



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Pedagogická fakulta  
Katedra anglistiky

Bakalářská práce

# **Nová slova v angličtině, jejich zvláštnosti a užití**

## **New Words in Contemporary English, their Form and Use**

Vypracovala: Monika Poláková, ČJu-AJu, 3. ročník  
Vedoucí práce: Mgr. Ludmila Zemková, Ph.D.

České Budějovice 2018

## Poděkování

Ráda bych poděkovala Mgr. Ludmile Zemkové, Ph.D., vedoucí mé bakalářské práce, za ochotu, cenné rady a připomínky.

## Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 74b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě pedagogickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam i o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 5. 1. 2018

.....

Monika Poláková

## Anotace

Bakalářská práce se zabývá novými slovy v anglickém jazyce, zejména jejich užitím a významem. Teoretická část práce se skládá z kapitol týkajících se procesů tvoření slov. Tato část dále detailněji popisuje neologismy a jejich zařazování do slovníků. Praktická část bakalářské práce zahrnuje analýzu nových slov vybraných z elektronického slovníku. Poskytuje také informace o tom, jak rodilí Angličané a Američané rozumí určitým novým výrazům. Znalost je testována pomocí dotazníku ve formě testu.

## Klíčová slova

procesy tvoření slov, neologismus, slovníky, znalost, slovo

## Abstract

The bachelor thesis focuses on new words in English language, mainly on their usage and meaning. The theoretical part contains chapters about word-formation processes. This part also describes new words in detail and the proces of adding them to dictionaries. The practical part of the bachelor thesis consists of the analysis of new words, which are chosen from an electronic dictionary. It also examines the American and British native speakers' knowledge of specific neologisms. This knowledge was gathered through questionnaires.

## Key words

word-formation processes, neologism, dictionaries, knowledge, word

## Obsah

1. Úvod .....	6
2. Lexikologie .....	7
3. Procesy tvoření slov .....	7
3.1. Conversion .....	7
3.2. Derivation.....	8
3.3. Compounding.....	10
3.4. Clipping.....	11
3.5. Blending .....	11
3.6. Back - formation .....	12
3.7. Abbreviations .....	12
3.8. Acronyms .....	13
3.9. Copycat formations .....	13
4. Neologismy .....	14
4.1. Neologismy ve slovnících .....	14
5. Google Trends.....	16
6. Analýza neologismů .....	17
7. Dotazníky.....	22
8. Závěr .....	45
9. Seznam použité literatury .....	47
10. Seznam použitých elektronických zdrojů .....	47

## Úvod

Bakalářskou práci na téma „Nová slova v angličtině, jejich zvláštnosti a užití“ jsem si vybrala z důvodu, že studuji učitelství anglického jazyka a s angličtinou jsem téměř v denním kontaktu. Během několika posledních let jsem na sociálních sítích zaznamenala spoustu nových výrazů, které užívají zejména mladí lidé. Zajímá mě, v jakých oblastech se slovník nejvíce obnovuje a zda nová slova jsou vlastní pouze teenagerům nebo i starším lidem. Myslím si, že se jedná o velmi aktuální téma, neboť dnešní doba jde velmi rychle kupředu. V souvislosti s tím dochází i k obohacování slovní zásoby o nové výrazy.

Bakalářská práce se bude skládat z teoretické a praktické části. V úvodu práce uvedu, která disciplína se zabývá vznikem a strukturou slov a vymezím její disciplíny. Stěžejní částí budou jednotlivé způsoby, kterými se tvoří nová slova. V publikacích zabývajících se lexikologií jsou uvedeny různé způsoby pro tvorbu slov. Některé z nich vymezím. Podrobněji se hodlám věnovat neologismům a jejich zařazování do slovníků. Dále si z elektronického slovníku neologismů vyberu slova, která budu analyzovat z hlediska jejich vzniku a užití. Součástí analýzy bude také statistika používání slova po celé zemi, zaměřím se však na Velkou Británii a Spojené státy americké. V některých případech poskytnu srovnání, ve které zemi je daný výraz známější.

V praktické části nejprve provedu analýzu vybraných neologismů, které budu analyzovat z hlediska jejich vzniku a užití. Součástí bude také statistika používání slova po celé zemi. Zaměřím se však na Velkou Británii a Spojené státy americké. Ve druhé části vymyslím dotazník vhodný ke zkoumání znalosti slov. Poté dotazníky rozešlu rodilým Američanům a Angličanům. Vhodná slova k testování vyberu z elektronického slovníku, kam jsou slova průběžně přidávána. V závěru práce hodlám jednotlivě vyhodnotit každé slovo zvlášť a zaznamenat procentuální úspěšnost odpovědí. V některých případech porovnáím, zda je výraz známější ve Velké Británii či v USA.

## Lexikologie

Lexikologie je teoretická jazyková disciplína zabývající se lexikem neboli slovní zásobou jazyka. Studuje význam, užití, způsoby vzniku slov a jejich historii. Lexikologie tedy není samostatná disciplína, spolupracuje s morfologií, lexikografií, fonologií či sémantikou. Všechny disciplíny se navzájem prolínají.<sup>1</sup>

## Procesy tvoření slov

Některé procesy vytváření komplexních slov jsou více produktivní a jiné méně. Počet slov, které vzniknou jen přidáním předpony nebo přípony, bude zajisté více než akronym. Procesy utváření slov závisí tedy na produktivitě daného procesu, struktuře výsledných pojmů nebo vztahu motivujícího a motivovaného slova. Těmito procesy jsou například *derivation*, *compounds*, *conversion*, *blends*, *back-formation*, *abbreviations* a *clippings*.<sup>2</sup>

### Conversion

Konverze je derivační proces, kde se podoba původního slova nemění, nepřidává se k němu žádný afix. Absence sufixu či prefixu může způsobit problém v určování slova základového a odvozeného. Například sloveso *release* se shoduje s podstatným jménem *release*. Jedná se o mimořádně produktivní proces a to díky velkému množství způsobů, kterými ke konverzi dochází. Mezi nejčastější procesy lze zařadit přeměnu slovesa v podstatné jméno (*desire*, *answer*, *cover*, *love*), podstatného jména ve sloveso (*bottle*, *butter*, *mail*, *bicycle*). Konverze přídavného jména v podstatné jméno nabízí rozmanité příklady (*narutal*, *final*, *weekly*, *comic*), stejně tak i způsob přeměny přídavného jména v sloveso (*calm*, *dirty*, *dry*, *humble*).<sup>3</sup>

Můžeme se také setkat s netradičními typy konverze. Bývá zejména užitá v neformální podobě anglického jazyka. První druh spočívá v přeměně slovních druhů nezákladních v základní slovní druhy, nejčastěji v slovesa (*They downed tools in protest.*), podstatná jména (*His argument contains too many ifs and buts.*) a přídavná jména (*That's how the Fieldings next door do it, but it's not quite us.*). V dalším případě se substantivem nebo adjektivem stane celá fráze (*a free-for-all*; *an up-in-the-air feeling*).<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> (Vachek, J., 1991, s. 5)

<sup>2</sup> (Štekauer, P., 1992, s. 6-7)

<sup>3</sup> (Quirk et al., 1985, s. 1558-1562)

<sup>4</sup> (Quirk et al., 1985, s. 1562-1563)

Tento způsob utváření nových slov ovlivňuje také přízvučné a nepřízvučné slabiky v určitých výrazech. Substantiva, shodující se svojí podobou s verby, mají převážně první slabiku přízvučnou (a *permit*, a *record*, an *export*). Jestliže dané výrazy uijeme ve větě jako slovesa, pozice přízvuku se přesune na jeho předposlední či poslední slabiku (to *permit*, to *record*, to *export*). Existují však i výjimky, kdy se oba slovní druhy vysloví s přízvukem na první slabice (a *contact*, to *contact*). Konverze působí i na způsoby vyslovování konsonantů, jedná se tedy o problematiku znělosti a neznělosti. U substantiv dominuje neznělá výslovnost poslední souhlásky (a *house* /-s/, a *shelf* /-f/, a *wreath* /-θ/), naopak verba končí souhláskou znělou (to *house* /-z/, to *shelve* /-v/, to *wreathe* /-ð/).

Jak je patrné z uvedených příkladů, psaná podoba slovního druhu se mění. Znělosti a neznělosti nepodléhají některé výrazy v americké angličtině (a *licence*, to *licence*; a *practice*, to *practice*), nicméně britská angličtina rozlišuje psanou podobu podstatného jména (a *licence*, a *practice*) i slovesa (to *license*, to *practise*). U obou příkladů se koncové konsonanty vyslovují nezněle.<sup>5</sup>

## Derivation

Dalším způsobem tvoření nových slov je derivace neboli odvozování. Spočívá v přidávání afixů ke slovu základovému, proto se také derivační proces někdy nazývá afixace. Někteří lingvisté jako P. Štekauer s těmito pojmy pracují jen omezeně. Štekauer ve svých skriptech ihned derivaci rozděluje na sufixaci a prefixaci do samostatných kapitol a to z toho důvodu, že se při derivaci k základovým slovům připojují sufixy a prefixy čili přípony a předpony.<sup>6</sup>

Afixů existuje nepřeberné množství, proto jsou rozděleny do skupin, podle významu výsledného výrazu. Skupiny obsahují afixy *-ette*, *-ling*, *micro-*, *mini-* a další. Připojením předpon *maxi-*, *mega-*, *hyper-* nebo *ultra-* vzniknou augmentativa. Rod se rozlišuje pomocí přípon *-ess*, *-ette*, *-ine*, *-man/-woman*. Přidáním prefixů *a-*, *non-*, *in-*, *non-* nebo *un-* dojde k negaci základového slova. Předpony *ante-*, *pre-*, *sub-*, *post-*, *inter-* slouží k časové a místní lokaci. Velký počet přípon se pojí s označením národností. Další skupiny afixů závisí na tom, zda se podílejí na nominalizaci, adjektivizaci nebo verbalizaci.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> (Quirk et al., 1985, s. 1566-1567)

<sup>6</sup> (Štekauer, P., 1992, s. 63, 74)

<sup>7</sup> (Huddleston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1677-1715)



Afixy tvoří podstatná, přídavná jména a slovesa. Tyto slovní druhy se po přidání zejména přípon mohou změnit. Například přidáním přípony *-ness* k adjektivu, se adjektivum změní v substantivum (*wet + -ness → wetness*) a vznikne deadjektivní substantivum. Stejně tak vznikají přídavná jména ze sloves po připojení sufixu *-able* (*read + -able → readable*). Verbalizace se stává výsledkem spojením sufixu *-ise* a substantiva (*terror + -ise → terrorise*). Výše zmíněným procesům podléhají i celé fráze (*old-maidish, fly-by-nighter, red-nosed*).<sup>8</sup>

Některé afixy mají schopnost změnit tranzitivní slovesa na netranzitivní (*moan → bemoan*) nebo počítatelná jména na nepočítatelná (a *star → stardom*). Jiné afixy schopnost změny kategorie počítatelnosti či tranzitivity postrádají.<sup>9</sup>

Sufixy se dělí do dvou skupin podle toho, zda mají funkci slovotvornou, „tj. odvozují od základu nové slovo s jiným významem, srov. *rich* bohatý – *enrich* obohatit, *cloud* mrak – *cloudy* zamračený. Naproti tomu flektivní morfémy mají funkci tvaroslovnou, tj. netvoří nová slova, nýbrž tvary od téhož slova, srov. *rich – richer – richest* bohatý – bohatší – nejbohatší, *cloud – clouds* mrak – mraky. Formálně se flektivní sufixy liší od derivačních tím, že pokud nemají formu alternace, jsou poslední složkou slova, tj. následují až za morfémy derivačními.“ (Dušková, 1994, s. 18)

Z historického hlediska se množství přípon vyvíjelo z „Old English“. Prvotně sufixy fungovaly jako samostatné výrazy s vlastním významem. Postupem času se začaly připojovat k základovým slovům. Jedná se o sufixy *-less, -hood, -dom, -ly* a *-ship*. Druhý způsob, jakým sufixy vznikly, se nazývá „secretion“. Původně základové slovo tvořilo celek i se sufixem, poté se sufix oddělil a začal se spojovat i s jinými slovy (*cafeteria → -eteria, hamburger → -burger, landscape → -scape*)<sup>10</sup>

Prefixy prošly také určitým vývojem, předcházela jim slova z Old English, která mohla stát ve větě samostatně. Ve většině případů se jednalo o předložky nebo částice. Prefix *a-* vzniknul z předložky *on*, přípona *be-* se vyvinula z částice *by*, *un-* bylo původně příslovčí *ne*.

