



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra

Bakalářská práce

Neologismy v moderní angličtině

Vypracoval: Barbora Stachová, 3. ročník, Ajs-Přs
Vedoucí práce: Mgr. Ludmila Zemková, Ph.D.

České Budějovice 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svoji práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů..

V Českých Budějovicích, dne

Barbora Stachová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala Mgr. Ludmile Zemkové PhD., za její odborné vedení, trpělivost a čas, jež mi poskytla v průběhu zpracování této bakalářské práce. Ráda bych také poděkovala všem respondentům za jejich přínos pro praktickou část této bakalářské práce.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá výskytem neologismů v současné mluvě a jejich vlivem především na mladé generace. Cílem práce je určit, v jakém množství jsou zejména mladí lidé anglicismy ovlivňováni a v jakém rozmezí tyto neologismy využívají.

Teoretická část se zabývá vysvětlením pojmů neologismus a anglicismus, jejich vznikem a pronikáním do současného jazyka. Dále se teoretická část věnuje slovtvorným procesům, kde je zdůrazněno především přejímání slov z angličtiny do českého jazyka.

Praktická část této práce se zaměří na analýzu neologismů, jejich adaptaci, vznik a místo v současné komunikaci. Nově vzniklá slova budou rozčleněna dle jednotlivých segmentů, ve kterých se často nacházejí, jako životní styl, design, kultura či reklama. K analýze poslouží jako hlavní zdroje české internetové magazíny, které se zaměřují převážně na módu, krásu, celebrity a životní styl. V závěru bude provedeno dotazníkové šetření o znalosti neologismů v různých věkových kategoriích.

Key words: anglicismus, řeč, jazyk, komunikace

Abstract

This thesis deals with the occurrence of neologisms in contemporary language and their influence on the younger generations. The aim of the thesis is to find out to what extent young people in particular are influenced by anglicisms and to what extent they use these neologisms.

The theoretical part deals with the explanation of the terms neologism and anglicism, their origin and penetration into the contemporary language. The theoretical part is also devoted to the processes of word formation, with special emphasis on the transfer of words from English into Czech.

The practical part focuses on the analysis of neologisms, their adaptation, origin and place in contemporary communication. The newly created words will be classified according to segments such as lifestyle, design, culture or advertising. The main sources

for the analysis will be Czech online magazines that focus mainly on fashion, beauty and lifestyle. Finally, a questionnaire survey on the knowledge of neologisms in different age groups will be conducted.

Key words: anglicism, speech, language, communication

Obsah

Úvod	1
1 Neologismy	2
1.1 Definice pojmu neologismus	2
1.2 Adaptace neologismů	2
2 Tvoření nových slov a pojmenování	3
2.1 Odvozování (Derivation)	3
2.2 Konverze (Conversion)	4
2.3 Skládání (Compounding)	5
2.4 Směšování (Blending)	6
2.5 Zkracování (Clipping)	6
2.6 Zkratky a akronymy (Abbreviations and Acronyms)	7
3 Výpůjčky z cizích jazyků	7
3.1 Výpůjčky ve staré angličtině	8
3.1.1 Vliv latiny na angličtinu	8
3.1.2 Severogermánský vliv na angličtinu	8
3.1.3 Keltský vliv na angličtinu	9
3.1.4 Normánský vliv na angličtinu	9
3.2 Výpůjčky v moderní angličtině	10
3.2.1 Vliv francouzštiny na angličtinu	10
3.2.2 Vliv španělštiny na angličtinu	11
3.2.3 Vliv řečtiny na angličtinu	11
3.2.4 Vliv němčiny na angličtinu	11
3.2.5 Vliv italštiny na angličtinu	12
3.2.6 Vliv češtiny na angličtinu	12
4 Anglicismy	12
4.1 Anglicismy přejímkové	13
4.2 Anglicismy překladové	14
4.3 Pseudoanglicismy	14
5 PRAKTICKÁ ČÁST	15

5.1	Základní informace, metodologie výzkumu	15
5.2	Hypotézy.....	15
5.3	Dotazníkové šetření	16
5.3.1	Cíl výzkumu	16
5.3.2	Struktura dotazníku	16
5.3.3	Vyhodnocení dotazníku	16
5.3.4	Kompletní znění dotazníku	24
5.4	Korpusová analýza	26
5.4.1	Excerpce materiálu	26
5.4.2	Slovně-druhovému složení.....	27
5.4.3	Rozdělení dle původního jazyka.....	27
5.4.4	Rozdělení dle způsobu vzniku	27
5.4.5	Uspořádání slovníku.....	28
5.4.6	Seznam zkratk použitých ve slovníku.....	29
5.4.7	Abecední slovník neologismů.....	29
6	Závěr.....	52
7	Summary.....	53
8	Seznam použitých zdrojů	54
8.1	Bibliografie.....	54
8.2	Internetové zdroje.....	55
9	Seznam grafů a tabulek.....	58

Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá výskytem neologismů v současné mluvě a jejich vlivem především na mladé generace. Cílem práce je určit, v jakém množství je dnešní generace anglicismy ovlivňována a v jakém rozmezí tyto neologismy využívá. Práce je rozdělena na dvě části – část teoretickou a část praktickou.

Teoretická část práce se nejprve zabývá neologismy a jejich adaptací do české slovní zásoby. Dále se teoretická část věnuje slovotvorným procesům anglického jazyka, jako je odvozování, konverze, skládání, směšování, zkracování a tvorba zkratk a akronymů. Jednotlivé procesy jsou důkladně popsány a uvedeny na různých příkladech. Jako poslední se teoretická část práce věnuje jazykům, které ovlivnily angličtinu v průběhu historie. V těchto kapitolách jsou představeny jazyky, které ovlivnily jak starou, tak i moderní angličtinu.

Po teoretické části práce následuje část praktická, která je rozdělena na 2 dílčí části. V úvodu praktické práce jsou určeny hypotézy, které budou v průběhu praktické části potvrzeny či vyvráceny. Jako první bude představeno dotazníkové šetření, které zkoumá znalost neologismů mezi respondenty různých věkových kategorií. Po vyhodnocení dotazníkového šetření následuje korpusová analýza, ve které budou použity excerpované materiály z módních časopisů a portálů. Z těchto excerpt bude na základě slovníku *Nová slova v češtině – slovník neologizmů 2* vytvořen abecední seznam slov, který bude detailněji analyzován.

1 Neologismy

1.1 Definice pojmu neologismus

Pojmem neologismus bývají ve slovní zásobě označována nová slova, fráze či slova s novými významy. Přesnější popis termínu neologismus definuje Olga Martinová v Novém encyklopedickém slovníku češtiny takto: „*Neologismus je lexikální jednotka, která se ve vztahu k existujícím jednotkám slovní zásoby souč. jaz. vyznačuje novostí, a to jak z hlediska vzniku, tak z hlediska funkčního (funkčně systémového, komunikačního, stylistického)*“.

Dle Martinové (2017) vznikají neologismy z potřeby pojmenovat nové věci či jevy a z potřeby nahradit dosavadní výrazy přesnějším prostředkem. Mohou být ale i výsledkem spontánního tvoření. Martinová dále konstatuje, že neologismy jsou svým vznikem vázány na určitou dobu, a proto bývají charakterizovány jako vrstva dobově příznakových prostředků současné slovní zásoby. Vzhledem k tomuto faktu můžeme neologismy chápat jako protipól archaismů (tzn. prostředků zastaralých).

1.2 Adaptace neologismů

Procesy adaptace a tvoření neologismů jsou dynamické a skládají se z několika fází. Faktorů ovlivňujících jejich vývoj a výsledky je hned několik, zejména stáří, typová vzdálenost zdrojového a cílového jazyka, sémantika lexémů, jejich funkčnost, stylová platnost, frekvence, aj.

Adaptace cizích slov je v lingvistice obvykle chápána jako proces, při kterém dochází k asimilaci cizích slov do české slovní zásoby. Tento proces je charakterizován změnami hláskovými, pravopisnými, slovtvornými, tvaroslovnými a významovými. Šmilauer (1972) rozlišuje různé stupně „vžití“ cizích slov v češtině: slova citátová, mezinárodní odborná slova s původním pravopisem, pravopisně počestěná (adaptovaná) a zdomácnělá (plně zařazená do domácí slovní zásoby). Adaptace zahrnuje zařazování slov k domácím slovtvorným typům, úpravu cizích slov domácí příponou nebo přejímání cizích předpon a přípon. Jedlička (1974) popisuje tento proces jako přizpůsobování, které probíhá „různou měrou a po různých stránkách“. Rejzek (1993) charakterizoval formální adaptaci anglicismů jako výrazný znak ztráty jejich cizosti a zdůraznil nutnost posuzovat ji ve spojení s funkčností dané lexikální jednotky. Mravinacová (2005) rozlišuje mezi adaptací ortograficko-ortoepickou, morfologickou a

slovotvorněparadigmatickou. Přejímání chápe jako proces integrace převzatého prvku do slovní zásoby přebírajícího jazykového útvaru, přičemž zdůrazňuje význam morfologické adaptace při transformaci a přizpůsobování formy přejímaných lexémů podle českého systému. Furdík (1994) poukázal na to, že při přejímání cizích jednotek nemusí vždy docházet k adaptaci, a rozlišuje mezi adaptovanými podobami a neadaptovanými citátovými prvky či okazionalismy v rámci aktivního bilingvismu. Adaptaci přejímek chápe jako nevyhnutelnou podmínku jejich postupné integrace do slovní zásoby přijímajícího jazyka, zahrnující procesy jako transfonemizace, transmorfemizace, transkolokace a další. (Bozděchová & Klégr, 2022, s. 9-11)

2 Tvoření nových slov a pojmenování

Slovní zásoba se neustále mění a přetváří. Mnoho změn si lze povšimnout napříč různými generacemi – například již mezi rodiči a dětmi. V 21. století mají na slovní zásobu obzvláště velký vliv sociální sítě a média. K obohacování slovní zásoby dochází dvěma způsoby – tvořením nových slov a nebo vypůjčením slov z cizích jazyků. Nová slova se většinou tvoří z již existujících slov, tvorba neologismů je méně častá.

Další kapitoly se věnují procesům, kterými se nová slova tvoří. Mezi ty nejvýznamnější patří – odvozování, skládání, zkracování, konverze a směšování.

2.1 Odvozování (Derivation)

Odvozování neboli derivace je nejčastější slovotvorný proces, kterým vznikají slova v moderní angličtině. (Yule, 2010, s. 58) Při tomto procesu je ke kořeni slova přidán derivační morfém – afix. Pokud se afix vyskytuje před kořenem slova, nazýváme ho prefix neboli předpona. Pokud se naopak připojí za kořen slova, hovoříme o sufixu – příponě. Existuje ještě další typ afixu – infix. Jedná se o afix, který je vložen do základového slova. Tento morfém není běžně používán v anglickém jazyce, příležitostně se s ním ovšem setkat můžeme. Angličtí mluvčí ho používají především v citově zabarvených výrazech, např. *Hallebloodylujah!*, *Absogoddamlutely!* nebo *Unfuckinbelievable!* (Yule, 2010, s. 59)

Angličtina využívá jak afixů domácích, tak afixů cizích. Domácími předponami jsou odvozena např. tato slova: *asleep*, *forehead*, *belittle*. Cizí předponou vznikla slova *premature*, *dishonest*, *refuel* či *co-operate*. Slova odvozená domácímí příponami jsou

např. *shorten*, *reader*, *beginning*. Cizí předpony se podílely na vzniku slov *employee*, *confirmation*, *different* nebo *extension*. V angličtině se vyskytuje větší počet cizích prefixů a sufixů, než prefixů a sufixů domácích. (Dušková, 1994, s. 18)

Zvláštním typem derivace je proces, který se nazývá back-formation. Tento způsob derivace nemá v češtině obdobu. (Dušková, 1994, s. 19) Při back-formation jsou slova tvořena tak, že se proces derivace obrátí, a ze základového slova se odtrhnutím afixu vytvoří slovo zcela nové. (Crystal, 1995, s. 130) Příkladem slov, která vznikla back-formation jsou např. *televise* (z *television*), *donate* (z *donation*), *enthuse* (z *enthusiasm*), nebo *babysit* (z *babysitter*). (Yule, 2010, s. 57)

2.2 Konverze (Conversion)

Konverze je zpravidla více rozšířená u jazyků, které nejsou tolik flektivní. Jedním z těchto jazyků je i jazyk anglický, proto zde má konverze zcela zásadní význam. „*Spočívá v převodu slova z jednoho slovního druhu do jiného beze změny jeho formy a významu, resp. přejímá funkce podle své nové syntaktické pozice. Srov. angl. the whites „běloši, dosl. bílí“, vzniklé z adjektiva (v zásadě jen syntakticky) nebo below the table – it is below „pod stolem – je to vespod/dole“, kde je v druhém případě z původní předložky adverbium.*“ (Čermák, 2007, s. 146).

