

**FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO  
V OLOMOUCI**

KATEDRA SLAVISTIKY

SEKCE UKRAJINISTIKY

**Nová slovní zásoba v ukrajinských ženských časopisech**

New Vocabulary In Ukrainian Female Magazines

**(BAKALÁŘSKÁ PRÁCE)**

Vypracovala: Hana Mrázková

Vedoucí práce: Mgr. Uljana Kholod, Ph.D.

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a uvedla všechny použité prameny.

V Olomouci

Podpis

Děkuji Mgr. Uljaně Kholod, Ph.D. za konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní bakalářské práce poskytla.

Podpis

## OBSAH

OBSAH.....	4
ÚVOD.....	6
1. Slovní zásoba.....	9
1.1 Jádru slovní zásoby.....	9
2. Rozšiřování slovní zásoby.....	10
2.1 Odvozování (derivace).....	10
2.2 Skládání nových slov (kompozice).....	11
2.3 Tvoření víceslovných pojmenování.....	13
2.4 Tvoření frazeologismů.....	13
2.5 Zkracování (abreviace) .....	14
2.6 Výpůjčky z cizích jazyků.....	14
2.6.1 Anglicismy a amerikanismy.....	15
2.6.2 Internacionalismy.....	16
2.6.3 Purismus.....	16
2.6.4 Rusismy.....	17
2.6.5 Psaní slov cizího původu.....	20
2.7 Změny významu.....	22
3. Vrstvy ve slovní zásobě.....	23
3.1 Slang.....	24
3.2 Argot.....	25
3.3 Slova hovorová.....	25
3.4 Slova knižní.....	26
3.5 Termíny.....	26
3.5.1 Specifický vývoj terminologie v době Sovětského svazu.....	27
3.6 Slova zastaralá.....	28
3.7 Slova nová (neologismy).....	28
3.7.1 Klasifikace neologismů.....	29
4. Funkční styly.....	31
4.1 Publicistický styl.....	31
4.2 Publicistický styl na Ukrajině.....	33
5. Dvojjazyčnost Ukrajiny.....	35

6. Suržyk.....	36
7. Ženský text.....	36
8. Ukrajinské ženské časopisy v minulosti.....	37
9. Ukrajinsky psané ženské časopisy dnes.....	38
ZÁVĚR.....	41
РЕЗЮМЕ.....	43
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	49
Knižní zdroje.....	49
Tištěná periodika.....	51
Internetové zdroje.....	51
SEZNAM PŘÍLOH.....	54
PŘÍLOHY.....	55
Příloha č. 1: Seznam nalezených výrazů z pohledu jazyka.....	55
Příloha č. 2: Seznam nalezených výrazů z pohledu tematiky.....	60
ANOTACE.....	64

## ÚVOD

Ukrajinašтина je indoevropský jazyk a společně s ruštinou a běloruštinou patří k východoslovanským jazykům. Ukrajinský jazyk se vyvíjí již několik staletí, během nichž na něj působilo mnoho různých vlivů. V době masmédií je tento proces patrný víc než kdy dřív. Vliv okolních jazyků se nejpodstatněji projevuje v oblasti slovní zásoby, do které stále častěji proudí nespočet nových slov, slovních spojení či termínů. V ukrajinaštině se tak objevují nejen slova ukrajinského původu, ale i internacionalizmy a slova přejatá. Vzhledem k tomu, že mnohé z nich pochází ze západogermánských a románských jazyků, uplatňují se při jejich přepisu z latinky do cyrilice různé metody jazykové transformace, ať už gramatické nebo lexikální.

Problémy samostatného ukrajinského jazyka jsou těsně spjaty s problémy samostatného ukrajinského státu. Země byla po dlouhou dobu rozdělena na dvě části. Zatímco se západní část Ukrajiny vyvíjela v relativně demokratických a pro rozvoj ukrajinského jazyka příznivých podmínkách, vliv ruštiny na východě Ukrajiny byl více než zřejmý. Roku 1863 zde vešel v platnost tzv. Valujevský cirkulář, který zakazoval psát a vyučovat v ukrajinaštině. Jeho autor, ministr vnitra P. Valujev, tehdy prohlásil, že „...žádný zvláštní maloruský jazyk nikdy neexistoval, neexistuje ani existovat nemůže, a jejich nářečí používané prostým národem je tentýž ruský jazyk, ovšem zkomolený polským vlivem“. [1]

Situace se zlepšila po roce 1905. Tehdejší revoluce si vyžádala i novou jazykovou politiku a díky snahám ukrajinských obrozenců se podařilo ukrajinaštinu obnovit a vydobýt jí původní pozici. Zákaz ukrajinského tisku byl zrušen a literární ruch mohl být na Ukrajině oživen. Byly vytvořeny jazykové i terminologické slovníky. Obnovil se legální ukrajinský tisk. V průběhu let 1905 až 1907 bylo na východní Ukrajině vydáváno 24 novin, týdeníků a časopisů, vznikly kulturně-vzdělávací organizace, kluby a knihovny.

Nicméně se vznikem Sovětského svazu začala být ukrajinašтина opět utlačována. Proces ukrajinizace a obrození 20. let byl zaměněn za teror let třicátých. V rámci boje s ukrajinským „buržoazním“ nacionalismem, zejména v 30. a 70. letech 20. století, byl rozvoj ukrajinaštiny brzděn činností směřovanou k umělému sblížení s ruštinou. Za vlády Chruščova se dá hovořit o krátkém období ukrajinské renesance, nicméně nástupem Brežněva se podmínky velmi zpřísnily. Ukrajinašтина byla vytěsněna nejen z oblasti vědy, administrativy a výroby, ale i ze školství a kultury. Situace byla horší než za

Stalina. Původní ukrajinská slova, gramatické formy a syntaktické konstrukce byly označeny za „vymyšlené“ a „nepřirozené“. V rámci úplné ateizace společnosti byla některá slova označena za archaická či za „sociální dialektismy“. Jednalo se především o označení náboženských svátků jako Спас, Різдво, Великдень, Покрова. Dnes se všechny tyto názvy opět vrátily do aktivní slovní zásoby.

Důležitým faktem pro rozvoj ukrajinštiny bylo potvrzení statutu státnosti ukrajinského jazyka (Zákon URSS „O jazyce v Ukrajinské RSR“ z roku 1989 a Ústava Ukrajiny z roku 1996, str. 10) a rovněž i rozšíření sféry oficiálního používání ukrajinštiny.

V dnešní době se stále častěji objevují pokusy vytlačit ruštinu z ukrajinského prostředí. Plnění normativních požadavků týkajících se kvality jazyka se má stát povinnou podmínkou k udělení povolení zabývat se vzděláváním, lékařskou či reklamní činností, a jejich systematické porušování bude předpokladem pro odejmutí licence.

Cílem mé bakalářské práce bude prozkoumat slovní zásobu ukrajinských časopisů určených dnešním ženám a dozvědět se, jaká slova se zde nově vyskytují. Budu zjišťovat, jaké tendence se nejpodstatněji projevují v rámci obohacování ukrajinské slovní zásoby. Pokusím se provést analýzu nalezených slov a vyvodit tak příslušné závěry. Převládají v nové slovní zásobě ukrajinských ženských časopisů slova ukrajinského původu, či slova přejatá z cizích jazyků – a jestliže ano, z kterých? Jedná se převážně o neologismy, nebo o výrazy již existující, jež pouze změnilly či nabyly nového významu?

V bakalářské práci se budu zabývat problematikou obohacování slovní zásoby, přičemž se více zaměřím na výpůjčky z cizích jazyků. Dále budu věnovat pozornost jednotlivým vrstvám slovní zásoby, zejména pak neologismům. Pomyslný třetí úsek mé práce bude zasvěcen publicistickému stylu obecně a publicistice na Ukrajině v minulosti i současnosti.

Bakalářská práce bude obsahovat rovněž analýzu vybraných slov, jež jsem našla v ukrajinských ženských časopisech v tištěné i internetové podobě. Na základě této analýzy se následně budu snažit vyvodit požadované závěry. V příloze pak přikládám seznam nalezených výrazů (pro lepší přehlednost rozdělených podle příslušných jazyků, ze kterých byla do ukrajinštiny přejata, a podle témat, ke kterým se váží).

Teoretické poznatky jsem čerpala převážně z knižních publikací českých a ukrajinských lingvistů. Z důvodů již zmíněné rusifikace jsem však pro prozkoumání jednotlivých jevů měla k dispozici jen omezený počet zdrojů. V dnešní době je na

Ukrajíně k dostání jen velmi málo ukrajinsky psaných ženských časopisů, drtivá většina je psána rusky. Nalezené a zkoumané výrazy tedy pochází pouze z časopisů „Космо news“, „Жінка“ a „Пані“, která již v dnešní době ani nevychází, a článků na internetu.



## 1. Slovní zásoba

Slovní zásoba je souhrn všech slov určitého jazyka. Její rozměr svědčí o bohatosti jazyka. Vzhledem k tomu, že slovní zásoba je jednou z nejrychleji a nejdynamičtěji se měnících částí jazyka (slovní zásoba se neustále rozrůstá o nové pojmy a termíny a zároveň určitá její část zastarává, až některá slova pomalu vymizí), je pochopitelné, že jednotliví uživatelé jazyka nemohou znát všechna jeho slova. Rozlišujeme tedy tzv. aktivní a pasivní slovní zásobu.

**Aktivní slovní zásoba** v sobě zahrnuje několik tisíc slov (zpravidla se udává cca 5000 slov, ale mohou to být až desítky tisíc) užívaných v běžné komunikaci (písemné i ústní). Rozsah aktivní slovní zásoby závisí na vzdělání daného jedince, jeho povolání a prostředí, ve kterém se pohybuje. Do **pasivní slovní zásoby** se řadí slova, kterým uživatel sice rozumí, ale která sám běžně nepoužívá. Jejich počet je několikanásobně vyšší.

### 1.1 Jádru slovní zásoby

Vývoj slovní zásoby není rovnoměrný. K největším a nejdynamičtějším změnám dochází v období velkých politických a společenských změn. Tempo obohacování slovní zásoby je odrazem tempa vývoje společnosti a aktuálního společenského dění.

Jádru slovní zásoby (základní slovní fond) změnám nepodléhá tak často, nedoplňuje a neobnovuje se tak rychle. Je charakteristické původem, trvanlivostí (jedná se o stará slova, která zůstávají v jazyce po dlouhá časová období), strukturou slov (jsou to slova nemotivovaná, která se sama stávají základem pro další tvoření - odvozováním a skládáním), významem (tato slova označují příbuzenské a společenské vztahy, názvy zvířat, základní životní potřeby, činnost a pracovní úkony, funkce a instituce či přírodní jevy) a vysokou frekvencí užívání. Jádro je v celé slovní zásobě nejdůležitější a rozsahem podstatně menší než celá slovní zásoba. Udržuje jednotu národního jazyka a umožňuje porozumět jazykovým projevům různých období.

## 2. Rozšiřování slovní zásoby

„Při tvoření nových slov se uplatňuje různým způsobem psychické založení (životní názory, obrazotvornost, citové záliby atd.) lidí, kteří tvoří dané jazykové společenství. Potřeba nových slov je zpravidla dána objektivními podmínkami a psychické založení rozhoduje jen o volbě prostředků. Někdy však rozhoduje psychické založení jazykového kolektivu přímo o tvorbě slov (a také o zániku slov starých) bez přímých objektivních popudů.“ (Horálek, 1955: 266)

Nová slova a slovní spojení vznikají různými procesy z domácích prostředků nebo jsou přejímány z cizích jazyků. Do spisovného jazyka se tak dostávají (i když jen v omezeném množství) i slova z dialektů či slangu. Pro nová pojmenování může být využito již existující slovo, může být obnoveno slovo staré, třeba i s pozměněným významem, nebo může vzniknout pojmenování sdružené.

Tvoření nových slov se děje několika způsoby. Jedná se o odvozování (derivace), skládání nových slov, tvoření víceslovných pojmenování a frazeologismů, zkracování, výpůjčky z cizích jazyků a změny významu. (Hauser, 19960: 22)

### 2.1 Odvozování (derivace)

V procesu derivace se nová slova vytvářejí připojením morfémů k již existujícímu výrazu. Nejčastějším a nejproduktivnějším morfémem, který slouží k obohacování slovní zásoby, je sufix (přípona). **Suffixy** je možné připojit ke slovnímu základu či ke slovu již odvozenému, např. *година – годинник, туман – туманный*.

Nejčtenější sufixy, jež jsem při analýze statí v ukrajinských ženských časopisech našla, byly: **-ep**, **-icm** a **-ucm**, přičemž **-ep** mezi nimi převládal. Ve většině případů byl použit k vytvoření názvu nositelů vlastností nebo názvu konatelského, tj. pro označení osob, které vykonávají nějakou činnost spjatou se skutečností, jež je vyjádřena substantivem. Pojmenovávají činnost podle toho, čeho se činnost týká, ale tato činnost v jejich základu vyjádřena není. [2]

- **дизайнер** – vytvořené od substantiva *дизайн*, slouží k označení odborníka pro oblast designu

- **аутсайдер, букер, дайвер, кліпмейкер, копірайтербайкер, менеджер**

- *дизайнерка, призерка*

Sufix *-ерка*, jenž je užíván v rámci přechylování pro označení osoby ženského pohlaví, se nevyskytuje tak často. Některé sufixy používané k vytváření odvozenin ženského rodu mají stále ještě stylisticky snížený charakter a dříve sloužily k označení manželky specialisty.

V současnosti se jejich výskyt znásobil, nicméně v mnoha případech stále převažuje užití podstatného jména mužského rodu i pro profesi ženy. V jednom článku o současné ukrajinské módě se dokonce střídavě objevují obě varianty. V jednom odstavci autor píše: „*Захоплення декабристами та пушкінською епохою переросло в дизайнерки Вікторії Гресь у чергову колекцію.*“, a v následujícím užije tvaru přechýleného: „*Молодий дизайнер Ксенія Марченко у новій колекції знову звернулася до мінімалізму та улюбленого стилю 1980-х.*“ [3]

Dalším prostředkem je připojování **prefixů** (předpon) či **kombinace prefixu a sufixu**. Výsledný tvar odvozeného slova pak často patří k jinému slovnímu druhu než slovo základní, např. *поінформований, прокоментувати*.

V člancích se objevují někdy i celá slovotvorná hnízda tvořená slovy se stejným kořenem. Motivované slovo tak obklopují výrazy vytvořené sufixací, prefixací, skládáním i tvořením víceslovných pojmenování.

- *дизайн , дизайнер, дизайнерка, дизайнерський*
- *кліп, кліпмейкер, кліпмейкерство*
- *аргодайв, дайв-клуб, дайв-сафари, дайв-центр, дайвер, дайвер-початківці, дайверські тусовці, дайвінг, дайвінг інструктор, дайвінг-тури, дейлі-дайвінг*

## 2.2 Skládání nových slov (kompozice)

Složená slova vznikají spojením dvou (zřídka i více) slov. V případě, že jsou spojena souřadně, hovoříme o tzv. **koordinaci**. Spojené členy jsou si rovnocenné, např. *Чехословаччина*. Jestliže mezi spojenými členy existuje vztah závislosti a jednotlivá slova jsou spojena podřadně, jedná se o proces **subordinace**, např.