11

---

<sup>8</sup> (Huddlenston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1667)

<sup>9</sup> (Huddlenston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1667)

<sup>10</sup> (Štekauer, P., 1992, s. 63-65)

<sup>11</sup> (Štekauer, P., 1992, s. 74)

## Compounding

Vznikání složených slov lze charakterizovat dvěma způsoby. Některé vznikají příležitostně dle potřeby mluvčího za určité situace. Tyto složeniny bývá obtížné zaznamenat, neboť vznikají spontánně. Převažují však složeniny, které mají v systému slovní zásoby stabilní postavení. Svoji stabilitu získaly hojným užíváním během komunikace, a tak se staly běžnou součástí slovní zásoby.<sup>12</sup>

Složeniny rozdělujeme do několika skupin. První skupinu tvoří slova, jejichž části nejsou rozděleny pomlčkou (*nightmare, seaman, blackbird*), nebo je pojí konektém, který má většinou podobu samohlásky (*speedometer, Anglo-Saxon, Czecho-Slovakia*). V další skupině se slova spojují pomocí pomlčky (*film-star, table-tennis, kind-hearted*). Třetí skupina obsahuje složená slova založená na explicitě a implicitě. Tvoří ji tedy dvě skupiny exocentrických a endocentrických složenin.<sup>13</sup>

U endocentrických výrazů jako *workbook* nebo *deckchair*, slovní druh výsledného pojmu odpovídá slovnímu druhu základového výrazu označovaného jako „head“. I sémantická souvislost koresponduje se základem. Zatímco u slov označovaných jako exocentrická se výsledný význam liší, i když známe překlad obou dvou částí slova. Složenina *redneck* v překladu znamená *sedlák, vidlák*, ale skládá se z adjektiva *red* a substantiva *neck*.<sup>14</sup>

Další klasifikace složenin se rozlišuje na základě sémantických principů. Souřadné složeniny (coordinative compounds) obsahují komponenty, které si jsou z významového hlediska rovny (*actor-manager, phonetic-semantic*). Podřadné složeniny (subordinative compounds) charakterizují motivované a motivující složky v angličtině. Převládají složeniny s motivujícím výrazem na druhém místě (*pop-corn, blackbird, pay-day*).<sup>15</sup>

Velkou skupinu tvoří tzv. „neo-classical compounds“. Jejich princip tvoření spočívá ve spojení jakéhosi kombinujícího prvku, který je obvykle latinského nebo řeckého původu. S těmito složeninami se hojně setkáváme ve vědecké terminologii. Základní typ se skládá ze dvou „combining forms“ (*astronaut, psychology, pseudonym*), avšak existuje mnoho výrazů obsahujících pouze jednu formu, ta se vyskytuje buď jako finální nebo počáteční prvek složeniny. Některé z nich nepotřebují vazbu s jiným výrazem, a přesto nesou význam (*mania, phobia*). Není pravidlem, že vždy musí být řídicí jednotkou výsledného výrazu (*microchip*,

---

<sup>12</sup> (Zgusta, L., 1971, s. 136)

<sup>13</sup> (Štekauer, P., 1992, s. 56)

<sup>14</sup> (Vogel, R., 2007, s. 18)

<sup>15</sup> (Štekauer, P., 1992, s. 58)

*speedometer, electromagnet*). Typický prvek, jež složeniny obsahují, je označován jako „medial vowel“ (středová samohláska), se nachází na hranici mezi jednotlivými částmi (o – *phonograph, anthropology*; e – *telegraph, archeology, neurectomy*; a – *psychagogue*).<sup>16</sup>

Jaroslav Peprník zmiňuje skupinu složenin založenou na reduplikaci. Reduplikace znamená „proces, který generuje opakování identických elementů v rámci jedné struktury“.<sup>17</sup> Opakované výrazy se rýmují a některé z nich charakterizuje citová zabarvenost (*fuddy-duddy* dědek, *razzle-dazzle* poprask, bengál, *hanky-panky* techtle mechtle, *dilly-dally* loudat se).<sup>18</sup>

### Clipping

Slovo vzniklé tímto způsobem si ponechává svůj původní význam. Jedná se pouze o zkrácení původního slova. Jednou z možností vzniku zkráceniny je vypuštění jejího středu, jako např. u slova *vegan -vegetarian*. Z některých původních výrazů lze vypustit jejich začátek (*omnibus-bus, aeroplane-plane, caravan-van*). Nejpočetnější skupinu zaujímají slova, u kterých došlo k redukci koncové části (*info-information, bike-bicycle, homo-homosexual*). Zkracování také podléhají i vlastní jména, jedná se však o domácí podoby jmen nebo přezdívky. Nicméně v některých případech bývá obtížné odhadnout, u které části jména dojde ke zkrácení. Ve většině případů končí příponami *-ie* nebo *-y*. Některá jména mají i více variant, jak po zkrácení budou vypadat. Např. *Alexander* lze zkrátit na *Sandy* nebo *Alex*.<sup>19</sup>

### Blending

Principem způsobu tvoření těchto výrazů je spojení části slov do jednoho. Ve většině případů se spojí začátek prvního slova a konec slova druhého. Tato slova jsou v dnešní době čím dál více populární. Jedná se o *smog-smoke + fog, brunch - breakfast + lunch, heliport - helicopter + airport, napalm - naphthenic + palmitic*.<sup>20</sup>

Obvykle výsledná slova nejsou delší než dvě původní, ze kterých vznikla. Vytvoření nového slova může mít mnoho způsobů, avšak existují určitá pravidla. Nelze nahodile vkládat například středovou část jednoho slova do středu slova druhého. Výsledný výraz by se neměl obtížně vyslovovat nebo hláskovat. V některých případech není snadné určit, ze kterých dvou

<sup>16</sup>(Huddleston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1661-1662)

<sup>17</sup> CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny, [online]

<sup>18</sup> (Peprník, J., 1998, s. 70)

<sup>19</sup> (Katamba, F., 1994, s. 180-182)

<sup>20</sup> (Katamba, F., 1994, s. 185)

výrazů konečné slovo vzniklo. Jasně viditelný výsledek je pro osobu, jež slovo vymyslela, ale jiný člověk, který slovo pouze slyší, může mít s odhadem problém.<sup>21</sup>

Jelikož se jedná o velmi produktivní proces, některé části slov se užívají v takové míře, že se stanou samostatnými sufixy. Nicméně jejich původ je v tomto procesu. Sufix *(o)holic* má původ ve výrazu *alcoholic*, ale užívá se na konci mnoha pojmů, a proto se dá přiřadit k příponám.<sup>22</sup>

### Back - formation

Back-formation spočívá v odtržení koncovky již existujícího slova. Tyto dva výrazy si jsou významově podobné. V mnoha případech slovesu předcházelo podstatné jméno jako u *baby-sitter – baby-sit*, *television – televise*, *headhunter – headhunt*. Při tomto procesu také dochází ke změnám umístění přízvuku. Podstatná jména mají obvykle přízvučnou první slabiku, kdežto přízvuk sloves se nachází na druhé slabice.<sup>23</sup>

Většinou pomocí metody back-formation vznikají slovesa a to tím způsobem, že se odtrhne přípona od původního podstatného jména. V dnešní době tak procesem back-formation vznikají kratší slova, u kterých se odpojí afix. Když si ponechá svůj význam, jako mělo před odtržením afixu, lze výsledné slovo zařadit i do procesu clipping.<sup>24</sup>

### Abbreviations

Zkratky společně s akronymy spadají pod proces tvoření slov s názvem *Initialism*. Jeho způsob vytváření slov spočívá v kombinaci počátečních písmen jednotlivých slov. Utvořený výraz se buď čte jako jedno slovo, nebo se jednotlivá písmena hláskují.<sup>25</sup>

V případě zkratk se každé písmeno, které je v ní obsažené, čte zvlášť. Jedná se například o zkratky *CIA – Central Intelligence Agency*, *FBI – Federal Bureau of Investigation*, *MIT – the Massachusetts Institute of Technology*. Zmíněné zkratky označují vlastní jméno institucí. Písmena mohou následovat přímo za sebou, nebo jsou oddělená tečkami.<sup>26</sup> Na jejich výslovnost to však nemá žádný vliv.

---

<sup>21</sup> (Bauer, L., 2002, s. 234-236)

<sup>22</sup> (Bauer, L., 2002, s. 236)

<sup>23</sup> (Huddleston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1637)

<sup>24</sup> (Bauer, L. 2002, s. 230-232)

<sup>25</sup> (Huddleston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1632)

<sup>26</sup> (Huddleston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1632)

Většina slov je napsaná velkými písmeny. Jediná výjimka nastává u zkratk, které vznikly z frází latinského původu jako *e.g.* – *exempli gratia* nebo *i.e.* – *id est*. Tyto výrazy se rovněž nemohou chovat jako podstatná jména. Kdežto zkratky *VIP* – *very important person*, *TV* – *television* nebo *MP* – *Member of Parliament* jsou schopny utvořit plurálovou formu jako klasické podstatné jméno. Vyjadřují tedy počitatelnost.<sup>27</sup>

### Acronyms

Akronyma neboli zkratková slova se od zkratk liší tím, že se vyslovují jako jedno slovo, i když se skládají z jednotlivých počátečních písmen slov charakterizující vzniklé akronymum. Tyto výrazy se používají pro označení názvu organizací nebo společnosti jako např. *NASA* či *NATO*.<sup>28</sup>

Většina akronym se píše také velkými písmeny, která není možné oddělovat tečkami, neboť se čtou jako jedno slovo. Existují i výrazy, jež se dají psát buď velkými písmeny, nebo pouze s počátečním velkým písmenem. Patrné je to u akronyma *UNESCO*. Další variantou zaznamenání je *Unesco*, protože se jedná o vlastní jméno.<sup>29</sup>

### Copypcat formations

Zajímavou skupinu tvoří pojmy, které rychle vzniknou a pak také zaniknou, nebo jsou v jiné době už zastaralé. Jsou vždy charakteristické pro dobu svého vzniku. 80. léta vystihují výrazy jako *woppies*, *yummies*, nebo *dinkies*.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> (Huddleston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1633)

<sup>28</sup> (Katamba, F., 1994, s. 183)

<sup>29</sup> (Huddleston, R., Pullum, G. K., 2002, s. 1634)

<sup>30</sup> (Katamba, F., 1994, s. 183)

## Neologismy

Neologismy jsou nová slova, která se postupným užíváním stanou součástí jazyka. Jen ojedinele je autor neologismu známý. V tomto případě se může jednat o spisovatele, který vymyslel vlastní slovo a použil ho ve svém díle. Takové slovo se vyskytlo v textu jen jednou a nazývá se „hapax legomenon“ neboli autorské slovo. Neologismy mají tedy ve většině případů původ neznámý. Jedním ze způsobů šíření nových slov jsou média. Motivem pro vznik nového výrazu může být potřeba pojmenování nějakého nového předmětu, nebo snaha nahradit cizí pojmenování domácím výrazem.<sup>31</sup>

### Neologismy ve slovnících

Každý lexikograf rozhoduje o rozsahu a o pojmech, které jeho slovník bude obsahovat. Je nemožné zahrnout všechna slova. Standardní slovníky tak nebudou obsahovat slangové výrazy, profesionalismy či prvky dialektů. Základním způsobem sběru dat pro slovníky je vynětí lexikálních jednotek pro lexikografa zajímavých, a následné umístění do slovníku. Další metoda spočívá v zaznamenávání mluveného slova. Jedná se o dialogy, jednání, proslovy nebo diskuze.<sup>32</sup>

Neologismy nemusí být nutně zaznamenány ve slovnících. Zpravidla to jsou komplexní výrazy, a pokud mluvčí zná významy jednotlivých částí, je si schopen význam celého spojení logicky odvodit. Nicméně význam jednotlivých slov už by měl být ve slovníku zaznamenán. Když mluvčí chce vysvětlit význam složeniny, nemusí užít dlouhé opisné fráze, ale stačí význam převést do složeného výrazu s pomlčkami.<sup>33</sup>

Lexikografové zaznamenávají, která slova jsou širokou veřejností užívána a v jakém kontextu. Také vybírají vyhovující materiál z knih, periodik a elektronických publikací. Jedná se o zcela nové výrazy, nebo slova již existující, ale užitá v nových spojeních. Předtím než může být slovo přidáno do slovníku, musí mít dostatek záznamů o jeho užívání mluvčími. Nicméně nadměrný počet záznamů, nemusí znamenat okamžité zařazení do slovníku. Tyto záznamy musejí pocházet z jednotného zdroje.<sup>34</sup>

V dnešní době počítačů stále více roste obliba elektronických slovníků. Pro autory je jejich tvorba mnohem snazší než u klasických tištěných slovníků. Slovníky na internetu ulehčují

---

<sup>31</sup> (Peprník, J., 1998, s. 48-49)

<sup>32</sup> (Zgusta, L., 1971, s. 225)

<sup>33</sup> (Katamba, F., 1994, s. 151)

<sup>34</sup> Merriam Webster, [online]

práci i uživatelům. Je možné během několika málo sekund najít požadovaný výraz než dlouze listovat v tištěném slovníku. Také aktualizace o nové výrazy probíhá rychleji. S tím souvisí i větší aktuálnost on-line slovníků.

## **Google Trends**

Google Trends je webová stránka spadající pod Google Inc. Stránka poskytuje záznamy o tom, jaké výrazy lidé ve vyhledávači hledají. U každého zaznamenaného slova lze najít informaci o časovém úseku, kdy se vyhledávalo. Je tedy možné vybrat například období vyhledávání za pět let nebo za jeden týden. Pro větší přehlednost se zobrazí i křivka, ze které lze snadno vyčíst růst zájmu o dané slovo.

Google nabízí i statistiky pro každý kontinent, lze však zjistit informace o hledání v konkrétním státě. Skóre 100 představuje období, kdy byl výraz nejvíce vyhledávaný. Pokud není výraz v určité době vyhledávaný, má skóre 0.

V analýze nových slov se zaměřím na záznamy z USA a Velké Británie. Uvedu statistiky vyhledávání za jeden rok.



## **Analýza neologismů**

### **AFoL**

*Proces tvoření slova:* acronym – adult fan of LEGO

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Dospělá osoba mající zálibu ve skládání LEGA.

*Užití:* Legoland was full of AFols.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 35

### **backie**

*Proces tvoření slova:* blending – back + selfie

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Fotografie vlastních zad.

*Užití:* The backie. It's the new form of selfie.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 45

### **beditation**

*Proces tvoření slova:* blending – bed + meditation

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Osoba medituující v posteli.

*Užití:* Erika likes beditation because she feels full of energy..

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 100

### **bronde**

*Proces tvoření slova:* blending – brunette + blonde

*Slovní druh:* přídavné jméno

*Význam:* vlasy, které jsou obarvené v odstínech hnědé a blond barvy

*Užití:* It's not blonde, it's not brunette. Bronde colour trend is here!

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 53

## **bruh**

*Proces tvoření slova:* clipping

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* slangový výraz pro chlapce

*Užití:* "It's been a while. What have you been up to, Bruh?"

"Nothin much. Just workin hella hours."

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 8

## **catio**

*Proces tvoření slova:* blending – cat + patio

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Uzavřená klec před domem, která je určena pro kočky.

*Užití:* We built a new catio for our two cats.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 96

## **dolla**

*Proces tvoření slova:* clipping

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* slangové označení pro peníze

*Užití:* Can I have some dolla?

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 11

## **ear jacket**

*Proces tvoření slova:* compounding

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* typ dekorativní náušnice

*Užití:* An ear jacket is a type of an earring.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 100

### **escalefter**

*Proces tvoření slova:* blending – escalator + left

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Osoba, stojící na levé straně eskalátoru, blokuje cestu ostatním lidem.

