

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

## **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Ludmila Červenclová

Specifika slovní zásoby žáků nižších gymnázií v prostředí sociálních sítí

Olomouc 2020

Vedoucí práce: doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Specifika slovní zásoby žáků nižšího gymnázia v prostředí sociálních sítí“ vypracovala samostatně pod odborných dohledem vedoucího bakalářské práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne 19. 5. 2020

.....

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala doc. Mgr. Kamilovi Kopeckému, PhD. za odborné vedení mé bakalářské práce, vstřícnost, věcné připomínky a podnětné rady, které mi ochotně poskytl při jejím zpracování. Poděkování patří také mému nejbližšímu okolí za podporu nejen během psaní této práce.

## Obsah

ÚVOD .....	9
I. TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 KOMUNIKACE .....	10
1.1 E-KOMUNIKACE.....	10
1.1.1 Synchronní komunikace .....	12
1.1.2 Asynchronní komunikace .....	12
2 SLOVNÍ ZÁSoba ČEŠTINY .....	13
2.1 Spisovný jazyk .....	13
2.2 Nespisovný jazyk.....	14
2.3 Dynamika slovní zásoby .....	15
2.3.1 Přejímání slov .....	15
2.4 Komunikace v online prostředí.....	16
2.4.1 Anglicismy.....	17
2.4.2 Emotikony.....	18
2.4.3 Akronymy.....	19
3 SOCIÁLNÍ SÍŤ .....	20
3.1 FACEBOOK.....	22
3.2 INSTAGRAM .....	23
3.3 SNAPCHAT.....	24
3.4 TWITTER.....	25
3.5 TIK TOK.....	26
4 RIZIKA SOCIÁLNÍCH SÍŤÍ .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
II. PRAKTICKÁ ČÁST.....	28
5 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ.....	28
ZÁVĚR.....	36
SEZNAM OBRÁZKŮ .....	37
SEZNAM GRAFŮ.....	38
SEZNAM TABULEK.....	39
SEZNAM LITERATURY.....	40
PŘÍLOHA.....	43

## ÚVOD

Sociální sítě zaznamenaly v uplynulých letech velký rozvoj a staly se ještě více populárními mezi uživateli. Všechny se neustále vyvíjí a vylepšují, aby si získaly zájem co největšího počtu lidí. Online komunikace, a konkrétně ta na sociálních sítích a přes chatovací aplikace, je rychlá a snadná, neboť připojit k internetu se lze dnes v podstatě kdekoli a kdykoli. Stala se proto velmi populárním způsobem komunikace.

Online prostředí je prostředí velmi specifické, specifické jsou tak i jazykové prostředky v něm využívané. S rostoucí popularitou komunikace přes internet roste i obliba zkracování slov, vznikají akronymy, a ty jsou pak využívány i mimo sociální sítě, konkrétně při komunikaci tzv. face to face neboli tváří v tvář. V rámci internetu existují nejrůznější skupiny s charakteristickou slovní zásobou, které nezasvěcený člověk nerozumí. Svoji práci jsem zaměřila na žáky nižšího gymnázia, neboť právě tento věk je dle mého názoru pro zakládání si profilů na sociálních sítích zlomový.

V teoretické části práce se zaměřuji na komunikaci obecně i na její online podobu, slovní zásobu a její obohacování a v neposlední řadě na nejpoužívanější sociální sítě a princip jejich fungování. V části praktické jsem pak za pomoci dotazníků vyplněných žáky havlíčkobrodského gymnázia získala data, jež jsem následně zpracovala. Na základě analýzy těchto dotazníků si za cíl kladu ukázat, jaké sociální sítě jsou mezi žáky nejpoužívanější a v jaké míře používají akronymy a anglicismy, a zda jim rozumí.

# I. TEORETICKÁ ČÁST

## 1 KOMUNIKACE

Komunikace slouží lidem k dorozumívání se. V užším významu ji chápeme jako výměnu informací mezi dvěma a více lidmi. Schopnost komunikace patří k nejdůležitějším lidským vlastnostem.

*„Slovo komunikace pochází z latinského slova communicatio, což původně znamenalo "vespolné účastnění", a také communicare znamenající činit něco společným, společně něco sdílet“ (Vybíral, 2005, s. 25).*

K základním formám komunikace patří zejména komunikace intrapersonální, veřejná komunikace, komunikace zprostředkovaná počítačem a masová komunikace.

Intrapersonální komunikace je taková komunikace, kterou člověk vede sám se sebou. Člověk se jejím prostřednictvím dozvídá informace sám o sobě, analyzuje, co řekl a co mohl říct jinak a lépe. Komunikace veřejná probíhá mezi mluvčím a posluchači. Těch bývá různý počet – od jednotlivců až po miliony. Tato forma komunikace může oslovovat publikum osobně nebo prostřednictvím médií elektronických. Komunikace zprostředkovaná počítačem se uskutečňuje interpersonálně díky e-mailu, chatu, webovým stránkám a blogům. Masová komunikace vychází z jednoho zdroje a je určena mnoha příjemcům. Nejdůležitějšími masovými médii jsou televize, rozhlas, noviny, časopisy a film. (DeVito, 2008)

### 1.1 E-KOMUNIKACE

E-komunikací se myslí komunikace v prostředí internetu. Ta je v současné době velice populární. Dle údajů Českého statistického úřadu z roku 2020 využívá internet 81 % Čechů, chytrý telefon pak 70 %. *„Počítač a internet se nachází už téměř ve všech domácnostech, které tuto technologii chtějí používat. V roce 2019 byla bez internetu již jen necelá pětina českých domácností. Tři čtvrtiny z nich tvořily domácnosti seniorů, kteří ve většině případů uvádějí, že internet doma nechtějí nebo s ním neumějí pracovat. Naopak 97 % dětí žije v domácnostech s připojením k internetu a 92 % má doma počítač nebo tablet.“ (Český statistický úřad, 2020)*

Kopecký (2007, s. 8) píše, že e-komunikace je svým způsobem velice otevřená a neřízená. Probíhá skrz mnoho různých informačních kanálů a je při ní využíváno mnoho komunikačních kódů. Mezi vybranými akronymy, emotikony, GIFy, nálepky apod.

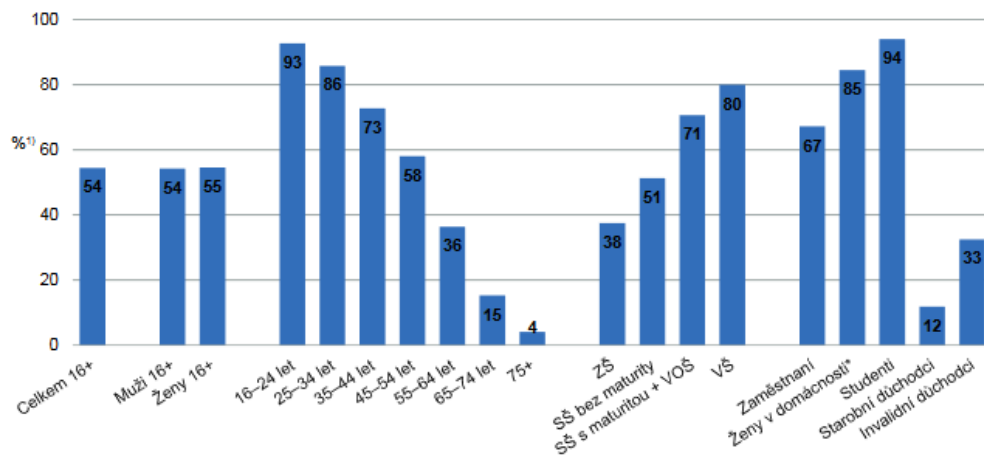
*„Jednou z nejvyužívanějších funkcí, které internet nabízí, je možnost komunikace s ostatními uživateli. Z široké škály způsobů, které lze na internetu využít ke komunikaci, sbírá Český statistický úřad údaje o používání elektronické pošty, sociálních sítích, aplikací určených k telefonování a používání messengeru.“ (Český statistický úřad, 2019). Jak vyplývá z údajů Českého statistického úřadu z roku 2019, 76 % obyvatel České republiky starších 16 let využívá email, pouhých 6 % obyvatel emailovou adresu nemá. V tomto případě se jedná především o seniory a osoby s nižším vzděláním. Sociální sítě využívá stále více lidí, podle ČSÚ jde o 54 % Čechů. „Mezi mladými ve věku 16–24 let používá sociální sítě již 96 %, v nejstarší věkové skupině (nad 75 let) jsou to zatím 4 %. Z hlediska mezinárodního srovnání se nacházíme na průměru Evropské unie.“ (Český statistický úřad, 2019)*

S komunikací na sociálních sítích velice úzce souvisí i posílání zpráv přes messenger. K nejrozšířenějším patří Facebook Messenger, ale dále také WhatsApp, Viber a další. Podle údajů ČSÚ z roku 2019 používalo alespoň jednu z těchto aplikací 54 % obyvatel, jedná se tedy o stejný podíl jako u používání sociálních sítí. *„Nejvyšší podíl osob využívajících uvedené aplikace bylo možné najít v nejmladší věkové kategorii 16–24 let, a to 93 %, ze studentů je to 94 %. Používání messengeru je oblíbené i u žen v domácnosti (tato kategorie zahrnuje především ženy na mateřské či rodičovské dovolené), z těch zasílá zprávy přes internet 85 %.“ (Český statistický úřad, 2019)*

Důležitou součástí e-komunikace je také telefonování přes internet. To využívalo v roce 2019 42 % obyvatel České republiky, podíl mužů a žen byl stejný. Mezi nejpoužívanější aplikace k telefonování online slouží především Skype nebo již zmíněná aplikace WhatsApp.

Nejvíce telefonování přes internet využívají osoby ze skupiny 16-24 let, a to 74 %. Ještě větší počet telefonujících přes internet je pak mezi studenty, 77 %. Naopak nejméně přes internet telefonují lidé nad 75 let, v tomto případě jde o pouhých 5 %. (Český statistický úřad, 2019)

Graf 6.1: Jednotlivci v ČR, kteří posílají zprávy přes internet (např. přes WhatsApp či FB Messenger)



<sup>1)</sup> Podíl z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

<sup>2)</sup> Podíl z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině, kteří použili internet v posledních 3 měsících

\* Zahnuje i ženy (popř. muže) na rodičovské či mateřské dovolené

Obr. 1: Graf jednotlivců v ČR zasílajících zprávy přes internet  
Zdroj: Český statistický úřad, 2019

### 1.1.1 Synchronní komunikace

Pro synchronní komunikaci je typická okamžitá odpověď. Oba komunikující musí být tedy přítomni ve stejný čas na stejném místě. Místem je ale myšlen virtuální prostor internetu, kde se komunikující setkají. Nejtypičtějším z příkladů běžné synchronní komunikace je rádio či živý přenos v televizi. Synchronní elektronická komunikace bývá realizována také pomocí mobilní nebo počítačové sítě. Nejznámější program k telefonování je Skype, který využívá i mnoho firem pro svoje online schůzky. K dalším patří Zoom nebo Google Hangouts, oba dostupné pro počítač i pro chytrý telefon. Google Hangouts nevyžaduje v počítači ani žádnou aplikaci, stačí se přihlásit ke svému Gmailu a jednoduše zavolat nebo napsat někomu ze svých kontaktů. K aplikacím určeným spíše pro telefon lze zařadit Viber nebo WhatsApp.

### 1.1.2 Asynchronní komunikace

V asynchronní komunikaci nedostává autor odpověď ihned. Je zde tedy typický časový odstup. Předními nástroji pro tuto komunikaci jsou SMS zprávy, e-mail, nejrůznější diskuzní fóra a messengery.

V následující kapitole se zaměříme na slovní zásobu, protože právě ta, a především její obohacování, jsou předmětem mého zkoumání v praktické části.



