

UNIVERZITA PALACKÉHO OLOMOUČ

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Neologismy v současné publicistice

(bakalářská práce)

Autor: Jana Kopalová

Vedoucí práce: Edvard Lotko, prof. PhDr., Csc.

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci napsala samostatně a veškeré prameny a zdroje informací jsem uvedla v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne 10.5.2010

.....

Jana Kopalová

Děkuji svému vedoucímu panu Edvardu Lotkovi, prof. PhDr., Csc. za jeho čas a za velmi podnětné připomínky a návrhy na zlepšení práce.

Obsah

Úvod	5
1. Obecné pojednání o neologismech	7
2. Klasifikace neologismů	11
2.1 Klasifikace neologismů podle původu.....	11
2.2 Klasifikace neologismů podle příslušnosti ke slovním druhům.....	13
2.3 Klasifikace neologismů podle oblastí lidské činnosti.....	16
3. Způsoby vzniku neologismů	21
3.1 Derivace.....	21
3.2 Kompozice.....	27
3.3 Neosémantizace.....	28
3.4 Univerbizace a multiverbizace.....	35
4. Neologická víceslovná pojmenování	38
5. Adaptace cizích neologismů v českém textu	41
Závěry	45
Anotace	47
Seznam použité literatury	48

Úvod

V naší práci jsme vycházeli z excerpce neologismů ze dvou předních českých deníků vycházejících v největším nákladu – MF DNES a Lidových novin. Tyto deníky podávají většinou seriózním způsobem informace o dění v České republice i ve světě a poskytují zpravodajství z různých oblastí společnosti a lidského života, např. politika, ekonomika, sport, kultura, zdraví, vzdělávání, životní styl atd. Představují tedy reprezentativní obraz současné české žurnalistiky a najdeme v nich postupy a rysy typické pro publicistický styl.

Publicistický styl jsme zvolili proto, že je nejvíce spjat se životem společnosti, reaguje na aktuální problémy, a proto používá nejnovější slovní zásobu. „Příznačné pro styl publicistický je těsné sepětí celé stylové oblasti s dobou. [...] Dobové zakotvení projevu se netýká jen obsahu, ale i výrazu. [...] Styl publicistický nejenže je založen na spisovném jazyce, ale je také významným zdrojem jeho proměn.“¹ Pro tento styl jsou příznačné procesy automatizace a aktualizace. Na jedné straně je zde užíván poměrně stálý repertoár vyjadřovacích prostředků (stereotypně se opakující konstrukce a obraty), které jsou zautomatizované, na straně druhé dochází k neustálé aktualizaci vyjádření, při níž vznikají nové výrazové prostředky, „které se jeví jako stylově aktivní.“² To souvisí s posláním žurnalistiky; tím je podávat informace o aktuálním dění. Proto se v ní objevuje mnoho výrazů odrážejících dobu svého vzniku. Tyto výrazy se mohou vyskytovat v terminologii příslušné oblasti a z ní potom pronikat do zpráv, které o této problematice pojednávají. Při tom často dochází k determinologizaci těchto termínů a k rozšíření jejich významu. Některé z nich se automatizací a zmechanizovaným užitím stávají tzv. módními slovy. Inovacemi prochází nejen jednoslovné lexémy, ale i frazémy, přísloví, rčení a pořekadla.

Publicistický styl je vhodným materiálem pro sběr neologismů také proto, že se v něm

1 Marie Čechová, Marie Krčmová, Eva Minářová: *Současná stylistika*, Praha: Nakladatelství Lidové noviny (2008). s. 250

2 Viz výše

objevuje velké množství přejatých slov. „Přejatá slova jsou odrazem doby, odrazem ekonomických i politických tendencí a měnících se společenských poměrů v souvislosti s rozvojem mezinárodních kontaktů.“³ Cizí slova pronikají do publicistiky stejně jako termíny z oblasti počítačové a jiné techniky, ekonomiky, sféry obchodování a podnikání, ale i z oblasti hudby nebo sportu. Užívání cizích lexémů je zvláště charakteristické pro soudobou publicistiku, ovšem někdy může přerůst až v nadužívání. Novináři volí raději cizí slovo, i když mají k dispozici jeho český protějšek, „plně adekvátní významově i funkčně, navíc zcela běžně užívaný v jiné komunikační sféře.“⁴

Cílem naší práce je analyzovat reprezentativní materiál neologismů vyskytujících se v současné české publicistice. Abychom dokázali, že nová slova se vyskytují ve všech oblastech lidského života, byly neologismy vybírány (kromě hlavního zpravodajství z domova i ze světa) z různých specializovaných příloh jako např. víkend, sport, byznys, kultura, akademie, auto, bydlení, scéna atd. V práci pracujeme téměř výhradně s materiálem získaným naší excerpcí; pokud je tomu jinak, je zdroj uveden v poznámce pod čarou. Slovníky neologismů⁵ byly používány pouze pro interpretaci vlastního materiálu, hlavně pro explikaci některých termínů.

V úvodních kapitolách bude podán obecný přehled o neologismech, jejich užívání, rozšíření a možnostech jejich klasifikace. V hlavní části se zaměříme na nejčastější procesy vzniku neologismů v češtině a jejich charakterizaci. V posledních dvou kapitolách se budeme zabývat problematikou neologických víceslovných lexémů a dále způsobem adaptace přejatých neologismů do českého textu.

3 Čechová, Krčmová, Minářová: *Současná stylistika*, s. 262

4 Viz výše

5 Olga Martincová a kol.: *Nová slova v češtině 1. Slovník neologismů*, Praha: Academia (1998) a Olga Martincová a kol.: *Nová slova v češtině 2. Slovník neologismů*, Praha: Academia (2004).

1. Obecné pojednání o neologismech

Neologismy jsou projevem dynamičnosti jazykového systému, která je v rovině lexikální, jež je s životem společnosti těsně spjata, nejvíce zřetelná.⁶ Pojem neologismus je obecně chápán jako nové slovo. Může to být slovo dosud nezachycené v nejnovějším slovníku spisovného jazyka, které se však může objevit ve specializovaném slovníku neologismů. Proměnlivost slovní zásoby je však tak velká, že ji synchronní výkladové slovníky nemohou zachytit, a proto značné množství neologismů vznikne a zanikne, aniž by byly někde zapsány.

Podle Encyklopedického slovníku češtiny je neologismus „lexikální jednotka, která se ve vztahu k existujícím jednotkám slovní zásoby současného jazyka vyznačuje novostí, a to jak z hlediska vzniku, tak z hlediska funkčního (funkčně systémového, komunikačního, stylistického).“⁷ *Česká lexikologie* autorů Filipce a Čermáka charakterizuje neologismy jako „lexikální jednotky jistého úseku lexikální zásoby hodnocené z hlediska současných platných jazykových norem ve srovnání s jednotkami běžnými jako nové, užívané a perspektivní.“⁸ Z hlediska stylistického jsou neologismy protikladem archaismů, protože jsou projevem nejnovější slovní zásoby, zatímco archaismy patří ke slovní zásobě zastaralé a málo používané.

Příznakem novosti se však neologismy mohou lišit. Některá slova se do slovní zásoby začlenila velice rychle a stala se její běžnou součástí, takže už je jako neologismy nepocítíme. Jsou to většinou ta slova, která označují věci používané v každodenním životě nebo pojmy z oborů, které se nejdynamičtěji rozvíjejí. Jiná nová slova se však do běžné slovní zásoby vůbec nedostanou a budou zapomenuta. Sem mohou patřit například módní výrazy nebo výrazy pojmenovávající nový trend, jenž však nemá dlouhého trvání.

6 viz Josef Filipce, František Čermák: *Česká lexikologie*, Praha: Academia (1985). s. 98

7 *Encyklopedický slovník češtiny*, ed. Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová, Praha: Nakladatelství Lidové noviny (2002). s. 284

8 Filipce, Čermák: *Česká lexikologie*, s. 99

Dále se do slovní zásoby nezačlení tzv. okazionalismy, které slouží jen k aktuálnímu použití nebo k ozvláštnění textu například v novinách, a pokud se nestanou oblíbenými, tak se většinou omezí jen na jedno použití (okazionalismy, hapax legomena). Poslední skupinou těchto neologismů, jsou tzv. neologismy neperspektivní, které mají povahu návrhů nebo nepřijatých náhrad. Nejčastěji je navrhováno slovo české, aby se odstranil výraz cizí, např. *rozvid*, *rozjev* za televizi nebo *spočet*, *sčet* za fakturu.⁹

V časopisu *Naše řeč* v rubrice jazykové poradny se objevil článek přibližující anketu z roku 1940 o nejlepší české slovo, které by nahradilo slovo *weekend*. Autor ankety J.V. Bečka zaznamenává tyto navrhované výrazy: *neděláček*, *sobotěnka*, *oddech*, *venden*, *zotav*, *osvěžená*, *týdnuvale*, *osvěž*, *oddyšek*, *odpočník*, *výdech*, *nedělí*, *noclet*, *týdnice*, *zotavisko*, *týdenka*, *končínek*, *výlet*, *vytýden*, *konec týdne*, *přesnedělí*, *konectýdení*, *svatvečer*, *osvěžník*. Ve stejném ročníku jsou v článku redakce reagujícím na Bečkův příspěvek uvedeny též výrazy *osvěžka*, *osvěžená*, *nanedělí*.¹⁰

U nás nastal největší rozvoj slovní zásoby po listopadu 1989 a pokračuje dodnes. Souvisí se změnami v politickém, společenském a kulturním dění i s otevřením češtiny cizím jazykům. Tím bylo umožněno přebírání nových slov z těchto jazyků, u nás hlavně z angličtiny, která se stává světovým jazykem. Mezi nová slova však nepatří jen ta přejatá ale také ta, která se během komunistického režimu nepoužívala, ovšem předtím už existovala (*bankrot*, *hasič*, *lustrvat*, *region*) nebo ta, která byla tabuizována (*figurant*, *mukl*, *voyér*).¹¹ Jsou zde i slova, u nichž došlo po roce 1989 ke změně konotativního významu, a to ať z pozitivního na negativní (*bolševik*, *komunista*, *soudruh*), nebo i opačně (*disident*, *chartista*, *soukromník*).¹²

Kromě mimojazykových příčin vzniku neologismů (označení nových skutečností,

9 viz Filipec, Čermák: *Česká lexikologie*, s. 99

10 viz *Z dopisů jazykové poradně, Naše řeč 4*, ročník 92 (2009). s. 224

11 viz Zdeňka Sochová, Běla Poštolková: *Co v slovnících nenajdete*, Praha: Portál (1994). s. 15

12 viz Edvard Lotko: *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny)*, In: Edvard Lotko: *Srovnávací a bohemistické studie*, Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 2008. s. 216

generační rozdíly, diferenciací společenských procesů) existují však i příčiny vnitrojazykové, jako např. tendence k symetrii lexikální formy a významu, odstranění variant, polysémie a homonymie, tendence k vyvažování dílčích systémů, významová a stylistická diferenciací lexikálních jednotek, tendence k experimentování.¹³

Nové slovní prostředky jsou několikeré povahy. Za prvé to jsou neologismy lexikální, kam patří slova přejatá z cizích jazyků, která nejčastěji pochází z angličtiny, příležitostně i z jiných jazyků. Neologismy lexikální mohou být také domácího původu (*bavič, bezdomovec, bezodpadový, čtečka, posilovna, vozíčkář, jednohubka*). Druhou skupinu tvoří nová slova vzniklá sémantickým tvořením tj. různým posunem významu. Posun může spočívat v přenesení významu (*balík* – balík akcií, *koš* – spotřební, *průchodný* – návrh, postup), jeho rozšíření (*servis* – inzertní, zpravodajský, *bariéra* – psychická, zvuková, *blokáda* – informační, *dceřinný* – podnik) nebo naopak specializaci (*aukce* – jedna z forem privatizace státního a družstevního majetku). Poslední skupinou jsou neologismy kontextové a frazeologické. Kontextový neologismus je nový celek, z něhož vyplývá i nový specializovaný význam (*hvězdné války, černá díra, skleníkový efekt, ponorková nemoc, zelená nafta, spotřební koš*) a frazeologické spojení má obrazný význam, který nelze odvodit z významů jeho částí (*stavět na zelené louce, dělat mrtvého brouka, je to v pohodě, být v obraze*).¹⁴

Nejvíce nových slov se objevuje v publicistice ať už mluvené nebo psané, která reflektuje aktuální dění, píše o soudobých problémech a módních věcech a musí užívat výrazy tomu adekvátní. „Publicistický styl je právem považován za hlavní bránu, kterou pronikají nové výrazy a významy do běžného dorozumívání...“¹⁵ Publicistický jazyk je také velmi pružný a snadno se přizpůsobí době, a tudíž do sebe rychle vstřebává všechny nové výrazy. Publicisté a novináři často potřebují ozvláštnit svůj jazykový projev, aby přitáhli a

