

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra bohemistiky

Anglicismy v české terminologii z oblasti módy

Anglicisms in Czech terminology from the field of fashion

Bakalářská diplomová práce

Lucie Hrňová

Česká filologie

Vedoucí práce: Bláha Ondřej, PhDr. Ph.D.

Olomouc 2023

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní všechny použité zdroje a literaturu.

V Olomouci dne:

.....

Lucie Hrňová

Poděkování

Srdečně děkuji PhDr. Ondřeji Bláhovi, Ph.D., za poskytování cenných rad a za odborné vedení bakalářské práce. Mé poděkování patří i mé rodině a přáteli, kteří mě během psaní bakalářské práci plně podporovali.

Obsah

Úvod.....	6
1. Lexikální anglicismy v češtině.....	8
1.1 Stručná historie přejímání z angličtiny do češtiny.....	8
1.2 Fonologická a pravopisná adaptace anglicismů	10
1.3 Morfologická adaptace anglicismů.....	14
1.4 Slovtvorná adaptace.....	18
1.4.1 Derivace	19
1.4.2 Sufixace substantiv	20
1.4.3 Prefixace substantiv	23
1.4.4 Adjektiva.....	24
1.4.5 Verba.....	26
1.4.6 Konverze	28
1.4.7 Univerbizace	29
1.4.8 Abreviace	29
1.4.9 Kompozice	30
2. Výzkum	34
2.1 Úvod k výzkumu	34
2.2 Hypotézy.....	34
2.3 Volba a charakteristika excerpovaných materiálů.....	34
2.4 Databáze Neomat.....	36
2.5 Český národní korpus	36
2.6 Způsob analýzy.....	37
2.7 Volba a práce v korpusu	38
3. Analýza.....	39
3.1 Databáze Neomat.....	39
3.2 České ekvivalenty	45

3.3 Český národní korpus	50
4. Adaptace excerpovaných anglicismů	53
4.1 Pravopisná adaptace	53
4.2 Morfologická adaptace	54
4.3 Slovtvorná adaptace	55
Závěr	58
Anotace	60
Resumé.....	61
Seznam použité literatury a internetových zdrojů.....	63

Úvod

V této bakalářské práci se zabýváme anglicismy v české terminologii z oblasti módy. Řadíme zde tedy přejímky, které se využívají v módním světě jak při psané, tak mluvené komunikaci. V současné době se setkáváme s novými výrazy téměř denně a není tomu jinak ani v módním odvětví, které je velice produktivní na neologismy. Na nová slova můžeme narážet téměř všude, a to v televizi, rádiu, časopisech nebo na internetu. My si pro náš výzkum zvolili zejména internetové lifestyle časopisy, aby námi získané výrazy byly co nejaktuálnější. Mimo časopisy jsme se zaměřili i na videa nacházející se na platformě Youtube a na jeden tištěný titul. Toto téma se mi nabídklo svou aktuálností a zároveň každodenností, jelikož každý z nás je obkloповán módou a do značné míry o ni jeví zájem.

Cílem této práce je nashromáždit co nejvíce anglicismů užívaných v módním odvětví a následně je analyzovat na základě prostudované odborné literatury. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

V teoretické části se nahlédnutím do historie seznamujeme s přejímáním anglicismů do češtiny. V dalších kapitolách teoretické části, které pro nás budou výchozí v praktické části podrobně popisujeme na základě odborné literatury adaptaci přejímek do češtiny z fonologického, pravopisného, morfologického a slovtvorného hlediska.

V praktické části se věnujeme výzkumu, který se skládá z několika částí. Zásadní je pro tento výzkum excerpcce anglicismů z internetových a tištěných zdrojů. Přejímky jsou excerptované zejména z internetových zdrojů. Následně jsme přítomnost jednotlivých výrazů ověřili v databázi Neomat. U nashromážděných dat se snažíme na základě slovníků přiřadit k většině výrazům jejich český ekvivalent. Pro další část výzkumu volíme ty přejímky, které mají svůj český protějšek a vyhledáme jejich frekvenci v Českém národním korpusu, konkrétně v korpusu SYN2020. Výskyt zaznamenáváme v hodnotě i.p.m. a poté pak vypočítáme průměrnou hodnotu. Na závěr praktické části se věnujeme již zmíněným adaptacím anglicismů do češtiny. Zde vycházíme z odborné literatury použité v teoretické části a adaptace demonstrujeme na námi získaných výrazech.

Tato práce má za úkol přinést povědomí o nových anglicismech, se kterými se můžeme setkat v módní branži. Dále má poukázat na to, jak moc tyto výrazy pronikly do slovní zásoby současného českého jazyka a zda v něm mají svůj český protějšek.

V poslední řadě nás má seznámit s tím, jakým způsobem se dané výrazy dokážou adaptovat do češtiny a do jaké míry si zanechávají svou původní neadaptovanou podobu.

1. Lexikální anglicismy v češtině

Přejímání slov z cizích jazyků je dáno společenskými a ekonomickými změnami, technickým pokrokem a pestřejším uměleckým a kulturním životem. Děje se tomu tak zejména až v 20. století, kdy se intenzivněji sblížíme s národy, které nejsou našimi bezprostředními sousedy, a díky tomu se rozšiřuje i náš slovník. Čeština je silně ovlivňována angličtinou, a to se projevuje velkým nárůstem anglicismů zejména v rovině lexikální.¹ Dříve čeština přejímala cizí slova zejména z latiny, řečtiny, němčiny, francouzštiny, polštiny a ruštiny.

Z diachronního hlediska se ve vývoji češtiny střídala jistá benevolence s purismem, např. se čeština silně bránila přívalu cizích slov, pocházející zejména z němčiny, především z obavy ze ztráty národní identity.² Tyto puristické tendence, jak se zdá, slábnou až od 60. let 20. století. Paralelně k puristickým snahám u nás došlo k rozvoji purismu i v německých zemích. Pro puristy byla charakteristická láska k národu a mateřskému jazyku. Snažili se udržovat to, co odlišuje mateřský jazyk od jiných jazyků a odstranit tak cizí prvky.³

1.1 Stručná historie přejímání z angličtiny do češtiny

Ve větší míře se vliv anglicismů projevil po 1. světové válce, ale po roce 1948 částečně ustoupil. Opětovně se rozvinul od 60. let, a především po roce 1989. Klíčové postavení zaujímá anglosaský svět, který zprostředkovává největší příliv anglicismů do češtiny a odráží tak současnou orientaci světového společenství a společenského života na různé oblasti západní politiky, ekonomiky, filozofie a kultury.⁴

„Zpočátku se psaná podoba oproti původní anglické zjednodušovala, přizpůsobovala se české výslovnosti (českému čtení) anglického pravopisu. Mezi nejstarší patří zejména sportovní názvy jako *fotbal (football)*, *hokej (hockey)*, *volejbal*

¹ Bozděchová, Ivana: Vliv angličtiny na češtinu. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997, s. 271.

² Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 13.

³ Engelhardt, Gerhard: Český a německý purismus z konce 19. století. [online]. Naše řeč, r. 84, č. 5, 2001 [cit. 2021-01-12]. Dostupné z: http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7653#_ftn5

⁴ Bozděchová, Ivana: Anglicismy v českém lexiku. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), 2017, CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 2021-01-12]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ANGLICISMY%20V%20C4%8CESK%C3%89M%20LEXIKU>

(*volleyball*), *gól* (*goal*), názvy dopravních prostředků *trolejbus* (*trolleybus*), *tramvaj* (*tramway*) n. i jiná pojmenování z běžného života: *klub* (*club*), *víkend* (*weekend*) apod.“⁵

Za anglicismy jsou považovány i přejímky z jiných jazyků, které se do češtiny dostaly prostřednictvím angličtiny (*kánoe*, *totem*, *týpi*) z indiánských jazyků. Někdy se může jednat o internacionalismy (*vize*, *video*, *summit*), které jsou etymologicky latinského nebo řeckého původu, kdy je jejich cesta šíření nejasná, paralelní. Do češtiny velmi zřídka pronikají slova anglického původu skrz jiné jazyky. Např. u slov jako *park*, *parlament* nebo *esej* byla zprostředkujícím jazykem francouzština nebo u slova *pádlo*, *flitr* nebo *kraul* to byla němčina.⁶

Po r. 1989 se v důsledku zrušení cenzury uvolnil jazyk a tzv. vstup do Evropy si vyžadoval další sjednocování odborné terminologie. Pod vlivem překladů do češtiny pronikají též slova z různých odvětví anglickojazyčné beletrie, publicistiky nebo filmových scénářů.⁷

Velmi přínosným byl rozvoj komunikace na internetu ve 2. polovině 90. let, kdy si internetová komunikace vyžádala řadu anglicismů a přejímání z angličtiny se zrychlilo. Např. se objevilo slovo *browsení* „procházení internetu“, kdy se uplatnila též sémantická a formální podobnost se slovesem brouzdat: vzápětí už brouzdal po internetu a hledal informace.⁸

„Postavení angličtiny po r. 1989 kontinuálně sílí i ve školství, a to zvláště od veřejné debaty vedené v r. 2000 a 2001 o roli angličtiny ve vzdělávacím systému. Po r. 1989 byl po negativních zkušenostech s všeobecně povinnou ruštinou zaveden princip svobodné volby cizích jazyků.“⁹

⁵ Tamtéž.

⁶ Tamtéž.

⁷ Bozděchová, Ivana: Vliv angličtiny na češtinu. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997, s. 273.

⁸ Bláha, Ondřej: Čeština v kontaktech II: angličtina na vzestupu. In: Uličný, Oldřich a kol. Preliminária k moderní mluvnici češtiny. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015 s. 127–134.

⁹ Nekula, Marek: Encyklopedický atlas anglického jazyka. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 2005, s. 261.

1.2 Fonologická a pravopisná adaptace anglicismů

„Lexikální výpůjčky jsou v češtině adaptovány tak, aby obsahovaly pouze české fonémy, odpovídaly fonotaktickým pravidlům a měly českou přízvukovou strukturu.“¹⁰

Primární formou počešťování je náhrada cizích hlásek nejbližšími hláskami českými a tou je „projekce“ zdrojového fonologického systému do systému cílového. Např. u anglického slova *copyright* /ˈkɒpɪraɪt/ byly původním fonémům na základě hláskové podobnosti přiřazeny české fonémy /k o p i r a j t/. Koncovka /jt/ je foneticky příznaková, jelikož se vyskytuje zejména v přejatých slovech (*bajt*, *allright*).¹¹

Dalším způsobem počeštění je výslovnost podle psané formy, kdy jsou aplikována pravidla české výslovnosti psaného textu. Není tedy nahlíženo na fonologii slova v původním jazyce. „Příkladem může být slovo *tramvaj*, adaptované jako /tramvaj/ podle psané podoby *tramway*, přičemž hypotetická fonologická aproximace podle anglické fonologické podoby /ˈtræmweɪ/ by byla */trəmvej/.“ Pravopisné počešťování považuje ortoepie občas za problematické.¹²

Ortoepické příručky uvádějí, že je možné počeštělá slova vyslovovat, tak jak se vyslovují v původním jazyce. Může tomu být u citátů, vlastních jmen, běžné je to v mluvě mladistvých nebo v dnešní populární kultuře. Napodobení původní výslovnosti může být však nedokonalé, a to má za následek vybočení z jazykového systému, jelikož se mísí cizí a domácí fonologické prvky.¹³ Mohou vznikat formy hybridní, kdy je počeštěná jen část slova a druhá část se ponechává v původní podobě (*brifing*, *mítting*). Tyto formy nejsou úplně vhodné, ale uzuálně se i tyto formy uplatňují (*inženýring*, *klíring*).¹⁴

V publikaci Duběda a kol. (2014a) byl navržen systém osmi principů fonologické adaptace, který vychází z dosavadních výzkumů přejatých slov v češtině.

¹⁰ Bičan, Aleš: *Fonologie Českých anglicismů*. Praha: NLN – Nakladatelství Lidové noviny, 2020, s. 31 (1. vydání).

¹¹ Tamtéž, s. 31–32.

¹² Tamtéž, s. 32.

¹³ Tamtéž, s. 33.

¹⁴ Svobodová, Diana: *Internacionalizace současné české slovní zásoby*. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 33.

Tento systém však není míněn ortoepicky, ale snaží se zachytit možné způsoby fonologického zacházení s cizími slovy.¹⁵

1. **Fonologická aproximace:** nahrazení cizích fonémů českými na základě hláskové podobnosti, přesun přízvuku na první slabiku a fonotaktická normalizace, např. *ragtime* /'rægtajm/ → /rɛktajm/. Jedná se o nejpřirozenější způsob začlenění cizího lexika do přijímacího jazyka, při němž je fonetická podoba slova percepčně vyhodnocena a na základě zvukové podobnosti nově interpretována na pozadí fonologického systému češtiny.
2. **Grafická výslovnost:** česká výslovnost psané podoby, např. *tanker* → /tæŋkɛr/. Obchází se zvuková podoba slova v původním jazyce a cílová fonologická forma je založena pouze na písmu. Grafická výslovnost je možná i u slov, která obsahují cizí grafémy nebo neobvyklé grafotaktické sekvence.
3. **Původní (citátová) výslovnost:** jedná se o imitaci původní fonetické podoby, např.: *The Times* [ðə 'tʰaɪmz]. U původní výslovnosti a fonologické aproximace je široká přechodová zóna, v níž se vyskytuje hybridní výslovnostní podoba. Např. použití hlásek, které jsou „na půl cesty“ mezi a domácími a cizími.
4. **Analogie se zdrojovým jazykem:** užití výslovnostních pravidel, která se v původním jazyce vyskytují, ale neuplatňují se u daného slova, např. adaptace anglického slova *Gibson (guitar)* /'gɪbs(ə)n/ jako /d͡ʒɪpsɔnka/. „Častý výskyt analogií u výpůjček souvisí s periférností této kategorie lexika, jež se může projevovat nejistotou ohledně uзуální fonologické podoby.“
5. **Analogie s cílovým jazykem:** kontaminace domácím či zdomácnělým slovem, např. *sedan* /sɪ'dæŋ, sɔ'dæŋ/ ‚typ karoserie‘ → /sɛdan/. U tohoto slova je možné, že grafická výslovnost byla podpořena vzdálenou podobou s českým kořenem *sed-* a slovo tvornou příponou *-an*.

¹⁵ Bičan, Aleš: *Fonologie českých anglicismů*. Praha: NLN – Nakladatelství Lidové noviny, 2020 s. 33 (1. vydání).

6. **Vliv třetího jazyka:** ovlivnění (tranzitním) přechodným jazykem. Např. němčinou u nepřímé výpůjčky *šterlink*. Nebo u přímých výpůjček kontaminací třetím jazykem, např. francouzštinou u slova *designér*.
7. **Vliv univerzálií:** působení obecně platných, jazykově nesespecifických fonologických tendencí, např. anglické slovo *rump steak* /ˈrʌmpsteɪk/, kdy je v českém slovníku uveden výraz *rumpsteak/ramstek*. Tíhnutím k typologicky obvyklejší slabičné struktuře dochází k elizi /p/.
8. **Nejasně motivovaná výslovnost (anomálie):** patří zde změny, které nelze popsat žádným z výše uvedených principů. Např. slovo *smash* /ˈsmæʃ/, kde dochází ke změně frikativy na afrikátu. Zde se jedná spíše o zbytkovou kategorii než o adaptační princip.¹⁶

Za primární jsou považovány fonologické principy 1–3, jelikož mohou samy o sobě ovlivňovat podobu celého slova. Principy 4–8 patří mezi sekundární, protože působí méně často a obvykle ve spojení s principy primárními.¹⁷

Lze rozlišit čtyři situace při uplatnění dvou či více adaptačních principů:¹⁸

1. **Adaptace hybridní:** kombinace alespoň dvou principů v jednom morfému, např. *džungle* /dʒʊŋgle/ ← *jungle* /dʒʌŋg(ə)l/.
2. **Adaptace kompozitní:** kombinace alespoň dvou principů, kdy je jejich vliv vymezen morfologicky (nejčastější hranice mezi kořenem a afixem), např. *superbike* /ˈs(j)u:pəbaɪk/ → /supərbajk/, kde je kořenem *bike* fonologicky aproximován. Avšak předpona *super-* se díky analogii s latinským morfémem *super*, převzatým do češtiny, adaptuje dle grafiky.
3. **Adaptace paralelní:** konkurence nebí kombinace alespoň dvou principů, která vede k výslovnostním variantám, např. *tramp* /ˈtræmp/ → /tramp, trɛmp/.
4. **Adaptace indiferentní:** situace, při které aplikace obou principů vede ke stejnému výsledku, např. *test* /test/ → /tɛst/. Děje se tomu tak především u kratších slov složených z fonémů, které mají v obou jazycích podobný

¹⁶ Tamtéž s. 34.

¹⁷ Tamtéž s. 35.

¹⁸ Tamtéž s. 35.

vztah ke grafice; tato slova nejsou při adaptaci problémová a mají nízkou výslovnostní variabilitu.¹⁹

Za pravopisně adaptovaná považujeme slova typu *džus, skútr, spíkr*, kdy se tato slova skloňují i podle českých deklinačních vzorů. Některá slova jsou v češtině zdomácněná natolik dlouho, že už si neuvědomujeme jejich cizí původ (*salát, kapesník, talíř*). V češtině máme i řadu neadaptovaných slov (*beauty, bowling, müsli*), která se píšou původním pravopisem a ve většině případu se ani neskloňují.²⁰

J. Obdržálek uvádí základní způsoby grafické adaptace:²¹

1) převzetí

(a) grafické formy s anglickou výslovností (např. *laser* [lejzr])

(b) grafické formy s českou výslovností (např. *radar* [radar])

(c) grafické formy podle chybné výslovnosti (např. *volejbal*)

(d) původní anglické výslovnosti (např. *displej*)

(2) překlad (např. *computer – počítač*)

(3) náhrada jiným slovem: (např. *take away – jídlo sebou*)

Obdržálek považuje za progresivní „převzetí původní anglické výslovnosti“. Zároveň zdůrazňuje problémy s tím spojené. Díky více dialektům angličtiny není výslovnost jednotná, ale může se v některých případech lišit. Např. slovo *schedule* zní v britské výslovnosti [šedjúl] a v americké [skedžul].