V angličtině existuje hned několik typů konverze, rozlišují se podle toho, o jakou změnu slovního druhu se jedná. Podstatná jména mohou být přetvořena na slovesa, např. *the bottle – to bottle*, *the water – to water*, *the bridge – to bridge*, *the hammer – to hammer*. Stejně tak existuje konverze sloves na podstatná jména, např. *to call – a call*, *to guess – a guess*, *to spy – a spy*, *to jump – a jump*. Dalším významným druhem konverze je z přídavných jmen na slovesa, např. *better – to better*, *open – to open*, *empty – to empty*, *hip – to hip*. (Plag, 2003, s. 107-108) Konverze z přídavných jmen na podstatná jména se vyskytuje z uvedených druhů nejméně, a často bývá nějak syntakticky omezená, např. *the poor* nemůžeme použít v plurální formě. Dalšími příklady konverze typu přídavné – podstatné jméno jsou: *daily – a daily*, *regular – a regular*, *roast – a roast*, *dyslexic – a dyslexic*. (Bauer, 2002, s. 230)

2.3 Skládání (Compounding)

Velmi běžným slovotvorným procesem v angličtině (ale také např. v němčině) je skládání, neboli kompozice. Při tomto procesu dochází ke sloučení dvou nebo více slov do jednoho slova. (Yule, 2010, s. 55) Nově vzniklé slovo – složenina (kompozitum), obsahuje tedy dva nebo více lexémů, které však dohromady fungují jako jednotka nesoucí jeden význam. (Crystal, 1995, s. 129)

Existuje několik způsobů psaní složených slov, nejčastěji se píše dohromady, např. *airtight, drawbridge, bricklayer, windmill, headache*. Druhou možností psaní složenin je spojení slov pomocí spojovníku, např. *air-conditioning, self-esteem, taxi-driver*. Vyskytuje se i psaní zvlášť – *washing machine, waiting room, fire engine*. (Dušková, 1994, s. 19-20)

Kompozita nejčastěji zastupují ve větě tyto slovní druhy – podstatná jména, přídavná jména či slovesa. Jednotlivé slovní druhy se nejčastěji tvoří následujícími způsoby:

- 1) Podstatná jména
 - a) Noun + noun (př. *hatchback, woman doctor, jazz-rock, bath towel, cable television*)
 - b) Verb + noun (př. *pickpocket, breakfast, goggle-box*)
 - c) Noun + verb (př. *nosebleed, sunshine*)
 - d) Adjective + noun (př. *software, fast-food, doubletalk*)
- 2) Slovesa
 - a) Noun + verb (př. *sky-dive, colour-code*)
 - b) Verb + verb (př. *dare say, typewrite*)
 - c) Adjective + verb (př. *double-book, soft-land*)
 - d) Particle + verb (př. *overbook, overachieve*)
- 3) Přídavná jména
 - a) Noun + adjective (př. *card-carrying, childproof, leadfree*)
 - b) Adjective + adjective (př. *bitter-sweet, open-ended, ready-made*)
 - c) Adverb + adjective (př. *over-qualified, uptight*)
 - d) Adjective + noun (př. *grey-collar, solid-state*)
 - e) Verb + particle (př. *see-through, wrap-around, tow-away*)

(Bauer, 2002, s. 202-212)

2.4 Směšování (Blending)

Směšovaná slova (Blends) vznikají kombinací dvou slov, přičemž se část jednoho nebo obou původních slov vytrácí. Někdy je slovo smíšené do takové míry, že ani nelze rozeznat obě původní slova, ze kterých bylo vytvořeno. (Bauer, 2002, s. 234)

Mezi běžně známé smíšeniny patří např. *brunch* (z *breakfast* a *lunch*), *motel* (z *motor* a *hotel*), *smog* (ze *smoke* a *fog*), *advertorial* (z *advertisement* a *editorial*), *sci-fi* (z *science* a *fiction*), Spanglish (ze Spanish + English), *boost* (z *boom* a *hoist*) nebo *breathalyzer* (z *breath* a *analyzer*). (Plag, 2003, s. 122)

Popularita smíšenin výrazně stoupla v 80. letech 20. století, a to hlavně kvůli využití v reklamním průmyslu. Produkty v reklamách byly *sportsational*, *swimsational* a v televizi se často objevovaly *dramacons*, *docufantasies* a nebo třeba *rockumentaries*. (Crystal, 1995, s. 130)

2.5 Zkracování (Clipping)

Zkracování je proces, při kterém se odstraní část slova beze změny jeho významu či slovního druhu. „Zkracování slov má v angličtině dvojí původ. Je působeno především tendencí zkracovat delší, hlavně cizí slova na míru slov domácích a tak je asimilovat slovům domácí struktury. Tak např. *brig* vzniklo z *brigantine* [-i:n, -ain], *cab* z *cabriolet*, *pram* z *pe'rambulator*, *miss* z *mistress*, *hock* („rýnské víno“) z *hockamore* (= *Hochheimer*), *gym* z *gymnasium*, *vet* z *veterinary surgeon* („zvěrolékař“).“ (Trnka, 2014, s. 186)

I u tohoto typu slovotvorného procesu se setkáváme s různými druhy tvorby. Nejpoužívanější typ zkracování je ten, kdy z původního slova odtrhneme koncovou část. Příkladem jsou slova *bi* (*bisexual*), *mike* (*microphone*), *binocs* (*binoculars*). (Bauer, 2002, s. 233) Odtržení koncové části je také velmi časté u různých zeměpisných názvů – měst, řek, míst, aj., např. *Frisco* (*San Francisco*), *Cal* (*California*), *Char* (*Cherwell*), *Hunts* (*Huntingdonshire*). Při zkracování ovšem můžeme odtrhnout počáteční část a zanechat koncovou část. Tento druh zkracování se vyskytuje v angličtině méně často než předchozí druh. Počáteční zkracování můžeme demonstrovat např. u slov *phone* (*telephone*), *wig* (*periwig*), ale i u mnohých vlastních jmen – *Drew* (*Andrew*), *Lottie* (*Charlotte*), *Nora* (*Eleanor*), *Sandy* (*Alexander*). (Trnka, 2014, s. 187)

Nejvzácnější typ zkracování je ten, kdy je ponechána pouze střední část slova – *jams* (*pyjamas*), *shrink* (*head-shrinker*). (Bauer, 2002, s. 233)

2.6 Zkratky a akronymy (Abbreviations and Acronyms)

Při procesu tvorby zkratk dochází ke spojení počátečních písmen několika po sobě jdoucích slov. (Plag, 2003, s. 126) Zkratky, které čteme hláskováním a nikoliv jako jedno slovo, nazýváme inicialismy. Inicialismy často využívají tečky mezi jednotlivými písmeny (na rozdíl od akronymů). Mezi tyto zkratky patří např. *a.m.* (čteme /,ei 'em/), *e.g.* (čteme /,i: 'dʒi:/), *DJ* (čteme /'di: dʒeɪ/) , *USA* (čteme /,ju: es 'eɪ/), *PhD* (čteme /,pi: ɛɪtʃ 'di:/). (Crystal, 1995, s. 120).

Pokud zkratku můžeme přečíst jako jedno slovo, jedná se o akronym. Často používané akronymy jsou např. *UNESCO* (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*), *NATO* (*North Atlantic Treaty Organization*), *radar* (*radio detecting and ranging*) nebo *laser* (*light amplification by stimulated emission of radiation*). (Yule, 2010, s. 58)

Tvoření zkratk se těší velké oblibě mezi slovotvornými procesy, a to již přes více než 150 let. Už v roce 1839 byly newyorským autorem v časopise *Evening Tatler* použity zkratky jako *OK* (*all correct*), *PDQ* (*pretty damn quick*) nebo *GT* (*gone to Texas*). (Crystal, 1995, s. 120)

3 Výpůjčky z cizích jazyků

Druhým způsobem rozšiřování slovní zásoby jsou výpůjčky z cizích jazyků.

Marek Nekula definuje v Novém encyklopedickém slovníku češtiny výpůjčku takto: „Výsledek jazykového kontaktu dvou nebo více jazyků; *angl. borrowing*. Při jazykovém kontaktu totiž dochází k replikám jazykového materiálu nebo jazykových vzorů modelového jazyka (též jazyka výchozího, zdrojového) v jazyce replikujícím (jazyce cílovém, přijímacím), do jehož systému je přejatý materiál (např. *angl. sweater* > č. *svetr*,) nebo vzor (české *onikání* či *onkání* podle německého vzoru) integrován, přičemž *adaptace* je průvodní jev výpůjčky.“

Vzhledem k tomu, že výpůjčky z cizích jazyků významně rozšiřují slovní zásobu anglického jazyka, budou se následující podkapitoly zaměřovat na jazyky, ze kterých angličtina výrazy přejala, a na konkrétní výrazy, které do angličtiny pronikly.

3.1 Výpůjčky ve staré angličtině

Tato část práce se věnuje jazykům, které měly vliv na anglickou slovní zásobu v období staré angličtiny. Kapitola popíše vliv latiny, keltských, normanských a severogermánských jazyků, které hrály klíčovou roli ve formování angličtiny v tomto období.

3.1.1 Vliv latiny na angličtinu

Největší vliv měla na anglický jazyk latina, která sama přejímala slova z hebrejštiny a řečtiny. Lze tvrdit, že angličtina přejímala latinská slova nejméně ve čtyřech různých obdobích. První období zahrnuje dobu, kdy starý kontinent obývali Jutové, Sasové, Anglové a další germánské kmeny. Jejich kultura a myšlení nedosahovaly úrovně Římanů, a tak nejstaršími latinskými výpůjčkami jsou především slova „civilizační“ týkající se stolování a obchodu, jako je například *money* (z *moneta*), *mill* (z *molina*), *dish* (z *discus*), *wine* (z *vinum*), *anchor* (z *ancora*), *cook* (z *coquus*) nebo *cup* (z *cupa*). (Vorel, 2006, s. 26)

Druhé období bylo během vlády Římanů a přineslo hlavně křesťanské výrazy, jako je *angel* (z *angelus*), *minster* (z *monasterium*), *church* (původem z řeckého slova *Kyriakon*, tedy Dům Páně), nebo *Messiah* (původem z hebrejštiny).

Třetí období probíhalo během rozvoje křesťanství v době anglosaské. Z této doby pochází např. *abbot*, *apostle*, *disciple*, *mass*, *nun*, *bishop*, *pope* (řecky *pappas*).

Po tomto období začal skandinávský a následně normanský vliv na angličtinu sílit. Latina se vrátila do Británie v době, kdy nová podoba angličtiny již absorbovala většinu výpůjček a došlo k výrazným změnám v gramatice i výslovnosti, hlavně během pozdní renesance a klasicismu. Během této doby začala být používána slova jako *equal*, *picture*, *adventure*, *verdict*, *language* nebo *debt*. Slovní zásoba se rozšiřovala i prostřednictvím nových ekvivalentů; vznikaly dvojice slov jako například *fatherly* – *paternal*, *heavenly* – *celestial*. (Vorel, 2006, s. 26)

3.1.2 Severogermánský vliv na angličtinu

Obsazení Anglie Vikingy mezi 9. a 12. století mělo na Anglii velký vliv, a to nejen kvůli změně názvu území na *Danelaw* (též *Danegeld*), ale i dopadu na slovní zásobu anglického jazyka. Vzhledem k tomu, že si byly angličtina s dánštinou tehdy mnohem

bližší než dnes, nebylo přejímání slov pro Anglosasy nikterak složité. Díky tomu se dochovalo téměř 700 základů, které pokrývají většinu slovních druhů. Ze substantiv to jsou např. slova: *egg, fellow, husband, guest, knife, sister, root* nebo *window*. Mezi slovesy najdeme např. *call, die, hit, scream, take, want, scrub*. Z přídavných jmen pronikly např. *ill, low, odd, ugly* nebo *wrong*.