13 viz Filipec, Čermák: *Česká lexikologie*, s. 99

14 viz Sochová, Poštolková: *Co v slovnících nenajdete*, s. 13-14

15 Lotko: *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách*, s. 210

zaujali čtenáře či diváka, a proto vynalézají různé okazionalismy. Ty se však mohou objevovat také v uměleckém stylu, ať už v poezii nebo v próze. „...důležitým zdrojem neologismů je obecná snaha vyjádřit protest proti konformitě, oficiálnímu a uzuálnímu způsobu nominací.“¹⁶

Nová pojmenování také reflektují některé změny v typologickém konstruktu češtiny. Čeština jako flexivní jazyk se musí vyrovnávat s velkým množstvím výpůjček z angličtiny, která je jazykem analytickým, a tudíž v ní nedochází k ohýbání slov. Tak některá slova, většinou ta, u nichž nelze spolehlivě určit rod nebo která mají pro češtinu atypické zakončení, zůstávají nesklonná (*fitness, lobby, promotion, show*). Jiná se však ihned začlení do českého deklinačního systému a přiřadí se k českému vzoru podle svého zakončení (*billboard, comeback, e-mail, internet*). Čeština je také schopna derivací odvozovat z přejatých slov různé slovní druhy: adjektiva (*internetový, manažerský, marketingový, personální, webový*) nebo slovesa (*e-mailovat, hacknout, kliknout, lobbovat, logovat*). Některá slova však nejsou v rámci české slovní zásoby ani vyhraněna jako slovní druhy nebo alespoň nemají typické české afixy nějakého slovního druhu. Například slova jako *on-line, top* nebo *trendy* se používají se substantivy, tudíž se dá předpokládat, že jsou to adjektiva, ovšem z jejich formy to není zjevné. Tato slova jsou totiž nesklonná a se substantivy nekongruentní (*on-line magazín – gen. on-line magazínu, top modelka – gen. top modelky, trendy účes – gen. trendy účesu*).

Studium neologismů je nepochybně velmi důležité. Při jejich vzniku lze sledovat jednak vývojové tendence současného jazyka jako je např. demokratizace či internacionalizace a také to, jak na sebe navzájem působí jazyk a společnost, což je zásadní pro vytváření nových slov.

16 Lotko: *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách*, s. 215

2. Klasifikace neologismů

2.1. Klasifikace neologismů podle původu

V neologické slovní zásobě se dnes vyskytují převážně výrazy cizího původu. To je samozřejmě jednak přirozený důsledek větší otevřenosti naší společnosti světu a jednak také výsledek tendence lidí stále více užívat přejaté výrazy. Tato „snaha o 'modernost' a 'mezinárodnost'“¹⁷ však může vyústit až v jazykový snobismus, což je negativní jev charakterizovaný nadužíváním cizích slov. Velké množství anglicismů se vyskytuje také v reklamě, protože jí to dodává zdání větší atraktivnosti.¹⁸ Kromě těchto extralingvistických faktorů na jazyk samozřejmě působí i faktory vnitřní dané samým jeho vývojem. V případě přejímání cizích slov jsou to zejména tendence k internacionalizaci a intelektualizaci. Tyto tendence se prolínají. Přejatá slova, která jsou důsledkem procesu internacionalizace, umožňují našemu jazyku plnit stále náročnější komunikační potřeby, což je účel procesu intelektualizace. Terminologie se totiž stále více unifikuje a my tudíž musíme přejímat cizojazyčné termíny a porozumět jim, abychom byli schopni zapojit se do světového dění jak v politice, tak například ve vědě. Zároveň je pro cizí slova specifická větší explicitnost pojmenování. Pro to, co by čeština musela vyjadřovat více slovy, existuje cizí jednoslovné pojmenování (*bestseller* – nejlépe prodávaná kniha, *billboard* – reklamní cedule, *coververze* – píseň přezpívaná jiným zpěvákem, *e-mail* – elektronická pošta). Některá pojmenování by byla dokonce nenahraditelná a musel by se pro ně vytvořit odpovídající český neologismus (*doména* poč., *evergreen*, *internet*, *lobby*). Proto v současné slovní zásobě neologismy cizího původu výrazně převažují nad domácími.

Jak bylo řečeno už v první kapitole, nejvíce přejímek je z angličtiny (*brífiing*, *comeback*, *dresing*, *hattrick*, *holding*, *klip*, *know-how*, *management*, *thriller*, *underground*). Méně slov má původ francouzský (*butik*, *ecu*, *ekipa*, *fritéza*, *parkúr*), italský (*cuketa*, *kapučíno*) nebo

¹⁷ Lotko: *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách*, s. 220

¹⁸ Viz výše

ruský (*samizdat, ochranka*).¹⁹ Neologismy z těchto u nás méně užívaných jazyků většinou označují skutečnost pocházející z dané země a stejným způsobem se k nám dostaly například i výrazy z některých orientálních jazyků. Mezi ně patří např. slova z oblasti asijských bojových umění a sportů (*aikidó, kendo, kung-fu, nindža, tai-či, takewodo*) nebo pojmenování japonských děl, pořadů či produktů určených k zábavě (*karaoke, tamagoči*).²⁰

V našem vzorku se převaha cizích pojmenování nad domácími projevuje velice markantně. Z celkem 462 neologismů bylo zhruba 76% cizího, 16% domácího původu a zbylých 8% tvořily hybridní složeniny. Do tohoto celkového počtu byly započítávány většinou jednoslovné neologismy. Víceslovná pojmenování byla až na pár výjimek ponechána stranou, protože se jedná většinou o spojení cizího a domácího slova a ne oba lexémy jsou nutně neologické povahy. Neologickým se stává až celé spojení, které by potom muselo být počítáno do kategorie hybridních kompozit. Protože se však o kompozita nejedná, z tohoto výčtu jsme je vynechali. Započítána do něj byla pouze spojení, která byla v dané formě přejata a jejich podoba se nemění (*bungee jumping, hard rock, hip hop, last minute, play off, play out, power play* atd.).

O periferním postavení domácích neologismů svědčí i jejich význam a výskyt. Zatímco cizí neologismy pocházejí ze sfér běžného života a mohou být každodenně používány, neologismy domácího původu mají spíše charakter příležitostných pojmenování. V našem vzorku se vyskytují okazionální pojmenování osob (*činkař, loktař, okrskář, prožívačka, územář, zeměškůdce*), různé návrhy názvů poplatků podle vzoru *šrotovného* (*demolné, hadrovné, ozdravné, pračkovné, střepné, šrotovné, třískovné, zájezdné*) nebo například výraz *šrotuchtivý*. Dále se objevila adjektiva, kterými chtěl autor ozvláštnit svoji recenzi (*hořkosměšný, sladkoveselý*), či ironická označení stoupenců Václava Havla (*pravdoláskisté, pravdoláskovci, pravdoláskari*). Příliš se pravděpodobně nepoužívají ani

¹⁹ Viz Sochová, Poštolková: *Co v slovnících nenajdete*, s. 12

²⁰ Viz Jitka Mravinacová: *Přejímání cizích lexémů*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martincová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 188

výrazy jako *marťanština*, *opalovačky*, *půlbublina*, *půlmíč* nebo *zavazadelník*²¹. Poměrně módními se však staly výrazy jako *prorodinný*, *proevropský* nebo *rádobypříznivce*. Běžně se používají i slova *hasič* (slovo obnovené po roce 1989), *konopí* (marihuana), *křest* (knihy, CD apod.), *myš* (počítačová), *pirát*, *pirátský*, *písničkář*, *polistopadový*, *živnostník* nebo výrazy související s politikou *modří*, *oranžoví*, *zelení* (označení politických stran), *nevládní* (organizace – *nevládka*), *neziskový* (organizace – *neziskovka*), *veřejnoprávní* apod.

I přes značnou převahu cizích lexémů v nové české slovní zásobě jim některá česká slova úspěšně konkurují. Vznikají tak dvojice obsahující české a cizí slovo, z nichž obě jsou přibližně stejně frekventovaná – např. *offside* – *postavení mimo hru*, *gólman* – *brankář*, *power play* – *hra bez brankáře*, *exministryně* – *bývalá ministryně*.

2.2. Klasifikace neologismů podle příslušnosti ke slovním druhům

„V souladu s frekvencí substantiv jako základního slovního druhu v našem jazyku má nejvíce přejatých neologismů právě tuto slovnědruhovou povahu.“²² To může souviset také s tím, že v angličtině nemají slovesa a mnohdy ani adjektiva svou specifickou formu, jako je tomu v češtině, a proto čeština raději přejme substantivum a derivací ho upraví na sloveso nebo adjektivum. Takto se tedy z přejatých substantiv v češtině derivují jiné slovní druhy, např. nejvíce adjektiva, slovesa, méně adverbia.

Kategorie substantiv je z hlediska sémantiky i formy velmi rozrůzněna. V neologické slovní zásobě jsou velice oblíbená prefigovaná substantiva s různými typy domácích i cizích prefixů, resp. prefixoidů. Četná jsou také substantiva tvořená sufixy a sufixoidy a velice početnou vrstvu tvoří kompozita, nejčastěji kompozita hybridní, tedy složená z

21 (v automobilu) zavazadlový prostor

22 Edvard Lotko: *Co odhaluje analýza neologismů v současné češtině?*, In: *Studia z filologii słowiańskiej ofiarowane profesor T. Z. Orłowski*, Kraków (2000). s. 139

domácího a cizího základu.²³

Po substantivech jsou nejpočetnější skupinou v neologické slovní zásobě adjektiva. Při jejich rozdělení a způsobech tvoření budeme vycházet ze studie Jindry Světlé *Nová adjektivní pojmenování*.²⁴ Nejčastěji vznikají desubstantivní adjektiva tvořená sufixací, tedy odvozená ze substantiv pomocí různých přípon.

Nejpoužívanější příponou je přípona *-ový*. Jejím prostřednictvím vznikají nová adjektiva od substantiv označujících neživé substance nebo abstraktní pojmy, a to především od substantiv mužského rodu zakončených na souhlásku (*biatlonový, bonusový, debutový, doménový, genderový, grantový, hedgeový, internetový, kabelový, klubový, kongresový, punkový, rockový, spamový, summitový, textový, tiskový, webový*) nebo od dějových jmen s formantem *-ing* (*antidopingový, marketingový, modelingový, phisingový, ratingový*). Tento sufix slouží také k derivaci adjektiv od kompozit (*bezbariérový, dvouoscarový, fulltextový, hardwarový, hiphopový, hypermarketový, lifestyleový, mainstreamový, offsetový, outdoorový, postpunkový, předbulvárový, punkrockový, retropopový, softwarový, ultrapravicový, udergroundový*) nebo spojení (*e-mailový*). Díky produktivnosti tohoto sufixu pochází derivovaná adjektiva z různých významových okruhů. Nejčastěji to jsou oblasti hudebních proudů a stylů a hudby obecně (*debutový, hiphopový, postpunkový, punkrockový, rádiový, retropopový, rockový*), sportu (*biatlonový, klubový*) nebo počítačové techniky (*doménový, fulltextový, hardwarový, internetový, phisingový, softwarový, webový*).

K odvozování adjektiv od abstrakt cizího původu slouží sufix *-ní*. S pomocí tohoto sufixu se běžně odvozují adjektiva od mužských substantiv zakončených na souhlásku (*digitální, diskontní, kreditní, mobilní, poloterénní*), ale častěji od substantiv ženského rodu s různým zakončením (*alternativní, emisní, firemní, flexibilní, globální, hypoteční*,

²³ Více o tomto tématu v další kapitole

²⁴ Jindra Světlá: *Nová adjektivní pojmenování*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martincová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 99-118

informační, investigativní, justiční, komerční, módní, operační, platební, realitní, reklamní, unijní). Nově se tento typ adjektiv tvoří také od neologických kompozit (*antimonopolní, kontraproduktivní, mezikontinentální, mikroplatební, multimedialní, nadstandardní, protikorupční, restrukturalizační, telekomunikační, ultrakonzervativní, velkometrážní*).

Dalším sufixem používaným při odvozování adjektiv ze substantiv je sufix *-ský*, případně jeho varianta *-cký*. Ta se používá při tvoření adjektiv z domácích základů na *-c* a *-k* a hlavně od obecných jmen osob na *-ec*. S pomocí těchto přípon se tvoří adjektiva především od obecných jmen osob jako reprezentantů druhu (*auditorský, developerský, hackerský, klientský, makléřský, manažerský, megalomanský, pirátský, promotérský, protipirátský, seniorský*). Velmi často jsou tato jména substantivními kompozity (*euroskeptický*). Okrajově vznikají nová adjektiva i od vlastních jmen místních (*protitalibanský*). Za rozšířenou variantu přípony *-cký* se někdy považuje přípona *-ický*, která slouží k derivaci od substantiv převážně cizího původu (*ekologický, elektronický, epileptický, etnický, lobbistický, logistický, mamografický, mamodiagnostický, pornografický*).