V pravopisu často převládá nejednotnost, která je dána novostí slov a skutečností, kdy se jen část z nich vyskytuje v kodifikačních příručkách. P. Hauser zmiňuje, že pravopisné podřízení neznamená podřízení se českým pravidlům, např. psaní „z“ ve slově *emfáze* nebo psaní „t“ místo „th“ ve slově *téma*.²² Dochází však k určitému zpoždění proniknutí slova do slovní zásoby, jelikož se za kodifikaci psané podoby považuje zařazení do Pravidel českého pravopisu (které ovšem nenastává zdaleka u všech nových přejímek). Může se stát, že se určitý lexém vyskytuje ve stylově rozdílných textech v různé grafické podobě. V tomhle případě je vhodné brát

¹⁹ Tamtéž s. 35.

²⁰ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 31.

²¹ Obdržálek, Jan: O fyzikální terminologii. [online]. Naše řeč, r. 78, č. 3, 1995 [cit. 2021-20-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7246>

²² Hauser, Přemysl: Nauka o slovní zásobě. Praha: SPN, 1980, s. 53.

ohled na to, zda se slovo do češtiny dostalo primárně v podobě grafické nebo zvukové.²³

J. Rejzek se ve svém článku zmiňuje o problému grafické adaptace. Uvádí určité nepravidelnosti (např. *biftek*, *kraul*, *kečup*, *džungle*), kdy je těžké určit, zda je adaptace anglicismu podle původní grafické nebo výslovnostní podoby.²⁴

V dnešní době se setkáváme s dubletní podobou přejatého výrazu, kdy jsou obě varianty uznávány, např. *byte/bajt*, *cash/keš*, *gambler/gempler*. Ve většině případů se stane frekventovanější forma s počeštěným pravopisem.²⁵

„V současné době se však s jevem akceptování původní pravopisné podoby a výslovnostní podoby blízké původní výslovnosti setkáváme u stále většího počtu přejímek zejména z angličtiny, což je způsobeno vzrůstajícím počtem uživatelů s velmi dobrou znalostí angličtiny a také velkým počtem přejatých anglicismů.“²⁶

1.3 Morfologická adaptace anglicismů

Morfologická adaptace znamená přizpůsobení cizího lexému gramatickým kategoriím přijímaného jazyka.²⁷ Při této transformaci dochází souběžně k tvarotvorné a slovotvorné adaptaci, které jsou dále provázány ortografickými či výslovnostními adaptacemi.

Substantiva

Podle B. Bednaříkové se morfologická adaptace týká především substantiv. U adjektiv a verb dochází typicky k procesům slovotvorným. U substantiv jsou morfologickými kategoriemi jmenný rod, číslo, pád. Zásadní je pro morfologickou adaptaci kategorie rodu, jelikož deklinační typy českých substantiv jsou k jmennému

²³ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 33.

²⁴ Rejzek, Jiří: K formální adaptaci anglicismů. [online]. Naše řeč, r. 76, č. 1, 1993 [cit. 2021-20-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7106>

²⁵ Bozděchová, Ivana: Vliv angličtiny na češtinu. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997, s. 274.

²⁶ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 31–32.

²⁷ Bednaříková, Božena: Problematika morfologických adaptací přehled aktuálních paradigmat. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci. 2012, s. 7.

rodu vázány. Přejatá slova začleňujeme k danému deklinačnímu typu podle zakončení v nom. sg.²⁸

Adaptace substantiv

Tvar nom. sg. je pro substantivum (i pro další jmenné slovní druhy) základním tvarem a plní dvě funkce:

- a) funkci reprezentativní, slovníkovou – tvar nom. sg. zastupuje celé substantivní paradigma a slouží jako tvar slovníkový
- b) funkci rodově rozlišovací – každé substantivum je zařazeno k jednomu ze tří rodů (u maskulin je navíc relevantní zařazení do souboru maskulin životných/neživotných), a to obvykle, ač ne jednoznačně, dle tvaru nom. sg.

Nejčastěji se ke gramatickému rodu a danému deklinačnímu typu přiřazují jména ve výslovnosti zakončená shodně jako české deklinační vzory, což je také jeden z důvodů prosazování českého pravopisu podle výslovnosti (mask.: *set, mobil, summit, hardware*). Přesto dochází ke kolísání gramatického rodu a, nebo zůstávají některá cizí slova nesklonná. Zejména pokud jsou obtížně zařaditelná k českým vzorům (mask.fem./neutr.: *image*; mask.: *wellness, play-out*; fem.: *cash, summary, story, show*; neutr.: *reggae*).²⁹

Od substantiv se v češtině nejvíce odvozují příbuzná slova, a to hlavně adjektiva a slovesa (*dealerský, crossový, skytovat, tweetnout*). Méně je přímých výpůjček adjektiv (*fěr / fair*), jen výjimečně se přejímají slova příslušející k jiným (neohebným) slovním druhům (*ready, bye, all right*).³⁰

U přejatých substantiv životných je zachován rod přirozený, např.: mask. *šerif*, fem. *madam, miss*. U substantiv neživotných nebo neoznačujících rozdíl v pohlaví lidských bytostí či živočichů se uplatňuje princip formální (přiřazujeme vzor podle koncovky), případně princip sémantické analogie.³¹

²⁸ Tamtéž s. 9.

²⁹ Bozděchová, Ivana: ANGLICISMY V ČESKÉM LEXIKU. 2017 In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 2022-11-10]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/ANGLICISMY_V_ČESKÉM_LEXIKU

³⁰ Tamtéž.

³¹ Bednaříková, Božena: Problematika morfologických adaptací přehled aktuálních paradigmat. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci. 2012, s. 10.

Formální princip

- Ø nulová koncovka → většinou maskulin (PÁN, HRAD, MUŽ, STROJ)
- -a → většinou femininum (ŽENA)
- -o → většinou neutrum (MĚSTO)
- -í → většinou neutrum (STAVENÍ)

Tomu odpovídá i řazení přejatých substantiv:

- Ø → mask.: *gejzír (-u)*, *bridž (-e)*
- -a → fem.: *mikina (-y)*, *liga*
- -o → neutr.: *echo (-a)*, *fiasko*
- (-e, -i: většinou neutr.: *rande*, *kombi*)³²

Princip sémantické analogie

Některá neobvykle zakončená substantiva mohou být rodově zařazena dle sémantické analogie, na základě synonymie s domácí slovní zásobou:

- a) vokalické zakončení: *avenue – ulice*, *jury – porota*, *whisky – viska*, *pálenka*
- b) konsonantické zakončení – *pop-music – hudba*, *superstar – hvězda*

Ukazatelem rodu je při nesklonnosti kongruence: „A superstar stále chyběla! To byla ale nudná show.“³³

Nesklonná substantiva

„Určitou část přejímaných lexémů tvoří substantiva, která buď zůstávají trvale neadaptována, nesklonná, nebo prodělávají komplikovanější morfologický vývoj od nesklonnosti k deklinaci, doprovázený často kolísáním ve vyjadřování gramatických kategorií.“ Mezi nesklonná substantiva podle Jitky Mravinacové nejvíce patří neutra (*fantasy*, *love story*, *talk show*, *karaoke*). „Gramatické významy vyjadřují prostřednictvím syntaktické struktury a z tvarů kongruentních větných členů. V rámci syntagmatu mívají tato substantiva často střední rod, který se chápe neutrální, čímž je zároveň ve shodě s angličtinou vyjádřen protiklad k přirozenému rodu živých bytostí.

³² Tamtéž s. 10.

³³ Tamtéž s. 11.

Rod může být ovlivněn i jinými faktory, např. asociací s významově blízkými lexémy: *fantasy* (s./ž.), *know-how* (s./m.), *talk show/talkshow* (ž./s.).³⁴

Jinak se mohou morfologicky adaptovat substantiva s původní plurálovou koncovkou -s/-es (*skinheads – skinheadi*). Plurálový význam tak vyznívá souborně a hromadně (*oldies, pampers, cookies, public affairs*). Dále je pro češtinu příznačné přidávání české plurálové koncovky -y (někdy za původní anglickou koncovku -s/-es) *chips – chipsy, corn flakes/cornflakes – kornfleksy/kornflejky/kornfleky*.³⁵

Adjektiva a verba

U adjektiv a sloves dochází ke slovotvorným procesům (k derivaci nebo procesu využívajícímu tvarotvorných formantů, tedy k procesu, který je blízký konverzi), a tedy i ke slovotvorné adaptaci. To proto, aby u cizích slov byla možná česká adjektivní a slovesná flexe, *fair* → *fěrový* (sufixace), *click* → *kliknout* (změna morf. charakteristiky, proces blízký konverzi). U adjektiva *fěrový* došlo k adaptaci adjektivního slovotvorného formantu, a to sufixu -ov-, který přinesl adjektivní způsob deklinace (tvrdý deklinační typ MLADÝ, -ý). Sloveso *kliknout* vzniklo přejetím z anglického slova *click*, kdy došlo k procesu blízkému konverzi. Bylo využito souboru tvarotvorných formantů konjugačního typu 2. slovesné třídy TISKNOU, inf. formant -nou(t). Ve slově *kliknout* došlo i k adaptaci (orto)grafické.³⁶

Podle Mravinacové adjektiva cizího původu, které jsou od počátku zformována českými sufixy, nelze jednoznačně považovat za adaptovaná přejatá adjektiva. Většinu z nich tvoří adjektiva relační, jež se formálně a obsahově vztahují k přejatým substantivům (např.: *fulltext – fulltextový, teleshopping – teleshoppingový*). Některá adjektiva zůstávají nesklonná, a to např. adjektiva kvalitativní, např.: *crazy, free, hot, cool, high*.³⁷

³⁴ Mravinacová, Jitka: Přejímání cizích lexémů. In Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005. s. 194.

³⁵ Bozděchová, Ivana: ANGLICISMY V ČESKÉM LEXIKU. 2017 In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2022-11-10].

Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/ANGLICISMY_V_ČESKÉM_LEXIKU

³⁶ Bednaříková, Božena: Problematika morfologických adaptací přehled aktuálních paradigm. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci. 2012, s. 7–8

³⁷ Mravinacová, Jitka: Přejímání cizích lexémů. In Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005. s. 196.

Není tedy vždy jasné, zda můžeme nesklonné výrazy považovat za přejatá adjektiva. Pokud se nacházejí ve funkci substantiva a zároveň v přívlastkových pozicích.

Slovesa cizího původu se dokážou přizpůsobit české tvaroslovné soustavě a jejich adaptace pro češtinu je nezbytná. Mnohdy je nemožné rozlišit, zda se jedná o adaptované anglické slovo nebo pouze o sloveso derivované od substantiva v češtině (angl. *raft* subst. – *raft* verb. čes. *raft* – *raftovat*), tyto dva mechanismy se od sebe neliší. „Nutnost přizpůsobit přejímaná slovesa českému morfologickému systému hned při prvním použití se netýká kategorie vidu. Většinou se očekává, že vytváření vidových korelací bude mít charakter postupného procesu, neboť předpokládá odvozování nových sloves. Nová vrstva slov však ukazuje, že vidová adaptace probíhá velmi rychle, v některých případech v podstatě okamžitě.“³⁸

Nejčastěji se slovesa odvozují pomocí formantu *-ova-* (*smskovat*, *faxovat*, *stylovat*). V neformální komunikaci a běžně užívané řeči je produktivní derivace kmenotvornou příponou *-nou-*. Často se tento způsob derivace objevuje v nespisovném jazyce. Jedná se o slangismy a hovorové perfektivní varianty sloves, kdy jejich základy mohou mít podobu jak původní, tak počeštěnou (*upgrade* – *upgrejdnout*, *call* – *callnout*, *check* – *čeknout*). „Některá slovesa mohou mít tvary odvozené oběma výše zmíněnými formanty, jež se liší videm a mimo jiné také mírou stylistického příznaku hovorovosti, např.: *buknout a bukovat*, *hacknout a hackovat*, *kicknout a kickovat*, *mailnout a mailovat* apod.“³⁹

1.4 Slovtvorná adaptace

„Slovtvorná adaptace anglicismů souvisí se stupněm jejich adaptace pravopisné, výslovnostní, popřípadě morfologické. Buď jde o přejímání hotových, slovtvorně utvářených pojmenování z angličtiny (zejména u formálně obdobných typů), nebo o tvoření slovtvornými postupy a prostředky analogickými s postupy domácími, od anglických základů.“⁴⁰

³⁸ Tamtéž s. 202.

³⁹ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 72.

⁴⁰ Bozděchová, Ivana: Vliv angličtiny na češtinu. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997, s. 275.

Substantiva jsou nejčastěji tvořena derivací, kompozicí nebo zkratkovým tvořením, adjektiva derivací či konverzí a verba derivací.

Většinou nejsou přejímány izolované nebo nezávislé lexémy, ale spíše skupiny slovtvorně spjatých lexémů (*skener/scanner – scanning – scan*). Lexikální jednotky jsou propojeny slovtvornými vztahy existující v angličtině a jejich kategoriální významy jsou vyjádřeny různými formami. Ty se mohou lišit slovnědruhovou příslušností. Východiskem pro tvoření dalších slov se může stát každá lexikální jednotka z této skupiny.⁴¹

Substantiva mají největší předpoklad pro to stát se výchozími přejatými lexémy při vytváření slovtvorných paradigmat uvnitř českého lexikálního systému. Běžně je přejímáno několik substantiv téhož paradigmatu společně, kdy substantiva zastoupena v takových skupinách náležejí k různým slovtvorným typům (*hacking – hack – hacker/haker, lobby – lobbying, managing – management, paging – pager*).⁴²

Nejčastěji jsou nové lexémy tvořeny od skloňovaných substantiv, ale i nesklonná substantiva mohou být slovtvornými motivanty (*know – how – know – howista; graffiti – graffitista/graffitář*).⁴³ Často dochází k derivaci zkratků a zkratkových slov (*PC – písíčko/pécéčko, CD – cédéčko, CD-ROM – cédéromka*). Podle Bozděchové se při tvoření slangových výrazů využívá více jazyk mluvený než psaný, kdy je v profesním slangu produktivní proces univerbizace (*floppy disk – flopáč, texták – textový editor*).⁴⁴

1.4.1 Derivace

Odvozování je pro češtinu základním způsobem tvoření nových slov. Na základě slova motivujícího se pomocí slovtvorných formantů (prefixy, sufixy), tvoří slovo odvozené (derivované).⁴⁵ K anglickému základu se tedy připojí český afix (prefix, sufix) a dochází tak k adaptaci původně anglického slova a přizpůsobení se

⁴¹ Mravinacová, Jitka: Přejímání cizích lexémů. In: Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005. s. 204.

⁴² Tamtéž, s. 204.

⁴³ Tamtéž, s. 205.

⁴⁴ Bozděchová, Ivana: Vliv angličtiny na češtinu. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997, s. 276.

⁴⁵ Rusínová, Zdenka: DERIVACE. 2017 In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 2022-18-10].

Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/DERIVACE>

flexivní češtině. V centru slovní zásoby se tak nacházejí slova již slovotvorně a mluvnicky adaptovaná.

1.4.2 Sufixace substantiv

Obecně je pro češtinu při sufixaci substantiv příznačný velký počet přípon.⁴⁶ Vedle substantiv, u nichž je fundace/motivace jednoznačná (*bavit* → *bavič*), stojí substantiva, u kterých fundace/motivace jednoznačná není a je proto nutné brát v potaz možnost paralelní fundace/motivace. Paralelně fundovány mohou být například neologické názvy osob: a) substantivem a slovesem (*drogař* ← *drogovat*, tj. drogař, uživatel drog), b) substantivem a adjektivem (*pohodář* ← *pohodový*, tj. pohodář, kdo je klidný), c) několika substantivy (*thatcherista* ← *Thatcherová*).⁴⁷

Dále Opavská uvádí, že „o paralelní fundaci/motivaci více substantivy lze hovořit například u názvů sportovců souvztažných s názvy sportů s formantem *-ing*. Východiskem se zde může stát slovo označující určitou činnost nebo prostředek k této činnosti (*snowboarding* → *snowboardista*, *snowboardař*), tak přeжатé slovo označující osobu sportovce, ke kterému pak vznikají na domácí půdě slovotvorné varianty (*snowboarder* → *snowboardista* → *snowboardař*).“⁴⁸ K paralelní fundaci–motivaci dochází i tehdy, kdy lze hodnotit fundované/motivované slovo jako univerbát, kdy je název osoby fundován/motivován víceslovným pojmenováním a slovem určujícím (*investigativec* ← *investigativní žurnalista*).⁴⁹

Odvozená substantiva rozdělujeme do tří slovotvorných kategorií, a to mutační, transpoziciční a modifikační. U první kategorie mutační se lexikální význam mění, slovnědruhový význam buď zůstává nebo se také mění.⁵⁰ Do této kategorie řadíme pojmenování osob – názvy konatelské a činitelské, názvy obyvatelské, názvy nositelů, vlastností apod. Z onomaziologického hlediska rozdělujeme pojmenování osob na konatelská a činitelská jména. „Nová konatelská jména mohou být motivována pojmenováním předmětu činnosti, který osoby vytvářejí, jímž se zabývají, o který se starají, který používají apod., názvem místa, kde pracují atd.“⁵¹

⁴⁶ Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 1. 1. vyd. Praha: Academia, 1986, s. 231.