*Užití:* Sorry subway commuters, escalefters might be on to something.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 92

### **fast fashion**

*Proces tvoření slova:* compounding

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Rychle produkována levná móda, napodobující nejnovější módní trendy.

*Užití:* New Yorker has been called a „fast fashion brand“.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 34

### **hamdog**

*Proces tvoření slova:* blending – hamburger + hotdog

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Kombinace hamburgeru a hotdogu.

*Užití:* Hamdog is a combination of hamburger and hotdog.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 100

### **megagame**

*Proces tvoření slova:* blending – mega + game

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* desková hra, kterou hraje velký počet hráčů i několik dní

*Užití:* Welcome to the world of Megagames: 300 players take part in Watch the Skies! board game.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* není zaznamenáno

### **overdoze**

*Proces tvoření slova:* compounding

*Slovní druh:* sloveso

*Význam:* Příliš dlouhý spánek, po kterém se člověk cítí více unavený než před ním.

*Užití:* I overdozed again. Now I am exhausted. What a huge waste of time.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 170

### **pocket dial**

*Proces tvoření slova:* compounding

*Slovní druh:* sloveso

*Význam:* Omylem někomu zavolat mobilním telefonem, který je v kapse.

*Užití:* How many times have you answered your phone only to find out that someone has 'pocket dialed' you by accident.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 51

### **rooftopper**

*Proces tvoření slova:* blending – roof + top

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Osoba, která vyleze na střechu vysoké budovy. Fotografie této nebezpečné aktivity často umisťuje na sociální sítě.

*Užití:* A British rooftopper filmed himself balancing on the top of 21-floor building.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 26

### **selfeet**

*Proces tvoření slova:* blending – selfie + feet

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Fotografie vlastních bosých nohou.

*Užití:* I took a selfeet at beach to make my friends jealous.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 2

### **set-jetting**

*Proces tvoření slova:* compounding

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Cestování na místo, kde se natáčel film, nebo bylo zmíněno v knize.

*Užití:* Set-jetting is the latest travel trend that puts you on the set of your favourite movies or even book setting.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* není zaznamenáno

### **Snapchat**

*Proces tvoření slova:* blending – snap + chat

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* zaslání zprávy v podobě fotografie přes aplikaci Snapchat

*Užití:* Once you view a message received via Snapchat, it is automatically deleted.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 45

### **sneakerhead**

*Proces tvoření slova:* compounding – sneaker + head

*Slovní druh:* podstatné jméno

*Význam:* Osoba, která kupuje limitované edice sportovní obuvi.

*Užití:* He was a sneakerhead, owning over 200 pairs of sneakers.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* 58

### **tap-to-pay**

*Proces tvoření slova:* compounding

*Slovní druh:* sloveso

*Význam:* Způsob platby, kdy se mobilní telefon přiloží k zařízení pro platbu kreditní kartou.

*Užití:* Many debit and credit card users have the option to „tap-to-pay“.

*Frekvence vyhledávání v Google Trends:* není zaznamenáno

## Dotazníky

Pro testování znalosti nových slov v anglickém jazyce jsem zvolila metodu dotazníku, který se skládal z dvaceti dvou otázek. První dvě z nich sloužily ke zjištění věku a místa bydliště respondentů. Zbýlých dvacet otázek testovalo znalost nových slov. Respondenti měli na výběr ze tří různých odpovědí, kdy jen jedna byla vždy správná. Volila jsem tuhle variantu odpovídání z hlediska její časové nenáročnosti vzhledem k většímu počtu otázek. U každé otázky byla možnost připojení dodatečného komentáře, avšak pouze malé procento respondentů jí využilo.

Volila jsem jednoduchou metodu vybírání správné odpovědi, aby byli respondenti ochotni odpovídat. Rozeslala jsem dotazníky 247 lidem, abych docílila požadovaných 50 odpovědí. Původní verze sestávala z 30 otázek, které lidé sami vyplňovali. Tato metoda se ovšem neosvědčila. Dotazníky vyplnili pouze 4 osoby ze 70. Byla jsem tedy nucena vymyslet jednodušší formu průzkumu.

Dotazníky jsem rozesílala lidem na stránce [www.interpals.com](http://www.interpals.com). Profil si zde mohou vytvořit lidé z celého světa od 15 let a výše. Průměrný věk osob, které mi odpověděly na dotazník, byl 31 let. Každý uživatel je povinen uvést zemi, ve které žije a také, jaký je jeho mateřský jazyk. Mohla jsem tak snadněji vyhledat rodilé mluvčí. Soustředila jsem se na obyvatele Velké Británie a Spojených států amerických.

Nové slovo jsem uvedla buď v příkladové větě, nebo jsem napsala jeho význam. Ostatní dvě nesprávné odpovědi jsem vymyslela tak, aby splňovaly podobný způsob tvoření jako správná odpověď. V některých případech jsem se snažila i o zvukovou podobu výrazů.

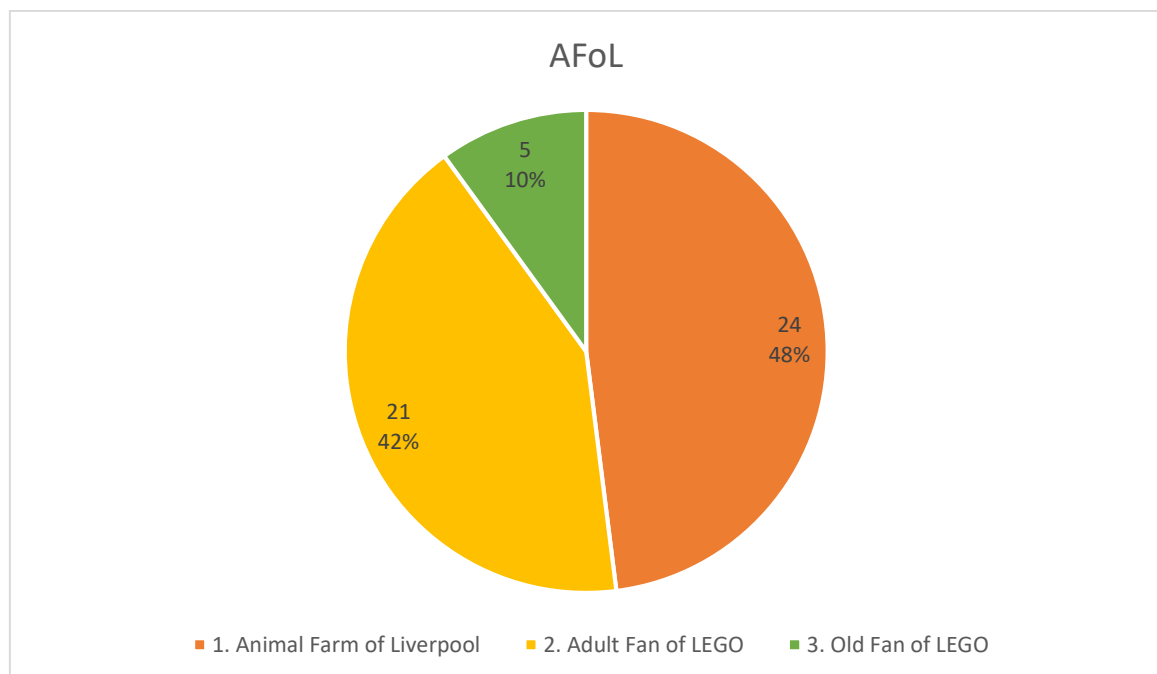
V následující kapitole s názvem „hodnocení dotazníku“ je každá stránka pomyslně rozdělena na třetiny. První z nich vždy obsahuje otázku z dotazníku. Správná odpověď je tučně zvýrazněna. Pod odpověďmi vždy uvedu strategii, jak jsem otázku vymýšlela. Druhá část zobrazuje graf, ze kterého je patrné kolik respondentů danou odpověď zvolilo. Další číselný údaj ukazuje počet procent. Pod grafem následně okomentuji výsledky každé otázky. Grafy jsem neumístila do příloh z důvodu rychlejší orientace v jejich údajích.

### AFoL užití v dotazníku:

Guess the meaning of the acronym AFoL.

- a) Old Fan of LEGO
- b) Animal Farm of Liverpool
- c) **Adult Fan of LEGO**

První otázka obsahuje jedinou zkratku z celého dotazníku. Zkratka *AFoL* označuje dospělou osobu, mající zálibu ve skládání stavebnice LEGO. Jako další možnou odpověď jsem zvolila *Old fan of LEGO*, která zejména ověřila pozornost dotazovaných. Jelikož častější užití zkratek je v souvislosti organizací či firmou, další variantou bylo *Animal Farm of Liverpool*.



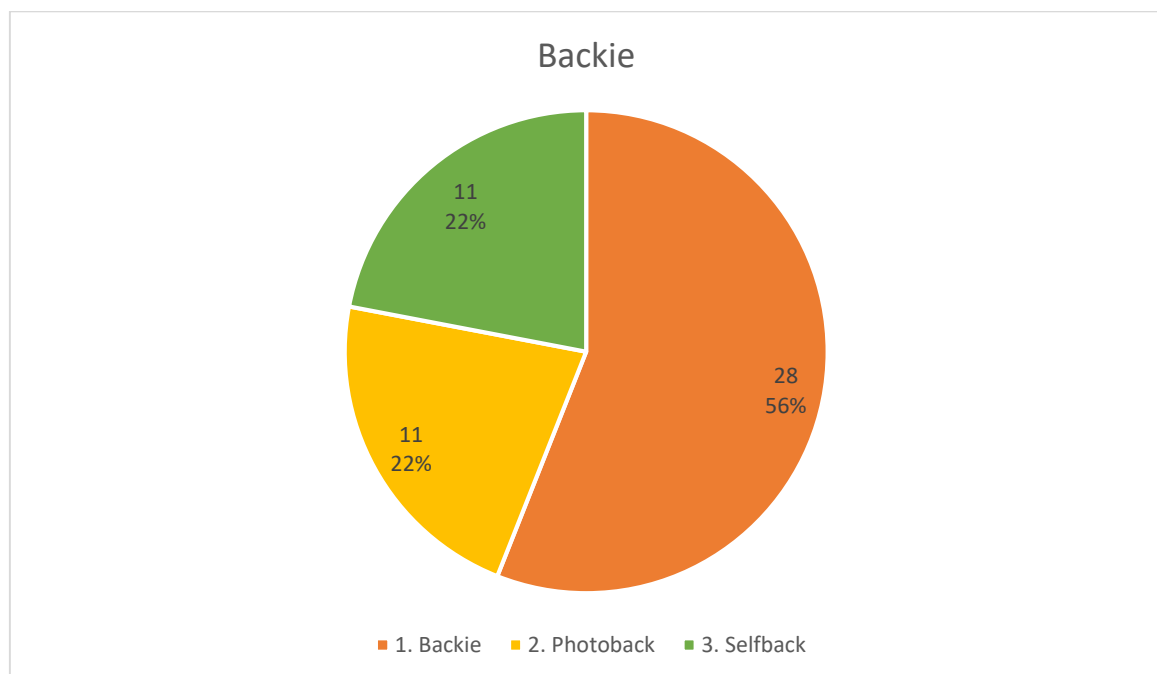
Při sestavování otázky jsem záměrně neuvedla zkratku *AFoL* v příkladové větě, abych si otestovala, zda respondenti budou volit význam zkratky označující člověka nebo farmu. Jak je patrné z grafu, více se přikláněli k odpovědi, že *AFoL* je farma v Liverpoolu. Výraz má také malou frekvenci v hledání na Google Trends. Když si tedy dotyčný výraz nevyhledá, může být odhadnutí významu obtížnější. Pouze pět odpovídajících zvolilo *Old Fan of LEGO*. Tato zkratka by však měla jinou podobu a to *OFoL*.

### Backie užití v dotazníku:

You take a \_\_\_\_\_ to see your back.

- a) **backie**
- b) photoback
- c) selfback

Druhá otázka testuje znalost slova *backie*. Toto slovo vzniklo spojením slov *back* a *selfie*. Jako další variantu odpovědi jsem tedy zvolila obrácenou možnost *selfback*. Slovo bylo tvořeno pomocí *selfie* a *back*. Do třetí odpovědi *photoback* jsem zahrнула podstatné jméno *photo*, protože *backie* má spojitost s fotografií.



V dnešní době roste zájem mladých lidí o zdravý životní styl a fitness. Na sociálních sítích lze často najít takzvané *backie* fotky v zrcadle, kdy si dotyční zaznamenávají svůj pokrok v růstu zádoových svalů. Další variantou *backie* je možnost pořízení fotografie pomocí *selfie* tyče. Takové fotografie vznikají nejčastěji v přírodě na místech se zajímavým výhledem. Proto více než polovině odpovídajícím je *backie* známá. Její podobu mohou snadno najít na internetu. O zbývající část grafu se procentuálně dělí pojmy *photoback* a *selfback*.