Kromě desubstantivních adjektiv tvořených derivací jsou v češtině ještě přejatá adjektiva, jejichž podoba zůstala nezměněna. Nejsou proto schopna flexe ani kongruence a jediným slovnědruhovým signálem je to, že se pojí se substantivy. Jsou na například: *emo* (*ufňukanci*)²⁵, *fantasy* (*literatura*), *fitness* (*centrum*), *hi-tech* (*stavba*), *IT* (*dovednosti*)²⁶, *on-line* (*edice*)²⁷, *prime* (*prime time*), *pop* (*kultura*), *top* (*atrakce*) (ve významu nejlepší), *trendy* (*senzace*), nebo *singl* (*hra*) (ve významu jeden, sám).²⁸

25 Toto slovo vzniklo z anglického emotions (emoce) a označuje hudební styl nebo také životní postoj hlavně mladých lidí, kteří kladou důraz na ponuru romantiku, melancholii a svoje vlastní prožitky. O vyznavači tohoto hudebního stylu nebo zastánci tohoto postoje se dá říci, že je *emo*.

26 Tato zkratka znamená „informační technologie“, ovšem může se používat i v platnosti adjektiva. Např. ve spojení *IT dovednosti* (dovednosti v oboru informačních technologií) stojí *IT* před substantivem, z čehož můžeme usuzovat, že se jedná o adjektivum.

27 Tato spojení se dá vykládat jednak jako „být připojen“ většinou k nějaké komunikační síti, nebo jako adjektivum ve spojení se substantivem – *on-line hra, aukce, časopis, platba* apod.

28 Ve slovní zásobě existuje i substantivum *singl*, které označuje malou gramofonovou desku s jednou písničkou na každé straně.

O něco méně je v nové slovní zásobě sloves, ovšem jejich počet stoupá. Vzhledem k tomu, že v angličtině nemají slovesa vyhraněnou formu, musí čeština vždy přejaté sloveso upravit. Proto v nové vrstvě sloves převládají desubstantiva – slovesa utvořená ze substantiv. Dále prefixální deverbativa – slovesa derivovaná z již existujících sloves pomocí prefixu – a slovesa adaptovaná – přejatá z cizího jazyka a morfologicky adaptovaná. V češtině je v současnosti nejproduktivnější třetí třída slovesná, konkrétně vzor kupuje. Tudíž má většina nových sloves příponu *-ovat* (*alternovat, defraudovat, financovat, instalovat, recyklovat*). Z prefixů domácích se potom uplatňují hlavně *do-*, *na-*, *od-*, *o-*, *pro-*, *pře-*, *před-*, *při-*, *roz-*, *u-*, *vy-*, *za-*, *z-*. Z předpon cizích jsou to *de-*, *re-* a řidčeji *ko-*. Předpony slouží hlavně k perfektivizaci sloves čili tvoření sloves dokonavých od sloves nedokonavých nebo vidově bezpříznakových. V této funkci se uplatňuje nejvíce prefix *z-*, příp. *za-* (*zaevidovat, zdefraudovat, zlobbovat, zrecyklovat, zregulovat, zúřadovat*).

Novými spojeními se slovesy jsou například i spojení typu *být in*, *být out*, *být cool*, která jsou velice produktivní a oblíbená hlavně ve slangu mládeže.

2.3. Klasifikace neologismů podle oblasti lidské činnosti

Jazyk a společnost na sebe navzájem působí. V současné době je větší vliv společnosti na jazyk než vliv jazyka na společnost. Ta se vyvíjí svým přirozeným vývojem, který se následně promítá do jazyka. Nyní, jak už zde bylo poznamenáno, je samozřejmě nejdůležitější období po listopadu 1989. V něm nastává prudký vývoj společnosti novým směrem, rozvoj všech oblastí lidské činnosti a otevření se našeho společenství světu a češtiny světovým jazykům. Nejvýrazněji se společenské změny projevují v lexikální oblasti jazyka, jak poznamenává Emil Mleziva, z jehož studie²⁹ budeme v této kapitole

²⁹ Emil Mleziva: *Vliv společenských změn na vznik nových významů a výrazů v českém jazyce (Lingvisticko-sociologická studie)*, In: *Slovo a slovesnost* 57 (1996). s. 283-296

vycházet.

Mleziva rozděluje vlivy společenských změn na vznik nových významů a výrazů na kategorie „Člověk“ a „Společnost“, které pak dále dělí na subkategorie. My si budeme všimnat pouze subkategorií, které jsou pro nás relevantní, tedy těch, k nimž můžeme přiřadit nějaký neologismus z našeho vzorku. Z kategorie „Člověk“ je to subkategorie, kterou Mleziva nazval „Pohlaví – sex“, a z ní například pojmy týkající se studia rozdílů mezi pohlavími obecně (*genderový, transgender*), oblasti pornografie (*porno, pornografické snímky, pornohvězda*), sexuální orientace (*gay*) či obecně propagace sexu v médiích (*sexsymbol, sexy*). Dále subkategorie „Zdraví, nemoci a jejich léčení“, v níž zaujímají důležité místo zejména nové léčebné postupy a vše, co se jich týká (*chemoterapeutika, kardiocentrum, mamodiagnostické centrum, mamograf, mamografické centrum*).

Subkategorie „Společenský život“ už patří do kategorie „Společnost“. Radíme sem nová pojmenování členů společenství včetně hodnocení, ať už kladných, nebo záporných, která jsou jim prisuzována například v médiích (*celebrita, fans, gambler, ikona*³⁰, *konzument, miss, outsider, sprejer, squatter, superhvězda, superhrdina, superlídř, teenager, workoholik, zeměškůdce*). Dále sem patří procesy probíhající ve společnosti nebo společenské činnosti (*feminizace, happening, konzum, konzumerismus, křest*³¹) či jiné obecné pojmy související se společností (*lifestyle, mainstream, módní policie, showbyznys*).

Subkategorie „Umění“ je velice rozrůzněna, největší počet neologismů ovšem náleží do oblasti hudby. Jedná se o názvy hudebních stylů (*artrock, country, emo, eurotechno, hard & heavy, hardrock, hip hop, klubové electro, pop, postpunk, punk, punkrock, rádiový pop, retropop, reggae, ska, soul, techno, world music*), příslušníků těchto stylů (*alternativec, folkař, metalák, pankáč, raper, rocker*) nebo pojmy z oblasti hudby obecně (*boyband, coververze, debutant, debutový (deska), evergreen, frontman, frontmanka, hit, hitparáda, label, písničkář, písničkářka, popař, rádiovka, song, singl, soundtrack, tour (koncertní)*).

³⁰ Ve významu symbol něčeho – módní ikona

³¹ Ve významu uvedení na trh nového CD, knihy apod.

Jistý počet neologismů se objevil také v oblasti knižního průmyslu (*bestseller*, *bestsellerista*, *fantasy (literatura)*, *paperback*) nebo v souvislosti s rozvojem televizní zábavy a filmu (*bombast*, *bondgirl*, *bondovka*, *casting*, *gag*, *klip*, *prime time*³², *show (kultovní, reality, talk-show)*, *sitcom*, *spot*, *telenovela*, *videoklip*, *videozáznam*). Některé z těchto neologismů by mohly spadat i do subkategorie „Sdělovací prostředky“.

Další Mlezivovou subkategorií je „Tělesná kultura“. Z ní jsou důležitá pojmenování ze sportu. Ze zahraničí k nám proniká velké množství nových druhů sportů a různých cvičení (*aerobik*, *bikram jóga*, *body and mind*, *bollywood*, *bungee jumping*, *cykloturistika*, *figh4tlife*, *fitness*, *flexi-bar*, *chitoning*, *jumping*, *kardiozóna*, *kick box*, *kiting*, *p-class*, *pilates*, *port de bras*, *rope skipping*, *spinning*, *squash*, *surfing*, *taebo*, *tai-či*). V češtině se objevují i názvy sportovců, kteří je provozují (*boulařka*, *golfista*, *snowboardista*), a názvy cvičebních pomůcek (*bos*, *epileptický trenažér*, *in-line brusle*, *orbitrek*, *power plate*, *půlbulina*, *půlmíč*). Patří sem i ostatní pojmy ze sportu (*biatlonová sezóna*, *extraliga*, *hattrick*, *play off*, *play-out*, *power play*, *safety car*, *superwelterový (váha)*³³).

Subkategorie „Politika“ je také velice široká a po roce 1989 prošla velmi výraznou změnou, s níž souvisí probuzení zájmu o politiku, sledování domácího i zahraničního vývoje i vstup české politiky na evropskou scénu. Proto se v této oblasti objevuje poměrně hodně neologismů (*eurovolby*, *europoslanec*, *eurozákon*³⁴, *kongresové centrum*, *Lisabon*³⁵, *modři*³⁶, *oranžoví*, *nevládní organizace*, *nezisková organizace*, *ombudsman*, *polistopadový*, *polostátní (firma)*, *pravdoláska*³⁷, *protekcionismus*, *předvolební folklor*, *radnice*³⁸, *Schengen*, *summit*, *šéfkomisař*, *unijní*, *veřejnoprávní*, *vicepremiér*, *zelení*).

Subkategorie „Ekonomika“, „Obchod“, „Finančnictví“, „Peněžnictví“ a „Podnikání“

32 Hlavní vysílací čas

33 Pojem z boxu

34 Výrazů s prefixoidem *euro-* se v češtině objevila celá řada v souvislosti se vstupem ČR do Evropské unie

35 *Lisabon* a *Schengen* jsou zkrácené názvy používané pro označení těchto smluv

36 *Modři*, *oranžoví* a *zelení* jsou publicistické názvy pro příslušné politické strany a jejich vznik souvisí přirozeně s pluralitou politických stran po listopadu 1989

37 Poněkud hanlivé označení politiky Václava Havla

38 Synekdochické označení pro úřad obecní samosprávy (na úrovni města nebo statutárního města)

zpracujeme dohromady, protože spolu velmi úzce souvisejí. S nimi je úzce spjata také oblast zaměstnání a nových pracovních možností. Také tyto oblasti se samozřejmě velmi dynamicky rozvíjely poté, co politický převrat v roce 1989 umožnil soukromé vlastnictví a volné podnikání. Značné množství neologismů je opět přejato z anglického jazyka (*asistentka, auditor, benefit, bonus, boss, byznys, byznysman, daňové poradenství, dealer, designér, developerská společnost, due dilligence*³⁹, *fair trade, finanční databáze, hedgeové fondy*⁴⁰, *holding, komerční (sféra), makléř (hypoteční, realitní), manažer, marketing, mikroplatba, nekalá soutěž, osobnostní profil, personalista, píárista*⁴¹, *pracovní agentura, recruiter, rekvalifikace, think-tank*⁴², *živnostník*).

Další kategorií je „Průmyslová výroba a technika“. V dnešní době zaujímá přední místo hlavně technika. Neologismy se objevují například v oblasti audiovizuálního průmyslu (*digitální (vysílání), dvojcédéčko, kabelový (televize), LCD obrazovka, tuner, set-top box, videorekordér*) nebo průmyslu automobilového (*autobranže, automobilka, autosalon, chiptuning*⁴³, *kombík, zavazadelník*). Nejvíce neologismů patří do oblasti výpočetní techniky, která prochází nebývalým rozvojem. Spadají sem pojmy souvisejících přímo s počítači (*antivir, firewall, fulltext, fulltextové vyhledávání, hardware, chipset*⁴⁴, *ikona, mikročip, myš, násobič*⁴⁵, *netbook*⁴⁶, *notebook, operační systém, software, update*⁴⁷, *upload*⁴⁸). Dále také ty, které se vztahují spíše k internetu (*e-mail, e-mailová adresa, internetový (aukce, prohlížeč), on-line (časopis, platba), phishingový (útok)*⁴⁹, *portál*,

39 Hloubková kontrola hospodářských a finančních ukazatelů firmy

40 *Hedge* – burzovní akce s úmyslem chránit svá aktiva vůči změně cen

41 Pracovník v oboru PR (Public relations – vztahy s veřejností)

42 Instituce, společnost nebo skupina pro výzkum; typicky v oblasti ekonomie nebo politiky

43 Zvýšení výkonu motoru a snížení spotřeby

44 Jeden nebo více integrovaných obvodů (čipů), které jsou navrženy ke vzájemné spolupráci a jsou obvykle prodávány jako jediný produkt

45 Hodnota, která říká procesoru, na které frekvenci má pracovat

46 Velmi lehký notebook

47 Získání novější verze software

48 Nahrát na server

49 Phising je podvodná technika používaná na Internetu k získávání citlivých údajů (hesla, čísla kreditních karet apod.) od obětí útoku

*skriptování*⁵⁰, *spam*, *surfování (po internetu)*, *web*, *wi-fi*). A v neposlední řadě i pojmenování lidí, kteří se v této oblasti (někdy i nelegálně) pohybují (*hacker*, *pirát*) a některá obecná pojmenování, jejichž zařazení je poněkud problematické (*IT*⁵¹, *kyberkriminalita*, *kyberprostor*, *kybersíla*, *kyberšikana*).