Silný vliv dánštiny na anglosaštinu lze také dokázat na přeměně zájmena, uzavřeného slovního druhu. Původní „hie, hiera, him“ bylo skandinávským vlivem pozměněno na dnešní podobu „they, their, them“. (Vorel, 2006, s. 27)

3.1.3 Keltský vliv na angličtinu

Keltské jazyky patří do skupiny jazyků indoevropských, tím pádem jsou vzdáleně příbuzné i jazyku anglickému. I přesto, že Keltové patřili k prvním osídlencům Británie, je keltský vliv na starou angličtinu malý. Příčinou toho bylo hlavně nenávislné chování Anglů, Sasů a Jutů, kteří Kelty považovali za méněcenné nepřátele. Keltské výpůjčky, které jsou ze staré angličtiny dodnes známé jsou především místní jména, např. *Avon* – řeka, *Inver* – ústí řeky, *Weald* – les, *Strath* – údolí, *Hurst* – háj, *Inch* – ostrov, *Ros* – vřesoviště, *Down* – kopec nebo *Ben* – hlava, hora.

V 19. století se situace změnila a do moderní angličtiny se dostalo spoustu keltských výpůjček z různých odvětví života, jako např. *whisky, career, tunnel, slogan, budget, lochness*, či *flannel*. (Vorel, 2006, s. 28)

3.1.4 Normanský vliv na angličtinu

Po Bitvě u Hastings došlo v anglosaštině k mnoho významným změnám. Vorel (2006, s. 30) popisuje základní změny takto: „*Fonologové předkládají Velký posun samohlásek (The Great Vowel Shift), gramatici změnu syntetického typu angličtiny na analytický s fascinující premorfologizací, syntax nabízí nominalizaci, pasivní konstrukce nebo paradigmaticizaci slovosledu. Lexikologie lapidárně vliv normanský označí za cestu vedoucí k hybridnímu jazyku.*“

Díky těmto změnám získala angličtina spoustu možností k tvorbě synonym, homonym, antonym atd.

Prvotní normanská slova si byla velmi podobná s „pravou“ latinou, často byla přímo identická – *animal, genius, datum, senior, a.m., A.D., e.g.* Musíme ovšem brát v potaz to, že normanština nebyla jednotná a byla založena na „vulgární“ latině. Normanština byla v té době menšinový jazyk, nicméně to ji nezabránilo, aby pronikla do základní slovní zásoby a výrazně tak ovlivnila některé sféry společnosti.

V oblasti zákonů a soudů se prosadila slova: *accuse, attorney, crime, court, fee, justice, penalty, privilege, property, false, marriage, prove*, atd. V oblasti vojenství pronikla slova *admiral, army, battle, enemy, lance, lieutenant, peace, soldier, war, guard, prison, danger*, atd. Oblast zábavy a stravy byla obohacena o slova jako *boil, cards, dice, entertainment, jelly, joy, partner, pastry, pleasure, roast, sauce, soup*, atd. I do oblasti vlády a úřadů vnesla normanština mnoho výrazů – *administration, aristocrat, crown, democrat, government, nation, revolution, royal, sovereign* atd.

Angličtina také z normanštiny převzala některé slovotvorné morfémy, a to především přípony „-able“, „-age“, „-ess“ a „-ry“ – *eatable, mileage, mistress, husbandry*. (Vorel, 2006, s. 30-31)

3.2 Výpůjčky v moderní angličtině

Jednou z nejzajímavějších a nejvýraznějších charakteristik moderní angličtiny jsou výpůjčky z cizích jazyků. Tyto výpůjčky nejen obohacují slovní zásobu, ale také odrážejí mezinárodní povahu a propojenost současného světa. Tato kapitola prozkoumá moderní výpůjčky v anglickém jazyce, a to především z nevlivnějších indoevropských jazyků.

3.2.1 Vliv francouzštiny na angličtinu

Francouzština poskytuje angličtině nejvíce výpůjček ze všech jazyků. Z období Francouzské revoluce a Napoleonských válek mezi 18. a 19. stoletím pochází mnoho vojenských a politických názvů, např. *coup, émigré, guillotine, tricolour, régime, cause celebre* (slavný soudní případ) nebo *agent provocateur* (agent provokatér). Z oblasti jídel a nápojů pronikla slova: *aubergine, a la carte* (podle jídelního lístku), *champagne, chef, croissant, bouillabaisse, café, cuisine, éclair, flambé, moussee, restaurant, salad, menu* či *gourmet*. Slova přejatá z francouzštiny se vyskytují ve všech různých sférách, pro příklad

uvedeme slova: *blouse, boutique, bra, acrobat, premiere chauffeur, depot, garage, duvet, camouflage, ballet, amateur*. (Peprník, 1998, s. 56-58)

3.2.2 Vliv španělštiny na angličtinu

Slova proniknutá ze španělštiny můžeme rozdělit na slova španělského původu a na amerikanismy španělského původu, které pronikly do anglické mluvy především na jihozápadě USA. Mezi španělské výpůjčky, které jsou obecně známé, patří např.: *albino, alligator, canyon, cargo, chocolate, cigar, flotila, guitar, hurricane, mosquito, merino, potato, renegade, sherry, tango, tobacco, tomato, tornado, vanilla*. Amerikanismy španělského původu, se kterými se můžeme setkat v anglické slovní zásobě, jsou např.: *barbecue, coyote, desperado, fiesta, Gringo, lasso, mustang, patio, plaza, poncho, ranch, rodeo, Sierra, sombrero, sympatico, tequila* nebo *tortilla*. (Peprník, 1998, s. 62-63)

3.2.3 Vliv řečtiny na angličtinu

Největší vliv na angličtinu ze všech cizích jazyků má podle odborníků právě řečtina. Můžeme to podložit faktem, že z řečtiny přejímaly slova románské jazyky jako je latina, francouzština a další. Většina moderních výpůjček z řečtiny patří mezi internacionalismy, protože se jedná převážně o odborné termíny. Nejstarší řecké výpůjčky, které známe jsou: *abyss, allegory, chorus, comedy, ode, philosophy, problem, prologue, scene, sketch, tragedy*. Většina těchto slov však nepronikla přímo, ale přes další jazyky. Např. slovo *sketch* nejprve převzala z řečtiny latina, z latiny italština, poté holandština a až z holandštiny proniklo do angličtiny. Z novějších výpůjček uvedeme např. *grotto, hulk, intoxicate, madrigal* nebo *rhythm*. K internacionalismům řeckého původu řadíme např. *analysis, amnesty, democracy, electron, pedagogy, philology, phonetics, stadium, strategy*, atd. (Vorel, 2006, s. 33)

3.2.4 Vliv němčiny na angličtinu

Výpůjčky z němčiny se začaly objevovat v anglické slovní zásobě až v 19. století a to především v oblasti jídla a stolování: *Budweiser, beer garden, delicatessen, frankfurter, hamburger, lager, marzipan, muesli, noodle, Pilsner, pretzel, sauerkraut, schnitzel*. Výpůjčky se ovšem vyskytují i v mnoha dalších sférách. Ve sféře filosofie, vědy a umění se můžeme setkat například s těmito výpůjčkami: *angst, schloss, waltz,*

wanderlust, yodel. Z okruhu ekonomiky, politiky a války známe např. *blitzkrieg, mark, diktat, final solution, Gestapo, kaput, Nazi, kommando*. Ostatní německé výpůjčky pokrývají různé oblasti ze života, jsou jimi např. *seminar, semester, kindergarten, dobermann, dachshund, poodle, cobalt, quartz, zinc, hamster, rucksack*. (Peprník, 1998, s. 59-60)

3.2.5 Vliv italštiny na angličtinu

Mnoho italských výpůjček spadá do oblasti, ve které Italové vždy vynikali – hudba a umění. Můžeme uvést např. *arcade, balcony, bust, collonade, miniature, pastel, profile, replica, rotunda, torso, villa, opera, piano, prima donna, solo, trombone*. Z oblasti jídla pronikla slova: *broccoli, gorgonzola, macaroni, pasta, spaghetti, lasagne, pizza, ravioli, risotto* či *salami*. Výpůjčky se však vyskytují v mnoha dalších sférách, pro příklad uvedeme slova: *lava, volcano, bandit, casino, firm, gala, grafitti, catacomb, mafia, influenza, motto, portfolio, umbrella* nebo *vendeta*. (Peprník, 1998, s. 61)

3.2.6 Vliv češtiny na angličtinu

Vliv českého jazyka na angličtinu je zanedbatelný, přesto můžeme najít velmi známá a často používaná slova, která mají svůj původ právě v češtině. Asi nejznámější českou výpůjčkou je slovo *robot* z Čapkova díla R.U.R. Další významným slovem českého původu je *pistol*, z českého slova píšťala. Mezi další české výpůjčky patří: *polka, semtex, skoda* nebo *Sokol*. (Peprník, 1998, s. 63)

4 Anglicismy

Využití angličtiny ke zprostředkování mezinárodní komunikace je důvod, proč anglicismy představují v celosvětovém měřítku tak významný a rozšířený jev. Z tohoto důvodu můžeme o angličtině hovořit jako o novodobé *lingua franca*. (Bozděchová, 2017)

Anglicismy jsou v současnosti v českém jazyce velmi běžným jevem a tvoří významnou část moderní slovní zásoby. V historii se objevilo několik faktorů, které přispěly k pronikání anglických výrazů do češtiny, a tento trend nadále pokračuje i v současné době. Anglicismy jsou začleněny do českého jazyka z různých důvodů jako je například sport, móda, mezinárodní obchod, věda a výzkum, média a sociální sítě či technologie.

Ivana Bozděchová (2017) popisuje anglicismus jako „*jazykový prostředek převzatý z angličtiny do jiného jazyka nebo podle angličtiny v něm vytvořený. Za anglicismus se v širokém smyslu považují prvky všech jazykových rovin a na všech stupních adaptace, v užším smyslu lexikální prostředky přejaté z angličtiny.*“ Pro lexikální výpůjčky bývá zpravidla motivací chybějící označení pro daný předmět nebo společenský fenomén, avšak svou roli zde má i prestiž výchozího jazyka – často dochází i k výpůjčkám slov, které ve slovní zásobě již existují, avšak výpůjčka s sebou přináší nové pragmatické významy. (Bozděchová, 2017)

Anglicismy mají s ohledem na dobu převzetí různý charakter. Jak uvádí Marek Nekula (2004), podoba výpůjček z počátku 20.století (*fotbal – football , volejbal – volleyball, gól – goal, hokej – hockey, tramvaj – tramway, svetr – sweater, kovboj – cowboy*) napovídá, že výslovnost nově přejatých slov se řídila čtením jako v češtině, jelikož znalost anglické výslovnosti nebyla v té době obecně rozšířena. Můžeme zaznamenat i starší výpůjčky, které byly převzaty stejným způsobem. Z doby po 2. světové válce to jsou např. *nylonky* nebo *kečup*. S výpůjčkami podle psané podoby se můžeme setkat i v současné době, např. *hacker/haker, gamesa, kejb (keyboard), laptop*, popř. *sexuální harašení (sexual harassment)*. (Nekula, 2005, s. 263)

Na počátku 70. let 20. století se díky komunismu dostavil obranný reflex proti anglicismům, důsledkem toho byl vznik domácích pojmenování, která měla nahradit již existující anglicismy. Např. *hot dogs* se nahradilo *párkem v rohlíku*, *handbal* byl denním tiskem změněn na *házenou*, a z *volejbalu* se stala česká *odbíjená*. V době ovládnutí Československa Sovětským svazem pronikaly anglicismy do češtiny výhradně přes ruštinu, příkladem jsou slova: *kombajn (combine), chuligán (hooligan)* nebo *dispečink*. (Nekula, 2005, s. 264-265)