*світловолосий*. Skládání není tak frekventovaný způsob tvorby nových slov, v některých případech se kombinuje i skládání s odvozováním.

Všimla jsem si, že v psaní složenin se mnohdy objevují výrazné rozdíly. „Pokud spojené členy vyjadřují vztah prostě slučovací, píší se dohromady. Jestliže je mezi spojenými členy vztah slučovací (složeniny vyjadřují vztah současně ke dvěma základům) či reciproční (tj. vztah oboustrannosti, vzájemnosti), píší se se spojovníkem.“  
[2]

Odlišností jsem si všimla při psaní složenin *телешоу*, *байкер-шоу*, *фаєр-шоу* a *фітнес-шоу*.

- *Нескінченні концертні виступи, зйомки кліпів та телешоу, участь у світських заходах...* (č. КОСМО news 10/2009: 14)
- *У рамках фестивалю планується: поетичний боді-арт, графіті-джем, байкер-шоу, кінопокази, професійне фаєр-шоу,...* (č. Пані № 28: 5)
- *Так, найемансипованіша група українського шоу-бізнесу «А.Р.М.И.Я.» щоранку веде власне фітнес-шоу, в якому...* (č. КОСМО news 8/2009: 11)

V tomto případě bych vysvětlení pro rozdílné psaní těchto slov hledala v jejich struktuře. Výraz *телешоу* se skládá z prefixu *теле* a slova *шоу*. Tento prefix se samostatně nevyskytuje, vždy je součástí složeniny. Proto dané slovo píšeme bez spojovníku. Jednotlivé části výrazů *байкер-шоу*, *фаєр-шоу* a *фітнес-шоу* jsou samostatná slova, vztah mezi nimi je souřadný slučovací, a proto se píší přes spojovník.

Nesrovnalostí jsem si povšimla také u slova *шоу-бізнес* i *шоубізнес*.

- *Так, найемансипованіша група українського шоу-бізнесу «А.Р.М.И.Я.» щоранку веде власне фітнес-шоу, в якому...* (č. КОСМО news 8/2009: 11)
- *У перший день були народії на мегазірок шоубізнесу – Мадонну, Майкла Джексона, ...* (č. Пані № 28: 47)

Vzhledem k tomu, že se opět jedná o neologismus, nenalezneme tento výraz ani v tištěném ani v internetovém slovníku na rozum.org.ua. Na www.slovník.net se toto slovo vyskytuje jen v podobě *шоу-бізнес*, nicméně pokud jej zadáme do vyhledávače www.google.cz, nalezneme i zcela chybný tvar *шоу бізнес*. Jestliže ale daný výraz cizího původu znamená jeden pojem, nelze ho psát zvlášť.

Odůvodnění pro tuto nesrovnalost bych hledala v nejednotnosti pravidel přejímání nových slov z cizích jazyků do ukrajinštiny. Toto slovo pochází z anglického *show business*, které se píše zvlášť. Některé jazyky, mezi nimi např. i čeština a němčina, toto slovo píší dohromady. V ruštině, která má na ukrajinský jazyk nepopíratelně velký vliv, je správným tvarem *шоу-бізнес*. Nicméně i na ruských stránkách se vyskytují nesprávné varianty psané dohromady či zvlášť.

### 2.3 Tvoření víceslovných pojmenování

„Tento proces je podobný skládání, avšak výsledný tvar se skládá z několika formálně samostatných slov. Z hlediska sémantického se často jedná o vytvoření nedělitelného pojmu, a pak takové pojmenování, stejně jako složeniny, odpovídá po stránce obsahové pojmenování jednoslovnému.“ (Např. *parní stroj, kozí brada luční*) (Černý, 1998: 29)

„Jindy je vztah mezi jednotlivými složkami takového pojmenování volnější, např. *hlavní nádraží, jaderná elektrárna*. Složená slova se většinou ale tvořila postupně a mezistupněm byla právě víceslovná pojmenování, jejichž složky postupně ztrácely samostatnost (formální i obsahovou).“ (Černý, 1998: 29)

### 2.4 Tvoření frazeologismů

Jedná se o ustálené spojení několika pojmů, jehož doslovný překlad a analýza jeho jednotlivých slov nejsou možné. Frazeologismy nejčastěji vznikají na základě metaforických přirovnání a postupně se mohou stát trvalou součástí daného jazyka.

Co se týče frazeologismů v dnešní ukrajinské publicistice, významnou roli zde zaujímají i hovorové elementy. Hovorovost je jedním z významných rysů současného publicistického stylu. Hovorové frazeologismy, které se vyskytují v publicistice ve

formě sémantických a strukturních odchylek od norem spisovného jazyka, dodávají textu familiárnost, někdy až hrubost. V publicistických textech se tak objevují vlastně hovorové frazeologismy jako např. *шалені гроші, накрутити ціну*, elementy suržyku – *найслабшим звеном, хепі енд*, frazeologismy z oblasti profesionálního a mládežnického žargonu, či eufemistické výrazy typu *сходити проти вимпу*.

## 2.5 Zkracování (abreviace)

Abreviace je proces, při kterém dochází ke zkracování dlouhých a často užívaných slov či víceslovných pojmenování. Zkratky nevznikají v mluveném jazyce, ale na podkladě psané podoby. Podle vzniku a povahy dělíme zkratky na iniciálové a skupinové.

Iniciálové zkratky vznikají z prvních písmen pojmenování a obvykle označují státy, instituce, organizace a podniky. Píší se velkými písmeny, např. *ООН* (Організація Об'єднаних Націй). „Skupinové zkratky vybírají skupiny hlásek z jednotlivých slov. [...] Jsou to názvy podniků či organizací. K těmto zkratkám se blíží zkráceniny vzniklé libovolnou kombinací částí slov, jimiž se označují podniky.“ (Hauser, 1969:72)

„Podle toho, jak se vzniklá slova v jazyce chovají, rozlišujeme vlastní zkratky a zkratková slova. Vlastní zkratky (např. *ЄС*) v promluvě hláskujeme, zkratková slova (např. *туроператор*) se chovají jako slova jiná a skloňují se jako substantiva. Stávají se i základem pro další tvoření. [...] Zkracování je výrazným projevem univerbizace, snahy o jazykovou úspornost.“ (Hauser, 1969:73)

V ukrajinském jazyce k této transformaci z víceslovného pojmenování na jednoslovné dochází poměrně často, pokud je to v souladu s obecnými i dílčími tendencemi jazyka, např. *водій автомобіля – автоводій, маленький колектив – мікроколектив, глядачі кінотеатру – кіноаудиторія*.

## 2.6 Výpůjčky z cizích jazyků

„V zásadě je možné rozeznat dva typy výpůjček: z cizího jazyka se buď přejímá nový pojem a s ním i příslušné pojmenování, nebo se pojmenování už existujícího

pojmu nahradí novým cizím slovem. V prvním případě jde o přirozený proces obohacování slovní zásoby (její stránky obsahové i formální), v druhém případě často o pouhé nahrazování dosud užívaných výrazů cizími slovy, která jsou v módě.“ (Černý, 1998: 32)

„Cizím výrazům se dává přednost i z důvodu jazykové ekonomie, jde-li o stručné pojmenování proti víceslovným nebo opisným výrazům daného jazyka. K mnohým přejatým výrazům, zvláště pak terminologické povahy, není často snadné vytvořit pohotově odpovídající název v daném jazyce.“ (Socholová; Poštolková, 1994: 10)

V současnosti tvoří slova přejatá z jiných jazyků přibližně 10 % slovní zásoby ukrajinského jazyka. Těchto deset procent je tvořeno slovy přejatými, cizími slovy a internacionalismy.

V případě, že dané slovo má několik významů, dochází nejprve k přejímání jednoho a teprve potom mohou být přejaty i další významy.

### 2.6.1 Anglicismy a amerikanismy

V 90. letech, kdy začal radikální proces obnovy slovní zásoby, se dostalo do ukrajinského jazyka mnoho přímých výpůjček, především pak z americké varianty angličtiny. Od domácí slovní zásoby se amerikanismy zřetelně odlišují svou morfológickou, fonetickou i slovtvornou strukturou. Tématicky jsou velmi různorodé. Tyto slova jsou obvykle přejímána i s jejich významy. Jsou to výrazy jako *шоубізнес, кліп, менеджер, дизайнер, сноуборд, ноутбук*, aj.

Tlak amerikanismů je tak veliký, že mnohdy dochází i k vytlačování dřívějších slovních výpůjček (a to i ze západoevropských jazyků). Např. *прес-конференція – брифінг, спектакль – шоу, екран – дисплей*, aj. Částečně a pouze v některých případech můžeme tento jev objasnit rozšířením nebo zúžením významu oproti původnímu významu slova, např. *зустріч у верхах – самім*. Častěji jsou ale dané náhrady zapříčiněny celkovou změnou situace ve společnosti, která vyžadovala záměnu původních sovětských výrazů novými. Mnohé z těchto neologismů jsou internacionálního původu.

## 2.6.2 Internacionalismy

Některá často užívaná slova se vyskytují v podobné grafické či fonetické formě hned v několika jazycích. V takovém případě hovoříme o tzv. internacionalismech. Internacionalismy jsou slova, která jsou užívána v mnoha nepříbuzných jazycích a která mají současně společnou sémantiku i foneticko-morfologickou stavbu. Převládají zejména v oblasti kultury, umění, vědy a politiky. V publicistickém stylu se internacionalismy a cizí slova používají nejen v přímém, ale i přeneseném významu. Slouží jako prostředek k vyjádření obraznosti, kontrastu, humoristických, ironických či satirických efektů.

Vymezuje se 6 velkých kulturních areálů a subareálů. Jsou to areály západoevropsko-americký, evropsko-socialistický, blízko- a středněvýchodní, areál severských a asijských národů bývalého SSSR, areál indický a areál dálnovýchodní. Internacionalismy do ukrajinštiny pronikají přímo ze západních zemí nebo přes ruštinu. (Filipec; Čermák, 1985: 123)

Za internacionální komponenty možno pokládat např. prefixy *авто-*, *био-*, *гео-*, *гідро-*, *грам-*, *електро-*, *кіно-*, *космо-*, *метео-*, *мікро-*, *мото-*, *радіо-*, *стерео-*, *термо-*, *фото-*, aj. či sufixy *-ізм*, *-іст* (objevující se již v 18. století). Sufix *-ep* se na začátku 20. století příliš často nevyskytoval. Nicméně s nárůstem přímých výpůjček ze západoevropských jazyků sloužících k označení osoby ve vztahu k její činnosti či profesi se tato přípona stala poměrně frekventovanou, např. *дизайнер*, *менеджер*.

Internationalismy mají obvykle latinský či řecký základ. „Zejména z latiny pochází rozsáhlé vědecké terminologie z oblasti lékařství, botaniky, zoologie, chemie, fonetiky apod. Také v současné době vznikají nová pojmenování, která se inspiroují v některém z těchto klasických jazyků, a nepochybně budou vznikat i v budoucnosti.“ (Černý, 1998: 159)

## 2.6.3 Purismus

Internationalismy obvykle v daném jazyce nemají své shodné ekvivalenty (*еволуція*, *театр*, *музика*, *телефон*, *радіо*), avšak někdy vedle internacionalismu existuje současně i pojmenování vlastní. Výběr jedné z těchto dvou (někdy i více) variant je obvykle dán specifikou dané oblasti a s tím spojeným funkčním stylem,



kontextem, prostou náhodou či módním trendem. Jestliže se národní společenství cítí nějakým způsobem ohroženo, snaží se někdy mezinárodní termíny potlačovat a prosazovat jejich domácí ekvivalenty. V takovém případě často hovoříme o tzv. purismu. Evropští lingvisté jej považují za jev pozitivní. Jestliže se ale projevuje jako škodlivý, označuje se tento proces termíny „hyperpurismus“, „ultrapurismus“ či „pseudopurismus“. V 90. letech 20. století a na počátku 21. století se puristické snahy začaly opět hojně projevovat, a to zejména v zemích bývalého socialistického bloku (včetně Ukrajiny).

Ukrajinský purismus se odlišoval několika specifickými prvky: 1. vyloučení složených, nepochopitelných cizojazyčných elementů a inovací, které mají v ukrajinštině srozumitelná synonyma např. *консензус – згода, паритет – рівність*; 2. odklon od cizojazyčných slov, která se již vžila a aktivně se používala. Byla nahrazena vlastními novotvary např. *окуляри – зірці*, nebo slovy, jež vznikla během purismu 20. let a jejichž používání bylo v době Sovětského svazu následně zakázáno či podstatně omezeno např. *фон – тло, оратор – промовець, клімат – підсоння*; 3. vyloučení slov, která jsou stejná nebo podobná jejich ekvivalentům v jazyce, který byl pokládán za mocenský, a aktivizace vlastních prostředků (protiklad ukrajinských a ruských variant: *алтар* (rus. *алтарь*) – *вівтар, витоки* (rus. *истоки*) – *джерела*). (Яковець, 2004: 530)

V mnohých případech ale tyto tendence nebývají příliš úspěšné a nabývají tak příznaku „ultrapurismu“, např. *парасолька – розчипірка, шприц – штрикавка*.

#### 2.6.4 Rusismy

Rusismy jsou výpůjčky z ruského jazyka, které vznikly v důsledku rusifikace a každodenního kontaktu ukrajinského obyvatelstva s nositeli ruštiny. Tyto jazykové chyby se bohužel nevyskytují pouze v běžné řeči Ukrajinců, ale i u lidí, kteří dennodenně pracují se slovem a kteří by měli výběru slov věnovat mimořádnou pozornost – v řeči učitelů, žurnalistů, hlasatelů a herců. Olga Čeremská rozděljuje tyto ukrajinsko-ruské interference do dvou kategorií – přímých a nepřímých lexikálních výpůjček. Do přímých patří ty, které se shodují s ruskými ekvivalenty jak významem, tak svým zněním, např. *чучело, крупний, кружка, плодотворний, кормушка*. Mezi nepřímé pak řadí kalky typu *доставка, добавка, приблизити*. (Лесюк, 2004: 303)

Rusismy lze rovněž rozdělit na lexikální, fonetické, morfologicko-slovotvorné, gramatické a akcentové. Příkladem lexikálních rusismů jsou např. slova *больница* – лікарня, *гов'ядина* – яловичина, *билет* – квиток. Fonetické rusismy jsou ty, které se liší od autentických ukrajinských slov svým zněním - jedním nebo několika zvuky, např. *семдесят* – сімдесят, *женатий* – жонатий, *школяри* – школярі. Morfologicko-slovotvorné se odlišují od ukrajinských morfémami - prefixy či sufixy, např. *украшати* – прикрашати, *приказ* – наказ, *бетонищик* – бетонник. Gramatické rusismy jsou taková slova, jež se s ukrajinskými neshodují v rámci jejich gramatických kategorií – rodě, čísle, pádě atd., např. *дай Бог* – дай Боже, *подпись* – підпис, *продажа* – продаж, *по дорогам* – по дорогах. Poměrně hodně ukrajinských slov má akcentové odchylky, jež jsou vyvolány ruským vlivem, např. *новий*, *одинадцять*, *Україна*, *колесо* - новий, одинадцять, Україна, колесо. (Лесюк, 2004: 304)

### **Kalky z ruštiny**

Kalky jsou slova nebo ustálená slovní spojení vzniklá kopírováním struktury lexikální jednotky ve výchozím jazyce, tzn. zaměňováním morfémů za jejich ekvivalenty. Lze je rozdělit na sémantické a strukturální.