⁴⁷ Opavská, Zdeňka: Nová pojmenování osob. In: Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia, 2005, s. 22.

⁴⁸ Tamtéž, s. 22.

⁴⁹ Tamtéž, s. 23.

⁵⁰ Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 1. 1. vyd. Praha: Academia, 1986, s. 233–287.

⁵¹ Opavská, Zdeňka: Nová pojmenování osob. In: Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia, 2005, s. 26.

U druhé kategorie transpoziční zůstává lexikální význam zachován a mění se pouze slovnědruhový rámec, slovní druh. Tato kategorie obsahuje pouze pojmenování vlastností a dějů. U třetí kategorie modifikační dochází k obměně lexikálního významu a zachování slovnědruhového rámce (např. deminutiva a augmentativa, názvy přechýlené, názvy mláďat apod.⁵²

Podle Svobodové lze přejatá substantiva rozdělit na základě jmenných rodů a formálních a sémantických skupin, k nimž jsou v češtině přiřazována. Rozdílné jsou zejména formanty, kterými jsou jména odvozována v rámci onomaziologických kategorií. Ty je možno dělit na domácí a přejaté, avšak u nově přejatých slov se jedná o tvoření hybridní (přejatý základ + český formant). Při odvozování substantiv se nejčastěji využívá sufix *-ař, -ář* (*pizzař, technař*).⁵³

Velké množství přejatých substantiv z angličtiny tvoří pojmenování osob podle profesní činnosti. Základovými slovy jsou slovesa a dějová jména (*moderovat – moderátor*).⁵⁴

Nejčastěji se při pojmenování osob uplatňují sufixy *-ař/-ář, -er/-ér, -ák* a *-ista*. Při pojmenování profese jsou nejproduktivnější sufixy sufix *-ař/-ář* (*butikář, nákupář, dálničář*) a *-ista* (*designerista, galerista, specialista*). Suffixy *-ař/-ář, -ák* a *-ista* využíváme i u pojmenování sportovců (*surfař, fitnessák, fotbalista*). Mohou se však vyskytovat varianty, které se odlišují svou frekvencí v užívání (*skejtař – skejťák, raftař – raftař – raftáček, snowboarder – snowboardař – snowboardista*).⁵⁵

Dále jsou anglicismy přejímány v původních gerundiálních či participiálních tvarech se sufixem *-ing*, které je počesťován na *-ink*. Výrazy se mohou vyskytovat ve dvou i více grafických podobách (*briefing – brífing – brífink, meeting – mítink, marketing – marketink*). Jedná se o substantiva pojmenovávající druhy činnosti nebo jejich výsledky. Avšak tento význam může být někdy posunut a substantiva mohou mít nedějový význam (*parking, styling, piercing*). V původním tvaru zůstávají

⁵² Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 1. 1. vyd. Praha: Academia, 1986, s. 233–287.

⁵³ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 56–58.

⁵⁴ Opavská, Zdeňka: Nová pojmenování osob. In: Martinová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia, 2005, s. 21.

⁵⁵ Tamtéž, s. 26–28.

anglicismy v běžném, zájmovém a profesním jazyce (*bowling, modeling, shopping, holding, casting*).⁵⁶

Vyskytují se i názvy přechýlené z maskulina na femininum, kdy je užito sufixu *-ka* (*moderátor – moderátorka, arborista – arboristka, manažer – manažerka*).⁵⁷

Podle Opavské můžeme přechýlená substantiva rozdělit do strukturně-sémantických skupin.⁵⁸ Do první skupiny řadíme pojmenování podle profese (např. *vizážista – vizážistka, dýdžej – dýdžejka, zprávař – zprávařka*). Druhou skupinou tvoří pojmenování podle profesní a zájmové sportovní činnosti (*snowboardista – snowboardistka, fitnesák – fitnesačka, skejťák – skejťačka*). Do třetí skupiny spadají substantiva týkající se hudebního žánru (*rocker – rockerka, punker – punkerka, rapper – rapperka*).⁵⁹

Dále do skupiny pojmenování podle charakterizačního příznaku můžeme zařadit substantiva jako *workoholička* nebo *pohodářka*. Patří zde i pojmenování podle charakterizačního příznaku v konkrétní činnosti (*numeroložka, záhadoložka*). Charakterizační může být i daný předmět, který osoba užívá (*mobilista – mobilistka, heroinista – heroinistka, interneták – internetáčka*).⁶⁰

Substantiva derivovaná v rámci modifikační slovotvorné kategorie jsou deminutiva, jež jsou utvořena od neutrálních výrazů pomocí sufixu *-ik* (*drinčik, flirtik, restik*), *-ek* (*fotbálek, sexiček, protokůlek*), *-ka* (*gameska, tequilka, kolorka*).⁶¹

Substantiva mnohdy využívají cizího sufixu *-er*, kdy mohou být motivovány slovesem (*dealovat – dealer, squatovat – squater, cheatovat – cheater*).⁶²

Sufixace patří k nejproduktivnějším slovotvorným procesům při pojmenování. „Při vzniku nových pojmenování se střetávají dva základní jazykové principy – princip analogie a anomálie. Pravděpodobnost, že se daná nově utvořená lexikální jednotka přesune z periferie slovní zásoby blíže k jejímu centru, se zvyšuje úměrně s tím, zda byla utvořena analogicky podle slovotvorných pravidel v systému již fungujících, a tedy zda reprezentuje některý z produktivních slovotvorných typů. Setkáváme se však

⁵⁶ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 54.

⁵⁷ Opavská, Zdeňka: Nová pojmenování ženských osob. In: Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia, 2005, s. 43.

⁵⁸ Tamtéž, s. 42.

⁵⁹ Tamtéž, s. 44.

⁶⁰ Tamtéž, s. 47–48.

⁶¹ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 59.

⁶² Mravinacová, Jirka: Přejímání cizích lexémů. In: Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia, 2005, s. 206.

i s celými soubory jednotek, jejichž realizace je spojena s porušováním slovtvorných zákonů a pravidel, které přesto mají šanci stát se plnoprávnými členy systému. Pravděpodobnost jejich integrace do systému je závislá na tom, zda toto porušení má povahu pouhého spontánního vybočení z normy (které je často ovlivněno snahou po aktualizaci jazykového projevu), či zda jde o porušení normy, které má charakter strukturní změny.“⁶³

1.4.3 Prefixace substantiv

Substantiv anglického původu, která by využívala prefixů, není mnoho. Oproti sufixaci se jedná spíše o proces stojící na periférii odvozování.

Podle Mluvnice češtiny 1 rozlišujeme prefixy na pravé (nepředložkové) a sufixy nepravé (předložkové). Mezi pravé prefixy patří *ne-*, *pra-*, *pře-*, *pa-*, *sou-*, a *spolu-*. Nepravé prefixy se dělí na vlastní: *nad-*, *pod-*, *před-*, *pří-*, *přes-*, *do-*, *od-* a nevlastní: *proti-*, *mezi-*, *místo-*, *spolu-*.⁶⁴

„Z domácích předpon je trvale nejproduktivnější prefix *ne-*, uplatňující se při vyjádření lexikální negace.“ Negaci lze vyjadřovat i pomocí latinského prefixu *anti-* (*antielitářství*, *antireforma*, *antirasista*), nebo domácího prefixu *bez-* (to se více projevuje u adjektiv), negovaná substantiva s prefixem *bez-* se vyskytují ojediněle.⁶⁵ Dále se mohou vyskytovat substantiva s latinským prefixem *post-*, který je synonymní s domácím prefixem *po-*. Oba prefixy vyjadřují čistě časový význam. V substantivní prefixaci se tento prefix užívá zřídka, vyjadřuje zejména významový odstín.⁶⁶

Početná jsou substantiva se slovesným prefixem *re-*, kdy je možné mnohé z nich považovat za paralelně motivované, protože se vztahují ke slovesu a jednak k neprefigovanému substantivu (*reinstalace*, *reanalýza*, *redefinice*).⁶⁷ Prefix *re-* má vyjadřovat novost nebo opakovatelnost.

Produktivní jsou i substantiva s prefixem *sub-*, vyjadřující nižší postavení v určité hierarchii (*subdoména*, *subprogram*, *subverze*). Významem opačným je prefix

⁶³ Ziková, Markéta: Substantivní neologismy a jejich parasystémový charakter. Naše řeč, r. 84, č. 2., s. 81-89. 2001 [cit. 2022-19-10]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7613>

⁶⁴ Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 1. 1. vyd. Praha: Academia, 1986, s. 313.

⁶⁵ Kochová, Pavla: Prefixace u nových substantiv. In: Martincová, Olga Neologismy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia, 2005, s. 78-79.

⁶⁶ Tamtéž, s. 80.

⁶⁷ Tamtéž, s. 80.

super-, který má dávat najevo určitou nadřazenost a vyšší postavení (*superliga*, *superkoncern*, *superbanka*).⁶⁸

Uplatňují se i slovotvorné prvky, které mají po stránce významové a funkční vlastnosti jak předpon, tak kořených morfémů. Uplatňují se dva typy, kdy se část z nich postupně přehodnocuje z původně plnovýznamových komponentů v prefixy: z domácích *polo-*, *pidi-*; z internacionálních *mega-*, *maxi-*, *mikro-*, *mini-* (*polodemokracie*, *pidistrana*, *megaprojekt*, *maxipárty*, *mikropůjčka*, *miniagentura*). Mají za úkol přidat nebo naopak ubrat na intenzitě významu druhé části slova.⁶⁹

Na závěr Kochová uvádí že: „Prefixace představuje v nejnovější slovní zásobě produktivní slovotvorný způsob. Nápadná je zejména aktivizace internacionálních prefixů. Prefixace se prolíná s afixoidním tvořením, mezi oběma slovotvornými způsoby existuje neostrá hranice, zejména pokud jde o repertoár slovotvorných prvků.”⁷⁰

1.4.4 Adjektiva

Jitka Mravinacová uvádí: „Adjektiva cizího původu, jež jsou od počátku zformována českými sufixy, nelze jednoznačně považovat za adaptovaná přejatá adjektiva. Většinu z nich tvoří adjektiva relační, jež se formálně a obsahově vztahují k přejatým substantivům (*street – streetový*, *skate – skejtový*, *teleshopping – teleshoppingový*, *marketing – marketingový*).“⁷¹

Dále poukazuje na to, že není jasné, zda nesklonné výrazy užívané ve funkci substantiv a zároveň v přívlástkových pozicích je možno považovat za přejatá adjektiva. Jde totiž o lexémy, jež nejsou slovnědruhově vyhraněné, a syntagma, v nichž fungují jako přívlásky (*gay klub*, *last minute zájezdy*, *squash centrum*), lze interpretovat i jako spojení substantiv. Slova jako *gayský*, *lastminutový*, *squashový* považujeme tedy spíše za adjektiva odvozená od přejatých substantiv než za adaptovaná přejatá adjektiva.⁷²

Podle Svobodové dělíme adjektiva cizího původu do tří základních kategorií:⁷³

⁶⁸ Tamtéž, s. 81.

⁶⁹ Tamtéž, s. 82.

⁷⁰ Tamtéž, s. 83.

⁷¹ Mravinacová, Jitka: Přejímání cizích lexémů. In Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005. s. 196.

⁷² Tamtéž, s. 197.

⁷³ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 64.

1. adjektiva nesklonná, nedotvořená českými sufixy, užívaná v původním tvaru ve funkci atributu v syntagmatech hybridních se substantivy domácimi i přejatými z cizích jazyků
2. adjektiva vyskytující se z hlediska formy ve více podobách, tj. v původním neohebném tvaru i v podobě sufixálně derivované, a to se zachováním pravopisné podoby původní i se základem počestěným
3. adjektiva derivovaná, nejčastěji od substantivních, adjektivních a verbálních základů

Základní způsob adaptace probíhá za pomoci domácích slovtvorných formantů, kdy je u adjektiv tvořených od původních substantivních nebo adjektivních základů využito převážně sufixů *-ový, -ský, -cký, -ní* a *-ný*.⁷⁴

Mnohá adjektiva zůstávají nesklonná, popřípadě procházejí morfologickým vývojem vedoucím ke vzniku slovtvorně adaptovaných podob (např. kvalitativní adjektiva – *crazy, free, cool, hot*).⁷⁵

Nejvíce se adjektiva relační zakončena na sufix *-ový* odvozují od nových substantiv cizího původu, a to nejčastěji od anglických substantiv mužského rodu zakončených v nominativu singuláru na souhlásku (*laser – laserový, notebook – notebookový, sitcom/ sitcom – sitcomový*) nebo od dějových jmen s formantem *-ing* (*casting – castingový, leasing – leasingový*) a od internacionalizmů s latinsko-řeckými základy (*hospicový, mediový*).⁷⁶

Adjektiva se sufixem *-ový* jsou také často dovozena od apelativizovaných proprií (*oscarový, mcdonaldový, pokémonový*), zkratk (*esemeskový, cédéčkový, béčkový*), a od složenin (*e-mailový, e-byznysový, m-bankingový*).⁷⁷ Dále je u adjektiv velice produktivní sufix *-ní*. Nová adjektiva vyjadřují v adjektivně-substantivních spojeních ve vztahu ke svým základovým substantivům význam obecně vztahový, účelový, význam objektu, příslušnosti, totožnosti a význam vztahově kvalifikační (*videoherní, mikroplatební, investigativní*). Většina adjektiv na *-ní* má význam obecně

⁷⁴ Tamtéž, s. 65.

⁷⁵ Tamtéž, s. 197–198.

⁷⁶ Světlá, Jindra: Nová adjektivní pojmenování. In Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005. s. 102.

⁷⁷ Tamtéž, s. 102.

vztahový.⁷⁸ Ojedinele se u adjektiv při slovotvorné adaptaci vyskytuje sufix *-ný* a to např. u slova *reálný*.⁷⁹

Vztahová adjektiva jsou tvořena pomocí sufixu *-ský/-cký* od obecných jmen osob, kdy jsou nejčastěji odvozována od substantivních názvů osob zakončena na sufix *-ář/-ár* nebo *-er* (*pohodářský, depkařský, hackerský, sprejerský*).

Ojedinele se vyskytují i adjektiva vztahově kvalifikační u kterých se při tvoření uplatňují základní formanty vztahových adjektiv. U těchto adjektiv vyplývá kvalifikační příznak ze vztahu k věci samé a je obohacen hodnotícím nebo kvalifikačním významovým komponentem. Vznikají tak nová desubstantivní adjektiva s významem podobnosti, kterých v neologické vrstvě češtiny není mnoho (např. sufixem *-ovský* – *svalnatí rambovští muži, barbínovská manželka, mečiarovský efekt*).⁸⁰

1.4.5 Verba

Podle Svobodové obecně platí, že slovesa se adaptují především slovotvorně domácími slovotvornými formanty a bez větších problémů se začleňují do českých konjugačních paradigmat.⁸¹

Olga Martincová podotýká že je obtížné určit, na kterém pojmenovacím způsobu se slovesa zakládají, zda sloveso vzniklo derivací, adaptací cizojazyčného lexému, zda je o neosémantismus nebo o přejímku apod. Např. sloveso *bikovat* lze pokládat za odvozené od přejatého substantiva *bike*, tak za adaptaci anglického slovesa *bike*.⁸²

Slovesa se nejčastěji odvozují pomocí formantu *-ova-* a nově vzniklá slova pak můžeme zařadit ke 3. slovesné třídě ke slovesu *kupovat* (*akceptovat, disponovat, digitalizovat*). V současné češtině je tento sufix nejproduktivnějším formantem a slova se jím derivují téměř neomezeně. Slovesa se derivují nejčastěji z anglických substantivních základů, méně často z adjektivních nebo verbálních. Z hlediska formální adaptace se jedná o slovotvorné základy v pravopisné podobě původní i

⁷⁸ Tamtéž, s. 105.

⁷⁹ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 69.

⁸⁰ Světlá, Jindra: Nová adjektivní pojmenování. In Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005. s. 113.

⁸¹ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 70.