4.1 Anglicismy přejímkové

Pronikání anglicismů do české slovní zásoby má několik podob, přičemž si mnohdy ani čeští mluvčí neuvědomují, že se jedná právě o anglicismus. Pod pojmem anglicismus si zpravidla představí slovo anglicky znějící, jako je např. *handsfree, home office, workshop* nebo *chatovat*. Tento typ anglicismů nazýváme anglicismy přejímkové, a to proto, že se s anglickou formou přejímá i její význam. (Klégr & Bozděchová, 2022, s. 208)

4.2 Anglicismy překladové

Druhá kategorie anglicismů, se kterou se můžeme setkat, označujeme jako lexikální a sémantické kalky, souhrnně anglicismy překladové (strukturní). U této kategorie není anglický původ na první pohled jasný, takže si je běžný uživatel s angličtinou málokdy spojí. Příkladem lexikálních kalků jsou slova *topinkovač* (angl. *toaster*), *uhlíková stopa* (angl. *carbon footprint*), *mrakodrap* (angl. *skyscraper*). Jedná se o české překlady anglických názvů, které do češtiny přináší nová slova či slovní spojení. (Klégr & Bozděchová, 2022, s. 209)

Sémantické kalky vznikají přenesením významu z překládaného anglického slova na slovo české. Takže např. slovo *myš* ‚*hlodavec*‘ získalo kalkováním anglického slova *mouse* další význam – ‚*prostředek k ovládnutí počítače*‘. Stejně tak získalo kalkováním nový význam substantivum *zeď* (angl. *wall*) – ‚*hlavní stránka uživatele Facebooku*‘. (Karlíková, 2017)

„Pro lexikální a sémantické kalky je společný vznik překladem, liší se však tím, že lexikální kalky importují novou formu (a význam), zatímco sémantické kalky pouze nový význam.“ (Bozděchová & Klégr, 2023, s. 21)

4.3 Pseudoanglicismy

„Termín ‚pseudoanglicismus‘ označuje jev, k němuž dochází, když cílový jazyk užívá lexikální prvky zdrojového jazyka, aby vytvořil neologismus v cílovém jazyce, který je ve zdrojovém jazyce neznámý“ (Onysko, 2007, s. 52).

Základní charakteristikou pseudoanglicismů jsou dva klíčové prvky. Prvním z nich je přítomnost alespoň jednoho anglického prvku, buď lexikálního, nebo jiného (například grafického, jako je anglická transliterace českého slova, jak je tomu třeba u značky koloběžek Yedoo – "jedu"). Druhým rysem je nová forma a význam, nebo alespoň nový význam (resémantizace), které vznikly mimo angličtinu. Tím v češtině vznikají nové lexémy, které se odtrhly od anglického vzoru, popřípadě u nich anglický originál chybí úplně. Jedná se tedy o neologismy, které v angličtině nemají odpovídající korelát, a které obsahují nějaký anglický element. Příkladem pseudoanglicismů jsou např. tato slova: *vejmutovka* (z *Weymouth pine*), *žiletka* (z *Gillette*), *babybox*, *basket* (z *basketball*), *box* (z *boxing*), *unf* (z *unfollow*), *raut*, *tramp/tremp*, *smoking*, *tenista*. (Klégr & Bozděchová, 2024, s. 50-51)

5 PRAKTICKÁ ČÁST

5.1 Základní informace, metodologie výzkumu

Praktická část této bakalářské práce se bude věnovat jazykovému výzkumu neologismů, které pronikly do české slovní zásoby. Tato část práce bude rozdělena na dvě poloviny. V první části bude provedena analýza vybraných excerpt. Použitá excerpta budou čerpána z českých internetových magazínů a stránek, které se zaměřují převážně na módu, krásu, celebrity a životní styl. Mezi již zmiňované zdroje patří magazín Vogue, magazín Cosmopolitan, magazín Elle a internetová stránka heyfomo.cz. Výskyt vybraných excerpt bude ověřován v databázi Neomat, která od 90. let 20. století slouží jako neologický excerptní materiál pro lexikografické účely. Kromě databáze Neomat bude využit také synchronní reprezentativní a referenční korpus současné psané češtiny SYN2020 a SYN verze 12, který pokrývá publicistiku až po rok 2022. Z vybraných excerpt bude poté sestaven abecedně seřazený slovník, ve kterém budou neologismy podrobněji vysvětleny.

Dále bude v praktické části provedeno dotazníkové šetření o znalosti neologismů v různých věkových kategoriích, výsledky budou vyhodnoceny a následně porovnány s hypotézami, které jsou stanoveny na začátku praktické části.

5.2 Hypotézy

Informace získané z použitých excerpt a výsledků dotazníkového šetření budou nejprve důkladně zpracovány a na základě toho budou následující hypotézy buď potvrzeny nebo vyvráceny. Jsou stanoveny celkem 3 hypotézy:

1. Většina respondentů považuje za anglicismy jen slova anglicky znějící, nikoliv např. anglicismy překladové.
2. Anglicismy jsou nejčastěji používanými neologismy ve vybraných internetových zdrojích.
3. Nejvíce anglicismů vzniká odvozováním – derivací.

5.3 Dotazníkové šetření

5.3.1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jak rozumí pojmu anglicismus dotazovaní respondenti, a zda dokáží správně interpretovat vybrané příklady anglicismů ve větách. Dotazník byl vytvořen online pomocí stránky <https://my.surveio.com/>. Následně byl odkaz na dotazník odeslán elektronicky respondentům. Obsah i forma dotazníku byly vytvořeny tak, aby byly pro respondenty srozumitelné a aby jim vyplnění dotazníku nezabralo příliš mnoho času. Na základě získaných odpovědí budou potvrzeny či vyvráceny hypotézy zmíněné v kapitole 5.2.

5.3.2 Struktura dotazníku

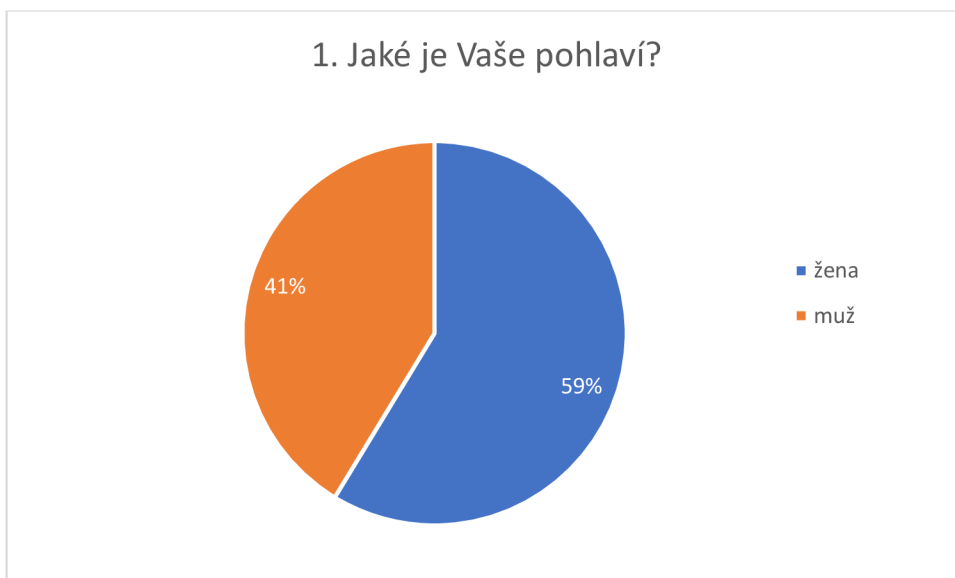
Úvodní část dotazníku se soustředí na základní informace respondentů, jako je pohlaví, věk a nejvyšší dosažené vzdělání (Otázky 1 – 3). Následně byli respondenti dotazováni na úroveň anglického jazyka a čas strávený používáním sociálních sítí (Otázky 4, 5). Další část dotazníku se již zabývá pojmem anglicismus, a používáním anglicismů v běžné komunikaci (Otázky 6 – 8). Následoval seznam slov, ve kterém měli respondenti označit ta slova, o nichž si mysleli, že jsou anglicismy. (Otázka 9) V poslední části dotazníku byly vybrány úryvky z excerpovaných magazínů z kapitoly 5.1, kde měli respondenti za úkol napsat význam daného anglicismu. (Otázky 10 – 13)

Celkem tedy dotazník čítá 13 otázek, z nichž 8 otázek je uzavřených a 5 otázek otevřených.

5.3.3 Vyhodnocení dotazníku

Dotazník byl zaslán celkem 65 respondentům, z nichž 46 respondentů bylo ochotno zúčastnit se výzkumu. Účastníci dotazníkového šetření byli osloveni náhodně, bez ohledu na pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání či úroveň anglického jazyka. Rozšíření dotazníku bylo provedeno tak, že byl dotazník rozeslán do sociálních skupin, ve kterých se pohybuje autorka bakalářské práce, její rodina a přátelé.

Následně budou analyzována data z jednotlivých otázek dotazníku, která byla uvedena respondenty.



Graf 1: Odpovědi na otázku č.1

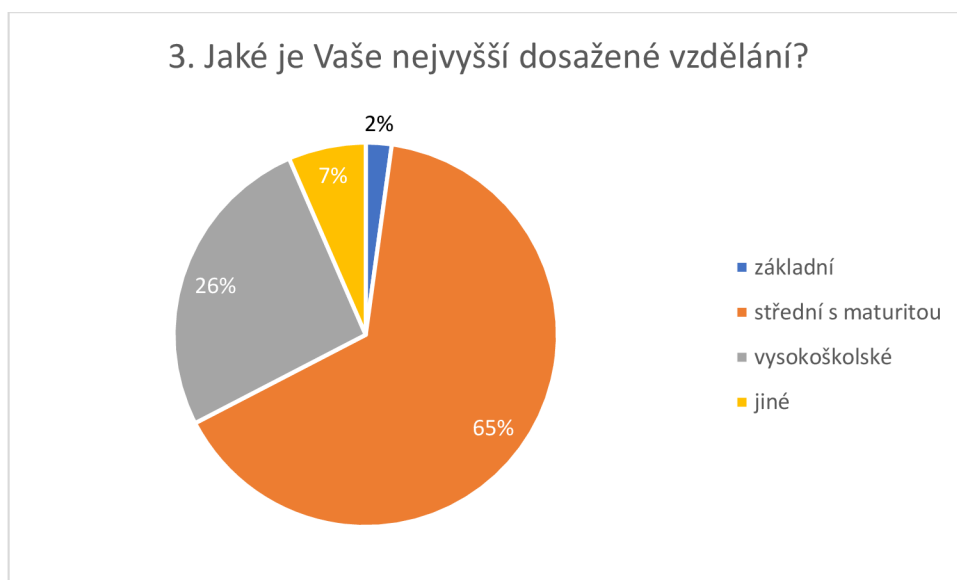
V otázce č. 1 byli respondenti dotazováni na jejich pohlaví. Dotazník vyplnilo celkem 27 žen a 19 mužů. Tento genderový rozdíl může mít dopad na pozdější otázky, protože excerpované anglicismy pochází z módních časopisů, ve kterých se více orientují ženy než muži.