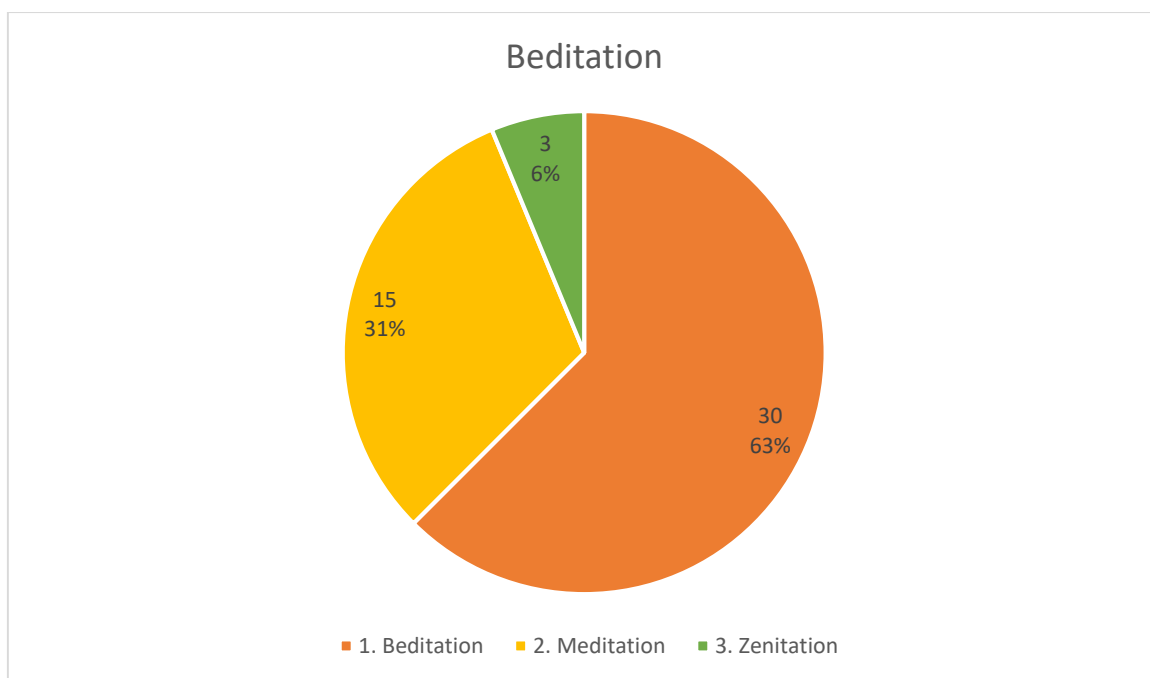


### **Beditation užitá v dotazníku:**

A kind of meditation in bed is \_\_\_\_\_.

- a) zenitation
- b) **beditation**
- c) meditation

Substantivum *beditation* v překladu znamená meditace v posteli. Další možnou odpověď na otázku jsou *meditation*, což je klasická meditace, kterou může dotyčná osoba provádět kdekoli a nejen v lůžku. Poslední odpověď je *zenitation* v češtině známá jako zenitace. Zenitace je velmi náročný druh meditace, která se provádí pouze v mysli bez klasického sezení v pozici lotosového květu.



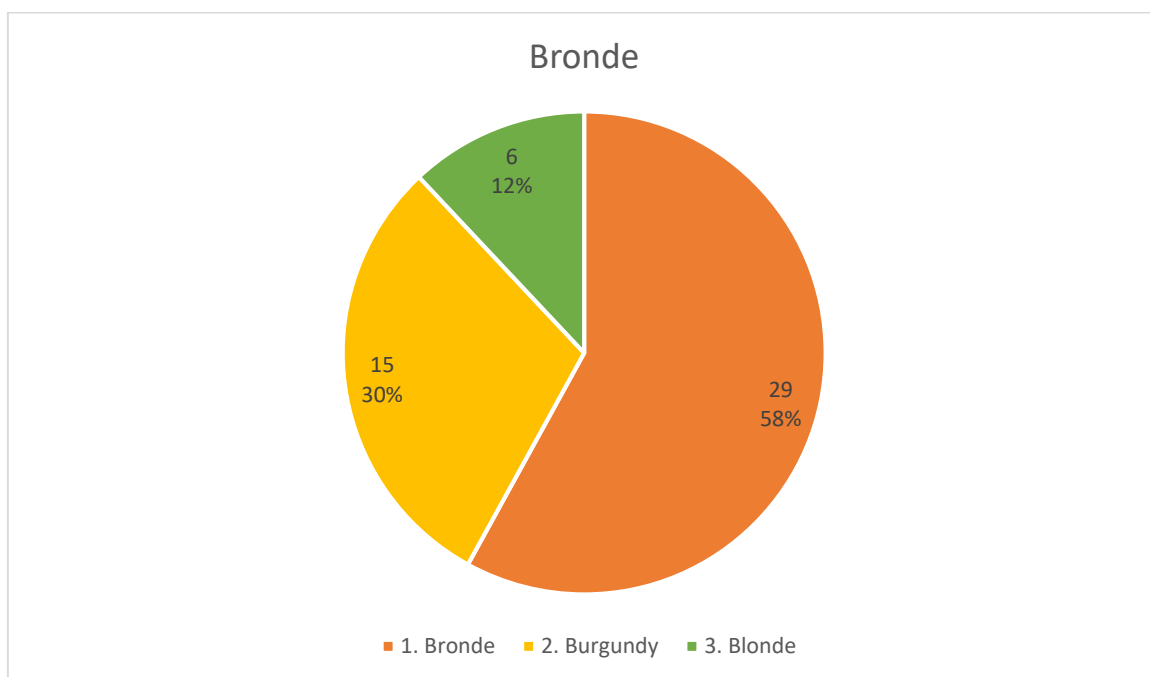
I když to nemusí být na první pohled patrné, otázka respondentům činila problémy. Často k odpovědi připojili komentář, že toto slovo neznají, nicméně většinou se správně rozhodli a zvolili *beditation*. Někteří z nich dokonce odmítli na tuto otázku odpovědět. Odpověď s *meditation* v tomto případě nedává smysl, jelikož jsem v příkladové větě upozornila na to, že se jedná o druh meditace. Přesto se našlo celkem 15 Američanů a Britů, kteří se rozhodli zvolit možnost c).

### Bronde užité v dotazníku:

It's not blonde, it's not brunette. \_\_\_\_\_ colour trend is here!

- a) **Bronde hair**
- b) Blonde hair
- c) Burgundy hair

V dotazu ohledně nového odstínu barvy vlasů jsem zvolila takovou příkladovou větu, aby z jejího významu bylo patrné, že se nejedná o blond ani hnědou barvu. Takzvaný *bronde* odstín je mix právě hnědé a blond barvy. Tudíž jako jednu z možností jsem vybrala *burgundy* barvu, která vznikne smícháním také dvou odstínů a to konkrétně fialového a červeného. Nesprávná odpověď *blonde* opět testovala to, jak si správně příkladovou větu dotyčný respondent přečetl, protože v příkladu bylo jasně uvedeno *It's not blonde, it's not brunette*.



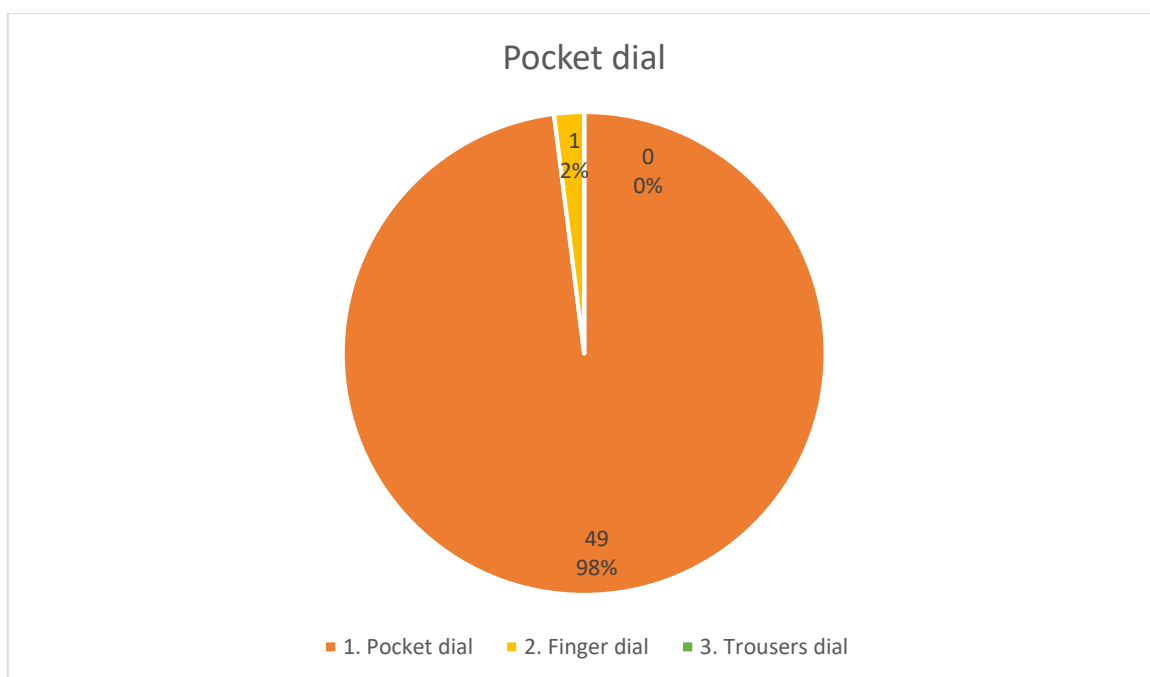
Ve čtvrté otázce opět převažují správné odpovědi nad nesprávnými. V posledních 3 až 4 letech se stalo populární prosvětlování vlasů. Mnoho respondentů se vyjadřovalo, že metodu prosvětlování znají, ale dosud jim nebyl známý název odstínu bronde. Ženy pochopitelně častěji volily správnou odpověď než muži. Ti se většinou rozhodli zvolit burgundy a blonde odstín vlasů. Jejich odpověď někteří doplnili komentářem, že se o trendy v barvě vlasů nezajímají.

### Pocket dial užití v dotazníku:

I swear I didn't call you at 2:30am last night, my phone must have \_\_\_\_\_ your number.

- a) finger dialed
- b) trousers dialed
- c) **pocket dialed**

Jedním ze sloves v dotazníku je sloveso *pocket dial*. V souvislosti s významem jsem jako další odpověď volila *trousers dial*, protože se mobilní telefon při tomto způsobu nechtěného vytáčení čísla nejčastěji nachází v kalhotách. Méně pravděpodobnou variantou je *finger dial*, kdy volání je již uvědomělé.



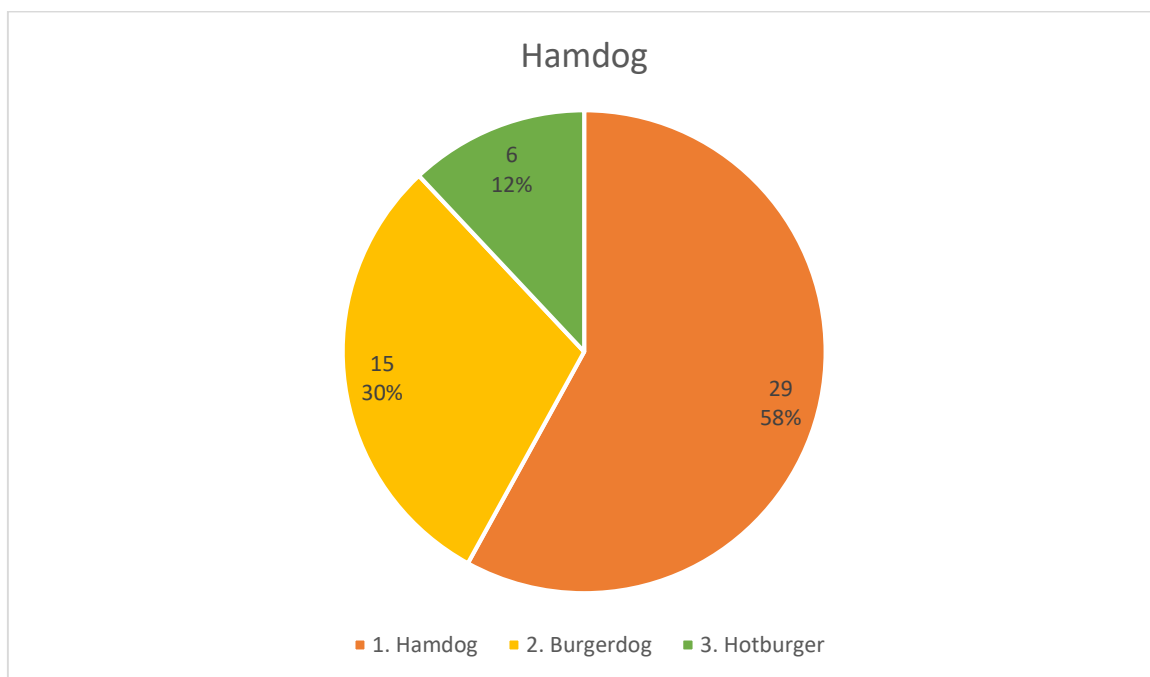
Jak vyplývá z grafu, znalost slovesa *pocket dial* je velmi dobrá. Až na jednoho člověka, všichni dotázaní odpověděli správně. Každému z nás se jistě někdy na telefonu nechtěně vytočilo náhodné telefonní číslo, takže i výraz pro tuto skutečnost je lidem dobře známý. *Pocket dial* je dle stránky Google Trends hojně vyhledávané slovo na internetu. Nesetkala jsem se ani s dotazem, jaká je správná odpověď na tuto otázku. Skoro každý respondent ji věděl. Nikoho dokonce nenapadlo zvolit *trousers dial*.

### Hamdog užití v dotazníku:

\_\_\_\_\_ is a combination of hamburger and hotdog.

- a) burgerdog
- b) **hamdog**
- c) hotburger

V následující otázce měli Američané či Britové vybrat správný název nové kombinace hamburgeru a hotdogu. Tenhle druh rychlého občerstvení je pojmenován *hamdog*. Další varianty jsem zkombinovala spojením různých částí těchto dvou slov. *Burgerdog* by vzniknul spojením *burger* a *dog*. *Hotburger* tvoří slovo *hot* a *burger*. Pro způsob tvoření *blending* je typické spojení první části prvního slova a druhé části slova druhého.



