglických slov, které přejímáme do našeho jazyka. Globální status angličtiny předurčuje její pronikání do slovní zásoby dalších jazyků a nejen u nás se většinou vyučuje jako povinný druhý jazyk. To může zapříčinit, společně s jeho popularitou a všudypřítomností, značnou dominanci. V některých zemích se vyučuje jako oficiální mluvená forma redukcující rozvoj a udržení místních jazyků – Indie přes velkou jazykovou různorodost<sup>28</sup> má jako jeden z úředních jazyků angličtinu, která ostatní variety upozaduje (někdy dokonce diskriminuje) a hraje velkou roli ve vzdělávání, vládě a obchodě.

Forma interference se liší závisle na situaci konkrétního jazyka, za správných podmínek se neomezuje jen na slovní zásobu a vniká do gramatických a syntaktických struktur jiného jazyka – v češtině, dnes nikomu nepřipadajíc zvláštní syntaktická stavba, se objevuje „... užívání neshodných přívlastků v postavení před rozvíjeným substantivem... (zvláště zde působením angličtiny) ...“<sup>29</sup>: *business třída, fitness centrum, happy hour, premium sedadlo, ČPP Arena, Tipsport arena ...*

Dnešní konvergence českého jazyka však vypadá úplně jinak a je daleko radikálnější. Youtubový kanál *Sugar Denny* je velice populární, čítá přes 190 tisíc odběratelů a 71 a půl milionů zhlédnutí. Youtuberka je aktivní také v „business“ sféře, na Instagramu a jiných sociálních sítích, jako je TikTok. Její obsah se zaměřuje na módu, kosmetiku, „životní styl“ a vlogy. Její jazykový styl je velice osobitý a zahrnuje jedinečnou směsici češtiny a angličtiny, zároveň při „smršti“ slov používá nižších forem jazyka jako vulgarismů, nadměrného opakování slov, výplňkových a parazitních slov, kolokvialismů<sup>30</sup>, neformálních konstrukcí a slangových výrazů. Přestože podobné využití jazyka může navozovat přátelštější či autentičtější atmosféru a svým způsobem je kreativní a může přispívat k vytváření nových tvarů, nových kombinací slov a zábavnosti, měla by její tvorba procházet rigorózní korekcí. Její projev je často nesrozumitelný z důvodu špatné syntaxi, je redundantní a nesmyslný a povrchní. V tu samou chvíli učí její diváky závislost na anglickém jazyce, především u mladších diváků,

---

<sup>28</sup> Více než 1200 jazyků a dialektů.

<sup>29</sup> DANĚŠ, František. Současná jazyková situace. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. DANĚŠ, František a kol. Praha: Academia, 1997, s. 23.

<sup>30</sup> Jazykový výraz, který je charakteristický pro hovorový, neformální nebo méně vážný styl komunikace. Mohou odrážet kulturní a sociální kontext, regionální a generační prvky.

což může vést ke ztrátě kompetentnosti mluvit ve svém rodném jazyce správně a vyšší formou. Její tvorba je zároveň založená na nepřeborném množství nekorektních, chybných a nesprávných názorů – děti vede k nezdravému životnímu stylu a k nedostatečné sebereflexi, tzv. kognitivní „slepé skvrně“. Nevědomky podněcuje jazykový imperialismus a vede mladší generaci k degeneraci.

Neomezuje se na pouhé jednotlivé anglicismy ve větné struktuře, její věty čítají extensivní spektrum frazeologismů včetně idiomů. Ve větách se objevuje pestrá škála anglických slov a frází, které plynule či absolutně neplynule přechází do české a zpátky anglické formy jazyka – *Včera jsem byla na super fun girls night out s mojí BFF*. Tento jev – *Czechlinština* – je typem *code-switchingu* (střídání jazykových kódů), přičemž mluvčí přechází nepravidelně z jednoho jazykového systému do druhého a kombinuje je dohromady. *Czechlinštinou* nemluví pouze *Sugar Denny*, používají jí další youtuberi, mladší generace posluchačů YouTube scény či jiných médií. Neomezuje se však jen na YouTube scénu, sporadicky se promítá do publicistického sektoru a komunit s volnočasovým zaměřením. Podobné „hrátky“ můžeme pozorovat i youtubera *Sterakdaryho*<sup>31</sup>, jeho mix je propojen s herní komunitou, vyhýbá se zaplevelování svého jaz. obsahu a dokáže kreativně propojit tento jev s vyšší jazykovou formou – „*Jakmile já ho tady přidám, on bude happy a nebude mít nic lepšího na práci.*“<sup>32</sup> Podobné využití bude cílit na určitou skupinu, evokuje kreativitu a přináší atraktivnost nebo nachází přejímku, u které nenajdeme plnohodnotný český ekvivalent. V porovnání je inferiorní slovník *Sugar Denny* důkazem slabé slovní zásoby a neschopnosti najít ekvivalent ke slovům, které neustále opakuje. Vypomáhá si anglickými výrazy, které by mohly zastupovat atraktivnost, zábavu a kreativitu, bohužel však jen nadměrně znečišťují jazykový prostor – „*Tady tyhle ty jsem si vzala 48 a ještě jsem je jako size-upla a že mi to jako úplně katlo-off blood circulation a i tak jsem je nemohla vytáhnout nad stehna.*“<sup>33</sup> „*Aha, tak to jsou asi ty druhé, speaking off the devil.*“<sup>34</sup> „*Okay, já vím, že jste si toho*

---

<sup>31</sup> Český youtuber, streamer, spisovatel a dříve hlavní voice-over pořadu Re-play, který se zabývá kritikou herních titulů a představováním novinek z herního světa. Jeho tvorba se neomezuje jen na populární tituly, ale představuje také indie hry – tzn. hry od nezávislých tvůrců.

<sup>32</sup> Sterakdary, 2022, *Ze zombika vyrob pracovníka!* – *Zombie Cure Lab*, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=l28eU6ttfA0>

<sup>33</sup> Sugar Denny, 2022, *totální FLOP ASOS HAUL protože mi NIC NESEDÍ* | *SugarDenny*, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=JNe297-3UQ4>

<sup>34</sup> Tamtéž.

všichni určitě všimli, mám nové tetování a jsem so excited about it.“<sup>35</sup> Výklad Czechlinštiny bych chtěl uzavřít tímto příkladem z „Haulu“ Sugar Denny – *Basically jde o to, že tady tohle to evil eye, tady tohle to jakoby modré oko, jakoby vás chrání předtím, aby vám dal evil eye.*<sup>36</sup>

### 1.3 Neologismy

Encyklopedický slovník češtiny představuje pojem jako: „(...) lexikální jednotku, která se ve vztahu k existujícím jednotkám slovní zásoby současného jazyka vyznačuje novostí, a to jak z hlediska vzniku, tak z hlediska funkčního (funkčně systémového, komunikačního, stylistického).“<sup>37</sup> Neologismus je tudíž něco nového, co jazyk obohacuje nebo zaplevelí, staví se proti archaismům<sup>38</sup> a pojmenovává nové předměty nebo jevy. Existuje z potřeb uživatelů pro nová slova výstižnější nebo přesnější, slova s cílem o ekonomičtější tvar či slova znějící libozvučněji pro estetickou či intenční stránku jazyka. Častým znakem je spontánnost, nalezneme je ve všech sférách komunikace, charakterizovány jsou jako dobově příznakové, mají sklon k šíření a většinou jsou navázána na skupinu uživatelů. Rigidním aspektem v pronikání do slovníků je spisovná norma jazyka a pomalý proces kodifikace, závisí na kolektivní aprobaci – schválení. Mluvenou verzi jazyka můžeme vnímat jako odraz společnosti, která jí užívá.

Vznik a funkce nových lexikálních pojmů jsou formulovány jazykovými a nejazykovými (psychickými a sociálními) faktory. Souhrnný náhled na charakteristiku neologismů si sebou nese různá úskalí. Přestože se snažíme o co nejaktuálnější a nejbohatší prostředky, nejsme schopni tohoto cíle dosáhnout. Veškerá nová slova pojmut nelze: „(...) neustálá regenerace slovní zásoby s obecnými otázkami jazykového vývoje, s otázkou vztahu jazyka a společnosti, jazyka a myšlení, uznává se význam pro kultivování národního (spisovného) jazyka, pro jazykovou politiku a výchovu.“<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Sugar Denny, 2022, *nové podzimní oblečení juchuuuuu* / ASOS HAUL / SugarDenny, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=GM3MrwpTdr8>

<sup>36</sup> Sugar Denny, 2022, *ASOS PLUS SIZE HAUL* / SugarDenny, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0GpdaRTk24s>

<sup>37</sup> NEKULA, Marek, Jana PLESKALOVÁ, Jarmila BACHMANNOVÁ a Petr KARLÍK. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 284.

<sup>38</sup> Zastarávající jazykové prvky, které ustupují novým výrazům, s řídkým používáním uživateli jazyka.

<sup>39</sup> MARTINCOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha: Univerzita Karlova, 1983, s. 9.



Badatelským zájmem neologie je „*podstata a pojetí neologismu, jeho vymezení, problém stanovení, vymezení jazykových jevů, které lze pod pojem neologismus zahrnout, a problematika kritérií, na jejichž základě lze neologismy zjišťovat, určovat a hodnotit.*“<sup>40</sup> Pokud odhlédneme od problému vymezení neologismu, vyvstává otázka nad složkou, která se věnuje vzniku, začlenění, uplatnění a statusu neologismů. V neposlední řadě pozorujeme tendence pronikání novotvarů do slovní zásoby zapříčiněny přílivem nových slov a procesy, které s přijímáním souvisí a odráží změny v jazyce. To vše je zkoumáno s ohledem na dynamický charakter jazyka zapříčiněný mimojazykovými a vnitřně jazykovými faktory v kontextu dané jazykové situace (spisovné formy).

Klasifikovat neologismy můžeme více způsoby, jedním z nich je třídění z hlediska funkčního a strukturního.

1. Dle struktury:

- n. slovotvorné (derivace<sup>41</sup>, kompozice<sup>42</sup> nebo abreviace<sup>43</sup>)
- neosémantismy („*virus, promoce, chůvička – podle anglického názvu výrobku Nanny*“<sup>44</sup>)
- slova utvořená ze zkratk (PVP – *pévépéčko*, CD – *cédéčko*, DVD – *dévédéčko*)
- přejatá slova (např. *random, outfit, chill, gambler*)
- víceslovná (sdružená) pojmenování (*mobilní telefon, reality show, profi armáda*)
- frazémy (*chudý jako kostelní myš, dát si do nosu, dát si špeka*)

---

<sup>40</sup> Tamtéž, s. 10.

<sup>41</sup> Tvorba nových slov odvozením z již existujících slov či kořenů pomocí morfologických prostředků – předpon, přípon, koncovek –, přechodu z jedné slovní třídy do druhé nebo kombinací více těchto prvků. Za příklad z angličtiny přejaté slovo „*selfie*“ – „*self*“ (*sám sebe*) a „*photograph*“ (*fotografie*) – znamenající fotit sama sebe, které vzniklo pro popis fenoménu, kdy se lidé sami fotí a následně fotky sdílejí na sociálních sítích.

<sup>42</sup> Je proces tvoření nových výrazů spojením dvou nebo více existujících slov, která mají obvykle specifický význam a nebylo by možné je vyjádřit jedním slovem. Příkladem uvedu „*počítačovou myš*“, spojení slov úplně z jiných sfér s kontextem vnější podobnosti.

<sup>43</sup> Abreviace je zkrácený tvar slova nebo výraz, který vzniká vynecháním některých písmen nebo slabik. V češtině najdeme například „*atd.*“ (*a tak dále*), „*č.*“ (*číslo*) nebo z angličtiny používané „*CEO*“ (*výkonný ředitel – Chief Executive officer*), „*WIFI*“ (*bezdrátová připojení – Wireless Fidelity*).

<sup>44</sup> MRAVINACOVÁ, Jitka. Neosémantizmy vzniklé pod vlivem cizího jazyka. In: MARTINCOVÁ, Olga a kol. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, 2005, s. 182 – 184.

2. Dle funkční stránky se za neologismy považují tvary původně vázané na pracovní, zájmové, sociální a jiné prostředí s původem odborné, profesní, slangové příznakovosti, která se přehodnocuje a mění. Patří sem také slova revitalizovaná, okazionalismy a individualismy, efemérní slova, slova módní a dobová.<sup>45</sup>

Rozkolísaný pojem zahrnující široké spektrum slov se subjektivním vnímáním určitelnosti a nestanovitelnou ohraničitelností je běžnou součástí slovní zásoby a v systému jazyka vzniká a působí jako hybatel, který svým včleněním a diverzitou nebo periferní rolí a zánikem určuje směr vývoje a reflektuje chování a trendy menších skupin nebo celých společností. Na tvar „*ministryně*“ jsme se v minulosti koukali jako na neologismus, který přechýlením<sup>46</sup> díky společenským změnám přešel v trvale používaný a dnes z našeho jazykového úzu těžce odmyslitelný tvar. Při diachronním pohledu můžeme zahrnout do neologismů prakticky veškerá nově vzniklá slova napříč časem, vysoká propustnost jazykových tvarů zajišťuje jejich neustálé posuny sférami jazyka a slovník se tak regeneruje, stabilizuje a posiluje nebo znovuožívá, slova a fráze tak odchází a přichází do úst lidí, kteří určují jejich postavení v systému. Kolektivní kultivací a pomalým procesem kodifikace se slovník společnosti mění nedostatečně rychle na papíře oproti živé verzi jazyka, která je nejryzejší a nejautentičtější výpovědí o stavu současné mluvy. Ať už lapsus nebo cílený pokus se při promítnutí na papír či vyřknutí stává neologismem, z podstaty se jedná o nový – aktuální – výraz. Pokud chce setrvat ve slovní zásobě, musí být atraktivní, musí lákat svojí výstředností, „krásou“ nebo musí zapadnout lehce do systému a být efektivním a úsporným – tzv. potenciál slova. Utváří se v prostředí zájmových skupin, kde je charakterizován příslušností k okruhu zájmu a diverzifikací od ostatních (příznakovost); v kruzích odborného prostředí s přirozenou nutností pojmenovává nové vynálezy nebo myšlenky a unifikuje vědeckou terminologii; v publicistickém a uměleckém odvětví se snaží zaujmout, chce pojmenovat věci jiným, více poutavým, zajímavým nebo osobitým způsobem – právě zde můžeme sledovat progresivní a často velice unikátní tvorbu nebo využití slov –, příkladem unikátním je slovo „*robot*“ vytvořené dobře známým Karlem Čapkem, které se objevilo v jeho díle

---

<sup>45</sup> MARTINCOVÁ, Olga. NEOLOGISMUS. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 5. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/NEOLOGISMUS>

<sup>46</sup> Proces (moce), kdy se mění rod modifikací. Převážně se mluví o tvoření ženského rodu vůči mužskému, proces však funguje i naopak – tvoří se tak rodový protiklad.

*R.U.R.* a překročilo hranice českého jazyka; v generačním pojetí spojuje blízké věkové skupiny, přičemž odráží dobovou a módní tendenci – často až bizarním způsobem.

#### 1.4 Anglicismy

Anglicismy jsou slova, výrazy nebo gramatické konstrukce převzaté z anglického jazyka do jazyka jiného. Jedná se o výsledky kulturních, ekonomických, technologických a sociálních interakcí mezi anglicky mluvícími zeměmi a zbytkem světa.

Přejímání anglicismů je světovým fenoménem postihující takřka všechny moderní jazyky. Důvodem je dominantní postavení angličtiny a její prestiž na poli mezinárodních vztahů, politiky, technologie a obchodu. Motivací je vyplnění mezery v lexiku pojmenováním nové skutečnosti, rozšíření významového a synonymního pole, přínos pragmatického významu, úspornost, inovace, módnost a sebeurčení. Stupeň, průběh a výsledek přejímání a adaptace závisí na různých faktorech – rozdílu (gramatickém a formálním) mezi výstupním jazykem (angličtinou – analytickým jazykem) přejímaného slova/struktury a cílovým jazykem (v našem případě češtinou – flektivním jazykem); dataci a procesu (délkou) přejímání; funkci; frekvenci; schopnosti vyhovovat stylistickým situacím; významové stránce a počtem ekvivalentů v jazyce, do kterého je přejímáno.<sup>47</sup>

Výpůjčky se pohybují od formy citátových slov až po největší míru přizpůsobení – počestění. Měnit se může zvuková stránka – výslovnostní a přízvuková stránka, pravopisná i morfologická. U starších výpůjček, které jsou plně adaptovány, dochází většinou ke všem změnám, pokud zůstanou v aktuálním kurzu mluvčích. U výpůjček mladšího charakteru se zachovává původní forma zápisu, přičemž slova s výraznou odlišností se většinou neadaptují ani po delší době. V opačném případě vlivem prohlubující se znalosti angličtiny dochází k reanglizaci vypůjčených slov. Z pohledu sémantického se zřídka stává, že je přejat komplexní význam slova a význam, který je často pozměněn, zúžen nebo rozšířen, je navázaný na simplifikovanou oblast (film,

---

<sup>47</sup> BOZDĚCHOVÁ, Ivana. ANGLICISMY V ČESKÉM LEXIKU. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ANGLICISMY%20V%20%C4%8CESK%C3%89M%20LEXIKU>

sociální média, módu atd.). Převážně se dá říci, že tendence k adaptaci je značná a český jazyk zapracovává anglická slova do svého systému.<sup>48</sup>

Anglicismy se v dnešní době vyskytují takřka kdekoliv. Používají je rozdílné sociální skupiny, vyskytují se při, ať už správně nebo nesprávně, různých komunikačních situacích a v diferencních oblastech života. Integrace probíhá buď nezávisle na sobě či ve vzájemné závislosti. Nejvíce se anglicismy prosazují (zároveň i tolerují) v oblasti terminologického vyjadřování (vědecké, odborné a poloprofesionální), běžné mluvy (vlivem globalizace a digitální transformace) a slangu.<sup>49</sup>

Přidruženost k určité skupině souvisí se slovní reprodukcí, všechny podněty (o to více samotní lidé) okolo nás utváří naši osobnost a stejně to můžeme vztahovat i na jazyk, který používáme. Ten se na základě komunikace, kterou prožíváme; materiálu, který čteme; jazyka, který se učíme, a dalších vlivů, které na nás působí, utváří. Vliv angličtiny odmítají některé disidentní skupiny (antiamerikanisté a antiglobalisté), které v dnešní době odmítají názorový postoj západní společnosti nebo cítí strach z nových – inovativních tendencí.