Poslední naší subkategorií je „Životní prostředí“. Vzhledem ke snaze odborníků i široké veřejnosti zlepšit současný stav životního prostředí, jsou v dnešní době tyto nové výrazy velmi frekventované. Nejčastěji se vyskytují složeniny s prefixoidem *bio-* (*biočaj*, *biolih*, *biomasa*) nebo *eko-*, případně kompozita s celým adjektivem *ekologický* (*ekománie*, *ekoterorista*, *ekologický aktivista*, *ekologická poradna*).

Závěrem můžeme obecně konstatovat, že vývoj slovní zásoby silně podléhá společenským změnám, a proto je v české slovní zásobě důležitým mezníkem listopad 1989. Po tomto politickém převratu nastalo otevření naší společnosti a s nástupem svobody přišel i rozvoj pojmenování nových skutečností ve výše uvedených oblastech.

50 Psaní programů, které se nepřevádí do binární podoby

51 Viz poznámka č.18

3. Způsoby vzniku neologismů

3.1. Derivace

A) Prefixace

Podle studie Pavly Kochové *Prefixace u nových substantiv*⁵² se „ve statích o inovačních slovotvorných tendencích zdůrazňuje narůstající podíl jmenné prefixace.“⁵³ Podle Lotka⁵⁴ je to tím, že prefixální pojmenování se vyznačují větší významovou zřetelností a větší spojitelností odvozovacích morfémů a prefixace také (na rozdíl od sufixace) nezpůsobuje alternace kořenových hlásek. Při tomto slovotvorném způsobu se stále využívá domácích předpon, velmi produktivními se však stávají prefixy internacionální.

Nejdříve si uvedeme několik příkladů produktivních domácích přepón, které jsou však v současných neologismech na ústupu, a slov, v nichž se vyskytují. Mezi domácí prefixy uplatňující se hlavně při tvorbě adjektiv patří např. předpony *mezi-*, *nad-*, *po-*, *pro-*, *před-* (*mezikontinentální*, *nadstandardní*, *polistopadový*, *prorodinný*, *proaktivní*, *proevropský*, *předbulvárový*, *předvolební (folklor)*).

Z cizích předpon se užívají např. prefixy *de-*, *post-*, *re-*, *sub-*, *super-*. Prefix *de-* tvoří variantu ke starším latinským předponám *des-*, *dez-*, které se spojovaly se slovy začínajícími na samohlásku, dnes se však i u takových slov dává přednost prefixu *de-*. Latinský prefix *post-* je synonymní s českým prefixem *po-* a oba vyjadřují časovou následnost (*postmoderní*, *postpunkový*). Předpona *re-* má význam „opětovný, opětný, opět, znovu, nový, nově, opakovaný, opakovaně“⁵⁵ (*rekvalifikace*, *remasterovaný*, *restrukturalizace*). Předpony *sub-* a *super-* představují protějšky domácích předpon *pod-* a

52 Pavla Kochová: *Prefixace u nových substantiv*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martincová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005). s. 76-83

53 Viz výše, s. 76

54 Viz Edvard Lotko: *Nová slova se záporným významem v češtině*, In: Edvard Lotko: *Srovnávací a bohemistické studie*, Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého (2008). s. 245

55 Olga Martincová a kol.: *Nová slova v češtině 1. Slovník neologismů*, Praha: Academia (1998). (Dále *SNI*), s. 242

nad-; vyjadřují tedy buď nižší nebo vyšší postavení (*subkultura*, *superwelterový*). V neologické slovní zásobě se uplatňuje zejména prefix *super-*, a to nejen v tomto významu, ale hlavně ve významu „prvotřídní, mimořádný, výjimečný“⁵⁶ (*superhrdina*, *superhvězda*, *superlíd*, *supervelmoc*, *supervynález*).

Klasifikaci prefigovaných substantiv ztěžuje existence tzv. prefixoidů neboli přechodných morfémů. Jsou to slovotvorné prvky na přechodu mezi prefixy a kořennými morfémy. Jedna skupina má svůj původ v radicech (plnovýznamových komponentech) a postupně se vyvíjí směrem k předponám a druhá je naopak skupina předpon, které přecházejí v přechodné morfémy. V nové slovní zásobě se tyto komponenty objevují poměrně často. Mohou být jak domácího, tak cizího původu, prvky cizího původu ovšem převažují.

Prefixoidy se velmi často uplatňují v oblasti intenzifikace či zeslabování významu (*hyper-*, *mega-*, *mikro-*, *mini-*, *monstr-*, *multi-*, *nano-*, *nízko-*, *ultra-*, *velko-*). Většina z těchto prefixoidů se původně používala v odborné terminologii, teď se však dostávají do běžného jazyka a ztrácí svůj přesný význam (*hypermarket*, *megalomanský*, *megapodvod*, *mikročip*, *mikroplatba*, *mikroplatební*, *miniprofil*, *miniškolka*, *minipizzerie*, *miniproblémy*, *minireaktor*, *miniplaneta*, *monstrpodívaná*, *multimediální*, *multi-level*, *multiprojekce*, *nízkopříjmový*, *nízkotučný*, *ultranacionalistický*, *ultrapravicový*, *ultrapravičák*, *ultrakonzervativec*, *ultrakonzervativní*, *velkofilm*, *velkoklub*, *velkometrážní*). Mohou si však zachovat i svůj původní terminologický význam (*nanočástice*).

Při rozdělení ostatních prefixoidů se budeme řídit tím, zda se vyvíjejí směrem z plnovýznamového komponentu v předponu nebo naopak. První skupinou budou ty prefixoidy, které byly původně radixy, a proto je můžeme označovat jako radixoidy. Rozdělení je složité, ale pomoci nám může například to, že se prefixoid vyskytuje

⁵⁶ *SNL*, s. 286

samostatně nebo existuje jako samostatné slovo v cizím jazyce.

Prefixoid *cyklo-* se vyskytuje ve slovech, jejichž význam souvisí s cyklistikou (*cyklostezka, cykloturistika*). Tento prefixoid se může vyskytovat samostatně například v názvech obchodů s potřebami pro cyklistiku. Prefixoidem českého původu je *dvoj-*, případně jeho varianta *dvou-* (*dvojčeděčko, dvouoscarový*). Jeho původ v radicech dokazuje vznik z genitivu číslovky *dvě*. Dalším prefixoidem je *elektro-*, ve významu „elektrický“ nebo „elektronický“ (*elektroauto, elektromobil*). Tento prefixoid se může vyskytovat i ve zkrácené verzi jako *e-* (*e-mail*). Podobně jako prefixoid *cyklo-* i tento komponent existuje také samostatně například v názvech obchodů s elektronikou. Český prefixoid *polo-* vyjadřuje, že je něco „napolo, zpola, zčásti, částečně“⁵⁷ (*polostátní, poloterénní, polovláda*). Význam „pornografie, pornografický“ vyjadřuje prefixoid *porno-* (*pornohvězda*). Prefixoid *retro-* dodává slovům význam „vracející se něčím k staršímu, minulému období, jsoucí ve stylu retro“⁵⁸ (*retropopový*). Tento komponent se může objevovat i samostatně, a to buď jako přídavné jméno nebo jako název stylu. Ve významu „samočinný, samočinně“⁵⁹ se objevuje prefixoid *samo-* (*samovypínací*) vzniklý pravděpodobně ze zájmena *sám*. Prefixoid *sex-* vznikl pravděpodobně ze slova *sex*, případně z přídavného jména *sexy*, k čemuž by ukazovalo to, že se vyskytuje i ve variantě *sexy-* (*sexbar, sexybar*). Jeho význam může být: „vztahující se k sexu; mající sexuální, erotickou tematiku; související se sexuálními, erotickými službami“⁶⁰ (*sexsymbol*). Nově se ve funkci prefixoidu vyskytuje slovo *skoro*, a to jako komponent vyjadřující něco, co je „velmi blízké, blížící se někomu, něčemu, připomínající někoho, něco“⁶¹ (*skorohotel*). Ze samostatného slova pochází i prefixoid *spolu-* ve významu „společný, společně“⁶²

57 Olga Martincová a kol.: *Nová slova v češtině 2. Slovník neologismů*, Praha: Academia (2004). (Dále SN2), s. 334

58 SN2, s. 390

59 SN2, s. 401

60 SN2, s. 409

61 SN2, s. 417

62 SN2, s. 426

(*spolufinancovat, spolumajitel, spoluorganizátor*). Cizího původu jsou prefixoidy *termo-*, a *video-* (*termobox, termokamera, videoklip, videonahrávka, videorekordér, videosudí, videozáznam*). Posledním radixoidním prefixoidem je prefixoid *vnitro-* mající význam „jsoucí, existující uvnitř něčeho, uskutečňovaný uvnitř něčeho, vnitřní“⁶³ (*vnitroblok, vnitroschengenský*).

Druhou skupinou jsou ty prefixoidy, které byly původně předponami a postupně se vyvíjejí směrem k plnovýznamovým komponentům nebo přechodným morfémům. Sem patří například velmi frekventované prefixoidy cizího původu *bio-* a *eko-*, které byly zmíněny již v předchozí kapitole. *Bio-* má význam „ekologicky čistý, přírodní, vyrobený s použitím přírodních, organických látek, preferující takové produkty“⁶⁴ a *eko-* zastupuje slovo *ekologický* (v menším procentu případů také slovo *ekonomický*). V souvislosti se vstupem České republiky do Evropské unie se velmi rozšířilo užívání prefixoidu *euro-* ve významu „evropský“ nebo spíše „mající něco společného s Evropskou unií“ (*eurokomisař, eurokomisařka, europarlament, europoslanec, europoslankyně, euroskeptický, euroskepticismus, eurosmlouva, euroústava, eurovolby, eurozákon, eurozóna*). Poměrně často se objevuje prefixoid *ex-* s významem „bývalý“ (*exministrně, expolicista, expolitik, exposlanec, expremiér, expremiérka, exprezident, expřítel, exzmocněnec*). Tento prefixoid se vyskytuje především u názvů osob; původně se týkal především příbuzenských, přátelských či mileneckých vztahů, později se přenesl na označení čehokoliv bývalého.

S rozvojem počítačové oblasti souvisí prefixoid *kyber-*, který se vyskytuje jako „první část složených slov mající význam: vztahující se k počítačové oblasti jako celku, počítačový, internetový, informační, virtuální“⁶⁵ (*kyberkriminalita, kyberprostor, kybersíla, kyberšikana*). Tento prefixoid je počeštěnou variantou prefixoidu *cyber-*, kterým se v menší míře také mohou tvořit neologismy. Prefixoid *meta-* má význam „za (něčím), vně

63 SN2, s. 522

64 SN1, s. 43

65 SN2, s. 219-220

(něčeho)⁶⁶ (*metaotázka*). *Trans-* je „první část složených slov mající význam přes, napříč“⁶⁷ (*transgenderový*). Morfém *vice-* (*vicemistr*, *vicepremiér*) je původně latinská předpona s významem „zástupce, náměstek, druhý (další) v pořadí.“⁶⁸

Dále samostatně pojednáme o předponách se záporným významem, neboť „v nejnovější slovní zásobě češtiny přibývá záporných pojmenování.“⁶⁹ Je to dáno jednak již zmíněným větším uplatněním prefixace v nové slovní zásobě, jednak silným působením intelektualizační tendence.

Dominantním českým záporným prefixem je prefix *ne-*, který podle Lotka⁷⁰ vytlačuje prefix *bez-*, protože je schopný vyjádřit všechny tři typy lexikální negace (kontradiktorní, kontrární a částečnou). Předpona *bez-* se pojí hlavně s adjektivy (*bezbariérový*), zatímco předpona *ne-* se může pojit jak s adjektivy, tak se substantivy (*nekalá (soutěž)*, *nevládní (organizace)*, *nevládka*, *nezisková (organizace)*, *neziskovka*). Nové domácí předpony, které dávají odvozeným slovům hanlivý význam, jsou například *také-/taky-* nebo *rádoby-* (*rádobyetnický*, *rádobyprůznivce*). Velice produktivní je internacionální komponent *anti-*, jenž nejčastěji vyjadřuje „působení, zaměření proti někomu, něčemu, popření něčeho, protiklad k něčemu“⁷¹ (*antiglobalista*, *antigringovský*, *antidopingový*, *antimonopolní*, *antivir*).