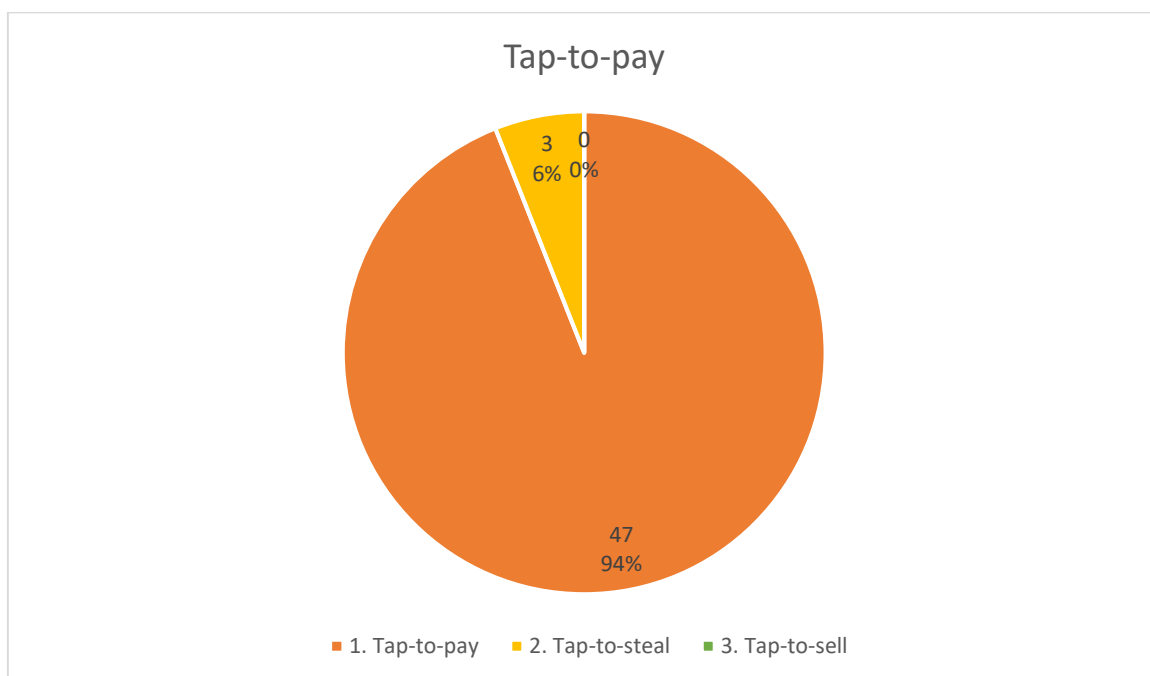
Při rozesílání odkazů na dotazníky jsem zaregistrovala, že se o převahu správných odpovědí u této otázky zasloužili Američané. Britové mi po vyplnění testu kladli otázku, jak hamdog vypadá. Doporučila jsem jim tedy zmíněné jídlo prodávané ve fast food obchodech vyhledat na internetu. Ani poté, co tak učinili, jim pokrm podle vzhledu nebyl známý. Zřejmě jsou hamdogy rozšířenější ve Spojených státech amerických.

### Tap-to-pay užití v dotazníku:

Many debit and credit card users have the option to „\_\_\_\_\_“.

- a) **tap-to-pay**
- b) tap-to-steal
- c) tap-to-sell

Dalším slovesem v dotazníku je sloveso *tap-to-pay*. Dalšími odpověďmi jsou *tap-to-steal*, tuto variantu jsem zvolila do dotazníku především pro pobavení. V souvislosti s prodejem jsem vymyslela opačnou možnost a to *tap-to-sell*.



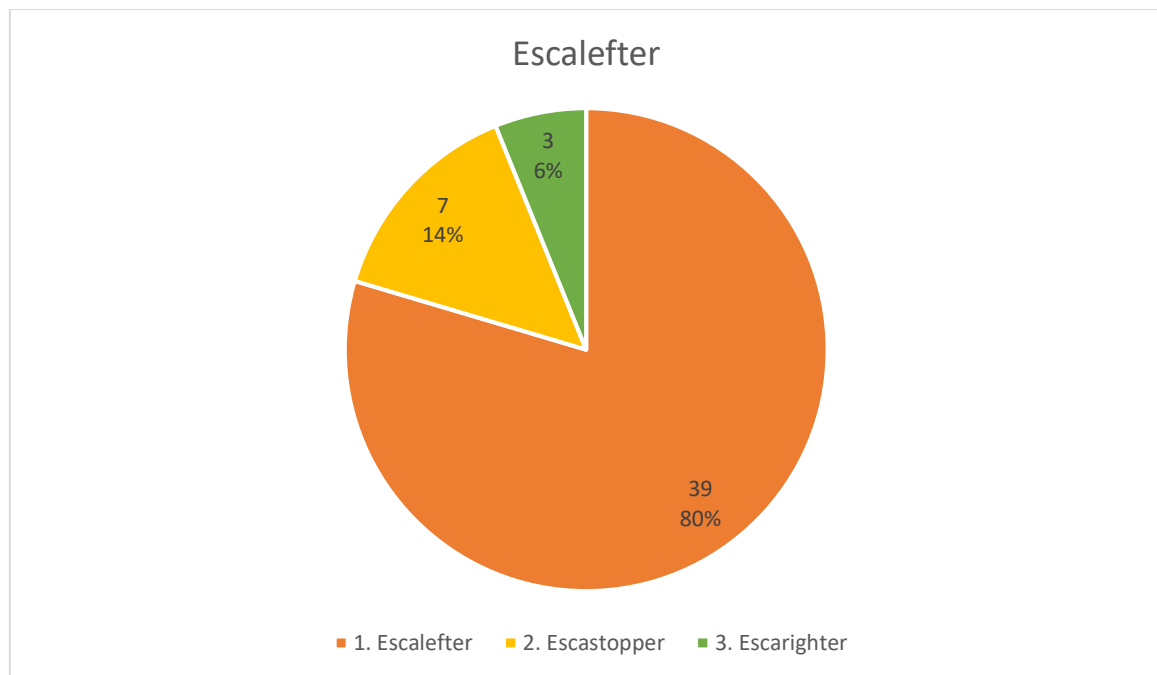
Sloveso *tap-to-pay* doplnilo do příkladové věty 94 % respondentů. Výraz je široké veřejnosti známý nejen v zahraničí, ale i zde v České republice máme možnost provést „tap-to-pay“, neboli použít platební kartu pro bezkontaktní placení. Tento úkon je buď napsán slovy na platebním terminálu, nebo má už i vlastní symbol. Platba pouze přiložením platební karty je velice oblíbená a stále se zdokonaluje. V posledních letech se dá k platebnímu terminálu přiložit dokonce i mobilní telefon nebo chytré hodinky.

### Escalefter užití v dotazníku:

An \_\_\_\_\_ is a person who stands on the left side of an escalator.

- a) escarighter
- b) escastopper
- c) **escalefter**

Otázka číslo osm definuje osobu, která stojí na levé straně eskalátoru, proto jsem jako jednu z nesprávných možností volila slovo *escarighter*. Tato odpověď především testuje pozornost lidí, kteří dotazník vyplňují, protože v příkladové větě jsem jasně uvedla, že osoba stojí nalevo. Volba odpovědi *escastopper* také není možná, neboť člověk stojící na straně eskalátoru jej nijak nezastavuje, pouze blokuje cestu procházejícím lidem.



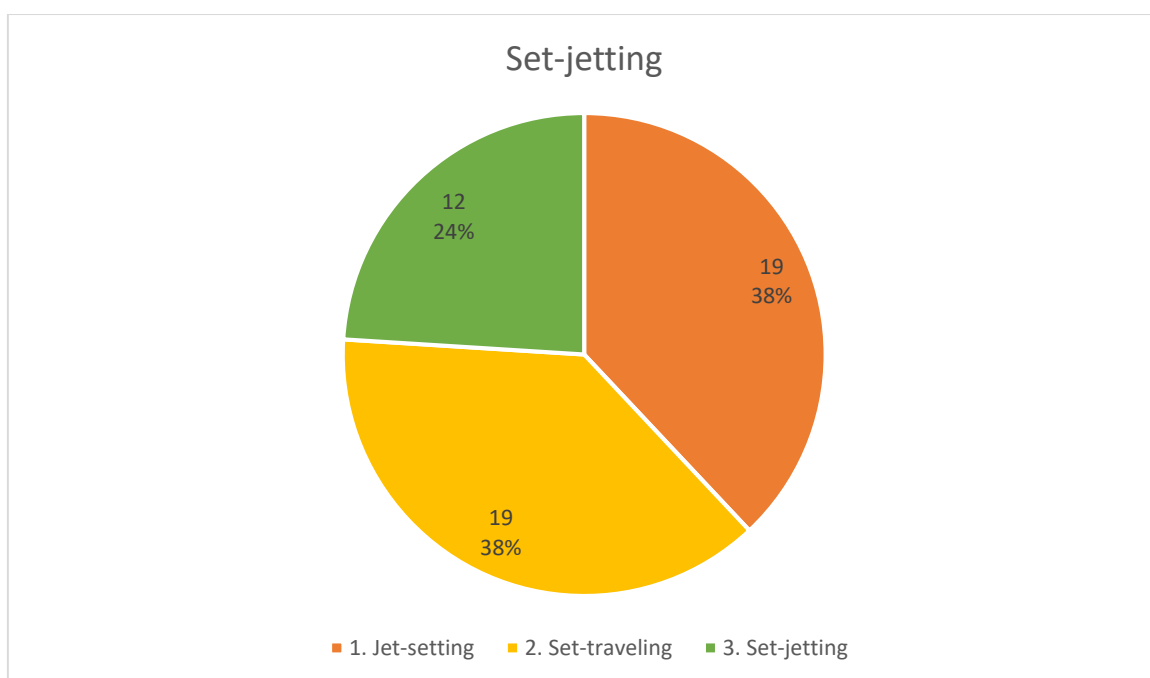
Neméně překvapivé výsledky jsou u věty, která charakterizuje nové slovo *escalefter*. I kdyby někdo před vyplňováním pojem *escalefter* neznal, jeho význam nebylo těžké odhadnout. Lidé se ve zprávách na [www.interpals.net](http://www.interpals.net) vyjadřovali, že před otevřením dotazníku nevěděli o existujícím označení pro člověka, který blokuje levou stranu na eskalátoru. Avšak pouze deset z nich odpovědělo špatně a jeden respondent se rozhodl otázku vynechat.

### Set-jetting užití v dotazníku:

A term \_\_\_\_\_ means traveling to famous places from movies.

- a) **set-jetting**
- b) jet-setting
- c) set-traveling

Otázka pojednávající o cestování na známá místa z filmů nebo knih má správnou odpověď *set-jetting*. Nesprávnou odpověď jsem vytvořila pouze přehozením na *jet-setting* a druhou špatnou odpověď *set-traveling* jsem zvolila z důvodu, že správná definice má spojitost s cestováním.



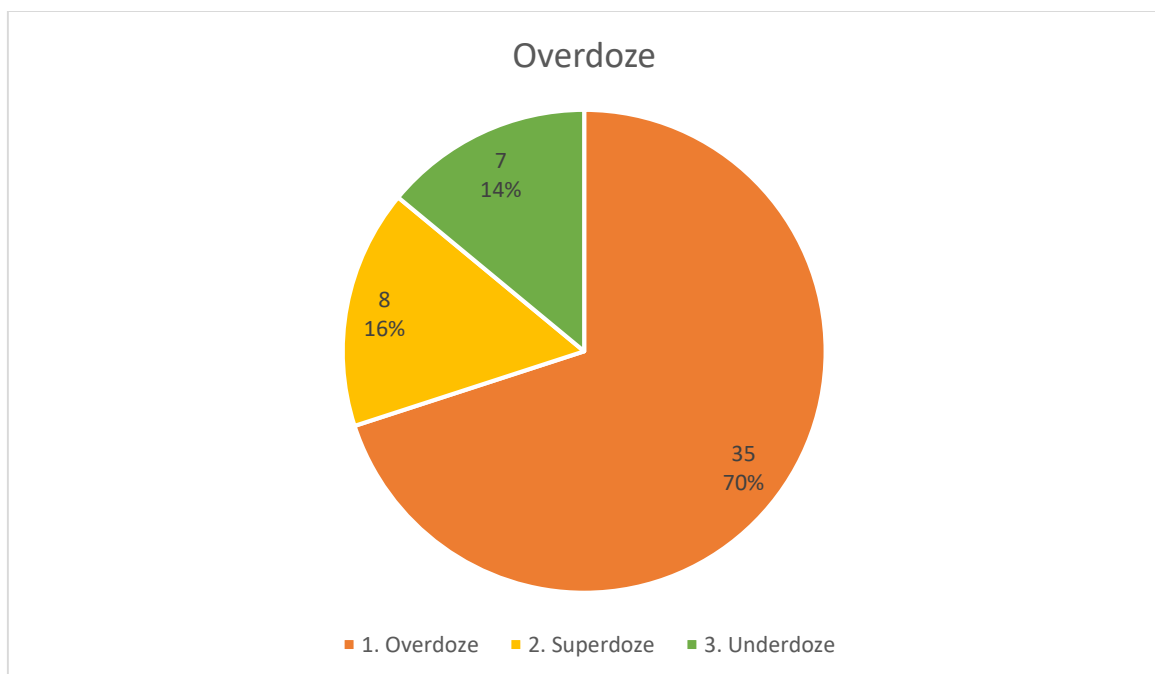
Devátá otázka v dotazníku jako jediná nemá procentuální převahu správných odpovědí. *Set-jetting* se dokonce v grafu umístilo s nejmenším počtem hlasů. Dalo by se to zdůvodnit tím, že odpovědi b) i c) se více pojí k tematice cestování na místa natáčení filmů a prostředí z knih. *Set-jetting* dokonce ani nikdo nevyhledával přes Google vyhledávač. Z grafu jde rozeznat patrná nejistota ve volbě správné odpovědi, jelikož je téměř přesně rozdělen na třetiny. Nikdo z respondentů u otázky však nezanechal komentář s poznámkou o neznalosti výrazu.

### Overdoze užití v dotazníku:

Oh, I \_\_\_\_\_ again. Now I'm freakin' exhausted. What a huge waste of time.

- a) underdozed
- b) **overdozed**
- c) superdozed

Strategií pro následující otázku se správnou odpovědí *overdozed* bylo přidání dalších dvou předpon *super* a *under*. Předpona *under* má protikladný význam k předponě *over*, takže tahle odpověď není rozhodně správná.



Následující otázka respondentům nečinila příliš velké problémy. Mnoho z nich připojilo ke zvolené odpovědi svoji vlastní zkušenost s nechtěně prodlouženou dobou odpočinku. Devět osob mi napsalo, že tohle slovo nikdy předtím neslyšeli, a tak svoji odpověď pouze odhadli. O neznalosti pojmu svědčí i sedm odpovědí, které mají předponu s opačným významem.