V důsledku mnohaleté rusifikační politiky Sovětského svazu došlo k řadě asimilačních změn v systému ukrajinského jazyka a v kodifikaci jeho norem.

Funkční normalizace pomocných lexikálních prostředků syntaktické subordinace (podřízení) i určení norem užívání některých syntaktických konstrukcí v jazyce vědy a publicistiky probíhaly jak cestou maximalizace a zdokonalování možností národně-jazykové struktury, tak i využíváním syntaktických modelů ruského jazyka, zvláště pak jeho odborného a publicistického stylu. Na konci 60. let se v procesu formování stylu sovětské publicistiky pozoruje stále častější sblížení syntaktických systémů ukrajinského a ruského jazyka. V mnoha tehdejších překladech z ruštiny lze najít i několik stran, kde syntax originálu a překladu se nijak neliší.

Sblížení ukrajinských a ruských syntaktických konstrukcí v publicistických textech a propagace syntaktických konstrukcí, jež jsou společné pro oba jazyky, zapříčinilo aktivizaci **strukturálních kalků** i v jiných stylech.

Např. současně s konstrukcí *za* + akuzativ se začala používat i konstrukce *pro* + akuzativ (*говорити за мир* – *говорити про мир*), místo konstrukce *з* + genitiv se používá spojení *по* + dativ (*програма з філософії* – *програма по філософії*) aj.

Příkladem **sémantických kalků** z ruštiny jsou např. termíny z prostředí informačních technologií: ukr. *миша* (rus. *мышь*, angl. *mouse*), ukr. *кошик* (rus. *корзина*, angl. *recycle bin*), ukr. *вирізати* (rus. *вырезать*, angl. *to cut*). (Терлак, 2004: 501)

Někdy není jednoduché rozlišit, zda se jednotlivá slova do ukrajinské slovní zásoby dostala přímo z angličtiny nebo prostřednictvím ruštiny, jež tyto výrazy z angličtiny přejala. V mnohých případech ale o kalkování z ruštiny není pochyb. Svědčí o tom znaky jako např. přepis anglického počátečního *h* jako *x*: ukr. *хакер* (rus. *хакер*, angl. *hacker*), přičemž správný tvar by měl být *закер*. Nebo přepis *g* jako *z*: ukr. *програміст* (rus. *программист*, angl. *programmer*). Správná varianta by měla být *програміст*. (Остапчук, 2004: 119)

Tohoto jevu jsem si všimla i při zkoumání textů v ukrajinsky psaných ženských časopisech. Vyskytovala se zde slova jako *ноу-хау*, *секонд-хенд*, *хін-хон*, *хіт*. Přičemž správné tvary by měly vypadat takto: *ноу-гау*, *секонд-генд*, *гін-гон*, *гіт*.

Pozastavila jsem se také nad termínem *фондрайзинг*, který je použit v časopise „КОСМО news“ (č. 10/2009) v rozhovoru s topmodelkou Olenou Ščerbaň. Původ tohoto slova je v angličtině (*fundraising*). Proč se tedy v ukrajinském slově *фондрайзинг* vyskytuje *o* místo *a*? Pokud bychom se podívali na toto slovíčko v ruštině, našli bychom dva tvary. Jak správnou formu *фандрайзинг*, tak i *фондрайзинг*.

Domnívám se proto, že i v tomto případě bylo dané cizí slovo přejato přes ruštinu. Svědčil by o tom i výskyt písmena *z*. Jestliže by byla dodržena pravidla přepisu slov z angličtiny, mělo by se správně na konci psát *r*. To se však týká i mnoha dalších slov, na která jsem při pročítání daných časopisů narazila, např. *боулінг*, *гольф-центр*, *ультра-ліфтинг*, *кастинг*.

Přepisování přejatých slov se značně rozchází. Zatímco v Ornstově Česko-ukrajinském ukrajinsko-českém kapesním slovníku z roku 2005 se již mnohá slovíčka objevují s *r* (*газон*, *гарантія*, *гарнір*, *геній*, *геноцид*, *глобус*, *градус* aj.), ve Slovníku cizojazyčných slov, vydaném v Kyjevě v roce 2000, jsou všechna tato slova s *z*.

## 2.6.5 Psaní slov cizího původu

Při přejímání cizích slov do ukrajinského jazyka se daná slova zpravidla podřizují jeho grafickému, zvukovému i gramatickému systému. Znakem grafického osvojení cizích slov je jeho psaní písmeny ukrajinské abecedy. Důsledkem fonetického osvojení je záměna zvuků, které nejsou ukrajinštině vlastní, jim blízkými. Např. *th* v řeckém slově *theorie* je zaměněno ukrajinským *m* - *теорія*. Při gramatickém podřizování se časem mění i kategorie čísla či rodu, a to v souladu s normami ukrajinského jazyka. Např. řecké *dogma* je středního rodu, nicméně ukrajinské *догма* - ženského. Netypickými jsou pro ukrajinštinu spojení písmen *нгл, мтп, пс, кс* (*конгломерат, симптом, психологія, ксилографія*). Rovněž slova začínající na samohlásky *a* a *e* (*агент, акція, економіка, емоція*) jsou považována za slova cizího původu. V ukrajinštině na tyto samohlásky začínají jen citoslovce a slova od nich odvozená. Jako cizí zní i slova se zvukem *ф* (*фаворит, феномен*). Rovněž slova končící na *-ція* (*купонізація, комеджизація*) svědčí o cizojazyčném původu daného výrazu. (Пономарів, 2000: 73)

Vrátila bych se ještě ke psaní cizích slov a volbě písmen *z* a *r*. Problém, který vzniká při přejímání slov cizího původu, obsahujících jednu z těchto liter, je spojen rovněž s vyčleněním písmena *r* na téměř 60 let z ukrajinské abecedy. Toto písmeno existovalo do roku 1933, pak bylo z abecedy vytěsněno a navraceno až roku 1990. Nicméně pevná pravidla pro jeho užití stanovená nebyla a to vedlo k nejednotnosti psaní přejatých slov. V mnoha případech tak zvítězilo neopodstatněné kopírování ruských tradic. Podle ukrajinského lingvisty Ponomarova bychom se při psaní těchto písmen měli řídit následujícími pravidly: 1, u slov pocházejících z řečtiny psát *z*. 2, při přepisu fonému *h* u slov cizího původu psát *z*. 3, psát písmeno *z* v již dlouho užívaných slovech. 4, u neslovanských jmen a příjmení a také u nových obecných názvů se řídit originálem. (Пономарів, 1997: 5)

V článku o současné módě na webových stránkách <http://starlife.com.ua> jsem našla substantivum *елегантність* psané s *r*. (*Плетені кардигани та вовняні пальта з хутряними комірами стриманих кольорів – кремового, сірого, темно-синього, як завше, вирізнялися елегантністю та гарним кроєм.*) [3] Toto slovo latinského původu sice nepatří mezi nová slova, ale v této podobě se ani ve slovnících, ani běžně na internetu zatím nevyskytuje. Jak v internetových slovnících, tak slovníku cizojazyčných

slov je známá jen forma *елегантність*. Ponomariv ale ve své knize „Фонеми г та г“ toto slovo uvádí s r.

U přejatých slov se rovněž liší i formy **grafického systému**. Slova, která se ještě lidem nevžila, jsou často do ukrajinského textu vkládána v nezměněné podobě, zpravidla tedy v latině. Týká se to jak slov obecných (apelativ), tak vlastních (propríí – jmen osob, organizací, společností, produktů apod.)

V článku „Краса тіла, підкреслена білизнаю“ na webové stránce wwwomen.com.ua se objevuje několik variant psaní propríí latinkou.

- *Зовсім не важливо, що цей бюстгальтер демонструє знаменита блондинка, топ-модель **Alessandra Ambrosio**. **Алессандра Амбросіо** народилася 11 квітня 1981 року в Еріксиме, Бразилії.* [4] V tomto případě autor nejprve seznámil čtenáře s originálním tvarem jména modelky a již v následující větě, za pomoci transkripce, její jméno zaznamenal cyrilicí.
- *Алессандру можна було побачити в шоу **Victoria's Secret** в Каннах разом з **Тайрої Бенкс (Tyra Banks)** і **Стефані Сеймур (Stephanie Seymour)**.* [4] Zde pro změnu daná jména napsal nejprve cyrilicí, avšak pro lepší orientaci umístil do závorek i jejich podobu v latině.
- *Вона брала участь в показах для **Laura Biagiotti, Christian Lacroix, Byblos, Fendi, Issey Miyake, Kenzo, Christian Dior, Nicole Miller, Oscar de la Renta** і багато інших. [...] Були поміщені контракти з "Гуччи", "**Kрістіан Діор**".* [4] V tomto případě autor článku název značky (po té, co čtenáře seznámil s jeho tvarem v latině) převedl do cyrilice, nicméně přesto ho ještě vložil do uvozovek.

S podobnými variantami psaní přejatých slov se setkáváme i u apelativ. Novinář v časopise „КОСМО news“ výraz *fashion* ponechává v latině v průběhu celého článku, jeho kolega z časopisu „Жінка“ toto slovo pomocí transkripce přepsal do cyrilice.

- ***Fashion-стиль**. Цього літа візажисти **fashion-показів** надали класичному макіяжу з лайнером свіжого вигляду.* (č. КОСМО news 8/2009: 21)

- *Саме про професійне визначення молодих міркує відомий стиліст зачісок, фешн-директор школи „Дюденко Київ“ В'ячеслав Дюденко... (č. Жінка 4/2009: 10)*

Jako signál neosvojenosti určitého výrazu mohou být považovány i uvozovky psané před a za daným slovem. Např. *Макіяж очей в стилі «smoky eyes» не залишить байдужим жодного чоловіка на вечірці.* (č. КОСМО news 10/2009: 47)

Zaujalo mě rovněž spojení *косметичний must have*. (*Косметичний must have: засіб для знання макіяжу з очей...*). (č. КОСМО news 10/2009: 57) Autor článku v daném případě nic nepřekládal, mohl tedy upotřebit libovolné ukrajinské slovo, např. *необхідність*. V tomto případě si myslím, že použití anglického spojení *must have* bylo neadekvátní.

Někdy se v textu objevují i grafické chyby v podobě ruského písmene *ы*. V takových případech se nejspíše jedná o překlep. V časopise „Пані“ jsem ale narazila na výraz *селікон*. Tento tvar je bezpochyby ukrajinsky špatně. Vzhledem k tomu, že toto slovo bylo přejato z anglického *silicone* (pocházejícího z latinského *silicium*), správná podoba by měla být *силікон*. Jedná se tedy také o překlep nebo máme vysvětlení hledat někde jinde? V ruském jazyce, jenž má na ukrajinštinu velký vliv, existuje tvar *силикон*, nicméně na internetu najdeme i formu *селікон*. Je tedy možné, že novinář jednoduše přejal chybnou ruskou podobu tohoto slova, aniž by si správnost psaní daného přejatého slova ověřil.

V článku o nezdravých potravinách v časopise „КОСМО news“ 10/2009 jsem narazila na nesprávné psaní *i* ve slově *чінсу*. Toto slovo pochází z angl. *chips*. Je tedy cizojazyčného původu, a tudíž by se podle „Pravidla devítky“<sup>1</sup> mělo po *ч* psát *u* a nikoli *i*.

## 2.7 Změny významu

„Změny významu mají mezi ostatními jazykovými změnami poněkud zvláštní postavení: nemění se forma pojmenování, ale pouze jeho obsah. Jsou velmi časté

---

<sup>1</sup> „Pravidlo devítky“ - ve slovech cizojazyčného původu po souhláskách *д, т, з, с, и, ж, ч, ш* a *р*, jež se nachází před souhláskou (kromě *й*), píšeme *u*. Např. дилема, музика, режим, джип, аж.

a různě odstupňované – od jemných posunů přes zúžení nebo rozšíření významu až po postupný přechod k právě opačnému významu než byl ten původní. Zúžení významu lze pozorovat např. u výrazu *pivo*, který původně označoval jakýkoli nápoj – vše, co se pilo. Rozšíření naopak u pojmenování hlava – původně u lidí a zvířat, přeneseně i hlava rodiny, hlava státu, hlava salátu, hlavička hřebíku aj.“ (Černý, 1998: 34)

### 3. Vrstvy ve slovní zásobě

Naprostou většinu slovní zásoby spisovného jazyka tvoří slova s funkcí pojmenovací bez zvláštních vedlejších příznaků. Jsou to slova neutrální, jež lze použít v různých oblastech vyjadřování. „Některá slova mají ale kromě této funkce i jiné slohové či citové příznaky, zvláštní původ nebo příslušnost k jiným útvarům národního jazyka, nebo se chápou jako zvláštní z hlediska dobového.“ (Hauser, 1980: 18)

„Tak se ve slovní zásobě vytvářejí vrstvy charakterizované:

1. příslušností k jiným útvarům národního jazyka (slova z nářečí, obecná, slangová, argotová)
2. původem (slova cizí a přejatá)
3. časovou platností (archaismy a neologismy)
4. frekvencí užití (slova řídká, ojedinělá)
5. slohovými příznaky (slova knižní, hovorová, poetismy, termíny)
6. citovostí (slova s kladnými a zápornými citovými příznaky).

Příznakové vrstvy slovní zásoby patří k její proměnlivé části a nacházejí se někdy až na jejím okraji. Jádro slovní zásoby tvoří lexika neutrální s jedinou funkcí, a to pojmenovací.