## 2 SLOVNÍ ZÁSoba ČEŠTINY

Podle Příruční mluvnice češtiny (Karlík et al., 2012, s. 92-93) tvoří slovní zásobu jakéhokoli jazyka všechny jeho lexikální jednotky, tj. všechny jednovýznamová i vícevýznamová slova a ustálená slovní spojení. Žádný jazyk nemá ustálený počet slov, neboť slovní zásoba se neustále mění. Tzv. aktivní individuální slovník neboli slovní zásoba, kterou jedinec aktivně využívá, se pohybuje mezi 5000–10000 slov. Oproti tomu pasivní slovník neboli slova, která jedinec zná, rozumí jim, ale aktivně je nevyužívá je několikanásobně větší. U středoškolsky vzdělaného jedince číslo autoři odhadují na 40 000.

Centrem slovní zásoby je *jádro*. Zahrnuje slova potřebná pro každodenní komunikaci, jedná se o slova vývojově nejstarší, citově nezabarvená a jsou základem pro slova odvozená. Příkladem jádrových slov by byla například matka, voda, dům, sůl. Jejich počet není nijak velký, mají ale často frekvenci výskytu. Opakem jádra je pak *periferie* slovní zásoby. Lexikální jednotky jsou hojně zastoupené, ale málo frekventované. Často se jedná o historismy. Příkladem periferních slov je například calta, palcát, kaprál. (Karlík et al., 2012, s. 93). Slova stojící v jádru a na periferii jsou velmi proměnlivá, například ve 20. století byla slova jako pětiletka, soudruh a svazák velice frekventovaná a stála v centru, dnes už bychom je řadili na periferii.

Slovní zásobu můžeme dělit podle spisovnosti, a to zejména na spisovnou a nespisovnou.

### 2.1 Spisovný jazyk

Spisovný jazyk neboli spisovnou češtinu najdeme v knihách, novinách, časopisech, dále by pak měla být používána ve školách a ve veřejné správě. Jedná se o nejdůležitější podobu českého jazyka a slouží k dorozumívání se mezi lidmi. (Havránek et Jedlička, 1998, s. 3)

*„Ve své psané i mluvené podobě plní nejrůznější společenské funkce, spisovné češtiny se užívá zejména ve všech oblastech oficiálního styku, v úřadech, ve školách, v masově sdělovacích prostředcích, v odborné a převážně také v umělecké literatuře. Spisovná čeština se jeví jako celonárodně závazný, funkčně nejvyšší a prestižní útvar národního jazyka, má nejpropracovanější a nejbohatší výrazové prostředky, je jí věnována stále odborná pozornost, zejména ve smyslu stálého sledování jazykové normy a následné úpravy kodifikace. Její značné výrazové rozpětí lze na základě určité vrstvy jazykových prostředků vyjádřit vnitřní diferenciací na spisovnou češtinu knižní, neutrální a hovorovou.“* (Hubáček, Jandová et Svobodová, 1998, s. 22)

Mezi základní jazykové prostředky spisovné češtiny patří knižní prostředky, které jsou určeny především pro knižní podobu jazyka. Najdeme v nich jistou vznešenost. Dalšími prostředky jsou pak prostředky neutrální, která se uplatňují ve všech typech komunikace. Samy o sobě jsou pouhými nositeli významu, svou neutrálností mohou ale ztratit a získat expresivní zbarvení, např. kočka – „kočkovitá šelma“ i „žena pěkného vzhledu“. Poslední jazykovými prostředky spisovného jazyka jsou hovorové prostředky, ke kterým patří hovorová forma češtiny, využívaná zejména při osobním kontaktu. Často bývá považována za mezistupeň mezi spisovným a nespisovným jazykem, neboť do ní pronikají nespisovné prvky. (Grepl a kol., 2008, s. 779-780)

## 2.2 Nespisovný jazyk

Příruční mluvnice češtiny (Grepl a kol., 2008, s. 102) říká, že lze rozlišit především slovní zásobu spadající ke spisovnému jazyku a slovní zásobu nespisovných jazykových útvarů nebo polo-útvarů nářečních.

Jednou z kategorií nespisovného jazyka je obecná čeština. Ta podle Šmilauera (1979, s. 22) vznikla přirozeným způsobem bez jakéhokoli zásahu lingvistů. Původně se vyskytovala ve středních Čechách, rozmohla se ale i do zbytku Čech. V současné době proniká ale i na Moravu, a to zejména do měst. Obecná čeština na spisovný jazyk působí velice silně, nahradit jej však nemůže.

*„Ve slovní zásobě obecné češtiny tvoří zvláštní vrstvu slova, která pronikla do hovorového stylu, jako např. chleba, deko, dechovka, háklivý, kilo, kibic, kluk, moc (mnoho), pár, párkrát, malinovka, montérky, textilka. (...) Jiná slova obecné češtiny mívají užití omezenější a za hovorová je nepovažujeme. Jejich nespisovný ráz je ovšem nestejně pocítován. Patří sem např. slova: baštit, babral, bendit, ceknout, citovka, činžák, frajer, grunt, mindrák, nátřesk, padavka. Některá jsou původu cizího, zvláště německého a užívá se jich většinou v prostředí venkovském: furt, almara, akorát, šiknout se. Jiná slova charakterizují prostředí městské, často do obecné češtiny přecházejí ze slangu a mívají jako mnohá jiná slova obecné češtiny velmi často příznak citový: citlivka, fajnovka, flákat se, kecat, hecovat někoho, zplichtit něco, podraz, marodit.“*  
(Hauser, 1980, s. 21)

Další kategorií slov nespisovného jazyka jsou slova zastarávající. Jedná se o slova, která byla dříve součástí běžné mluvy, postupem času se ale z tzv. jádra dostala na periferii. Pro mou práci je důležitou skupinou slovní zásoba vymezená sociálně, protože se jedná o slovní zásobu pojící se většinou k určitému sociálnímu prostředí. Radíme sem profesní mluvu, slang a argot.

Hranice mezi slangem a argotem není ostrá, často mohou i splývat. Pro slang i argot je typická expresivita, synonymičnost, metafora a další. Především u argotu nalezneme velké množství přejatých slov, kde je záměrem vytvořit slova nesrozumitelná.

*„Zašifrování významu se dosahovalo tím, že běžná slova dostala nový obrazný význam: káča (pokladna), prachy (peníze), prkenice (náprsní taška), šídlo (paklíč), stríkačka (pistole), chlup (detektiv). Jiným pramenem byla slova cizí, v češtině běžně neznámá. Zloději a kasaři byli společnost mezinárodní, proto je mnoho cizích slov v českém argotu společných s argoty v jiných jazycích, zejména s německým argotem zvaným Rotwelsch.“ (Hauser, 1980, s.27-28)*

Za slang se považuje sociálně diferencovaná slovní zásoba a fráze užívané v určitém prostředí, například pracovním či zájmovém. Mezi nejznámější slangy patří slang rybářský, studentský, myslivecký nebo sportovní. Někteří autoři ještě jako samostatnou kategorii slangu vymezují profesionalismy, například v lékařském slangu exnout = zemřít.

### 2.3 Dynamika slovní zásoby

Díky vnějším i vnitřním vlivům se jazyk stále proměňuje, vznikají slova nová a nepotřebná slova ustupují nebo zanikají. Slova nová označujeme jako neologismy. *„Terminem neologismus se převážně označují prostředky lexikální, které se charakterizují jako nové. Podstata neologismů se nejčastěji vidí buď v tom, že neologismy pojmenovávají nový předmět, jev skutečnosti, že obohacují vyjadřovací prostředky jazyka, nebo se její určení přenáší do roviny stylistické, kde se neologismy stavějí do protikladu k archaismům.“ (Martincová, 1983, s.10)*

Neologismy jsou nejprve používány užším okruhem uživatelů, někdy dokonce jen jediným autorem. Postupně se však začnou šířit, a ve chvíli, kdy začnou být běžně používány, ztratí příznak novosti. (Hauser, 1980, s. 43-44)

Grepl v Příruční mluvnici (2008, s. 97) popisuje hned několik způsobů, jakými se může čeština obohacovat. Prvním ze způsobů je tvorba nových slov, druhým významové změny již existujících slov, dále pak vznik ustálených slovních spojení, přejímání cizích slov a v neposlední řadě zánik slov. Pro mou práci jsou důležitá zejména slova přejatá, proto se jim budu věnovat podrobněji.

#### 2.3.1 Přejímání slov

Slovní zásoba se díky přejímání slov mění celkem běžně, především čerpá z jazyků cizích, ale i mezi vrstvami jednoho národního jazyka. V rámci jednoho jazyka dochází k přejímání slovní

zásoby definované místně (například rozšíření dialektismu *papuče*), dobově (například díky obohacování češtiny v dobách národního obrození) a funkčně (například zařazení pojmu *ekologie* do běžného slovníku). (Grepl a kol., 2008, s. 100)

### 2.3.1.1 Přejímání slov z cizích jazyků

„Přejímání slov cizojazyčného původu je podmíněno politickými, ekonomickými a kulturními kontakty mezi jazykovými společenstvími. Přejatá slova přicházejí snovými skutečnostmi (telefon, raketoplán, computer), případně označují předměty a jevy typické jen pro určitý prostor nebo čas (bóra, vádí, tomahavk, reconquista), mohou však mít také funkci stylistického synonyma (rozsudek – ortel kniž.; jaro – vesna bás.; obchod – kšeft ob. expr.), eufemistického synonyma (tlustá – korpulentní), eventuálně mohou být pouze módní záležitostí (srov. v současné době nadměrné užívání významově posunutého slova *filozofie*, např. z denního tisku: *filozofie benzinových pump*).“ (Grepl a kol., 2008, s. 100)

### 2.3.1.2 Vliv angličtiny na češtinu

Ve své práci se zaměřuji na komunikaci v online prostředí a domnívám se, že anglicismy jsou v tomto prostředí velmi hojně zastoupeny, proto jim budu věnovat více pozornosti, a to v kapitole 2.4.1

## 2.4 Komunikace v online prostředí

Dnešní doba se vyznačuje komunikací v prostředí internetu. V mnoha věcech se od běžné komunikace v reálném prostředí odlišuje. Využívání internetu má negativní vliv na kvalitu řeči a myšlení, zužuje se slovní zásoba, projev bývá pragmatičtější, užívají se anglicismy, častá je úsečnost. Oproti tomu přínosem internetu je možnost informační dostupnosti a rychlost zprostředkování kontaktu. Lidé daleko víc komunikují přes internet oproti dřívějšímu posílání dopisů. (Edtech Kisk, 2019)

Jazyk v online prostředí je podle Kopeckého (2007, s. 59) charakteristický následujícími prvky:

- 1 syntézou mluveného a psaného slova,
- 2 vynecháváním diakritiky,
- 3 užíváním akronymů (OMG, tvl, sry, ily),
- 4 slangovými výrazy (hater, clickbate, emotikon),
- 5 narušenou gramatickou stavbu vět,
- 6 krátkými a neukončenými větami,
- 7 narušeným pořadím slov ve větě,

- 8 protahováním samohlásek (nazdaaar),
- 9 používáním nových tvarů slov (sluníčkář, selfie, osrdíčkovat),
- 10 vkládáním znaků, emotikonů, akronymů,
- 11 mícháním anglického a českého jazyka.

Před několika málo lety byl trend posílání samolepek. Některé chatovací aplikace, například Facebook Messenger, jich doposud mají několik desítek až stovek. Uživatelé tak mohou své emoce a nálady vyjádřit samolepkou. Ještě větší oblibu si získaly GIFy – krátké, neustále se opakující animace. Mají formát psaného textu, jenž může různě měnit barvy, animovaných kreslených obrázků, reálných záběrů herců i obyčejných lidí, ale výjimkou nejsou ani GIFy vytvořené kombinací všech uvedených. Uživatelé produktů Apple mají navíc ještě k dispozici tzv. Memoji, což je jednoduše nálepka, kterou si uživatel vytvoří tak, aby se podobala jeho reálnému vzhledu.