Komunikační situace můžeme zjednodušeně rozdělit na formální a neformální, přičemž někde mezi tím stojí situace, která sdílí určitou měrou rysy obou těchto protipólů – poloformální situace. Kontext situace a rysy komunikace určují její typ, rysy můžeme hierarchizovat jako dvojice krajních bodů se vzájemnými vztahy, kde se reálná charakteristika situace pohybuje na škále mezi těmito body: „(...) (komunikace) „verbální – neverbální“, „interpersonální – masová“, „veřejná – soukromá“, „institucionální – neinstitucionální“, „psaná – mluvená“, „v jednom kódu (jazyce) – více než v jednom kódu“ (vícejazyčná nebo obsahující neverbální prvky) aj., bere se v úvahu prostředí, v němž ke komunikaci dochází (zde jde především o možnost výskytu šumů), prostorové a časové okolnosti komunikace („tváří v tvář“ – „distantní“ aj.).“<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> NEKULA, Martin. Anglicismy v češtině. In: VIERECK, Wolfgang, Karin VIERECK a Heinrich RAMISCH. Encyklopedický atlas anglického jazyka. Př. NEKULA, Marek a FISCHEROVÁ, Andrea. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2005, s. 259 – 276.

<sup>49</sup> MRAVINACOVÁ, Jitka. Přejímání cizích lexémů. In: MARTINCOVÁ, Olga a kol. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, 2005, s. 187 – 190.

<sup>50</sup> HIRSCHOVÁ, Milada. KOMUNIKAČNÍ SITUACE. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/KOMUNIKA%C4%8CN%C3%8D%20SITUACE>

Mezi situační proměnné také patří, jak potvrzují psycholingvistické studie, sociální vzdálenost mluvčích (tematická proximita): „(1.) Při pojmenování objektů blízkého tematického okruhu v rozhovoru se sociálně blízkým partnerem se projevuje tendence užívat nižší stylovou vrstvu. (2.) Při pojmenování stejného objektu ze vzdálenějšího tematického okruhu v rozhovoru se sociálně blízkým partnerem se projevuje tendence užívat slov vyšší stylové vrstvy. (3.) Při rozhovoru se sociálně vzdáleným partnerem se užívá slov vysoké stylové vrstvy bez ohledu na blízkost tématu.“<sup>51</sup>

Komunikační situaci ovlivňuje také samotná individualita mluvčích, ti se snaží, aby byli navzájem pochopeni a jejich subjektivní soubor znalostí, prožitků, preferencí a postojů se do situace promítá. Konkrétní situace a aspekty v ní zahrnuté se tak mohou stát pro použití různého typu anglicismů vhodné nebo nevhodné, buď mluvčího vybízí nebo odrazuje, on sám rozhodne a posouvá hranice svého vnímání „vhodnosti“ určitých typů anglicismů v daných komunikačních situacích.

#### 1.4.1 Okazionální případy

Jako všechny neologismy i podkategorie okazionalismů se označuje rysem novosti. Vznikají v jazyce na základě konkrétních, jedinečných nebo okrajových situací a událostí. Jejich předpoklad pro ustálení ve slovní zásobě je značně rozdílný. Jsou frekvenčně řídké, specifické a osobní, často vychází ze spontánnosti situace a mnohdy slouží pro humorné či kreativní vyjádření nebo vznikly – jim charakteristicky – opravdu náhodou.<sup>52</sup>

Kreativním a humorným příkladem okazionálních případů, které se objeví pouze jednou a dále neproběhne jejich integrace – stanou se efemérní, je popisování „úlovků“ facebookovou skupinou *Mullet*<sup>53</sup> *Hunting PRO* – komunita (necelých 30 tisíc členů) této uzavřené a parodické internetové skupiny popisuje mullety v různých situacích kreativním kategorizačním pojmenováním za použití latinského sufixu -us, kterým se

---

<sup>51</sup> NEBESKÁ, Iva. Formuje se nová psycholingvistická koncepce?. *Slovo a slovesnost* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, 1985, r. 46, č. 2, s. 145-151, [cit. 12. 3. 2023]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=3027>

<sup>52</sup> MARTINCOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha: Univerzita Karlova, 1983, s. 131 – 142.

<sup>53</sup> Mullet je člověk, který má charakteristický účes vyznačující se krátkými vlasy vepředu hlavy (tzv. byznys) a dlouhými vlasy v zadní části.

snaží přidat na vážnosti, vznikají pojmenování jako „*Mulletus teknus*“<sup>54</sup> nebo „*Mulletus pivus*“<sup>55</sup>.

Příležitostní (okazionální) výpůjčky (ad hoc výpůjčky) z angličtiny můžeme vnímat jako snahu o zpestření, přidruženost ke skupině nebo názorovému proudu, inovaci, módnost.

#### 1.4.2 Vícejazyčnost

V pohledu do vícejazyčnosti je důležitým pojmem bilingvismus, který definuje slovník jako „*Aktivní užívání dvou jazyků (zprav. mateřského a cizího) společností n. jednotlivcem, dvojjazyčnost.*“<sup>56</sup> Rozšiřující výraz multilingvismus je, jak už název napovídá, aktivní užívání více než dvou jazyků společností nebo jednotlivcem.

Vícejazyčnost může být výsledkem různých faktorů, jako je bilingvismus v dětství, kdy se v globálním světě stále více stává, že rodiče jsou jiné národnosti a používají různé jazyky nebo nepoužívají své mateřské jazyky, které jsou rozdílné, k dorozumívání a využívají třetí jazyk, který ovládají oba. Pro cílenou vícejazyčnost se využívá chůvy, která má mateřský jazyk jiný, než rodiče dítěte. Ta pak na dítě mluví a tráví s ním čas, aby se dítě od útlého věku potkávalo s jiným jazykem.

Ovládání více jazyků sebou nese nové možnosti, ulehčuje komunikaci, rozvíjí jazykové kompetence a kognitivní schopnosti, sjednocuje a ulehčuje porozumění ve složitém světě – unifikuje. Na druhou stranu může, působit zmatečně, zapříčinit komolení jednoho z jazyků vlivem druhého a až chaoticky přecházet při mluvě mezi jazyky a vytvářet jazykovou zmatečnost – v takovém případě jedinec neovládne a nerozlišuje konkrétní jazyky. Vytrácí se tak jazyková identita.

---

<sup>54</sup> Mullet Hunting PRO. Facebook [group page, shared link]. 2023, 17. června, 23:28. [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z:

<https://www.facebook.com/groups/1004554917015355/posts/1488165205320988/>

<sup>55</sup> Mullet Hunting PRO. Facebook [group page, shared link]. 2023, 18. června, 17:31. [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z:

<https://www.facebook.com/groups/1004554917015355/posts/1488571358613706/>

<sup>56</sup> LOTKO, Edvard. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2000, s. 21.

## 1.5 Standardizace a jazykový pluralismus

Z přirozené vlastnosti lidí se lišit a zároveň sdružovat na základě sociálně-geografických markantů je jazyk identifikací daleko uchopitelnější než kultura nebo etnikum. Technologickým pokrokem, internacionalizací a snahou o intenzifikaci se světová společnost neustále přibližuje. Jazyky tyto fenomény samozřejmě postihují také, ty se prolínají, vymírají a rozmanitost řídne. Babylonskou věž, která rostla do nebes a spojovala lidi v jednotném jazyce, zastavila božská síla. Trend globalizace a s ním spojená homogenizaci jazyka má svoji protikladnou a ne tak ultimátní sílu také – nacionalizaci. Ta se snaží jazyk ochránit před vnějším vlivem, standardizovat ho a kodifikovat a při převráceném herderovském pojetí jeden jazyk marginalizovat nad ostatní. V jazykovém prostoru implikovaně také dochází k procesům – úzce navázaných na pokrok – intelektualizace a intenzifikace. Patří sem terminologizace, která stojí v polaritě determinologizaci; univerbizace a multiverbizace; supleventismus a v tuto chvíli celosvětová anglicizace.

Na příkladu revitalizace výše je demonstrováno, že bychom jazyky měli uchovávat a nezapomínat, nesou kulturní dědictví a prohlubují vědění o funkci mozku – „kolik řečí umíš, tolikrát si člověkem“. Ale uměle oživovat jazyk, aniž by měl základnu, která oživování podněcuje, je nesmysl. Jazyk – jako systém přizpůsobivý, podmiňující se době, společnosti, tendencím a vlivům – se vyvíjí. Jazykový darwinismus určí, který jazyk je flexibilnější, účinnější nebo se lépe přizpůsobuje v konkurenci ostatních. Součástí adaptace může být i devalvace – z negativistického pohledu je společnost zkažená nebo se ubírá směrem ke zkaženosti – a jazyk se pak stává „zvrhlým“. Degradaci společnosti vidí konzervativci ve vulgarizaci, pokřivenosti elit, vnějších vlivech, demoralizaci, porušení tradic, v generačních změnách a s tím souvisejících inovacích. V jazyce se pak tento pohled promítá jako odmítání přejímání cizích slov, strach z nedostatku komunikačních schopností a dekomunikace, pocit zaplevelení jazykové krajiny a především zamítnutí modernizace slovníku.

Neporozumění mezi novou – moderní vlnou a starou – konzervativní bariérou je přirozené a pocit generačního rozporu přichází pokaždé. Nová slova patří mladým, oni určují předobraz úzu a jsou ti, kteří pročistí novou a spontánní mluvu – z celkového trhu se prosadí jen zlomek. Většina módních slov se neuchytí a inovativní tendence s dostatečnou silou se do jazyka propíší i jako systémové změny. Puristé naopak zastávají čistotu, dosavadní řád a neměnnost a neambivalentnost jazykového kapitálu. Nové

generace i přes škodlivé nálepkování označujeme jako generace Z a Alfa, předělem je generace X a Y a starší je generace poválečná a tzv. tichá generace.

## 1.6 Generační pojetí obyvatelstva

### 1.6.1 Zoomer

Generace Z („zooomeři“) přišla do světa už s plně vyvinutými digitálními technologiemi, které je každodenně obklopují. Označuje se takto demografická skupina narozená přibližně v letech 1997-2012. Charakteristická je pro ně dobrá orientace v internetovém prostoru, rychlé tempo života, multitasking a silný vliv sociálních médií. Jsou otevření k diverzitě a sociální inkluzi považují za důležitou součást života. Často bývají označováni za generaci sněhových vloček, přičemž název vychází ze stereotypního přesvědčení o zvýšené sensitivitě, psychické nestabilitě a pocitu výjimečnosti.<sup>57</sup>

Generační koncept zdaleka nefunguje absolutně, je těžké definovat přesné hranice, vlastnosti se nedají generalizovat a mezi generačními skupinami dochází ke konvergenci, zároveň je toto rozdělení možno uplatnit jen na západní svět. Proto se také označení Zoomer nepoužívá jen při označení lidí spadajících vymezených narozením, ale v souvislosti s kompetencí ovládat digitální technologie a orientaci v internetovém prostředí.

### 1.6.2 Boomer

Generace „baby boomers“ se narodila po 2. světové válce mezi lety 1946 a 1964. Jméno je odvozeno od vysoké natality, která po válce následovala. V současné době vstupují tato generace vstupuje do důchodového věku a mají vliv na politiku, ekonomiku a kulturu.<sup>58</sup> Vzhledem k jejich vysokému počtu oproti předcházejícím generacím, prolongaci stáří

---

<sup>57</sup> MANN, Kiran. Generation: Understanding And Leading Gen – Z. In: *Forbes* [online]. 5. 6. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2023/06/05/guiding-the-next-generation-understanding-and-leading-gen-z/?sh=b0c9779cd49d>

<sup>58</sup> BUCHNOLZ, Katharina. Demographic Change Accelerates In The U.S. [Infographic]. In: *Forbes* [online]. 20. 5. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/katharinabuchholz/2023/05/30/demographic-change-accelerates-in-the-us-infographic/?sh=d041367397ea>



a potřebám ve zdravotnictví jsou tyto faktory výzvou pro společnost. V České republice si poválečné děti prošly komunistickým režimem a oproti západnímu světu nezažili silný ekonomický růst nebo vlnu subkultur jako je např. hippies. Byli svědky přechodu k demokracii a tržnímu hospodářství a mnozí z nich se stali aktivními v politickém, ekonomickém a kulturním dění.

Jejich postoj k technologiím, společenským otázkám a hodnotovým tématům se může lišit od mladších generací, což vede k rozdílným názorům. Technologie tvoří jejich každodenní život a někteří je přímo odmítají používat. V kontextu technologií se tak člověk – často věkem odpovídající poválečné generaci – neschopný používat moderní technologie nazývá „boomer“.

### 1.6.3 Generace X

Potomci „baby boomerů“ – narození mezi lety 1965 až 1980. Vyrůstali v rapidních sociálních a technologických změnách. Byli svědky rozvoje počítačové technologie, internetu a mobilních telefonů. V současné době se tato generace nachází ve středním věku a hraje důležitou roli na pracovním trhu.

Jejich porozumění technologiím je na dobré úrovni, prošli érou počítačů a většina z nich je schopna ovládat a využívat mobil v plném potenciálu. Ti, co nezvládají držet krok s technologiemi nebo je odmítají se stejně jako jejich rodiče označování za „boomery“.<sup>59</sup>

### 1.6.4 Generace Y

Nástupci generace X, kteří jsou označováni jako mileniálové, se narodili mezi lety 1981 a 1996. Vyrostli v době internetového rozmachu a vzestupu sociálních médií a digitální. Předchází generaci Z, jsou charakterizováni jako ambiciózní, multikulturní a inovativní.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> BRESMAN, Henrik a Vinika D. RAO. A Survey of 19 Countries Shows How Generation X, Y, and Z are – and Aren't. In: *Harvard Business Review* [online]. 20. 5. 2017. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://hbr.org/2017/08/a-survey-of-19-countries-shows-how-generations-x-y-and-z-are-and-arent-different>

<sup>60</sup> Tamtéž.

### 1.6.5 *Generace ticha*

Demografická skupina lidí narozená v letech 1928-1945, která zažila průběh 2. světové války a období poválečné obnovy. Přízvisko získala, protože se v době jejich dospívání vyskytovaly nároky na disciplínu a respekt k autoritám.<sup>61</sup>

### 1.6.6 *Generace alfa*

Také známá jako post-millennials se rodí přibližně po roce 2010 do současnosti. Příslušníci generace jsou stále příliš mladí a ještě se formuje. Jsou od útlého věku vystaveni mobilním zařízením, internetu a digitálním médiím. To ovlivňuje jejich vnímání světa, učení a způsob komunikace.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> WALLENFELDT, Jeff. Silent generation. In: *Britannica* [online]. 23. 5. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Silent-Generation>

<sup>62</sup> ELDRIGE, Stephen. Generation Alpha. In: *Britannica* [online]. 19. 4. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Generation-Alpha>

## 2 SLOVNÍK VYBRANÝCH ANGLICISMŮ

Ve slovníku se nachází anglicismy, které jsou rozděleny do šesti skupin. Tyto skupiny jsou úzce navázány na dotazníkové šetření a mají prokázat české míru jejich znalosti, použití a vnímání českou generací Z. Tyto skupiny se často prolínají a slova v nich obsažená by lehce mohla patřit do více skupin najednou. Slova byla sbírána přímo z úst středoškoláků, dále byla čerpána z youtube scény (konkrétně od typických představitelů: influencerky *Sugar Denny* a hráče počítačových her *Sterakdaryho*). Inspirace také vzešla z prostoru sociálních sítí, při pozorování nejrůznějších facebookových skupin, kde se soustřeďuje převážně střední věková skupina. Další pojmy ve slovníku pochází z herního a internetového prostoru, který je jedním z prvotních nositelů anglicismů v českém jazykovém prostoru.

*Neomat, Čeština 2.0, Český národní korpus, Cambridge Dictionary* mi posloužili jako pomocníci při sestavování popisů významů slov – lemmat – a jejich frekvence používání v českém jazyce. Ve slovníku se zaměřuji čistě na sémantickou stránku vybraných případů.

První skupinou jsou ustálené výrazy, které už jsou částečně nebo úplně (tzn. už jsou bývalými neologismy nebo jsou na hraně přijetí) zakomponovány do českého úzu. Zvolil jsem 21 různých představitelů. V dotazníku mají funkci ověření jejich ustálenosti a přiblížení frekvence používání vybraným vzorkem.

Druhou skupinou jsou zkratky, které tvoří 15 zástupců. Jsou zde představitelé ustálení bez českého ekvivalentu, zkratky herní a zkratky používané v online komunikaci a v prostředí sociálních médií.

Další skupinou jsou slova počestěná – vybral jsem 15 protagonistů. Ty prošla jistou mírou čechizace a používají se většinou v neformálních situacích. Tím, že se přizpůsobily jistou mírou češtině, mají jisté místo na periférii – prozatím – české mluvy. V nejbližší době budou procházet čistkou, protože generace, která je nejvíce používá, pomalu dospívá – silní jedinci se udrží, slabí zmizí ze slovníku uživatelů.

Výrazy z herního prostředí patří mezi první výrazy, které přišly s novou a velkou vlnou anglicismů. V dnešní době je hraní her součástí téměř každého dítěte a od útlého věku používají telefon. Herní mluva díky tomu proniká i mimo herní komunitu a výrazy, které jsem vybral (celkově jich je v této skupině 18), pomohou tuto myšlenku prozkoumat.

Pro demonstraci, že některé anglicismy k sobě potřebují jistou míru české struktury, jsem vybral několik výrazů, které jsou složené – spojené. Tuto skupinu představuje 12 slovních spojení. Objevují se zde i čistě anglická spojení, která se používají v textové i mluvené komunikaci.

Poslední skupinou jsou slova méně ustálená a okazionální. Většina z nich balancuje na hranici používání a nepoužívání. Některé jsou v systému českého jazyka uchyceny pevněji, jiné jsou používány v mluvě jedinců jen zřídka ne-li ojediněle. Povědomí o nich, frekvence používání a atraktivnost je hlavní záměr, proč jsou ve slovníku.

### **Ustálené výrazy:**

*Oldschool* – anglický výraz pro staromódnost, pro něco, co pochází z dřívější éry, doby. V českém jazyce se využívá stejným způsobem. Výraz se používal převážně v souvislosti s hudební scénou a módou, dnes už se rozšířil prakticky do každého odvětví. Dle *Neomatu* a *Českého národního korpusu* se objevuje převážně v „lifestyle“ časopisech, ale také v serióznějších periodikách.

*Challenge* – v překladu *výzva*. V českém jazyce se používá obdobně. Slovo spojené s internetovou kulturou, zejména se sociálními médii a platformami jako YouTube, TikTok a další. Zpopularizované bylo trendem různých úkolů, za příklad můžeme uvést „Ice bucket challenge“. Dále se objevuje ve světě sportu a v populárně naučných časopisech a tradiční a volnočasové publicistice, příklady z *Českého národního korpusu*: *Svět motorů*, *Extra PC*, *Mladá fronta DNES*, *Story*, *City DNES*.