B) Sufixace

Sufixace se i při tvorbě nových slov užívá více, než prefixace, ovšem časté užívání prefixace postupně vyrovnává tuto asymetrii. Stejně jako u prvního slovo tvorného způsobu

66 SN2, s. 254

67 *Slovník cizích slov*, Praha: Levné knihy Kma (2006). s. 344

68 SN2, s. 509

69 Edvard Lotko: *Nová slova se záporným významem v češtině*, s. 245

70 Viz Edvard Lotko: *Proměnlivost slovo tvorných formací se záporným významem v současné češtině*, In: Edvard Lotko: *Srovnávací a bohemistické studie*, Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 2008. s. 238

71 SN1, s. 29

i zde se používají převážně sufixy internacionální. Podle studie Ladislava Janovce a Albeny Rangelové⁷² existují sufixoidní komponenty, které byly v češtině už dříve jako součást přejatých slov, ovšem nebyly slovotvorně aktivní (*-centrismus*, *-centrista*, *-kracie*, *-krat*). Stejně jako u předpon i zde se vyskytují morfémy, které jsou původně příponami a postupně se mění v přechodné morfémy, a ty, které přecházejí od plnovýznamových slov k sufixům. Obě skupiny se nazývají sufixoidy.

Při tvoření nové slovní zásoby se aktivizují již existující sufixy, které se však vyznačují větší spojitelností i produktivností. Jsou to především cizí přípony jako *-filie* (*faktofilie*) a *-fobie*, od nichž se dají tvořit názvy osob pomocí přípon *-fil* a *-fob*, nebo přípona *-grafie* (*pornografie*). Novým prefixoidem s podobným významem jako *-filie* je prefixoid *-manie/mánie* (*ekománie*, *fitnessmanie*). Nový je také komponent *-holik* (*workoholik*), který vyjadřuje až chorobnou zálibu v něčem stejně jako komponenty *-filie/-fil* a *manie/maniak*. Zcela nedávno se jako součásti nových slov začaly používat také morfémy *-centrum* (*ekocentrum*, *fitnesscentrum*, *infocentrum*, *kardiocentrum*) a *-turistika* (*cykloturistika*).

Názvy osob se netvoří jen pomocí sufixů *-fil*, *-fob*, *-holik* a *-maniak*, ale uplatňují se zde také domácí přípony, například *-áč* (*pankáč*), *-ař/ář* (*folkař*, *písničkář*, *popař*), *-ák* (*fitnesák*, *metalák*), *-ista* (*ekoterorista*, *extremista*, *golfista*, *neonacista*, *personalista*, *plárista*, *radikalista*, *snowboardista*, *tradicionalista*), *-ivec* (*alternativec*). U cizích slov se používá anglický sufix *-er* (*designér*, *gambler*, *manažer*, *outsider*, *raper*, *recruiter*⁷³, *rocker*, *sprejer*, *squatter*), s nímž však byla většina slov už přejata. K tvoření názvů ženských osob se i u neologismů používá přechylování příponou *-ka* (*asistentka*, *boulařka*, *designérka*, *frontmanka*, *chemoterapeutka*, *manažerka*, *písničkářka*). Přípona *-ka* se však může užít i pro neživotné objekty ženského rodu, které v neologické slovní zásobě vznikly zejména

72 Ladislav Janovec, Albeny Rangelová: *Suffixoidy a suffixoidní lexémy u substantivních kompozit*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martincová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 85-98

73 Ten, kdo vyhledává, získává a nabírá nové pracovníky (odvozeno z *recruiting*)

univerbizací a používají se ve slangu (*bondovka, empétrojka, esemeska, igelitka, nevládka, neziskovka, rádiovka*⁷⁴, *realitka*).

3.2. Kompozice

Ačkoliv derivace stále zůstává hlavním slovotvorným způsobem tvoření slov v češtině, v současné době můžeme pozorovat velký nárůst skládání slov ze dvou nebo více základů. Časté používání tohoto způsobu tvoření slov je především výsledkem působení cizích jazyků. Kompozita mají své výhody. „Explicitností svého výrazu představují kompozita pro odborný styl a částečně i pro publicistiku výhodné a funkční pojmenovací jednotky. Ve stylu uměleckém, zejména básnickém složená pojmenování zvýrazňují expresivnost a jedinečnost uměleckého textu, zvyšují poetičnost vyjadřování.“⁷⁵ Proto složených slov přibývá zejména v odborném a publicistickém stylu a je to nejen důsledek procesu internacionalizace, projevující se v celé neologické slovní zásobě, ale také důsledek procesu intelektualizace.

Klasifikaci kompozit, stejně jako klasifikaci odvozených slov, ztěžuje existence prefixoidů a sufixoidů. Tyto slovotvorné prostředky jsou totiž na hranici mezi kompozicí a derivací a mnohdy je nesnadné určit, které slovo je kompozitum a které je odvozeno pomocí prefixoidů či sufixoidů. Slova s některými prefixoidy, které se vyvíjejí směrem z radixů (*cyklo-*, *dvoj-*, *elektro-*, *porno-*, *retro-*), by mohla být klasifikována jako složeniny, neboť charakter těchto komponentů osciluje mezi předponou a kořenem. Buď je tedy budeme považovat za prefixy, a potom budeme příslušná slova klasifikovat jako deriváty, nebo budeme tyto komponenty hodnotit jako samostatná slova, která budou tvořit kompozita. Podobné je to například i se sufixoidy *-centrum*, *-mánie* nebo *-turistika*.

74 Hudební skladba, písnička často, opakovaně vysílaná v rozhlasě (rádiu), patřící do repertoáru rozhlasového vysílání (SN2), s. 379

75 Edvard Lotko: *Co odhaluje analýza neologismů v současné češtině?*, s. 139

Protože jsme však tyto morfémy charakterizovali již v předchozí části kapitoly, teď se budeme věnovat slovům, u nichž není pochyb, že jsou složena ze dvou kořených morfémů.

Zcela v souladu s tím, že v neologické slovní zásobě převažují slova cizího původu, i kompozita jsou většinou složena ze dvou cizích kořenů nebo ještě častěji z jednoho domácího a jednoho cizího kořeného morfému (tj. hybridní složeniny). Složeniny s oběma cizími morfémy mohou být takové, u nichž jsou oba komponenty jasně považovány za cizí a jež byly většinou v této podobě už do českého jazyka přejaty (*aerolinie, bestseller, billboard, bodyguard, bondgirl, boyband, byznysman, comeback, coververze, evergreen, firewall, frontman, fulltext, chipset, chiptuning, hardware, hobbymarket, lifestyle, mainstream, outsider, outdoor, paperback, showbyznys, soundtrack, software, waterboarding*). Jiným typem jsou potom kompozita složená z částí, z nichž alespoň jedna už není považována za synchronně cizí (*autobranže, castrovize*⁷⁶, *energokolos, hitparáda, mamograf, motorsport, spermobanka, šéfkomisař, telenovela*).

Některá kompozita se mohou vyskytovat se spojovníkem (*high-technology (hi-tech), in-line, make-up, talk-show, think-tank*). Nejproduktivnějším typem jsou kompozita hybridní (*autodopravce, villadům*), kam by mohla patřit i slova jako *biočaj, biolíh, cyklostezka, eurozákon, eurosmlouva*, nebo *velkofilm*. Téměř všechna jsme však již zmínili v části kapitoly o derivaci, protože jejich zařazení je sporné. Poměrně okrajové postavení potom mají domácí kompozita (*bleskojistky, čechokanad'an, hořkosměšný, pravdoláska, pravdoláskař, pravdoláskista, pravdoláskovec, srdcerváč, veřejnoprávní, zeměškůdce*).

3.3. Neosémantizace

Pojem neosémantizace vyjadřuje spojení již existující formy s novým významem.

⁷⁶ Televize kontrolovaná Fidelem Castrem

Neosémantismy jsou nepochybně projevem jazykové ekonomie, neboť při jejich tvoření nedochází k rozšiřování repertoáru forem, ale staré formy nabývají nových významů. Tyto jednotky jsou charakteristické pro publicistiku a slang. V publicistice se sémantické změny využívají velice často, protože jsou projevem jazykové kreativity a v publicistickém vyjadřování je jazyková různost záměrně hledána. Uplatnění nacházejí též v dynamicky se rozvíjejících oblastech vědy a lidské činnosti jako je například počítačová technika, komunikační technologie apod. Motivy vzniku neosémantismů jsou podobné jako motivy vzniku všech neologismů – potřeba pojmenovat novou skutečnost, předmět nebo jev, respektive snaha o výstižnější označení. Neosémantické procesy lze rozdělit na procesy ryze sémantické povahy a na procesy formálně-sémantické, kdy k sémantickému tvoření přistupuje ještě nějaký jiný slovotvorný proces (derivace, univerbizace apod.). Nových významů neosémantismů se využívá různě. Někdy se používá nový i starý význam s přibližně stejnou frekvencí, ovšem v některých případech je nový význam vázán jen na určité slovní spojení a projevuje se spíše jako významový odstín.⁷⁷

Při neosémantizaci se nejčastěji uplatňují významové přenosy – metafora a metonymie – a významové posuny – generalizace (rozšiřování) a konkretizace (zužování) významu. Metaforou se rozumí přenos významu na základě vnější podobnosti. Tak vzniklo například pojmenování *myš (počítačová)* a to základě vzhledové podobnosti. Stejně vznikly i nové významy slova *karta* „1. zpravidla karta opatřená magnetickým proužkem, čárovým kódem nebo čipem pro záznam dat sloužící k bezhotovostnímu placení, prokazování totožnosti apod., 2. čipová karta sloužící jako doplňkové přídavné zařízení k počítači; adaptér.“⁷⁸ Pod metaforu by se daly zařadit i alternativní názvy politických stran utvořené podle barvy jejich loga (*modří, oranžoví, zelení*). Do kategorie Albeny Rangelové „nové významy vznikající přenášením označení vlastností, jevů, vztahů z oblasti konkrétních

⁷⁷ Viz Albeny Rangelová: *Neosémantizmy a neosémantizační procesy*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martincová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005). s 159

⁷⁸ *SNL*, s. 124

věcí, předmětných entit na jevy abstraktnější povahy⁷⁹ bychom mohli umístit neosémantismus *baliček*. K původnímu významu, který měl jako zdrobnělina od slova *balík*, získal význam nový „soubor úsporných (ekonomických) opatření.“⁸⁰ Je to tedy přesun z pojmenování konkrétní věci na pojmenování něčeho abstraktního. Toto slovo je v současné češtině velice využíváno, o čemž svědčí i to, že se pojí s mnoha adjektivy (*koaličně-opoziční, podpůrný, protikrizový, seniorský, stimulační, telekomunikační, záchranný*).

Metonymický přesun prezentuje například slovo *aktivita*, u něhož ze základního významu „činnost, činnost, aktivnost“⁸¹ vznikl nový význam „akce, působení se záměrem ovlivnit dění ve společnosti apod.“⁸² Ten se projevuje i v odvozeninách jako např. *aktivista (ekologický aktivista)*. Dal by se sem zařadit také nový význam slova *tunelování*, který se změnil z prací při výstavbě tunelů na „podvodnou finanční operaci, jejímž cílem je skrytě odčerpat z prosperujícího podniku, banky atp. majetek; takové odčerpávání majetku.“⁸³

Významovým posunem uplatňujícím se při neosémantizačních procesech je generalizace významu. „Při generalizaci významu se vypouštějí dílčí konkrétnější semy.“⁸⁴ Dochází k ní například u slova *hit*. Z původního významu „mimořádně úspěšná skladba zejména z oblasti populární hudby“⁸⁵ se jeho význam rozšířil na oblíbenou činnost nebo jev vůbec. Také u slova *ghetto* došlo ke generalizaci významu od uzavřené městské čtvrti nebo oblasti, která byla obývána Židy (ať už v období od středověku do 19. století nebo potom za druhé světové války), po obecně izolovanou oblast z jakéhokoliv důvodu. Pojem *embargo* původně znamenal „zákaz dovozu, vývozu, obchodování s některými státy apod.