⁸² Martincová, Olga: Nová slovesná pojmenování. In Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005. s. 120.

počeštěné.⁸³ Formantem -ova- mohou být odvozena i slovesa od zkratkových slov (nedokonavá: *smskovat, esemeskovat*, nedokonavá: *zasmskovat, proesemeskovat*).⁸⁴

V neformální komunikaci a běžném jazyce je při derivaci velmi produktivní kmenotvorná přípona -nou-. Vznikají tak dokonavá slovesa s významovým odstínem okamžitosti, jednorázovosti a ukončenosti slovesného děje náležející ke 2. slovesné třídě. Často se jedná o nespisovné výrazy a slangismy (*upgrade* → *apgrejdnout/upgrejdnout*, *call* → *callnout*, *check* → *čeknout*). Některá slovesa mohou být odvozená oběma formanty, kdy se liší videm (*buknout/bukovat*, *hacknout/hackovat*, *mailnout/mailovat*).⁸⁵

„Častým fenoménem u morfologicko-slovtvorně adaptovaných sloves bývá další fáze jejich zdomácnění utvořením prefigovaných perfektivních tvarů, neboť slovesa přejatá z jiných jazyků, resp. odvozená od přejatých základů, jsou chápána jako obouvidová, resp. tzv. vidově nevyhraněná, neurčitá, vágní, a mají charakter jak sloves nedokonavých, tak dokonavých.“⁸⁶ I když slovesa již obsahují prefix mohou mít charakter jako slovesa neprefigovaná a postupnou adaptací slovesných tvarů dochází k dotváření vidové dvojice sekundární prefixací (*odrekreovat, zremasterovat*).⁸⁷

Základní význam bývá dotvářen různými prefixy, kdy nejčastější jsou: *Do-* (dodatečná aktivita, dokončení), např.: *dodefinovat, dofinancovat, doinstalovat*. *Na-* (vytvoření něčeho, naplnění aktivity, fixace, zasažení dějem), např.: *namixovat, nascanovat, nadrogovat*. *O-* (opatření něčeho něčím), např.: *očipovat, oskenovat, oxeroxovat*. *Od-* (zbavit, odstranit, ukončit aktivitu, absolvovat děj), např.: *oddiskutovat, odvirovat, odkomentovat*. *Pro-* (provedení aktivity naskrz, utrácení financí prostřednictvím činnosti), např.: *proklikat, profetovat*. *Pře-* (udělat znova, jinak), např.: *přeformátovat, přelogovat, přeinstalovat*. *Při-* (přiblížit se k něčemu), např.: *přiscrollovat/přiskrolovat, přilogovat*. *U-* (vykonat něco, unavit se), např.: *ufinancovat, uchatovat (se), umobilovat (se)*. *Vy-* (vykonat určitou aktivitu směrem ven, úplně), např.: *vyautovat, vyfuckovat, vyresetovat, vyspekulovat*. *Z-* (význam čistě

⁸³ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 70.

⁸⁴ Tamtéž, s. 72.

⁸⁵ Tamtéž, s. 72.

⁸⁶ Tamtéž, s. 73.

⁸⁷ Tamtéž, s. 73.

vidový), např.: *zdigitalizovat*, *zglobalizovat*, *zmedializovat*. *Za-* (zakrytí, vyplnění nebo omezování), např.: *zabukovat*, *zadotovat*, *zakliknout*.⁸⁸

Dalším běžným jevem jsou opisné tvary sloves, kterých je součástí anglicismus, např.: *dát do ignorance* (ignorovat), poslat link (dát adresu), *jít out* (odejít). Některá přejatá slovesa dostávají nový význam, např.: *exnout* (zemřít) → „vypít najednou“, *na ex*“.⁸⁹

1.4.6 Konverze

Ivana Bozděchová uvádí, že rozdíly mezi češtinou a angličtinou, které ovlivňují proces počešťování nejvíce spočívají v rozdílech mezi anglickou konverzí a českou flexí.⁹⁰

Josef Filipec a František Čermák chápou konverzi více směry:

- a) přechod slova do jiného slovního druhu bez změny formy
- b) funkční změnu s nulovým odvozováním
- c) specifický slovotvorný proces spojený se změnou významu slova a jeho syntaktické funkce, případně i slovního paradigmatu⁹¹

První dvě pojetí odpovídají konverzi v angličtině (homonymní typ), třetí pojetí je chápáno velmi široce (nehomonymní typ). Příklady, které se přiřazovaly k pojmu konverze, např. nehomonymní tvoření slov pouhou změnou tvaroslovné charakteristiky (*lovit – lov*, *prohrát – prohra*, *zelený – zelenat*) jsou dnes chápány jako transflexe (odvozování slov změnou tvaroslovného paradigmatu).⁹²

Edvard Lotko ve svém Slovníku lingvistických termínů pro filology definuje konverzi takto: „tvoření nového slova změnou jeho tvaroslovné a slovnědruhové charakteristiky, derivace bezafixální (např. *zlý – zlo*, *veselý – vesele*, *lovit – lov*) ; přechod slova z jednoho slovního druhu do druhého beze změny formy n. určitého slovního tvaru k jinému slovnímu druhu (např. *nemocný – adjektivum*, *substantivum*, *celkem – substantivum*, *adverbium*)“.⁹³

⁸⁸ Tamtéž, s. 73–76.

⁸⁹ Tamtéž, s. 76.

⁹⁰ Bozděchová, Ivana: Vliv angličtiny na češtinu. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997, s. 274.

⁹¹ Filipec, Josef, Čermák, František: Česká lexikologie. Praha: Academia, 1985. s. 104.

⁹² Tamtéž, s. 104.

⁹³ Lotko, Edvard: Slovník lingvistických termínů pro filology. Olomouc: Univerzita Palackého, 1999, s. 58.

Božena Bednaříková ve své knize Slovo uvádí že konverze je: „morfologický, z formálního hlediska neadiční proces, sloužící slovnědruhové, a to slovotvorné transpozici. Je to morfologický proces slovotvorný/onomaziologický proces, jehož formantem je změna morfologické charakteristiky slovnědruhové. Konverze sice slouží slovotvorbě, ale pojmenovávací proces/proces nominace, jemuž slouží, je vyvolán syntaktickými potřebami.“⁹⁴

1.4.7 Univerbizace

Jedná se o transformaci víceslovného pojmenování na jednoslovné (*řidičský průkaz* → *řidičák*). Výsledný univerbát má nejčastěji strukturu adjektivního členu a určovaného substantiva (*absolventský koncert* → *absolventák*), případně určovaného substantiva a substantivního členu určujícího (řidič tiráku → *tirák*).⁹⁵

„Univerbáty jsou úspornější, lépe se skloňují a jsou vhodnějším východiskem pro derivaci nežli víceslovná pojmenování, jsou však méně explicitní (tento nedostatek je neutralizován kontextem). Nejvíce se uplatňují v běžné mluvě, v profesním a slangovém vyjadřování, často při převádění víceslovných pojmenování z odborné a administrativní komunikační sféry (*mistrák, občanka*). Univerbizované jednotky bývají nespisovné, pronikají však i do spisovného jazyka a mohou se stát neutrálnějšími nežli původní kolokace (srov. *fotoaparát* × *fotografický aparát, minerálka* × *minerální voda*), omezeněji vstupují do spisovné češtiny univerbizované jednotky se sufixem *-ák* a jednotky hybridní.“⁹⁶

1.4.8 Abreviace

Z důvodů jazykové ekonomie je tvoření zkratk a zkratkových slov pro češtinu běžné. Při krácení se redukují slova nebo víceslovné pojmenování na některé hlásky nebo slabiky. Zkratka a plná podoba mají stejný význam, jsou pouze dvěma různými výrazovými prostředky nesoucí stejný význam. Kvůli jazykové ekonomii převládá zkratka, kdy je její původní podoba potlačena (*laser, Čedok*). Zkratka se tak stává samostatná a představuje sémantickou a morfologickou jednotku.⁹⁷

⁹⁴ Bednaříková, Božena: Slovo a jeho konverze. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009, s. 149.

⁹⁵ Hladká, Zdeňka: Univerbizace. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [2022-24-10].

Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/UNIVERBIZACE>

⁹⁶ Tamtéž.

⁹⁷ Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 1. 1. vyd. Praha: Academia, 1986, s. 517.

Nejčastější je užívání zkratk iniciálových, které se zapojují do nejnovější slovní zásoby (*ODS, IČO, KČ*). Výslovnost některých iniciálových zkratk ukazuje zajímavé neologické rysy. Přibývá totiž zkratk, u kterých se uzualizuje výslovnost podle angličtiny, a to je projevem internacionalizačních tendencí (*CD* – [cé-dé], [sí-dý], *PC* – [pí-sí], [pé-cé], *IT* [í-té], [aj-tý]). Objevují se i zkratky, u kterých se uplatňuje výslovnost pouze podle angličtiny (*DJ* [dýdžej], *PR* [pí-ár], *VIP* [ví-aj-pí]). Většina zkratkových slov je neohebná a tato neohebnost se eliminuje přidáním sufixu (*CD* [céděčko], *DVD* [dévéděčko], *SMS* [esemeska]).⁹⁸

Z odvozených slov mohou vznikat další odvozeniny a vznikají tak slovtvorná hnízda (*NATO* – *natovský, natovec, natoizace*; *PC* – *pécéčkový/písíčkový, pécečkář/písíčkář, pécečkářský/písíčkářský*; *SMS* – *esemeskový, esemeskovat, esemeskovač*).⁹⁹

Vznikají deriváty od zkratk v písemné iniciálové podobě, a to se projevuje hybridním zápisem výsledných útvarů. Velkými písmeny se píše základový výraz a malými písmeny odvozovací prvky (*DJ* – *DJka, DJský, DJovat*). Avšak užívají se i podoby psané malými písmeny (*dýdžejka, dýdžejský, dýdžejovat*).¹⁰⁰

Dochází i ke tvoření kompozit od iniciálových zkratk (*Rh-faktor, C-vitamin, U-rampa*). Stejně jsou tvořena kompozita, která využívají prefixů (*mini-* – *mini-PC*) nebo sufixů (*-téka* – *DVD-téka, -man* – *MP3-man*).¹⁰¹

Často se zkratky vyskytují v přívlastkové pozici, v níž se přehodnocují v nesklonná přídavná jména. František Daneš tento jev nazval slovoslednou adjektivizací (*CD* – *CD přehrávač, VIP* – *VIP hosté, IT* – *IT manažeři*).¹⁰²

1.4.9 Kompozice

U Slangových výrazů je tento slovtvorný proces méně častý. Tento postup se využívá zejména tam, kde je předlohou víceslovné pojmenování a jde o snahu jednoslovného pojmenování (univerbizace). Frekventované jsou složeniny hybridní, které využívají mezinárodních slovních základů (*auto, foto, moto*).¹⁰³

⁹⁸ Kochová, Pavla: Nové iniciálové zkratky. In: Martincová, Olga Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia, 2005, s. 242–243.

⁹⁹ Tamtéž, s. 243.

¹⁰⁰ Tamtéž, s. 244.

¹⁰¹ Tamtéž, s. 245.

¹⁰² Tamtéž, s. 245–246.

¹⁰³ Hubáček, Jaroslav: O českých slanzích. Ostrava: Profil, 1981, s. 166.

Složeniny rozlišujeme na vlastní a nevlastní (spřežky). Složeniny nevlastní vznikají pouhým sloučením syntakticky spojených slov. Je možné je rozdělit, avšak se změněným slovosledem (*okamžik – mžik oka*). Složeniny vlastní nemůžeme rozdělit, jelikož první nebo druhá část nejsou samostatným slovem. Uplatňují se až ve složenině (*samoobsluha*). První část bývá většinou zakončena na samohlásku *-o* (*vodotěsný*), *-e* (*dějepis*), *-i* (*tisícikoruna*).¹⁰⁴

Velká škála nově přejatých slov se klene od odborných výrazů (*brainstorming*, *brainwashing*, *paragliding*) až k hovorovým a slangovým pojmenováním, kdy u některých slov došlo k počestění, včetně slovtvorné roviny (*lovestory – lovestorka/lavstorka*, *Greenpeace – grínpisák*, *secondhand – sekáč*). Tvoří tak synonyma, k již užíváním původním spisovným verzím.¹⁰⁵

Bozděchová uvádí, že: kompozita vytvořené čistou kompozicí tvoří základ dalších odvozených slov. Čistá kompozice je proces jednoduchý a slovtvorné tvoření spočívá v pouhé kompozici, která se bezprostředně týká označovaného pojmu představeného onomaziologickou bází. Komplexní postup je proces dvoustupňový, který zahrnuje derivaci a konverzi a vlastní kompozice nezasahuje onomaziologickou bází, nýbrž složky onomaziologického příznaku. Pojmenovávací hodnota složeniny tvořené komplexními postupy stojí blíže derivovaným slovům než složeninám tvořeným čistou kompozicí.¹⁰⁶

U složenin jsou vedle shodných typů některé rozdíly. Čeština i angličtina mají kompozita germánská, v nichž určující složka předchází před určovanou (*earthquake – zemětřesení*, *waterfall – vodopád*), i románská, v nichž určovaná složka stojí před určující (*pickpocket – kapesní zloděj*, *sawbones – řezník*).¹⁰⁷

Diana Svobodová se ve svém článku „Anglická a hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace“ pozastavuje nad tím, proč je v češtině tak mnoho kompozit i přesto, že v češtině svůj ekvivalent mají. Často to lze vysvětlit pouze snahou o „modernost“ a „mezinárodnost“ vyjadřování.¹⁰⁸

¹⁰⁴ Hauser, Přemysl: *Nauka o slovní zásobě*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1980, s. 150–151.

¹⁰⁵ Svobodová, Diana: *Internacionalizace současné české slovní zásoby*. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 86.

¹⁰⁶ Bozděchová, Ivana: *Tvoření slov skládáním*. 1. vyd. Praha: Institut sociálních vztahů, 1994, s. 188.

¹⁰⁷ Dušková, Libuše: *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*. Praha: Academia, 1994, s. 19.

¹⁰⁸ Svobodová, Diana: *Anglická hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace*. *Naše řeč*. [online] 1999, r. 82, č. 3, s. 122–126 [cit. 2022-11-06]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7515>

Z hlediska formálního postupu skládání rozlišuje na dva typy kompozit:¹⁰⁹

- a) složeniny bez spojovacího elementu (*cornflakes*)
- b) složeniny se spojovacím elementem (*handicap*)
- Z hlediska formálního přizpůsobení češtině:¹¹⁰
 - a) složeniny původní, pravopisně neadaptovaná, neskloňné
 - b) složeniny morfologicky adaptované s původním pravopisem
 - c) složeniny adaptované pravopisně i morfologicky
 - d) hybridní složeniny

Z hlediska syntakticko-sémantického:¹¹¹

- a) koordinační s komponenty sémanticky rovnocennými (*cash & carry*, *fifty-fifty*)
- b) subordinační s komponenty determinujícími a determinovanými (*freeshop*, *snowboard*)

Některá anglická kompozita se mohou řadit do více skupin, protože se vyskytují v českých textech jako skloňná i neskloňná (*interview – interviewem*, *pop-star – pop-starem*).¹¹²

Přejaté složeniny je pak nutné zařazovat ke gramatickým rodům. „Anglická substantiva přijímají v češtině rod podle přirozeného rodu, včetně rozlišení na životné a neživotné u maskulin, a/nebo podle příslušného zakončení v základním tvaru: angl. *businessman* – čes. *byznysmen* (m. živ.).“¹¹³

Svobodová do hybridních složenin řadí i kompozita, u kterých je jeden komponent adaptován a druhý komponent je neadaptován. Pravopisná adaptace tak proběhla pouze částečně.¹¹⁴

Dále Svobodová dělí hybridní kompozita do následujících skupin, v nichž jsou jednotlivé komponenty představovány těmito typy výrazů:¹¹⁵

¹⁰⁹ Tamtéž.

¹¹⁰ Tamtéž.

¹¹¹ Tamtéž.

¹¹² Tamtéž.

¹¹³ Nekula, Marek: Anglicismy v češtině. In Viereck, Wolfgang, Karin Viereck a Heinrich Ramisch. Encyklopedický atlas anglického jazyka. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. 2005. s. 270.

¹¹⁴ Tamtéž.

¹¹⁵ Svobodová, Diana: Anglická hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace. Naše řeč. [online] 1999, roč. 82, č. 3, s. 122–126 [cit. 2022-11-06]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7515>

- a) ortograficky neadaptovaný anglicismus – český výraz (starší výpůjčka): *faxtelefon*
- b) český výraz (starší výpůjčka) – morfologicky adaptovaný anglicismus: *filmtip, krimithriller, radiohit*
- c) český výraz (starší výpůjčka) – nesklonný anglicismus s původním pravopisem: *Čundrcountry, pseudostory*
- f) český výraz (starší výpůjčka) – ortograficky adaptovaný anglicismus: *autokempink, cyklokros, kinotéka*
- h) anglicismus ortograficky neadaptovaný – anglicismus adaptovaný ortograficky i morfologicky: *bigbít (bigbeat), milk-šejk (milk-shake), striptýz (striptease)*

....

Vladimír Mejstřík uvádí: „Spojování „zkrácených“ výrazů s domácími základy v složenině tvoří hlavní oblast tzv. hybridního tvoření v užším slova smyslu. Samy „zkrácené“ výrazy se však v češtině chovají rozdílně.“¹¹⁶

- a) např. *auto, rádio, kilo*, existují i jako samostatná slova a jsou synonymní s výchozí cizí složeninou (*auto – automobil*).
- b) např. *elektro, gramo, moto, velo, stereo* jsou ekvivalentní s výchozí cizí složeninou jen v některých svých rysech. Mají povahu kořených morfémů. Jsou nesklonné.

„Nejčastějšími hybridními složeninami jsou opět substantiva, méně častá jsou adjektiva (většinou odvozená od substantiv) a adverbia (odvozená od adjektiv), hybridní slovesná kompozita jsou velmi řídká.“¹¹⁷

¹¹⁶ Mejstřík, Vladimír: Tzv. hybridní složeniny a jejich stylová platnost. [online]. Naše řeč. r. 48, č. 1, 1965 s. 1-15 [cit. 2022-11-06]. Dostupný z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5091>

¹¹⁷ Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007, s. 93.

2. Výzkum

2.1 Úvod k výzkumu

Předmětem této práce je shromáždění a následná analýza přejatých anglicismů do češtiny z oblasti módy. Shromažďování materiálů probíhalo zejména z článků a textů na sociálních sítích, videí a rozhovorů datujících se mezi roky 2019-2022. Pro tento výzkum bylo nejvhodnější a nejaktuálnější využít internetové zdroje, proto jsou tištěné zdroje zastoupeny pouze jedním titulem. Do excerpovaných anglicismů spadají zejména slova typická a týkající se módního průmyslu, ale i slova, která mohou najít své využití i v jiných odvětvích, např. v marketingu.