Příznaky se mohou u jednoho slova překrývat, takže slovo patří k několika vrstvám současně. Překrývání ale není libovolné. Prvky, které tvoří společnou vrstvu, se nemohou překrývat. Slovo nemůže být současně archaismem a neologismem. Může být ale zároveň neologismem i slovem slangovým.“ (Hauser, 1980: 19)

### 3.1 Slang

„Za slangová slova se považují nespisovná slova spjatá se sociálním prostředím (pracovním nebo zájmovým). Jsou zpravidla omezena na mluvené projevy příslušníků určitého povolání nebo pracovní skupiny a váží se tématicky na toto prostředí.“ (Hauser, 1980: 23)

„Slang nemá svou mluvnickou stavbu ani vlastní úplnou slovní zásobu. Slangová pojmenování nejsou vyvinuta ve všech oblastech stejnou měrou. Bohatá vrstva slangových pojmenování je u těch skupin, v nichž jsou silné vnitřní sociální vazby a které jsou zřetelně diferenciovány od skupin jiných.“ (Hauser, 1980: 24)

Pro slang je typická i univerbizace, kdy se z víceslovného pojmenování stává jednoslovné, k čemuž se obvykle využívá produktivních odvozovacích přípon, např. *osobák, panelák, fyzikář, propiska, přesilovka, strojařina*. „Vedle jednotlivých pojmenování bývají ve slangu i různá sousloví a frazeologismy, např. *hodit kostrou, být nestranej*, založené na přenosu slov podle vnějších znaků, podobnosti (metafory – jako např. *betony* - chrániče nohou hokejového brankáře, *prkýnka* - lyže) a podle znaků vnitřních (metonymie – jako např. *plzeň* – nápoj, *segedín* – jídlo, *míšeň* - porcelán).“ (Hauser, 1980: 26)

Značná část ukrajinského slangu byla přejata z ruštiny, polštiny, cikánštiny, jidiš aj. Některá slova byla vytvořena ukrajinskými morfémami. Co se týče slangu ukrajinské mládeže, jsou zde zastoupena především slova spojená se vzděláním, každodenním studentským životem a zájmy mládeže, sexem, konzumací alkoholu a drog, užíváním počítače a jiných výtvarných moderních technologií. Např. slovo *мурзілка* (označení pro pornografický časopis) či slovní spojení *чумати мурзілку*. V době Sovětského svazu se tak nazýval časopis pro školáky ve věku od sedmi do devíti let. Je zajímavé, že tento slangový výraz se ujal jen v ukrajinštině. (V ruštině se nevyskytuje.)

Dalšími slangovými výrazy jsou např. *лимон* či *капуста*. Slovo *лимон* slouží jako označení pro milión (peněžních jednotek). Toto slovo vzniklo na základě zvukové asociace souhlásek л-м-н / м-л-н. Výraz *капуста* se začal používat v době hyperinflace v roce 1991 k vyjádření hodnoty milion dolarů (díky spojitosti se zelenou barvou).

Někteří autoři ale profesionální mluvu (**professionalismy**) do slangu nezařazují a chápou ji jako samostatný pojem. Tvrdí, že professionalismy se odlišují od slangu zejména jejich stereotypností a automatizovaností. V ukrajinštině jsou mnohé professionalismy rusismy, a proto se v současné době z normativních důvodů příliš



nepoužívají. Jestliže se tato slova v tisku hojně vyskytují, musí čtenář obvykle vynaložit velké úsilí, aby textu porozuměl, což protičeči záměru publicistiky (být srozumitelnou pro většinu obyvatelstva). Proto se v novinách objevují zpravidla ty profesionalismy, které již přešly do jazyka každodenního života, a také ty, které jsou pochopitelné z kontextu. V publicistických žánrech jako je esej či fejeton jsou tato slova používána jako prostředek ironie nebo satiry.

### 3.2 Argot

„Argot je zvláštní vrstva slov v mluvě společenské spodiny, která jsou srozumitelná jen mezi příslušníky deklasovaných vrstev. Důvodem pro vytvoření těchto zvláštních pojmenování byla snaha o utajení. Významným znakem argotu je bohatství synonym, neustálé hledání nových výrazů, silná expresivita, žertovnost, slovní hříčky. Postupně tato slova pronikají i do jiných sociálních skupin.“ (Hauser, 1980: 28) Např. *prachy* (peníze), *káča* (pokladna), *stříkačka* (pistole). Často do této vrstvy pronikají i slova z jiných jazyků, čímž se dané sdělení stává pro ostatní nesrozumitelné. V případě češtiny se ujala německá slova: *loch* (vězení), *být švorc* (být bez peněz), z jidiš: *gauner*, *šoufl*, *melouch* aj.

### 3.3 Slova hovorová

V hovorové rovině se vyděluje část spisovná a nespisovná. Tyto dvě vrstvy se navzájem různě prolínají a prostupují, až některá (např. slangová) slova svůj původní rys ztrácí a nabírají rázu slov hovorových, např. *panelák*, *detektivka*, *garsonka*, *taxík*. Často jsou to výrazy expresivní, jež se pojí s různými hodnotícími adjektivy a adverbií, např. *ohromný*, *šilný*, *fantastický*. Neustále se vyvíjí a mnohá z nich v průběhu let přechází do neutrální slovní zásoby.

Také mnohé neologismy se ve spisovném jazyce nejprve objevují ve vrstvě hovorové. Pro tuto vrstvu je tedy charakteristická novost a živost, archaismy se zde nevyskytují. Podobně jako ve slangu se i zde využívá procesu univerbizace.

Nezřídka dochází k tomu, že určitá slova jsou některými lidmi chápána jako hovorová, jinými již jako neutrální. Vše záleží na subjektivním pohledu, vzdělání, krajovém původu a generační příslušnosti uživatele. (Hauser, 1980: 30)

### 3.4 Slova knižní

„Slova knižní jsou vázána na jazyk psaný, vyskytují se však i v mluvených projevech slavnostního rázu. Narozdíl od slov hovorových se nespojují s žádným funkčním stylem, vyskytují se s výjimkou hovorové ve všech stylistických oblastech.“ (Hauser 1980: 32) Proto se také vždy považují za příznakové a mají svá synonyma mezi slovy neutrálními i hovorovými, např. *odpověděti – odpovědět, pěti – zpívat, pravit – říci, roucho – oděv, kap – mys*.

### 3.5 Termíny

Termíny jsou slova jednoznačná, přesná, ustálená a neexpresivní. Mohou označovat jen jednu skutečnost, pak mluvíme o tzv. absolutně jednoznačných termínech. Těch je ale v jazyce málo, převládají spíše termíny s relativní jednoznačností, kdy je daný termín jednoznačný uvnitř příslušné terminologie.

„Termíny jednotlivých oblastí jsou ustáleny a normalizovány, nejde však o neměnnost.“ I ony se mění, nicméně tyto změny nebývají příliš radikální. „Tím se liší od spontánního vývoje neutrální slovní zásoby.“ (Hauser, 1980: 36)

Často se v terminologii vyskytuje paralelní užití pojmenování domácího (*водне поло, перерва*) i cizího (*ватер поло, тайм-аут*), které má internacionální ráz. Někdy se stává, že jeden z termínů zastarává a přestane být termínem, jindy se stane slovem hovorovým. Cizí termín mnohdy vyhovuje svou jednoznačností, a proto také vytlačuje názvy domácího původu (termíny - dublety).

### 3.5.1 Specifický vývoj terminologie v době Sovětského svazu

V období Sovětského svazu byla tendence k umělému sblížení ukrajinštiny s ruštinou. Jestliže v ukrajinském jazyce existovala synonyma, z nichž jedno se vyskytovalo i v ruštině, dávala se přednost tomuto výrazu. Např. ze synonym *карта – мапа, галстук – краватка, кофе – кава*, byla upřednostňována slova *карта, галстук, кофе*. Dnes se již situace změnila a postoj k výběru z podobných synonym je přesně opačný.

Podobný jev lze pozorovat i v oblasti terminologie. Ve 30. letech 20. století byly pod vlivem internacionalizace mnohé původně ukrajinské termíny vyňaty a nahrazeny internacionalismy. Nicméně v případě, že takový mezinárodně používaný výraz v ruštině chyběl, nepoužívalo se dané slovo ani v ukrajinštině. Proto bylo například slovo *арсен* nahrazeno termínem *миш'як*, jenž v ruštině existuje ve tvaru *мышьяк*. *Манган* byl nahrazen termínem *манганець* jen proto, že existoval i v ruském jazyce. Nicméně jiné termíny vytvořené od *манган – манганін, манганит*, zůstaly, jelikož se vyskytovaly i v ruské terminologii. (Пономарів, 2002: 117)

Co se týče oblasti ekonomiky, v době Sovětského svazu byly mnohé finanční operace a administrativní úkony výhradně záležitostí vyšších státních struktur. Fungoval jiný ekonomický systém a byl i jiný životní styl. Jazyková pojmenování finančně-ekonomických operací proto nebyla mezi širší veřejností tolik známá.

V dnešní době je ale situace jiná, lidé mohou svobodně nakládat se svým kapitálem, a proto se také slova z této oblasti stala všeobecně známými a používanými. Dříve úzce specializovaná ukrajinská lexika se z oblasti ekonomiky rozšířila do běžného života, dané termíny se objevují v denním tisku. Např. *брокер, дилер, аудит, банкрут, ваучер, дистриб'ютер, маржа, суборенда, трансфер*, aj.

Dochází k tzv. determinologizaci, tj. procesu, kdy termín ztrácí své specifikum, přechází do neutrální slovní zásoby a začíná se tak objevovat i dalších funkčních stylech.

### 3.6 Slova zastaralá

Tato slova se v dnešní době již příliš nepoužívají. Pokud jsou použita, je to z důvodů stylistických, expresivních či věcných. „Představují tedy příznakové synonymum k synonymu neutrálnímu. Používají se pro vytvoření dobového koloritu, dodávají projevu patetičnost a slavnostnost.“ (Hauser, 1980: 43)

Rozlišujeme tzv. *historismy*, např. *roboty, děvečka, četník, groš, šesták, práce* a *archaismy*, např. *almara, dušesloví (psychologie), pinta (stuha), anžto, namoutě*.

**Historismy** označují věci, jevy a poměry již zaniklé. V současném jazyce nemají synonyma. V publicistice, konkrétně v polemických textech, mohou být tato slova použita pro srovnání současných faktů s událostmi, které se odehrály v minulosti.

**Archaismy** jsou pojmenování vytlačovaná z užívání jiným běžným živým slovem. Nejpočetnější zastoupení mají v uměleckém a publicistickém stylu. Jsou to staroslovanské nebo staroukrajinské elementy současného ukrajinského jazyka. Stejně jako *historismy* mohou být užity k vytvoření koloritu dávných dob a zvýraznění tehdejších jazykových zvláštností, jež v dnešní době vypadají poněkud neobvykle.

### 3.7 Slova nová (neologismy)

Neologismy jsou nová slova, slovní spojení a frazeologismy, které vznikly v nedávné době k označení nových pojmů, jevů či předmětů, jež se v jazyce objevily v důsledku neustálého ekonomického, společenského, politického, kulturního a vědeckého rozvoje. Zde hovoříme o tzv. **vnějších mimojazykových příčinách**, např. *ноутбук, моніторинг*.

„**Vnitřní jazykové důvody** vzniku neologismů jsou stylistické a strukturní. Takové tvoření není bezprostředně vynuceno potřebami společenskými, ale může být ovlivněno dobovými názory na vzhled jazyka. Strukturní důvody vedou ke vzniku nového pojmenování tam, kde staré nevyhovuje pro svou formu. Nová náhrada se lépe než dřívější pojmenování vřazuje do lexikálního systému. Např. za starší složeninu *parolodʹ* se rozšířil pozdější *parník* utvořený odvozováním. *Letadlo* vystřídalo *aeroplán*, *dálnice* *autostrádu*. Jindy nahrazují neologismy slova, která přestala vyhovovat z důvodů věcných. Název neodpovídal novému poznání. Proto namísto názvu *hromosvod* vzniklo slovo *bleskosvod*.“ (Hauser, 1980: 45)

Zvláštností tohoto stylu je rovněž to, že novináři daná slova nevytvářejí sami, ale pouze je pouští do oběhu a umožňují tak jejich rozšíření mezi širokou veřejnost. To, jak dlouho je dané slovo chápáno jako neologismus, závisí obvykle na různých sociálních podmínkách. Občas se v publicistice používají i individuální (autorské) neologismy za účelem zesílení expresivity textu.

V ukrajinštině lze za neologismy považovat i pojmenování ženských osob podle povolání. V minulosti měly téměř výhradní monopol tvary mužského rodu a ženské tvary nesly určité stylistické zabarvení nebo plnily jinou funkci. V dnešní době jsou výrazy typu *дизайнерка* či *сноубордистка* stylisticky neutrální.

### 3.7.1 Klasifikace neologismů

Neologismy lze rozdělit na **obecné** i **individuální** (autorské). Do první kategorie spadají nové pojmy, které plní nominativní funkci. Jsou neutrální a vznikají pro praktické potřeby komunikace. Objevují se ve všech funkčních stylech. Autorské neologismy se naopak vyskytují jen v uměleckém a částečně i publicistickém stylu. Vznikají z potřeby autora dát nový název ne novému pojmu, ale takovému, který své označení v jazyce již má. Většina těchto neologismů ale nemá dlouhého trvání a součástí aktivního lexika se nestane.

Neologismy je možné rozdělit na **lexikální, sémantické, slovotvorné, frazeologické a kontextové**.

K lexikálním neologismům patří všechna slova přejatá z cizích jazyků, pro něž daný jazyk nemá přesné ekvivalenty, nebo se tyto ekvivalenty ještě nestihly v jazyce ustálit. Jsou to slova jako např. *менеджер*, *спонсор*. Nejčastěji jsou to výpůjčky z angličtiny, francouzštiny, italštiny či ruštiny.

Sémantické neologismy (neosémantismy) vznikají různým posunem původního významu, jeho rozšířením, přenášením či specializací významů. Např. *човник*, *обвал*, *тиражувати*. Část těchto neologismů může být kvalifikována jako žargonismy. Takové neologismy konce 80. a počátku 90. let jako *тиражувати* nebo *розкрутка* v 90. letech ztratily aspekt novosti a staly se neutrálními. A takové jako *човник* nebo *за бугром* ztratily svou aktuálnost a přešly do pasivního lexika. (Зарецький, 2007: 169)

Neologismy slootovorné jsou vytvářeny odvozováním (derivací), zkracováním (univerbizací) a skládáním (kompozicí), vznikají prostřednictvím spojení běžně užívaných slov aktivní složky slovní zásoby. Např. *тіньова економіка*.

Frazeologické neologismy vznikají převážně v hovorovém jazyce a v oblasti publicistiky. K neologismům v širším smyslu patří i neologismy kontextové. „Zde se jedná o nový kontextový celek, z něhož vyplývá i nový specializovaný význam, který popř. nemá nic společného s přímým významem dominantního slova tohoto spojení.“ Např. *парниковий ефект*. (Sochová; Poštoľková, 1994: 15)

Ve většině jazyků převládají lexikální neologismy. Také v ukrajinských ženských časopisech převládal výskyt neologismů tohoto druhu. Nicméně během zkoumání slovní zásoby těchto periodik jsem narazila i na několik sémantických neologismů. Jako příklad sémantického neologismu uvádím slovo *графімі* (existuje i ve tvaru *трафімі*), jež jsem našla v říjnovém čísle „КОСМО news. Toto slovo v minulosti již existovalo. Původně označovalo jednu z technik nástěnné malby. Později se toto slovo vžilo jako obecný termín pro označení všech druhů nahodilých nápisů a malůvek na stěnách domů. V současnosti výraz *графімі* rozšířil své hranice a pod termínem se chápou jakékoli neoficiální veřejné texty.