*Geek* – člověk vysoké znalosti nebo zájmem dané oblasti, zejména počítačová oblast, fantasy, sci-fi, věda, televizní seriály apod., pojem bývá použit také negativně ve smyslu posedlosti. V češtině se pojem využívá obdobně. Pojem nalezneme ve volnočasový, tradiční a populárně naučné publicistice, sporadicky je využit i v literatuře.

*Nerd* – označení pro člověka, který podobně jako *Geek* vykazuje vysoký zájem a znalost o určitou oblast (většinou vysoce intelektuální). Ekvivalentem v českém jazyce je *šprt* a oproti jazyku anglickému se výraz využívá také pro označení osoby ve školském prostředí, která se pokaždé připraví na test, zkoušku a celkově plní své povinnosti

zodpovědně a často až přes míru nadšeně. Výraz se v rubrikách tradičních periodik objevuje už od devadesátých let.

*Hobby* – slovo hojně používané v češtině a v dnešní době plně akceptován mluvčími jazyka. Označuje aktivitu, kterou jedinec provozuje pro radost, zábavu, nebo relaxaci. Českým ekvivalentem je *koniček*. Objevuje dlouhodobě napříč spektrem publicistické scény.

*Friend* – významem *přítel/kamarád* se využívá stejně jako v angličtině. Ustálen je převážně u lidí, kteří používají sociální sítě. V pojetí sociálních sítí slovo označuje někoho, s kým jste propojeni – „internetový kamarád“. Dále se využívá *friendly* nebo *friend list*, flektivností našeho jazyka se utvořily pojmy jako *friendík* nebo *friendnout*. Výraz je tedy převážně využíván v kontextu sociálních médií, kde je jeho výskyt vysoce frekventovaný.

*Selfie* – znamená fotit sebe sama. Jedná se o anglický neologismus, který se stal součástí globálního slovníku v důsledku rozvoje technologií a sociálních médií. V českém jazyce se od jeho popularizace používá všeobecně ve všech publicistických stylech a je široce využíván v mluvené formě. Počeštěným oblíbeným výrazem je *selfičko*.

*Googlit* – je mezinárodní pojem odvozený od názvu světově známého vyhledávače Google. Verbalizace slova vyjadřuje proces vyhledávání na internetu. Pojem je využíván v běžné mluvě a akceptován jazykovou společností. Objevuje se ve formálních i neformálních textech a moderní poezii. Další slova: *vygooglit*, *vygooglovat*, *googlovat*.

*Influencer* – za influencera se považuje osoba, která má skrze sociální média vliv na chování, postoje či názory ostatních lidí. Většinou se jedná o celebrity, blogery, youtubery apod. Výraz je využíván převážně z důvodu, že v češtině nenajdeme atraktivní ekvivalent, kterým by mohly být *ovlivňovatel*, *vlivník/vlivnice* nebo *vlivná osoba*. Používá se v kontextu internetové kultury, najdeme ho v běžné mluvě a v časopisech s volnočasovou tematikou.

*Lockdown* – do češtiny bylo slovo přejato v návaznosti s celosvětovou situací, pandemií koronaviru. Znamená omezení pohybu a aktivit a může dle situace znamenat až uzavření

veřejných míst apod. Slovo se začalo vyskytovat v televizních novinách a zpravodajských vysílání. Zároveň se dostalo do slovníků populace jako běžně používané. Ekvivalentem je *karanténa*.

*Mainstream* – odkazuje na hlavní neboli dominantní trendy v určité oblasti. V češtině se používá obdobně. První záznamy slova jsou z devadesátých let, kdy byl využíván v souvislosti s hudební scénou. Dnes se vyskytuje i v populárně naučné a tradiční publicistice. V češtině jen těžko budeme hledat ekvivalent, aproximací by mohly být výrazy *hlavní proud* a *široce/obecně rozšířený*.

*Podcast* – zvukový nebo video záznam, který se streamuje na internetu, většinou jde o sérii s konkrétním tématem. U nás se používá v originální anglické formě a stal se běžně přijímaným pojmem, který k sobě nemá ekvivalent. V posledních letech nás zaplavuje vlna *podcastů*, které se stávají více a více poslouchanými.

*Follow* – svůj specifický význam získal ve spojení s platformami sociálních médií. V tomto kontextu slovo znamená sledovat nebo odebírat obsah kanálu/úctu a stejným způsobem se využívá i v českém jazyce. Na stejné úrovni stojí český ekvivalent, který je přímým překladem slova – *sledovat* – a je využíván mluvčími zasaženými prostorem sociálních médií menší mírou.

*Feedback* – z angličtiny přeloženo jako *zpětná vazba*, v českém jazykovém prostředí se využívá stejně ve smyslu reakce, názory, hodnocení, kritiku nebo odpovědi na podnět. Využíván je především v prostoru byznysu, vědy a technologií (*Hospodářské noviny*, *Softwarové noviny*, *Computer*), vyskytuje se však i v běžné mluvě.

*Outfit* – v češtině dle anglické předlohy se používá k označení souboru oblečení. V módě a nejen v souvislosti se stylem je široce akceptován, objevuje se v hovorové češtině i formálnějších vrstvách jazyka. Odpovídajícím ekvivalentem by mohlo fungovat slovo *komplet*, nicméně přesně nezachytává nuance anglického protějšku, které často implikuje souvislost s módním stylem a osobní prezentací.

*Kontent* – obsah přeloženo z anglického slova *content*. Používá se jak transkripční přepis slova, tak původní anglický zápis s „c“. Výraz se vyskytuje v odborné literatuře

s technickým zaměřením, dále proniká do jazyka skrze internetové platformy, jako je YouTube, přičemž takto označujeme videa konkrétního účtu. Zřídka ho nalezneme také v běžné komunikaci.

*Čeknout* – ustálený výraz, který vychází z přejatého anglického slova *check* a znamená *prověřit* nebo *ověřit*. Kontext využití je rozsáhlý, můžeme jím vyjadřovat: něco zkontrolovat, vyzkoušet, prohlédnout nebo zhlédnout. V prostředí českého jazyka se pojem vyskytuje delší dobu, objevuje se v hovorové češtině a dostal značné čechizace – např. byl pojem spojen s dnes už mrtvou stránkou čekni.to pro online sledování videí. Dalšími formami jsou: *zčeknout*, *počkovat* a *čekovat*.

*Prank* – je vypůjčený termín s nepozměněnou formou využití, který znamená *žert* nebo *rošťárna*. Populární je obzvláště v důsledku internetových videí s obsahem, kde jsou neškodné až kontroverzní žerty hlavním námětem. Ustálený je u uživatelů sociálních médií a odběratelů kanálů/účtů, kteří podobný kontent produkují. Další varianty: *pranknout*, *vyprankovat* nebo *naprankovat*.

*Sorry* – je téměř všem známý anglicismus, omluvný výraz znamenající *promiň* nebo *omlouvám se*. V češtině se využívá stejně jako v angličtině a do češtiny přišel už s prvními vlnami anglicizace. Používá se v neformálních situacích veškerými generačními vrstvami obyvatelstva, oblíbenou variantou je také obdoba *sorráč/soráč*. V oficiálních příležitostech je preferováno využívat české verze.

*Okay* – je univerzální výpůjčka psaná také jako *ok*, *ouk*, *oukej*, která se vykládá jako souhlas, porozumění nebo potvrzení. Zastoupení má v neformálních situacích, do literatury se dostává jen jako iniciační slangový výraz. Jeho největší použití je v digitální komunikaci. I přes velký počet ekvivalentů – *dobře*, *v pořádku*, *ano*, *souhlasím*, *jasně*, *rozumím*, *chápu...* – je častou formou odpovědi.

*Gambler* – přejatý výraz využívaný stejným způsobem jako v angličtině pro označení hráče hazardních her nebo člověka, co notoricky sází. Ekvivalenty jsou *sázkař* nebo *hazardní hráč*. V oficiálních případech je vhodnější využívat ekvivalenty, každopádně je výraz používán v české komunikaci dlouhou dobu a záznamy z periodik se datují do let před rokem 2000.

## **Zkratky:**

*LOL* – *laughing out loud* nebo *lot of laughs*. V našem překladu *smát se nahlas* a *smát se hodně*. Tento akronym byl využíván převážně v textových zprávách a na sociálních sítích jako reakce na něco vtipného. V současnosti přešel i do hovorové sféry jazyka.

*ASAP* – *as soon as possible*. V překladu, v jehož kontextu se také používá, znamená *co nejdříve*. Zkratka je používána nejenom v soukromé komunikaci, promítá se do e-mailů, pracovních zpráv a požadavků. Pronikl převážně tam, kde je kladen důraz na rychlost a efektivitu. Ojedinelé se objevu i v běžné mluvě.

*AFK* – v angličtině představuje spojení slov *away from keyboard* a v českém překladu zkratku překládáme jako  *pryč od klávesnice*. V přeneseném významu se zkratka používá v případě, že je někdo na nějakou dobu pryč nebo zrovna nemůže provádět činnost, kterou měl v úmyslu provádět. Akronym vznikl v internetovém prostoru (dominantně v herních komunitách), přenesl se však i mimo internet a používá se v mluvené češtině: např. situace, kdy žák při hodině spí a druhý to komentuje slovy: „Pane učiteli, Kuba je momentálně *AFK*.“

*YOLO* – *you only live once*, v překladu *žiješ jen/pouze jednou*. Výraz zdůrazňuje důležitost žít naplno. Používá se v situacích, kdy dotyčný cítí, že by se mělo užívat a provádět věci vzrušující i v případě, že mohou působit hloupě nebo lehce nebezpečně. Výraz se využívá v online prostředí a v sociálních skupinách, kde je vysoká koncentrace lidí, kteří se denně pohybují v online prostoru.

*OP* – je zkratka z herního světa. Znamená *over powered* a v češtině by doslovný překlad byl *přesílený* nebo pravděpodobněji *příliš silný*. Původně byl pojem spojen s hratelností hry, přičemž různé postavy, zbraně nebo vlastnosti byly dominantní a označovaly se jako *OP*. Stejně jako další zkratky i tato pronikla do neformální mluvy diferenciovaných skupin. Aplikován je ve stejném smyslu ale bez herního podtextu: např. při sportu, kdy se povede téměř nehratelný úder, opozice zahlásí „To byl *OP* úder ...“.

*FOMO* – představuje spojení slov *fear of missing out*, kterou v češtině překládáme a významově vykládáme jako *strach, že něco propásneme*. V rámci trendu sdílet na



sociálních sítích přehnaně pozitivní až nerealistické události každodenního života je výraz spojován s lidmi, kteří nejsou spokojeni se svým životem, nemají dostatečné sebevědomí a mohou i na základě toho aspektu upadat do depresí, že jim něco uniká. Promítá se na sociálních sítích a do oblasti byznysu. Používá se v ekonomických periodikách, ve firmách a je spojen s investičním trendem, kde představuje strach z propášení dobré šance pro investici.

*GG* – vyjádření uznání počítačovými hráči v chatu nebo slovně při ukončení hry znamenající *good game* (v češtině *dobrá hra*). Tuto zkratku zná každý, kdo se pohybuje v herním prostředí, tato skupina – zasažená herním průmyslem – jí využívá také v neformálních mluvených projevech, a to nejen pro označení dobré hry, ale také pro pejorativní výzvu k rezignaci nebo vyjádření bezvýhodné herní situace.

*WTF* – zkratka anglického vulgarismu *What the fuck?* se do češtiny při překládá – s překladem méně explicitním – jako *Co do háje/ksakru (je)?* A vyjadřuje překvapení, nechápavost, nebo rozhořčení na něčím neobvyklém, absurdním nebo šokujícím. V online komunikaci a na sociálních sítích obecně výraz zastupuje emocionální proklamaci. I přes hrubost se výraz stal součástí mnoha sociálních skupin, přičemž je jeho hrubost skryta v procesu akronymizace a stává se více eufemní.

*OMG* – vychází z anglického výrazu *Oh my God!* V českém překladu – *Ó můj bože!* nebo *Bože můj!* – je toto spojení slov využíváno frekventovaně napříč společnostmi v překvapivé situaci, při zděšení nebo vzrušení. Nevyžaduje tudíž jakýkoliv ekvivalent. I přes to se zkratka dostala ze sociálních sítí do mluvy mladých lidí a skupin se zájmem spojeným s populární a internetovou kulturou.

*BTW* – spojení anglického idiomu *by the way* překládáme jako *mimochodem*. Používá se v digitální korespondenci a v kontextu sociálních médií. Výraz se objevuje v neformální mluvě a používá se k uvedení nového/přidruženého předmětu, k poskytnutí dalších informací nebo k uvedení poznámky. Např. „Doufám, že jsi si užil dovolenou v Chorvatsku – *btw*, můžeš mi doporučit Airbnb, ve kterém jste byli?“.

*CD* – abreviace sousloví *compact disc* pro kterou neexistuje český ekvivalent. Přejatý

výraz nejen v počeštěné verzi – *kompaktní disk* – je ustálen v českém jazyce a najdeme ho ve slovníku téměř celé české populace. Populárním se stal výraz *céděčko*.

*DVD* – zkrácenina anglického spojení slov *digital video disc*. Opět se jedná o pojem, který k sobě nemá český protějšek a etabloval se v jazycích napříč světem. *Digitální disk* nebo *dévédéčko* jsou dalšími používanými variantami.

*BRB* – praktické sdělení *be right back* – v překladu *hned jsem zpátky* – se často používá v online komunikaci, zejména v chatování, sociálních médiích nebo online hrách, přičemž chceme ostatním sdělit, že na chvíli odejdeme, ale plánujeme se vrátit. Výraz je znám převážně v komunitách, které jsou obeznámeny s anglickými výrazy a využívají online komunikaci na denní bázi.

*BFF* – *best friend forever* neboli *nejlepší přítel navždy*. Označení používané v angličtině i češtině přesně tak, jak je slovy definováno. Objevuje se v internetovém prostoru, v neformální běžné mluvě a intencí próze či časopisech s volnočasovým nebo tradičním zaměřením.

*IDK* – *jednoduché a rychlé* vyjádření pro nevědění, přičemž zkratka doslovně znamená *I don't know* (v č. j. *nevím/netuším*). Opětovně je výraz spojen s online komunikací a textovými zprávami, ojediněle se vyskytne v mluvené formě.

### **Počeštěné výrazy:**

*Flexit* – *flex* znamená *ohýbat*. V slangu odvozeném od bodybuilderů (protahování svalů pro demonstraci síly) je v angličtině pojem *flex* používán pro předvádění se. Většinou je v tomto smyslu výraz používán při negativní konotaci, když někdo jedná arogantně, nadřazeně nebo přehnaně tzv. „machrování“. V českém prostředí se pojem objevuje převážně u mladších generací, objevuje se v základním tvaru *flex* nebo podléhá počeštění v rámci flektivizace – u varianty *flexit* dochází k sufixaci. Další variety: *flexovat*, *poflexit*, *zaflexit*, *vyflexit*, *flexnout* atd.

*Fitnout* – vychází ze slova *fit*, které má mnoho významů – být v dobré kondici, dobře vypadat (sportovně), být pro někoho nebo něco vhodný, být správné velikosti nebo tvaru

pro něco nebo někoho, zároveň to může znamenat, že něco někam pasuje atd. V informální komunikaci se počestěná verze začala objevovat v kontextu zvládnutí určité situace nebo přizpůsobení. Např. se za určité okolnosti baví dva lidé, kteří řeší, jestli je možné daný úkol (jakýkoliv) zvládnout. Jedna z osob usoudí, že to je dostatečně kompetentní k provedení úkolu a prohlásí „To *fitnu*.“, tedy to zvládne.

*Vibovat* – v doslovném překladu *vibrace (vibes)*, v přeneseném významu *pocit* nebo *nálada*. Používá se ve smyslu užívat si něco, cítit se komfortně či něco/někoho mít rád. *Vibování* je součástí repertoáru internetových výrazů (případy na Neomatu pochází z Twitteru) a zároveň je možní ho slyšet v neformální komunikaci. „*Tuhle písničku vibuju*.“<sup>63</sup>

*Feelovat* – zčechizováno z anglického slova *feel (cítit, pociťovat)* a užíváno ve smyslu chápat něco/někoho, cítit se kompetentní vůči něčemu/někomu nebo soucítit s někým/něčím. Objevuje se v online komunikaci, komentářích a internetových příspěvcích. Hojně se vyskytuje v mluvě žáků základních a středních škol. Ve psané formě může docházet k transkripci a *feelovat* se mění ve *filovat*.

*Booknout* – je výraz spojen s cestovním ruchem a globalizací. S rozvojem snadně dosažitelného ubytování po celém světě v podobě stránek Booking.com, Airbnb.com a dalších se anglické sloveso *book* ve významu koupit nebo rezervovat dostalo do spousty jazyků. Výraz překlenul hranici ubytování a používá se ve všech případech, kdy něco rezervujeme nebo kupujeme. Vlastní atraktivitou a úderností se pomalu dostává na úroveň svých protějšků.

*Hajpovat* – odvozené ze slova *hype*, které lze překládat jako *humbuk*. V českém prostředí sloveso *hajpovat* vyjadřuje akci nebo stav, kdy někdo intenzivně propaguje, podporuje nebo rozšiřuje nadšení, zájem nebo očekávání. Slovo je příkladem výpůjčky, která se dostala do běžného užívání českého jazyk a používá se v kontextu marketingu a sociálních médií.

---

<sup>63</sup> VÍT\_SEPEK. Vibovat. In: *Čeština 2.0* [online]. 2. 6. 2021, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/vibovat/>

*Felit* – vychází ze slangového výrazu *fella*. Soudě podle příspěvatelů na stránku Čeština 2.0 znamená „posedět s přáteli, něco pořešit, něco připravit, odpočívat apod.; snad nejuniverzálnější slovo s nepřeborným množstvím definic...“<sup>64</sup> Verbalizací původního významu anglického *fellas* – *kámoši* – vznikl v češtině pojem pro uvolněnou situaci. Dalšími varietami je například *pofelit* nebo substantivní tvar *felák*.

*Zoomovat* – *zoom* překládáme do češtiny jako *přiblížení*. Výraz se často používá při prohlížení fotografií ve smyslu více přiblížit konkrétní místo – *zoomni to*. Z hovorové češtiny přešel *zoom* v kodifikované slovo jako odborný pojem – používá se jako jeden z parametrů objektivu. Během pandemie se *zoomování* začalo spojovat s platformou pro videohovory Zoom, která během této doby byla nadprůměrně využívána (stejně jako další aplikace se stejným zaměřením), a to i pro účely výuky ve školách.