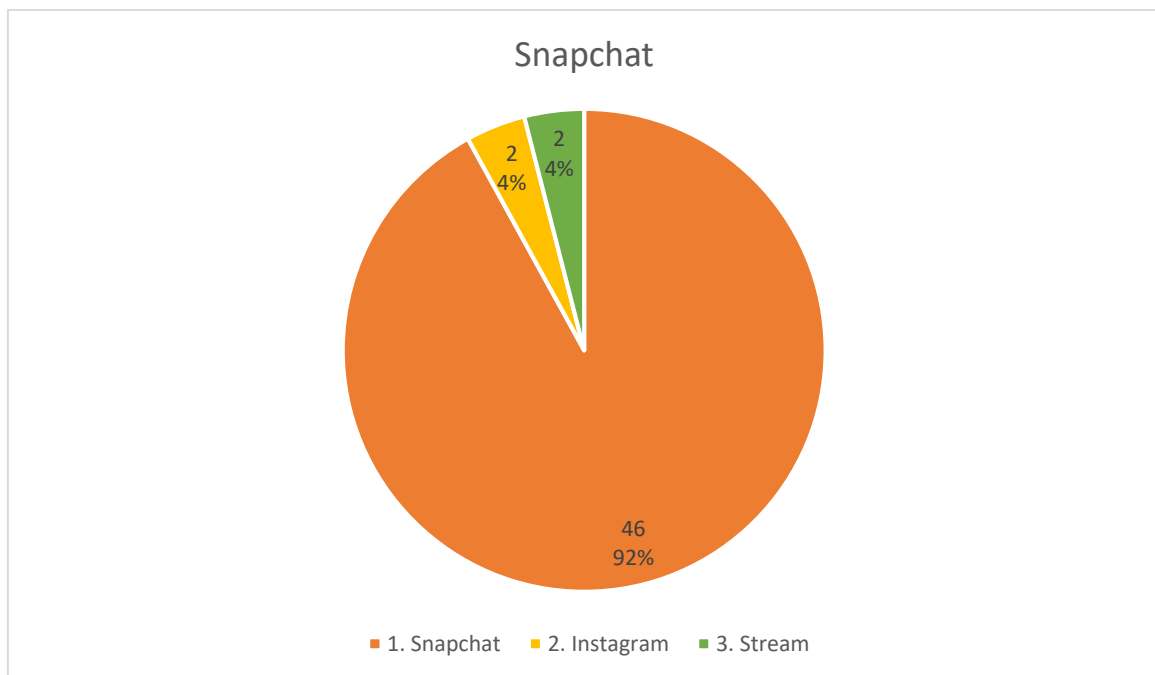


### Snapchat užité v dotazníku:

Once you view a message received via \_\_\_\_\_, it is automatically deleted.

- a) Stream
- b) **Snapchat**
- c) Instagram

Jedenáctá otázka zjišťuje znalost názvu mobilní aplikace pro posílání časově omezených zpráv trvajících pouze několik vteřin. Uživatel si může nastavit, zda se zpráva bude dát zobrazit po 24 hodin nebo pouze jednou. Další aplikace s podobnou funkcí je Instagram. To byla druhá odpověď. Tam lidé také mohou nahrávat omezené zprávy s názvem Instastories, avšak bez možnosti časového nastavení. Další odlišností těchto zpráv je nemožnost nastavení smazání záznamu po prvním zhlédnutí. Uživatel se může ke zprávě během 24 hodin kdykoliv vrátit. Další nesprávnou odpovědí je *stream*, což je živé vysílání na sociálních sítích. Nejčastěji se používá pro záznam hraní počítačových her.



Jak je možné na výsledcích grafu, aplikace, jež nese název Snapchat, je u lidí velmi známá a oblíbená, proto se dosáhlo takového množství procent. Na internetu se dá dohledat, že aplikaci používá několik milionů uživatelů. Aplikaci je možné stáhnout do mobilního telefonu zdarma, a proto je číslo uživatelů tak vysoké. V dotazníku odpovídali lidé starší

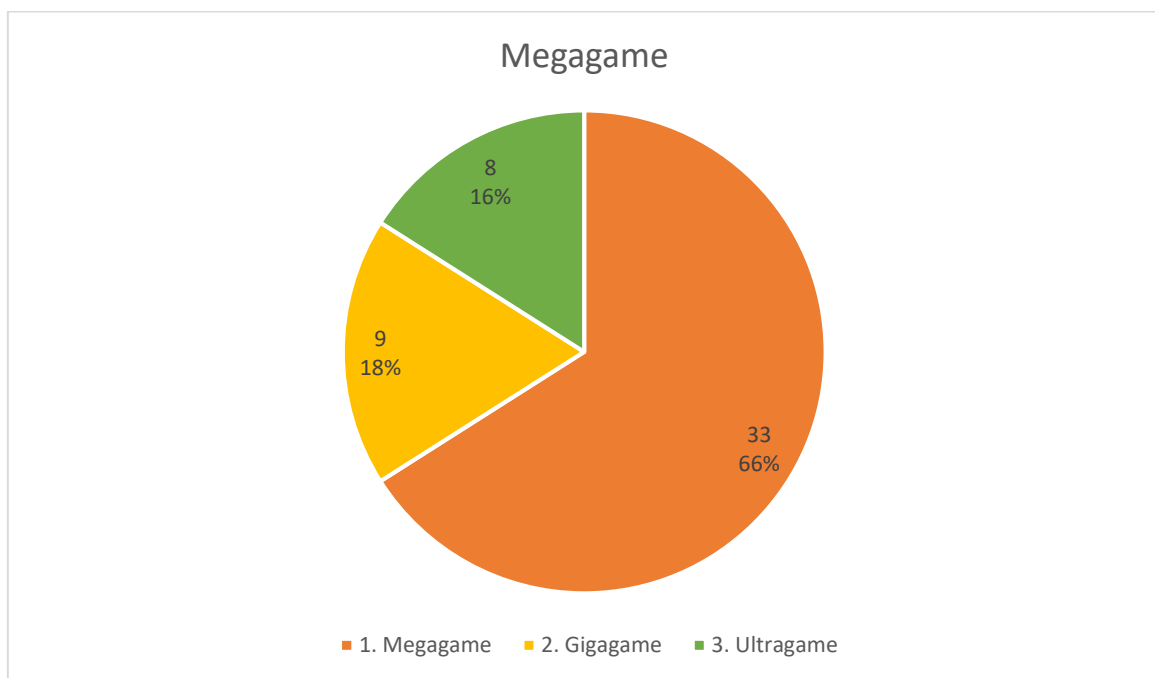
čtyřiceti let a jejich odpovědi jsou správné. To znamená velkou oblibu i u starší populace. Pouze čtyři nesprávné odpovědi dokazují dobrou znalost funkce aplikace Snapchat.

### Megagame užití v dotazníku:

A \_\_\_\_\_ has an unusually large number of players (the biggest has 300 players) and lasts 3-5 hours.

- a) megagame
- b) gigagame
- c) ultragame

V další otázce přidávám k podstatnému jménu *game* „zveličující předponu“, kde možnost s *mega* je ta správná. Další možnosti jsou buď *ultra* nebo *gigagame*. Tyto předpony jsem volila z toho důvodu, aby byl zachován význam velikosti, jelikož se jedná o velkou, často deskovou hru. Pokud dotazovaní tento formát hry přímo neznají, může jim vybrání správné odpovědi činit značné obtíže.



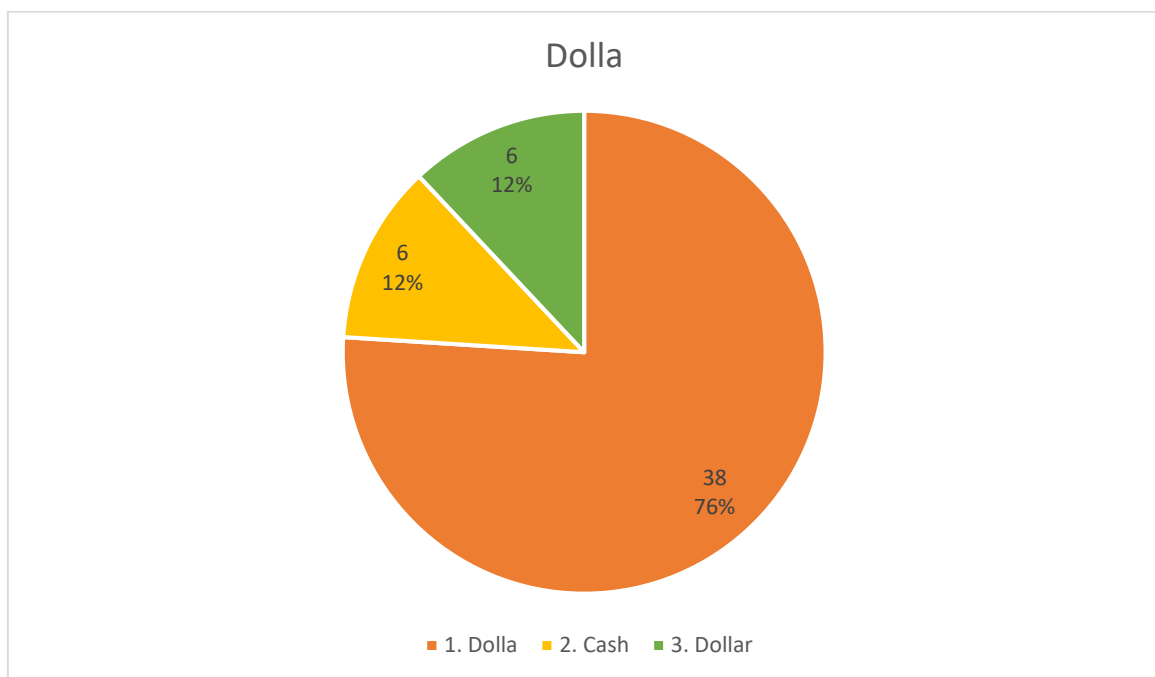
V dnešní době existuje nepřehledné množství počítačových her, které jsou velmi oblíbené mezi dospívajícími jedinci. Jinou alternativou jsou megagames, jenž se hrají offline v reálném světě. O většinu správných odpovědí se zasloužili především muži. Celkem 26 jich odpovědělo správně. Je tedy patrné, že o hraní her se více zajímají muži než ženy.

### Dolla užití v dotazníku:

The cashier changed a \_\_\_\_\_ (slang) for the item.

- a) Dollar
- b) **Dolla**
- c) Cash

Otázka, ve které je užitý slang v podobě *Dolla*, nabízí další odpověď *Dollar* a *Cash*. Dollar je spisovná forma měny ve Spojených státech amerických. Cash se používá souhrnně pro všechna platidla.



Odpověď na tuto otázku nebyla obtížná pro Američany, neboť pro jejich měnu existuje velké množství pojmenování. Pojem *Dolla* velmi dobře znají. Spletli se jen tři z nich. O zbylých devět chyb se zasloužili lidé žijící ve Velké Británii, což je zcela pochopitelné. Ne všichni musí znát různé slangové výrazy užívané především v USA.

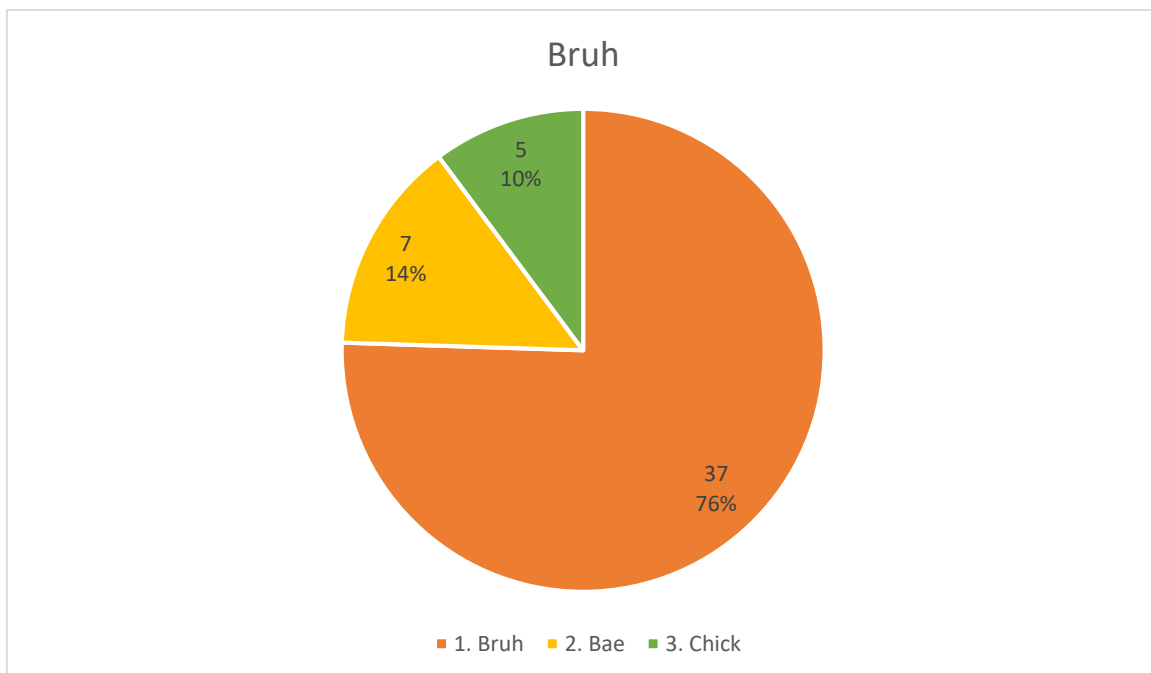
### Bruh užití v dotazníku:

"It's been a while. What have you been up to, \_\_\_\_\_?"

"Nothin much. Just workin hella hours."

- a) **Bruh**
- b) Bae
- c) Chick

Další otázka má správnou odpověď *bruh*. Jedná se také o slangový výraz jako v předchozí otázce. Slovo *bruh* se používá pro označení muže jako přítele. Je odvozeninou z výrazu *bro*. Ten vznikl zkrácením podstatného jména *brother*. Následující novou podobou označení druhé osoby je *bae*. Zvolila jsem ji jako jednu z nesprávných odpovědí. Nesprávná je z toho důvodu, že jde o zkratku anglického slovního spojení *before anyone else*. Bae tedy pojmenovává velmi blízkou nebo milovanou osobu. Slovem *chick* se nazývají především ženy. Všechny tři odpovědi jsou příklady slangu.