2.2 Hypotézy

Cílem práce jsou následující hypotézy:

1. Z dostupných zdrojů (videa, rozhovory, seriály, texty na sociálních sítích, knihy) nashromáždít alespoň 200 anglicismů.
2. Dále zjistit, které anglicismy dosud nejsou v češtině doloženy (např. v databázi Neomat).
3. Zhodnotit, mají-li některé z anglicismů přesný český ekvivalent.
4. Zjistit frekvenci jednotlivých anglicismů a jejich českých ekvivalentů v korpusu.
5. Na závěr diplomantka vyšetří, jak se anglicismy z oblasti módy adaptují do češtiny po morfologické stránce.

2.3 Volba a charakteristika excerpovaných materiálů

Analyzování probíhalo zejména v internetových lifestylových magazínech: Elle.cz, Vogue.cz, Harpersbazaar.cz, Cosmopolitan.cz, Femina.cz, Refresher.cz, Heyfomo.cz, Freshjam.cz. V další řadě z Youtube kanálů RefresherCZ a THEMAGcz. A v poslední řadě z knihy Because of Fashion od Jakuba Ferance (2017).

Naše zdroje obsahují především módní magazíny určené pro ženy, které jsou vydávány jak v tištěné, tak internetové podobě. Magazíny se zaměřují především na módu a krásu, ale i na zdraví, celebrity a vztahy. Podstatné zastoupení mají i poměrně nové webové platformy, které cílí na muže, ženy a mimo módu přináší i informace o cestování, politice a kultuře.

- *Cosmopolitan.cz* – magazín zaměřující se na módu, krásu, vztahy, zdraví a celebrity. Cílí na mladší generaci žen.
- *Elle.cz* – módní magazín pro ženy. Název v překladu z francouzštiny znamená „ona“.
- *Femina.cz* – webový magazín pro ženy obsahující. Zabývá se módou, krásou, obsahuje recepty, horoskopy a je zde možnost využít i diskusní fórum na různá témata.
- *Freshjam.cz* – lifestyleový portál nejen pro ženy, ale i mužům přináší informace o módě, hudbě nebo cestování. Nabízí i e-shop s vlastní dámskou a pánskou módou.
- *Harpersbazaar.cz* – nejdéle působící módní magazín zaměřující se na módní trendy, krásu a svět showbyznysu.
- *Heyfomo.cz* – novější platforma pro mladou generaci. Přináší nejaktuálnější novinky a trendy ze sociálních sítí, poměrně často ze sociální sítě TikTok. Cílí jak na dívky, tak chlapce a tematicky se věnuje módě, cestování, politice, vzdělání, filmům a seriálům. Obsahuje i recepty, rozhovory a recenze.
- *Refresher.cz* – lifestyleový magazín pro mladou generaci vycházející v Česku i na Slovensku. Pokrývá nejrůznější témata, např. módu, gastronomii, historii a kulturu.
- *Vogue.cz* – časopis se zaměřením na módu, design a životní styl, ale také publikuje i články o umění, kultuře a politice. Vogue je považován za nejvlivnější módní časopis na světě.

Pro naši analýzu jsme zvolili i Youtube kanály, na kterých jsme se zaměřili na rozhovory a reportáže týkající se lifestyle. Kanály působí delší dobu a jsou stále aktivní, proto mohou poskytnout velké množství aktuálních výrazů ze světa módy.

- *RefresherCZ* – jedná se o kanál již jmenovaného lifestyleového magazínu Refresher.cz. Obsahuje různé rozhovory, reportáže, ankety s řadou známých osobností a náhled do různých kulturních událostí.
- *THEMAGcz* – jedná se o médium, které přišlo jako první s konceptem zpráv pro mladé. Informuje o novinkách ze světa módy, tenisek a hudby formou videí. Konkrétně se zaměřuje na streetwear a rapovou hudbu.

V tištěné podobě jsme analyzovali pouze jeden titul *Because of Fashion* od street style fotografa *Jakuba Ferance* vydaný roku 2017. Kniha podává realistické nahlédnutí do českého světa street tylu a seznamuje nás s řadou osobností a influencery z odvětví módy, kultury, sportu, umění a médií. Nejsou zde k nalezení obsáhlé texty a články, ale pouze fotografie osobností, kdy každá z nich hlásá vlastní citát nebo moudro týkající se módy.

2.4 Databáze Neomat

Databáze Neomat je elektronický neologický archiv, který je budován od začátku 90. let 20. století. Tvoří významnou část materiálů sbírek oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český AV ČR, v. v. i. Shromažďuje veškeré neologismy tištěných a internetových médií a slovníků. Pojímá texty ze všech funkčních stylů, zejména texty publicistické, v menší míře beletrii a překladovou literaturu. Při excerpci se ohlíželi na aktuální témata, která sebou doba přinášela (např. ekologie, životní styl apod.) a soustředili se i na texty z různých zájmových oblastí. Takové zaměření pokračovalo až do roku 2005 a také od tohoto roku je archiv Neomat koncipován širěji, jako archiv lexikální dynamiky (registrující i nové slovesné vazby apod.). Databáze je neustále obohacována o nový textový materiál a opakovaně se aktualizuje v pravidelných týdenních intervalech. Sběr probíhá z elektronických textových archivů (např. databáze společnosti NEWTON Media, a. s.) a internetových zdrojů. Díky této databázi vznikly slovníky: *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 1* (1998), *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 2* (2004) a *Neologizmy v dnešní češtině* (2005). Zpřístupňování archivu probíhalo na etapy: v roce 2011 bylo zveřejněno 132 000 hesel, v roce 2013 bylo zveřejněno 202 340. O září roku 2015 je databáze Neomat plně přístupna veřejnosti a v současnosti v roce 2023 obsahuje přes 350 000 hesel.¹¹⁸

2.5 Český národní korpus

Projekt Český národní korpus byl založen roku 1994, aby vytvářel a zpřístupňoval rozsáhlá jazyková data pro výuku a výzkum ve formě elektronických korpusů. Nyní umožňuje přístup k více než třem miliardám slov uspořádaných

¹¹⁸ Databáze excerptního materiálu Neomat (2015) [online]. Verze 3.0. Praha: Oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český AV ČR. [cit. 2023-27-02]. Dostupné z: https://www.neologismy.cz/o_projektu.php

v synchronních a diachronních korpusech. Potom pak v mluvených, psaných, paralelních i jednojazyčných. ČNK je realizován hlavně pracovníky dvou stavů FF UK – Ústavu českého národního korpusu a stavu teoretické a počítačové lingvistiky. Na sběru materiálů a řízení dílčích činností se podílejí více než dvě stovky externistů z celé ČR. Jazykový korpus je souhrn textů psaných i mluvených, které jsou převedeny do elektronické podoby, aby bylo možné v něm vyhledávat různé jazykové jevy. Je pečlivě sestaven s ohledem na výzkumný účel, neboť reflektuje současný mluvený a psaný jazyk, např. publicistické texty. Korpus ukazuje jazykové jevy v jejich přirozeném kontextu, a umožňuje tak na reálných datech vytvářet podložený jazykový výzkum.¹¹⁹

2.6 Způsob analýzy

Po shromáždění anglicismů jsme v Novém akademickém slovníku cizích slov ověřili, zda se skutečně jedná o přejímky z angličtiny. Následně jsme využili databázi Neomat, kde jsme zjistili, zda jsou nashromážděné anglicismy již doloženy v českých textech nebo zatím ne.

Dále jsme se k většině anglicismů snažili přiřadit vhodný český ekvivalent, a to opět za pomoci internetových zdrojů. Pro ověření byly využity internetové slovníky: Akademický slovník současné češtiny, Slovník Lingea, Seznam slovník a Slovník cizích slov. Slovníky poskytly překlad nebo lepší českou variantu daného výrazu. Museli jsme však počítat s tím, že některá slova jsou v češtině známá a užívána pouze jako anglicismus nebo jsou příliš nová, a proto svůj český ekvivalent nemají.

Následně jsme z přibližně 500 nashromážděných výrazů vybrali 100 anglicismů, u kterých jsme předpokládali, že by mohla být frekvence vyšší a vyhledali jejich frekvenci v Českém národním korpusu. Z metodologických důvodů jsme pro vyhledávání zvolili ty anglicismy, ke kterým jsme byli schopni přiřadit český ekvivalent, abychom mohli porovnat jak anglickou, tak českou podobu a vyhodnotit tak zda v daném korpusu převládají anglické nebo české výrazy.

V poslední řadě jsme se podívali na námi excerpované anglicismy a na to, jak se adaptují do češtiny po jejich pravopisné, morfologické a slovtvorné stránce. Tato

¹¹⁹ Český národní korpus. Ústav Českého národního korpusu FF UK [online]. 1994 [cit. 2023-27-02]. Dostupné z: <https://wiki.korpus.cz/doku.php/start>

praktická část se opírá o prostudovanou odbornou literaturu, která byla využita i pro zpracování teoretické části.

2.7 Volba a práce v korpusu

Pro náš výzkum v Českém národním korpusu jsme vybrali korpus SYN2020. Zvolili jsme tento typ korpusu, jelikož je většina nashromážděných přejímek poměrně nová a v předchozích řadách SYN by se tyto výrazy nemusely zatím vyskytovat. Navíc má tento korpus potenciál podat co nejaktuálnější data o daných výrazech.

Korpus SYN2020 je synchronní reprezentativní a referenční korpus současné psané češtiny a obsahuje 100 milionů textových slov. Navazuje na předchozí řady SYN (SYN2000, SYN2005, SYN2010 a SYN2015) vydávané v pětiletých intervalech. Spolu s nimi pokrývá časové období od roku 1989. SYN2020 zahrnuje výrazy z období 2015–2019 a žádný z textů v tomhle korpusu se neobjevuje v předchozích řadách SYN. Tento korpus obsahuje tři hlavní makrotypy – beletrie, oborová literatura a publicistika, kdy jsou všechny tři makrotypy zastoupeny stejným dílem. Od řady SYN2015 došlo k zúžení na jazyk tištěný a veřejně publikovaný, neobsahuje tak nápisy na veřejném prostoru, soukromé dopisy nebo plakáty.¹²⁰

Korpus pracuje s pojmem „frekvence“, který označuje počet výskytů v daném korpusu. Uvádí se buď v absolutních hodnotách, např. lemma *pes* se vyskytuje 17 026krát nebo jako údaj relevantní 140krát na milion slov. V druhém případě se počet výskytů na milion slov používá zkratka ipm = instances per milion.¹²¹ Pro naši analýzu v korpusu uvádíme frekvenci v hodnotě imp, jelikož frekvence v absolutní hodnotě slouží jako ukazatel výskytu jevu sama o sobě.

Anglicismy jsme v korpusu vyhledávali pomocí dotazu lemma, abychom získali celý soubor tvarů hledaného výrazu, např. [lemma="brand"]. Poté jsme zjistili počet výskytů na milion slov v korpusu SYN2020. U některých lemmat mohou být data zkreslená, jelikož mohou mít některé hledané přejímky více významů. Následně jsme na základě získaných hodnot vypočítali průměr jak z anglicismů, tak z českých ekvivalentů.

¹²⁰ Křen, Michal a kol.: SYN2020: reprezentativní korpus psané češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK [online]. Praha 2020 [cit. 2022-23-02].

Dostupné z: <https://wiki.korpus.cz/doku.php/cnk:syn2020>

¹²¹ Cvrček, Václav, Richterová Olga (eds). "pojmy:frekvence". Příručka ČNK [online]. 2021 [cit. 2023-23-02]. Dostupné z: <https://wiki.korpus.cz/doku.php/pojmy:frekvence>

3. Analýza

3.1 Databáze Neomat

Jelikož jsme se v práci zaměřili na neologismy, tak právě databáze Neomat může do jisté míry ukazovat začlenění přejímek do slovní zásoby češtiny. Během analýzy jsme sledovali, jaká slova jsou v databázi dohledatelná. Z excerpovaných materiálů se nám podařilo získat celkem 514 výrazů. Vytěžený materiál je velmi rozmanitý po sémantické a slovtvorné stránce. Z našich získaných anglicismů jsme v databázi zaregistrovali 64,79 %, konkrétně 333 výrazů. Nedoložených výrazů je v databázi 35,21 %, konkrétně 181 výrazů. V databázi Neomat je tak zaznamenána více jak polovina přejímek.

Ze slovních druhů v excerpovaných materiálech mají největší zastoupení substantiva 69,51 %, poté adjektiva 24, 47 % a v nejmenší míře se verba 5,63 %.

aesthetic	X	billboard	✓
all black	✓	Black Friday	X
anti-fashion	✓	black tie	✓
anti-sexy	✓	Black Week	X
army	✓	blazer (viz též blejzr)	X
art	✓	blejzr (viz též blazer)	✓
artist	✓	blogger	✓
artový	✓	bloggerka	✓
babydoll	X	body	✓
background	✓	body jewelry	X
backstage	✓	body positivity	✓
bag	✓	body shaming	✓
baggy	✓	bodycon	X
baker boy hat	X	bodyčko	X
banger	✓	bodysuit	X
baseballka (viz též bejzbolka)	✓	bogo (viz též box logo)	X
baseballový	✓	bomber (viz též bomber jacket)	✓
basic	✓	bomber jacket (viz též bomber)	✓
beachwear	X	boom	✓
beauty	✓	bootcut	X
bejska	✓	box logo (viz též bogo)	X
bejzbolka (viz též baseballka)	✓	boyfriend jeans (viz též boyfriends, boyfriendy)	X
belt	X	boyfriends (viz též boyfriend jeans, boyfriendy)	X
biker	✓	boyfriendly (viz též boyfriend jeans, boyfriends)	X
biker shorts	X		
bikery	X		

brand	✓	cropped (viz též cropped)	X
branding (viz též brandování)	✓	cropped (viz též cropped)	X
brandingový (viz též brandový)	✓	crossbody	✓
brandování (viz též branding)	✓	cruelty free	✓
brandový (viz též brandingový)	✓	custom	✓
bronzer	✓	customizace (viz též kustomizace)	✓
bucket	X	customizer	✓
bucket hat	X	customizovaný	X
budget	✓	customizovat (viz též customovat)	✓
budget friendly	✓	customovat (viz též customizovat)	X
business (viz též byznys)	✓	cut-out	X
byznys (viz též business)	✓	cyberpunk	✓
capri jeans	X	cyberpunkový	✓
capsule	X	čeknout (viz též checknout)	✓
cardigan (viz též kardigan)	X	dandy	✓
cargo (viz též cargo pants)	✓	deadstock	X
cargo pants (viz též cargo)	X	denim (viz též denimovina)	✓
carrot jeans	X	denimovina (viz též denim)	X
cash	✓	denimový	X
casting	✓	design	✓
casual	✓	designér	✓
cat eye	X	designérka	✓
catsuit	X	designérský	✓
catwalk	✓	detailing	✓
classy	X	DIY ¹²²	✓
clip in	X	dress code	✓
color blocking	✓	dressng	✓
colorway	X	drop	✓
comeback	✓	dropout	✓
comfy (viz též komfortní)	X	dynamický	✓
cool (viz též coolový)	✓	džíny	✓
coolový (viz též cool)	✓	džíska	✓
cost per wear	X	easy fashion	X
cottagecore	X	eco-friendly	✓
couple outfit	X	edgy vibes	X
cowboy boots	X	effortless	X
cozy	X	eco	X
crazy	✓	emo	✓
creepers	X	essential	X
crewneck	X	event	✓
cringe	✓	eventový	✓
crop top	✓	exchange	X

¹²² DIY – do it yourself („udělej si sám“), činnost, při které je zhotoven vlastní produkt, kutilství

expandovat	✓	genderfluid	✓
expanze	✓	genderless	✓
extra	✓	genderový	✓
extravagance	X	gothic	✓
extravagantní	X	gimmick	✓
fail	✓	girl boss look	X
fake (viz též fejk)	✓	girly	X
fall fashion	X	glam (viz též glamour)	✓
fancy look	X	glamour (viz též glam)	✓
fashion	✓	glitter	X
fashion floss	X	glitrový	✓
fashion flossing	X	go-to look	X
fashion show	✓	greenwashing	✓
fashion star	X	grunge	✓
fashion weak	X	grungeový	✓
fashion week	✓	hack	✓
fashionable	X	hairstylista	✓
fashionista	✓	hairstylistka	X
fashionistka	✓	hajpovat	✓
fast fashion	✓	happening	✓
fav look (viz též favorite look)	X	hate (viz též hejt)	X
favorite look (viz též fav look)	X	haul	✓
feedback	✓	heels (viz též heely)	X
fejk (viz též fake)	✓	heely (viz též heels)	X
fit	✓	hejt (viz též hate)	✓
fitnout	X	high fashion	✓
fitted	X	high waist (viz též high waisted)	X
fitting	✓	high waisted (viz též high waist)	X
fleece	✓	high-end (viz též high-endový)	✓
fleecový	✓	high-endový (viz též high-end)	✓
flex	X	highlight	✓
flexit	✓	high-tech	✓
flíska	✓	hiphopový	✓
flop	X	hippie	✓
floral (viz též florální)	X	hipster	✓
florální (viz též floral)	✓	hipsterský	✓
fluffy	X	hoodie	✓
free	✓	homemade	✓
freestyle	✓	hot	✓
fresh	✓	hotpants	✓
full zip	X	houmlesácký	✓
futuristický	✓	hype	✓
fuzzy	✓	hypebeast	✓
gadget	✓	hyper	✓
gender	✓		

hypovat	✓	loafers (viz též loafersky, loafery)	X
chain	X	loafersky (viz též loafers, loafery)	X
check	X	loafery (viz též loafers, loafersky)	X
checkout (viz též čeknout)	X	logo	✓
chelsea boots	X	look	✓
chino (viz též chinos)	X	lookbook	✓
chinos (viz též chino)	X	loose fit	X
chunky	X	loungewear	X
image	✓	low cost	✓
in	✓	low rise	X
influencer	✓	low-end (viz též low-endový)	✓
influencerka	✓	low-endový (viz též low-end)	✓
instore	✓	luxury	✓
interview	✓	main piece	X
jeans (viz též jeansy)	✓	mainstream	✓
jeansy (viz též jeans)	✓	mainstreamový	✓
jeggins (viz též jegíny)	✓	make-up	✓
jegíny (viz též jeggins)	✓	matching	✓
joggers (viz též joggery)	X	meeting (viz též míting, mítink)	X
joggery (viz též joggers)	X	menswear	✓
joggingový	✓	merch	✓
jumpsuit	X	mesh top	X
kardigan (viz též cardigan)	✓	mid rise	X
key item	X	minišortky	✓
kinderwhore	X	mítink (viz též meeting, mítink)	X
knockoff	X	mítink (viz též meeting, míting)	✓
know-how	✓	model	✓
kolab (viz též kolabo, kolaborace)	X	modeling	✓
kolabo (viz též kolab, kolaborace)	X	modelingový	✓
kolaborace (viz též kolab, kolabo)	✓	modelka	✓
komfortní (viz též comfy)	✓	mom jeans	X
kustomizace (viz též customizace)	✓	move wear	X
label	✓	must have	✓
leggings (viz též legíny)	✓	must see	✓
legíny (viz též leggings)	✓	naked dress	X
legit	X	natural	✓
lifehack	✓	nebinární	✓
lifesaver	X	nejstylovější	X
lifestyle	✓	normcore	✓
lifestylový	✓	nude	✓
lifitng	✓	off duty look	X
limitka	✓	office friendly	X
lingerie	✓	OG ¹²³	✓