Obr. 2: Memoji, (Zdroj: Apple.com)

Domnívám se, že pro cílovou skupinu této práce je nejvíce typické užívání anglicismů, emotikonů a akronymů, budu se tedy podrobněji nadále věnovat pouze těmto prvkům.

#### 2.4.1 Anglicismy

Prostředek převzatý z angličtiny do češtiny nebo podle angličtiny v češtině vytvořený se označuje jako anglicismus. Motivací pro užívání anglicismů je chybějící označení pro daný předmět nebo fenomén, často ale dochází i přejímání slov, pro jehož význam už české slovo existuje, pak tato výpůjčka přináší nové pragmatické významy. Jde tedy o pojmenování nejen skutečnosti nové (například *selfie*) nebo doposud nepojmenované, ale časté je přejímání slov

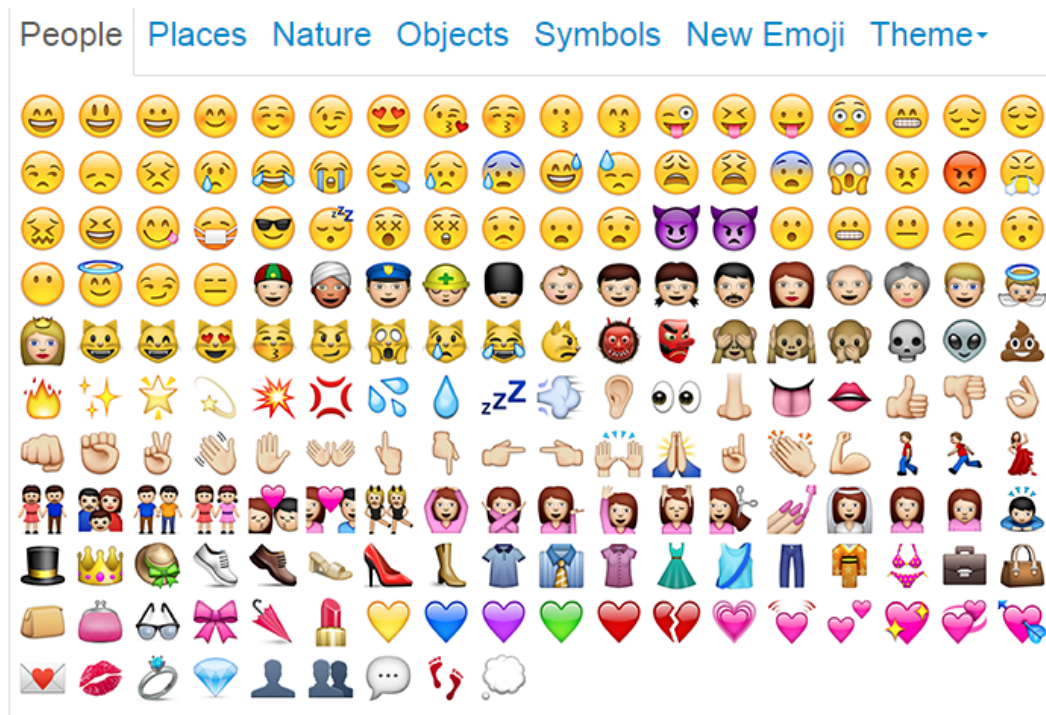
pro označení pro již známé a pojmenované skutečnosti (například lhůta=*deadline*, etiketa=*dresscode*, rekreace=*wellness*). Aby se slovo lépe ujalo, je nutné jeho počestění výslovnosti, pravopisu atd. „*Přejímání a adaptace lexikálních jednotek z angličtiny je dynamický proces, který má různé fáze a stupně, jeho průběh a výsledky jsou ovlivněny mnoha faktory: stářím a délkou přejetí, typovou vzdáleností angličtiny a přejímajícího jazyka (formálními a gramatickými rozdíly), lexikálním významem, funkčností, synonymií se slovy v cílovém jazyce, slovotvornou utvářeností, stylovou platností, frekvencí aj. Obecně lze konstatovat, že nejvyšší stupeň adaptace (počestění) vykazují především výpůjčky staré či ustálené (šok, sprej, hit, tenis, esej), významově a komunikačně důležité a potřebné, stylově neutrální, frekventované (film, mobil, sport).*“ (Nový encyklopedický slovník češtiny online, 2018)

#### 2.4.2 Emotikony

Jak už název vypovídá, jedná se o prvek nesoucí určitou emoci.

„*Emotikon je symbol vytvořený pomocí grafických znaků nebo obrázků pro vyjádření pocitů, duševních stavů, užívaný v písemné elektronické komunikaci (e-mailech, SMS, apod.); emotikony slouží při psaní SMS či e-mailů k vyjádření nálady pisatele; emotikony jsou kombinace interpunkčních znamének, symbolů a písmen.*“ (Martincová, 2004, s. 107)

Emotikonů je velké množství a jsou tak využívány, že například Facebook po odeslání „;-)“ změnil původní soupis znaků na opravdového žlutého smajlíka. Poté už nemluvíme o emotikonu, ale o tzv. emoji. Emoji jsou vlastně následovníci emotikonů. Chatovací aplikace mají políčko s emoji, takže uživatel nemusí psát znaky jako dvojtečka, pomlčka, závorka, ale zkrátka si jen vybere z nabídky. Některé emoji mají jen uživatelé operační sítě iOS. „*(...) stovky znaků z emoji se staly součástí Unicode. Což v praxi znamená, že řada z nich je poměrně univerzálně použitelná.*“ (365tipu.cz, 2015)



Obr. 3: Výběr emoji (Zdroj: 365tipu.cz, 2015)

### 2.4.3 Akronymy

Akronym či akronymum je slovo vzniklé zkrácením více slov. Při tvoření akronymu se použije jedno a více písmen z původního sousloví. V češtině lze akronym skloňovat. Velmi časté jsou akronymy pro názvy firem či institucí, např. BESIP = Bezpečnost silničního provozu, ASAP = As soon as possible).

Příklady akronymů v současnosti hojně využívaných: BTW (by the way, mimochodem); OMG (oh my God, pane bože, vyjádření údivu); LOL (Laughing out loud).

*„Emotikony a akronymy usilují o maximální ekonomizace psaného jazyka (v souvislosti s omezením velikostí SMS, ale také časovou úsporou) a o přizpůsobení psaného jazyka jazyku mluvenému. Jejich smyslem je rovněž do běžné komunikace dostat prvky nonverbální, vyjádřit emoce, nálady, stavy (které lze u bezprostřední komunikace „face2face“, tváří v tvář, pozorovat zcela jasně a běžně). Důkazem může být využívání fonetických vlastností hlásek a slov (zejména zvukové podobnosti).“ (Kopecký, 2007, s. 62)*

### 3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ

*Internetové sociální sítě přenášejí do digitálního prostředí vazby z reálného světa. (Pavlíček, 2010, s. 127)*

Sociální sítě se dle sociologie propojená skupina lidí, kteří mohou být příbuzní, navzájem se ovlivňující. Tento pojem definoval již v roce 1954 sociolog J. A. Barnes – historicky se tedy jednalo o ryze sociologický termín. Sociální sítě vznikají zejména na základě společných zájmů a rodinných vztahů. V oblasti internetu je sociální sítě každý systém umožňující vytváření a udržování seznamu vzájemně propojených kontaktů, tzv. přátel. Uživatelé se mohou navzájem vyhledávat, a vytvářet si tak vlastní online komunitu. Některé sociální sítě (například Facebook) nám umožňují prohlížet si přátele našich přátel. (Bednář, in Pavlíček, 2010, s. 125)

Jako úplně první sociální sítě vznikla již v roce 1995. Snahou zakladatele bylo zkontaktovat se se spolužáky, což se mu tradičními způsoby nedařilo. Z původně malého projektu nakonec vznikla sociální sítě nesoucí název *classmates.com*, která se stala vzorem pro českou sociální sítě *spolužáci.cz*. V průběhu let vzniklo v zahraničí několik dalších prototypů sociálních sítí – ze známějších například MySpace, v roce 2004 se objevil Facebook, který byl původně zamýšlen pouze pro studenty Harvardské univerzity. Po roce 2005 se Facebook dostal i mezi další vysoké školy v USA i Evropě. O rok později vzniká nám dnes stále známý Twitter. (Pavlíček, 2010, s. 132-134)

Andrew Weinreich založil v roce 1997 SixDegrees.com, kde mohli uživatelé vytvářet své profily, navazovat kontakty a prohlížet si kontakty svých kontaktů. Dá se říct, že tato stránka se svým provedením nejvíce připomíná současné sociální sítě, můžeme ji tedy považovat za první sociální sítě. Díky SixDegrees bylo možné se propojit s lidmi a zároveň i zasílat zprávy. Přestože byla stránka velice úspěšná, zkrachovala v roce 2000 ve chvíli, kdy dosáhla hranice jednoho milionu uživatelů. „*Předběhla totiž svou dobu – na přelomu století totiž internet ještě nebyl v populaci tak rozšířený a lidé zde těžko nacházeli opravdové známé z reálného života, se kterými by se mohli bavit.*“ (Platko, in Pavlíček 2010, s. 132)

V následujících letech vznikaly stránky, jejichž cílem bylo propojovat členy určitých etnických skupin. Mezi nejznámější se řadí AsianAvenue, BlackPlanet a MiGente. (Pavlíček, 2010, s. 132)

V roce 2001 pak vznikl Ryze.com. Lidé propojeni přes tento server byli úzce propojeni jak v osobní, tak profesionální sféře. O rok později vstoupil na scénu Friendster jako sociální



doplňek Ryze. Vznikl jako konkurence seznamky, jeho princip seznamování byl ale opačný. Místo seznamování dvou cizích lidí, se Friendster zaměřil na spojování přátel. Neustál ale raketový nárůst uživatelů, který zapříčinilo to, že se uživatelům nezobrazovali jen přímí kamarádi, ale také spolužáci či kolegové. „*Dalším hřebíčkem do rakve se staly falešné profily celebrit, které začal Friendster mazat. V souvislosti se všemi zmíněnými problémy začalo mnoho lidí službu opouštět, což předznamenalo konec služby.*“ (Boyd, in Pavlíček, 2010, s. 133)

Rok 2003 se stal zlomový, vzniklo totiž mnoho sociálních sítí se zaměřením na určitou skupinu lidí. „*Některé jsou dodnes stále populární. Všechny tyto služby vydělaly na poklesu popularity Friendsteru a odlivu jeho uživatel. Především MySpace dokázal nárůst do rozměru leadera trhu.*“ (Pavlíček, 2010, s. 134). Díky kapelám a celebritám se MySpace stal velmi populární. V roce 2005 koupila společnost News Corporation MySpace za 580 milionů dolarů. V roce 2004 se poprvé objevuje Facebook. (Pavlíček, 2010, s. 134)

„*V roce 2006 vzniká Twitter a v roce 2008 sesadil Facebook server MySpace z trůnu největší sociální sítě (měřeno počtem unikátních návštěvníků), přesto jsou obě stránky několikanásobně populárnější než ve své době Friendster.*“ (Pavlíček, 2010, s. 134)

Jak je naznačeno v níže uvedené tabulce (Tabulka 1), v současné době je z klasických sociálních sítí ve světě nejpopulárnější Facebook, dále pak Instagram. Zajímavější jsou ale chatovací aplikace (Tabulka 2), kde vede WhatsApp, který byl již před téměř 6 lety koupen společností Facebook. Na další příčce je pak aplikace Facebook Messenger, taktéž vlastněná společností Facebook. Jako další z kategorie chatovacích aplikací se pak umístila čínská aplikace WeChat, příčku pod ní pak také čínská síť QQ. (Statista.com, 2020)

**Tabulka 1: Počet uživatelů nejpoužívanějších sociálních sítí**

**SOCIÁLNÍ SÍŤ    POČET ZALOŽENÝCH ÚČTŮ**

<b>FACEBOOK</b>	2,498 miliardy
<b>INSTAGRAM</b>	1 miliarda
<b>QZONE</b>	517 milionů

(Zdroj: Statita.com, duben 2020)

**Tabulka 2: Počet uživatelů nejpoužívanějších chatovacích aplikací**

**CHATOVACÍ APLIKACE    POČET ZALOŽENÝCH ÚČTŮ**

<b>WHATSAPP</b>	2 miliardy
<b>FB MESSENGER</b>	1,3 miliardy
<b>WECHAT</b>	1,165 miliardy
<b>QQ</b>	731 milionů

(Zdroj: Statista.com, duben 2020)

### 3.1 FACEBOOK

Zakladatelem Facebooku je Mark Zuckerberg, který v době založení studoval na Harvardu. Původně z ukradených fotek studentek vytvořil stránku *www.facemash.com*, která umožňovala hodnocení studentek z okolních kolejí. Vždy se zobrazily dvě dívky vedle sebe a dotyčný uživatel měl vybrat, která dívka je podle něj hezčí. Na stejném principu fungovala v naší zemi svého času velmi populární stránka *Libimseti.cz*.