Graf 2: Odpovědi na otázku č. 2

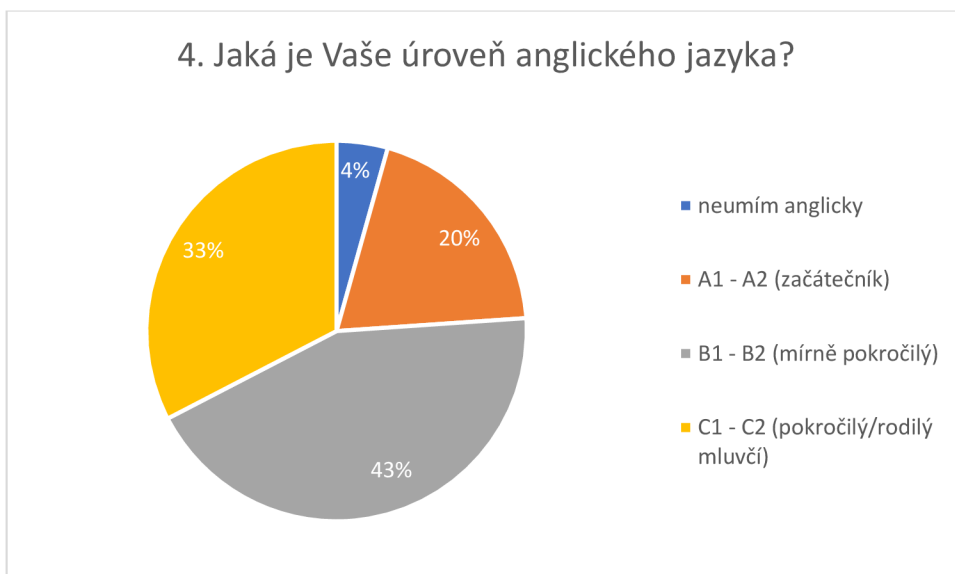
Otázka č. 2 byla zaměřena na věk respondentů. Respondenti mohli vybrat jednu z pěti věkových skupin, které byly v nabídce odpovědí. Nejvíce respondentů bylo ve

věku 20 – 29 let (17; 37%), následovala věková skupina 40 – 49 let (13; 26,6%), dále se zúčastnilo 7 respondentů ve věku 50 let a více (15,5%), věk 15 – 19 let uvedlo celkem 5 respondentů (11,1%) a nejméně respondentů bylo ve věkové kategorii 30 – 39 let (4; 8,8%).



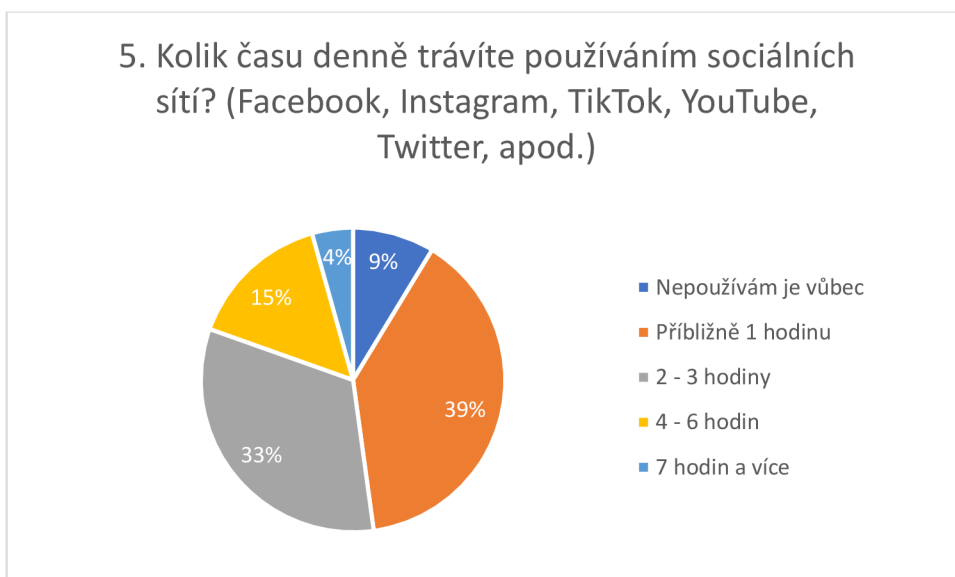
Graf 3: Odpovědi na otázku č. 3

V otázce č. 3 byli respondenti dotazováni na jejich nejvyšší dosažené vzdělání. Největší část respondentů uvedla, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je střední s maturitou (30, 64,4%). Druhou nejpočetnější skupinou jsou absolventi vysokých škol (12; 26,6%). Následovali 3 respondenti, kteří v nabídce uvedli možnost jiné (všichni 3 respondenti uvedli, že mají vzdělání vyšší odborné). Pouze 1 respondent uvedl, že má vzdělání základní.



Graf 4: Odpovědi na otázku č. 4

Otázka č. 4 byla zaměřena na úroveň anglického jazyka dotazovaných. Bylo zjištěno, že největší část respondentů (20; 42,2%) vykazuje úroveň anglického jazyka B1 – B2. Druhá nejpočetnější skupina respondentů zvolila úroveň C1 – C2 (15; 33,3%). Úroveň A1 – A2 odpovědělo celkem 9 respondentů (20%). Jen 2 respondenti uvedli, že anglicky neumí vůbec.

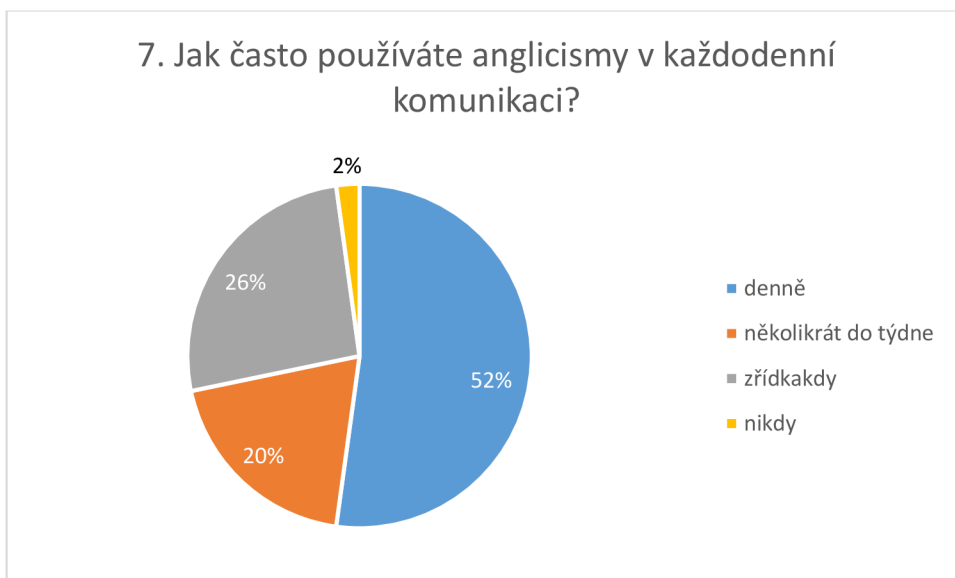


Graf 5: Odpovědi na otázku č. 5

Otázka č. 5 byla zaměřena na čas respondentů strávený na sociálních sítích jako je např. Instagram, Facebook, TikTok, YouTube aj. Na základě odpovědí na otázku č. 5

bylo zjištěno, že 17 dotazovaných tráví na sociálních sítích denně přibližně 1 hodinu svého volného času. (37,7%). Celkem 15 respondentů denně stráví na sociálních sítích 2 – 3 hodiny. (33,3%) Další možností byla odpověď 4 – 6 hodin, zvolilo ji dohromady 7 dotazovaných. (15,5%) 4 respondenti odpověděli, že sociální sítě nepoužívají vůbec (8,8%). Pouze 2 respondenti uvedli, že na sociálních sítích denně stráví 7 hodin a více (4,4%).

Následovala 1. otevřená otázka, která zjišťovala, zda respondenti ví, co jsou to anglicismy. Ti, kteří věděli, měli do textového pole odpovědi uvést své vysvětlení. Pro ty, kteří odpověď neznali, bylo na následujícím slidu napsané vysvětlení, jelikož znalost pojmu anglicismus byla pro následné otázky dotazníku nezbytná. Z celkového počtu 46 respondentů jich 7 uvedlo, že neznají význam pojmu anglicismus. Je zajímavé, že 2 z těchto respondentů uvedli, že mají anglický jazyk úrovně C1 – C2. Zbývající respondenti, kteří odpověď neznali, jsou v angličtině začátečníci nebo anglicky neumí vůbec. Celkem 39 respondentů formulovalo odpověď správně. Nejčastější odpověď byla, že anglicismy jsou slova převzatá do jiného jazyka, další velmi častá odpověď respondentů byla, že se jedná o počeštěné anglické výrazy či anglický slang.



Graf 6: Odpovědi na otázku č. 7

	Denně	Několikrát týdně	Zřídka	Nikdy
15-19 let	1	3	1	0
20-29 let	16	0	1	0
30-39 let	3	0	1	0
40-49 let	3	5	5	0
50 a více	1	1	4	1
celkem	24	9	12	1

Tabulka 1: Odpovědi na otázku č. 7

Otázka č. 7 zjišťovala, jak často používají respondenti anglicismy v každodenní komunikaci. V přiložené tabulce lze pozorovat, že 70% respondentů (17), kteří odpověděli, že používají anglicismy každý den, jsou lidé do 29 let. Naopak 76% respondentů (13), kteří uvedli, že anglicismy používají zřídka nebo nikdy, jsou lidé starší 40 let.

V otázce č. 8 byli respondenti dotazováni na situace, ve kterých anglicismy používají. U této otázky měli respondenti možnost vybrat více odpovědí, a to z následujících: škola, práce, sociální sítě, přátelé, rodina, jiné (uveďte). Vzhledem ke kombinaci možností zde nebude přiložen graf, protože by nekorespondoval se skutečnými počty odpovědí. Celkem 32 respondentů odpovědělo, že nejčastěji používají anglicismy mezi přáteli. (69,5%) Možnost sociální sítě vybralo dohromady 22 dotazovaných, tedy 48%. 19 respondentů (41%) zvolilo možnost práce a 18 respondentů (39%) uvedlo, že anglicismy používají nejčastěji ve škole. Možnosti uvést jinou odpověď nevyužil žádný respondent.



Graf 7: Odpovědi na otázku č. 9

Otázka č. 9 obsahovala seznam slov, ze kterých měli respondenti vybrat ta, o nichž si myslela, že jsou anglicismy. Tato otázka také nabízela možnost vybrat více odpovědí. Respondenti mohli vybírat z následujícího seznamu slov: svetr, žiletka, online, cool, mrakodrap, chatovat, topinkovač, handsfree, meeting, home office. Cílem této otázky bylo zjistit, zda Češi považují za anglicismy jen slova přímo anglicky znějící. Přesto, že slova ze seznamu jsou všechna přejatá z angličtiny (pouze někdy jsou to např. anglicismy překladové), jen málo kdo zvolil slova, která v češtině vyskytují už dlouho (svetr, mrakodrap), tudíž se hypotéza č. 1 potvrdila. Nejčastěji volená odpověď bylo slovo chatovat, které zvolilo 44 respondentů (96%). Jako další nejčastěji volené možnosti

následovala slova cool, meeting a handsfree. Každé z těchto slov zvolilo 42 respondentů, tedy 91%. Slovo online a home office odpovědělo celkem 40 dotazovaných (87%). Po těchto „jasných“ anglicismech nastal obrovský skok, kdy další nejčastěji volené slovo svetr zvolilo jen 5 respondentů. (11%). 2 respondenti zaškrtnuli možnost žiletka a topinkovač, a pouze 1 respondent uvedl možnost mrakodrap.

Poslední 4 otázky dotazníku zkoumaly, zda respondenti rozumí vybraným anglicismům ve větách. Všechny příklady byly vybrány z módních časopisů (kapitola 5.1) a vyskytují se v abecedním seznamu neologismů v následující kapitole.

V otázce č. 10 měli respondenti popsat význam slova oversized v této větě: *Ať už si vyberete jakýkoliv, můžeme vám zaručit, že oversized sako vám vykouzlí nejen ležérní siluetu, ale také instatně zvedne sebevědomí.* Téměř všichni respondenti (98%) odpovědělo správně, že se jedná o velikost větší, nadrozměrnou nebo že se jedná o oblečení volné. 1 respondent pojem oversized neznal.

Další pojem, který měli respondenti vysvětlit v otázce č. 11, byl pojem budget-friendly v této větě: *Přinášíme výběr pěti budget-friendly street style trendů, se kterými zazáříte bez ohledu na počasí a epidemiologickou situaci.* Zde už odpovědi nebyly tak monotónní. 8 respondentů (17%) odpovědělo, že význam slova nezná. Zbytek respondentů pojem vysvětlil správně, nejčastěji se vyskytovaly odpovědi – cenově dostupný, levný, nízkorozpočtový.