Stejně tak i frekventované slovo *лайнер*. Prvotní význam tohoto slova je dopravní loď či letadlo. V tomto významu existuje dodnes (někdy také ve tvaru *авіалайнер*), nicméně v ženských časopisech se začalo vyskytovat v rubrikách o péči o vzhled jakožto tužka na líčení očních víček či speciální tekutá barva v nádobce se štětečkem. Často se vyskytuje i forma *айлайнер*. Např. *У моделей на показі Karl Lagerfeld повіки були злегка затемнені сірими тіннями, а очі по всьому контуру підведені лайнером*. (č. КОСМО news 8/2009: 21) *Підводки бувають декількох типів: рідкі айлайнери, м'які оловці (так звані каяли) та тіні*. (č. КОСМО news 8/2009: 20)

Mnozí lingvisté odlišují od lexikálních neologismů tzv. **okazionalizmy**. Jak už samotný název naznačuje, tato slova se vytvářejí a užívají jen příležitostně. Vyznačují se tendencí k jednoznačnosti, neopakovatelností, neustálou novostí a expresivitou. Vyjadřují citové, hodnotící (zpravidla negativně) postoje mluvčího. Okazionalizmy vznikají důsledkem porušení zákonů tvorby stanovených jednotek. Vlastní okazionalizmy se vytvářejí podle slootovorného modelu, který je pro běžná slova

netypický. Např. *мовчаль* – od *мовчання* + *печаль*, nebo *без' оленно* – od *без Олени*. (Вокальчук, 2006: 180)

#### **4. Funkční styly**

„Styl je způsob cílevědomého výběru, zákonitého uspořádání a využití jazykových prostředků se zřetelem k situaci, funkci, záměru autora a k obsahovým složkám projevu. Jazykové prostředky jsou především lexikální, gramatické a fonologické, ale také je třeba brát v úvahu prostředky parajazykové, tj. grafické v psaném projevu, tempo apod. v mluveném, kompoziční výstavbu, tematiku atd.“ (Knitlová; Rochowanská, 1977: 7)

Klasifikace stylů je z hlediska jejich autorů nejednotná. Samotné hranice mezi styly nejsou ustálené, nelze je přesně vymezit a definovat, jelikož „styl je záležitost dynamická, vzniká, mění se, případně zaniká podle toho, jak se vytvářejí ve společnosti nové funkce, které stavějí před jazyk nové úkoly.“ (Knitlová; Rochowanská, 1977: 7)

Jednou z možných klasifikací je rozdělení stylů na základní (tj. umělecký a odborný) a pragmatické (publicistický, normativní, jednací a hospodářský). (Bečka, 1992:31)

„Pragmatické funkční styly jsou zaměřeny na organizaci a potřeby života ve společnosti a jejich jazykové komunikace do značné míry určují chování občanů ve sféře celospolečenské. Činí tak po stránce informační, politicky a občansky výchovné, po stránce právní a společensky i pracovně organizační a též po stránce uspokojování životních potřeb. Navazují sice na základní funkční styly, ale jejich rostoucí význam společenský působí, že se v nich krystalizují a tříbí i stylistické formy a postupy příznačné jen pro ně.“ (Bečka, 1992: 33)

##### **4.1 Publicistický styl**

Publicistický styl je styl hromadných sdělovacích prostředků s funkcí dokumentárně informativní a s funkcí občansky a politicky výchovnou, formativní (publicistikou v užším smyslu). Ve zpravodajství je styl přísně objektivní, ve složce formativní se projevuje kritické hodnocení i působení na cit a vůli (působení apelové).

Patří sem žurnalistika (především denní tisk) a publicistický tisk periodický (žurnalistika v širším slova smyslu). (Bečka, 1992: 33)

K **základním znakům** tohoto stylu patří: orientace na novost; dynamičnost; aktualizace současnosti; informovanost; politické, společenské, morálně-etické hodnocení toho, o čem se píše či mluví; spojení logičnosti a obraznosti výrazu, který připomíná blízkost publicistického, vědeckého a uměleckého stylu; dokumentárně-faktografická přesnost; deklarativnost; spojení normy a exprese; autorské nadšení; emotivnost; prostota, dostupnost a přesvědčivost.

**Základní jazykové prostředky** – to je spojení prvků odborného, jednacího a uměleckého. Na jedné straně je zde bohatě zastoupeno společensko-politické lexikum, politické apely, hesla, přesná pojmenování (událostí, dat, účastníků, místa), a na druhé straně je zde mnohoznačné obrazné lexikum, které je schopné přilákat pozornost čtenáře a ovlivnit jeho názory; umělecké prostředky - tropy a figury. Do společensko-politického lexika spadá jak lexikum společensko-politické – *громадський, державний, капіталістичний, політика, прогрес, режим, суспільство*, tak lexikum všeobecného užití, které se často užívá ve společenské sféře a které získalo i význam kontextový – *боротьба (сил), проблема (розброєння), змагання (систем)*.

Objevuje se rovněž mnoho výrazů z oblasti ekologie, vzdělání, práva, historie či kriminalistiky.

Vzhledem k tomu, že se publicistika obrací na nejširší veřejnost, je nutné, aby daná slova byla pro čtenáře či posluchače srozumitelná a lehce pochopitelná. Odbornost zde není tak vyhraněná, odborné termíny se nahrazují opisy. Pokud se zde vyskytují hovorová slova, jsou převážně v citátech. Využití hovorové frazeologie dodává stylu bezprostřednost a jakési nadlehčení, často se v textech vyskytují různá novinářská klišé. Slovní hříčky bývají zaměřeny především na formu slova.

V publicistickém stylu se často objevují i řečnické otázky, vložené konstrukce, oslovení, modifikované frazeologismy, mnohoznačné a emocionálně-expresivní a imperativní výrazy, neologismy i archaismy.

Publicistický stav je poměrně bohatý na **synonyma**. A to jak na synonyma **úplná** (tj. slova, která mají zcela totožný význam a lze je volně zaměnit ve všech kontextech, kromě ustálených obrátů, např. *швидко, прудко*) tak neúplná (částečná). **Částečná** synonyma jsou mnohem početnější, avšak přestože jsou si významy těchto slov navzájem blízké, nejsou totožné. Částečná synonyma se liší kontextovým a stylovým užitím, obsahem i rozsahem významu, intenzitou, dobovým užitím či frekvencí užití.



Například synonymické dvojice *фон – тло* či *бібліотека – книгозбірня*. Slovo *фон* je frekventovanější v odborném stylu, zatímco *тло* se vyskytuje převážně v uměleckých a publicistických textech. Slovo *бібліотека* je bráno jako neutrální, kdežto *книгозбірня* má poněkud slavnostní nádech, a proto se vyskytuje spíše v publicistice a poezii. (Пономарів, 2002: 58)

Specifická je pro publicistický styl diferenciacie sémanticky totožných slov z pohledu posouzení popisovaného jevu. V případě, že se v synonymické řadě nachází i slovo cizího původu, získává negativní zabarvení. Podobný jev se např. v uměleckém ukrajinském textu prakticky nevyskytuje. Synonyma se v publicistickém stylu používají proto, aby se zabránilo monotónnosti a opakování týchž výrazů.

Tento styl rovněž bohatě využívá antonymických spojení. **Antonyma** lze rovněž rozdělit na úplná (*щастя - горе, хвалити - гудити*) a částečná. Pomocí těchto slov autor vytváří kontrastující charakteristiku obrazu, pojmu, předmětu či jevu. Antonyma napomáhají zesílení a zvýraznění daného pojmu.

Je možné vyčlenit i **publicistické podstyly** - vlastně publicistický, umělecko-publicistický a vědecko-publicistický. Pro každý z nich existují i typické žánrové a jazykové zvláštnosti. Pro vlastně publicistický styl, neboli styl hromadných sdělovacích prostředků, jsou to noviny, časopisy, rádio, televize, reklama. Umělecko-publicistickými žánry jsou fejetony, pamflety, eseje, studie. Vědecko-publicistický styl využívá kritických článků, analytických studií, sociálních portrétů apod. (Мацько; Сидоренко; Мацько, 2003: 273)

Vlastně publicistický styl je bohatý na slova ze sféry společensky-politické: *демократія, права людини, криза економіки, соціальна допомога, суспільство, соціально-економічна політика*.

## 4.2 Publicistika na Ukrajině

Publicistický styl je považován za poměrně mladý styl, který velmi rychle mění svou podobu i rozměry, přizpůsobuje se daným potřebám a stále se diferencuje. Publicistický styl současného ukrajinského jazyka vznikl téměř ve stejné době jako styl umělecký, nicméně plnohodnotnému rozvoji bránily nepříznivé podmínky, které v 19. století na Ukrajině panovaly. Základní stavební kameny ukrajinského publicistického

stylu byly položeny na konci 80. let 19. století, nevídaného rozvoje se dočkala po čas revoluce v letech 1905-1907. Tehdy téměř každý představitel ukrajinské umělecké literatury psal i práce z oblasti publicistiky.

Po rozpadu Sovětského svazu a vyhlášením samostatné Ukrajiny se začaly v publicistice projevovat výrazné změny. Na jedné straně přechází slova sovětské ideologie (*герої праці, виконання і перевиконання плану*) z aktivní slovní zásoby do pasivní, na druhé straně se navrácí a aktivizují ukrajinská slova a výrazy, které podporují a podtrhují národní ideje, fakta a jevy; výrazy, které byly dříve zakázány, nespravedlivě vyřazeny z aktivní slovní zásoby a zapomenuty. Jsou to slova a slovní spojení jako *соборність; незалежна, самостійна Україна; Українська Народна Республіка*, názvy ukrajinské národní symboliky (*тризуб, гривня...*), názvy kozáckých vojenských atributů (*гетьман, булава, козацтво, отаман*). Dále se znovu objevují jména zakázaných kulturních, politických a náboženských činitelů Ukrajiny, představitelů vědecké inteligence a účastníků osvoboditelských bojů.

Přes veškeré snahy očistit ukrajinštinu od vlivu ruštiny se často i v současné publicistice rusismy objevují. Kromě lexikálních rusismů typu *ігрок, упрямий* (místo ukr. *гравець, уперний*) překládají mnohé ukrajinské noviny daná substantiva do jiného rodu (po vzoru ruštiny), např. *тій ярмарці* místo *тому ярмарку*.

Podobné je to i u frazeologických spojení. Frazeologické obraty se často používají v tisku jako jeden z nejdůležitějších prostředků zesílení a vyzdvižení expresivity a prohloubení logičnosti výkladu. Frazeologismy bývají zpravidla součástí textu, ale mohou sloužit i jako nadpis. Často se autoři dopouštějí hrubých chyb při přejímání frazeologických spojení kalkováním (obvykle opět z ruštiny).

Dnešní žurnalisté se na Ukrajině potýkají hned s několika problémy. Jednak je to nedostatek literatury, o kterou by se student žurnalistiky mohl opřít, chybí i samotní kvalifikovaní učitelé. Být v současné době na Ukrajině novinářem není v módě, v krajních případech to může být i nebezpečné. Nedostatek financí v této oblasti způsobuje, že nově vzniklá periodika mají existenční problémy a je poměrně obtížné, aby se dané periodikum ke čtenáři dostalo.

## 5. Dvojjazyčnost Ukrajiny

Jak již bylo zmíněno dříve, Ukrajinu lze považovat za bilingvní zemi, přestože v současné době je ukrajinština uváděna jako jediný státní jazyk.

Bilingvismus neboli dvojjazyčnost se vyskytuje obvykle tam, kde dochází k těsné sociálně-ekonomické komunikaci a kde společně žijí dva nebo více národů, které hovoří různými jazyky. Bilingvismus označuje dokonalou znalost dvou jazyků a jejich střídavé používání závisí na podmínkách komunikace. Jestliže je člověk schopen myslet v jakémkoli jazyce, jedná se o tzv. adekvátní dvojjazyčnost. V případě, že tyto jazyky používá volně a aktivně, ale proces myšlení se uskutečňuje pouze v rámci jednoho z nich, jedná se o neúplnou (částečnou, neadekvátní) dvojjazyčnost.

Pro situaci na Ukrajině je příznačná kontaktní dvojjazyčnost, jež vzniká v podmínkách společného každodenního života dvou národů nebo jejich částí. Obvykle se předává z generace na generaci a je pevnějšího, stálějšího charakteru.

Snahy o zvýšení statutu ukrajinského jazyka čelí tendencím k rozšiřování užívání ruštiny (nebo různých forem substandartu, včetně suržyku) v neoficiální komunikaci mladých lidí. Podle průzkumu z roku 2000 29,9% lidí mladších 22 let se na Ukrajině dorozumívá pouze ukrajinsky, 47,7% pouze rusky, a oba jazyky používá 22,7%. S narůstajícím věkem se počet čistě ukrajinsky mluvících občanů zvyšoval, u obyvatel starších třiceti let převažovala ukrajinština. Tomuto jevu možná také napomáhá poměrně nejednoznačná situace v hromadných sdělovacích prostředcích (HSP): nehledě na pevně stanovená zákonná omezení je podíl ruskojazyčných HSP (obzvláště těch soukromých) dosti vysoký. V roce 2001 bylo z jedenácti tisíc akreditovaných HSP na Ukrajině jen 2500 ukrajinských, 7500 bylo ruskojazyčných nebo dvojjazyčných. (Остапчук, 2004: 117)

„Podle údajů z roku 2004 roční náklad časopisů a ostatních periodik v ukrajinštině činil 28 % z jejich celkového množství, zatímco ještě v roce 1995 tomu bylo 70 % (u vydání v ruštině toto číslo naopak stoupl z 18 % na 64 %). Podíl ročního nákladu novin vycházejících v ukrajinštině se během 10 let snížil z 50 % v roce 1995 na 32 %. Podíl ruskojazyčných novin na celkovém nákladu se naopak během této doby vyšplhal ze 45 % na 59 %.“ [1]

Na Ukrajině vychází i mnoho dvojjazyčných periodik („День“ – „День“, „Голос України“ – „Голос України“, „Дзеркало тижня“ – „Зеркало Недели“).

Dvojazyčnost lze pozorovat i na televizní obrazovce. Často jeden z účastníků diskuze mluví rusky a druhý ukrajinsky. Mnohé filmy a televizní seriály v ruštině jsou doplněny o ukrajinské titulky. Zprávy jsou v některých případech čteny částečně rusky, částečně ukrajinsky. Např. zprávy ze světové politiky a ekonomiky jsou předávány divákovi v ruštině, události ze sportu v ukrajinštině.

S něčím obdobným se setkáváme i v tisku, kdy např. do ukrajinsky psaného časopisu píše čtenáři své komentáře, postřehy či rady v ruštině.