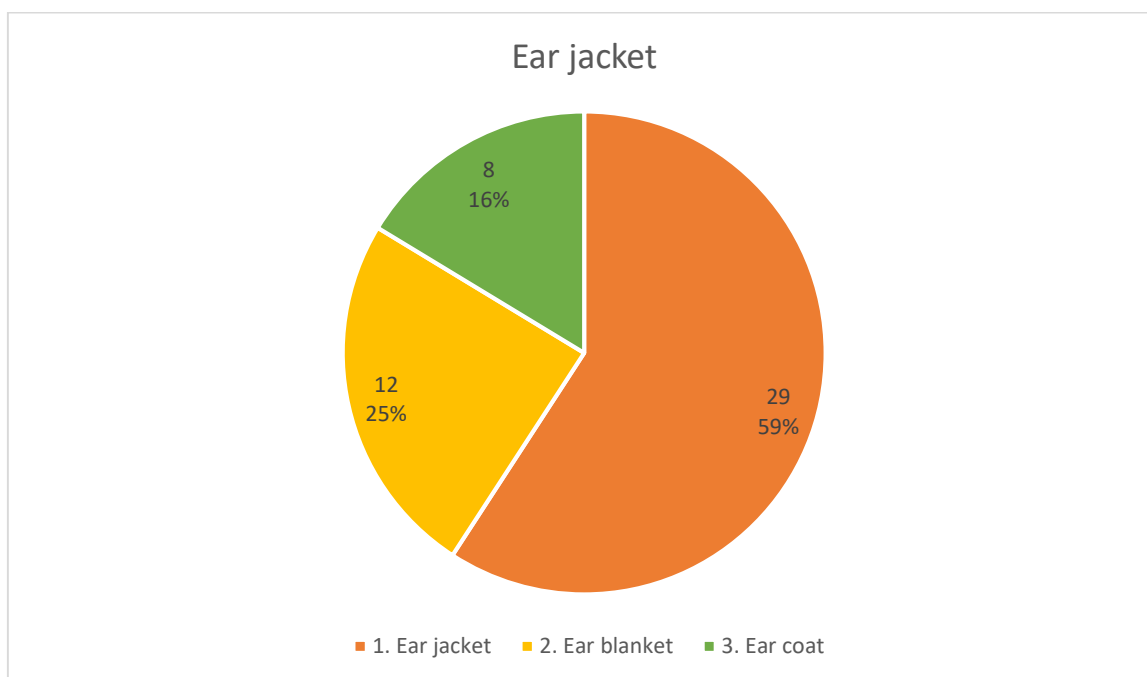
Jako u předchozí otázky výsledky dopadly velmi dobře. Obě mají stejný počet procent, je tudíž patrné, že lidé rozumí slangovým výrazům. Neboť pouze lidé starší čtyřiceti let odpověděli špatně. Svoji odpověď někteří zdůvodnili právě tím, že tenhle způsob mluvy jim je cizí, protože se takhle nazývají především teenageři.

### Ear jacket užité v dotazníku:

An \_\_\_\_\_ is a type of an earring.

- a) ear blanket
- b) **ear jacket**
- c) ear coat

Následující otázka testuje znalost velmi netradičního pojmenování dekorativní náušnice. Jedná se o spojení dvou slov *ear* a *jacket*. Jako další možnost jsem vymyslela spojení *ear coat*. Jejich společný znak je, že druhá část slovního spojení je svrchní část oblečení. Třetí varianta dvojic slov je *ear blanket*. Zde se nejedná o kus oblečení, ale výrazy *blanket* a *jacket* podobně zní. Tento nový typ náušnic se vyskytuje na trhu pouze krátkou dobu, tak může být pro většinu lidí neznámý. Zejména pro mužskou populaci.



Jak jsem u sestavování této otázky předpokládala, výsledky nedopadly příliš uspokojivě. Nesprávných odpovědí je jen o devět méně než těch správných. Podobný stav odpovědí lze pozorovat i u čtvrté otázky týkající barvy vlasů. Obě pojednávají o tématu bližšímu spíše ženám. Přes 80% mužů odpovědělo špatně. To dokládá fakt, že tyto náušnice mohou nosit pouze ženy, takže muži s tímto pojmem se tak často neseťkají. Podle vysokého počtu

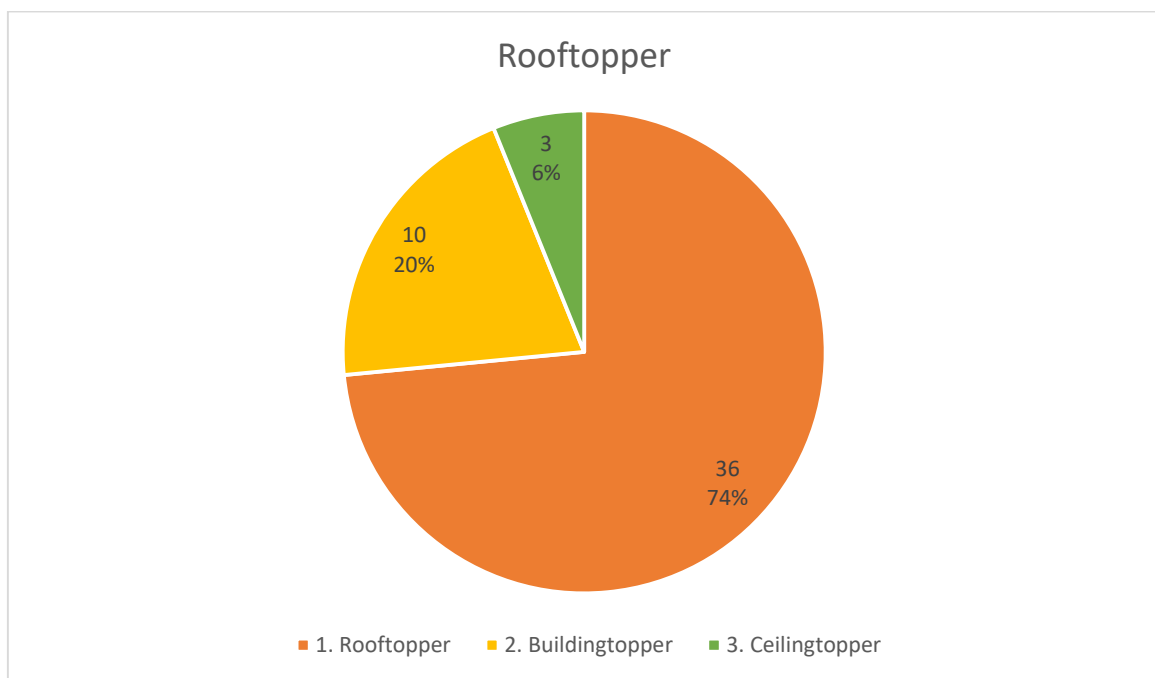
vyhledávání na internetu lze soudit, že zájem o pojmenování náušnic ear jacket roste. Můžeme je vidět na fotografiích mnoha celebrit.

### **Rooftopper užití v dotazníku:**

I saw stunning photos of my city on Instagram posted by a \_\_\_\_\_.

- a) buildingtopper
- b) **rooftopper**
- c) ceilingtopper

Velkým trendem v adrenalinových zážitcích je dnes lezení na výškové budovy a následné pořizování fotografií. Lidé provozující tyto aktivity se nazývají rooftoppers. Jelikož lezou na různé mrakodrapy, tak jsem příhodně vytvořila odpověď *buildingtopper*. Výběr mezi těmito dvěma odpověďmi může respondentům činit problémy, protože se významově velmi blíží. Ovšem volba pojmu *ceilingtopper* není možná. Pro fotografa by bylo velmi obtížné, až nerální stát na stropě.



I přes moji původní nejistotu, jak volba mezi výrazy *buildingtopper* a *rooftopper* dopadne, téměř tři čtvrtiny dotazovaných odpověděly správně. Pouze tři lidé zvolili tu nejméně pravděpodobnou odpověď *ceilingtopper* a deset osob dalo možnost a). Jejich rozhodnutí je přijatelné, neboť jak jsem výše zmínila, významy těchto slov se podobají, tak se nejedná o příliš závažnou chybu.

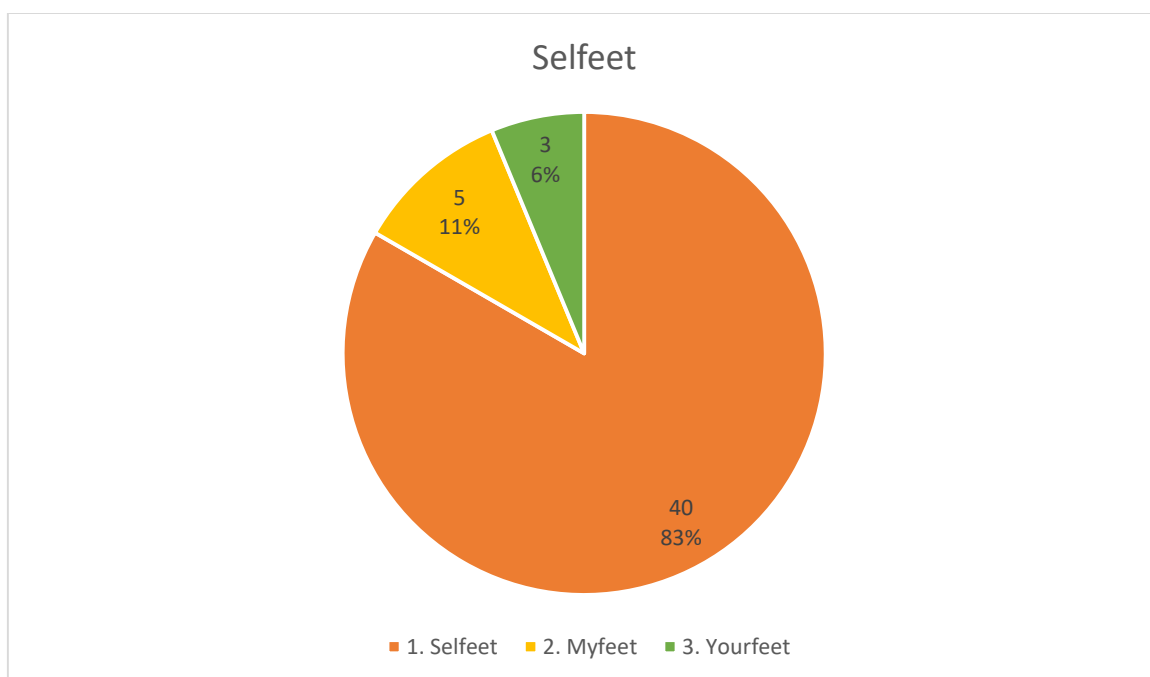


### Selfeet užití v dotazníku:

A photo of your bare feet is \_\_\_\_\_.

- a) **selfeet**
- b) myfeet
- c) yourfeet

Další otázka zaměřená na fotografování části těla a to konkrétně bosých nohou nejčastěji v přírodě má správnou odpověď *selfeet*. Dohromady se pojí slova *selfie* a *feet*. Ostatní dvě odpovědi nejsou v žádném případě akceptovatelné, neboť k výrazu *feet* jsem pouze připojila přivlastňovací zájmena *my* a *your*.



Podle procent správných odpovědí usuzuji dobrou znalost pojmu *selfeet*. Nikdo z respondentů mi následně po vyplnění dotazníku nenapsal, že by slovo neznal. Zřejmě lidé dobře vědí, co si pod pojmem *selfeet* představit, a tak méně než 20 % odpovědí je nesprávných. V dnešní době je i velkým trendem přidávat na sociální sítě fotografie z letních dovolených, aby ostatní lidé viděli, na jaká zajímavá místa se dostali. Nejčastěji fotoaparátem zachycují své opálené nohy na pláži s výhledem na moře. Dva lidé se rozhodli otázku vynechat a neodpovědět na ni.

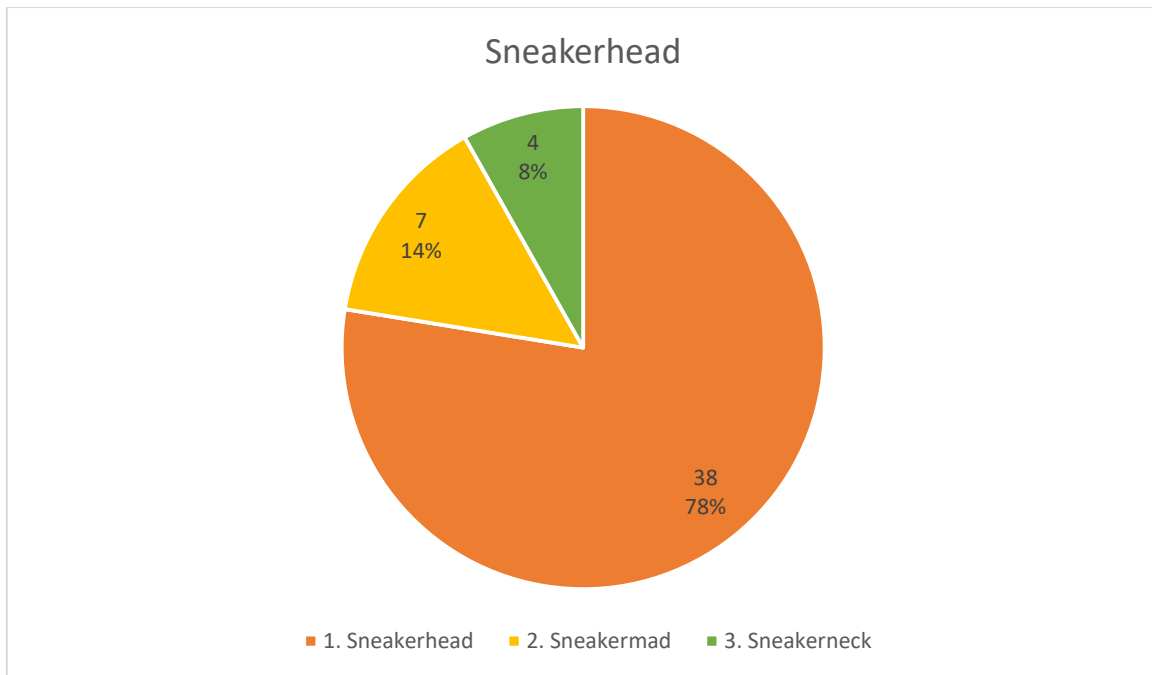
### Sneakerhead užití v dotazníku:

Person who collects and sells sneakers from limited collections is called a

\_\_\_\_\_.