79 Viz Alben Rangelova: *Neosémantizmy a neosémantizační procesy*, s. 165

80 SN2, s. 46

81 *Nový akademický slovník cizích slov*, Praha: Academia (2006). s. 35

82 SN1, s. 27

83 SN1, s. 311

84 Alben Rangelova: *Neosémantizmy a neosémantizační procesy*, s. 168-169

85 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 308

za účelem donutit určitý stát k dodržování určitých norem, zdržení se určité činnosti apod.“⁸⁶, zatímco dnes se může použít u čehokoliv, co není dovoleno konat nebo šířit (*informační embargo*). Slovo *flotila* dříve používané jen ve významu „skupina plavidel určitého druhu nebo funkce“⁸⁷ se může dnes použít pro jakýkoliv soubor dopravních prostředků (*flotila aut*). *Banka* původně sloužila jen k ukládání peněz, dnes se do ní však dají ukládat různé cenné materiály (*spermobanka*).

Opakem generalizace je konkretizace významu, při níž „se naopak přidávají specifikující sémy.“⁸⁸ Děje se tak velmi často pod vlivem angličtiny u pojmenování z oblasti počítačové techniky. Příkladem zužování významu může být slovo *adresa*. K jeho původnímu významu „údaj na obálce nebo zásilce obsahující jméno příjemce a místo dodání“⁸⁹ přibýly v počítačové oblasti ještě další významy: „1. elektronický kód, který odkazuje na místo uložení či určení dat v paměti počítače, 2. (v elektronické poště) údaj identifikující příjemce i odesílatele“⁹⁰ (*e-mailová adresa*), „3. údaj identifikující umístění webové stránky na Internetu, umožňující její vyhledání.“⁹¹ Podobný vývoj můžeme sledovat i u slova *stránka*. Význam uváděný ve *Slovníku spisovné češtiny* je „plocha listu, strana“⁹², ale oblast počítačové techniky dala slovu ještě jiný význam, a to *webová stránka*: „jakýkoli dokument nebo soubor umístěný na Webu“⁹³ (*domovská stránka, internetová stránka*).

Do počítačové oblasti náleží i nový význam slova *doména*. K původnímu významu „hlavní obor působnosti, působiště“⁹⁴ se přidal nový: „relativně samostatný subjekt internetové sítě, který má vymezen okruh působnosti, v jehož rámci má právo přidělovat podle vlastního uvážení doménová jména.“⁹⁵ Také sloveso *instalovat* našlo uplatnění v

86 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 205

87 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 249

88 Alben Rangelova: *Neosémantizmy a neosémantizační procesy*, s. 170

89 *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*, Praha: Academia (2009). s. 16

90 *SN1*, s. 25

91 *SN2*, s. 31

92 *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*, s. 416

93 *SN1*, s. 334

94 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 185

95 *SN2*, s. 92

počítačové sféře, když se k původnímu významu: „zavádět, zavést, vestavovat, vestavit, umísťovat, umístit“⁹⁶ přidal nový význam: „zavádět, zavést program do počítače a připravit jej k užívání.“⁹⁷ Pojem *portál* má již uplatnění v architektuře, stavebnictví, divadelnictví a technice a nově také v počítačové technologii ve významu „veřejná webová stránka obsahující uspořádané odkazy na jiné webové stránky a zpravidla též četné doplňkové služby.“⁹⁸ Slovo *chuligán* v některých kontextech zúžilo svůj význam na fotbalového výtržníka oproti původnímu „mladík okázale nedbalého zevnějšku, s výtržnickým chováním, žijící asociálním způsobem.“⁹⁹ *Mafie* obohatila svůj význam o význam „zájmová skupina vedoucích pracovníků, která využívá svého vlivu při rozhodování o něčem společensky, ekonomicky apod. důležitém“¹⁰⁰ (*justiční mafie*). Slovo *listopadový* nebo *polistopadový* získalo v českém prostředí zvláštní význam a netýká se už jakéhokoliv listopadu, ale konkrétně listopadové sametové revoluce v roce 1989, která představovala důležitý mezník v našich dějinách. Stejně tak slovo *unie* původně znamenající „spojení, sjednocení, sdružení různých organizací, institucí států“¹⁰¹ se dnes v našem kontextu pojí většinou s Evropskou unií.

Proces neosémantizace vede k polysémii nebo homonymii. Zatímco u polysémie spolu jednotlivé semy souvisí, u homonymie jsou jednotlivé významy zcela nezávislé. Příkladem homonymie může být slovo *rádiovka*. Starý význam je: „plochá vlněná čepice bez štítku.“¹⁰² Nový význam (slangový a publicistický) vznikl nejspíše univerbizací a označuje „hudební skladbu, písničku často opakovaně vysílanou v rozhlasu (rádiu), patřící do repertoáru rozhlasového vysílání.“¹⁰³ Dalšími takovými příklady vzniklými univerbizací jsou *samet* (sametová revoluce), *schengen* (schengenský prostor, schengenská smlouva),

96 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 353

97 *SN1*, s. 116

98 *SN2*, s. 338

99 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 333

100 *SN1*, s. 148

101 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 837

102 *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*, s. 346

103 *SN2*, s. 379

lisabon (lisabonská smlouva).

Součástí neosémantizace je i tzv. proces revitalizace. Rozumí se tím proces, kterým znovu přichází do užívání slovo z různých důvodů po delší dobu neužívané. Tento proces byl samozřejmě nejvíce aktivní po listopadu 1989, kdy se do slovní zásoby vracela slova potlačovaná komunistickým režimem. Týkalo se to především oblasti veřejného života a uspořádání státu, neboť slova z těchto oblastí byla za komunismu nahrazena jinými pojmy. Proto se po listopadu vrací do užívání slova jako: *hasič, hejtman, magistrát, policie, radnice, region, starosta, živnostník* apod. S polistopadovým obdobím souvisí i změna konotačního zabarvení některých slov (zejména jeho zhoršení) jako: *bolševik, komunista, normalizace, soudruh* apod. Nejen slova užívaná komunistickým režimem však podléhají změně konotace. Stalo se to například i u slova *konzum*, které z původně neutrálního významu „spotřeba (běžně potřebných věcí) k živobytí, konzumace“¹⁰⁴ získalo význam nový „životní styl charakteristický jednostranným důrazem na spotřebu materiálních produktů.“¹⁰⁵ Negativní konotaci získává hlavně při kritice současného životního stylu.

Mnohé lexikální jednotky se sémanticky rozvíjejí pod vlivem cizích jazyků, dnes zejména angličtiny. „Neosémantizační procesy vyvolané vlivem cizího jazyka se budou týkat především těch slov, která mají nadnárodní charakter. Nejpočetnější skupinu tvoří slova řeckého nebo latinského původu a slova vytvořená z řeckých a latinských morfémů, která jsou historicky integrální součástí slovních zásob jazyků evropsko-amerického jazykového areálu.“¹⁰⁶ Velice častý je takový způsob neosémantizace, kdy lexém, který existuje v jazyce už dlouho a je do něj plně integrován, dostává pod vlivem cizího jazyka (nejčastěji angličtiny) nový význam. Příkladem tohoto jevu je slovo *globální*. *Akademický slovník cizích slov* ho uvádí ve významu „souhrnný, celkový; povšechný, zběžný“¹⁰⁷,

104 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 440

105 *SNI*, s. 133

106 Jitka Mravinacová: *Neosémantizmy vzniklé pod vlivem cizího jazyka*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martincová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 180

107 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 280-281

ovšem vlivem angličtiny nabylo slovo významu „týkající se celého světa, platný v celosvětovém měřítku, mající celosvětový dosah; celoplanetární, celosvětový.“¹⁰⁸ V tomto významu se také hojně uplatňuje a vyznačuje se velkou spojitelností (*globální ekonomika, oteplování, nerovnováha, stabilita, změny*). Dalšími takovými případy jsou slova: *auditor*¹⁰⁹, *exodus*¹¹⁰, *flexibilní*¹¹¹, *ikona*¹¹², *křest*¹¹³, *logistika*¹¹⁴, *rehabilitace*¹¹⁵.

Dále pod vlivem angličtiny dochází ke vzniku neosémantismů sloužících k označení zcela nových skutečností (*adresa, antivir, doména, ikona, pirát, portál*). Působením angličtiny dochází však nejen ke změnám slov řeckého a latinského původu, ale i těch, která jsou přímo původu anglického, tzv. anglicismů. O tom svědčí například slova *surfovat* nebo *surfování* přejatá z angličtiny pro označení sportu, která však později získala i nový význam: „užívat informačních služeb Internetu, především službu Web; užívání informačních služeb Internetu, především služby Web.“¹¹⁶ Podobně slovo *evergreen* původně označovalo „píseň, melodii, která je stále oblíbená“¹¹⁷ a později se toto pojmenování přeneslo obecně na něco, co se stále opakuje.

V případě slova *myš* se potom jedná o motivaci českého slova angličtinou. Stává se i to, že domácí neosémantismy fungují vedle internacionálních (*železo – hardware*). Slovo *king* znamenající v angličtině „král“ bylo do češtiny přejato už ve významem „jedinec vynikající v určitém prostředí, oboru apod.“¹¹⁸, v němž je používáno ve slangu. Stejně tak

108 SN, s. 98

109 Autorizovaný účetní a revizní znalec (nebo firma) pověřený zpracovat a vydat audit (SN1, s. 34)

110 Hromadný odchod osob za lepšími podmínkami – ve sportovní publicistice (SN1, s. 85)

111 Přizpůsobivý, co do reakcí a postojů pružný, schopný rychlé reakce (SN1, s. 91)

112 Idol, symbol, typický představitel něčeho. Toto slovo má v počítačové oblasti ještě jiný význam: „grafický symbol zastupující funkci, program, soubor na obrazovce počítače, s jehož pomocí lze rychle provádět různé operace; počítačový piktogram“ (SN1, s. 111). Ve stejném významu se používá i zdrobnělina od tohoto slova (*ikonka*).

113 Slavnostní uvedení nového produktu, výrobku na trh (SN1, s. 137)

114 Technická podpora základních činností firem, úřadů, armády apod. s cílem dosáhnout vysoké časové, finanční apod. efektivnosti za pomoci koordinace a synchronizování zásobování, dopravy a nezbytných vedlejších služeb; organizační útvar zabývající se takovou činností (SN2, s. 233)

115 1. obnova, obnovení, renovace, modernizace určitého území, krajiny, 2. (v památkové péči) rekonstrukce a úprava památky, které ji všestranně (esteticky, funkčně, technicky) zhodnocují (SN2, s. 386)

116 SN1, s. 290

117 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 222

118 *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 406

slovo *miss* se v češtině nepoužívá pro oslovení slečny, ale jako označení královny krásy.

Zajímavé je slovo *singl*, u něhož můžeme sledovat dvojí neosémantický vývoj podle toho, zda je přídavným nebo podstatným jménem. Jako adjektivum se toto slovo původně používalo ve sportovní publicistice „1. (v tenisu) hra jedné dvojice, dvouhra, 2. (ve vodním sportu) loď (kanoe, kajak) pro jednu osobu; jízda nebo závod takových lodí.“¹¹⁹ Jako substantivum nejdříve znamenalo „malou gramofonovou desku s nahrávkou jedné písně na každé straně“¹²⁰ a s postupným upadáním gramofonového průmyslu začalo označovat jednotlivou píseň, skladbu.

K tomuto slovu existuje ještě jeho varianta *single*, která se používá pro označení něčeho samotného. Jako substantivum je dnes velice rozšířená hlavně pro označení svobodných lidí (lidí žijících bez partnera). Zde je zcela jasná motivace angličtinou, kde slovo „single“ znamená „svobodný“. Jako „single“ tedy může být označena jak žena, tak muž, toto slovo nemá rodové rozlišení a také plurál se u něho tvoří jako v angličtině připojením -s (*singles*). Jako adjektivum má *single* taktéž význam „bez partnera“ (*single žena, single rodičovství, single styl*).

3.4. Univerbizace a multiverbizace

Univerbizace a multiverbizace jsou dva protikladné slovotvorné způsoby, z nichž každý se také používá v jiné sféře jazyka. Univerbizací se rozumí přechod sousloví v jednu pojmenovací jednotku, který je motivován jazykovou ekonomikou a tendencí k demokratizaci jazyka. Tento slovotvorný způsob je typický pro slang a další substandardní variety jazyka a jeho nevýhodou je homonymie vzniklých slov.

Multiverbizace naopak představuje přechod jednoslovného pojmenování ve víceslovné.

¹¹⁹ *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 730

¹²⁰ *Nový akademický slovník cizích slov*, s. 730

Zde není motivací jazyková ekonomie, ale explicitnější vyjádření. Proto se také multiverbizace využívá hlavně v odborném stylu. Ve stylu publicistickém je příkladů méně. Typické pro multiverbální pojmenování je výskyt lexému s obecným významem a jeho spojení s jiným slovem, který význam konkretizuje.