*Passnout/Pásnout* – se používá v různých situacích s více významy jak v anglickém, tak v českém jazykovém společenství při neformálních rozhovorech – předat nebo předložit něco někomu: „Prosím, můžeš mi *passnout* tu knihu?“; vynechat něco: „Nechápu to, ale *passnul* párty.“; nebo ve smyslu ztráty vědomí: „Bylo mu horko a tak *passnul* na zem!“.

*Hejtovat* – znamená kritizovat, vznášet odpor či dokonce nenávisť. Doslovný překlad angl. původce *hate* je *nenávisť*. Mluvcími českého jazyka je pojem užíván negativně ne však tak drasticky. Většinou označuje člověka, který pronese poznámky nebo šíří pomluvy na jinou osobu či věc. Osobu, která takto činí a šíří *hejt*, označujeme jako *hejtr*.

*Chillovat* – *chill* (v překladu *chlad* nebo *ochlazení*) se používá v přeneseném významu pro odpočinek, relaxaci, uvolnění nebo jako výzva ke zklidnění. Velké množství anglicismů se dostává do podvědomí skrze populární scénu, mezi ní patří např. rap. *Chill* a jeho další obměny jsou obsahem slovní zásoby a textů nejenom rapových zpěváků – „... *na chvíli zkus dát chill, klidně si k tomu mí rýmy pust'*...“<sup>65</sup> Dále se pojem používá pro oficiální i neformální pojmenování: *chill out zóna*, *chill room/místnost*, *chill hudba*, *chill rap* a další.

---

<sup>64</sup> FELLODOMUS. felit. In: *Čeština 2.0* [online]. 9. 8. 2011, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/felit/>

<sup>65</sup> tynikdy, 2022, *Rest – Víc klidu (prod. Idea)*, YouTube video, [cit. 30. 5. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gO7fuGi8dlk>

*Lajknout* – široce známý pojem, který je úzce spojen s trendem sociálních sítí. *Like* byl zpropagován platformou Facebook a s dalšími přicházejícími sociálními médii se tento fenomén – často transformován – zakomponoval do slovníku všech jazyků. *Lajky* v dnešním světě určují úspěch a pro spoustu lidí je to každodenní zájem, i díky tomu se slovo rozšířilo i do hovorové češtiny a přenesl se do promluv i mimo kontext digitálního světa. Různými typy slova jsou: *olajkovat, polajkovat, lajk* nebo spojení *lajkofil*.

*Stylovat/Stajlovat* – vychází z pojmu *style*, tedy *styl* v českém znění. Znamená vybírat, vytvářet, kombinovat nebo zdobit pro estetický dojem. Nejvíce se používá v konotaci s módou, ale bývá přeneseno i na jiné oblasti života. Výraz je krajním neologismem spojeným převážně s influencerky a youtubery s kontentem spojeným s módou.

*Roastit* – z anglického slova *roast* neboli *péct/opékat*. S tímto významem je pojem přenesen a personifikován. Používáme ho v situacích, kdy jsou sarkasticky nebo doslovně vyjadřovány poznámky, kritika, ironie nebo je poukázáno na chyby.

*Topový* – adjektivum užívané ve smyslu *špičkový – vynikající – úžasný*. Dalším tvarem je *v topu* nebo *to je top*.

### **Výrazy z herního prostředí:**

*Hitnout* – přímo ve hře znamená zasáhnout protivníka nebo objekt. Do mluvených projevů se dostal nejen ve spojení s hrami. Používá se pro vyjádření přesvědčení o dosažení cíle „Ten čas *hitnu*.“ nebo podobně jako při hraní počítačových her ve smyslu zasáhnout.

*Cheatovat* – znamená *podvádět* při hraní her, používá se ale i mimo kontext her, např. při podvádění při testu můžeme podvodníka označit jako *cheatera*.

*Bug* – je označení *chyby* v počítačovém programu, systému nebo zařízení. Pro příklad *bugu* může být uvedeno propadnutí postavy pod plochu vymezenou pro hraní chybou špatně generovaného prostředí. V řeči někteří výraz používají kreativním způsobem. Za okolností, kdy se jeden z účastníků hovoru zasekne a odpoví až po delší době, načež druhý

reaguje „Jsi dostal slušnej *bug*.“ Podobným způsobem se používá herní slovo *glitch*, které představuje anomálii nebo neobvyklý jev ve hře, které si vývojáři nevšimli.

*Camper* – za *campera* se v herní terminologii označuje osoba, která se schovává a nalezne místo, odkud má dobrý rozhled a je těžce zasažitelný. Většinou se komunitou hráčů toto označení vnímá jako negativní, přičemž *camper* nejde do akce, otravuje ostatní hráče a kazí jim herní zážitek. Při podobných aktivitách mimo herní svět jako je paintball, laser game a další pohybové aktivity, které *campení* umožňují.

*Noob* – označuje se tak hráč, který je nový – odvozeno od anglického výrazu *newbie* (*nováček*). Postupem času se začal pojem používat pro kohokoliv, kdo hru kazí nebo mu nejde a v reálném světě pro kohokoliv, kdo neovládá určitou schopnost.

*Gamer* – označení člověka, pro kterého je hraní velká část denní náplně. Zajímá se o herní svět, patří do herní komunity. Ve světě her se *gamer* bere za odborný výraz a profesionálního hráče nazýváme *progamer*.

*Ragequit* – je emocionální ukončení hry (nebo čehokoliv jiného) na základě vzteku z prohry nebo nedostatku schopností či jiného citového vzruchu. Stejným způsobem je slovo aplikováno i na situace mimo videohry.

*Skill* – používá se pro označení schopnosti, kterou disponují hratelné postavy v počítačové hře. Stejným způsobem se *skill* používá i v informální řeči – stejný význam má v angličtině, v českém prostředí se pojem adaptoval nejdříve skrze herní svět.

*Clutch* – pojem pro zvládnutí zdánlivě bezvýchodné situace. Pokud někdo *clutchne* hru, znamená to, že pro příklad dokázal vyhrát 1 proti pěti. Ve stejném smyslu se používá jako slang počítačových hráčů v situacích běžného života.

*Zrektit* – odvozeno od *wrecked* (*zničit*). V herní kultuře se používá pojem *get rekt* – zkrácení procesem apokopy z *get wrecked* – označující drtivou porážku. *Zrektit* tedy znamená někoho porazit s vysokou převahou nebo lehkostí.

*Zburstit* – *burst* je zbraňový mód, při kterém je pálen předem definovaný počet střel v dávkách. Videohry se snaží simulovat realitu, *burst* střelbu tak mohou hráči volit jako mód jejich zbraně. Mód se ve většině her stal silným a proto se sloveso *zburstil* stalo synonymem pro porážku podobně jako *zreklit*.

*Expit* – vychází z anglického *experience* – *xp*, což znamená *sbírat zkušenosti*. Ve hrách se používá pro znázornění hráčského levelu. Útržkovitě se používá i v reálném prostoru.

*NPC (NPCíčko)* – je herní zkratka (*non-player character*) pro programem/počítačem ovládaného hráče. Slangově se výraz používá i v mluvě mimo hry pro označení člověka bez emocí, bez humoru, s nudným životem a pro podobné konotace. „*Potkala jsem Marka a byl strašný NPC.*“<sup>66</sup>

*Tryhard/Trajhard* – je osoba se znakem totálního nasazení. Pochází ze slovního spojení *try hard* – *hodně se snažit*. *Tryhardit/Trajhardit* je odvozené sloveso stejného smyslu, takže *snažit se maximálním úsilím*. Objevuje se ve spojení se situacemi maximálního úsilí i v ne-herním prostředí.

*PVP* – je herní mód *Player vs. Player*. Abreviatura *PVP* ve významu *hráč proti hráči* je běžně používaná „zoomery“ v běžné a spontánní mluvě.

*Vylootovat* – je vytvořeno z anglického slova *loot*, které bylo původně používáno při negativních situacích jako zvrhlé demonstrace nebo vloupání. Ve hráčské komunitě výraz asimiloval díky využití herními programátory pro označení, kdy sbíráte po hráčské akci – zabití nepřítele, prozkoumávání oblasti, plnění úkolů, obchodování – tzv. *loot* (kořist) neboli jakékoliv možné předměty, které hra nabízí. Využití mimo herní prostor: „Nabídl jsem mu svačinu a on mě celého *vylootoval/lootnul*.“

*Spawnul* – v herním slovníku znamená *objevit se ve hře*, většinou na určeném místě, *spawnu*. V angličtině má více významů, s českou přejímkou souvisí význam *zrodit se*. Stejně jako ostatní, i toto slovo prošlo do mluvy mladých.

---

<sup>66</sup> TOBÍK. NPC. In: *Čeština 2.0* [online]. 26. 12. 2022, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/npc/>

*Triggernul* – provokace s následkem unáhlené, přehnané emocionální reakce. Vychází z anglického trigger (událost nebo situace, která způsobí, že něco začne). Za příklad použití mimo herní kontext poslouží tato věta: „*Proč Dušana tak trigruje, když mu někdo řekne Mad'ar?*“<sup>67</sup>

### **Složené výrazy:**

*Bulk upni se/to* – slovo se přizpůsobuje pravidlům českého jazyka. Znamená zvětšit vlastní tělo. K nám se spojení slov dostalo skrze prostor fitness.

*To je pain* – spojení podmětu, slovesa být a anglického substantiva *pain*. Slovo se dá použít jen za této skladby. *Pain* znamená *bolest*.

*Like a boss* – anglická fráze využívaná i u nás. Vyjadřuje sebedůvěru nebo pochvalu. V češtině se pro *like a boss* používají podobné výrazy, jako *je jako šéf*, *jako profík*, *jako král* nebo *jako velký pán*. Tyto výrazy vystihují sebejistý a suverénní přístup k provedení činnosti.

*Jak hell* – to je *hell* jsou výrazy, které mohou vyjadřovat pozitivní i negativní postoj. „To byl *hell*“ vyjadřuje svou negativní podstatu – *peklo*. Kdežto „to byla jízda jak *hell*“ bychom přeložili jako „to byla pekelná jízda“ ve smyslu „parádní jízda“ a je oxymóronem.

*Vytvoří infinitiv* – okazionalně použitý výraz pro *nekonečno*.

*Nemám clue* – ekvivalentem by bylo *nemám tucha*. Jedná se o idiom. Clue je v doslovném překladu informace, která pomáhá odpovědět na otázku, problém nebo záhadu. Ve spojení s negativním absenčním slovesem vyjadřuje neznalost nebo nedostatek informací.

---

<sup>67</sup> PETR. trigrovat. In: *Čeština 2.0* [online]. 26. 9. 2022, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/trigrovat/>



*Make sense* – v překladu *dává smysl*. Anglické spojení, které je využíváno jako jednoslovná odpověď.

*No name* – pokud se např. někdo nepředstaví, řekneme o něm, že je *no name*. Dále může být anglicismus používán v případě, že není slavný.

*True Story Bro* – znamená *máš pravdu, brácho*. Jedná se o frázi využívanou jako informační výrok nebo jako komentář.

*Check out* – je sloveso, které je úzce navázáno na turistický ruch. Znamená opuštění pronajmuté akomodity

*Is like* – je spojení slov. Používá se pro vyjádření přirovnání.

*Iam kinda* - spojení slov. Používá se pro připodobnění.

### **Případy méně ustálené nebo okazionální:**

*Slay* – používá se k vyjádření, že někdo něco zvládl, v něčem se předvedl nebo je něco zkrátka dobré a tudíž chvály hodné. Ekvivalentem v Česku jím může být slovo *krutý* nebo slangové *zabil*. Poslední dobou velmi populární slovo. „Ten koncert byl včera *slay!*“

*Cool* – poměrně ustálený tvar, který si delší dobu drží svoji periferní povahu. Cool bychom mohli překládat jako *hustý* nebo *super*. Z důvodu podobně atraktivních rovnocenných prvků.

*Flow* – přešlo do českého neformálního prostředí skrze rapovou muziku, kdy se používá *flow* (anglicky proud) pro vyjádření dobrého proudu slov navázaného na hudbu, kdy se naladí příjemný duševní stav, mozek vypne a nic jiného se nezdá důležité. Slovo se začalo používat i mimo souvislost s muzikou.

*Busy* – módní a hodně používaný výraz vyjadřující *zanepřázdněnost*. „Dnes jsem *busy*.“

*Basic* – vyjadřuje něco základního nebo jednoduchého. „Koupil jsem si *basic* tričko.“

*Toxic* – označení pro osobu, která se chová nerudně. „Štěpán je fakt toxic člověk.“

*Banger* – je píseň s velkou hlasitostí a energetickým beatem. Označujeme tak nejenom písně, ale i celé akce či jiné situace s podobným charakterem.

*Fufu* – představuje falešné značkové oblečení.

*Crush* – je stejně jako v angličtině po přeneseném významu někdo, ke komu neodvratně pociťujeme přitažlivý pocit. Označujeme tak osobu, na kterou má jedinec silné romantické pocity.

*Cruel* – je v překladu *krutý*. V samém kontextu se používá i v českém jazyce.

*Deal* – může mít více významů, ale v podstatě se vždy jedná o dohodu. „Chtěl bych tu kartu Charizarda, dám ti za ní Blastoise, to je dobrej *deal* ne?“

*Meme* – termín, který se používá k popisu obrázků, videí, nebo textů. Upravená tvorba se dále šíří po internetu, bývají vtipné a satirické. Jsou spojené se sociálními médii.

*Cringe* – popisuje situace nebo chování, které vyvolává pocit trapnosti nebo divnosti.

*Secret* – to co představuje v anglickém jazyce, představuje i v našem – *tajný*.

*Savage* – *divoký, nekontrolovaný, drsný*. Ve slangovém kontextu popisuje někoho, kdo je nezdolný, hrubý nebo nemilosrdný.

*Swag* – používá se k popisu osobnostního stylu. Popisuje výrazný styl chování, sebevědomí, přitažlivost

*Random* – v překladu *nahodilý*. „Ta wifina tady funguje úplně random.“<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> SOOVA. random. In: *Čeština 2.0* [online]. 7. 4. 2016, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/random/>

*Side eye* – se obrazně v angličtině používá při situaci, kdy někdo řekne nebo udělá něco opravdu zvláštního nebo nepříjemného vůči jiné osobě nebo sobě. Výraz je používán řídce ne-li ojediněle.

*Fresh* – se v ČR používá v gastronomii pro označení osvěžujícího nápoje. V tomto smyslu také získal v české komunikaci nové situační místo podobně jako v angličtině. Např. *fresh* může být člověk za předpokladu, že vypadá vitálně a není unavený.

*Redflag* – kompozitum vycházející z lidské konvence, že červená barva značí varování. Pojem toto i znamená, označuje tudíž situace, jev, událost, které naznačují varování nebo opatrnost či potencionální problém nebo nebezpečí. Často se používá v podtextu vztahovém.

*Gamechanger* – je kompozitum, které vyjadřuje něco nebo někoho, kdo zásadně mění pravidla, dynamiku nebo výsledek dané situaci.

*Cute* – znamená v překladu *roztomilý*. Používá se v tom samém smyslu. Svoje místo ve slovníku lidí získává hlavně svým „měkkým“ zněním a úsporností.

### 3 CÍLE PRÁCE, HYPOTÉZY A ÚKOLY

#### 3.1 Hlavní cíle práce

Hlavním cílem práce je zjistit vnímání anglicismů v české komunikaci se zaměřením na generaci Z. Tzn. zjistit frekvenci a intenzitu užívání, variabilnost, kontextové používání, okazionálnost a míru počesťování a přijímání. Dalším cílem je vysvětlit pojmy neologismus, anglicismus a uvést do problematiky tendencí vývoje jazyků. Posledním cílem je sestavit slovník anglicismů za účelem většího povědomí o vybraných případech.

#### 3.2 Hypotézy

- H<sub>1</sub> Čím větší míra znalosti anglických slov a vlivu sociálních médií a herního prostoru, tím jsou anglicismy v úzu přijatelnější.
- H<sub>2</sub> Jestliže anglicismy převzaté z herního prostředí jsou součástí slovníku nejenom hráčů, ale i dalších, pak jsou využívány i v situacích mimo herní kontext.
- H<sub>3</sub> Vlivem globalizace a tendence k homogenosti jazykového prostoru světa dochází k vysoké frekvenci přejímání okazionálních případů a míchání českého a anglického jazyka.
- H<sub>4</sub> Anglicismy a anglické zkratky spojené se sociálními sítěmi přechází do mluveného projevu intenzivním používáním mimo internetový prostor.

#### 3.3 Úkoly práce

- a. Uvedení čtenáře do problematiky
- b. Představení jazykových proudů: purismus x rozmanitost a inovace
- c. Stanovit cílovou skupinu respondentů
- d. Vytvořit slovník anglicismů
- e. Sestavit dotazník na percepci anglicismů
- f. Provést výzkumné dotazníkové šetření
- g. Zpracovat získaná data
- h. Vyhodnotit získaná data a falzifikovat nebo verifikovat hypotézy

## 4 METODIKA PRÁCE

### 4.1 Výzkumný soubor

Jak již bylo zmíněno, cílová skupina respondentů je tvořena příslušníky generace Z, a to konkrétně s koncentrací na ročníky, které navštěvují 8. a 9. třídu základních škol a 1. až 4. ročník středních škol (tzn. od 13 do 20 let – rok narození 2010 až 2003). Důvodem vymezení této věkové škály je podchycení středoškolské mluvy a nadcházejících tendencí, ročníků, které do jednoho roku na školu nastoupí. Věřím, že středoškolské prostředí, potažmo prostředí základní školy, neevokuje přespřílišnou korekci jazykového vyjadřování a jsou správným okruhem zájmu. Naopak respondenti mladšího věku, než je 13 let a zapadající ročníkově spadající do generace Z, by nemusely chápat všechny položené otázky a mohlo bych docházet ke špatné interpretaci.

Dotazování byli nejprve na věk, pohlaví a následně na znalost pojmu anglicismus. K docílení potřebného počtu odpovědí byli dotazováni žáci napříč základními a středními školami v Hradci Králové – nevidím za nutnost dotazovat žáky mimo Hradec Králové, vzorek bude fungovat reprezentativně a disperze bude na základě lokality minimální.