Co se týče internetu, zde je situace podobná. Mezi deseti nejnavštěvovanějšími stránkami je jen jedna čistě ukrajinská (jedná se o oficiální stránky Nejvyšší rady Ukrajiny), jedna dvojazyčná (rusko-ukrajinská), dvě trojjazyčné (rusko-ukrajinsko-anglická) a zbylých šest nejoblíbenějších webových stránek je ruskojazyčných. (Остапчук, 2004: 117)

## **6. Suržyk**

Specifickým jevem vlivu ruštiny na ukrajinský jazyk je existence tzv. suržyku. „Suržyk je smíšený jazyk vzniklý na základě ukrajinštiny a ruštiny. Gramatika a výslovnost jsou převážně ukrajinské, v lexiku však převažuje ruština. Vznik suržyku je důsledkem rusifikační politiky Sovětského svazu. Užívání jazyků ostatních sovětských národů postupně klesalo, zvláště ve 30. letech a okolo roku 1980. Podmínky byly nastaveny tak, aby pro obyvatele bylo výhodnější užívání ruštiny, jejíž osvojení však nebylo samozřejmé. Proto se také suržyk v jednotlivých regionech liší. Užíván je především v severovýchodní části Ukrajiny (Sloboda, Donbas, Dněpropetrovsk), ale také v přilehlé části Ruska (okolí Starodubu, Kurska, Rostova, Kubáně) a jeho prvky najdeme i na západní Ukrajině.“ [5]

## **7. Ženský text**

Rozvoj koncepce ženského textu, jehož počátky spadají do druhé poloviny 19. století, byl zapříčiněn i značným nárůstem počtu vědeckých pracovnic a spisovatelek. Od roku 1940 je z feministických studií zřetelně vidět orientace na analýzu a klasifikaci ženských textů. Tyto texty v sobě soustřeďují duchovní, kulturní, obecný i individuální

pohled na svět, který se podstatně liší od mužského. Ženský text byl na pozadí mužského přijímán jako chabý a nedokonalý, ženská kultura jako němá a bezbarvá. Ve svých textech ženy protestovaly proti stereotypním přístupům ve společnosti, vyzdvihovaly svá práva jakožto práva menšiny.

Ženy ve svých dílech častěji vytvářejí nová slova a originální jazykové konstrukce, používají nezvyklá slovní spojení a využívají metafory.

Nicméně s předsudky, že pouze text psaný mužským autorem je dostatečně kvalitní, se mnohé novinářky setkávají dodnes, a to i ze strany samotných žen. S tímto problémem se potýkají zejména žurnalistky v menších regionálních periodikách. Jestliže napíše poměrně neutřelý a revoluční článek, jsou často podezírány z plagiátorství. Mnohdy proto používají mužské pseudonymy.[6]

## **8. Ukrajinské ženské časopisy v minulosti**

Ukrajinsky psané ženské časopisy se začaly na Ukrajině objevovat v 2. polovině 19. století, tedy v době, kdy ženy získaly sociálně-politická práva a svobody (volební právo, právo na vzdělání, aj.). Tehdejší feministky postupně rozšiřovaly okruh svých zájmů, začaly se zabírat otázkami duševní, kulturní a tvůrčí činnosti ženy.

Roku 1887 vyšlo v oblasti Haliče první číslo ženského almanachu „Перший вінок“, jehož vydavatelkou i redaktorkou byla zakladatelka sdružení „Товариство руських жінок“ Natalja Kobrynska. S vydáváním almanachu jí pomáhal Ivan Franko, kterého nejprve navrhovali do čela „Společnosti“. Byl však považován za nebezpečného radikála, a proto byla jeho kandidatura nepřijatelná. Samotné ženy nemohly vydávat noviny, a tak se rozhodly začít nejprve almanachem.

Aktivně se zapojila i Olena Pčilka - navrhla název a pomáhala i finančně. Publicistika prvního čísla almanachu odrážela „ubohý a nuzný život vesničanek“. [7] Současně Kobrynská vydala na vlastní náklady i tři čísla časopisu „Наша доля“. V letech 1893, 1895 a 1896 vyšly sborníky “Жіноча доля”, které se od začátku zabývaly problémem emancipace žen, poukazovaly zejména na vysokou úroveň ženské literární tvorby. V těchto časopisech byly otištěny i jejich publicistické texty.

V letech 1920 - 1930 ženská periodika začínají vycházet jako samostatná odnož národního tisku. Tento bouřlivý rozvoj je spjat s činností O. Kysilevské. S pomocí svého bratra založila časopis “Жіноча доля” (1925 - 1939) a další almanachy v letech

1926-30. Dvakrát do měsíce vycházela v letech 1932-1939 “Жіноча воля” určená pro vesnické hospodyně a jedenkrát měsíčně i “Світ молоді” určený vesnickým dívkám. Od roku 1925 do roku 1939 vycházel i časopis pro ženskou část ukrajinské inteligence a kultury “Нова хата”.

O. Kysilevská byla toho názoru, že ženy mají mít také právo aktivně se zapojit do politiky, veřejného života a vzdělávání. Ve svých časopisech představovala konkrétní kroky pro řešení těchto problémů. Jazyk jejích časopisů byl srozumitelný, bez zbytečné rétoriky a teoretizování.

Rozvoj výše zmíněného odvětví tisku byl finančně podporován ženskými spolky, které byly ve 20. a 30. letech 20. století v oblasti Haliče vytvořeny a které se zabývaly problémy rozvoje kultury a vzdělávání žen. Kongres Svazu Ukrajinek, jenž se konal v té době ve Stanislavi, dal nový impulz i k rozvoji ženského tisku. Bylo zde ujednáno vydávání časopisu “Жінка” (1935 - 1939), který vycházel každých čtrnáct dní. V té době začal vycházet i časopis “Українка”. Zesílení bojů mezi Organizací ukrajinských nacionalistů a polskou vládou, následky násilné státní politiky „pacifikace“ vůči ukrajinskému obyvatelstvu a jeho organizací způsobily dočasné přerušení vydávání časopisů “Жінка” a “Українка”. Místo nich začaly vycházet “Громадянка” a “Світ українки” (1938).

K organizacím, jež stály při vytváření ženského tisku, patřil i Svaz pracujících ukrajinských žen, který v letech 1931- 1939 vydával noviny “Жіноча громада”. Byl pod vlivem ukrajinské socialisticko-radikální strany, a tak se v první řadě zabýval otázkami dělnic.

V roce 1939 spadla oblast Haliče pod sovětskou moc a vydávání všech ukrajinských periodik bylo pozastaveno. Na Ukrajině začal vycházet časopis “Радянська жінка”, který byl zcela pod dohledem komunistické strany.[7]

## **9. Ukrajinsky psané ženské časopisy dnes**

V současnosti vychází na Ukrajině velmi málo ukrajinsky psaných časopisů pro ženy. Nejenže se situace nelepší, ba právě naopak. Světová hospodářská krize, jež postihla všechny oblasti průmyslu a obchodu, se projevila i v oblasti hromadných sdělovacích prostředků. Již tak malý počet ukrajinsky psaných periodik se ještě zmenšil.

Oběťmi této krize se staly i ukrajinsky psané ženské časopisy „Пані“ a „Вона“. Ediční dům „KP Media“ byl nucen přerušit jejich vydávání již v prosinci 2008.

Časopis „Пані“, jehož jeden výtisk se mi dostal do rukou a jehož slovní zásobu v této bakalářské práci rovněž zkoumám, měl 50 stran a stál 1,99 hřivny.

Běžně dostupným je časopis „Жінка“, jenž je pokračovatelem společensky-politického měsíčníku „Радянська жінка“ založeného již v 1. polovině 20. století. Je jasné, že v sovětském období byl časopis bohatý na propagandistické články, jež byly pro tu dobu typické. Psalo se o úspěších sovětských žen v politickém, společenském, vědeckém i kulturním životě. Časopis „bojoval“ za mír a demokracii ve světě, ale nereagoval na vykořisťování, bezpráví a pronásledování názorů na Ukrajině. Do časopisu přispívali i významní sovětsí spisovatelé. Byl zde prostor i pro rady ohledně módy, výchovy dětí, péče o zdraví či zkrášlování domácností. „Радянська жінка“ byla oblíbenou zejména pro své bohaté vzory a techniky vyšívacích stylů. Po té, co získala Ukrajina nezávislost, byl roku 1992 tento časopis přejmenován. Co se týče popularizace ukrajinského umění (a to zejména vyšívání), nejenže se od tohoto odvětví neodklonil, naopak ještě více se na něj zaměřil. V roce 2003 dokonce časopis „Жінка“ zavedl celoukrajinskou soutěž „Рушник вишиваний“, jež se současně stala i pravidelnou rubrikou přílohy „Краса і затишок“ společně s nevyčerpatelným přílivem dopisů od čtenářů z celé Ukrajiny.

V současnosti vychází „Жінка“ v nákladu 36 100 výtisků. Pro srovnání – v roce 1973 byl náklad 1,7 mil. výtisků. Stojí 2,40 hřivny (v maloobchodě 2,50) a obsahuje 52 stran, z toho 16 stran tvoří příloha, kde nalezneme vzory pro vyšívání či jiné ruční práce. Součástí časopisu jsou i recepty nejrůznějších pokrmů a rady vizážistů, lékařů, psychologů i právníků. Časopis „Жінка“ je „журнал для сімейного читання“. [8]

Časopis „КОСМО news“ je vydáván každý měsíc obchodní sítí „КОСМО“ jakožto „путівник у світі парфумеріїм косметики та зручного побуту“. [9] Koupit se dá pouze v lékárnách či drogeriích sítě „КОСМО“, které se nachází v třinácti krajích Ukrajiny. Tento časopis obsahuje 97 stran a má 7 rubrik – „Краса“, „Здоров’я“, „Діти“, „Сім’я“, „Окрема думка“, „Інгредієнт“ a „Мандрі“. Narodil od časopisu „Жінка“, který vlastní internetové stránky nemá, články, jež vychází v časopise „КОСМО news“, si můžete přečíst i na stránkách [www.kosmo.ua](http://www.kosmo.ua).

Celkově se v tomto časopise mnohem častěji objevují výrazy spadající do nové slovní zásoby. Asi nejvíce jich je možné obvykle najít v rozhovorech se známými lidmi. V časopise „КОСМО news“ (č. 10/2009) je rozhovor s režisérem Alanem Badojevem a topmodelkou Olenou Ščerbaň.

V rozhovoru s Alanem Badojevem se vyskytují převážně nové výrazy z oblasti kinematografie. Již pro samotné označení profese tohoto režiséra *кліпмейкер* nemáme v českém jazyce ani jednoslovný ekvivalent. V jeho odpovědích jsem našla i výraz *фішка*. (*Тим паچه, що я завжди у пошуках, я змінююся, я не стою на місці і не стою на тій **фішці**, яка давно знайдена і принесла мені якийсь успіх і результат.*) (č. КОСМО news 10/2009: 33) Toto slovo původně označovalo kolečko či čtvereček u stolních her sloužící k počítání bodů. Používá se ale také jako slangový výraz pro specifické rysy, jež jsou vlastní jen určité osobě, jevu či zařízení. (<http://www.slovnuk.net>). Podle internetového slovníku slangu mládeže (<http://teenslang.su>) označuje něco neobyčejného, pozoruhodného; vynikajícího ve smyslu událost, los, úspěch.

V rozhovoru s Olenou Ščerbaň se vyskytuje mnoho přejatých slov z oblasti modelingu a péče o tělo. Jsou zde slova jako *букер* (manažer, který se stará o modelku), *гламурний, крусуан, менеджер, рейтинг, фондрайзинг*.

I v časopise „Жінка“ se vyskytují nová slova spjatá s novým životním stylem, ale vzhledem k tomu, že se tento časopis orientuje na jinou věkovou skupinu, není výskyt daných slov tak častý. V květnovém vydání z roku 2009 byl článek „Диско-бал Андрія та Наташі“ o hudbě, která je momentálně mezi ukrajinskou mládeží populární. Zde se objevila i přejatá slova jako *ді-джеї* a *house музика*. Nicméně autor článku uznal za vhodné objasnit čtenářům výraz *house музика*, který je v současné době mladé generaci všeobecně známý, a proto ještě do závorky vložil slovo *домашня*. (*Їхні **цінності** – душевна рівновага і **house (домашня) музика.***) (č. Жінка 5/2009: 50)

Rozdíly mezi těmito časopisy jsou nejen ve slovní zásobě. Autoři článků volí často trochu jiný styl, odlišují se i tématy, kterými se snaží čtenáře zaujmout. Výraznou diferencovanost lze pozorovat i u jejich grafického ztvárnění.



## ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo provést analýzu nové slovní zásoby v ukrajinských ženských časopisech. Hned na začátku jsem však narazila na poměrně závažný problém. V dnešní době téměř žádná ukrajinsky psaná periodika určená pro ženy nevycházejí. Ne že by Ukrajinky neměly možnost přečíst stati o partnerských vztazích, módě, zdravém životním stylu, péči o domácnost apod. Tato možnost zde samozřejmě je. Na Ukrajině jsou běžně k dostání časopisy jako *Cosmopolitan*, *Joy*, *Harper's Bazaar*, *VOGUE* apod., které vychází prakticky na celém světě. Nicméně všechny jsou psány rusky. Proto jsem při zkoumání nové ukrajinské slovní zásoby musela využít nejen stati v tištěných periodikách, ale také články na internetových stránkách určených pro ženy. Avšak ani těch nebylo v porovnání s ruskými příliš mnoho. Požadovaných dvě stě výrazů jsem ale našla a v Příloze 1 a 2 je možné si je prohlédnout. Vesměs jsou to výpůjčky z cizích jazyků, jež jsem našla v časopisech „КОСМО news“. V časopisech „Жінка“ a „Пані“, které jsem měla k dispozici, se vyskytovala ve značně menší míře. Příčinu bych hledala v orientaci těchto časopisů. „КОСМО news“ se zaměřuje spíše na mladou populaci. Při psaní se tak autor musí „naladit na stejnou vlnu“ se čtenáři, aby je dokázal upoutat nejen vhodnou volbou jazykových prostředků, ale i náměty svých statí. Proto se zde častěji vyskytují články o nových sportovních odvětvích, mladých a úspěšných lidech ze sféry ukrajinského i západního světa módy a kultury. Výrazy jako *антикілер*, *вейкборд*, *клин*, *сайт*, *фондрайзинг*, *хип-хоп* aj. se v časopise „Жінка“, jenž je určen pro ženy středního věku, vůbec nevyskytují.

Mezi těmito výpůjčkami převládají substantiva přejatá z angličtiny, jež mají zpravidla internacionální charakter. Obvykle se zároveň jedná o neologismy lexikální, kdy se přejímá nový pojem a s ním i příslušné pojmenování.

Podařilo se mi nalézt i pár neologismů sémantických. Pravděpodobně se v člancích budou objevovat i další druhy neologismů (frazologické, kontextové), kterých by si rodilý mluvčí všiml, nicméně pro mě, jakožto studenta třetího ročníku, je těžké taková slova či slovní spojení rozpoznat.

U většiny přejatých slov bylo využito principů transkripce. Dané slovo bylo přepsáno z jednoho grafického systému do druhého na základě jeho výslovnosti. Často se ale stává, že daná slova nejsou přepsána v souladu s ukrajinskými pravidly pravopisu. Nejvíce nesrovnalostí jsem našla v psaní slov, ve kterých jsou obsaženy litery *z*, *r* a *x*.

Nejednotnost je způsobena nemalým vlivem ruského jazyka a faktem, že doposud nebyla pevně stanovena jasná pravidla pro psaní přejatých slov. Často se také stává, že autoři článků ponechávají jednotlivé výrazy v latině, aby nedošlo k případným nedorozuměním. Pověštinou jsem na to narazila u jmen osob, názvů organizací, obchodních společností a značek.

Produktivním způsobem obohacování ukrajinské slovní zásoby je rovněž kompozice a odvozování. Při vytváření substantiv mužského rodu se nejčastěji uplatňují sufixy –ep, -іст, –ист, u substantiv ženského rodu –ка a u středního rodu –ств(о). U adjektiv převažují sufixy –ов(ий), -ськ(ий), -н(ий), -ійн(ий), -уюч(ий). U sloves jsou to sufix –ува a prefixy по- a про-.