¹²³ OG – original colorway (originální barevná kombinace)

oldschool	✓	push-up	✓
oldschoolový	✓	pušapka	✓
outdoor (viz též outdoorový)	✓	queer	✓
outdoorový (viz též outdoor)	✓	random	✓
outfit	✓	ready	X
outfit check	X	ready-to-wear	✓
outlet	✓	real	X
over	X	rebranding	✓
overall	X	recyklovatelný	✓
overshirt	X	redesign	✓
oversize (viz též oversized)	✓	redesignovaný	✓
oversized (viz též oversize)	✓	regular	X
overskirt	✓	release	✓
over-the-top	✓	resell	✓
pass (viz též passnout)	✓	reseller	✓
passnout (viz též pass)	X	restock	X
patchwork	✓	retail	✓
patchworkový	✓	retailový	✓
peeling	✓	retro	✓
peplum	X	retrostyl	✓
photoshoot (viz též photoshooting)	✓	runaway show	X
photoshooting (viz též photoshoot)	✓	sale	X
piercing	✓	scrunchie	✓
plant based	X	second hand (viz též sekáč)	✓
playmate	✓	second handový (viz též sekáčový)	✓
plus size	✓	sekáč (viz též second hand)	✓
polo	X	sekáčový (viz též second handový)	✓
polotriko	✓	self-bodylove	X
pop-up	✓	selfcare	✓
posh	✓	selflove	X
potriftit ¹²⁴	X	seller	X
powerdressing	X	set (viz též setík)	✓
pre-fall	X	setdesignér	X
pre-owned	X	setdesignérka	X
preppy	✓	setík (viz též set)	✓
print	✓	set-up	✓
promo (viz též promotion)	✓	sex-appeal	✓
promotion (viz též promo)	✓	sexsymbol	✓
puffer	X	sexy	✓
punk	✓	shapewear	✓
punkový	✓	share	✓
punk-rockový	X		

¹²⁴ potriftit – od slova „thrift“, v doslovném překladu znamená „nakoupit“ nebo „sehnat v bazaru“

sharovat (viz též šérovat)	✓	straight-cut	X
shearling	X	streestylový	X
shearlingový	X	streetový	✓
shop (viz též shopík)	✓	street style	✓
shopaholic	X	streetwear	✓
shopaholička	✓	streetwearový	✓
shopík (viz též shop)	✓	style	✓
shopování (viz též shopping)	✓	styling	✓
shopovat	✓	stylingový	✓
shopping (viz též shopování)	✓	stylista	✓
shopping bag	X	stylistka	✓
shoppingový	✓	stylový	✓
shorts (viz též šortky)	X	suit	✓
shoulder bag	X	swag	✓
showbusiness (viz též showbyznys)	✓	swagger	✓
showbyznys (viz též showbusiness)	✓	swagovat	X
showroom	✓	swap	✓
showstopper	X	swimwear	X
signature	✓	šérovat (viz též sharovat)	✓
size	X	šortky (viz též shorts)	✓
skater dress	X	tag	✓
skater skirt	X	tagovat	✓
skejtácký	✓	tailoring	X
skin care	✓	tank top	✓
skinny jeans	✓	teachwear	X
slip dress	X	thrift store	X
slip-on	✓	thriftování	X
slipy	✓	tie dye	X
slow fashion	✓	top (viz též topík)	✓
smart casual	✓	topík (viz též top)	✓
sneakerhead	✓	topmodel	✓
sneakers (viz též sneakery)	✓	topmodelka	✓
sneakery (viz též sneakers)	X	transgender	✓
soft	✓	transgenderový	✓
sold out	X	trekkingový	✓
sparkle bag	X	trenčkot (viz též trenčkout, trenchcoat)	X
sportswear	✓	trenčkout (viz též trenčkot, trenchcoat)	X
stage	✓	trend	✓
stajlovat	✓	trend-forecasting	X
statement	✓	trendovat	✓
steampunk	✓	trendový (viz též trendy)	✓
steampunkový	✓	trendsetter	✓
store	✓	trendsetterka	✓

trendy (viz též trendový)	✓	womenswear	✓
trenchcoat (viz též trenčkot, trenčkout)	X	worker style	✓
trenky (viz též trenýrky)	✓	workshop	✓
trenýrky (viz též trenky)	X	wow efekt	✓
trifit	X	young blood	X
triftovat	X	zero effort	X
tube top	X	zero waste	✓
tulip dress	X	zoot suit	X
twinsat	✓		
uber-cool	X		
ugly shoes	X		
underground	✓		
undergroundový	✓		
unisex (viz též unisexový)	✓		
unisexový (viz též unisex)	✓		
upcycling (viz též upcyklace)	✓		
upcyklace (viz též upcycling)	✓		
update	✓		
updatovat	✓		
upgrade	✓		
upgradovat	X		
urban-country	X		
vintage	✓		
VIP	✓		
voucher	✓		
vystajlovaný	✓		
vystajlovat	✓		
waistbag	X		
wish list	✓		

3.2 České ekvivalenty

K excerpovaným anglicismům jsme za pomoci internetových slovníků přiřadili české ekvivalenty. Během analýzy jsme zjistili, že ne každá přejímka má v češtině svůj výraz nebo překlad. Je možné, že některé výrazy mohou mít jiný význam, nebo dokonce jiný slovní druh. Jelikož jsme pracovali s konkrétními texty, tak význam jsme přiřazovali na základě kontextu v textech. Z 514 hesel se nám podařilo přiřadit český ekvivalent k 59,34 % přejímek, což je konkrétně 305 výrazů. Čeština má tedy pro více jak polovinu své vlastní ekvivalenty, kterými může anglicismy zaměnit.

aesthetic	<i>krásný, vzhledný</i>	casual	<i>všední, nenucený, neformální</i>
all black	<i>celočerný</i>	catsuit	<i>kombinéza</i>
army	<i>vojenský</i>	catwalk	<i>přehlídkové molo</i>
art	<i>umění</i>	classy	<i>elegantní</i>
artist	<i>umělec</i>	colorway	<i>barevná kombinace</i>
artový	<i>umělecký</i>	comeback	<i>návrat</i>
babydoll	<i>dámská košilka</i>	comfy	<i>pohodlný</i>
background	<i>pozadí</i>	cool	<i>moderní, módní, novodobý, skvělý</i>
backstage	<i>zákulisí</i>	coolový	<i>moderní, módní, novodobý, skvělý</i>
bag	<i>taška</i>	cost per wear	<i>cena za jedno nošení</i>
baggy	<i>plandavý</i>	cottagecore	<i>venkovský</i>
basic	<i>základní</i>	couple outfit	<i>párové oblečení</i>
beachwear	<i>plážové oblečení</i>	cowboy boots	<i>kovbojské boty</i>
beauty	<i>krása, krásný</i>	cozy	<i>pohodlný</i>
belt	<i>pásek</i>	crazy	<i>výstřední, bláznivý</i>
billboard	<i>reklamní plocha</i>	crewneck	<i>mikina</i>
Black Friday	<i>Černý pátek</i>	cringe	<i>trapný</i>
Black Week	<i>Černý týden</i>	cropped	<i>zkrácený</i>
blazer	<i>sako</i>	cropped	<i>zkrácený</i>
blejzr	<i>sako</i>	cruelty free	<i>netestováno na zvířatech</i>
bodycon	<i>přiléhavý</i>	custom	<i>na zakázku, zakázkovost</i>
boom	<i>rozmach</i>	customizace	<i>úprava na zakázku</i>
bootcut	<i>zvonový střih</i>	customizovaný	<i>upravený na zakázku</i>
brand	<i>značka</i>	customizovat	<i>upravovat na zakázku</i>
branding	<i>budování značky</i>	customovat	<i>upravovat na zakázku</i>
brandingový	<i>značkový</i>	cut-out	<i>vystříhnutý</i>
brandování	<i>označkování, značkování</i>	čeknout	<i>zkontrolovat</i>
brandový	<i>značkový</i>	dandy	<i>švihák</i>
bucket	<i>klobouk</i>	deadstock	<i>nenošný</i>
bucket hat	<i>klobouk</i>	design	<i>návrh, vzhled</i>
budget	<i>rozpočet</i>	designér	<i>návrhář</i>
budget friendly	<i>cenově výhodný, přijatelný</i>	designérka	<i>návrhářka</i>
business	<i>podnikání</i>	dress code	<i>pravidlo oblékání</i>
byznys	<i>podnikání</i>	dressing	<i>oblékání</i>
cargo	<i>kapsáče</i>	drop	<i>spuštění prodeje</i>
cargo pants	<i>kapsáče</i>		
carrot jeans	<i>mrkváče</i>		
cash	<i>hotovost</i>		
casting	<i>výběrové řízení</i>		

dropout	<i>spustit prodej</i>	flex	<i>vytahování, předvádění, machrování</i>
eco-friendly	<i>šetrný</i>		<i>vytahovat se, předvádět se, machrovat</i>
effortless	<i>nenucený</i>	flexit	<i>květinový</i>
eco	<i>šetrný</i>		<i>květinový</i>
essential	<i>nezbytný, nepostradatelný</i>	floral	<i>propadák</i>
event	<i>společenská akce, událost</i>	florální	<i>hebký</i>
exchange	<i>výměna</i>	flop	<i>volný, zdarma</i>
expandovat	<i>rozšiřovat se</i>	fluffy	<i>volný způsob</i>
expanze	<i>rozšiřování</i>	free	<i>svěží</i>
extra	<i>obzvlášť, mimořádně</i>	freestyle	<i>nadčasový</i>
extravagance	<i>výstřednost</i>	futuristický	<i>střapatý, chlupatý</i>
extravagantní	<i>výstřední</i>	fuzzy	<i>věcička, udělátko</i>
fail	<i>selhání, neúspěch</i>	gadget	<i>pohlaví</i>
fake	<i>napodobenina, padělek</i>	gender	<i>bezpohlavní</i>
fall fashion	<i>podzimní móda</i>	genderless	<i>rodový</i>
fancy look	<i>přepychový</i>	genderový	<i>trik, figl, manévr</i>
fashion	<i>móda</i>	gimmick	<i>holčičí</i>
fashion show	<i>módní přehlídka</i>	girly	<i>působ, působný</i>
fashion star	<i>módní hvězda</i>	glam	<i>působ, působný</i>
fashion week	<i>módní týden</i>	glamour	<i>třpyt, lesk</i>
fashionable	<i>módní, moderní</i>	glitter	<i>třpytivý</i>
fashionista	<i>znalec módy, módní návrhář</i>	glitrový	<i>trik, vychytávka</i>
fashionistka	<i>znalkyně módy, návrhářka</i>	hack	<i>kadeřník</i>
fast fashion	<i>levná, dostupná móda</i>	hairstylista	<i>kadeřnice</i>
fav look	<i>nejoblíbenější oblečení</i>	hairstylistka	<i>navnadit, rozdovádět</i>
favorite look	<i>nejoblíbenější oblečení</i>	hajpovat	<i>událost</i>
feedback	<i>zpětná vazba, hodnocení</i>	happening	<i>urážka, nenávisť</i>
fejk	<i>napodobenina, padělek</i>	hate	<i>úlovek, kořist</i>
fit	<i>pasovat, sedět, být akorát</i>	haul	<i>podpatky</i>
fitnout	<i>velikostně sedět</i>	heels	<i>podpatky</i>
fitted	<i>zkoušet si</i>	heely	<i>urážka</i>
fitting	<i>zkoušení, pasování</i>	hejt	<i>špičková móda</i>
		high fashion	<i>vysoký pas</i>
		high waist	<i>vysoký pas</i>
		high waisted	<i>přepychový</i>
		high-end	<i>přepychový</i>
		high-endový	<i>mikina</i>
		hoodie	

homemade	<i>domáci, vlastnoruční</i>	mítíng	<i>schůzka, shromáždění</i>
hot	<i>žhavý</i>	mítíngk	<i>schůzka, shromáždění</i>
hotpants	<i>mini kraťasy</i>	move wear	<i>sportovní oblečení</i>
hype	<i>rozdružení</i>	natural	<i>přírodní</i>
hypovat	<i>navnadit, rozdovádět</i>	nebinární	<i>bezpohlavní</i>
chain	<i>řetízek</i>	nude	<i>tělový</i>
check	<i>kontrola</i>	OG	<i>původní barevná kombinace</i>
checknout	<i>zkontrolovat</i>	oldschoolový	<i>staromódní, zastaralý</i>
instore	<i>skladem</i>	outdoor	<i>venkovní</i>
interview	<i>rozhovor</i>	outdoorový	<i>venkovní</i>
jumpsuit	<i>kombinéza</i>	oversize	<i>nadrozměrný</i>
knockoff	<i>padělek, napodobenina</i>	oversized	<i>nadrozměrný</i>
kolab	<i>spolupráce</i>	over-the-top	<i>přehnaný</i>
kolabo	<i>spolupráce</i>	pass	<i>vynechat</i>
kolaborace	<i>spolupráce</i>	passnout	<i>vynechat</i>
komfortní	<i>pohodlný</i>	photoshoot	<i>fotografování</i>
kustomizace	<i>úprava na zakázku</i>	photoshooting	<i>fotografování</i>
label	<i>štítek, visačka</i>	plant based	<i>rostlinný</i>
legit	<i>pravý, originální</i>	playmate	<i>modelka</i>
lifehack	<i>trik, vychytávka</i>	plus size	<i>nadměrná velikost</i>
lifesaver	<i>záchrana, spása</i>	posh	<i>elegantní</i>
lifestyle	<i>životní způsob</i>	powerdressing	<i>síla oblékání</i>
lingerie	<i>dámské spodní prádlo</i>	pre-owned	<i>z druhé ruky</i>
look	<i>vzhled</i>	preppy	<i>ojetý, konzervativní</i>
loose fit	<i>volný střih</i>	print	<i>potisk</i>
loungewear	<i>domáci oblečení</i>	promo	<i>propagace</i>
low cost	<i>levný, nízkonákladový</i>	promotion	<i>propagace</i>
low-end	<i>nižší třída</i>	puffer	<i>prošívaná bunda</i>
low-endový	<i>nižší třída</i>	pušapka	<i>podprsenka</i>
luxury	<i>přepychový</i>	random	<i>náhodný</i>
main piece	<i>hlavní, důležitý kousek</i>	ready	<i>připravený</i>
make-up	<i>dekorativní kosmetika</i>	ready-to-wear	<i>konfekční</i>
matching	<i>ladící, hodící se k sobě</i>	real	<i>skutečný</i>
meeting	<i>schůzka</i>	rebranding	<i>změna značky</i>
menswear	<i>pánské oblečení</i>	redesign	<i>předělání</i>
		redesignovaný	<i>předělaný</i>
		regular	<i>běžný střih</i>
		release	<i>vedení do prodeje</i>