Celkem dotazník vyplnilo 184 respondentů. Z nutnosti věkové selekce, kdy dotazník vyplnili buď starší nebo mladší respondenti, než je určená věková škála, vykryštovalo 181 odpovědí. V otázce číslo 3 – *Víte, co je to anglicismus?* – jsem zjišťoval povědomí o znalosti tohoto pojmu (57,8 % vědělo, co je to anglicismus), pokud byla odpověď negativní, respondenti byli odkázáni na podotázku – *Vysvětlení pojmu anglicismus*. V případě, že vyplnili po vysvětlení, že nechápou, co to anglicismus znamená, byla jejich odpověď vyselektována – pro dotazník bylo důležité, aby si respondenti byli vědomi, co to anglicismus znamená a mohli validně odpovídat na otázky. Po selekci v konečném součtu bude hodnoceno 173 odpovědí v mužském nepoměru 31,8 % (55 mužských respondentů) oproti 68,2 % respondentů s ženským pohlavím, tedy 118. Procentuální rozdělení věku: 23,1 % respondentů je věku od 13 do 15 let; 49,7 % respondentů ve věku 16 – 18; 27,2 % respondentů mezi věkem 18 a 20.

## 4.2 Metody získání dat

Sběr dat je založen na empirickém pozorování vymezené skupiny, ze kterého je vyprofilovaný slovník obsažený v práci. Z něj následně vychází vytvořený nestandardizovaný dotazník, který má verifikovat nebo falzifikovat vytyčené hypotézy. Účelovým výběrem byl skrze kolegy pedagogy dotazník rozšířený mezi vybraný vzorek. Data byla shromažďována v období od 1. května do 10. června 2023. Dotazník byl distribuován skrze e-mail.

## 4.3 Metody zpracování dat

Zkoumání je vedeno variačním přístupem a v dotazníku se objevují jak kvalitativní, tak kvantitativní otázky. K tvorbě formuláře byla využita online platforma Google forms. Následně proběhla analýza dat, jejich interpretace a výklad, zobrazení výsledků, reflexe a ověřování hypotéz.

## 5 VÝSLEDKY

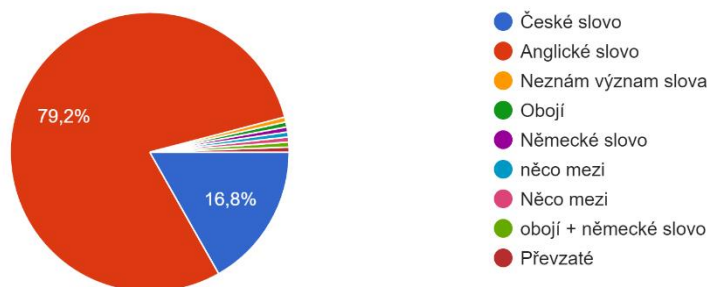
Celkem dotazník tvoří 45 hlavních otázek a několik podotázek vztahujících se k hlavním otázkám. Doba vyplnění dotazníku se pohybovala mezi 10 – 15 minut.

Po základních otázkách jako pohlaví a věk jsem se tázal na vnímání anglicismů. Anglicismy nevnímá 56,4 % respondentů jako neformální nebo nespisovné. To znamená, že více jak půlka respondentů by je použila v jakékoli situaci.

Ustálený pojem *Hobby* vnímá 79,2 % jako anglické slovo a jen 16,8 % ho vnímá jako české slovo. Zbýlá část respondentů (4 %) ho vnímá jako slovo, které patří do obou jazyků, nebo jako slovo cizí a jeden respondent neznal význam slova.

Vnímáte slovo Hobby jako?

173 odpovědí

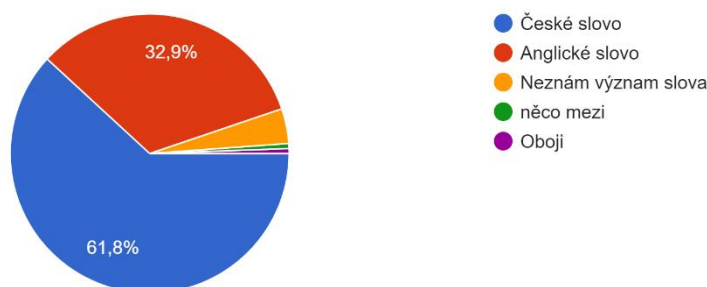


Obrázek 1 Vnímání slova Hobby (vlastní zpracování)

Naopak slovo *Kontent* vnímá 61,8 % jako české slovo a 32,9 % jako anglické. 4 % slovo neznají a 2 respondenti ho vnímají jako slovo, které patří do obou jazyků.

Vnímáte slovo Kontent jako?

173 odpovědí

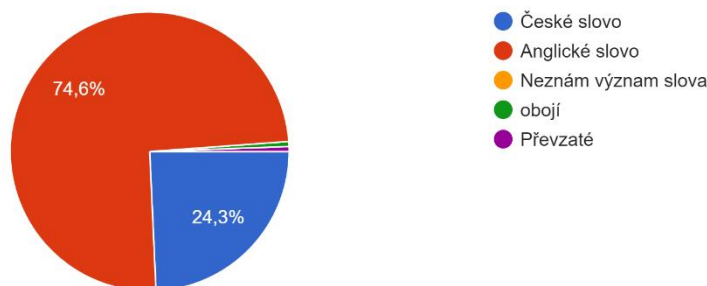


Obrázek 2 Vnímání slova Kontent (vlastní zpracování)

Posledním slovem, u kterého bylo zjišťováno vnímání respondentů ohledně zařazení do českého nebo anglického jazyka, byl *Outfit*. To respondenti vnímají jako slovo anglické, protože 74,6 % považuje slovo za anglické. 24,3 % ho považuje za české, jeden respondent za převzaté slovo, další respondent by ho zařadil do obou jazyků a pouze jedna odpověď naznačila, že nezná význam slova.

Vnímáte slovo Outfit jako?

173 odpovědí

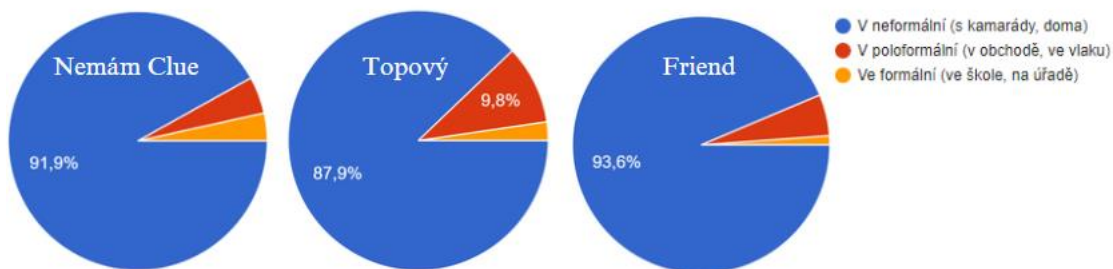


Obrázek 3 Vnímání slova Outfit (vlastní zpracování)

Další otázky zjišťují, jestli respondenti znají význam slov *Selfie*, *Googlit* a *Okay*, přičemž měli na výběr z možností. U všech slov bylo přes 95 % odpovědí správně a potvrdily význam slova. U slov *Podcast*, *Sorry* a *Čeknout* neměli na výběr a jednalo se o volné odpovědi. U slova *Čeknout* 157 odpovědí obsáhlo alespoň jeden z významů slova. Slovo *Podcast* většinově nedokázali respondenti vysvětlit, jen 36 z nich dokázalo definovat, že se jedná o nahraný zvuk/audio stopu, která se streamuje na internetu. Následně bylo slovo spojováno převážně s internetem, platformami jako Spotify nebo YouTube a rozhovorem. Často se taky vyskytovalo, že se jedná o video nahrávku. *Podcast* v češtině nemá ekvivalent a dedukují, že i z tohoto důvodu bylo pro respondenty složité slovo definovat. Anglicismus *Sorry* znali všichni respondenti, sami v odpovědi někteří zahrnuli, že se jedná o výraz používaný v neformální sféře komunikace.

Na dalších anglicismech (*Friend*, *Topový* a *Nemám clue*) bylo zjišťováno, v jakých komunikačních situacích by je respondenti použili. Slovo *Friend* by 93,6 % respondentů nepoužilo v poloformální a formální situaci, ale použili by ho v neformální. 9 respondentů (5,2 %) by slovo použilo v poloformální situaci a pouze 2 respondenti (1,2 %) by slovo použili i ve formálních situacích jako je např. návštěva úřadu.



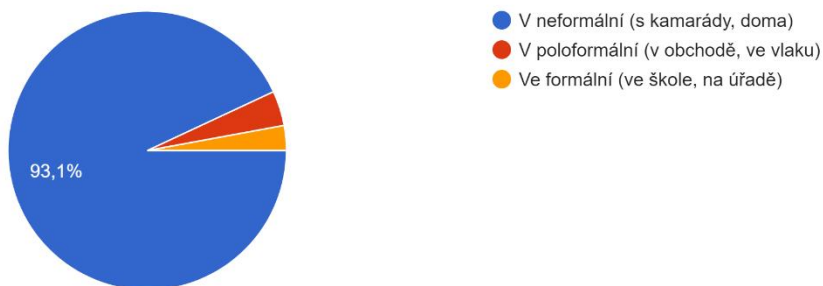


Obrázek 4 Použití anglicismů v komunikačních situacích (zpracování vlastní)

Zkratku *WTF* by respondenti použili také převážně mimo formální a poloformální situace – 93,1 % by použilo zkratku v neformálním kontextu.

V jaké situaci bych zkratku WTF použil?

173 odpovědí

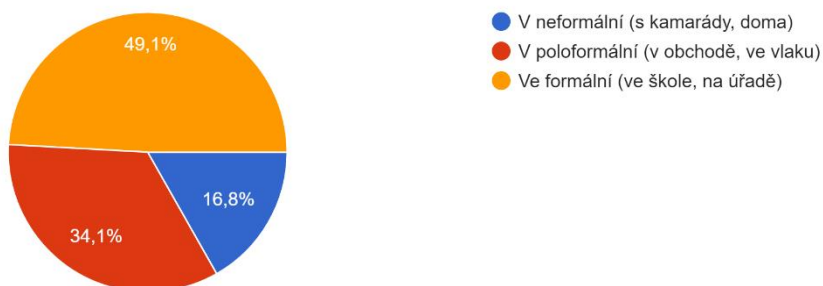


Obrázek 5 Použití zkratky WTF v komunikačních situacích (zpracování vlastní)

Zkratku *DVD* by respondenti ze 49,1 % použili ve formální situaci, ze 34,1 % v poloformální situaci a v neformální situaci 16,8 %.

V jaké situaci bych zkratku DVD použil?

173 odpovědí



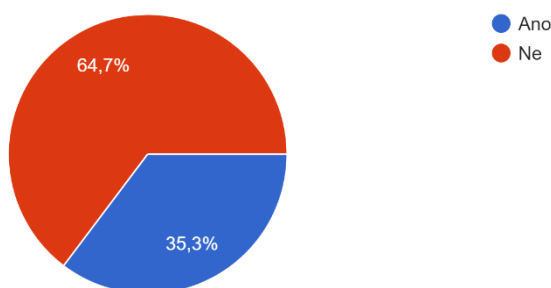
Obrázek 6 Použití zkratky DVD v komunikačních situacích (zpracování vlastní)

Následující otázky mají za úkol získat povědomí o abreviaturách přejatých z anglického jazyka a zjistit, jestli je respondenti používají v mluvené formě. Konkrétně se bude jednat o zkratky *ASAP*, *LOL*, *OMG* a *FOMO*.

Zkratku *ASAP* zná pouhých 57,8 % respondentů naproti tomu zkratku *LOL* zná 170 respondentů (98,3 %) a jen 3 respondenti tuto zkratku neznají. Ze 170 respondentů by 93 z nich (54,7 %) zkratku nepoužilo v mluvené formě a 77 (45,3 %) by ji naopak v mluvené formě použilo. *OMG* zná 97,1 % respondentů, téměř všichni, co zkratku znají, v podotázce „Co znamenají písmena ve zkratce *OMG*“ dokázali sestavit slova, ze kterých je zkratka vytvořena. Ze 168 respondentů, co jsou si vědomi významu zkratky, by jich 61,9 % (104) použilo *OMG* i v mluvené formě. Mezi málo známé zkratky patří *FOMO*, kterou zná pouhých 17 respondentů. Ze 17 respondentů jich 11 dokázalo vyjmenovat slova, ze kterých se zkratka skládá a 35,3 % (6) by zkratku použilo i mimo psanou formu.

Používáte zkratku *FOMO* i v mluvené formě?

17 odpovědí

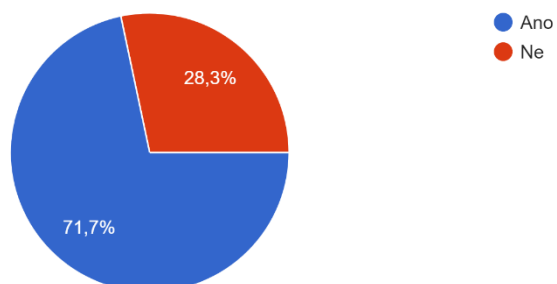


Obrázek 7 Používání zkratky *FOMO* i v mluvené formě (zpracování vlastní)

Přibližně v půlce (23. otázka) dotazníku jsem se tázal respondentů, jestli hrají hry na jedné z platforem – mobil, PC nebo konzole. S převahou 71,7 % (124) odpověděli respondenti, že ano, ti pokračovali na podotázky k větší specifikaci hraní. Ze 124 „hráčů“ jich v další otázce odpovědělo 69, že hraje průměrně za den 0 – 2 hodiny; 39 hraje průměrně 2 – 4 hodiny; 11 průměrně hraje 4 – 6 hodin a 5 respondentů hraje v průměru denně 6 a více hodin. Při otázce, jestli se považují za „*Gamera*“, odpovědělo ze 124 tázaných 82 „Ne“ a „Ano“ 42.

Hrajete hry na PC/Mobilu/Konzolích?

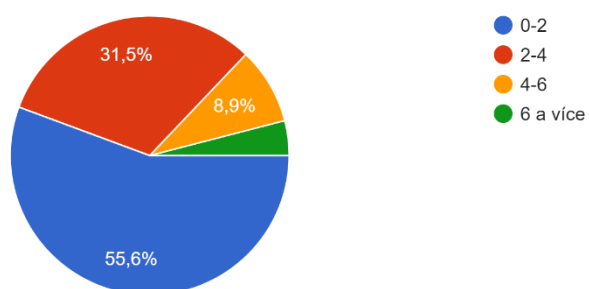
173 odpovědí



Obrázek 8 Přehled o hraní her (zpracování vlastní)

Kolik hodin denně průměrně hrajete?

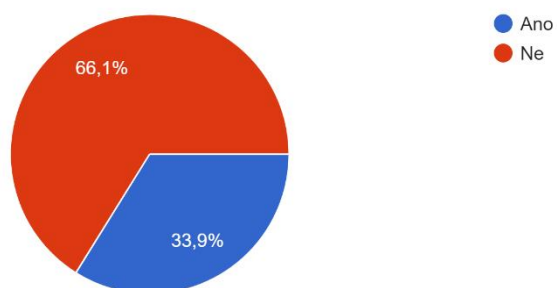
124 odpovědí



Obrázek 9 Průměrná doba hraní za den (zpracování vlastní)

Považujete se za Gamera?

124 odpovědí



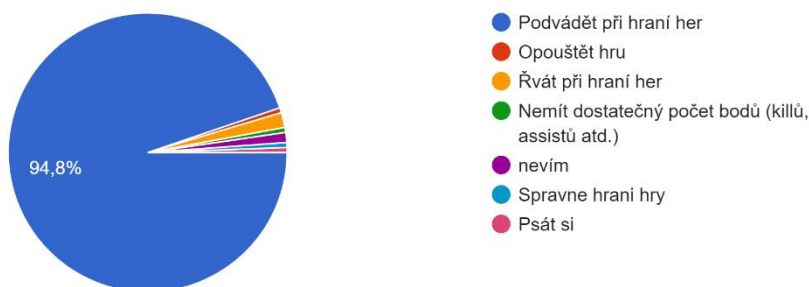
Obrázek 10 Vnímání sebe sama jako Gamera (zpracování vlastní)

V dalších otázkách byly pokládány respondentům herní výrazy, které mají za úkol zjistit, zda jsou respondenti znalí v herním slovníku a používají ho. Zároveň se u konkrétních výrazů ptám na použití mimo herní prostor.

Výraz *OP* více jak polovina (54,3 %) respondentů nezná, načež 45,7 % tvrdí, že se s výrazem setkala. U slova *Camper* bylo dotazováno, v jaké situaci by slovo použili, na výběr bylo z pěti možností, přičemž pátou možností tvořila odpověď „Jiné...“, kde mohli respondenti dopsat vlastní odpověď. Správný význam slova zvolilo 61,8 % respondentů a při součtu správných interpretací (jako „Hráč, který se schová a čeká na správný okamžik zabít protihráče“ nebo „Hráč, který stojí na jednom místě a nepohybujese“) nám vyšlo 5,8 % (10) respondentů. Dohromady tedy 67,6 % (117) znalo herní pojem *Camper*.

Stejná logika byla použita u otázku na výraz *Cheatovat*, načež 94,8 % potvrdilo správný význam slova – „Podvádět při hraní her“. V podotázce jsem se formou volné odpovědi ptal na využití slova mimo herní kontext. 121 lidí uvedlo, že by výraz použili v situacích mimo herní svět, nejvíce se objevovaly spojitosti s podváděním ve škole, ve vztahu a podváděním jako takovým (to znamená, že by respondenti s touto odpovědí použili slovo *Cheatovat* při jakémkoli podvádění). Dále slovo připodobňovali s vynecháním dne v posilovně či porušením diety, někteří respondenti přirovnávali k těmto odpovědím ještě výraz *Cheat day*.

Co znamená Cheatovat?  
173 odpovědí



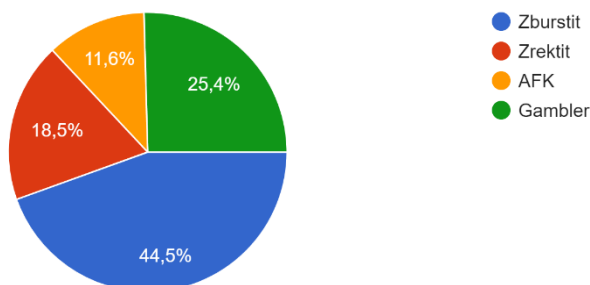
Obrázek 11 Význam slova Cheatovat (zpracování vlastní)

V další otázce měli dotazovaní na výběr ze 4 slov, z nichž 3 patří do slovníku hráčů (*Zburstit*, *Zrekitit*, *AFK*) a 1 slovo patří mezi ustálené výrazy (*Gambler*). Smyslem otázky je zjistit, jak moc respondenti znají herní slovník a mohou se ztotožňovat s herní

komunitou. Správně zaškrtno slovo *Gambler* 25,4 % (44) respondentů, 44,5 % by nepovažovalo za herní výraz *Zburstit*, 18,5 % slovo *Zrektit* a 11,6 % zkratku *AFK*.