K obohacování slovní zásoby dochází nepřetržitě. Jedná se o přirozenou reakci jazyka na ekonomické, politické a společenské změny, které se v poslední době stávají stále výraznějšími. V současnosti se svět mění rychleji, než kdy dříve. Je to způsobeno neustálým pokrokem v oblasti vědy a techniky, což s sebou přináší i nutnost hledat nová pojmenování pro nově vzniklé předměty, jevy a skutečnosti.

## РЕЗЮМЕ

### Новий словниковий склад в українських жіночих часописах

Українська мова – це індоєвропейська мова, яка разом з російською та білоруською належить до східнослов'янських мов. Єдиною державною мовою незалежної України вона стала у 90-х роках ХХ століття.

Українська мова розвивається вже декілька століть, протягом яких на неї впливали різні фактори. На сьогоднішній день, коли вплив засобів масової інформації на широкий загал особливо значний, цей процес можна помітити більше, ніж раніше. Усі зміни, які з'являються у суспільстві, проявляються теж у мові - в її словниковому складі.

Ця бакалаврська праця присвячена новому словниковому складу в українських жіночих часописах. Я поставила собі за мету дослідити цей словниковий склад, щоб дізнатися, які нові слова та словосполучення тут з'являються.

Спочатку я вирішила прочитати якнайбільшу кількість теоретичних статей, які існують на цю тему і які можна дістати у Чеській Республіці, щоб знати, що потім шукати в часописах.

У першій частині праці я писала про проблематику збагачення словникового складу як взагалі, так і конкретно. Я показала, як його можна розширювати, причому я виходила зі студій чеського лінгвіста Пршемисла Гаусера, який наводить сім способів збагачення словникового складу – словотвір (деривацію), словоскладання (композицію), утворення багатослівних найменувань та фразеологізмів, скорочення, запозичення з іноземних мов та зміну значення.

Особливу увагу я звертала на іншомовні запозичення, тому що я передбачала, що таких слів я знайду в статтях найбільше. Наприкінці праці це підтвердилося. Українська мова постійно поповнюється словами та словосполученнями різного походження. Найчастіше це англіцизми та американізми, які пов'язані з економікою, політикою, культурою та наукою. Це стосується також виразів зі сфери спорту та косметики. Багато цих слів є одночасно і інтернаціоналізмами - у подібній графічній та фонетичній формах вони знаходяться в декількох мовах.

Деяким українцям ці процеси не подобаються, і вони намагаються з цим боротися. Коли в українській мові існує крім інтернаціонального слова ще домашнє, вони вживають домашнє. Але іноді це може бути шкідливим. Наприклад, у такому випадку, коли українське слово вже вийшло з уживання і стало незрозумілим. Тоді вже йдеться не про пуризм, а про так званий ультрапуризм (псевдопуризм або гіперпуризм). В Україні (і в інших республіках колишнього Радянського Союзу) цей процес почав більше проявлятися у 90-х роках ХХ ст. і на початку ХХІ ст. Учені говорять, що це характерно для держав, національне суспільство яких відчувається у небезпеці.

Тому що Україна (головне її східна частина) була довго під впливом Росії, тут проходила наполеглива русифікація. І тепер надалі процес продовжується. Дві мови перебувають у щоденному контакті, а тому в українській мові постійно з'являються слова, які запозичені з російської мови. Деякі українські вирази узгоджуються з російськими як у формі, так само і у значенні, а інші виникли копіюванням структури лексичної одиниці у вихідній мові (заміною морфем їхніми еквівалентами).

У цій бакалаврській праці я також аналізувала написання слів іншомовного походження. Переважно я звертала увагу на написання літер х, г та ґ, тому що тут знаходимо найбільше суперечностей. Однією з причин цих розходжень є те, що літера ґ була в українському алфавіті 60 років відсутня. Вона існувала до 1933 року, потім була викинута і в алфавіт вона повернулася аж у 1990 році. Але суворих правил не було встановлено, і це викликало розходження. У багатьох випадках перемогло необґунтоване копіювання російських традицій. У текстах українських журналістів часто з'являються граматичні помилки у написанні слів з цими буквами. Це можна побачити як в друкованих періодичних виданнях, так і в Інтернеті.

Перевірити правильність написання більшості нових запозичених слів майже неможливо, тому що у новітніх словниках вони поки не знаходяться, а словники сучасних неологізмів практично не існують. Коли я була у Києві в університетській бібліотеці, я там такий словник знайшла. Але він був маленький та містив тільки невелику кількість виразів. Бібліотекар мені сказав, що інших подібних словників немає, і що, на його думку, їх просто ніхто поки не написав.

Мене зацікавило також написання деяких власних іменників. Це стосувалось, насамперед, назв торговельних марок та імен і прізвищ відомих людей зі сфери світової культури й політики. Іноді журналісти залишали ці імена у вихідній формі (значить, написані латиницею), іноді їх переписували за допомогою транскрипції (значить, на основі їх вимови) або використовували обидва варіанти.

У наступній частині бакалаврської праці я писала про окремі верстви словникового складу. Трохи більше уваги я приділяла термінам і їх розвитку під час існування Радянського Союзу. Але найбільше я зосередила увагу на дослідженні неологізмів. Спочатку я зробила класифікацію неологізмів, і потім я навела приклади, які я знайшла у статтях жіночих часописів. Тому що я дотепер наводила приклади переважно лексичних неологізмів (цей тип найпоширеніший не тільки в українській, але і в інших мовах), я тут хотіла показати також семантичні неологізми, тобто слова, які виникають зсувом основного значення конкретного слова.

Останню частину моєї бакалаврської праці я присвятила публіцистичному стилю як загалом, так і публіцистиці в Україні. Я тут писала про історію цього стилю, який вважають відносно молодим стилем, про проблеми, з якими він боровся і з якими він бореться у сучасності.

Ці утруднення пов'язані також з проблемою двомовності України, про яку я теж згадую. В Україні виходить більше газет і часописів, написаних російською мовою, ніж українською. У кращому випадку ці періодичні видання двомовні. Це стосується не тільки преси, але також Інтернету і телебачення. Я помітила, що читачі, хоча вони пишуть до українського часопису, свої поради або думки виражають не рідною, а російською мовою. По телевізору демонструють різні ток-шоу, де часто один учасник дебат говорить українською, інший російською. Іноді навіть головна частина телевізійних новин передається українською, а новини про спорт телеведучий читає російською. Мені здається, що це неправильно. Але наявні також зусилля підвищити статус української мови. Наприклад, в університетах вже заборонено читати лекції і спілкуватися російською мовою. Офіціант в ресторані зараз теж повинен звертатися до вас спочатку українською, і коли ви з ним спілкуєтесь цією мовою, він її змінити не має права.

Проблем в українській пресі чимало. Відсутність матеріальних засобів для навчання та з цим пов'язана проблема нестачі підручників і кваліфікованих викладачів. Теж інтерес молодих людей стати журналістом невеликий. Ця професія для них неприваблива, тому що зарплати низькі. Іноді ця робота може бути і небезпечною. З нестачою капіталовкладень борються і українські газети, і часописи, вони часто не живуть, а лише вживають. Усе ще важче зараз, під час існування Інтернету, коли багато людей газети та часописи не купує і краще використовує можливість прочитати ці статті там.

Крім того, я писала ще про жіночий текст та українські жіночі часописи раніше і тепер. Жіночі часописи, які видавалися українською мовою, почали на Україні з'являтися в другій половині XIX століття, у час, коли жінки одержали соціально-політичні права й свободи. У Галичині вийшов перший випуск жіночого альманаху «Перший вінок» у 1887 році. З виданням цього альманаху допомагав і Іван Франко. Виходили збірки «Жіноча доля», які цікавилися проблемою емансипації жінок. У 30-х роках XX століття двічі на місяць виходила «Жіноча воля» для сільських господинь, і в ті ж роки, щомісячно «Світ молоді» для сільських дівчат. З 1925 до 1939 року можна було читати часопис «Нова хата», призначений, як тоді писали, «інтелігенткам за професією або за одруженням». Розвиток цієї галузі преси отримав підтримку від жіночих об'єднань, які цікавились проблемами розвитку культури, освіти жінок та мали гроші для видання часописів. На Конгресі Союзу українок було вирішено видавати двотижневик «Жінка» (1935 - 1939 рр.), і у цьому часі виходила також «Українка». У 1939 році у Галичині була встановлена радянська влада, і випуск всіх українських видань був припинений. В Україні почав виходити часопис «Радянська жінка», який був під компартійним контролем і у якому було багато пропагандистських статей, типових для цього періоду. Там писали про радянських жінок і їх діяльність у суспільстві, у політичному, культурному і науковому світі.

Спадкоємцем «Радянської жінки» у 1992 році став часопис «Жінка», у якому теж можна прочитати статті про моду, виховання дітей, турботу про здоров'я і прикраси оселі. Як «Радянську жінку», так сучасну «Жінку», купують, насамперед, жінки, яких цікавить вишивання, тому що там завжди показані різноманітні техніки і візерунки. Хоча його ціна невисока, тираж знижується. Причиною, на мою думку, є те, що тепер вибір часописів набагато більший, ніж

раніше. На ринку з'явилися часописи з більш привабливим дизайном обкладинки, вони мають і сайт в Інтернеті. Може бути, що «Жінці» це не потрібно, адже у неї є постійні читачки, і, крім того, цей часопис призначений для покоління, яке Інтернет стільки не використовує. Коли я була у Києві, я там ні однієї реклами «Жінки» не бачила.

З другого боку, усі ці модні часописи, як наприклад «Cosmopolitan», «Harper's Bazaar», «Joy» або «VOGUE», виходять в Україні лише російською мовою. Купити український жіночий часопис практично неможливо. Цікаво, що продавщиці, у яких я запитувала, чи у них є будь-який жіночий часопис українською, самі не знали, що всі вони видаються російською. Розмовляти та читати російською для них просто природньо.

Нарешті, я знайшла ще один часопис, у якому статті написані українською. Це «КОСМО news». Чесно кажучи, це не зовсім класичний часопис. Його випускає компанія КОСМО, яка володіє мережею аптек та магазинів краси та здоров'я. Його можна купити тільки в цих магазинах або аптеках, але він виглядає як який-небудь інший часопис «світової» марки. Він тільки відрізняється тим, що реклами там спрямовані, головне, на товари, які продаються в їхніх магазинах та аптеках.

Під час написання цієї бакалаврської праці я шукала і аналізувала нові слова та словосполучення у часописі «Пані», одне видання якого мені потрапило до рук. Купити зараз цей часопис неможливо, тому що видавничий дім «KP Media», який випускав жіночі часописи «Пані» та «Вона», через економічну кризу повинен був припинити їхнє видання у грудні 2008 року.

Тому що часописів, які мені були потрібні, було досить мало, я повинна була шукати матеріал теж у статтях в Інтернеті. Тут я зіткнулася з подібною проблемою – сайтів, написаних українською мовою, відносно мало. Але для того, щоб зібрати 200 прикладів, цього вистачило.

Більшість виразів я знайшла у часописах «КОСМО news». Це зрозуміло, тому що він призначений молодому поколінню, і тому у ньому відповідно пристосовані мова та теми статей. Там пишеться про міжлюдські відносини, про новинки зі сфери спорту, культури та науки, турботу про здоров'я та фігуру жінок і чоловіків. Головним чином, я знайшла лексичні неологізми іншомовного походження. Ці слова були найчастіше іменниками чоловічого роду, запозиченими з англійської мови. З деяких з них були ще утворені інші слова, а то

процесом деривації, коли до основи даного слова приєднуються різні суфікси або префікси.

Збагачення словникового складу - це процес безперервний. Це природна реакція мови на зміни у суспільстві, політиці і економіці, які останнім часом стають усе більш і більш виразними. У сучасності світ змінюється набагато швидше, ніж раніше. Це викликано постійним прогресом у науці та техніці. З цим зв'язана і необхідність шукати нові найменування для нових предметів та явищ дійсності.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Knížní zdroje:

1. Вокальчук, Г.: *До питання про диференціацію узуальних та okazіональних лексичних новотворів*. In: *Ucrainica II. Současná ukrajinistika. Problémy jazyka, literatury a kultury*. 1. část. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc 2006.
2. Зарецький, О.: *Російські неологізми початку 1990-х років у сучасній українській політичній публіцистиці*. In: *Українсько – російська двомовність. Лінгвосоціокультурні аспекти*. Університетське видавництво Пульсари. Київ 2007.
3. Кондратюк, Т. М.: *Словник сучасного українського сленгу*. Фоліо. Харків 2006.
4. Конончук, І. М.: *Історія України від стародавніх часів до помаранчевої революції*. ТОВ Гідромакс. Ніжин 2005.
5. Мацько, Л. І., Сидоренко, О. М., Мацько, О. М.: *Стилістика української мови*. Вища школа. Київ 2003.
6. Морозов, С. М., Шкарапута, Л. М.: *Словник іношомовних слів*. Наукова думка. Київ 2000.
7. Лесюк, М.: *Культура мовлення в сучасній Україні*. In: *Ucrainica II. Současná ukrajinistika. Problémy jazyka, literatury a kultury*. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc 2004.
8. Остапчук, О. О.: *Комунікативний потенціал мови: українська мова в інтернеті*. In: *Ucrainica I. Současná ukrajinistika. Problémy jazyka, literatury a kultury*. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc 2004.
9. Пономарів, О. Д.: *Культура слова. Мовностилістичні поради*. Либідь. Київ 2002.
10. Пономарів, О. Д.: *Стилістика сучасної української мови*. Навчальна книга - Богдан. Тернопіль 2000.
11. Пономарів, О. Д.: *Фонемнi г та г. Словник і коментар*. Просвіта. Київ 1997.
12. Розченко, З. В.: *Джерела поповнення українського молодіжного сленгу*. In: *Ucrainica I. Současná ukrajinistika. Problémy*

jazyka, literatury a kultury. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc 2004.

13. Скиба, Н.: *Фрагеологізми-новотвори в українському публіцистичному тексті*. In: Вісник Львівського університету. Випуск 34. Частина II. Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів 2004.

14. Терлак, З.: *Синтаксичні кальки в аспекті норми*. In: Вісник Львівського університету. Випуск 34. Частина II. Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів 2004.

15. Яковець, Р.: *Український мовний пуризм на європейському тлі*. In: Вісник Львівського університету. Випуск 34. Частина II. Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів 2004.

16. Večka, J. V.: *Česká stylistika*. Academia. Praha 1992.

17. Černý, J.: *Úvod do studia jazyka*. Nakladatelství Rubico, Olomouc 1998.

18. Filipec, J.; Čermák, F.: *Česká lexikologie*. Academia. Praha 1985.

19. Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě*. Státní pedagogické nakladatelství. Praha 1980.

20. Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě a tvoření slov*. Státní pedagogické nakladatelství. Praha 1969.