Otázka č. 12 byla zaměřena na význam slova heatless ve větě *Hitem internetu se opět stal heatless styling vlasů.* Zde hrálo velkou roli pohlaví, protože se jedná o sféru, která zajímá především ženy. Tento fakt se tedy výrazně odrazil na získaných odpovědích. Slovo heatless správně vysvětlilo 24 respondentů, z toho bylo 67% žen a jen 33% mužů. Jak už bylo uvedeno výše, za tento rozdíl nejspíše může to, že ženy se s tímto pojmem setkávají více často. Nejčastější odpovědí respondentů bylo, že se jedná o styling bez tepelné úpravy. Zbýlých 22 respondentů význam slova neznalo.

V poslední otázce měli respondenti vysvětlit pojem genzetkaři ve větě: *Takzvaní genzetkaři se nebojí nakupovat v second-handech, to víme, co ale možná ne, je fakt, že se nebojí doslovných inspirací.* U této otázky převyšoval počet respondentů, kteří význam slova neznali. Slovo genzetkaři správně popsalo jen 18 respondentů (39%), jejich

odpovědi většinou zněly následovně: generace Z, příslušníci generace Z , generace momentálních mladistvých.

5.3.4 Kompletní znění dotazníku

1. Jaké je Vaše pohlaví?
 - a) Žena
 - b) Muž
 - c) Jiné
2. Jaký je Váš věk?
 - a) 15 – 19 let
 - b) 20 – 29 let
 - c) 30 – 39 let
 - d) 40 – 49 let
 - e) 50 let a více
3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
 - a) Základní
 - b) Střední s maturitou
 - c) Vysokoškolské
 - d) Jiné
4. Jaká je Vaše úroveň anglického jazyka?
 - a) Neumím anglicky
 - b) A1 – A2
 - c) B1 – B2
 - d) C1 – C2
5. Kolik času denně trávíte používáním sociálních sítí? (Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, apod.)
 - a) Nepoužívám je vůbec
 - b) Přibližně 1 hodinu
 - c) 2 – 3 hodiny
 - d) 4 – 6 hodin
 - e) 7 hodin a více
6. Víte, co jsou to anglicismy? Pokud ano, vysvětlete.

- a) Ano
- b) Ne

7. Jak často používáte anglicismy v každodenní komunikaci?

- a) Denně
- b) Několikrát týdně
- c) Několikrát měsíčně
- d) Zřídka
- e) Nikdy

8. V jakých situacích nejčastěji používáte anglicismy?

- a) Škola
- b) Práce
- c) Sociální sítě
- d) Rodina
- e) Přátelé
- f) Jiné (uved'te)

9. Z následujícího seznamu slov zakroužkujte ta, o nichž si myslíte, že jsou anglicismy.

- a) Svrtr
- b) Mrakodrap
- c) Online
- d) Cool
- e) Home office
- f) Topinkovač
- g) Chatovat
- h) Handsfree
- i) Žiletka
- j) Meeting

10. Vysvětlete význam slova **oversized** v následující větě:

*At' už si vyberete jakýkoliv, můžeme vám zaručit, že **oversized** sako vám vykouzlí nejen ležérní siluetu, ale také instatně zvedne sebevědomí.*

[zdroj: <https://www.elle.cz>]

11. Vysvětlete význam slova **budget-friendly** v následující větě:

*Přinášíme výběr pěti **budget-friendly** street style trendů, se kterými zazáříte bez ohledu na počasí a epidemiologickou situaci.*

[zdroj: <https://www.vogue.cz>]

12. Vysvětlete význam slova **heatless** v následující větě:

*Hitem internetu se opět stal **heatless** styling.*

[zdroj: <https://cosmopolitan.cz>]

13. Vysvětlete význam slova **genzetkaři** v následující větě:

*Takzvaní **genzetkaři** se nebojí nakupovat v second-handech, to víme, co ale možná ne, je fakt, že se nebojí doslovných inspirací.*

[zdroj: <https://www.vogue.cz>]

5.4 Korpusová analýza

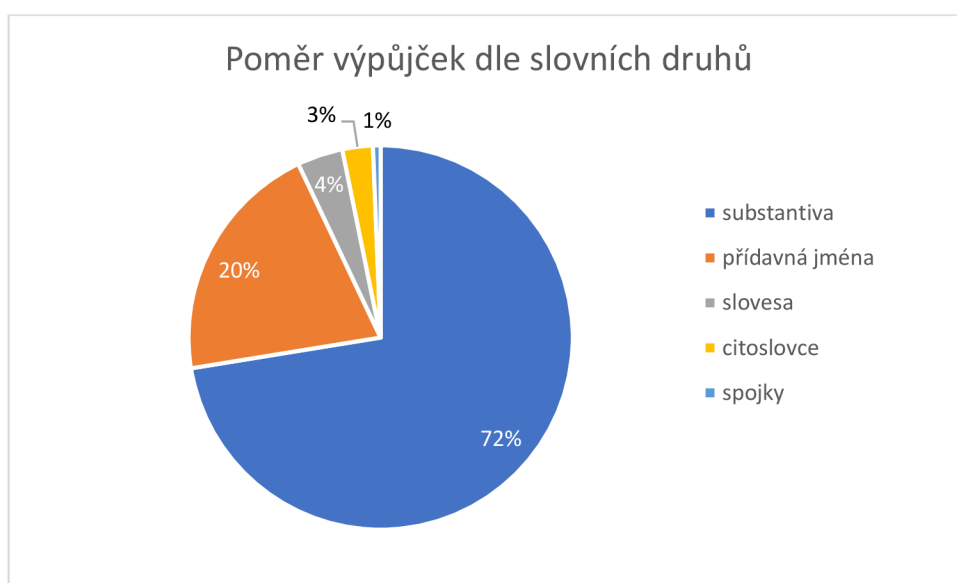
5.4.1 Excerpce materiálu

Materiál použit k sestavení slovníku neologismů byl excerpován celkem ze 4 internetových zdrojů. Jednalo se o zdroje zaměřené především na módu, životní styl a celebrity. Mezi již zmiňované zdroje patří internetové magazíny Vogue CS, Cosmopolitan, Elle, a internetová stránka heyfomo.cz. Ze všech zdrojů byla excerpta čerpána přibližně stejnou měrou. Veškerý materiál použit do slovníku se vyskytuje v člancích vydaných v období od listopadu 2023 do června 2024. K analýze byla využita databáze Neomat a synchronní psaný korpus ČNK SYN verze 12, kde byly všechny nashromážděné jednotky ověřeny a při nesplnění daného kritéria popřípadě následně vyřazeny.

Při sestavení slovníku bylo uplatněno kritérium časové, tzn. byly zkoumány pouze ty neologismy, které byly v databázi Neomat či v korpusu ČNK SYN verze 12 zaznamenány až po roce 2000. V nasbíraném materiálu se ovšem vyskytovaly i neologismy, které nebyly doposud zaznamenány ani v jedné ze zmiňovaných databází. Z nasbíraných 304 neologismů prošlo tímto časovým kritériem 156 jednotek, tedy něco málo přes 50%. Celkem 20 pojmů (např. baby tee, co-ord set, jorts, MUA, pick me girl, pre-workout) nebylo zaznamenáno ani v databázi Neomat ani v korpusu SYN verze 12.

5.4.2 Slovně-druhové složení

Z vyselektovaných neologismů tvoří největší část substantiva, a to celkem 113 jednotek (72 %). Druhou nejčastější kategorií jsou přídavná jména, která čítají celkem 32 neologismů (20 %). Po nich následují slovesa, kterých se ve vybraném materiálu vyskytuje pouze 6 jednotek (4%). Nejméně četnou kategorií tvoří citoslovce (4 jednotky, 3 %) a spojky (1 jednotka, 1 %). Pro větší přehlednost je poměr jednotlivých slovních druhů porovnán v Grafu 8, ze kterého je zcela patrné, který typ výpůjček je nejčastější.



Graf 8: Poměr výpůjček dle slovních druhů

5.4.3 Rozdělení dle původního jazyka

V úvodu praktické části byla stanovena hypotéza č. 2, která se týká cizích jazyků, ze kterých neologismy pronikly do češtiny. Ze 156 nalezených neologismů jich celkem 151 proniklo z angličtiny. Zbýlé 4 neologismy pochází z francouzštiny a 1 neologismus do české slovní zásoby pronikl z čínštiny. Vzhledem k těmto výsledkům lze konstatovat, že anglicismy jsou nejčastějším typem neologismů, tudíž byla hypotéza č. 2 potvrzena.

5.4.4 Rozdělení dle způsobu vzniku

Teoretická část této práce se věnovala procesům, kterými nová slova vznikají. Následně byla v praktické části stanovena hypotéza č. 3 založena na několika internetových zdrojích (např. <https://www.theguardian.com/>), která pojednává o odvozování

(derivaci) jako nejčastějšímu typu vzniku nových slov v angličtině. Na základě této hypotézy byl u každého anglicismu převzatého v originální anglické formě stanoven slovtvorný proces. Ze 151 anglicismů jich do češtiny proniklo 136 v původní anglické formě. Z toho 73 pojmů vzniklo skládáním (54 %), 27 anglicismů vzniklo odvozováním (20 %), 9 slov vzniklo zkracováním (7 %) Jen 8 pojmů do angličtiny proniklo již v době staré angličtiny (6 %), 7 slov jsou zkratky (5 %). Pouze 5 pojmů vzniklo procesem směšování (4 %). Dalším málo častým slovtvorným procesem byla v této analýze konverze, kterou vznikla pouze 3 slova - (2 %). Kombinací dvou slovtvorných procesů vznikla slova *baby tee* a *co-ord set* – u obou to byla kombinace zkracování a skládání. V celém slovníku se vyskytl 1 neosémantismus (*mullet*) a 1 eponym (*mewing*). Tento výzkum prokázal, že nejčastějším procesem vzniku nových slov v angličtině je skládání (Compounding), tudíž se hypotéza č. 3 nepotvrdila.

5.4.5 Uspořádání slovníku

Slovník je uspořádán dle koncepce slovníku *Nová slova v češtině 2* (2004). Jednotlivá hesla jsou uvedena v reprezentativním tvaru – podstatná a přídavná jména v nominativu singuláru a slovesa ve tvaru infinitivu. V hranatých závorkách je uvedena výslovnost, pokud se nějak liší grafická podoba slova od podoby fonetické. Následuje charakteristika slovního druhu, u podstatných a přídavných jmen je zmíněn 2. pád j. č. a rod. (např. **bronzer** -u m.) Ve špičatých závorkách je uveden jazyk, ze kterého byl neologismus přejat. Význam slova je uveden kurzívou. Dále je uveden slovtvorný proces, kterým neologismus vznikl. Pokud se jedná o starou výpůjčku, je na místo slovtvorného procesu uveden původní jazyk slova (např. latina, Old English).