Které ze slov nepatří do herního slovníku?

173 odpovědí

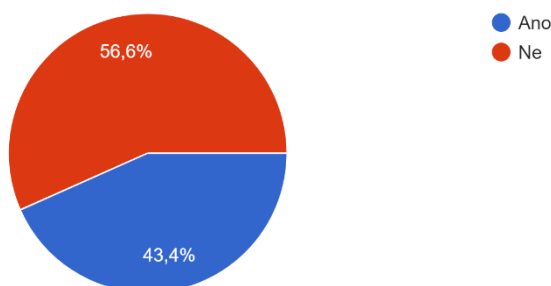


Obrázek 12 Povědomí o herních výrazech (zpracování vlastní)

Dále jsem se dotazoval, jestli respondenti používají herní zkratku *GG* (*good game*) i mimo hraní her. 75 respondentů odpovědělo ano a 98 odpovědělo ne. 75 dotazovaných, jenž odpověděli, že zkratku mimo herní svět používají, jsem se ptal na konkrétní situace. Ti odpovídali, že používají zkratku při sportu; jako pochvalu; při čemkoli, co se povede; když je něco předem prohrané; v ironickém smyslu.

Používáte tuto herní zkratku GG (*good game*) i mimo hraní her?

173 odpovědí



Obrázek 13 Používání herní zkratky GG mimo herní prostor (zpracování vlastní)

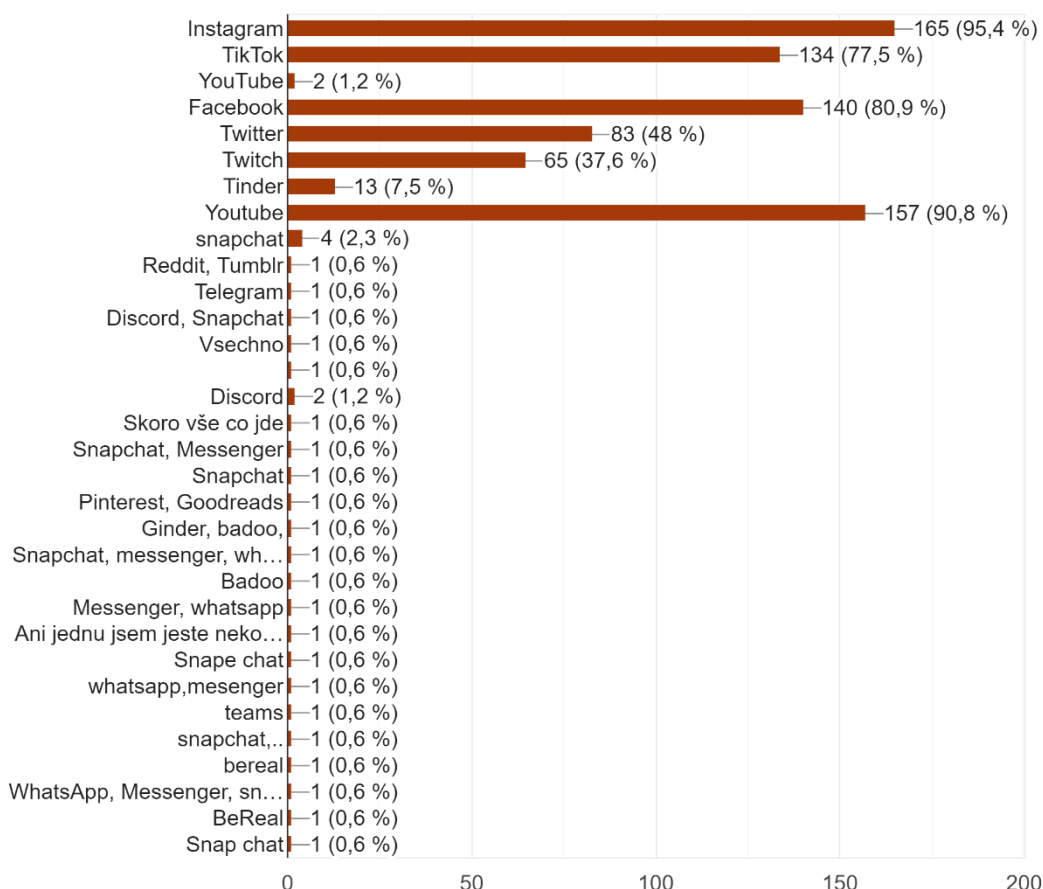
Dále jsem se ptal na otázku, která zjistit povědomí o herních výrazech a nastínit zařazení do herní komunity. Ptal jsem se „Jak byste nazval/a hráče, kterému to při hře nejde? (použijte herní výraz)“. Výraz, který se v tomto kontextu využívá, je *Noob*.

Výraz *Noob* do své odpovědi zahrnuje 61 respondentů, velký počet respondentů by takové hráče označilo za *Losera* a někteří by použili herní výrazy *Feeder*, *Bot*, *NPC* nebo *Tryhard* v obráceném slova smyslu – každopádně by většina použila anglicismus.

V poslední třetině dotazníku jsem se zaměřoval na sociální média a okazionální případy. Nejdříve jsem se dotazoval, jaké sociální média vlastní. Téměř všichni mají účet na Instagramu (165 r.), YouTube (159 r.), Facebooku (140 r.) + Messenger a 134 neboli 77,5 % respondentů vlastní TikTok. Ve výčtu soc. médií se objevili ještě Twitter, Snapchat, Tinder nebo Twitch.

Jaká sociální média vlastníte (vyberte/vypište všechny)?

173 odpovědí

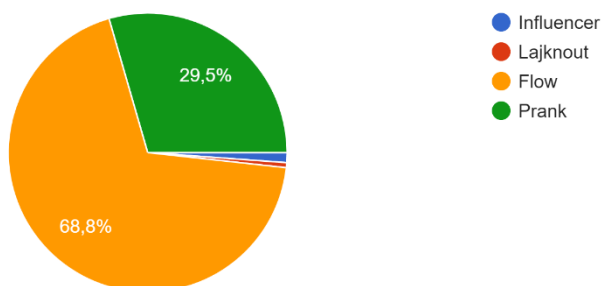


Obrázek 14 Přehled používaných sociálních médií (zpracování vlastní)

V další otázce respondenti vybírali 1 ze 4 slov, o kterém si myslí, že není spojeno se sociálními médii. 68,8 % respondentů správně zvolilo slovo *Flow*, které je spojené s hudebním průmyslem. 29,5 % zvolilo slovo *Prank*, 1,2 % slovo *Influencer* a 0,6 % slovo *Lajknout*.

Které ze slov není spojeno se sociálními médii?

173 odpovědí

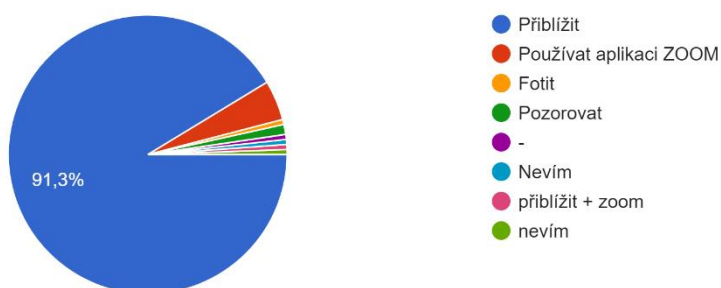


Obrázek 15 Povědomí o slovech pocházejících ze soc. médií (zpracování vlastní)

Respondenti také odpovídali na otázku, co znamená slovo *Zoomovat*. Na výběr měli z pěti možností, přičemž pátou možností tvořila odpověď „Jiné...“. Jednoznačně vyšlo, že slovo vnímají v původně přejatém smyslu – *Přiblížit* – a neztotožňují slovo s aplikací Zoom.

Co znamená Zoomovat?

173 odpovědí



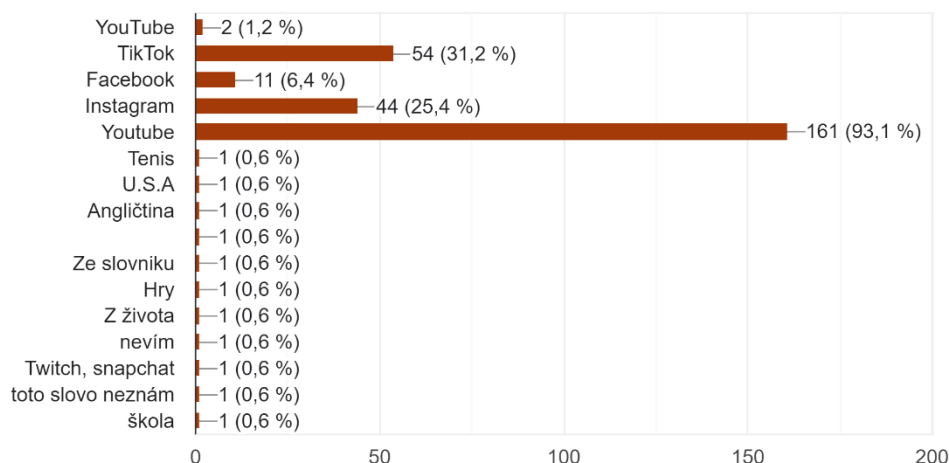
Obrázek 16 Význam slova Zoomovat (zpracování vlastní)

Slovo *Challenge*, na které při vyplňování museli dotazovaní odpovědět, používá 58,4 % respondentů. Při otázce, odkud slovo znají, měli na výběr z více možností a také zde byla alternativa dopsání své vlastní odpovědi. 163krát bylo zvoleno YouTube, 54krát TikTok a 44krát Instagram, pouze v řádu jednotek byl zvolen jiný způsob než skrze sociální

média. Další pod otázkou bylo, jestli by slovo použili slovo pro vyjádření výzvy i mimo kontext sociálních platforem, jako konkrétní případy jsem uvedl věty „Těch 30 km na kole byla fakt challenge.“ a „Každý den přináší novou challenge.“ 53,2 % odpovědělo, že by v tomto kontextu slovo použili.

#### Odkud slovo Challenge znáte?

173 odpovědí



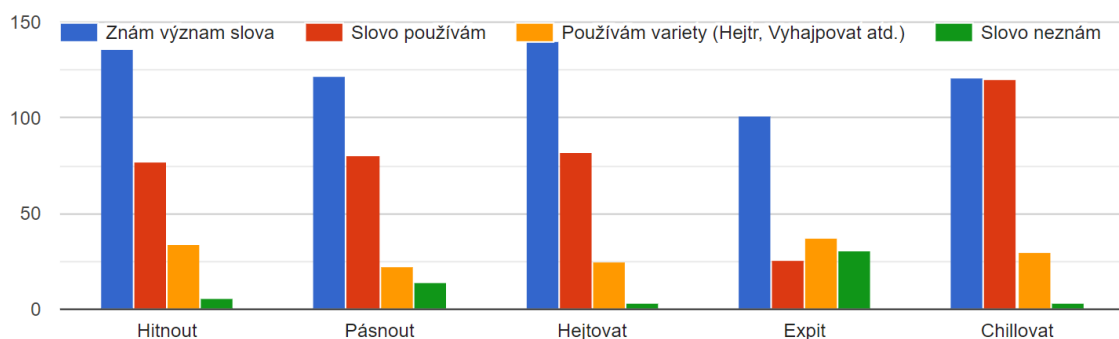
Obrázek 17 Původ slova Challenge (zpracování vlastní)

V další otázce jsem za příklad varianty slova *Felit* dával *Pofelit*, *Felák* a *Zafelit* a ptal jsem se, jestli znají varianty slova *Flexit*. Respondenti znali nebo byli schopni analogicky vytvořit různé varianty tohoto slova. Objevovali se zdvojnásobky a prefixální negace. Varianta *Zaflexit* se objevila ve 41 odpovědích, *Poflexit* ve 34, nominální tvar *Flex* ve 14 případech, dále se objevilo *Přeflexit* devětkrát a 3krát *Flexer* za použití typické anglické koncovky -er, která se používá pro povolání nebo popis osob provozující aktivity (painter, dancer, photographer, designer atd.). Dále se ojediněle objevily další typy prefixace a sufixace – *Flexovat*, *Vyflexit*, *Flexnout*.

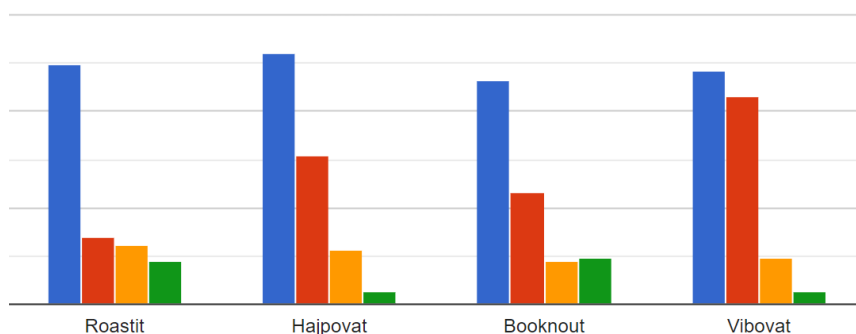
Dále jsem postavil několik slov vedle sebe a zjišťoval, jestli slova respondenti znají a používají nebo používají jejich variety, respondenti mohli zaškrtnout více možností. Slovo *Hitnout*, které představuje původně „gamerský“ pojem, zná většina respondentů (136), 77 ho používá a 34 používá jeho různé variety, 6 dotazovaných slovo vůbec nezná. Slovo *Pásnout*, které ve slovníku patří mezi počestěná slova a frekventovanější než slova okazionální, zná 122 a nezná 14 respondentů. Používá ho 80 dotazovaných a jeho variety 22. Anglicismus *Hejtovat*, má podobnou charakteristiku, se



týká postavení v českém jazyce jako předchozí slovo *Pásnout*, zná ho 140 respondentů a 3 ho neznají nebo znají jen jeho variety. Používá ho 82 z dotazovaných a 25 používá jeho variety. Herní výraz *Expit* zná 101 respondentů, 26 ho používá, 37 používá jeho variety a 31 ho vůbec nezná. *Chillovat* zná 121 respondentů a 120 toto slovo zároveň používá, 30 používá jeho variety a 3 slovo neznají. *Roastit* zná 124 dotazovaných, 35 z nich ho používá 31 používá jeho variety a 22 slovo nezná. Slovo *Hajpovat* zná 130 dotazovaných lidí, 77 ho používá, 28 používá jeho variety a 7 z nich neznají. Výraz spojený s cestováním – *Booknout* – zná 116 lidí, 58 ho používá, 22 používá jeho variety a 24 slovo neznají vůbec. Slovo *Vibovat* zná 121 respondentů a používá ho 108 z nich. 22 používá variety slova a 7 respondentů slovo nezná.



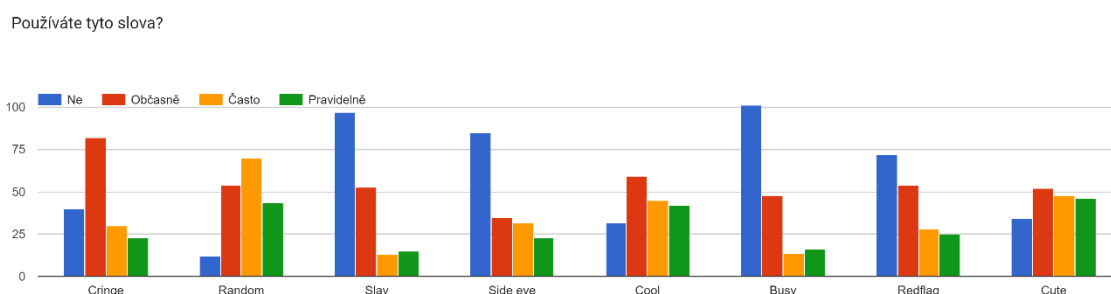
Obrázek 18 Znalost a používání vybraných anglicismů 1 (zpracování vlastní)



Obrázek 19 Znalost a používání vybraných anglicismů 2

Další otázka se zaměřuje na použití slova *Fitnout* ve větě „Ten úkol jsem fitla/fitnul.“ Respondenti měli odpovědět, jestli by ho použili v ukázkové větě nebo. 57,2 % odpovídajících zvolilo, že by toto slovo ve větě použili. *Fitnout* je periferním jazykovým útvarem, který prošel čechizací a stává se více ustáleným.

V další otázce jsou okazionální případy, které neprošli nebo nejsou vhodné pro počestění. Respondentů jsem se ptal, do jaké míry slova používají, jestli vůbec. *Cringe* nepoužívá 40 respondentů, občasně 80, často 30 a pravidelně 23. *Random* nepoužívá 12, občasně 52, často 68 a pravidelně 41. *Slay* nepoužívá 95 z dotazovaných, občasně 52, často 12 a pravidelně 14. Na *Side eye* byly odpovědi: nepoužívá ho 84 respondentů, 34 ho používá jen občasně, 32 ho používá často a 23 pravidelně. Slovo *Cool* nepoužívá 31 z dotazovaných, občasně 57, často 44 a pravidelně 41. U slova *Busy* bylo 100 odpovědí u nepoužívání, 45 u občasného používání, 13 u častého a 15 u pravidelného. *Redflag* z odpovídajících nepoužívá 71, občasně používá 52, často používá 26 a pravidelně 24. Posledním slovem je *Cute*, který nepoužívá 34 dotazovaných, 52 občasně, 48 často a 46 pravidelně.



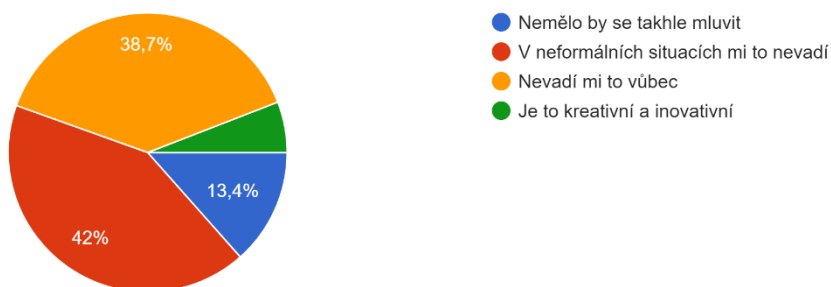
Obrázek 20 Používání okazionálních anglicismů (zpracování vlastní)

V posledních otázkách se zaměřuji na youtuberku Sugar Denny, která slouží v mé bakalářské práci jako nezdravý příklad používání anglicismů. Na dotaz, jestli tuto youtiberku znají, pozitivně odpovědělo 89 % respondentů. Těch jsem se v podotázce ptal na jejich názor ohledně používání anglicismů ve videích, které vytváří. 45 respondentů pociťuje její jazyk v normě (nebo vyjádřil pozitivní vztah k tomuto typu mluvy), 54 jako neadekvátní (nebo vyjádřil negaci), 23 jako vtipné a 12 jako kreativní, zbytek se nevyjádřil k tématu nebo youtuberku zná, ale nesleduje její videa.