Na začátku roku 2004 vytvořil Zuckerberg stránky s názvem *The Facebook*, který později změnil na nám dnes známý Facebook. Dávala možnost studentům Harvardu se propojit, proto se členy zpočátku mohli stát pouze studenti této univerzity, což udělala víc než polovina z nich. O dva měsíce později mohli začít tuto sociální síť využívat také studenti dalších vysokých škol nejen v USA, ale také v Kanadě. V září následujícího roku zpřístupnil Zuckerberg Facebook všem univerzitám, ke kterým se později připojili významné firmy jako Apple nebo Microsoft. V září roku 2005 (čili 2,5 roku od spuštění) je Facebook otevřen i pro veřejnost, podmínkou je však platná e-mailová adresa a věk nad 13 let. (Pavlíček, 2010, s. 136-137)



Obr. 4: Logo Facebook  
Zdroj: Facebook, 2020

Se svými téměř dvěma miliardami měsíčních aktivních uživatelů je Facebook bez pochyb na první místě mezi sociálními sítěmi. Druhé a třetí místo obsazují čínské sociální síť QQ a QZONE, a to z důvodu, že Facebook je v Číně zakázaný. QQ je chatovací síť s přibližně 830 miliony uživatelů, která má mezinárodní ambice a je dostupná i v jiných jazycích než jen v původní čínštině. QZONE je už klasická sociální síť, kterou navštěvuje asi 645 milionu

uživatelů. Obě tyto nám méně známé sociální sítě patří jednomu provozovateli, a to konkrétně čínskému Tencentu. (365tipu.cz, 2020)

**Tabulka 3: Počet uživatelů Facebooku a Facebook Messengeru**

	POČET AKTIVNÍCH UŽIVATELŮ DENNĚ (SVĚT)	POČET AKTIVNÍCH UŽIVATELŮ MĚSÍČNĚ (SVĚT)	POČET AKTIVNÍCH UŽIVATELŮ ČR (STARŠÍCH 13LET)
<b>FACEBOOK</b>	1,734 miliardy (2020)	2,6 miliardy (2020)	5,3 milionu (starších 13let, 2019)
<b>FACEBOOK MESSENGER</b>		1,3 miliardy (2019)	

(Zdroj: 365tipu.cz, 2020)

### 3.2 INSTAGRAM

Instagram je americká sociální síť umožňující sdílení fotek a videí, kterou v současné době vlastní již výše uvedený Facebook. Celý projekt vznikl v San Franciscu, tehdy ještě s původní názvem *Burbn*. O první instagramový post (neboli příspěvek) se zasloužili v létě roku 2010 přímo tvůrci aplikace Mike Krieger a Kevin Systrom, v té době aplikace nebyla ještě oficiálně známá světu. O pár měsíců později se objevila ke stažení v AppStore. V roce 2012 byl Instagram uveden i pro uživatele Androidu a během jednoho dne byl stažen víc než milionkrát. Ještě téhož roku byl Instagram prodán Facebooku za jednu miliardu dolarů. (Wikipedia, 2020). V současné době je možné Instagram používat především díky aplikaci do chytrého zařízení, přes internetovou stránku [www.instagram.com](http://www.instagram.com) si lze fotografie a profily uživatelů také prohlížet, sdílet své je ale možné pouze přes aplikaci. Internetová stránka funguje tedy spíše jako doplněk k již vícekrát zmíněné aplikaci.



Obr. 5: Logo Instagram  
Zdroj: Instagram, 2020

Ze zahraničních statistik vyplývá, že Instagram překročil v červnu roku 2018 hranici jedné miliardy uživatelů, kteří jsou aktivní alespoň 1x měsíčně, výhledově se jich v roce 2023 očekává okolo 120 milionů. (Statista, 2019). Uživatelé Instagramu mohou díky aplikaci ve svém zařízení ještě před nahráním své fotky a krátká videa upravovat přidáním různých filtrů, označení místa, nebo tzv. *hashtagů*, což jsou slova nebo věty uvozené znakem „#“ a jedná se o formu klíčového slova. (Wikipedia, 2020)

Díky hashtagům nebo označení místa mohou ostatní uživatelé dohledávat fotky jiných uživatelů, kteří své fotky sdílí veřejně a tato označení používají. Podobný princip funguje i na Twitteru. Uživatelé mohou mít ale samozřejmě profil soukromý, jejich příspěvky pak veřejně dohledatelné nejsou ani pomocí hashtagů, jejich posty mohou vidět pouze jejich sledující. Stejně jako jiné sociální sítě i Instagram umožňuje „lajkovat“, komentovat, posílat zprávy a do určité míry i sdílet příspěvky ostatních. Fotky nasdílené přes Instagram lze pak dál sdílet na dalších doménách jako je Facebook, Twitter a Tumblr. Původně bylo možné na Instagramu sdílet pouze fotografie, ale v roce 2013 přidali tvůrci možnost sdílet 15sekundová videa. O tři roky později maximální délku videa prodloužili na 60 sekund. Do roku 2015 mohli uživatelé publikovat fotky pouze ve čtvercovém formátu, což ale nakonec společnost změnila a už několik let lze sdílet fotky v plném formátu. (Techtarget.com, 2017)

Pro Instagram jsou typická tzv. *InstaStories*. V praxi jde o fotky nebo videa sdílená po dobu 24 hodin všem sledujícím anebo okruhu blízkých přátel. V InstaStories lidé zaznamenávají svůj běžný život, sdílejí fotky, které nechtějí mít ve *feedu* (na svém profilu) anebo nejrůznější tipy. Pro tyto denní příběhy je charakteristické přidávání filtrů na sebe sama, dále pak gifů, samolepek, hudby nebo označení místa. Něco podobného existuje i na Facebooku, Instagram je tím ale daleko proslulejší.

### 3.3 SNAPCHAT

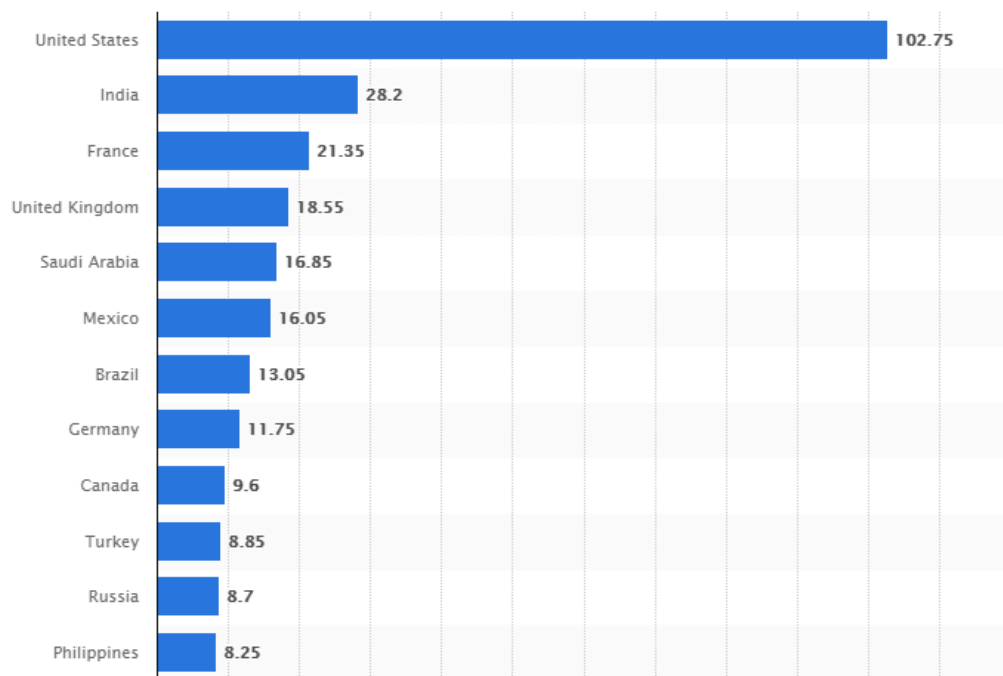
Snapchat uveden v roce 2011 pod původním názvem *Picaboo* trojicí studentů stanfordské univerzity. Aplikace se nakonec přejmenovala na nám dnes známý Snapchat. Funguje na principu zasílání a sdílení krátkých fotek a videí, které se po pár vteřinách smažou. Jak dlouho bude příspěvek viditelný, určuje sám autor. Mylně to působí, že je vše téměř dokonalé a nelze si fotky uložit. Problém činí ale tzv. *screenshot* neboli snímek obrazovky, který umí téměř každý novodobý telefon.