5.4.6 Seznam zkratk použitých ve slovníku

angl.	- angličtina
cit.	- citoslovce
čín.	- čínština
ep.	- eponym
franc.	- francouzština
konv.	- konverze (Conversion)
m.	- podstatné jméno mužského rodu
neskl.	- nesklonné podstatné/přídavné jméno
odv.	- odvozování (Derivation)
příd.	- přídavné jméno
s.	- podstatné jméno středního rodu
sklád.	- skládání (Compounding)
slov.	- sloveso
směš.	- směšování (Blending)
spoj.	- spojka
zkr.	- zkratka/akronym (Abbreviation/Acronym)
zkrac.	- zkracování (Clipping)
ž.	- podstatné jméno ženského rodu

5.4.7 Abecední slovník neologismů

A

aka [ej kej ej] spoj. <z angl.>

-z anglického „*also known as*“, odkazuje k jinému jménu či názvu někoho nebo něčeho

- zkr.

anti-age [anti-ejdž] neskl. příd. <z angl.>

-používá se u přípravků, které oddalují stárnutí (např. péče o pleť či tělo)

-sklád.

art -u m. <z angl.>

-umění

-z latiny

B

baby tee [bejbi tí] neskl. s. <z angl.>

-*tričko ve zkráceném střihu*

-zkrac., sklád.

badass [bedés] neskl. příd. <z angl.>

-*používá se ve spojení s někým „drsným“ či „hustým“*

-sklád.

banger [bengr] -u m. <z angl.>

-*označení pro cokoliv, co je povedené či dobré*

-odv.

barre fitness neskl. s. <z angl.>

-*cvičební kategorie, která kombinuje pohyby inspirované baletem s prvky pilates, jógy a silového tréninku*

-sklád.

basic neskl. příd. [bejsik] <z angl.>

-*obyčejný, jednoduchý*

-odv.

beauty taping [bjúti tejpink] -u m. <z angl.>

-*metoda kosmetického tejpování obličeje určena pro vyhlazení vrásek*

-sklád.

blokecore [bloukkór] -u m. <z angl.>

-módní styl inspirovaný fotbalem, ženy kombinují fotbalový dres se sukní a boty na podpatku

-sklád.

body image [bodi imidž] neskl. ž. <z angl.>

-pojem tělesného sebepojetí, to jak vidíme sebe sama

-sklád.

body positivity neskl. ž. <z angl.>

-hnutí za přijetí vlastního těla bez ohledu na tvar či velikost

-sklád.

boho neskl. příd. <z franc.>

-styl inspirovaný životním stylem umělců v 19. století v Paříži

-zkrac.

bold print -u m. <z angl.>

-výrazný potisk např. na oblečení

-sklád.

bronzer -u m. <z angl.>

-produkt na pleť imitující opálený vzhled

-odvoz.

budget friendly [badžet frendli] neskl. příd. <z angl.>

-pokud je něco cenově dostupné, levné

-sklád.

C

chunky [čanki] neskl. příd. <z angl.>

-*masivní, robustní (např. šperky)*

-odvoz.

classy [klesi] neskl. příd. <z angl.>

-*elegantní, formální, nóbl*

-odvoz.

clean girl [klín girl] neskl. ž. <z angl.>

-*dívka s minimalistickým čistým vzhledem, má svěží a rozzářenou pleť, vypadá vždy upraveně*

-sklád.

close friend [klous frend] -a m. <z angl.>

-*blízký přítel*

-sklád.

collab [kolab, koleb] -u m. <z angl.>

-*odkazuje na slovo „collaboration“ – tedy spolupráce*

-zkrac.

co-ord set [kou-ord set] -u m. <z angl.>

-*set oblečení, které k sobě navzájem ladí (např. kalhoty+blůza, sukně+tílko, ...)*

-zkrac., sklád.

copycat [kopiket] neskl. m. <z angl.>

-*napodobitel, ten kdo se „opičí“*

-sklád.

coquette [koket] neskl. ž. <z franc.>

-*žena, která se snaží být co nejatraktivnější a oblíbená u mužů*

cringe [krindž] neskl. m., neskl. příd. <z angl.>

-*vyjadřuje pocit studu za ostatní, je popisem trapnosti nebo nepříjemné situace*

-konv.

cropped [kropt] neskl. příd. <z angl.>

-*zkrácený střih (např. trička, mikiny)*

-odvoz.

cruelty free [kruelti frí] neskl. příd. <z angl.>

-*označení pro produkty netestované na zvířatech (tj. bez týrání)*

-sklád.

culottes [kilots] pomn. <z franc.>

-*druh kalhot s širokými nohavicemi ¾ délky*

curtain bangs [kartn bengs] pomn. <z angl.>

-*typ ofiny – „ofina à la závěsy“*

-sklád.

cute [kjút] neskl. příd. <z angl.>

-*roztomilý, rozkošný, hezký*

-zkrac.

D

delulu neskl. s., neskl. příd. <z angl.>

-*z angl. „delusional“ – člověk, který žije v klamu, je přehnaně optimistický*

-zkrac.

diskolorace -e ž. <z angl.>

-*změna zabarvení (např. na pleti)*

-odv.

drag queen [drag kvín] neskl. ž. <z angl.>

-většinou muž, který svým oblečením a chováním karikuje ženu, a to pro zábavu nebo s uměleckým cílem

-sklád.

dresscode [dreskoud] -u-u m. <z angl.>

-pravidlo upravující způsob oblékání k určité příležitosti

-sklád.

dropovat slov. <z angl.>

-vydat/sdílet na sociálních médiích či digitálních platformách nový obsah (např. singl či video)

-odv.

dupe [djúp] -u m. <z angl.>

-z angl. „duplicate“ – produkt, který je vzhledem, složením či funkcí podobný jinému, většinou dražšímu produktu

-zkrac.

E

early adopter [erli edoptr] -a m. <z angl.>

-první uživatel/zákazník, který je ochoten zkusit a používat nové věci či technologie často před jejich zveřejněním

-sklád.

energy boost [enerdži búst] -u m. <z angl.>

-stav dodání energie, nabuzení (např. konzumací energetického nápoje)

-sklád.

essential [esenšl] neskl. příd. <z angl.>

-nezbytné, důležité věci

-z latiny

event -u m. <z angl.>

-událost, která se snaží zvýšit povědomí o značce, přilákat nové zákazníky, upevnit vztah se stávajícími zákazníky, zlepšit vztahy se zaměstnanci nebo obchodními partnery

-z latiny

F

face jóga [fejs jóga] -y ž. <z angl.>

-cvičení obličejových svalů

-sklád.

fancy [fensi] neskl. příd. <z angl.>

-luxusní, drahý, nóbl

-z latiny

fashion week [fešn vík] -u m. <z angl.>

-módní událost, kdy špičkoví návrháři představují své nové kolekce ještě předtím, než je vypustí do světa

-sklád.

fast fashion [fást fešn] neskl. ž., neskl. příd. <z angl.>

-velmi levná a lehce dostupná móda, která se vyrábí ve velkém množství bez ohledu na dopady na životní prostředí, pracovní podmínky zaměstnanců či kvalitu a trvanlivost výrobků

-sklád.

feat [fít] -u m. <z angl.>

-z angl. „featuring“ – spolupráce dvou umělců, kteří netvoří jedno hudební uskupení

-zkrac.

feed [fíd] -u m. <z angl.>

-*pojem, který se v digitální sféře používá k označení proudu nebo zdi aktuálních informací a novinek (je univerzální a může se vztahovat na různé platformy a služby)*

-konv.

feminine kousek -u m. <z angl.>

-*kus oděvu, který vyjadřuje ženskost*

-sklád.

femme fatale [fam fatal] neskl. ž. <z franc.>

-*přitažlivá žena, schopná svým šarmem okouzlit muže a podmanit si je*

-skl.

flat white [flet vajt] -u m. <z angl.>

-*káva s dvojitou dávkou espressa a našlehaným mlékem*

-sklád.

food truck [fúd trak] -u m. <z angl.>

-*mobilní restaurace (často dodávka nebo přívěs), která nabízí rychlé občerstvení*

-sklád.

following -u m. <z angl.>

-*počet lidí/účetů, které sledujete na dané platformě (např. Instagramu)*

-konv.

FOMO neskl. s. <z angl.>

-*z angl. „fear of missing out“ – druh úzkosti způsobený pocitem, že člověku utíká zajímavá příležitost, které ale využívají druzí*

-zkr.

full glam [ful glem] -u m. <z angl.>

-výrazný *makeup* pro speciální příležitosti

-sklád.

G

game changer [gejm čeindžr] -u m. <z angl.>

-událost, myšlenka nebo proces, který vedl ke smysluplné změně způsobu, jakým v současné době něco děláte nebo o něčem přemýšlíte

-sklád.

garden party [gárdn párti] neskl. ž. <z angl.>

-zahradní slavnost

-sklád.

gender pay gap [džendr pej gep] -u m. <z angl.>

-rozíl mezi platovým ohodnocením pracujících žen a mužů

-sklád.

genzetkař -e m.

-příslušník Generace Z

-odv.

ghostovat [goustovat] slov. <z angl.>

-náhle přerušit veškerou komunikaci s někým bez předchozího varování nebo vysvětlení

-odv.

girlboss neskl. ž. <z angl.>

- žena, která je nezávislá, úspěšná a sebejistá ve své práci nebo podnikání

-sklád.

girlfriend effect [girlfrend efekt] -u m. <z angl.>

-fenomén, který poukazuje na to, že muži ve vztahu vypadají a oblékají se lépe, než když ve vztahu nebyli

-sklád.

glow up [glou ap] -u m. <z angl.>

-proces osobního zlepšení, změna k lepšímu

-sklád.

golden hour [goldn aur] neskl. ž. <z angl.>

-zlatá hodina – první a poslední hodina slunečního denního svitu, kdy je osvětlení měkčí a teplejší v barevných odstínech

-sklád.

gua sha [gva ša] neskl. ž. <z čín.>

-kámen určený na masáž pokožky celého těla s cílem zmírnění vrásek, odstranění nerovnosti pleti, detoxikace pleti, eliminace červených žilek a zmírnění otoků

-sklád.

H

hairstyling [hérstajlink] -u m. <z angl.>

-proces úpravy vlasů

-sklád.

hashtag [hešteč] -u m. <z angl.>

-symbol "#", označuje se jím klíčové slovo, na základě kterého se dá vyhledat obsah konkrétního média, souboru či textu

-sklád.

hater [hejtr] -a m. <z angl.>

-osoba, která vyjadřuje nenávisť na veřejných fórech

-odv.

heatless [hítles] neskl. příd. <z angl.>

-bez využití tepla

-sklád.

highstreetová móda [hajstrítová] příd. <z angl.>

-móda, která je dostupná v běžných obchodech a obvykle zahrnuje módní trendy, které jsou aktuálně populární a široce přijímané veřejností

-sklád., odv.

highlighter [hajlajtr] -u m. <z angl.>

-kosmetický produkt určený k rozjasnění pleti

-odv.

hook up [húkap] -u m. <z angl.>

-nezávazný sexuální vztah

-sklád.

hot girl summer [hot girl samr] neskl. s. <z angl.>

- zdůrazňuje přístup k životu, který je zaměřen na radost, sebevědomí a oslavu vlastní identity během letních měsíců

-sklád.

I

included [inklúdid] neskl. příd. <z angl.>

-být v něčem zahrnutý

-odv.

indie [indí] neskl. příd. <z angl.>

-z angl. „*independent*“ – *nezávislý, kultura mimo hlavní proud*

-zkrac.

influencer -a m. <z angl.>

-člověk, který ovlivňuje významné množství lidí (youtubeři, instagrameři atp.)

-odv.

inspo -a s. <z angl.>

-*inspirace*

-zkrac.

J

jorts [džorts] neskl. pomn. <z angl.>

-*džínové šortky delšího střihu*

-směš.

K

kapsulový šatník -u m. <z angl.>

-*kolekce oblečení, které lze navzájem jednoduše kombinovat, nepodléhá módním trendům a odráží osobní styl*

-sklád.

koktejlky -ek pomn. <z angl.>

-*společenské šaty krátkého střihu*

-odv.

L

life changing [lajf čejndžing] neskl. příd. <z angl.>

-něco, co má významný vliv na váš život, často ho zlepšuje nebo mění jeho směr
-sklád.

lifting (řas) -u m. <z angl.>

-kosmetická metoda prodloužení a natočení řas
-odv.

liquid hair [likvid hér] neskl. pomn. <z angl.>

-vlasy, které volně splývají, jsou hladké, zdravé a lesklé
-sklád.

lockdown [lokdaun] -u m. <z angl.>

-zákaz opustit určité prostory (např. svoje bydliště) z důvodu zajištění bezpečnosti nebo ochrany zdraví při mimořádné situaci
-sklád.

lol cit. <z angl.>

-z angl. „laughing out loud“ – vyjádření pobavení z určité věci
-zkr.

lookbook [lukbuk] -u m. <z angl.>

-kolekce fotografií prezentující módní oblečení nebo doplňky, často v podobě katalogu nebo online galerie
-sklád.