Dále jsem sestavil 2 věty, které jsou inspirované a vychází z mluvy Sugar Denny, třetí věta je citací z jejího „Haul“ videa.

- Věta: „Sleduju tu novou reality show a je to guilty pleasure, nemůžu stopnout!“
  - 68,8 % respondentů větu rozumělo, 31,2 % větu nerozuměla
  - Z těch, co rozuměli, si 13,4 % myslí, že by se takhle mluvit nemělo; 42 % to nevadí v neformálních situacích; 38,7 % to nevadí vůbec a 5,9 % to vidí jako kreativní a inovativní

Jak větu - „Sleduju tu novou reality show a je to guilty pleasure, nemůžu stopnout!“ - vnímáte?  
119 odpovědí



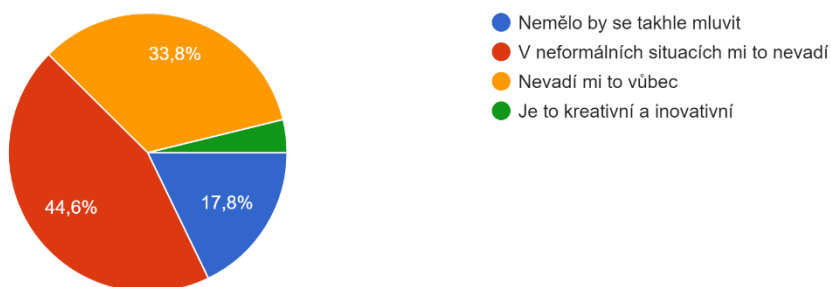
Obrázek 21 Vnímání věty 1 (zpracování vlastní)

2. Věta: „Dneska jsem si udělala super cute hairstyle, který mi dal větší level self-confidence.“

- 90,8 % respondentů větu rozumělo, 9,2 % větu nerozuměla
- Z těch, co rozuměli, si 17,8 % myslí, že by se takhle mluvit nemělo; 44,6 % to nevadí v neformálních situacích; 33,8 % to nevadí vůbec a 3,8 % to vidí jako kreativní a inovativní

Jak větu - „Dneska jsem si udělala super cute hairstyle, který mi dal větší level self-confidence.“ - vnímáte?

157 odpovědí



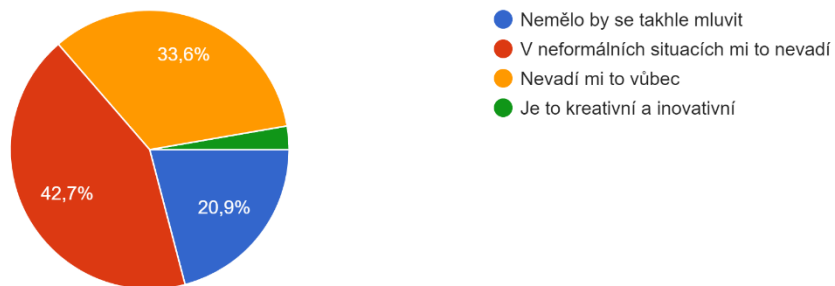
Obrázek 22 Vnímání věty 2 (zpracování vlastní)

3. Věta: „Basically jde o to, že tady tohle to evil eye, tady tohle to jakoby modré oko, jakoby vás chrání předtím, aby vám dal evil eye.“

- 63,6 % respondentů větě rozumělo, 36,4 % větě nerozuměla
- Z těch, co rozuměli, si 20,9 % myslí, že by se takhle mluvit nemělo; 42,7 % to nevdí v neformálních situacích; 33,6 % to nevdí vůbec a 2,7 % to vidí jako kreativní a inovativní

Jak větu - „Basically jde o to, že tady tohle to evil eye, tady tohle to jakoby modré oko, jakoby vás chrání předtím, aby vám dal evil eye.“ - vnímáte?

110 odpovědí



Obrázek 23 Vnímání věty 3 (zpracování vlastní)

## 6 DISKUSE

Cílem této práce bylo uvést čtenáře do tendencí jazykového vývoje a problematiky udržení kultivovaného jazyka. Zároveň bylo cílem sestavit slovník anglicismů, který má z části odrážet středoškolské prostředí. Dále dotazník, který je navázaný na slovník a soustředěn na středoškoláky současné, nadcházející a končící – ty jsem definoval v generačním pojetí jako generaci Z a vymezil věk od 13 do 20 let. Za úkol má verifikovat nebo falzifikovat hypotézy, které jsem stanovil. První hypotézu, která v sobě zahrnuje další stanové hypotézy, rozeberu jako poslední

Druhá hypotéza – „Jestliže anglicismy převzaté z herního prostředí jsou součástí slovníku nejenom hráčů, ale i dalších, pak jsou využívány i v situacích mimo herní kontext.“ Ze 173 respondentů odpovědělo 124, že hrají hry. Velká část z nich hraje denně 0 – 2 hodiny (55,6 %), zbylá část hraje 2 a více hodin. Na základě těchto dat bych méně než polovinu označil za hráče počítačových – sami se tak definovali respondenti, kteří odpovídali na otázku, jestli se za „gamera“ považují (33,9 %, tzn. 42 dotazovaných, se za hráče považuje). U otázky, kde se vybíralo ze 4 možností, jsem skupinu, která patří do herní komunity, potvrdil – 25,4 % z celkového počtu (44) dokázalo vyselektovat slovo *Gambler* jako výraz nepatřící do herní komunity. Celkově herní svět vybranému vzorku tedy není cizí, a to dokázali i na slovech, které patří do slangu hráčů a dobře je znají. Výraz *OP* zná více 45,7 % z celkového počtu respondentů – tzn. i lidí, kteří nehrají hry vůbec. Slovo *Camper* dokázalo správně určit 67,6 % všech respondentů. Význam slova *Cheatovat* dokázali správně vybrat téměř všichni (94,8 %) a 121 respondentů uvedlo, že výraz používají mimo herní svět, načež uváděli příklady, které se vzorově opakovaly. Herní zkratku *GG* mimo hraní používá 43,4 % a následně demonstrovali využitelnost v reálném světě, přičemž význam slova a situace, kdy se slovo používá, zůstává stejný. V otázce, jak by označili špatného hráče, by 61 respondentů použilo herní výraz *Noob*, velké množství by použilo anglický výraz *Looser*, někteří použili další výrazy z herního prostoru a ostatní buď nevěděli nebo použili český výraz. U otázky na používání anglicismů byly zástupcem herního slangu slova *Hitnout* (které znal v dotazníku téměř každý a *Expit*, to znalo 101 respondentů, používá ho 26 respondentů, jeho variety 37 a slovo nezná jen 31 z nich.

Z těchto údajů vyplývá, že hypotéza je verifikovaná. Povědomí o herních pojmech je vysoké a používají je mimo kontext hraní her i respondenti, kteří hry nehrají nebo hrají

jen zřídka. Svět her je více či méně provázán prakticky s každým z generace Z, protože mají snadný přístup k technologiím, dokážou se v ní lehce orientovat. Herní průmysl je na vzestupu a dokáže nalákat čím dál tím více lidí s různými zájmy.

O vlivu her na mladistvé a rozmazávání hranic mezi herní komunitou a jazykem mladých se píše ve studii *Youth slang as a result of media consumption* o slangu běloruské mladé generace vlivem mediální konzumace. Řeč hráčů označuje jako nedokonalou, pragmatickou a emocionální. Zároveň je herní slang spojnicí mezi lidmi různých jazyků, ti se díky online prostoru mohou spojit a přes jazykovou bariéru si navzájem rozumět. To se děje i u mladých, je více hráčů a je potřeba jim rozumět, takže se herní anglicismy dostávají do mluvy jejich vrstevníků.<sup>69</sup>

Ve třetí hypotéze ověřuji vliv globalizace a tendence k homogenosti jazykového prostoru světa, načež dochází k vysoké frekvenci přejímání okazionálních případů a míšení českého a anglického jazyka. Jak se ukázalo, každý v dotazníku v průměru vlastní dvě a více sociálních médií. Ty v sobě nesou prvky globalizace, protože propojují a informují nejvzdálenější body na zemi v sekundovém rozmezí. Zároveň se na sociálních sítích promítají trendy, jako *Challenge*. Respondenti tento fenomén znají ze sociálních sítí a platform, načež se skrze ně dostal do jejich slovníku a slovo běžně používají i v situacích mimo internetové prostředí – to potvrdily vybrané věty, ve kterých by více jak polovina respondentů toto slovo mimo kontext internetu použila. V součtu 31,3 % respondentů nebylo schopno určit slovo, které je spojeno se sociálními médii. Také slovo *Booknout*, spojené s turismem, se prokázalo jako známé (116), není už ale tolik používané (58). Slova *Selfie*, *Googlit* a zkratky spojené jako *LOL* a *OMG* spojené s online komunikací jsou téměř všem známé. Naopak zkratku *FOMO* téměř nikdo neznal a trend *Zoomovat* si spojují s přiblížením a ne aplikací Zoom, která se vlivem pandemie a globálních tendencí začala využívat. Slovo *Fitnout* by v ukázkové větě použilo 99 respondentů a slovo *Flexit* je schopné v češtině ohýbat minimálně třetina dotazovaných. Počeštěné výrazy pokaždé znalo nad 100 respondentů a až na výjimky *Roastit* a *Expit* je používá více než 50 respondentů. Okazionální případy průměrně používá občasně nad 50 % respondentů, *Busy* (101), *Side eye* (85), *Slay* (97) a *Redflag* (72) nezná více jak 70 respondentů, přičemž ostatní oproti nim mají menší míru, co se týče neznalosti. Kdo je influencerka Sugar Denny ví 89 % a 54 respondentů z tohoto procentuálního počtu její

---

<sup>69</sup> VENIDICTOV, Sergei a E. IVANOV. Youth slang as a result of media consumption. *Printing Horizon* [online]. Kjev (Ukrajina): Publishing and Printing Institute of Igor Sikorsky Kyiv, 2022, 1(11), 6 – 16 [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/261673>

tvorbu vnímá jako neadekvátní. První a třetí větě, které jsou spojené s influencerkou, nerozumělo více jak 30 % dotazovaných. U všech třech vět se ukázalo, že většině tato mluva nevádí, ale preferují její používání v neformálních situacích. Čím ale stoupá větší „zaplevelenost“ projevu, tím více jsou respondenti proti anglicismům.

Příkladem jazykového míšení a narušení identity jednoho z nich je studie, ve které je rozebírán globální vliv na Novozélandský znakový jazyk (NZSL). Ten kvůli internetu získává spoustu výpůjček z jiných znakových jazyků a začíná kolidovat a přetvářet se. Komunita mluvící NZSL se díky vlivům odděluje od ostatních jazyků (mluvených i znakových) na Novém Zélandě. Jak je vidět, globalizace sebou nese jak univerzální, tak pluralistický charakter. Uživatelé NZSL dokázali v konvergenci a hybriditě najít nové sebeurčení.<sup>70</sup>

Anglicismy respondentům nevádí, jsou schopni s nimi pracovat i modifikovat je. Zároveň si uvědomují jejich místo a situační používání. Při velkém množství anglicismů a míchání jazyka, kdy se stává text, projev nebo mluva nekoherentní a neestetickou, jsou schopni mluvu reflektovat a držet se úzu českého jazyka, ke kterému mají stále cit. Většina přejatých slov je češtinou silně zkoušena a uživatelé s novými výrazy pracují v rámci čechizace kreativně a tvrdě. Zároveň je čeština natolik bohatá a silná, že se nemusíme bát toho, že by se vytrácela. Hypotéza tak verifikovaná není, k vysoké frekvenci okazionálních případů dochází, jsou však často módní, efemérní nebo je čeština zpracuje. Anglicismů bude přibývat, dokud si bude angličtina držet dominantní postavení.

Čtvrtá hypotéza pracuje s anglicismy a anglickými abreviaturami spojenými se sociálními sítěmi a jejich promítáním do mluvené formy. Jak už bylo výše představeno, vliv sociálních médií na společnost je značný. Zkratku *LOL* by použilo 45,3 % respondentů v mluvě, ale *OMG* 61,9 %. Neznámou (jen 17 respondentů zná) zkratku *FOMO* by v mluvené formě použilo 35,3 % (6 respondentů).

Slovo *Challenge* potvrzuje, že prostředí, které konzumujeme, utváří náš slovník. Ostatní data však průkazná nejsou. K průkaznějším výsledkům by pomohla větší strukturovanost a systematickosti dotazníku a zkrácení délky vyplňování – pozornost středoškoláků je daleko nižší, než by bylo pro dotazník nutné. Standardizované

---

<sup>70</sup> McKEE, Rachel a David McKEE. Globalization, hybridity, and vitality in the linguistic ideologies of New Zealand Sign Language users. *Language & Communication* [online]. Amsterdam (Nizozemsko): Elsevier, 2020, vol. 74, 164 – 181 [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0271530920300628?via%3Dihub#preview-section-abstract>

zaznamenávání odpovědí, např. pomocí Likertovy škály, by umožnilo lepší analýzu zkoumaných slov.

Na závěr je potřeba objasnit, jestli je hypotéza číslo 1 platná na zkoumaném vzorku nebo ne: „Čím větší míra znalosti anglických slov a vlivu sociálních médií a herního prostoru, tím jsou anglicismy v úzu přijatelnější.“ Na začátku dotazníku projevili respondenti lehký příklon k vnímání anglicismů jako nespisovných (56,4 %). Slovo *Hobby* vnímali jako anglické slovo, ale méně ustálený *Kontent* vnímají jako slovo české. Zde hraje roli transkripce, která napomáhá slovu vypadat více „česky“. Respondenti v průběhu dotazníku mají široké a dobré povědomí o anglicismech, jak dokazuje znalost zkratk, herních pojmů, okazionálních případů a dalších výrazů. Při případech *Friend*, *Topový*, *WTF* a *Nemám Clue* vnímají, že by se tato slova měla používat v neformálních situacích. Zkratky v dotazníku spíše v mluvě nepoužívají, než používají. To souvisí se sebe kontrolou, kterou respondenti při mluveném projevu mají. Při hodnocení slovníku Sugar Denny jasně vyjádřili, že jim podobná mluva nevádí v neformálních situacích či vůbec.

Výzkum o ladinském jazyce publikován v *Sage Journals* zkoumá přejímání anglických slov a názory na tento proces. Ve výzkumu byla použita Likterova škála, krátký dotazník a úderné otázky. Bylo zjištěno, že většina slov je přejatá ve spojitosti s technologií, kvůli jejich používání mezinárodně; přejatá slova jsou přejímána z důležitosti zaplnit místo tam, kde není ekvivalent; a časové aktuálnosti; mladší respondenti mají větší tendence k přijímání než starší jedinci; i přes odmítání angličtiny, používají velké množství anglických výrazů; většina dotazovaných nepovažuje angličtinu za hrozbu.<sup>71</sup>

Oproti ladinskému jazyku je čeština bohatá a nevzniká příliš mezer pro vyplňování, i přes to se český jazyk obměňuje a přidává nové ekvivalenty. Důvodem je inovace a pojmenovávání nových jevů a nutnost mezinárodní aktuálnosti. Globalizace nám přináší nové způsoby myšlení a žití. Proto hraje v orientování, přijímání a hodnocení anglicismů velkou roli znalost trendů, které je přináší. Respondenti projevili, že znají anglická slova, že ví, jakou mají formu v českém jazyce a jak se používají a modifikují.

---

<sup>71</sup> ERARDI, Silvia, Ronald L. GARDNER a Sara COMPLOI. Anglicisms in Ladin: Loanwords and Local Perceptions. *Forum Italicum* [online]. New York (USA): Stony Brook University, 2022, vol. 56 (2), 272 – 306 [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/00145858221107342>



Dotazník potvrdil, hypotézu, že míra znalosti a vlivu soc. médií a herního prostoru má vliv na pozitivní vnímání a přijímání anglicismů v úzu v případě zkoumaného vzorku.

## 7 ZÁVĚR

Těžko určit, kde by měla být vymezena hranice pro „korektnost“ – jazyk je živým systémem adaptujícím se napříč časem době, tendencím a potřebám společnosti. Čeština je dlouhodobě etablovaná, nenacházíme se v době národního obrození, abychom zuby nehty bránili svůj jazyk před cizími vlivy a téma revitalizace se nás netýká. S otevřeným světem vzniká vícejazyčná společnost i u nás v české republice. Vlivem sociálních sítí, raketového vývoje v digitálních technologiích a globalizace v čele s dominantní angličtinou, lidé ovládají angličtinu a tíhnou k ní. Proto je více než pravděpodobné, že anglicismy k nám budou pronikat i nadále. Jedná se o ozvláštnění, vyplňování mezer u významů pro která nemáme slova, inovaci a kreativitu. Strach o dekultivaci českého jazyka zbytečný a puristé, kteří se o kultivaci snaží, nechápou pomalost kodifikačního procesu a podstatu jazyka, který se neustále – na základě proměnných jako nutnosti společnosti, geografické záležitosti, identifikace a jiné – mění. Podporují jazykovou rozmanitost tím, že bojují proti pohlcování svého jazyka jiným a přitom si neuvědomují, že nacionalisticky staví svůj jazyk nad ostatní jazyky a verze svého jazyka. Navíc oni neurčují, kam jazyk bude směřovat, ale další generace pročistí jazykový prostor a určí směr, jakým se má vydat. Takto bych shrnul teoretickou část, která obsahuje podrobné informace o tématu, které bylo v této části závěru shrnuto.

Po teoretické části byl vytvořen slovník a sestaveny hypotézy. Slovník obsahuje 103 anglicismů různé charakteristiky a může dalším sloužit pro inspiraci, poznání významu nebo ke zkoumání. Slovník i hypotézy logicky navazují na dotazník, který měl za účel zjistit percepci anglicismů v české komunikaci se zaměřením na generaci Z. Ukázalo se, že čím vyšší je míra znalosti anglicismů, vlivu sociálních sítí a dalších trendů související s globalizací a anglickým jazykem, tím je jednatel z generace Z více přijímá nebo neřeší, protože si často ani neuvědomuje, že jde o cizí slovo. První hypotéza je tudíž verifikovaná. Na první hypotézu navazovaly hypotézy další.