Obr. 6: Logo Snapchat  
Zdroj: Snapchat.com

Příjemce si tak může fotografii poměrně snadno uložit. Uživatel vyfotí fotku, zvolí čas (1-10 vteřin), po který má být ostatním přístupný a ze seznamu přátel vybere ty, kterým příspěvek chce zaslat. Takovým to příspěvkům se říká *snaps* neboli *snapy*. Stejně jako na Instagramu je možné přidávat filtry, efekty, text případně do fotky něco přimalovat. I na Snapchatu existuje něco podobného denním příběhům Instagramu nebo Facebooku, nazývá se to jednoduše *MyStory*. Jedinečný je Snapchat v udělování odznaků za posílání si snapů s určitými osobami po určitý čas. (Wikipedia.org, 2020)

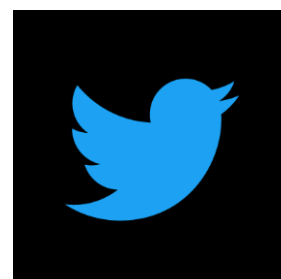
Aplikace je populární zejména ve Spojených státech (obr. 6, počet uživatel uvedený v milionech). Celkový počet uživatelů používající Snapchat každý den dosahuje k číslu 229 milionů a uživatelé průměrně stráví s aplikací asi 30 minut. (Snapchat.com, 2020)



Obr. 7: Země nejvíce využívající aplikaci Snapchat  
Zdroj: Statista.com, duben 2020

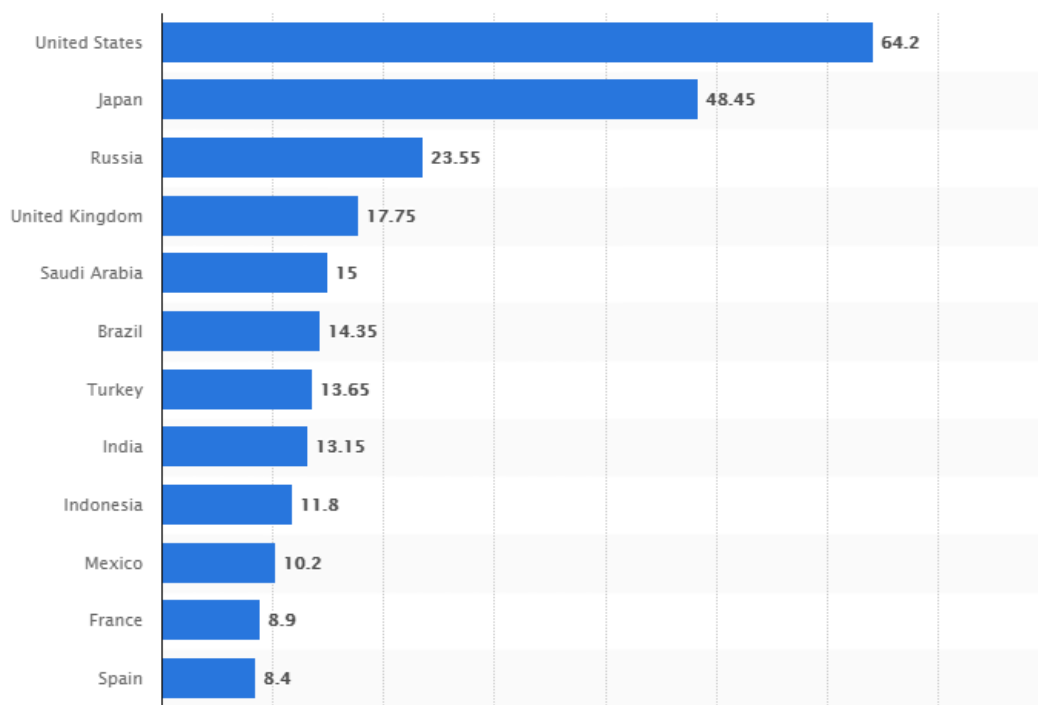
### 3.4 TWITTER

Twitter je jedna z prvních sociálních sítí. Byla založena v roce 2006 Jackem Dorseyem a jeho kolegy. Původní název zněl Twtr. Záměrem bylo vytvořit síť, kde bude možné sdílet příspěvky neboli *tweety* maximální délky 140 znaků. O rok později přibyly Twitteru dnes už pro něj typické hashtagy, které v současnosti upozorňují na klíčová slova. V roce 2010 přibývá možnost sdílet fotky, o další tři roky později pak i krátká, 6sekundová videa. (Dočkal, 2006)



Obr. 8: Logo Twitter  
Zdroj: Twitter.com

Následující obrázek (obr. 8) naznačuje, které země jsou ve vedení co do počtu uživatelů (v milionech) Twitteru. Údaje jsou z dubna roku 2020.



Obr. 9: Země nejvíce využívající doménu Twitter (Zdroj: Statista.com, duben 2020)

### 3.5 TIK TOK

Hudební aplikace s původním názvem Musical.ly se v současné době dostává do popředí. V roce 2017 se Musical.ly přetvořilo ve službu Tik Tok. „Tik Tok používá také stále více uživatelů z ČR, a to především děti, přičemž Tik Tok častěji využívají dívky (poradna E-Bezpečí zachytila případy, ve kterých byly oběťmi útoku téměř výhradně nezletilé dívky). Veškerá videoprodukce, kterou děti (i dospělí) na Tik Tok



Obr. 10: Logo Tik Tok  
Zdroj: e-bezpeci.cz, 2019

umísťují, se v základním nastavení aplikace stává zcela veřejnou a snadno šířitelnou. Aplikace je extrémně jednoduchá – nepotřebujete uživatelské účty, máte okamžitý přístup k nekonečnému streamu videí, vše lze snadno sdílet, lajkovat, komentovat, tagovat, uploadovat, aplikovat filtry apod. Velmi lákavou funkcí Tik Toku představují tzv. duety (duets) - uživatelé natočí pouze část videa (s využitím funkce lip-sync, tj. synchronizace hudby/slova a pohybu rtů) a pomocí hashtagu #duetwithme propojí své video s dalšími uživateli, kteří vytvořili druhou část hudebního videa. Výsledkem je pak video složené z obou částí. Samozřejmě tato funkce svádí k velkému množství parodování (tzv. ironic memes) a velkou část obsahu na Tik Toku tvoří právě různé druhy parodických videí.“ (E-Bezpečí, 2019)

V době, kdy jsem tvořila dotazník pro žáky, nebyl Tik Tok ještě tak rozšířený, proto jsem ho do něj nezahrnovala.

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

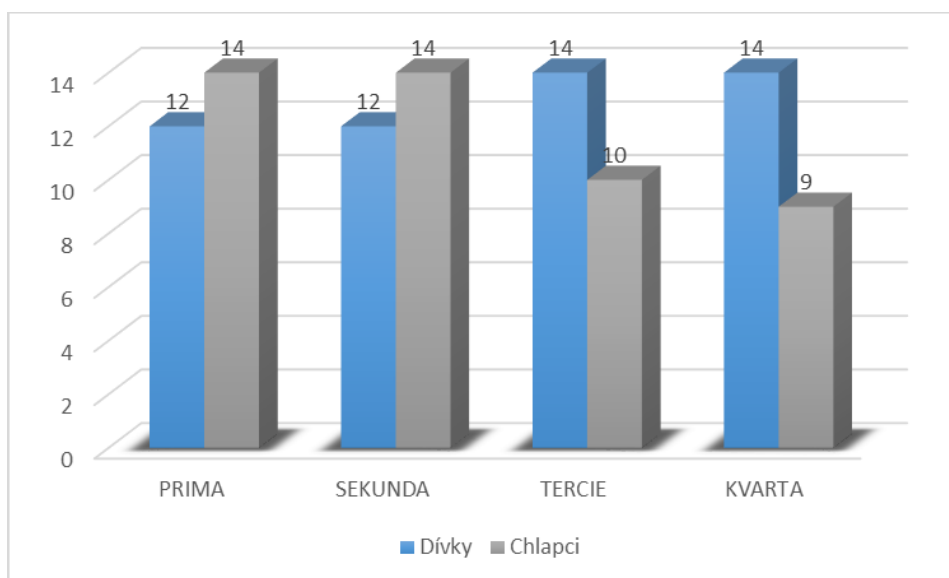
### 4 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ

Praktická část mé bakalářské práce je zaměřena na posouzení, zda žáci nižšího gymnázia používají akronymy na internetu a v běžné mluvě a zda jim rozumí. Nejdříve zanalyzuji, jaké sociální sítě a chatovací aplikace žáci používají, dále zda a v jaké míře v jejich prostředí komunikují vulgárně a největší pozornost budu věnovat právě již zmíněným akronymům a schopnosti žáků je vysvětlit. Vyplňování dotazníků probíhalo na podzim roku 2019.

Cílovou skupinou mé práce byli žáci ročníků nižšího gymnázia – tedy primy, sekundy, tercie a kvarty. Celkem jsem obdržela 99 vyplněných dotazníků od respondentů věkové kategorie 11–15 let.

Následující graf (Graf 1) znázorňuje počet zúčastněných dívek a chlapců v ročníku, a také z něj vyplývá, že v mírné převaze byly dívky. Konkrétní zastoupení chlapců bylo 47 % a dívek 53 %.

**Graf 1: Zastoupení dívek a chlapců podle ročníku**

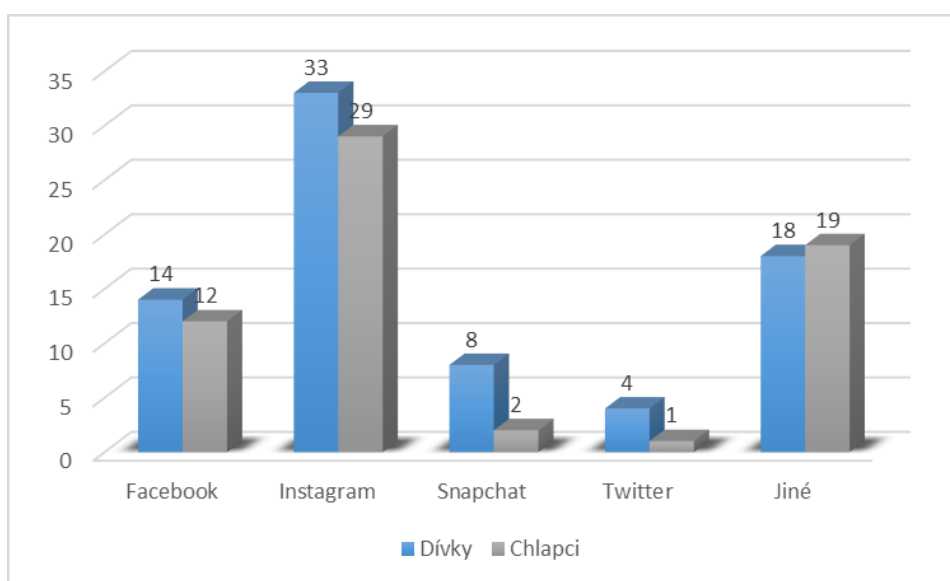


Dotazníky ukázaly, že pouhých 5 jedinců z celkového počtu 99 nepoužívá žádnou sociální síť ani žádnou chatovací aplikaci typu Viber, Skype či WhatsApp. To nepotvrdilo mé očekávání, neboť jsem měla za to, že z celkového počtu respondentů bude počet těch, kteří žádnou sociální síť nebo chatovací aplikaci nepoužívají, více než 5 %, a to zejména v primě a sekundě.

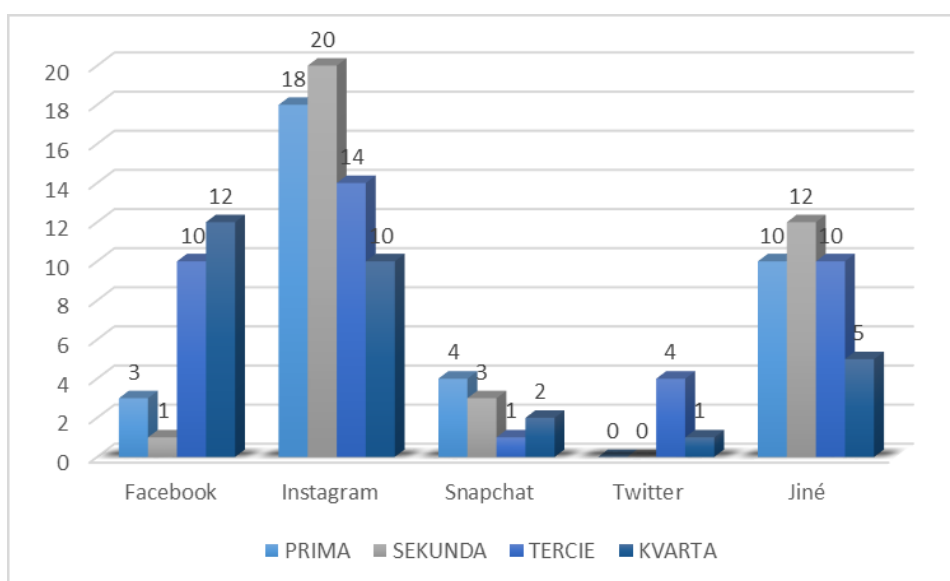


Na otázku, jaké sociální sítě používají nejčastěji, odpovídali žáci velmi podobně, a to i napříč ročníky. Jak je vidět v níže uvedeném grafu (Graf 2), zcela jasně mezi žáky vítězí Instagram, a to bez ohledu na pohlaví. Další velmi častou odpovědí byla možnost „jiné“, kam spadá Google+, Pinterest a Tik Tok. V současné době by Tik Tok dle mého názoru vybralo více žáků, ale v době vyplňování dotazníku nebyla tato sociální síť ještě tolik populární. Překvapivě menšího zájmu mezi žáky dosáhla sociální síť Facebook, naopak méně překvapivé bylo zjištění, že Snapchat a Twitter jsou mezi respondenty téměř nepoužívané.