21. Hauser, P.: *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*. Masarykova univerzita v Brně. Brno 1996.

22. Horálek, K.: *Úvod do studia slovanských jazyků*. Nakladatelství Československé akademie věd, Praha 1955.

23. Jílek, V.: *Lexikologie a stylistika*. Středisko distančního vzdělávání FF UP. Olomouc 2000.

24. Knitlová, I., Rochowanská, I.: *Funkční styly v angličtině a češtině*. 1. díl. Filozofická fakulta Univerzity Palackého. Olomouc 1977.

25. Korostenski, J.: *Česká a ruská slovní zásoba (neologické aspekty)*. Vysoká škola evropských a regionálních studií. České Budějovice 2007.

26. Kurimský, A., Šišková, R., Savický, N.: *Ukrajinsko-český česko-ukrajinský slovník I. A-O*. Academia. Praha 1994.

27. Kurimský, A., Šišková, R., Savický, N.: *Ukrajinsko-český česko-ukrajinský slovník II. П-Я*. Academia. Praha 1996.

28. Ornst, J. a kolektiv: *Česko-ukrajinský ukrajinsko-český kapesní slovník*. Nakladatelství Olomouc. Olomouc 2005.
29. Savický, N., Šišková, R., Šlaufová, E.: *Rusko-český a česko-ruský slovník neologizmů*. Academia. Praha 1999.
30. Sochová, Z., Poštolková, B.: *Co v slovnících nenajdete*. Portál. Praha 1994.
31. Šišková, R., Savický, N.: *Ukrajinsko-český česko-ukrajinský slovník*. LEDA. Voznice 2008.

### **Tištěná periodika:**

1. časopis Жінка, квітень 2009
2. časopis Жінка, травень 2009
3. časopis КОСМО news, серпень 2009
4. časopis КОСМО news, жовтень 2009
5. časopis Пані, 22 серпня 2008 (№ 28)

### **Internetové zdroje:**

- [1] Jazykov% C3%A1 situace na Ukrajin% C4%9B In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 30. 5. 2009, 30. 5. 2009 [cit. 2010-03-09]. Dostupné z WWW: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Jazykov%C3%A1\\_situace\\_na\\_Ukrajin%C4%9B](http://cs.wikipedia.org/wiki/Jazykov%C3%A1_situace_na_Ukrajin%C4%9B)
- [2] *Tvoření slov* [online]. c 2003 [cit. 2010-03-09]. Čeština po síti. Dostupné z WWW: [http://www.osu.cz/fpd/kcd/dokumenty/cestinapositi/tvoreni\\_slov.htm#2-1](http://www.osu.cz/fpd/kcd/dokumenty/cestinapositi/tvoreni_slov.htm#2-1)
- [3] *Актуальна українська мода відкрила сезон* [online]. 26.3.2008 [cit. 2010-03-09]. *Starlife*. Dostupné z WWW: <<http://starlife.com.ua/posts/852.html>>
- [4] *Краса тіла, підкреслена білизною* [online]. 24.6.2008 [cit. 2010-03-10]. *Wwwomen.com.ua*. Dostupné z WWW:

<[http://www.women.com.ua/ukr/articles/krasota\\_tela\\_podcherknutaya\\_nijnim\\_belem/](http://www.women.com.ua/ukr/articles/krasota_tela_podcherknutaya_nijnim_belem/)>

[5] Sur%С5%BEyk In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 18. 1. 2009, 18. 1. 2009 [cit. 2010-03-09]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Sur%С5%BEyk>

[6] *Проблема жіночого тексту у сучасній українській пресі* [online]. c 2001 [cit. 2010-03-09]. Lvovská národní univerzita Ivana Franka. Dostupné z WWW: <[Http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/Internet/PART-6\\_10.htm](http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/Internet/PART-6_10.htm) >

[7] *Журналистика* [online]. c 2010 [cit. 2010-03-09]. Tisk Západní Ukrajiny. Dostupné z WWW: <http://referat.atlant.ws/?set=referat&mc=58&cm=4304>

[8] *Жінка* [online]. 17.12.2005 [cit. 2010-03-09]. Časopisy Ukrajiny. Dostupné z WWW: <[Http://centra.net.ua/old/magazines/ju\\_zhinka.htm](http://centra.net.ua/old/magazines/ju_zhinka.htm)>

[9] *Про КОСМО* [online]. 2009 [cit. 2010-04-13]. [Http://www.kosmo.ua](http://www.kosmo.ua). Dostupné z WWW: <<http://www.kosmo.ua/about.html>>

[10] *INTERNET-Щ@СТЯ* [online]. 26.8.2009 [cit. 2010-03-17]. [Http://www.kosmo.ua/](http://www.kosmo.ua/). Dostupné z WWW: <[http://www.kosmo.ua/kosmo\\_news/mnenie/47457.html](http://www.kosmo.ua/kosmo_news/mnenie/47457.html)>

[11] *Щасливого вам полювання у вірті!* [online]. 26.8.2009 [cit. 2010-03-17]. [Http://www.kosmo.ua](http://www.kosmo.ua). Dostupné z WWW: <[http://www.kosmo.ua/kosmo\\_news/mnenie/47458.html](http://www.kosmo.ua/kosmo_news/mnenie/47458.html)>

[12] *Краса по-американськи* [online]. 17.2.2009 [cit. 2010-03-17]. [Http://www.kosmo.ua](http://www.kosmo.ua). Dostupné z WWW: [http://www.kosmo.ua/kosmo\\_news/mnenie/46697.html](http://www.kosmo.ua/kosmo_news/mnenie/46697.html)

[13] <http://uk.wikipedia.org>

[14] <http://teenslang.su>

[15] [www.google.cz](http://www.google.cz)

[16] [www.slovnyk.net](http://www.slovnyk.net)

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1: Seznam nalezených výrazů z pohledu jazyka.....	55
Příloha č. 2: Seznam nalezených výrazů z pohledu tematiky.....	60

## PŘÍLOHY

### Příloha č. 1: Seznam nalezených výrazů z pohledu jazyka

#### **z anglického jazyka:**

- айлайнер
- антиейдж крем
- антикілер
- антистресовий
- аргодайв
- арт-одяг
- аська
- аутсайдер
- байкер-шоу
- блокбастер
- боді-арт
- бос
- боулінг
- брекет-система
- брекети
- бренд
- букер
- вейкборг
- відеокліп
- візажист
- віндсерфінг
- вірт (у вірті)
- віртуальні стосунки
- гамбургер
- гендерна рівність
- гендерна роль
- гламур
- гламурний
- гольф-центр
- house-музика
- графіті-джем
- дайв-клуб
- дайв-сафарі
- дайв-центр
- дайвер
- дайвер-початківці
- дайверські тусовці
- дайвінг
- дайвінг-тури
- дайвінг інструктор
- дейлі-дайвінг
- денді
- дизайн
- дизайнер
- дизайнерка
- дизайнерський (одяг)
- ді-джей
- дрес-код
- експрес-поради
- імідж
- Інтернет-друг
- Інтернет-знайомства
- Інтернет-кохання
- Інтернет-роман
- Інтернет-чоловік
- інноваційні формули

- кастинг
- кілер
- кліп
- кліпмейкер
- кліпмейкерство
- комфортно
- концепція free-tours
- копірайтер
- косметичний must-have
- кредитна картка
- крекери
- кроссдрессер
- лідируючий
- ліфтинг
- маркер
- мас-маркет
- міді-спидниця
- міс
- мегабайт
- менеджер
- міді-спидниця
- моніторинг
- ноутбук
- ноу-хау
- перевіряти у «Ворді»
- пирсинг
- пілінг
- поп-принцеса
- преміум-клас
- призерка
- рейтинг
- сайт
- секонд-хенд
- сексапільний
- селікон
- сендвіч (і сандвіч)
- серф
- скайп
- скринінг
- смайлик
- сноуборд
- софтбронзер
- spa-манікюр
- spa-програма
- спреї
- стиль «smokey eyes»
- стресовий
- сумка-кейс
- телешоу
- термінал
- тренінговий центр
- ультра-ліфтинг
- фентезист
- фаєр-шоу
- fashion-стиль
- фаст-фуд
- фаст-фуд продукти
- фешн-директор
- фітнес
- фітнес-шоу
- фішка
- флірт
- фондрайзинг
- фотошоп
- хіп-хоп
- хіт
- хуліганський
- чатерний



- чіпси
- шоу
- шопінг
- шоубізнес (шоу-бізнес)

### **z latinského jazyka:**

- бісексуальність
- номінація
- відеокамера
- позиціонувати
- відеоспостереження
- поінформований
- впасти в депресію
- прокоментувати
- гетеросексуальна орієнтація
- радіоконкурс
- дезодорант
- реабілітовуватися
- екстраоб'єм
- реанімаційний
- ексфоліант
- регенерація (регенеруюча дія)
- електрорат
- рекламувати
- ідентифікувати
- релаксувати
- імітувати
- сексуальніше
- імпульсивні емоційні рухи
- субкультура
- комплексувати
- супер-приз
- мобілка
- текстура
- мобільний діалог
- трансвестит
- монітор
- трансформувати
- мультиплекс
- целюліт
- унісекс (в стилі унісекс)

### **z řeckého jazyka:**

- ароматерапія
- епідерміс
- астропрогноз
- зодіакальний
- бальзам-флюїд
- інтимфобія
- гомофобія
- колагеновий
- дисинхроз
- косметолог
- диск
- мегазірка

- стереотип
- стереотипний
- сукня-трапеція
- фітотерапія
- фотозвіти
- фотосесія

**z francouzského jazyka:**

- аксесуар
- бомонд
- буклет
- дефіле
- епатаж
- крем-гель
- крусуан
- макіяж
- стиліст
- суїцид
- УФ-фільтр
- фуршет

**z italského jazyka:**

- графіті
- міні-піца
- піцерія

**z ukrajinského jazyka:**

- мінералка
- полювання
- руйнаторка

**z ruského jazyka:**

- всерйоз
- мультяшний
- татуировки

**z německého jazyka:**

- суїцид

**ze španělského jazyka:**

- сiєста

**z arabského jazyka:**

- кайф (i кейф)

## **Пříloha č. 2: Seznam nalezených výrazů z pohledu tematiky**

### **Nová slovní zásoba z rubriky Krása:**

- аксесуар
- антиейдж крем
- ароматерапія
- арт-одяг
- бальзам-флюїд
- брекет-система
- брекети
- бренд
- дезодорант
- дрес-код
- ексфоліант
- епідерміс
- каял
- колагеновий
- косметичний must-have
- крем-гель
- ліфтинг
- макіяж
- міді-спідниця
- пирсинг
- пілінг
- регенерація (регенеруюча дія)
- секонд-хенд
- селікон
- софтбронзер
- spa-манікюр
- spa-програм
- спреї
- стиль «smoky eyes»
- сукня-трапеція
- сумка-кейс
- татуировки
- ультра-ліфтинг
- УФ-фільтр
- fashion-стиль
- фешн-директор
- фітотерапія
- целюліт

### **Nová slovní zásoba z rubriky Styl:**

- блокбастер
- буклет
- гламур
- гламурний
- денді
- дефіле
- електрорат
- імітувати
- іноваційні формули
- кайф (кейф)
- комплексувати
- комфортно
- кредитна картка
- лідируючий

- мас-маркет
- мегазірка
- номінація
- позиціонувати
- преміум-клас
- призерка
- прокоментувати
- реабілітовуватися
- релаксувати
- рейтинг
- сієсти
- супер-приз
- текстура
- унісекс (в стилі унісекс)
- фішка
- фондразйзинг
- фуршет
- хуліганський
- чатерний

### **Nová slovní zásoba z rubriky Kultura:**

- антикілер
- боді-арт
- відеокліп
- house-музика
- графіті
- графіті-джерм
- дизайн
- дизайнерський (одяг)
- ді-джерей
- кліп
- кліпмейкерство
- міс
- мультиплекс
- мультяшний
- поп-принцеса
- субкультура
- телешоу
- фаєр-шоу
- хіп-хоп
- хіт
- шоу
- шоубізнес (шоу-бізнес)

### **Nová slovní zásoba z rubriky Sport:**

- аргодайв
- байкер-шоу
- боулінг
- вейкборг
- віндсерфінг
- гольф-центр
- дайвер
- дайвер-початківці
- дайвінг
- дайв-клуб

- дайв-центр
- дайверські тусовці
- дайвінг-тури
- дайв-сафарі
- дейлі-дайвінг
- серф
- сноуборд
- тренінговий центр
- фітнес
- фітнес-шоу

### **Nová slovní zásoba z rubriky Psychologie:**

- антистресовий
- астропрогноз
- аутсайдер
- бісексуальність
- впасти в депресію
- гендерна рівність
- гендерна роль
- гетеросексуальна орієнтація
- гомофобія
- епатаж
- зодіакальний
- імідж
- імпульсивні емоційні рухи
- інтимфобія
- кроссдрессер
- полігамність
- полювання
- сексапільний
- сексуальніше
- стереотип
- стереотипний
- стресовий
- суїцид
- трансвестит
- шопінг
- фентезіст
- флірт

### **Nová slovní zásoba z rubriky Zaměstnání:**

- бос
- букер
- візажист
- гонорар
- дайвінг інструктор
- дизайнер
- дизайнерка
- експрес-поради
- кастинг
- кліпмейкер
- концепція free-tours
- копірайтер
- косметолог
- менеджер

- рекламувати
- ноу-хау
- стиліст

### **Nová slovní zásoba z rubriky Technika:**

- аська
- відеокамера
- відеоспостереження
- вірт (у вірті)
- віртуальні стосунки
- диск
- Інтернет-друг
- Інтернет-знайомства
- Інтернет-кохання
- Інтернет-роман
- Інтернет-чоловік
- мегабайт
- мобілка
- мобільний діалог
- монітор
- моніторинг
- ноутбук
- перевіряти у «Ворді»
- реанімаційний
- сайт
- скайп
- скринінг
- смайлик
- фотозвіти
- фотосесія
- фотошоп

### **Nová slovní zásoba z rubriky Každodenní život:**

- всерйоз
- гамбургер
- дисинхроз
- ідентифікувати
- інгредієнт
- кілер
- крекери
- крусуан
- мінералка
- міні-піца
- піцерія
- поінформований
- радіоконкурс
- сендвіч (і сандвіч)
- термінал
- трансформувати
- фаст-фуд
- фаст-фуд продукти
- чіпси

## ANOTACE

**Příjmení a jméno autora:** Hana Mrázková

**Katedra a fakulta:** Katedra slavistiky Filozofické fakulty

**Název práce:** Nová slovní zásoba v ukrajinských ženských časopisech

**Vedoucí práce:** Mgr. Uljana Kholod, Ph.D.

**Počet znaků:** 75 227

**Počet příloh:** 2

**Počet titulů použité literatury:** 52

**Klíčová slova:** slovní zásoba, výpůjčky z cizích jazyků, neologismy, publicistický styl

**Charakteristika práce:** Bakalářská práce se zabývá novou slovní zásobou v ukrajinsky psaných ženských časopisech. Porovnává četnost neologismů lexikálních a sémantických. Srovnává výskyt slov ukrajinského původu a slov přejatých z jiných jazyků, přičemž zkoumá i poměr mezi těmito jazyky. Věnuje se také publicistickému stylu na Ukrajině v minulosti a současnosti.