Z hlediska formálního můžeme vydělit několik typů: a) substantivum, které je nositelem kolektivního nebo plurálového významu celého pojmenování¹²¹, a závislé adjektivum (*podnikatelská veřejnost – podnikatelé*), b) substantivum, které je nositelem jiného obecného významu, a závislé adjektivum (*globalizační proces – globalizace, komerční charakter – komerční*), c) sloveso a závislé substantivum (*provést hloubkovou prověrku – hloubkově prověřit*).

Univerbálních pojmenování se v publicistickém stylu vyskytuje daleko více. Nejčastěji vznikají tak, že se za základ vezme určující člen sousloví a upraví se derivací (*antivirový program – antivir, automobilní firma – automobilka, digitální fotoaparát – digitál, igelitová taška – igelitka, automobil kombi – kombík, nevládní organizace – nevládka, nezisková organizace – neziskovka, realitní kancelář – realitka*). Někde však dvouslovné pojmenování neexistuje a univerbát vznikl proto, že pro slovo nebylo pojmenování a význam se musel opisovat (*boty značky Adidas – adidasky, film s Jamesem Bondem – bondovka, plavky určené na opalování – opalovačky, písnička často hraná v rádiu – rádiovka*). Zvláštními případy jsou ty, kdy univerbát vznikl ze spojení slova se zkratkou (*písnička ve formátu MP3, MP3 přehrávač – empétrojka, SMS zpráva – esemeska*).

Posledním způsobem získávání nových slov je samozřejmě jejich přejímání z cizích jazyků. Kromě výrazů vzniklých z latinsko-řeckých základů se jedná většinou o výpůjčky z angličtiny. Jak jsme již zmínili, nepřejímáme pouze celá slova, ale také jejich

121 Alois Jedlička: *Spisovný jazyk v současné komunikaci*, Praha: Univerzita Karlova (1974). s. 171

komponenty (např. sufixoidní, prefixoidní nebo kořenné morfémy). O tom, že přejatá slova v neologické slovní zásobě převažují a že pocházejí převážně z angličtiny, bylo již pojednáno.

4. Neologická víceslovná pojmenování

Víceslovná pojmenování jsou v jazyce poměrně běžná, ačkoliv jdou proti tendenci jazykové ekonomie. Přispívají totiž k větší explicitnosti vyjádření a jsou projevem tendence k intelektualizaci jazyka.¹²² Tato skupina pojmenování je však poměrně rozrůzněna. Spadají sem jednak více či méně ustálená spojení nejčastěji dvou slov, dále potom multiverbismy, k nimž existuje synonymní jednoslovný lexém, a v širším pojetí bychom sem mohli zařadit i frazémy. My se budeme zabývat pouze prvním typem sousloví.

Z hlediska formy se nejčastěji vyskytují víceslovná pojmenování, jejichž základ tvoří substantivum a z nich nejběžnější je dvojčlenný typ adjektivum + substantivum (*debutová deska, elektronická peněženka, e-mailová adresa, mobilní telefon, nezisková organizace*). Tato sousloví také vznikají nejproduktivnějším tvořením víceslovných pojmenování, kterým je syntaktické tvoření. Při tomto způsobu tvoření vstupují členy sousloví do syntaktických vztahů. Méně často se vyskytuje spojení dvou substantiv a také víceslovná pojmenování typu *personálně poradenský*. Okrajový výskyt zaznamenáváme též u trojčlenných (*internetové diskuzní fórum, internetová profesní síť, mobilní internetový portál*) a čtyřčlenných pojmenování (*výkonný ředitel podnikové divize*).

Stejně jako u většiny neologismů i u těchto spojení se projevuje nemalý vliv angličtiny. Obvyklá jsou cizojazyčná spojení neadaptovaná (*affiliate program, due dilligence, fair trade, last minute, office manager, play off, power play, prime time, reality show*). Dalším rozšířeným typem sousloví jsou ta, která jsou složena ze dvou cizích komponentů, z nichž alespoň jeden je morfologicky upravený (*digitální tuner, kultovní show, marketingová komunikace, mikroplatební systém, mobilní web, on-line videopůjčovna, ratingová*

¹²² Viz Edvard Lotko: *Nová víceslovná pojmenování a frazeologická spojení v češtině*, In: *Český jazyk a literatura v interakci*, Ratiboř: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa (2006), s. 116

agentura, spamový email, webová kamera). Poměrně často se cizí slova spojují s domácími a vznikají hybridní sousloví (*antimonopolní úřad, auditorská společnost, debutová deska, digitální příjem, doménové jméno, globální oteplování, internetový prohlížeč, kreditní karta, LCD obrazovka, on-line hra, telekomunikační balíček, textová zpráva, zadržovací bonus*). Naopak víceslovných pojmenování s oběma domácími komponenty je minimum (*nízkoúčinný výrobek, podpůrný balíček, porodní dům, záchranný balíček, zelená řada*).

Součástí některých pojmenování mohou být cizí morfologicky nevyhraněné komponenty (prefixoidy), jejichž zvláštnost signalizují i různé varianty psaní těchto lexémů – dohromady nebo zvlášť (*audionahrávka / audio nahrávka, bio čaj / biočaj, bio igelitka / bioigelitka, bio lih / biolih, videonahrávka / video nahrávka, videozáznam / video záznam*). Jako první komponent víceslovných pojmenování se vyskytují také zkratky (*LCD obrazovka, LCD panel, PET láhev*). Takovéto komponenty nazývá Olga Martinčová ve své studii „kvazislova“.¹²³

Typickým jevem nových víceslovných pojmenování je „větší funkční zatížení některých lexikálních prostředků v úloze řídicího substantiva.“¹²⁴ Tato slova mají poměrně široký význam, a proto se vyznačují velkou spojitelností. K názvům osob, které se často využívají patří *manažer/ka* (*m. inzertních projektů, marketingový m., office m., personální m.*), *makléř* (*hypoteční m., realitní m.*). U názvů středisek nebo institucí se vyskytují slova jako *centrum* (*fitness c., informační c., klientské c., kongresové c., mamodiagnostické c., mamografické c.*), *agentura* (*bezpečnostní a., modelingová a., personální a., pracovní a., ratingová a., reklamní a., vzdělávací a.*), *společnost, firma* nebo *organizace* (*auditorská s., developerská s., makléřská f., polostátní f., nevládní o., nezisková o.*). Dalšími slovy s velice obecným významem jsou například *program* nebo *servis*, (*affiliate p., dluhopisový p., grantový p., offsetový p., mikroplatební s., operační s.*). V souvislosti s opatřeními vlády

¹²³ Viz Olga Martinčová: *Nová víceslovná pojmenování*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martinčová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 218

¹²⁴ Olga Martinčová: *Nová víceslovná pojmenování*, s. 223

se stalo velice populárním slovo *balíček* (*koaličně-opoziční b.*, *podpůrný b.*, *protikrizový b.*, *seniorský b.*, *stimulační b.*, *telekomunikační b.*, *záchranný b.*).

Víceslovná pojmenování se stejně jako ostatní neologismy vyskytují v oblastech, které se nejvíce rozvíjejí. Nejvíce jich tedy zaznamenáváme v oblasti počítačové techniky a internetu (*doménové jméno*, *domovská stránka*, *e-mailová adresa*, *e-mailová korespondence*, *fulltextové vyhledávání*, *internetové bankovníctví*, *internetový portál*, *internetový prohlížeč*, *internetový surfař*, *offsetový program*, *on-line aukce*, *on-line hra*, *on-line videopůjčovna*, *operační systém*, *spamový email*, *webová adresa*, *webová kamera*, *webová stránka*). Poměrně dynamicky se rozvíjí také oblast televize, videa a elektroniky (*digitální příjem*, *digitální televize*, *digitální tuner*, *digitální vysílání*, *informační technologie*, *kabelová televize*, *kabelové vysílání*, *komerční televize*, *LCD obrazovka*, *LCD panel*, *mediální zastupitelství*, *video nahrávka*, *virtuální peněženka*). Třetí oblastí, z níž jsme získali největší počet nových sousloví, je podnikání a ekonomika (*bonus za krátkodobé výsledky*, *diskontní řetězec*, *due dilligence*, *fair trade*, *firemni bonus*, *hedgeový fond*, *hypoteční makléř*, *královský bonus*, *kreditní karta*, *marketingová strategie*, *marketingové poradenství*, *marketingový manažer*, *marketingový ředitel*, *mikroplatební systém*, *neziskový sektor*, *platební karta*, *realitní makléř*, *zadržovací bonus*).

Zvláštním typem víceslovných pojmenování jsou ta, jejichž součástí jsou adjektiva označující barvy. Dnes patří k nejčastějším *zelená*, která má význam buď „příznivý pro životní prostředí, ekologický“¹²⁵ nebo „jsoucí členem hnutí nebo strany s ekologickým programem“¹²⁶ a u nás často souvisí s politickou Stranou zelených (*zelená budova*, *zelený faktor*, *zelená verze*). V souvislosti s politickými stranami se objevují i ostatní barvy jako *modrá* a *oranžová* (*modrá totalita*). V našem materiálu jsme zaznamenali ještě výskyt *bílé* (*bílý rasismus*).

125 *SN1*, s. 344

126 *SN2*, s. 548-549

5. Adaptace cizích neologismů v českém textu

Při přejímání cizích lexémů vstupují tyto lexémy do procesu integrace do slovní zásoby přebírajícího jazyka. Míra integrace závisí na povaze slova a na četnosti jeho používání. Slova, která se objevují často, vykazují větší míru začlenění, aby se jejich užívání usnadnilo. Naopak lexémy, jejichž výskyt je jen příležitostný, si ponechávají svoji formu a nepřízpůsobují se českým pravidlům ortografickým, morfologickým ani syntaktickým (*due diligence, fair trade, prime time, rendez vous, think-tank, waterboarding*). Ukazatelem nízkého stupně začlenění může být i to, že slovo v „novém“ jazyce netvoří deriváty. Nyní se budeme věnovat jednotlivým typům adaptací, jak je uvádí Jitka Mravinacová ve studii *Přejímání cizích lexémů*.¹²⁷

5.1. Ortografická adaptace

Ortografická adaptace probíhá společně s adaptací ortoepickou a oba procesy se navzájem ovlivňují. Dochází totiž ke sblížení výslovnostní a pravopisné podoby. To je velmi důležité zejména u přejímek z angličtiny, jejichž výslovnost a pravopis se mnohdy velice liší. Ovšem zatímco v minulosti byla tato tendence velmi silná, dnes se od ní spíše upouští. Je to dáno zejména rostoucím počtem lidí, kteří angličtinu užívají a rozumí jí, a také tím, že zachování původního pravopisu usnadňuje pochopení smyslu slova u těch lexémů, které jsou pro nás neznámé nebo ještě ne zcela uzualizované.

Podle Mravinacové se „ústup tendence k hláskovému počestřování anglicizmů [...] projevil též návratem k původní podobě anglického formantu *-ing*.“¹²⁸ Ten se v češtině vyslovuje s koncovým [k], které se vyskytovalo v ostatních pádech, odvozených slovech a vlivem toho se dostalo i do pravopisu (*dispečink, trénink*). Dnes se však dává přednost

¹²⁷ Jitka Mravinacová: *Přejímání cizích lexémů*, In: *Neologizmy v dnešní češtině*, Olga Martincová a kol., Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 187-211

¹²⁸ Viz výše, s. 191

podobě s [g] vyslovovaným v angličtině, které potom zůstává i v ostatních pádech a derivovaných slovech (*casting* – *castingový*, *holding* – *holdingový*, *leasing* – *leasingový*, *marketing* – *marketingový*, *modeling* – *modelingový*, *roaming* – *roamingový*).

Slova, u nichž ortografické adaptace probíhají, jsou většinou ta, jejichž psaná a výslovnostní podoba se příliš neliší. Adaptace tudíž spočívá jen ve výměně grafémů (například *k* za *c*) nebo ve zjednodušení, případně nahrazování hláskových skupin, které neexistují v češtině (*cyber* – *kyber*, *electro* – *elektro*, *job* – *džob*, *leader* – *lídr*, *manager* – *manažer*, *sitcom* – *sitkom*). Naopak ta slova, která se píší a vyslovují velice odlišně, adaptaci příliš nepodléhají právě kvůli možnosti odhalení jejich původu a případně i významu (*bungee jumping* [bandži džamping], *comeback* [kambek], *coververze* [kavrverze], *design* [dyzajn], *jackpot* [džekpot], *label* [lejbl]). Této tendenci nebrání ani jazyková xenofobie některých uživatelů. Tendence k zachování pravopisné podoby je momentálně silnější.