resell	<i>pře prodej</i>	slipy	<i>spodky</i>
reseller	<i>pře prodejce</i>	slow fashion	<i>udržitelná móda</i>
restock	<i>doskladnění</i>	sneakerhead	<i>blázen/nadšenec do tenisek</i>
retail	<i>maloobchodní cena</i>	sneakers	<i>tenisky</i>
retailový	<i>maloobchodní</i>	sneakery	<i>tenisky</i>
runway show	<i>přehlídka</i>	soft	<i>hebký</i>
sale	<i>výprodej</i>	sold out	<i>vyprodaný</i>
second hand	<i>bazar, z druhé ruky</i>	sparkle bag	<i>třpytivá taška</i>
second handový	<i>použitý, obnošený</i>	sportswear	<i>sportovní oblečení</i>
sekáč	<i>bazar, z druhé ruky</i>	stage	<i>pódium</i>
sekáčový	<i>použitý, obnošený</i>	store	<i>obchod</i>
selfcare	<i>péče o sebe</i>	straight-cut	<i>rovný střih</i>
selflove	<i>sebeláska</i>	streetový	<i>pouliční</i>
seller	<i>prodejce</i>	streetwear	<i>pouliční oblékání</i>
set	<i>sada, souprava</i>	style	<i>způsob</i>
setík	<i>sada, souprava</i>	stylový	<i>dobový</i>
set-up	<i>sestava</i>	suit	<i>oblek</i>
sexy	<i>přitažlivý, svůdný</i>	swap	<i>výměna</i>
shapewear	<i>stahovací prádlo</i>	swimwear	<i>plavky</i>
share	<i>sdílení</i>	šérovat	<i>sdílet</i>
sharovat	<i>sdílet</i>	šortky	<i>kraťasy</i>
shop	<i>obchod</i>	tag	<i>štítek, cedulka, visačka</i>
shopík	<i>obchůdek</i>	tagovat	<i>označit</i>
shopování	<i>nakupování</i>	tailoring	<i>krejčovina, výroba na míru</i>
shopovat	<i>nakupovat</i>	thrift store	<i>bazar</i>
shopping	<i>nakupování</i>	tie dye	<i>batikovaný</i>
shopping bag	<i>nákupní taška</i>	top	<i>tílko</i>
shoppingový	<i>nákupní, nákupovací</i>	topík	<i>tílko</i>
shorts	<i>kraťasy</i>	trenčkot	<i>plášť, baloňák, pršiplášť</i>
shoulder bag	<i>taška přes rameno</i>	trenčkout	<i>plášť, baloňák, pršiplášť</i>
showroom	<i>výstavní/předváděcí prostor</i>	trend	<i>tendence</i>
showstopper	<i>paráda, pecka, bomba</i>	trend-forecasting	<i>předpověď trendů</i>
signature	<i>charakteristický rys</i>	trendový	<i>moderní, módní</i>
size	<i>velikost</i>	trendy	<i>moderní, módní</i>
skin care	<i>péče o pleť</i>	trenchcoat	<i>plášť, baloňák, pršiplášť</i>
		trenky	<i>spodky</i>
		trenýrky	<i>spodky</i>

twinset	<i>souprava</i>	voucher	<i>poukázka</i>
uber-cool	<i>skvělý</i>	waistbag	<i>ledvinka</i>
ugly shoes	<i>ošklivé tenisky</i>	wish list	<i>seznam přání</i>
update	<i>aktualizace</i>	womenswear	<i>dámská oblečení</i>
updatovat	<i>aktualizovat</i>	workshop	<i>pracovní seminář</i>
upgrade	<i>vylepšení</i>	young blood	<i>mladá krev</i>
upgradovat	<i>vylepšit</i>	zero effort	<i>nulové úsilí</i>
vintage	<i>zastaralý</i>	zero waste	<i>nulový odpad</i>
VIP	<i>mimořádný</i>		

3.3 Český národní korpus

Pro výzkum v Českém národním korpusu jsme z anglicismů, ke kterým jsme byli schopni přiřadit český ekvivalent, vybrali 100 hesel. Frekvenci vybraných výrazů uvádíme v hodnotě i.p.m. a následně pak vypočítáme průměrnou hodnotu anglických a českých výrazů. Průměrná hodnota anglicismů v korpusu SYN2020 je 3,974 i.p.m. O hodně vyšší je průměrná hodnota českých ekvivalentů, a to 35,758 i.p.m. I když se mohlo na začátku zdát, že budou převládat anglické přejímky, tak v korpusu SYN2020 tomu tak není.

anglicismus	i.p.m.	český ekvivalent	i.p.m.
army	0,82	vojenský	91,44
art	5,3	umění	115,18
artist	0,09	umělec	55,23
artový	0,45	umělecký	75,91
background	0,21	pozadí	37,22
backstage	0,09	zákulisí	8,36
bag	0,82	taška	50,98
basic	0,16	základní	251,3
beauty	2,74	krása	58,56
billboard	4,75	reklamní plocha	0,35
blejzr	0,56	sako	20,35
boom	6,35	rozmach	5,61
brand	1,78	značka	132,94
branding	1,22	budování značky	0,66
budget	0,25	rozpočet	56,7
byznys	33,01	podnikání	34,38
cargo	1,79	kapsáče	0,19
cash	1	hotovost	11,34
casting	2,1	výběrové řízení	15,59
catwalk	0,05	přehlídkové molo	0,75
comeback	2,03	návrat	81,73
cool	4,07	skvělý	113,63
crazy	1,23	bláznivý	12,27

anglicismus	i.p.m.	český ekvivalent	i.p.m.
dandy	0,36	švihák	0,81
design	56,97	návrh	144,11
designér	15,14	návrhář	6,8
dress code	0,67	pravidlo oblékání	0,03
eco	0,61	šetný	11,48
event	2,73	událost	127,6
expanze	9,92	rozšiřování	7,31
extra	10,67	obzvlášť	33,53
extravagance	0,94	výstřednost	1,35
fake	0,93	padělek	3,62
fashion	1,38	móda	27,69
fashion show	0,02	módní přehlídka	2,23
fashion week	0,32	módní týden	0,02
feedback	0,63	zpětná vazba	10,34
flop	3,22	propadák	1,69
free	1,8	zdarma	39,85
freestyle	0,68	volný způsob	0,4
fresh	0,39	svěží	13,36
futuristický	2,11	nadčasový	6,97
fuzzy	3,5	střapatý	0,77
gadget	0,2	věcička	1,78
gender	1,94	pohlaví	26,12
glamour	0,67	půvab	8,01
hack	0,2	vychytávka	4,35
happening	1,55	shromáždění	21,46
hate	0,21	nenávisť	23,75
high-end	0,31	přepychový	2,7
hot	1,54	žhavý	12,02
chain	0,19	řetízek	5,84
check	1,75	kontrola	116,25
interview	4,31	rozhovor	119,09
kolaborace	1,53	spolupráce	117,58
komfortní	10,09	pohodlný	37
label	1,49	štítek	9,69
lifestyle	0,44	životní způsob	0,38
look	1,19	vzhled	47,63
make-up	11,11	dekorativní kosmetika	0,44
mítink	4,69	schůzka	46,79
natural	0,71	přírodní	95,06
nude	0,61	tělový	5,43
outdoor	1,03	venkovní	28,17
oversize	0,25	nadrozměrný	0,19
plus size	0,06	nadměrná velikost	0,19
print	0,25	potisk	4,01
promo	0,53	propagace	11,24
random	0,16	náhodný	21,34
ready	0,55	připravený	73,1

anglicismus	i.p.m.	český ekvivalent	i.p.m.
real	5,19	skutečný	131,39
redesign	0,4	předělání	0,14
retail	1,39	maloobchodní cena	0,36
second hand	0,47	bazar	5,84
set	12,3	souprava	15,55
sexy	12,53	přitažlivý	10,35
share	0,39	sdílení	13,22
shop	3,03	obchod	147,55
shopping	0,48	nakupování	4,82
showroom	2,53	výstavní prostor	0,55
size	0,39	velikost	105,6
sneakers	0,17	tenisky	8,06
soft	1,1	hebký	6,02
stage	0,61	pódium	24,21
streetový	0,15	pouliční	14,06
style	1,56	způsob	359,81
stylový	13,9	dobový	21,69
swap	0,34	výměna	50,77
šortky	3,56	kraťasy	0,02
top	15,72	tílko	2,58
trenčkot	0,69	baloňák	0,39
trend	62,29	tendence	33,36
trendový	0,6	módní	31,29
trenýrky	2,64	spodky	0,02
update	1,67	aktualizace	12,71
upgrade	3,87	vylepšení	9,09
vintage	1,75	zastaralý	7,83
VIP	3,5	mimořádný	45,5
voucher	1,28	poukázka	2,68
workshop	11,43	pracovní seminář	0,09

4. Adaptace excerpovaných anglicismů

V poslední kapitole praktické části jsme vycházeli z odborné literatury využitě pro teoretickou část naší práce. Sledovali jsme různé jazykové jevy, které probíhají při pravopisné, morfologické a slovtvorné adaptaci anglicismů do češtiny a demonstrovali to na námi excerpovaných datech.

4.1 Pravopisná adaptace

Z excerpovaných materiálů jsme zjistili, že v módní terminologii převládá pravopisná adaptace. Pravopisná adaptace se týká zejména substantiv a adjektiv, u verb mluvíme pak i o slovtvorné adaptaci. S procesem přijetí do jazykového systému češtiny se některá slova počešťují a jsou pak přijaty na základě výslovnosti v angličtině. V češtině se však stále objevuje valná většina přejímek pravopisně neadaptovaných, tedy anglicismů, které se píšou v původní podobě (*backstage, budget, fashion, image, lookbook*).

Svou neadaptovanou podobu si také zachovávají víceslovná pojmenování (*bomber jacket, couple outfit, fashion show, naked dress, crossbody bag*).

Postupem času se přejatá slova přizpůsobila svou pravopisnou podobou podle výslovnosti (*business – byznys, trenchcoat – trenčkot/trenčkout, fleece – flís, leggings – legíny*). Dále jsme se v excerpovaných materiálech setkali s řadou dubletních tvarů, kdy se běžně vyskytují obě varianty, avšak každá s jinou frekvencí (*fake – fejk, second hand – sekáč, blazer – blejzr, cardigan – kardigan*).

Dubletně se vyskytují i výrazy s příponou *-ing /-ink*. Jak jsme již zmínili u počeštěných výrazů je užito přípony *-ink* a u neadaptovaných přípony *-ing*. V excerpovaných materiálech se objevila s těmito příponami pouze dubleta *mítink – meeting/míting*. Převažují nepočeštěné varianty s příponou *-ing*, kdy se jedná o substantiva nebo činnost (*casting, piercing, peeling, branding, modeling, styling*).

Co se týče adjektiv, tak ta zůstávají převážně v původním přejatém tvaru (*baggy – plandavý, cozy – pohodlný, fuzzy – chundelatý, vintage – zastaralý*).

Vyskytují se ale i adjektiva, která pokud nejsou ve spojení se substantivem, tak mohou sama plnit funkci substantiva. Slovo *beauty* může znamenat *krása*, ale ve spojení *beauty girl* nese význam *krásná dívka*. Tak tomu může být i u slov jako: *army* (*armáda*) – *army jeans* (*vojenské kalhoty*), *denim* (*riflovina*) – *denim jacket* (*riflová*

bunda), *glitter* (třpyt) – *glitter dress* (třpytivé šaty), *luxury* (luxus) – *luxury suit* (luxusní oblek).

V módním odvětví týkající se tenisek se často vyskytoval zkrácený tvar *kolab/kolabo* od substantiva *kolaborace*, který pochází z anglického slova *collaboration* (spolupráce), a to např. ve spojení *Converse kolabo Dior*. Ve zkrácené podobě se vyskytuje i substantivum *glam* od substantiva *glamour* (okouzlující), např. *glam fashion*.

4.2 Morfologická adaptace

Při shromažďování dat se nám potvrdilo, že morfologická adaptace se týká zejména substantiv. Tento slovní druh má v módní terminologii největší zastoupení. Je to dáno tím, že tahle profese vyžaduje pojmenovat především druh oblečení, typ střihu nebo určité osoby vyskytující se v této oblasti.

Jak již bylo řečeno, u přejatých životných substantiv je původní rod zachován. U neživotných přiřazujeme vzor podle zakončení (*bomber, crewneck, denim, voucher* – maskulinum, *backstage, expanze, kolaborace, playmate* – femininum).¹²⁵

Módní odvětví disponuje řadou slov, která nejsme schopni díky jejich koncovce s jistotou zařadit k deklinačnímu typu a jsou tak neskloňná. Často se vyskytují výrazy jako např.: *body, cargo, know-how, nude, sale, selflove, lingerie, size*. Podle Mluvnice češtiny 2 tato přejatá substantiva, díky svému neobvyklému zakončení, přiřazujeme k neutřům. Tento rod se chápe jako rodově nevyhraněný, neutrální. Patří sem pouze substantiva bez příznaku životnosti.¹²⁶

Snadno jsou do češtiny přejímána substantiva zakončena na *-er* a původní koncovku si tak ponechávají. V materiálech se jednalo o typy osob skloňované podle vzoru *pán* (*designer, hipster, influencer, reseller, swagger, trendsetter*) nebo neživotná substantiva podle vzoru *hrad* (*biker, bronzer, customizer, showstopper*).

Substantiva zakončená na *-ista*, původně na *-ist*, se skloňují podle vzoru *předseda* (*artista, fashionista, hairstylista, stylista*).

Ve větší míře se objevují substantiva pomnožná, která jsou v původní anglické podobě zakončena na plurálovou koncovku *-s*. Při adaptaci do češtiny se přidává

¹²⁵ Podle B. Bednařikové substantiva anglického původu přiřazujeme k deklinačnímu typu podle zakončení v nom. sg. Deklinační typy českých substantiv jsou vázány na kategorii jmenného rodu, např. *backstage, playmate* – vzor růže.

¹²⁶ Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 2. – Tvarosloví. Praha: Academia, 1986, s. 41.

koncovka -y, taktéž plurálová, a substantiva se tak stávají sklonnými. V analyzovaných materiálech se tohle zakončení vyskytuje u typu kalhot (*jeans – džíny, leggings – legíny, jeggins – jegíny, joggers – joggerý, shorts – šortky*) nebo bot (*boots – boty, loafers – loafersky/loafery, sneakers – sneakery*).

Některá víceslovná pojmenování, která se objevila v získaných datech, lze skloňovat. Ke skloňování dochází pouze v druhé části výrazu (*black week – black weeku, couple outfit – couple outfitu, dress code – dress codu, wow efekt – wow efektu*).

4.3 Slovtvorná adaptace

Ze slovtvorných procesů v excerpovaných materiálech převažovala derivace, kdy došlo ke spojení slovtvorného základu a formantu. Nejužívanějším způsobem derivace u přejatých anglicismů je sufixace.

Substantiva odvozená pomocí sufixu *-ář/-ář, -ák* se v našich materiálech vůbec nevyskytovala, převládají substantiva se sufixem *-ista/-k(a)*. Při přejímání názvů módních profesí si čeština neoponechala anglický sufix *-ist*, ale došlo ke změně na *-ista* (*artist – artista, fashionist – fashionista, hairstylist – hairstylista, stylist – stylista*). K vyjádření ženského rodu dodáme navíc sufix *-k(a)* (*artistka, fashionistka, hairstylistka, stylistka*). Tento sufix se vyskytuje i u dalších přechýlených substantiv rodu ženského, a to u *– bloggerka, designérka, influencerka, modelka, shopaholička*.

Ojediněle se v textech vyskytovala deminutiva utvořena od přejatého substantiva za pomoci sufixu *-ík* (*set – setík, shop – shopík, top – topík*).

Adaptovaných adjektiv v dnešní době přibývá, a i v našem výzkumu jsou početně zastoupena. Tvoří se od substantiv pomocí sufixu *-ový* (*brand – brandový, denim – denimový, event – eventový, patchwork – patchworkový, street – streetový*). Máme i typ adjektiv, který není nutno nijak adaptovat, a i svým neadaptovaným tvarem stále vyjadřují adjektivum. Často se tak vyskytují obě varianty, avšak s rozdílnou frekvencí (*cool – coolový, floral – florální, outdoor – outdoorový, trendy – trendový, unisex – unisexový*). Dalším četným sufixem při tvoření adjektiv je *-ní* (*extravagant – extravagantní, komfort – komfortní*).

Od slovesného kmene mohou být odvozená jména pomocí sufixu *-ní/-tí* primárně označující dějový stav nebo výsledek, popř. předmět, osobu či místo s

dějem/stavem spjaté.¹²⁷ V našich datech se vyskytla pouze slova se sufixem *-ní* (*brandování, shopování, thriftování*)

V menší míře jsou zastoupena verba, která jsou do češtiny přejímána pomocí sufixu *-ova(t)* (*customize – customizovat, share – sharovat/šérovat, shop – shopovat, trend – trendovat, upgrade – upgradovat*). Setkali jsme se i s velkým množstvím verb využívajících sufix *-nou(t)* (*čeknout/checknout, dropnout, fitnout, passnout*). Slovo tvorný proces prefixálně-sufixální se objevil pouze u jednoho slova, a to *vystajlovat*.

Prefixaci jsme v našich materiálech spatřovali v menší míře. Do češtiny byla přejata substantiva a verba s významem „opakovatelnosti“ s již anglickým prefixem *re-* (*rebranding, redesign, resell*). Prefixoidy *mega-*, *maxi-* a *mini-* mají v módním odvětví jistě velké využití u různých střihů oblečení, avšak jiný prefixoid než *mini-* (*minišortky*) jsme nezaznamenali.

V módní terminologii se setkáme i s výrazy vzniklými univerbizací, kdy při tomto procesu dojde ke změně z víceslovného pojmenování na jednoslovné. Tento proces se týká zejména druhů oblečení (*baseballová bunda – baseballka/bejzbolka, baseballová čepice – bejska, biker shorts – bikery, box logo – bogo, flisová bunda – fliska, džínová bunda – džíska, push-up podprsenka – pušapka, second hand – sekáč*). Z příkladů je zřejmé, že univerbizace se v našich textech týká především svrchních oděvů. V menším rozsahu jsou zde zastoupeny iniciálové zkratky – DIY („*do it yourself*“), OG („*original colorway*“), VIP („*very important person*“). Tyto zkratky nemůžeme přiřadit k žádnému rodu a jsou tak nesklonné.