**Graf 2: Oblíbenost sociálních sítí podle pohlaví**

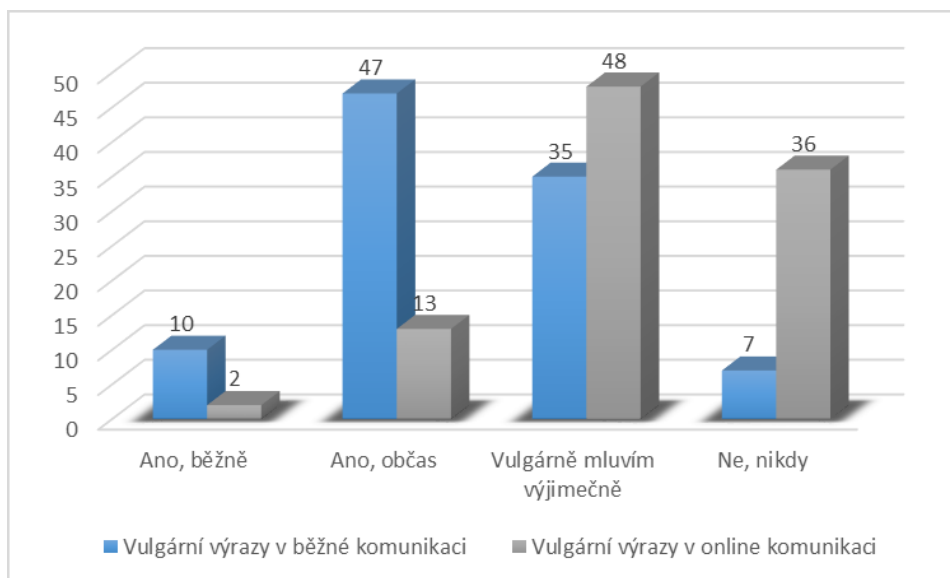


**Graf 3: Oblíbenost sociálních sítí podle ročníku**



Nejoblíbenější sociální sítí respondentů z primy a sekundy je bezpochyby Instagram. U žáků tercie se dá říct, že Instagram a Facebook dosahují podobných hodnot. Mírně odlišná data jsme získali v kvartě, kde zvítězil Facebook, ale i tam dosahují s Instagramem velmi podobných čísel. Obecně lze tedy vyvodit, že nejpoužívanější sociální sítí je Instagram, na druhém místě bychom pak našli mírně zaostávající Facebook.

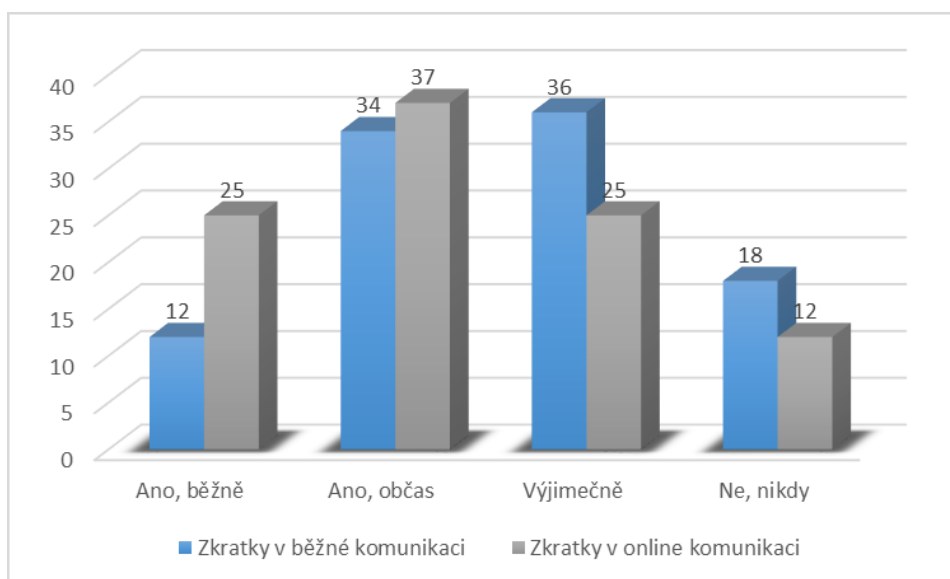
**Graf 4: Vulgarismy v běžné vs. online komunikaci**



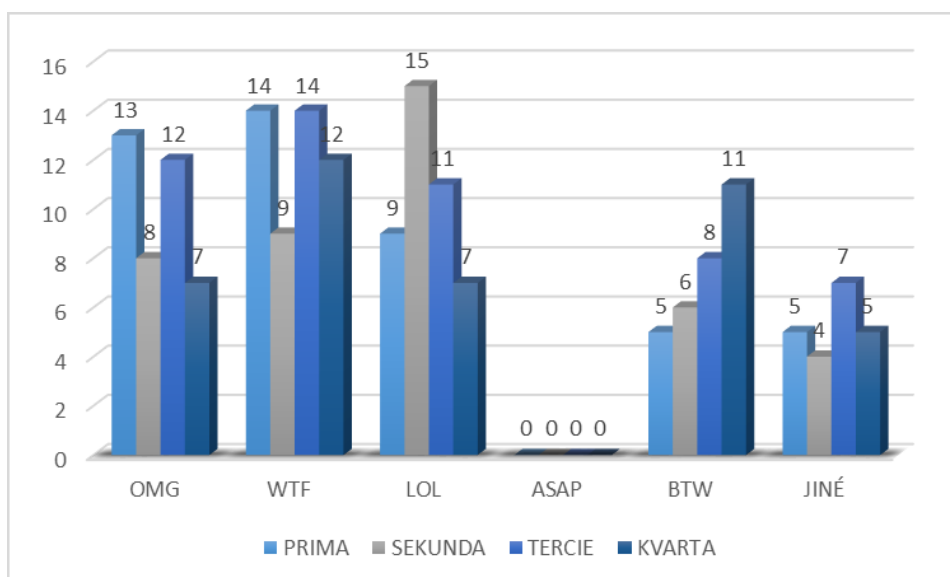
Velmi zajímavý je Graf 4, který ukazuje, jak žáci používají vulgarismy v reálném prostředí a v prostředí internetu. Data napovídají, že mnohem vulgárnější komunikace je ta probíhající „face2face“, naopak ta online se dle zjištěných dat zdá být méně vulgárnější.

Předmětem mého dalšího zkoumání byly zkratky neboli akronymy. Zajímalo mě jejich využívání jak při online, tak běžné komunikaci. Tato data lze najít v níže uvedeném grafu (Graf 5). Jak bylo očekáváno, akronymy jsou mnohem více aplikovány při komunikaci v prostředí internetu než v té běžné. Psaná forma totiž vybízí ke zkracování z důvodu časového i prostorového omezení. Žáci tedy potvrdili mou domněnku, že zkratkovitě spíš píše, než mluví z očí do očí. Je pochopitelné, že uživatel například zkratku BTW napíše, než řekne. Při reálné komunikaci použije velmi pravděpodobně spíš český ekvivalent „mimořádně“, případně celý anglický výraz „by the way“.

**Graf 5: Akronymy v běžné vs. online komunikaci**



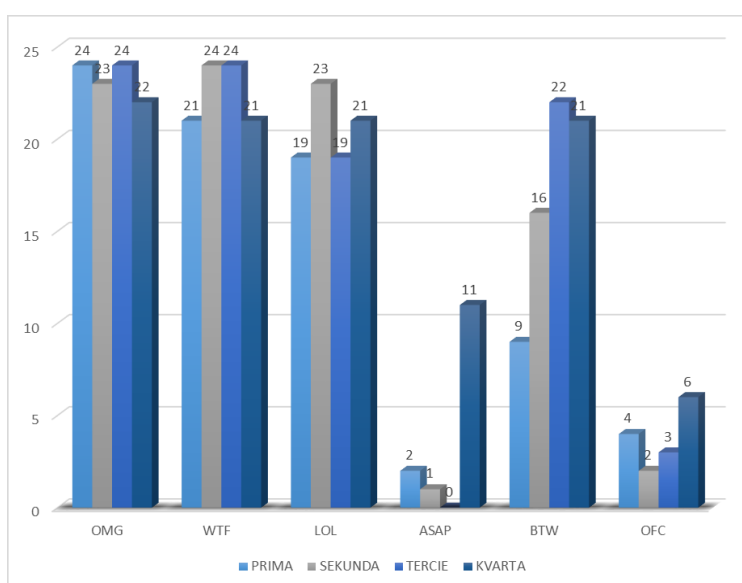
**Graf 6: Nejčastěji používané zkratky podle ročníku**



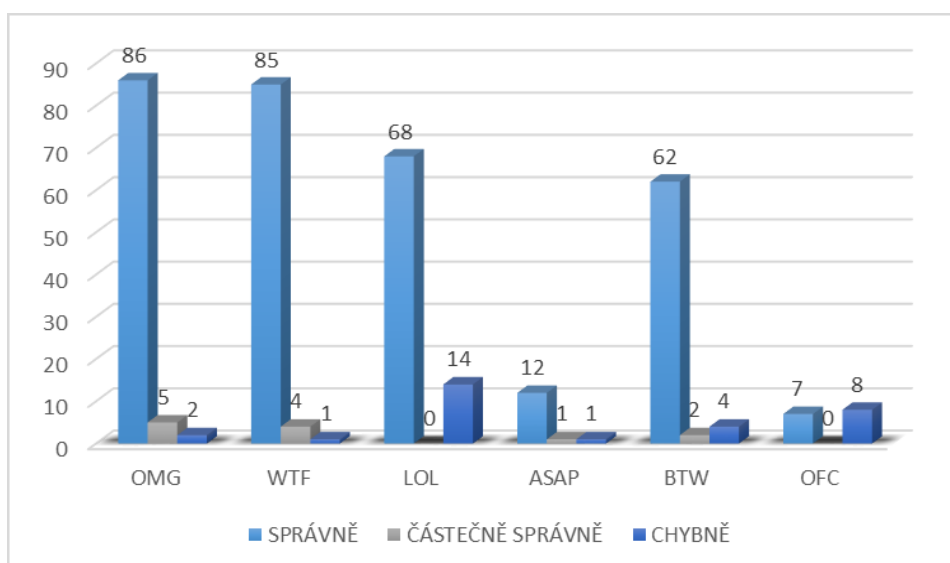
Jak vypověděly dotazníky, zkratky obecně jsou v prostředí internetu velmi oblíbené. Žáci měli možnost vybrat, jaké z uvedených zkratk oni sami využívají, a případně dopsat své vlastní. Z uvedených nejčastěji volily zkratku WTF, LOL a OMG. Respondenti z primy a tercie nejvíce používají OMG a WTF, naopak v sekundě jasně zvítězila zkratka LOL. Nikdo z celkového počtu žáků nevybral zkratku ASAP, a jak lze vidět v dalších grafech (Graf 7 a 8), většina ani nevěděla, co tento akronym znamená. Domnívám se, že právě tato zkratka je daleko více frekventovaná mezi zaměstnanci firem, neboť urguje vyřešení daného problému co nejdříve (as soon as possible).