Druhá hypotéza potvrdila, že herní anglicismy pronikají do slovníku a mluvy i těch členů generace Z, kteří hry nehrají nebo je hrají jen občasně. Důvodem je vysoký počet hráčů této generace a dříve uzavřená komunita se specifickými rysy, která se stává téměř univerzální charakteristikou pro celou generaci.

Třetí hypotéza byla falzifikována, protože český jazyk netíhne k homogenosti v jazykovém prostoru. Respondenti dokázali, že míšení vnímají jako neformální

záležitost a mají meze v intenzitě používání „czechlinštiny“. Přespřílišné používání vnímají negativně nebo ho zařazují do neformálních situací. Vysoká frekvence okazionálních případů je kontrolovaná, český jazyk je zpracovává vlastní gramatickou a syntaktickou strukturou nebo se jedná o prchavá vyskytnutí.

Čtvrtá hypotéza je falzifikována hlavně špatným sestavením dotazníku a nepoužitím standardizovaných metod. Jsem přesvědčen, že pojmy spojené s prostředím sociálních sítí a platforem pronikají do mluvy respondentů. Data jsou však neprůkazná.

Jako návrh pro potencionální pokračování ve výzkumu bych do budoucna přepracoval dotazník a zúžil bych téma zkoumání. Dotazník bych přepracoval – zkrátil, standardizoval a systematicky testoval. Dále bych rozšířil základnu na celou společnost české republiky, abych mohl porovnávat věkové kategorie. Nemyslím si, že by vymezení věku bránilo výzkumu nebo nebyla skupina reprezentativní, ale porovnání se starší generací by mohlo přinést zajímavé poznatky.

## REFERENČNÍ SEZNAM

Knižní zdroje:

AUSTIN K., Peter a Julia SALLABANK. Introduction. In: AUSTIN K., Peter a Julia SALLABANK (ed). *The Cambridge Handbook of Endangered Languages* (Cambridge Handbooks in Language and Linguistics). Cambridge: Cambridge University Press, 2011, s. 1 – 57.

BIČAN, Aleš a kol. *Fonologie českých anglicismů*. Praha: NLN, 2020, s. 196.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, 2008, s. 381.

COMRIE, Bernard, Stephen MATTHEWS a Maria POLINSKY. *Atlas jazyků: vznik a vývoj jazyků napříč celým světem*. Př. ŠKVAŘIL, Richard a Kateřina CENKEROVÁ. Metafora, 2007, s. 224.

DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 292.

ERHART, Adolf a kol. *Úvod do jazykovědy*. Brno: Masarykova univerzita, 2001, s. 200.

KAVKA, Martin a Michal ŠKRABAL. *Hacknutá čeština*. Brno: Jan Melvil, 2018, s. 271.

LOTKO, Edvard. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2000, s. 21.

MARTINCOVÁ, Olga a kol. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, 2005, s. 248.

MARTINCOVÁ, Olga a kol. *Nová slova v češtině: Slovník neologismů*. Praha: Academia, 1998, s. 356.

MARTINCOVÁ, Olga a kol. *Nová slova v češtině: Slovník neologismů 2*. Praha: Academia, 2004, s. 567.

MARTINCOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha: Univerzita Karlova, 1983, s. 160.

NEKULA, Marek, Jana PLESKALOVÁ, Jarmila BACHMANNOVÁ a Petr KARLÍK. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 284.

KESNER, Jiří (ed). *Cizojazyčné vlivy na slovanské jazyky*. Hodonín: Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, 2019, s. 182.

PATOČKA, Jan a Jiří POLÍVKA (ed). *Tělo, společenství, jazyk a svět*. Praha: ISE, 1995, s. 2003.

ŠATAVA, Leoš. Jazyk a identita etnických menšin – možnosti zachování revitalizace. *Svět literatury*. Praha: Literární akademie, 2005, roč. 15, č. 31, s. 5-14.

VIERECK, Wolfgang, Karin VIERECK a Heinrich RAMISCH. *Encyklopedický atlas anglického jazyka*. Př. NEKULA, Marek a FISCHEROVÁ, Andrea. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2005, s. 300.

Internetové zdroje:

BOKOVA, Irina. Preface. In: MOSELEY, Christopher (ed). *Atlas of the World's Languages in Danger* [online]. 3. vydání. Paříž: UNESCO, 2010, s. 222, [cit. 11. 3. 2023]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000187026>

BOZDĚCHOVÁ, Ivana. ANGLICISMY V ČESKÉM LEXIKU. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z:

<https://www.czechency.org/slovník/ANGLICISMY%20V%20%C4%8CESK%C3%89M%20LEXIKU>

*Čeština 2.0* [online]. 2023, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/>

BUCHNOLZ, Katharina. Demographic Change Accelerates In The U.S. [Infographic]. In: *Forbes* [online]. 20. 5. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/katharinabuchholz/2023/05/30/demographic-change-accelerates-in-the-us-infographic/?sh=d041367397ea>

BRESMAN, Henrik a Vinika D. RAO. A Survey of 19 Countries Shows How Generation X, Y, and Z are – and Aren't. In: *Harvard Business Review* [online]. 20. 5. 2017. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://hbr.org/2017/08/a-survey-of-19-countries-shows-how-generations-x-y-and-z-are-and-arent-different>

ELDRIGE, Stephen. Generation Alpha. In: *Britannica* [online]. 19. 4. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Generation-Alpha>

ERARDI, Silvia, Ronald L. GARDNER a Sara COMPLOI. Anglicisms in Latin: Loanwords and Local Perceptions. *Forum Italicum* [online]. New York (USA): Stony

Brook University, 2022, vol. 56 (2), 272 – 306 [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/00145858221107342>

HIRSCHOVÁ, Milada. KOMUNIKAČNÍ SITUACE. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 17. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/KOMUNIKA%C4%8CN%C3%8D%20SITUACE>

KLEŇHOVÁ, Michaela. *Střední vzdělávání a vzdělávání v konzervatořích* [online]. MŠMT, 2013, [cit. 10. 3. 2023]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/file/21337?highlightWords=vyhl%C3%A1>

KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 5. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/>

KRČMOVÁ, Marie a Jan CHALOUPEK. NÁRODNÍ JAZYK. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 20. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/N%C3%81RODN%C3%8D%20JAZYK>

KRČMOVÁ, Marie. Stratifikace současné češtiny. *Linguistica ONLINE* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2005, č. 1, s. 4-7, [cit. 12. 3. 2023]. Dostupné z: <http://www.phil.muni.cz/linguistica/art/krcmova/krc-012.pdf>

MARTINCOVÁ, Olga. NEOLOGISMUS. In: KRÁLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ (ed). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012 – 2020, [cit. 5. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/NEOLOGISMUS>

McKEE, Rachel a David McKEE. Globalization, hybridity, and vitality in the linguistic ideologies of New Zealand Sign Language users. *Language & Communication* [online]. Amsterdam (Nizozemsko): Elsevier, 2020, vol. 74, 164 – 181 [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0271530920300628?via%3Dihub#preview-section-abstract>

MANN, Kiran. Generation: Understanding And Leading Gen – Z. In: *Forbes* [online]. 5. 6. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2023/06/05/guiding-the-next-generation-understanding-and-leading-gen-z/?sh=b0c9779cd49d>

MAREŠ, Petr. *Úvod do studia lingvistiky a lingvistické bohemistiky* [online]. Praha: Karolinum, 2014, s. 66, cit. [23. 3. 2023]. Dostupné z: [https://sites.ff.cuni.cz/ucjtk/wp-content/uploads/sites/57/2015/11/uvod\\_do\\_lingvistiky.pdf](https://sites.ff.cuni.cz/ucjtk/wp-content/uploads/sites/57/2015/11/uvod_do_lingvistiky.pdf)

Mullet Hunting PRO. Facebook [group page, shared link]. 2023, 17. června, 23:28. [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/groups/1004554917015355/posts/1488165205320988/>

Mullet Hunting PRO. Facebook [group page, shared link]. 2023, 18. června, 17:31. [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/groups/1004554917015355/posts/1488571358613706/>

NEBESKÁ, Iva. Formuje se nová psycholingvistická koncepce?. *Slovo a slovesnost* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, 1985, r. 46, č. 2, s. 145-151, [cit. 12. 3. 2023]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=3027>

NĚMEC, Václav. *dějepis.com* [online]. 2023, [cit. 27. 5. 2023]. Dostupné z: <https://www.worlddata.info/languages/index.php>

Sterakdary, 2022, *Ze zombika vyrob pracovníka!* – *Zombie Cure Lab*, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=128eU6ttfA0>

Sugar Denny, 2022, *ASOS PLUS SIZE HAUL* / *SugarDenny*, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0GpdaRTk24s>

Sugar Denny, 2022, *nové podzimní oblečení juchuuuuu* / *ASOS HAUL* / *SugarDenny*, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=GM3MrwpTdr8>

Sugar Denny, 2022, *totální FLOP ASOS HAUL protože mi NIC NESEDÍ* / *SugarDenny*, YouTube video, [cit. 22. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=JNe297-3UQ4>

*The Japan Times* [online]. 2022, č. 221 [cit. 23. 3. 2023]. Dostupné z: <https://www.japantimes.co.jp/2022/02/21/special-supplements/efforts-underway-save-ainu-language-culture/>

tynikdy, 2022, *Rest – Víc klidu (prod. Idea)*, YouTube video, [cit. 30. 5. 2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gO7fuGi8dlk>

VENIDICTOV, Sergei a E. IVANOV. Youth slang as a result of media consumption. *Printing Horizon* [online]. Kjev (Ukrajina): Publishing and Printing Institute of Igor Sikorsky Kyiv, 2022, 1(11), 6 – 16 [cit. 18. 6. 2023]. Dostupné z: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/261673>

WALLENFELDT, Jeff. Silent generation. In: *Britannica* [online]. 23. 5. 2023. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Silent-Generation>  
*WorldData.info* [online]. 2023, [cit. 29. 2. 2023]. Dostupné z: <https://www.worlddata.info/languages/index.php>



## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Vnímání slova Hobby (vlastní zpracování).....	55
Obrázek 2 Vnímání slova Kontent (vlastní zpracování).....	55
Obrázek 3 Vnímání slova Outfit (vlastní zpracování).....	56
Obrázek 4 Použití anglicismů v komunikačních situacích (zpracování vlastní) .....	57
Obrázek 5 Použití zkratky WTF v komunikačních situacích (zpracování vlastní) .....	57
Obrázek 6 Použití zkratky DVD v komunikačních situacích (zpracování vlastní) .....	57
Obrázek 7 Používání zkratky FOMO i v mluvené formě (zpracování vlastní) .....	58
Obrázek 8 Přehled o hraní her (zpracování vlastní) .....	59
Obrázek 9 Průměrná doba hraní za den (zpracování vlastní) .....	59
Obrázek 10 Vnímání sebe sama jako Gamera (zpracování vlastní) .....	59
Obrázek 11 Význam slova Cheatovat (zpracování vlastní).....	60
Obrázek 12 Povědomí o herních výrazech (zpracování vlastní) .....	61
Obrázek 13 Používání herní zkratky GG mimo herní prostor (zpracování vlastní) .....	61
Obrázek 14 Přehled používaných sociálních médií (zpracování vlastní) .....	62
Obrázek 15 Povědomí o slovech pocházejících ze soc. médií (zpracování vlastní).....	63
Obrázek 16 Význam slova Zoomovat (zpracování vlastní).....	63
Obrázek 17 Původ slova Challenge (zpracování vlastní) .....	64
Obrázek 18 Znalost a používání vybraných anglicismů 1 (zpracování vlastní) .....	65
Obrázek 19 Znalost a používání vybraných anglicismů 2 .....	65
Obrázek 20 Používání okazionálních anglicismů (zpracování vlastní) .....	66
Obrázek 21 Vnímání věty 1 (zpracování vlastní) .....	67
Obrázek 22 Vnímání věty 2 (zpracování vlastní) .....	67
Obrázek 23 Vnímání věty 3 (zpracování vlastní) .....	68

## SEZNAM PŘÍLOH

### Příloha 1 Dotazník percepce anglicismů se zaměřením na generaci Z

1. Jste: muž x žena
2. Věk: méně než 13, 13-15, 16-17, 19-20, více jak 20
3. Víte, co je to anglicismus? Ano x Ne
  - Anglicismus je jazykový prostředek (slovo nebo spojení slov) převzatý z anglického jazyka nebo podle anglického jazyka vytvořen. Patří sem např. lockdown, oldschool, mainstreamový, basic nebo spojení slov - to je pain. Pochopili jste, co je to anglicismus? Ano x Ne
4. Vnímáte používání anglicismů jako neformální nebo nespisovné? Ano x Ne
5. Vnímáte slovo Hobby jako? České slovo, Anglické slovo, Neznám význam slova, Jiné...
6. Vnímáte slovo Kontent jako? České slovo, Anglické slovo, Neznám význam slova, Jiné...
7. Vnímáte slovo Outfit jako? České slovo, Anglické slovo, Neznám význam slova, Jiné...
8. Jaký je význam slova Googlit? Brýle, Vyhledávat na internetu, Vyhledávat v knihách, Rychle číst, Jiné...
9. Jaký je význam slova Selfie? Fotka sama sebe, Kreslení, Fotka někoho jiného, Psaní krátkých zpráv, Jiné...
10. Jaký je význam slova Okay? Souhlas, Omluva, Pozdrav, Negace
11. Co znamená slovo Čeknout? Volná odpověď
12. Co znamená slovo Podcast? Volná odpověď
13. Co znamená slovo Sorry? Volná odpověď
14. V jaké situaci bych slovo Friend použil? V neformální (s kamarády, doma), V poloformální (v obchodě, ve vlaku), Ve formální (ve škole, na úradě)
15. V jaké situaci bych zkratku WTF použil? V neformální (s kamarády, doma), V poloformální (v obchodě, ve vlaku), Ve formální (ve škole, na úradě)
16. V jaké situaci bych slovo Topový použil? V neformální (s kamarády, doma), V poloformální (v obchodě, ve vlaku), Ve formální (ve škole, na úradě)
17. V jaké situaci bych spojení slov Nemám Clue použil? V neformální (s kamarády, doma), V poloformální (v obchodě, ve vlaku), Ve formální (ve škole, na úradě)

18. V jaké situaci bych zkratku DVD použil? V neformální (s kamarády, doma), V poloformální (v obchodě, ve vlaku), Ve formální (ve škole, na úřadě)
19. Znáte zkratku ASAP? Ano x Ne
20. Znáte zkratku LOL? Ano x Ne
- Používáte zkratku i v mluvené formě? Ano x Ne
21. Znáte zkratku OMG? Ano x Ne
- Co znamenají písmena ve zkratce? Volná odpověď
  - Používáte zkratku i v mluvené formě? Ano x Ne
22. Znáte zkratku FOMO? Ano x Ne
- Co znamenají písmena ve zkratce? Volná odpověď
  - Používáte zkratku i v mluvené formě? Ano x Ne
23. Hrajete hry na PC/mobilu/konzolích? Ano x Ne
- Kolik hodin denně průměrně hrajete? 0-2, 2-4, 4-6, 6 a více
  - Považujete se za gamera? Ano x Ne
24. Znáte výraz OP? Ano x Ne
25. V jaké situaci byste použil/a anglicismus Camper? Protihráč vede; Protihráč je na pozici, odkud může lehce porazit ostatní; Protihráč prohrává; Spoluhráč, který kryje záda; Jiné...
26. Co znamená Cheatovat? Podvádět při hraní her, Opouštět hru, Řvát při hraní her, Nemít dostatečný počet bodů (killů, assistů atd.), Jiné...
- V jaké situaci mimo hraní her byste použil/a výraz Cheatovat? Volná odpověď
27. Které ze slov nepatří do herního slovníku? Zburstit, Zrekit, AFK, Gambler
28. Používáte tuto herní zkratku GG (good game) i mimo hraní her? Ano x Ne
- Při jakých situacích zkratku používáte? Volná odpověď
29. Jak byste nazval/a hráče, kterému to při hře nejde (použijte herní výraz)? Volná odpověď
30. Jaká sociální média vlastníte (vyberte/vypište všechny)? Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, Twitter, Twitch, Tinder, Jiné...
31. Které ze slov není spojeno se sociálními médii? Influencer, Lajknout, Flow, Prank
32. Co znamená Zoomovat? Přiblížit, Používat aplikaci ZOOM, Fotit, Pozorovat, Jiné...
33. Používáte slovo Challenge? Ano x Ne
- Odkud slovo znáte? YouTube, TikTok, Facebook, Instagram, jiné...

- Použil/a byste výraz pro vyjádření výzvy mimo kontext sociálních platforem? (např. „Těch 30 km na kole byla fakt challenge.“ nebo „Každý den přináší novou challenge.“) Ano x Ne
- 34. Slovo Felit má různé varianty jako Pofelit, Felák, Zafelit atd. Dokázal/a byste napsat další varianty slova Flexit? Volná odpověď
- 35. Znáte a používáte slova: Pásnout, Hejtovat, Hitnout, Chillovat, Expit, Roastit, Hajpovat, Booknout, Vibovat? Znáám význam slova, Slovo používám, Používám variety (Hejtr, Vyhajpovat atd.), Slovo neznám
- 36. Použil/a byste slovo Fitnout ve větě „Ten úkol jsem fitla/fitnul.“? Ano x Ne
- 37. Používáte tyto slova: Cringe, Random, Slay, Side eye, Cool, Busy, Redflag, Cute? Ne, Občasně, Často, Pravidelně
- 38. Znáte influencerku Sugar Denny? Ano x Ne
- 39. Vnímáte její používání anglických slov jako? Neadekvátní, Kreativní, V normě, Vtipné, jiné...
- 40. Rozumíte větě: „Sleduju tu novou reality show a je to guilty pleasure, nemůžu stopnout!“? Ano x Ne
- 41. Jak větu vnímáte? Nemělo by se takhle mluvit, V neformálních situacích mi to nevádí, Nevadí mi to vůbec, Je to kreativní a inovativní
- 42. Rozumíte větě: „Dneska jsem si udělala super cute hairstyle, který mi dal větší level self-confidence.“? Ano x Ne
- 43. Jak větu vnímáte? Nemělo by se takhle mluvit, V neformálních situacích mi to nevádí, Nevadí mi to vůbec, Je to kreativní a inovativní
- 44. Rozumíte větě: „Basically jde o to, že tady tohle to evil eye, tady tohle to jakoby modré oko, jakoby vás chrání předtím, aby vám dal evil eye.“? Ano x Ne
- 45. Jak větu vnímáte? Nemělo by se takhle mluvit, V neformálních situacích mi to nevádí, Nevadí mi to vůbec, Je to kreativní a inovativní