Početněji zastoupena jsou kompozita. Pro češtinu je tento slovo tvorný proces příznačný. Jedná se o spojení dvou slov nebo dvou a více kořenů slov. V excerpovaných materiálech bylo nesnadné najít kompozita, která by byla adaptována do češtiny. Uvedeme si tedy kompozita v původním jazyce, jelikož ta česká se v módním odvětví téměř nevyskytují. Je to dáno tím, že módní terminologie má své specifické výrazy, které jsou již zaběhlé v anglickém jazyce nebo je obtížné najít vhodný český ekvivalent, jež by měl potenciál se uchytit.

¹²⁷ Dvořák, Věra: Verbální substantivum. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), 2017 CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 2023-09-02]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VERBÁLNÍ SUBSTANTIVUM>

V angličtině rozlišujeme kompozita na více typů, a to na kompozita bez spojovníku a kompozita se spojovníkem.¹²⁸ Bez spojovníku je převážná většina získaných výrazů (*beachwear, bodysuit, homemade, oldschool, photoshoot, powerdressing, sexsymbol, showroom, workshop, waistbag*).

Kompozita fungující pouze se spojovníkem jsou méně zastoupena (*eco-friendly, high-end, high-tech, low-end, pre-owned*). Některá kompozita lze užívat v obou variantách, jak se spojovníkem, tak i bez (*make-up – makeup, uber-cool – ubercool, push-up – push up, sex-appeal – sex appeal*).

Ustupuje užívání českého komponentu *proti-* a je větší tendencí namísto něj užívat latinskou variantu *anti-* (*anti-fashion, anti-sexy*) zvláště v módním a reklamním odvětví.

Pro ozvláštňení textu jsme se mohli setkat s kompozity vzniklými jako okazionalismus (*lifehack, lifesaver*). Tato pojmenování nemají schopnost se začlenit do lexikálního systému a jejich užití je většinou jednorázové. Autor je užívá spíše se snahou zaujmout a ozvláštňit text.¹²⁹

I přesto, že je v publicistice kladen důraz spíše na jazykovou ekonomii, vznikají v módní oblasti stále nová víceslovná pojmenování týkající se zvláště částí oděvů (*carrot jeans, skater skirt, shoulder bag, tulip dress*), módních stylů (*retro styl, worker style, dandy look*), nebo jiných skutečností, které je třeba pojmenovat a běžně se užívají při komunikaci v této branži (*black friday, body positivity, color blocking, fashion flossing, high fashion, outfit check, plus size, plant based, zero waste*).

¹²⁸ Svobodová, Diana: Anglická hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace. Naše řeč. [online] 1999, r. 82, č. 3, s. 122–126 [cit. 2023-09-02]. Dostupné z: <http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7515>

¹²⁹ Staněk, Vladimír: Okazionalismy v současné české publicistice. Naše řeč. [online] 2002, r. 85, č. 2, s. 57-67 [cit. 2023-09-02]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7672>

Závěr

Naše bakalářská práce se zaměřila na excerpci anglicismů z oblasti módy. Jak jsme již zmínili v úvodu, vycházeli jsme zejména z internetových zdrojů, které nám pro náš výzkum poskytly co největší aktuálnost daných výrazů. Nejvíce přínosné se staly lifestylové časopisy, konkrétně Elle, Vogue, Harpersbazaar a Cosmopolitan, jelikož publikují nové články poměrně často a nabízí několik dalších podtémat.

Ze všech vybraných zdrojů se nám podařilo získat celkem 514 anglicismů. Ty jsme následně ověřili v databázi Neomat a zjistili, že je zde doloženo 333 výrazů. V databázi se tedy nachází 64,79 % vytěžených výrazů, což je více než polovina. Takový výsledek jsme očekávali a hodnotíme jej jako úměrný tomu, jaká jsme dokázali nashromáždit data. Setkávali jsme se s některými anglicismy, které jsme do té doby neznali, nebo s těmi, které jsou poměrně nové a v užívání zatím tolik nezaběhlé. Zbylých 181 výrazů se v databázi zatím nenachází. Jednalo se o přejímky, které byly většinou víceslovného tvaru (*body jewelry, edgy vibes, move wear*), nebo o názvy typů oblečení nově pojmenovaného (*biker shorts, chinos, mesh top*). Týkalo se to i slov, u nichž raději volíme českou variantu, jelikož ta anglická není tolik zaběhlá (*aesthetic – krásný, vzhledný; bodycon – přiléhavý, deadstock – nenošený*). Ze slovních druhů měla největší zastoupení substantiva, a to 69,51 %.

V dalším úseku praktické části jsme využili slovníky: Akademický slovník současné češtiny, Slovník Lingea, Seznam slovník a Slovník cizích slov. Z 514 hesel se nám podařilo najít český ekvivalent k 305 anglicismům. Setkali jsme se s řadou přejímelek, které jsou známé a běžně užívané v češtině ve své původní anglické podobě a český ekvivalent nemají (*image, outfit, unisex*). Čeština má pro více jak polovinu přejímelek svůj vlastní výraz, jež může užívat.

Dále jsme v praktické části postupovali v Českém národním korpusu, konkrétně v korpusu SYN2020. Vybrali jsme anglicismy a jejich české ekvivalenty a získali jejich průměrnou hodnotu i.p.m. Zde se hodnoty od sebe výrazně liší. Anglicismy s hodnotou 3,974 i.p.m. převyšují české ekvivalenty s hodnotou 35,758 i.p.m. Zde bylo očekáváno, že čeština bude v průměrné hodnotě převyšovat. Tento výsledek může vypovídat, že čeština zatím tolik nepřijala cizí přejímky do svých textů. Avšak musíme to brát s rezervou, jelikož korpus SYN2020 zahrnuje výrazy z období 2015–2019 a nachází se v beletrii, oborové literatuře a publicistice.

V poslední řadě jsme na našich příkladech demonstrovali pravopisnou, morfológickou a slovtvornou adaptaci, kdy jsme vycházeli z odborné literatury v teoretické části. Ukázalo se, že nejběžnějším způsobem přejímání do češtiny je slovtvorná adaptace, a to především derivace. Čeština disponuje řadou sufixů a je schopna je při odvozování uplatnit. Při slovtvorné adaptaci substantiv se nejčastěji uplatňoval sufix *-ista/-k(a)*, při adaptaci adjektiv to byl sufix *-ov(y)* a u verb sufix *-ova(t)*. Ostatní adaptace jsou pro češtinu také významné, ovšem jejich využití je menší.

Ukázalo se, že přejímání anglicismů do češtiny je stále aktivní. Díky celosvětovým vlivům a moderní době je to nekončící proces. Nové výrazy se do češtiny dokážou adaptovat poměrně rychle, a ty neadaptované dokážou uživatelé přijmout a uvést do povědomí. Lze potvrdit, že angličtina má velký vliv na námi zkoumané módní odvětví. Je stěžejní pro pohybování se a komunikaci v této sféře. Čeština dokázala, že má širokou slovní zásobu, kterou dokáže postihnout většinu nových a cizích výrazů a může tak být zástupnou.

Anotace

Jméno autora: Lucie Hrňová

Název fakulty: Filozofická fakulta Univerzita Palackého v Olomouc

Název katedry: Katedra bohemistiky

Název práce: Anglicismy v české terminologii z oblasti módy

Vedoucí práce: PhDr. Ondřej Bláha, Ph.D.

Počet znaků: 114 426

Počet příloh: 0

Počet titulů použité literatury: 50

Klíčová slova: anglicismy, terminologie, fonologická adaptace, pravopisná adaptace, morfologická adaptace, slovotvorná adaptace, Neomat, české ekvivalenty, frekvence

V této bakalářské práci se zabýváme anglicismy v české terminologii z oblasti módy, které jsou nashromážděny především z internetových zdrojů. V teoretické části se věnujeme výkladu anglicismů a jejich fonologické, pravopisné, morfologické a slovotvorné adaptaci. Praktická část spočívá v ověření, zda se anglicismy vyskytují v databázi Neomat a následném přiřazení českých ekvivalentů. Na závěr jsme zjistili, jakou frekvenci mají anglicismy v Českém národním korpusu a získaná data následně vyhodnocujeme. Poslední část praktické části kopíruje kostru teoretické části, kde použijeme vlastní příklady anglicismů a na nich demonstrováme adaptaci do češtiny.

Resumé

This bachelor's thesis focuses on the extraction of Anglicisms from the field of fashion. As previously mentioned, we primarily relied on online sources to obtain the most up-to-date forms of words and expressions. Lifestyle magazines such as Elle, Vogue, Harper's Bazaar, and Cosmopolitan were the most beneficial sources for our study, as they frequently publish new articles and cover various sub-topics of interest.

We were able to extract a total of 514 Anglicisms from the selected sources. Subsequently, we checked their presence in the Neomat database and found that 333 (64.79 %) of the extracted Anglicisms were listed in the database. This result was generally in line with our assumptions, as it was appropriate relative to the total number of extracted expressions. We also came across Anglicisms that were unfamiliar or relatively new and rarely used in common language. The remaining 181 expressions had not yet been included in the database. This part of our sample comprised loanwords made up of more than one word (e.g. body jewelry, edgy vibes, move wear), names of new types of clothing (e.g. biker shorts, chinos, mesh top), and Anglicisms whose Czech alternatives were more commonly preferred (e.g. aesthetic – krásný, vzhledný; bodycon – přiléhavý; deadstock – nenošený). Nouns were the most frequent word class, accounting for 69.51 % of all expressions.

In the next part of practical section, we consulted The Academic Dictionary of Contemporary Czech, Lingea Dictionary, Seznam Dictionary, and The Dictionary of Foreign Words to find equivalents for a total of 514 terms. We found that many loanwords were widely used in the Czech language but had no genuinely Czech alternative (e.g. image, outfit, unisex). However, we discovered that more than half of the selected loanwords could be replaced by an alternative Czech term.

Next, we used the SYN2020 section of the Czech National Corpus (CNP) to obtain mean i.p.m. values for the extracted Anglicisms and their Czech equivalents. The values of the selected terms differed significantly. Anglicisms had a value of 35,758 i.p.m., while their Czech equivalents had a value of just 3,974 i.p.m. We had expected Czech equivalents to be used more frequently than Anglicisms, but this assumption proved to be incorrect. This result suggests that Czech has not fully incorporated the extracted loanwords into its texts. However, we should interpret this result with caution, as the SYN2020 section of the CNP only contains terms collected from fiction, specialized literature, and journalism between 2015 and 2019.

Lastly, we demonstrated the grammatical, morphological, and word-forming adaptation of selected words. We found that word-forming adaptation, especially derivation, was the most common way of borrowing words. The Czech language is capable of using a wide range of suffixes as an instrument of word borrowing, with the suffix “-ista/-k(a)” being the most frequently used one for nouns. For adjectives and verbs, the most common suffixes were “-ov(ý)” and “-ova(t)”, respectively. Other types of adaptation are also important, albeit less widely used.

In conclusion, borrowing words from English to Czech is still present and will likely continue due to global influences. New terms can either be quickly adapted by the Czech language or adopted in their original form. It is likely that English has a strong influence on the field of fashion, making knowledge of relevant Anglicisms necessary for communication in this field. Nevertheless, Czech has a wide vocabulary providing many words that can serve as a substitute to borrowed terms.

Seznam použité literatury a internetových zdrojů

Akademický slovník současné češtiny. [online] (2017–2023). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. Dostupné z: <https://slovníkcestiny.cz>

Bednaříková, Božena: Problematika morfologických adaptací přehled aktuálních paradigmat. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci, 2012.

Bednaříková, Božena: Slovo a jeho konverze. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009.

Bičan, Aleš: Fonologie Českých anglicismů. Praha: NLN – Nakladatelství Lidové noviny, 2020, (1. vydání).

Bláha, Ondřej: Čeština v kontaktech II: angličtina na vzestupu. In: Uličný, Oldřich a kol. Preliminária k moderní mluvnici češtiny. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015.

Bozděchová, Ivana: ANGLICISMY V ČESKÉM LEXIKU. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), 2017, [online]. CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 2021-01-12].

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

Bozděchová, Ivana: Tvoření slov skládáním. 1. vyd. Praha: Institut sociálních vztahů, 1994.

Bozděchová, Ivana: Vliv angličtiny na češtinu. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997.

Cambridge Dictionary. Cambridge University Press, 2023 [online]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/>

Cvrček, Václav, Richterová Olga (eds). "pojmy:frekvence". Příručka ČNK [online]. 2021 [cit. 2023-23-02].

Dostupné z: <https://wiki.korpus.cz/doku.php/pojmy:frekvence>

Český národní korpus. Ústav Českého národního korpusu FF UK [online]. 1994.

Dostupné z: <https://www.korpus.cz/>

Český národní korpus. Ústav Českého národního korpusu FF UK [online]. 1994 [cit.

2023-27-02]. Dostupné z: <https://wiki.korpus.cz/doku.php/start>

Databáze excerpčního materiálu Neomat (2015) [online]. Verze 3.0. Praha: Oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český AV ČR.

Dostupné z: <https://neologismy.cz/>

Databáze excerpčního materiálu Neomat (2015) [online]. Verze 3.0. Praha: Oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český AV ČR [cit. 2023-27-

02]. Dostupné z: https://www.neologismy.cz/o_projektu.php

Dušková, Libuše: Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny. Praha: Academia, 1994.

Dvořák, Věra: Verbální substantivum. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana

Pleskalová (eds.), 2017 [online]. CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny

[cit. 2023-09-02]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VERBÁLNÍ>

SUBSTANTIVUM

Engelhardt, Gerhard: Český a německý purismus z konce 19. století. [online]. Naše

řeč, r. 84, č. 5, 2001 [cit. 2021-01-12]. Dostupné z: [http://nase-](http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7653#_ftn5)

[rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7653#_ftn5](http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7653#_ftn5)

Filipec, Josef, Čermák, František: Česká lexikologie. Praha: Academia, 1985.

Hauser, Přemysl: Nauka o slovní zásobě. Praha: SPN, 1980.

Hladká, Zdeňka: Univerbizace. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová

(eds.), [online]. CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [2022-24-10].

Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/UNIVERBIZACE>

Hubáček, Jaroslav: O českých slanzích. Ostrava: Profil, 1981.

Kraus, Jiří a kol.: Nový akademický slovník cizích slov. Academia, Praha 2014.

Křen, Michal a kol.: SYN2020: reprezentativní korpus psané češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK [online]. Praha 2020 [cit. 2022-23-02]. Dostupné z: <https://wiki.korpus.cz/doku.php/cnk:syn2020>

Lingea. Lingea s.r.o., Brno. [online]. Dostupné z: <https://slovniky.lingea.cz/>

Lotko, Edvard: Slovník lingvistických termínů pro filology. Olomouc: Univerzita Palackého, 1999.

Martincová, Olga: Neologizmy v dnešní češtině. 1. vyd. Praha: Academia 2005.

Mejstřík, Vladimír: Tzv. hybridní složeniny a jejich stylová platnost. [online]. Naše řeč. r. 48, č. 1, 1965 s. 1-15. [cit. 2022-11-06] Dostupný z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5091>

Nekula, Marek: Anglicismy v češtině. In Viereck, Wolfgang, Karin Viereck a Heinrich Ramisch. Encyklopedický atlas anglického jazyka. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. 2005.

Nekula, Marek: Encyklopedický atlas anglického jazyka. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 2005.

Obdržálek, Jan: O fyzikální terminologii. [online]. Naše řeč, r. 78, č. 3, 1995 [cit. 2021-20-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7246>

Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 1. 1. vyd. Praha: Academia, 1986

Petr, Jan: et. al. Mluvnice češtiny 2. – Tvarosloví. Praha: Academia, 1986.

Rejzek, Jiří: K formální adaptaci anglicismů. [online]. Naše řeč, r. 76, č. 1, 1993 [cit. 2021-20-12]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7106>

Rusínová, Zdenka: DERIVACE. 2017 In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 2022-18-10]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/DERIVACE>

Seznam slovník. 1996–2023 Seznam.cz, a.s., Lingea s.r.o. [online]. Dostupné z: <https://slovník.seznam.cz/>

Slovník cizích slov. 2005-2023, ABZ.cz. [online]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/>

Staněk, Vladimír: Okazionalismy v současné české publicistice. Naše řeč. [online] 2002, r. 85, č. 2, s. 57-67 [cit. 2023-09-02]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7672>

Svobodová, Diana: Anglická hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace. Naše řeč. [online] 1999, r. 82, č. 3, s. 122–126 [cit. 2022-11-06]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7515>

Svobodová, Diana: Internacionalizace současné české slovní zásoby. Ostrava: Ostravská univerzita. Pedagogická fakulta, 2007.

Ziková, Markéta: Substantivní neologismy a jejich parasystémový charakter. Naše řeč. [online] r. 84, č. 2., s. 81-89. 2001 [cit. 2022-19-10]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7613>

Analyzované materiály

Internetové magazíny:

Elle [online] Dostupné z: <https://www.elle.cz/moda>

Femina [online] Dostupné z: <https://www.freshjam.cz/lifestyle>

Harper's Bazaar [online] Dostupné z: <https://harpersbazaar.cz/fashion/>

Heyfomo [online] Dostupné z: <https://heyfomo.cz/>

Refresher [online] Dostupné z: <https://refresher.cz/moda>

Vogue [online] Dostupné z: <https://www.vogue.cz/fashion>

Videa:

Hypebeast Guru <https://www.youtube.com/c/HypebeastGuru/videos>

REFRESHER CZ <https://www.youtube.com/@RefresherCZ/videos>

THE MAG <https://www.youtube.com/@THEMAGcz/videos>

Kniha:

Feranec, Jakub: Because of Fashion. Zlín: Kniha Zlín, 2017.