V následujícím grafu (Graf 7) je znázorněno, jak se žáci pokusili vysvětlit uvedené zkratky. Úplně nejčastěji zkoušeli interpretovat zkratky i jimi zároveň nepoužívanější, a to konkrétně OMG a WTF. Dalo by se říci, že o vysvětlení těchto dvou konkrétních zkratek se pokusila téměř většina z nich. Dvě další, ale stále velmi často používané zkratky, jak nám ukázal Graf 6, LOL a BTW se pokusilo vysvětlit také velké procento žáků. Naopak zkratky ASAP a OFC se snažilo interpretovat jen poměrně málo z nich. Jasným důvodem je i to, že respondenti tyto zkratky nevyužívají, proto ani často neví, co by mohly znamenat. V kvartě pokusy o vysvětlení těchto akronymů byly, pravděpodobnou příčinou je již vyšší úroveň anglického jazyka.

**Graf 7: Počet žáků pokoušejících se vysvětlit uvedené zkratky**



**Graf 8: Vysvětlování zkratk**

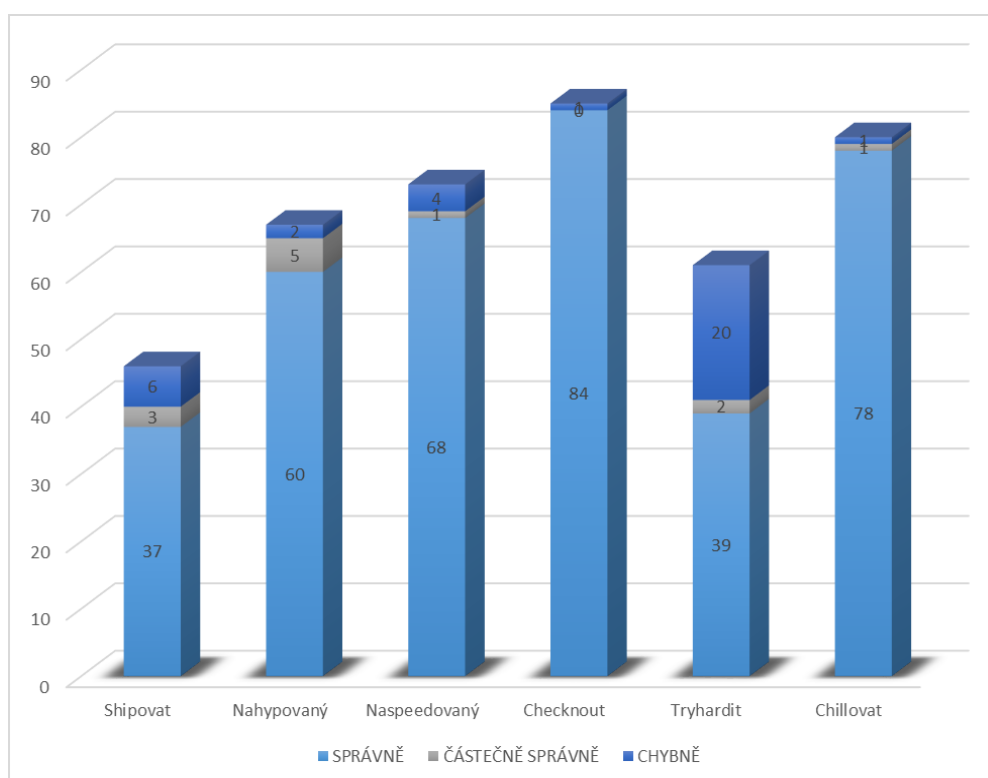


Vítězné zkratky OMG a WTF uměla správně vysvětlit naprostá většina respondentů (Graf 8). Ale i mezi nimi se našli tací, kteří vysvětlili dané zkratky částečně správně, nebo dokonce špatně. Větší problém pak činil akronym LOL (laughing out loud). Někteří žáci jej uměli vysvětlit pouze česky, ale věděli, co vyjadřuje. Lépe na tom byli ti, kteří akronym rozepsali v jeho anglické podobě. Vyskytlo se zde poměrně hodně žáků (konkrétně 14), kteří zkratce LOL vůbec nerozuměli a ani vysvětlení se neblížilo tomu, co má ve skutečnosti vyjadřovat čili hlasitý smích. Už v předchozím grafu (Graf 7) jsme viděli, že zkratku ASAP se pokusili vysvětlit téměř výhradně pouze žáci vyššího ročníku, tedy kvarty. Pravděpodobně pokročilejší věk, zkušenosti a větší znalosti angličtiny napomohla k porozumění této zkratky. Akronym BTW se pokusilo vysvětlit zhruba jen 62 % respondentů. Předchozí graf ukazuje, že největší část z nich patřila do tercie a kvarty. Zkratku OFC se snažilo interpretovat 15 osob, a jak vyplývá z předchozího grafu, šlo především o žáky kvarty. Zajímavá je snaha primánů OFC vysvětlit, většina z nich totiž tipla, že tato zkratka vyjadřuje „oficiálně“.

V poslední části dotazníku jsem se zaměřila na anglicismy. Všechna slova mají v češtině svůj ekvivalent, trend používání těchto anglicismů tedy proto, že by dané slovo v české slovní zásobě neexistovalo, ale spíše z důvodu snahy komunikovat moderně a na úrovni svých vrstevníků. Anglicismy obecně k nám pronikají díky zahraničním seriálům, YouTube videím a počítačovým hrám. Častý je proto jev, že dívky rozumí výrazům jako „shipovat“, chlapci naopak výrazům z herního prostředí – „tryhardit“ nebo „nahypovaný“.

Téměř naprostá většina žáků znala výraz „checkout“ a zároveň jej uměla i správně vysvětlit. Podobně na tom pak byli s výrazem „chillovat“. Anglicismy „nahypovaný“ a „naspeedovaný“ se sice pokusilo vysvětlit menší množství respondentů, většina z nich ho ale interpretovala správně. 61 % žáků se snažilo popsat pojem „tryhardit“, 20 % z nich odpovědělo ale zcela špatně. Úplně nejméně z žáků se pak pokusilo vysvětlit pojem „shipovat“, znalo ho pouhých 46 z nich, ale 37 odpovědělo naprosto správně. Nutno říci, že u tohoto výrazu dokázala význam vysvětlit spíše děvčata. Například v tercii dokázalo správně „shipovat“ vysvětlit 13 ze 14 dívek. Domnívám se, že zde hraje roli i třídní kolektiv a třídní vlivy, neboť právě v tomto ročníku byli 3 jedinci, kteří používají Twitter. V ostatních ročnících nebyl buď vůbec nikdo, nebo v kvartě jeden žák.

**Graf 9: Vysvětlování anglicismů**



Obecně si žáci tercie vedli ve vysvětlování pojmů velmi dobře. Z dotazníku vyplývá, že výrazy „chillovat“ a „checknout“ využívají poměrně běžně, a také jim naprosto správně rozumí. I v tomto ročníku se samozřejmě našlo tací, kteří výraz neznali, bylo jich ale opravdu jen pár.

Následující tabulka (Tabulka 4) ukazuje, jaké odpovědi žáci vybírali u anglicismů. Na otázku, zda daný výraz používají a jak mu rozumí, měli vždy možnost si zvolit mezi odpovědí „ano a vím“, „ano, ale nevím“, „ne, ale vím“ a „ne a nevím“. V této tabulce není znázorněno, zda žáci odpověděli správně, nebo špatně, pouze má naznačit, jak respondenti uvedené výrazy znají, používají a zda jim dle svého uvážení rozumí. Jak už jsme mohli vidět v předchozím grafu (Graf 9), žáci nejvíce odpověď „ano a vím“ vybírali u anglicismů „checknout“ a „chillovat“. U těchto výrazů se našlo 5–6 % žáků, kteří výraz znali, používali, ale sami zvolili variantu, že neví, co daný anglicismus znamená. Naopak nejméně odpovědí „používám a vím, co znamená“ žáci vybírali u „shipovat“, tam si necelých 50 % vybralo variantu „nepoužívám a nevím, co znamená“. Podle mého úsudku jsou velmi zajímavé anglicismy „nahypovaný“ a „naspeedovaný“, kde bylo poměrně velké množství respondentů, kteří výraz používali, ale nedokázali vysvětlit, co znamená.

Tabulka 4: Používání anglicismů

99 RESPONDENTŮ	Používáš někdy výraz shipovat někoho s někým, a víš co to znamená? Například: Evu kamarádi shipují s Petrem.				Používáš někdy výraz nahypovaný/nahajpovaný, a víš co to znamená? Například: Jsem nahypovaný, takže bude dneska dobrá hra.				Používáš někdy výraz naspeedovaný/naspídaný a víš co to znamená? Například: Náš králík je hrozně naspeedovaný.			
	Ano a vím	Ano, ale nevím	Ne, ale vím	Ne a nevím	Ano a vím	Ano, ale nevím	Ne, ale vím	Ne a nevím	Ano a vím	Ano, ale nevím	Ne, ale vím	Ne a nevím
PRIMA	4	1	0	21	13	6	1	6	20	3	1	1
SEKUNDA	6	2	0	18	19	2	1	4	20	1	0	5
TERCIE	18	1	2	3	17	6	1	0	20	2	1	1
KVARTA	11	3	5	4	11	5	4	3	11	5	0	7
<b>SOUČET</b>	<b>39</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>60</b>	<b>19</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>71</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
99 RESPONDENTŮ	Používáš někdy výraz checkout/zčeknout něco a víš co to znamená? Například: Zčekni ten nový seriál, je fakt dobrej.				Používáš někdy výraz tryhardit/trajhárdit a víš co to znamená? Například: I když jsem včera ve hře fakt trajhárdil, stejně jsme prohráli.				Používáš někdy výraz chillovat/čilovat a víš co to znamená? Například: Včera odpoledne jsem jen tak čiloval na gauči.			
	Ano a vím	Ano, ale nevím	Ne, ale vím	Ne a nevím	Ano a vím	Ano, ale nevím	Ne, ale vím	Ne a nevím	Ano a vím	Ano, ale nevím	Ne, ale vím	Ne a nevím
PRIMA	17	3	0	6	13	5	0	7	17	3	1	4
SEKUNDA	22	0	1	3	17	2	0	7	21	1	0	3
TERCIE	21	1	2	0	17	5	0	2	24	0	0	0
KVARTA	20	1	2	0	13	1	1	8	17	2	0	4
<b>SOUČET</b>	<b>80</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>24</b>	<b>79</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>11</b>

## ZÁVĚR

Současná generace dětí i dospělých je téměř denně napojena na digitální technologie, internet, sociální sítě a online počítačové hry. Všechny služby se neustále vyvíjí a přizpůsobují svým uživatelům, aby zaujaly co největší počet lidí.

Cílem mé práce bylo zanalyzovat specifika komunikace žáků nižšího gymnázia v prostředí sociálních sítí a poukázat na konkrétní trendy. Dnešním uživatelé už nejsou omezeni pouze na znaky, ze kterých by mohli sestavit emotikon, ale mají na výběr celou řadu dalších možností, jak svou emoci a náladu vyjádřit. Místo svých fotografií je teď trendem posílat Memoji a Avatary, kteří vypadají jako daný uživatel, a jsou dostupné v mnoha podobách emocí a stavů: smutku, smíchu, radosti, nebo třeba únavy.

Jak ukazuje teoretická část práce, forma jazyka v online prostředí vede ke zkracování a zjednodušování jazyka. Typické především pro psanou komunikaci jsou především akronymy, díky nimž ušetří uživatel někdy i poměrně dost času a místa v chatu. Bezpochyby zabere méně času napsat „ASAP“ než „co nejdříve to bude možné“. Ukázalo se, že žáci často akronymy využívají, protože je někde slyšeli, ale neví úplně přesně, co znamenají. Nejčastěji byl tento jev vidět u zkratky „LOL“, kdy respondenti odpovídali, že ji využívají, vysvětlit ji ale někteří neuměli vůbec, nebo jen částečně správně.