- a) sneakermad
- b) **sneakerhead**
- c) sneakerneck

*Sneakerhead* je výraz charakterizující člověka, jenž má zálibu ve sbírání sportovní obuvi. Další nesprávnou odpověď *sneakerneck* jsem zvolila, z důvodu, že neck i head jsou částmi lidského těla. Sbírání věcí se v některých případech může stát i závislostí, a proto jsem vymyslela variantu *sneakermad*.



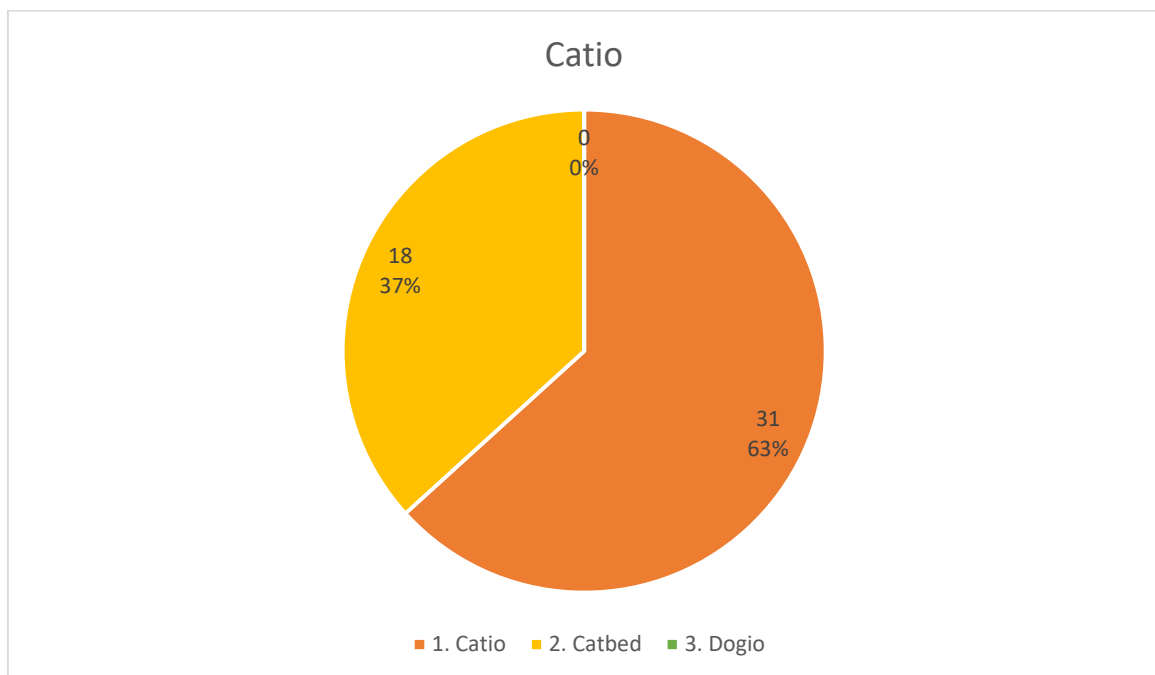
Necelých 80 % respondentů správně vybralo odpověď *sneakerhead*. Dokonce dva lidé mi na závěru dotazníku napsali jejich vlastní zkušenost s výměnou cenných kusů sportovních bot. Mnoho módních návrhářů a slavných osobností navrhuje svoji vlastní obuv, tak se tento koníček výměny a prodeje obuvi stává velmi populární.

### Catio užití v dotazníku:

We built a new \_\_\_\_\_ for our two cats.

- a) dogio
- b) catbed
- c) **catio**

Předposlední otázka testuje znalost slova *catio*. Catio se nachází venku u domu a slouží kočkám k odpočinku nebo ke hraní. Odvození dvou slov, ze kterých se *catio* skládá, nemusí být na první pohled viditelné. První slovo je pochopitelně *cat* a k němu se pojí část podstatného jména *patio*. Odpověď *dogio* jsem zvolila jako malou nápovědu, kdy tvar složeniny je stejný, pouze se změnilo zvíře. V příkladové větě je ale uvedeno, že *catio* slouží pro kočky. Volba odpovědi *catbed* není možná, jelikož kdyby se jednalo o pelech určený pro kočky, byla by tato dvě slova oddělená.



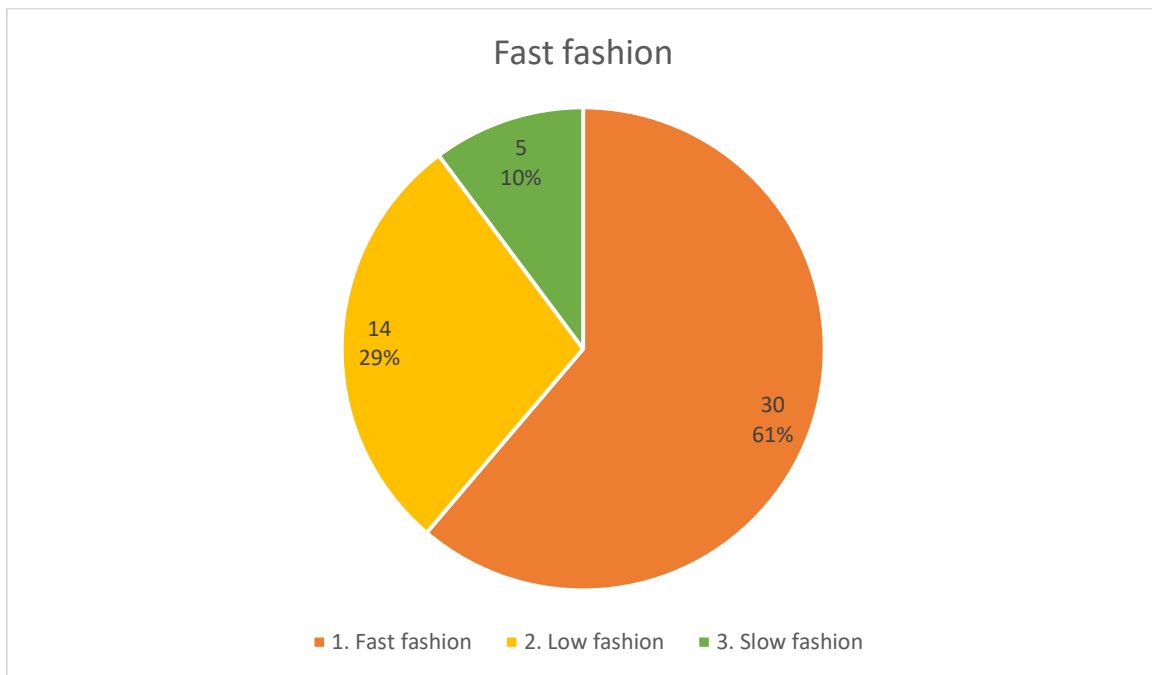
Jak je vidět, graf vyplnily pouze dvě barvy. Nikdo se nenechal zmást složeninou skládající se ze slov *dog* a *patio*. Volili pouze odpovědi s výrazem *cat*. *Catio* má v analýze i velký počet vyhledávání v Google prohlížeči, s tím souvisí i více než polovina správných odpovědí.

### Fast fashion užití v dotazníku:

A term \_\_\_\_\_ means the reproduction of highly fashionable clothes at high speed and low cost.

- a) slow fashion
- b) low fashion
- c) **fast fasion**

Dvacátá otázka se týká módního průmyslu. Takzvaná *fast fashion* je móda velkých obchodních řetězců, které do svých sezónních kolekcí přidávají i kusy oblečení, jimiž se inspirovaly u high fashion návrhářů. Volba protikladné odpovědi *slow fashion* by nebyla možná, jelikož produkce oblečení musí být tak rychlá, aby vycházela s co nejmenším zpožděním po módních přehlídkách prestižních návrhářů.



Jen pět lidí nevěnovalo příkladové větě dostatečnou pozornost, protože věta obsahuje informaci, že *fast fashion* je produkována velkou rychlostí. Takže není možné, aby název obsahoval přídavné jméno s protikladným významem. Zbývajících 14 špatných odpovědí *low fashion* také není možných, jelikož nejde o módu s nízkou kvalitou produktů. Nízká je pouze jejich cena, a tak se oděvy stanou dostupnějšími pro zákazníky obchodů.

## Závěr

V úvodu práce se čtenář seznámil se základní disciplínou, která se zabývá slovní zásobou a jejími prvky. Uvedla jsem i hraniční disciplíny, s nimiž lexikologie úzce spolupracuje. Největší část práce byla věnována způsobům, jakými vznikají nové výrazy. Nejvíce výrazů vzniká slovotvornými procesy *derivace*, *konverze* a *spojování slov*, proto jsem se jim detailněji věnovala. Těmito způsoby není obtížné vytvořit nový výraz. Mnohdy stačí jen připojit ke slovu předponu či příponu, nebo spojit několik výrazů k sobě a výsledné slovo nabývá nového významu. Méně produktivní procesy jsou zkratky nebo směšování slov, nicméně obohacují jazyk o neobvyklé výrazy.

Samostatnou kapitolu jsem věnovala neologismům a jejich zařazování do slovníku. Často nové výrazy ve slovnících nenajdeme, neboť kritériem pro zařazení je dostatečné užívání neologismu širokou veřejností. Je také důležité, aby každý neologismus měl jednotný zdroj.

Předposlední kapitola se zabývala samotnou analýzou nových slov v anglickém jazyce. Uvedla jsem, jakým slovotvorným procesem vybraný pojem vznikl, krátce jsem popsala jeho význam a uvedla příklady situací, v nichž se výraz objevil. Další částí analýzy byl záznam vyhledávání v Google Trends. Z těchto záznamů je patrné, kdy pojem vstupoval do povědomí lidí a ti si začali jeho význam hledat na internetu. Je možné, že si význam výrazu dostatečně osvojili a možná jej zařadili i do své slovní zásoby.

Teoretická část práce se týkala výzkumu o testování nových slov v anglickém jazyce. Výzkum byl ve formě testu, který jsem rozesílala do USA a Velké Británie. Výsledky výzkumu dopadly nad má očekávání. Dotazníky obsahovaly celkem 22 otázek. První zjišťovala věk, a pohlaví, druhá jejich místo bydliště. Zbývajících 20 z nich testovalo znalost nových slov. Každá otázka měla na výběr 3 možnosti. Celkem se tedy jednalo o 1000 polí k vyplnění. Respondenti jich 679 vyplnili správně a udělali 321 chyb. Celková úspěšnost tedy je 67,9 %. Myslím si, že jde o velmi uspokojivý výsledek, když se vezme v potaz, že některá slova jsou známá jen pár měsíců a mnoho z nich má velmi zajímavou podobu.

V elektronických slovnících, z nichž jsem slova vybírala, převažovaly pojmy týkající se technologií, ať už se jedná o fotografování či různé aplikace pro denní užívání. Další sférou s hojným počtem nových slov je móda. Ve většině případů nově vznikají podstatná jména. V mém dotazníku se jich nachází celkem 13.

Nejvyšším počtem procent správných odpovědí disponovala slova týkající se právě již zmíněných technologií. Slova jako *pocket dial*, *tap-to-pay*, *Snapchat* nebo *selfeet* měla více než 80%. Je to z toho důvodu, že v dnešní době jsme v neustálém kontaktu s elektronikou a každý den ji využíváme. V poslední době jsou velmi oblíbené sociální sítě, které slouží nejen k přidávání fotografií.

Dobrá znalost slov souvisejících s módou lze zdůvodnit faktem, že se čím dál více rozrůstají nákupní centra s obchody s módním oblečením. Mnoho mladých lidí tráví v obchodních centrech svůj volný čas, namísto toho, aby si hledali nové zájmy. Proto mají značný přehled o nejnovějších módních trendech.

Myslím si, že budou i nadále vznikat nová slova a to nejen v anglickém jazyce. Neustále se vyvíjejí nové technologie a předměty. Je tedy nutné, aby i jazyk se inovoval v souvislosti s novými objevy moderní doby.

### **Seznam použité literatury**

BAUER, L. (2002): *English word formation*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 0-521-24167-7.

DUŠKOVÁ, L. a kol. (1994): *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*. Praha: Academia. ISBN 80-200-0486-6.

HUDDLESTON, R., PULLUM, G. K. (2002): *The Cambridge Grammar of the English Language*. Cambridge: Cambridge university Press. ISBN 0-521-43146-8.

KATAMBA, F. (1994): *English Words*. Londýn: Routledge. ISBN 0-415-10467-X.

PEPRNÍK, J. (1998): *English lexicology*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého. ISBN 80-7067-815-1.

QUIRK, R., GREENBAUM, S., LEECH, G., SVARTVIK, J., (1985): *A Grammar of Contemporary English*. Longman. ISBN 978-0-582-51734-9.

ŠTEKAUER, P. (1992): *Course in English Word-Formation*. Košice: Rektorát Univerzity P. J. Šafárika v Košiciach. ISBN 80-7097-173-8.

VACHEK, J. (1991): *Chapters from Modern English and Stylistics*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. ISBN 80-7066-337-5.

VOGEL, R. (2007): *Basics of Lexicology*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-4272-8.

ZGUSTA, L. (1971): *Manual of Lexicography*. Praha: Academia. ISBN 978-3-11-134918-3.

### **Seznam použitých elektronických zdrojů**

Merriam Webster[online], 2014. Dostupné na: <http://www.merriam-webster.com/> [cit. 1. 5. 2017].

CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [online], 2012-2017. Dostupné na <https://www.czechency.org/napoveda.html> [cit. 25. 3. 2017].