5.2. Morfologická adaptace

Morfologickou adaptací získávají slova morfologickou charakteristiku typickou pro češtinu, tj. kategorii rodu, deklinační nebo konjugační typ. Na nejnižším stupni integrace jsou slova, jejichž morfologická charakteristika zůstává nezměněna; tyto lexémy jsou nesklonné. Mohou to být pouze substantiva nebo adjektiva; kvůli výrazné odlišnosti anglických a českých sloves musí být totiž anglická slovesa kmenotvorně a tvaroslovně upravována, aby byla identifikovatelná v textu. „Vzhledem k převažujícímu množství anglicizmů je třeba [...] poznamenat, že analytický charakter angličtiny morfologickému formování anglicizmů v češtině v zásadě nebrání, naopak jej spíše usnadňuje, neboť umožňuje brát mnohé anglické výrazy v celku za tvarotvorné základy, z nichž v řeči vznikají konkrétní slovoformy pouhým přidáváním tvarotvorných popř. slovotvorných

formantů určitého deklinačního nebo konjugačního paradigmatu.“¹²⁹

Nejsnadněji probíhá morfologická adaptace substantiv. Ta jsou přiřazena k určitému deklinačnímu typu a rodu podle svého zakončení. Například pojmenování osob s formantem *-er* (*dealer*) se skloňují podle vzoru pán, neživotná pojmenování s formantem *-er* (*tester*) podle vzoru hrad, stejně jako substantiva s formantem *-ing* (*roaming*).¹³⁰ Problémy může představovat neobvyklé zakončení například na němé *e* (*due diligence, lifestyle, trade*) nebo na samohlásku, na niž není zakončený žádný český deklinační typ (*grafitti*). Takováto substantiva mohou být rodu středního, který je chápán jako neutrální, a často zůstávají nesklonná, v jiném případě se zařadí k rodu a deklinačnímu typu podle asociace s významově blízkými lexémy.

Adaptace adjektiv je mnohdy nesnadnější. Za adaptovaná můžeme považovat jen taková adjektiva, která nemají v češtině základové substantivum. Pokud totiž takovéto substantivum existuje, toto adjektivum se neadaptovalo, nýbrž se derivovalo ze substantiva. Adaptovaná adjektiva představují menší část přejatých adjektiv. Adjektiva se upravují připojením české přípony k cizímu lexému nebo transformací cizího sufixu např. *-able/-ible* na *-ablní/-ibilní*, *-ive* na *-ivní* (*flexible* – *flexibilní*, *investigative* – *investigativní*). Většina přejatých adjektiv však zůstává nesklonná (*fantasy, fitness, on-line, sci-fi, singl, top, trendy, wi-fi*).

Slovesa v angličtině mají mnohdy stejnou formu jako substantiva, případně jsou tvořena odlišnými morfémy než česká slovesa, a proto je jejich upravení českými morfémy nezbytné. Nejproduktivnější je v současné době vzor *kupovat*, k němuž náleží většina přejatých sloves. Stejně jako adjektiva i slovesa mohou být adaptována přímo při přijetí z angličtiny nebo druhotně derivována z již přejatých substantiv. Slovesa již přizpůsobená češtině mohou být dále upravována prefixací, a to zejména při perfektivizaci. Vznikají tak

129 Jitka Mravinacová: *Přejímání cizích lexémů*, s. 192

130 Viz výše, s. 192-193

dokonavá slovesa (*dofinancovat, zaevidovat, zdefraudovat, zregulovat*).

5.3. Slovotvorně-paradigmatická adaptace

Dalším znakem začlenění lexému do přejímajícího jazyka je jeho schopnost vytvářet slovotvorná paradigmata neboli skupiny slov odvozené od stejného základu. Tato paradigmata se většinou liší slovnědruhovou platností jejich členů a jejich základem bývá substantivum. Obvyklé je přejímání několika substantiv náležejících k různým slovotvorným typům najednou (*byznys – byznysman, design – designér, lobby – lobbying, web – webmaster*). Odvozená slova se tvoří nejčastěji od skloňovaných substantiv, ale základem pro další derivované lexémy se mohou stát i zkratky (*CD – cédéčko – dvojcédéčko, CV – sívičko, PET – petka, PR – piárista*).

U nesklonných adjektiv se adaptace do slovotvorného paradigmatu projevuje nejčastěji změnou vyjadřování slovnědruhových funkcí, a to pomocí přesunu do různých syntaktických pozic (*fitness – fitness centrum, singl¹³¹ – singl žena, top¹³² – top atrakce, wi-fi – wi-fi připojení*). Slovesa, jak jsme již zmínili, musí být slovotvorně adaptovaná, aby se mohla začlenit do českého systému. Další jejich začlenění do slovotvorného paradigmatu probíhá skrze perfektivizaci nebo jen prefixaci.

Slovotvorně-paradigmatickou adaptací tedy vznikají slovotvorná hnízda (skupina slov synchronně utvořená od stejného kořene), jejichž členové mají často různou slovnědruhovou platnost (*bestseller – bestsellerista, design – designér – designérka, fitness – fitko – fitnesák – fitnessmanie, globální – globalizace, digitální – digitál – digitalizace, konzum – konzument – konzumerismus, lobby – lobbista – lobbying – lobbistický, pop – popař – popík – popový, web – webmaster – webový*).

¹³¹ Malá gramofonová deska s jednou písničkou na každé straně

¹³² Horní část ženského oblečení mající zpravidla jednoduchý a pohodlný střih (SN2, s. 476)

Závěry

Cílem této práce bylo provést rozbor neologismů, které se vyskytují v současném tisku. Bylo potvrzeno, že neologismy pronikají do českého jazyka v naprosté většině z angličtiny. Kromě českých a anglických neologismů se v našem vzorku neologismy z jiných jazyků neobjevovaly příliš často. Stejně tak jsme prokázali převahu cizích neologismů nad českými, čímž dochází k ovlivňování českého (flexivního) typologického konstruktů angličtinou (srov. např. velký nárůst kompozit).

Klasifikace neologismů prokázala největší výskyt anglických neologismů z oblasti počítačové techniky, podnikání a ekonomiky. K nejfrekventovanějším slovním druhům mezi neologismy patří substantiva. V další kapitole jsme se věnovali nejčastějším způsobům vzniku nových slov. Ukázalo se, že nejvíce využívaným slovtvorným postupem zůstává derivace, v níž však vzrůstá poměr prefigovaných slov. Pod vlivem angličtiny roste také počet kompozit, zejména hybridních. Bylo zjištěno, že při utváření neologismů je poměrně častý proces neosémantizace. Poslední část této stěžejní kapitoly je soustředěna na další typy obohacování slovní zásoby – univerbizaci a multiverbizaci. Bylo zjištěno, že v souladu s charakteristikou těchto slovtvorných způsobů, v publicistickém stylu převažují univerbáty. Tento styl totiž využívá i prostředky nespisovné češtiny, kam takto utvořená slova většinou patří.

Neologickým víceslovným pojmenováním se věnuje kapitola předposlední, v níž je podána jejich charakteristika. Byl prokázán většinový výskyt sousloví typu substantivum + adjektivum, neboť „v silně flektivní češtině je tento typ determinace dominantní.“¹³³ Jsou zde také zmíněny některé jevy typické pro nová sousloví, jako například výskyt více funkčně zatížených řídících substantiv (*bezpečnostní agentura*, *modelingová agentura*, *personální agentura*). Poslední kapitola se zabývá adaptací cizích neologismů. Je zde

133 Lotko Edvard: *Nová víceslovná pojmenování a frazeologická spojení v češtině*, s. 116

patrný ústup tendence adaptovat slova ortograficky a jako nejčastější se jeví slovtvorně-paradigmatická adaptace, díky níž se slovo nejvíce „ukotví“ v české slovní zásobě.

Zkoumání neologismů v dnešní češtině může zjistit některé synchronní vývojové tendence a také faktory, které vývojovou dynamiku určují či ovlivňují. Jsme si vědomi toho, že analýza neologismů pouze v publicistickém stylu (i když jde o základní funkční styl) odhaluje jen některé, často dílčí tendence a příčiny těchto změn.

Anotace

Jana Kopalová

Katedra bohemistiky filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci

Neologismy v dnešní publicistice

Vedoucí práce: Edvard Lotko, prof. PhDr., Csc.

Počet znaků: 87176

Počet příloh: 0

Počet titulů použité literatury: 44

Klíčová slova: neologismus, lexém, angličtina, publicistický styl, jazyk, slovní zásoba, substantivum, adjektivum, derivace, kompozice, sufixoid, prefixoid, neosémantismus

Úkolem práce je podat přehled o neologismech vyskytujících se v současném tisku. Neologismy jsou popsány z hlediska jejich klasifikace, způsobů vzniku a příslušnosti ke slovním druhům. Pozornost je věnována také víceslovným neologismům a adaptaci přejatých neologismů do českého jazyka. Jsou zde také reflektovány některé aspekty, v nichž angličtina, jako jazyk, z něhož se převážně přebírají nová slova, ovlivňuje typologický konstrukt češtiny.

Seznam použité literatury

Prameny excerptce

MF DNES, 31.1.2009
MF DNES, 14.2.2009
MF DNES, 3.3.2009
MF DNES, 4.3.2009
MF DNES, 14.3.2009
MF DNES, 18.3.2009
MF DNES, 30.3.2009
MF DNES, 1.4.2009
Ona Dnes, 30.10.2008
Ona Dnes, 5.5.2009
Lidové noviny, 16.3.2009
Lidové noviny, 30.3.2009
Lidové noviny, 31.3.2009
Lidové noviny, 20.4.2009
Lidové noviny, 21.4.2009
Lidové noviny, 22.4.2009
Lidové noviny, 21.5.2009
Lidové noviny, 30.3.2010
Lidové noviny, 14.4.2010

Sekundární literatura

Čechová M., Krčmová M., Minářová E., *Současná stylistika*, Praha: Nakladatelství Lidové noviny (2008).

Čermák F., Filipec J., *Česká lexikologie*, Praha: Academia (1985).

Janovec L., Rangelova A., *Suffixoidy a suffixoidní lexémy u substantivních kompozit*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 85-98.

Jedlička A., *Spisovný jazyk v současné komunikaci*, Praha: Univerzita Karlova (1974).

Kochová P., *Prefixace u nových substantiv*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 76-84.

Lotko E., *Co odhaluje analýza neologismů v současné češtině?*, In: *Studia z filologii słowiańskiej ofiarowane profesor T. Z. Orłós*, Kraków (2000), s. 137-141.

Lotko E., *Nová slova se záporným významem v češtině*, In: Lotko E., *Srovnávací a bohemistické studie*, Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého (2008), s. 245-249.

Lotko E., *Nová víceslovná pojmenování a frazeologická spojení v češtině (na materiálu slovníku neologismů)*, In: *Český jazyk a literatura v interakci*, Ratiboř: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa (2006), s. 115-125.

Lotko E., *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny)*, In: Lotko E., *Srovnávací a bohemistické studie*, Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého (2008), s. 209-224.

Lotko E., *Proměnlivost slovotvorných formací se záporným významem v současné češtině*, In: Lotko E., *Srovnávací a bohemistické studie*, Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého (2008), s. 237-242.

Martincová O., *Nová slovesná pojmenování*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 119-133.

Martincová O., *Nová víceslovná pojmenování*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 212-231.

Mleziva E., *Vliv společenských změn na vznik nových významů a výrazů v českém jazyce (Lingvisticko-sociologická studie)*, In: *Slovo a slovesnost*, ročník 57 (1996), s. 283-296.

Z dopisů jazykové poradně, In: *Naše řeč* 4, ročník 92 (2009), s. 224.

Mravinacová J., *Neosémantizmy vzniklé pod vlivem cizího jazyka*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 180-186.

Mravinacová J., *Přejímání cizích lexémů*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 187-211.

Rangelova A., *Neosémantizmy a neosémantizační procesy*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 159-179.

Světlá J., *Nová adjektivní pojmenování*, In: Martincová O. a kol., *Neologizmy v dnešní češtině*, Praha: ÚJČ AV ČR (2005), s. 99-118.

Použité slovníky

- Encyklopedický slovník češtiny*, ed. Karlík P., Nekula M., Pleskalová J., Praha: Nakladatelství Lidové noviny (2002).
- Martincová O. a kol., *Nová slova v češtině 1. Slovník neologizmů*, Praha: Academia (1998).
- Martincová O. a kol., *Nová slova v češtině 2. Slovník neologizmů*, Praha: Academia (2004).
- Nový akademický slovník cizích slov*, Praha: Academia (2006).
- Poštolková B., Sochová Z., *Co v slovnících nenajdete*, Praha: Portál (1994).
- Slovník cizích slov*, Praha: Levné knihy Kma (2006).
- Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*, Praha: Academia (2009).