Dalším zkoumaným jevem byly anglicismy. I ty jsou mezi žáky relativně hodně využívány. Stejně jako u zkratk, i tady platí, že respondenti uvedeným příkladům nerozumí, ale často se to pojí s tím, že dané anglicismy sami nepoužívají. Jen několik málo z nich uvedené příklady užívali v reálném životě, a zároveň nevěděli, co vyjadřují. Domnívám se, že na vině je nízká úroveň angličtiny a málo životních zkušeností.



## **SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1: Graf jednotlivců v ČR zasílajících zprávy přes internet

Obr. 2: Memoji

Obr. 3: Výběr emoji

Obr. 4: Logo Facebook

Obr. 5: Logo Instagram

Obr. 6: Logo Snapchat

Obr. 7: Země nejvíce využívající aplikaci Snapchat

Obr. 8: Logo Twitter

Obr. 9: Země nejvíce využívající doménu Twitter

Obr. 10: Logo Tik Tok

## **SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Zastoupení dívek a chlapců podle ročníku

Graf 2: Oblíbenost sociálních sítí podle pohlaví

Graf 3: Oblíbenost sociálních sítí podle ročníku

Graf 4: Vulgarismy v běžné vs. online komunikaci

Graf 5: Akronymy v běžné vs. online komunikaci

Graf 6: Nejčastěji používané zkratky podle ročníku

Graf 7: Počet žáků pokoušejících se vysvětlit uvedené zkratky

Graf 8: Vysvětlování zkratek

Graf 9: Vysvětlování anglicismů

## **SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Počet uživatelů nejpoužívanějších sociálních sítí

Tabulka 2: Počet uživatelů nejpoužívanějších chatovacích aplikací

Tabulka 3: Počet uživatelů Facebooku a Facebook Messengeru

Tabulka 4: Používání anglicismů

## SEZNAM LITERATURY

### Tištěné zdroje

DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2018-0.

GREPL, Miroslav, KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Zdenka RUSÍNOVÁ, ed. *Příruční mluvnice češtiny*. Vyd 2., opr. [i.e. 3. vyd.]. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-980-5.

HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě: učebnice pro vys. školy*. Praha: SPN, 1980. Učebnice pro vys. školy.

HAVRÁNEK, Bohuslav a Alois JEDLIČKA. *Stručná mluvnice česká: [učebnice pro základní školy: upravené vydání podle nových Pravidel českého pravopisu z r. 1993]*. Vyd. 26., ve Fortuně 2. Praha: Fortuna, 1998. ISBN 80-7168-555-0.

HUBÁČEK, Jaroslav, Jana SVOBODOVÁ a Eva JANDOVÁ. *Čeština pro učitele*. Vyd. 2. Opava: Vademecum, 1998. ISBN 80-86041-30-1

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Zdenka RUSÍNOVÁ a Miroslav GREPL. *Příruční mluvnice češtiny*. Vyd. 2., opr. [i.e. 4. vyd.]. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012. ISBN 978-80-7106-624-8.

KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Olomouc: Hanex, 2007. ISBN 978-80-85783-78-0.

MARTINCOVÁ, Olga, 2004. *Nová slova v češtině: slovník neologizmů*. Praha: Academia. ISBN 80-200-1168-4

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

ŠMILAUER, Vladimír. *Nauka o českém jazyku*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1979. Pomocné knihy pro žáky.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-998-4.

## Elektronické zdroje

*Akronymum* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.cestinaveslovníku.cz/akronymum/>

*ANGLICISMY V ČESKÉM LEXIKU* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ANGLICISMY%20V%20%C4%8CESK%C3%89M%20LEXIKU>

BENÍČKOVÁ, Veronika. *Jazyková komunikace v sociálních sítích* [online]. Olomouc, 2011 [cit. 2020-05-20]. Bakalářská. Univerzita Palackého.

*Brand Guidelines* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.snap.com/en-US/brand-guidelines/>

DOČKAL, Daniel. *Devět let Twitteru: Vše začal památný první tweet z 21. března 2006* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/devet-let-twitteru-pamatny-prvni-tweet-z-21-brezna-2006>

Facebook [online]. 2019 [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://cs-cz.facebook.com>

*For Business* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://forbusiness.snapchat.com/>

HAVLIČKOVÁ, Šárka. *Rizika sociálních sítí* [online]. Praha, 2018 [cit. 2020-05-20]. Bakalářská. VYSOKÁ ŠKOLA REGIONÁLNÍHO ROZVOJE A BANKOVNÍ INSTITUT AMBIS, a.s.

*How to use Memoji on your iPhone or iPad Pro* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://support.apple.com/en-gb/HT208986>

*INSTAGRAM BRAND RESOURCES* [online]. [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://en.instagram-brand.com/>

*Internet používá před 80 % obyvatel Česka* [online]. 24. 3. 2020 [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/internet-pouziva-pres-80-obyvatel-ceska>

MORÁVEK, Patrik. *Řízení lidských zdrojů a sociální sítě* [online]. Hradec Králové, 2016 [cit. 2020-05-20]. Bakalářská. Univerzita Hradec Králové.



# PŘÍLOHA

Dobrý den,

ráda bych tě požádala o vyplnění dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce nesoucí název *Specifika slovní zásoby žáků nižších gymnázií v prostředí sociálních sítí*. Tvé odpovědi a postřehy jsou pro mou bakalářskou práci velice cenné, využiji je v praktické části své práce.

V tomto dotazníku je tvým úkolem odpovědět na předložené otázky. U většiny otázek jsou uvedeny varianty odpovědí a já tě prosím, abys označil tu, která nejlépe vystihuje tvůj názor.

U několika otázek tě prosím o vysvětlení konkrétního pojmu.

Dotazník je zcela anonymní.

1. Jsi:
  - a) dívka
  - b) chlapec
  
2. Ročník:
  - a) prima
  - b) sekunda
  - c) tercie
  - d) kvarta
  
3. Používáš ke komunikaci s kamarády sociální sítě (např. Facebook, Instagram atd.)?
  - a) ano
  - b) ne
  
4. Pokud ano, které sociální sítě používáš nejčastěji? (můžeš vybrat více odpovědí)
  - a) Facebook
  - b) Instagram
  - c) Snapchat
  - d) Twitter
  - e) jiné (Google+, Pinterest, TikTok)
  
5. Používáš ke komunikaci s přáteli i jiné služby, např. Skype, Viber, Hangouts, Whatsapp atd.?
  - a) ano
  - b) ne
  
6. Snažíš se při komunikaci v prostředí internetu používat spisovné výrazy?
  - a) ano, záměrně píšu spisovně
  - b) ano, ale většinou mě opravuje telefon
  - c) ne

7. Používáš v běžné komunikaci (ve škole, venku atd.) vulgární výrazy?
- ano, běžně
  - ano, občas
  - vulgárně mluvím výjimečně
  - ne, nikdy
8. Používáš vulgární výrazy při komunikaci na internetu?
- ano, běžně
  - ano, občas
  - vulgárně píšu výjimečně
  - ne, nikdy
9. Používáš při komunikaci na internetu zkratky, např. OMG, LOL, WTF, ASAP, BTW apod.?
- ano, běžně
  - ano, občas
  - výjimečně
  - ne, nikdy
10. Používáš zkratky v běžné komunikaci s kamarády?
- ano, běžně
  - ano, občas
  - výjimečně
  - ne, nikdy
11. Jaké z těchto zkratk používáš nejčastěji? Můžeš vybrat více možností. (Pokud žádné zkratky nepoužíváš, tuto otázku přeskoč.)
- OMG
  - WTF
  - LOL
  - ASAP
  - BTW
  - jinou (dopiš případně jakou):
12. Pokus se vysvětlit následující zkratku: OMG:
13. Pokus se vysvětlit následující zkratku: WTF:
14. Pokus se vysvětlit následující zkratku: LOL:
15. Pokus se vysvětlit následující zkratku: ASAP:



16. Pokus se vysvětlit následující zkratku: BTW:

17. Pokus se vysvětlit následující zkratku: OFC:

18. Používáš někdy výraz *shipovat někoho s někým*, a víš, co to znamená? Například: Evu kamarádi shipují s Petrem.

- a) ano a vím
- b) ano, ale nevím
- c) ne, ale vím
- d) ne a nevím

Pokud jsi vybral možnost, že víš, co to znamená, pokus se to prosím vysvětlit: ....

.....

19. Používáš někdy výraz *nahypovaný/nahajpovaný*, a víš, co to znamená? Například: Jsem nahypovaný, takže bude dneska dobrá hra.

- a) ano a vím
- b) ano, ale nevím
- c) ne, ale vím
- d) ne a nevím

Pokud jsi vybral možnost, že víš, co to znamená, pokus se to prosím vysvětlit: ....

.....

20. Používáš někdy výraz *naspeedovaný/naspídovaný*, a víš, co to znamená? Například: Náš králík je hrozně naspeedovaný.

- a) ano a vím
- b) ano, ale nevím
- c) ne, ale vím
- d) ne a nevím

Pokud jsi vybral možnost, že víš, co to znamená, pokus se to prosím vysvětlit: ....

.....

21. Používáš někdy výraz *checkout/zčeknout něco*, a víš, co to znamená? Například: Zčekni ten nový seriál, je fakt dobrej.

- a) ano a vím
- b) ano, ale nevím
- c) ne, ale vím
- d) ne a nevím

Pokud jsi vybral možnost, že víš, co to znamená, pokus se to prosím vysvětlit: ....

.....

22. Používáš někdy výraz *tryhardit/trajhárdit*, a víš, co to znamená? Například: I když jsem včera ve hře fakt trajhárdil, stejně jsme prohráli.
- a) ano a vím
  - b) ano, ale nevím
  - c) ne, ale vím
  - e) ne a nevím

Pokud jsi vybral možnost, že víš, co to znamená, pokus se to prosím vysvětlit:

.....

23. Používáš někdy výraz *chillovat/čilovat*, a víš, co to znamená? Například: Včera odpoledne jsem jen tak čiloval na gauči.
- a) ano a vím
  - b) ano, ale nevím
  - c) ne, ale vím
  - f) ne a nevím

Pokud jsi vybral možnost, že víš, co to znamená, pokus se to prosím vysvětlit:

.....

Děkuji za tvůj čas při vyplňování dotazníku, tvých odpovědí si velice cením.

Ludmila Červenclová, studentka Pedagogické fakulty Univerzity Palackého

## ANOTACE

<b>Jméno a příjmení:</b>	Ludmila Červenclová
<b>Katedra:</b>	Katedra českého jazyka a literatury
<b>Vedoucí práce:</b>	doc. Mgr. Kamil Kopecký, PhD.
<b>Rok obhajoby:</b>	2020

<b>Název práce:</b>	Specifika slovní zásoby žáků nižších gymnázií v prostředí sociálních sítí
<b>Název práce v angličtině:</b>	The Specification of Social Network Vocabulary used by Grammar School Students
<b>Anotace práce:</b>	Bakalářská práce je zaměřena na komunikaci mezi žáky nižšího gymnázia. Dále jsou podrobně rozepsané sociální sítě a jejich popularita ve světě. Teoretická část práce se zaměřuje na vliv sociálních sítí na reálnou komunikaci mezi žáky.
<b>Klíčová slova:</b>	komunikace, sociální sítě, akronymy, online, jazyk
<b>Anotace v angličtině:</b>	The bachelor thesis is focused on the topic of communication between Grammar School Students. Another part describes Social Networks and their popularity in the world. Theoretical part of the thesis focus on the impact of Social Networks on real communication between students.
<b>Klíčová slova v angličtině:</b>	communication, Social Networks, acronyms, online, language
<b>Přílohy vázané v práci:</b>	
<b>Rozsah práce:</b>	40 stran
<b>Jazyk práce:</b>	Český jazyk