M

main character [mejn kerektr] -u m. <z angl.>

-značení člověka, který se cítí nebo chová jako hlavní postava vlastního života nebo dokonce života obecně
-sklád.

make-up routine [mejkap rutýn] neskl. ž. <z angl.>

-každodenní rutina péče o pleť či nanášení makeupu

-sklád.

merch [merč] -e m. <z angl.>

-produkty, které jsou prodávány za účelem propagace značky, kapely nebo události

-zkrac.

mewing -u m. <z angl.>

technika tvarování čelistí, která zahrnuje správné umístění jazyka na patro úst

-eponym

micro trend -u m. <z angl.>

krátkodobý trend nebo módní jev, který rychle získává popularitu a má omezenou trvanlivost

-sklád.

mob wife neskl. ž. <z angl.>

-žena, která je manželkou člena organizovaného zločinu, obvykle mafie

-sklád.

mood [múd] -u m. <z angl.>

-výraz, který popisuje aktuální emoci, náladu nebo stav mysli člověka

-Old English

MUA [em jú ej] neskl. m. <z angl.>

-z angl. „make up artist“ – člověk, který se věnuje líčení na profesionální úrovni

-zkr.

mullet -u m. <z angl.>

-účes, kdy jsou vlasy po stranách hlavy a na temeni ostříhány nakrátko a vzadu zůstávají dlouhé

-neosémantismus

must have [mast hev] neskl. m., neskl. příd. <z angl.>

-věc nebo produkt, kterou musíte mít

-sklád.

must-see [mast sí] neskl. m., neskl. příd. <z angl.>

-něco, co stojí za to vidět

-sklád.

N

nejgooglenější [nejgúglenější] příd. <z angl.>

-nejvíce vyhledávaný na internetovém prohlížeči Google

-odv.

nepo baby [nepo bejbi] neskl. s. <z angl.>

-děti celebrit, které se proslavily díky svým slavným rodičům

-sklád.

newsfeed [njuzfíd] -u m. <z angl.>

-primární systém sociální sítě, skrz který uživatelé vidí zveřejněný obsah

-sklád.

normcore [normkór] -u m. <z angl.>

- módní styl, který se vyznačuje záměrně nenápadným a obyčejným oblečením

-směš..

O

oversized [ouvrsajzd] neskl. příd. <z angl.>

-oblečení nadměrné velikosti

-odv.

obsessed [obsest] neskl. příd. <z angl.>

-být něčím posedlý

-odv.

old school [old skúl] neskl. příd. <z angl.>

-staromódní, v duchu starých časů

-sklád.

omg cit. <z angl.>

-z angl. „Oh My God!“ – O můj Bože!, Panebože!

-zkr.

outlet [autlet] -u m. <z angl.>

-druh maloobchodu poskytující zákazníkům především značkové zboží s výraznými slevami

-odv.

P

photoshopovat [fotošopovat] slov. <z angl.>

-upravovat fotografie v grafickém editoru Photoshop

-odv.

pick me girl [pik mí girl] neskl. ž. <z angl.>

-dívka nebo žena, která se záměrně distancuje od zájmů, které jsou společensky přisuzovány ženám, jen proto, aby získala pozornost od mužů

-sklád.

Pinterest -u m. <z angl.>

-sociální síť založená na osobních online nástěnkách

- směš.

plus-size [plas sájz] neskl. příd. <z angl.>

-označuje oděvní velikosti, které jsou určeny pro lidi s plnější postavou než je průměrná

-sklád.

power dressing [páur dresing] -u m. <z angl.>

-styl oblékání, který zdůrazňuje autoritu, sílu a profesionální význam osobnosti

-sklád.

pre-owned [prí-óund] neskl. příd. <z angl.>

-zboží, které již bylo vlastněno nebo používáno předtím, než se dostalo znovu na trh ke koupi

-odv.

preppy styl -u m. <z angl.>

-styl, který vznikl v 50. letech 20. století na prestižních amerických univerzitách, vyznačuje se uhlazeností a elegantností

-sklád.

pretty privilege [priti privlidž] neskl. s. <z angl.>

-koncept používaný jako označení ekonomických, sociálních či politických výhod nebo benefitů pro muže a ženy, založených pouze na jejich fyzickém vzhledu

-sklád.

pre-workout [prí-vorkout] -u m. <z angl.>

-doplněk stravy, který se užívá před tréninkem pro zvýšení energie, výdrže nebo výkonu

-odv.

pride month [prajd mant] -u m. <z angl.>

-*symbol boje za práva a rovnoprávnost LGBT+ komunity, slaví se každý červen*
-sklád.

přebrandovat slov. <z angl.>

-*změnit značku, obnovit její image*
-odv.

Q

queer [kvír] neskl. příd. <z angl.>

-*označení pro všechny, jejichž identita není heterosexuální nebo cisgenderová*
-Old English

R

raw [ró] neskl. příd. <z angl.>

-*syrová, tepelně nezpracovaná strava*
-Old English

red flag [red fleg] neskl. ž. <z angl.>

-*varovný signál nebo znamení, že ve vztahu není něco v pořádku*
-sklád.

S

sample velikost -i ž. <z angl.>

- *termín v módním průmyslu, který označuje standardní velikosti oblečení, které jsou vytvářeny pro prezentaci v rámci modelingu a focení*
-sklád.

scary [skéri] neskl. příd. <z angl.>

děsivý, strašidelný

-odv.

scrunchie [skrančí] neskl. ž. <z angl.>

-ozdobná gumička do vlasů vyrobená ze saténové látky

-odv.

selfcare [selfkér] neskl. ž. <z angl.>

-sebepečce, starost o své fyzické a duševní zdraví

-sklád.

self tanner [self tenr] -u m. <z angl.>

-samoopalovací produkt na obličej/tělo

-sklád.

sheet maska [šít maska] -y ž. <z angl.>

-plátýnková/textilní pleťová maska

-sklád.

shopaholik [šopaholik] -a m. <z angl.>

-člověk závislý na nakupování

-odv.

shopperka [šoperka] -y ž. <z angl.>

-kabelka větších rozměrů určená na nakupování

-odv.

situationship [situéjššip] -u m. <z angl.>

-romantický vztah, který je nedefinovaný či přímo nezávazný

-směš.

size-inclusivity [sajz inkluzivity] neskl. ž. <z angl.>

-přístup k módě a designu, který bere v úvahu a respektuje širokou škálu velikostí těla

-sklád.

skincare [skinkér] neskl. ž. <z angl.>

-péče o pleť zahrnující různé produkty a rutiny zaměřené na čištění, hydrataci a ochranu pleti

-sklád.

skinny jeans [skiny džíns] pomn. <z angl.>

-úzké džíny, které těsně obepínají nohy po celé délce

-sklád.

sketchy [skeči] neskl. příd. <z angl.>

-podezřelý

-odv.

sleek [slík] neskl. příd. <z angl.>

-uhlazený, lesklý

-Old English

smoky eyes [smouki ájz] neskl. s. <z angl.>

-styl líčení očí, kdy se pomocí tmavého očního stínu vytvoří kouřový efekt

-sklád.

snatched [snečt] neskl. příd. <z angl.>

-slangový výraz, který se používá když někdo vypadá velmi dobře, upraveně, stylově

-odv.

sneakersky [sníkrski] -ek. ž. <z angl.>

-volnočasové nebo sportovní boty (tenisky)

-odv.

spa day [spa dej] neskl. m. <z angl.>

-den vyhrazený na relaxaci – wellness, saunu apod.

-sklád.

Spotify wrapped [spotifaj vřept] neskl. s. <z angl.>

-roční zpětné zhodnocení, které poskytuje hudební platforma Spotify svým uživatelům

-sklád.

sustainable [sustejnibl] neskl. příd. <z angl.>

-udržitelný

-odv.

T

teenage [tínejdž] neskl. příd. <z angl.>

-označení doby dospívání, věk v rozmezí 13-19 let

-sklád.

the it girl neskl. ž. <z angl.>

-mladá žena nebo dívka, která je považována za velmi módní, atraktivní a populární

-sklád.

thigh gap [taj gep] neskl. ž. <z angl.>

-mezera mezi stehny, když jsou nohy u sebe

-sklád.

TikTok -u m. <z angl.>

-sociální platforma pro sdílení krátkých videí

-sklád.

timeless [tajmles] neskl. příd. <z angl.>

-nadčasový, relevantní bez ohledu na měnící se módní trendy nebo čas

-odv

time management [tajm menedžment] -u m. <z angl.>

-plánování času tak, aby se dosáhlo maximální produktivity a efektivity

-sklád.

tote bag [tout beg] -u m. <z angl.>

-velká plátěná taška, obvykle nemá zapínání

-sklád.

trend alert -u m. <z angl.>

-fráze oznamující aktuální módní nebo společenský trend, který rychle nabývá na popularitě

-sklád.

U

upcylace [apcylace] -e ž. <z angl.>

-přeměna nepotřebných či odpadových materiálů na nové produkty s vyšší hodnotou nebo lepším využitím

-směš.

V

vibe [vajb] -u m. <z angl.>

-slang pro energii, pocit nebo atmosféru, kterou něco nebo někdo vyzařuje

-zkrác.

virální příd. <z angl.>

-označení pro obsah, který se prostřednictvím internetu či sociálních médií rychle šíří

-odv.

vystylovat [vistajlovat] slov. <z angl.>

-zkombinovat oblečení tak, aby bylo v souladu s aktuálními módními trendy

-odv.

vytrollit slov. <z angl.>

-někoho záměrně provokovat

-odv.

W

wellbeing [velbíing] -u m. <z angl.>

-stav, kdy se člověk cítí zdravý, šťastný a spokojený

-sklád.

wishlist [višlist] -u m. <z angl.>

-seznam přání s věcmi či zážitky, které si člověk přeje získat nebo zažít

-sklád.

wtf cit. <z angl.>

-z angl. *What The Fuck – Co to sakra*

-zkr.

Y

yolo cit. <z angl.>

-z angl. „*You Only Live Once*“ - Žiješ jen jednou; motivační výzva k tomu, aby lidé žili naplno a riskovali

-zkr.

6 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo určit, v jaké míře dnešní generace užívají neologismy a jak jsou jimi ovlivňovány.

Aby bylo možné tohoto cíle dosáhnout, musely být nejprve vysvětleny pojmy vázající se k tomuto tématu. V teoretické části byl nejprve vysvětlen pojem neologismus – jeho definice a adaptace neologismů do české slovní zásoby. Dále byly v teoretické části popsány procesy, kterými se v angličtině tvoří nová slova. Důraz byl kladen především na ty procesy, které jsou nejběžnější, a kterými se v anglickém jazyce tvoří nejvíce slov. Objasněny byly následující slovtvorné procesy – odvozování, konverze, skládání, směšování, zkracování a tvorba zkratk a akronymů. Dále se teoretická část věnovala pojmu výpůjčka, a jazykům, ze kterých si angličtina v průběhu historie výrazy vypůjčila. Zmíněny jsou jak výrazy proniklé do staré angličtiny, tak výrazy proniklé do moderní angličtiny. Následně byl v teoretické části popsán pojem anglicismus a typy anglicismů, které se v češtině vyskytují.

Po teoretické části následovala část praktická, která se skládala ze dvou dílčích částí. V úvodu praktické části byly stanoveny 3 hypotézy. Nejprve bylo provedeno anonymní dotazníkové šetření, které mělo za cíl prozkoumat znalost anglicismů mezi různými věkovými kategoriemi. Na základě získaných odpovědí byla potvrzena hypotéza č. 1 týkající se anglicismů přejímkových a anglicismů překladových.

Druhou částí výzkumu byla korpusová analýza, ke které byla použita excerpta ze 4 módních magazínů či portálů. Prvním krokem této analýzy byl výběr neologismů, který proběhl na základě časového kritéria – neologismy nesměly být použity před rokem 2000. K tomuto rozřídění byla využita Databáze excerptního materiálu Neomat (verze 3.0) a synchronní psaný korpus SYN verze 12. Získaný vzorek materiálu byl poté rozčleněn dle slovních druhů, dle jazyka odkud neologismy pocházejí a v neposlední řadě dle slovtvorného procesu. V této fázi analýzy byla potvrzena hypotéza č. 2 týkající se původních jazyků neologismů, a vyvrácena hypotéza č. 3 zaměřující se na procesy tvoření anglicismů. Na závěr korpusové analýzy byl sestaven abecední slovník neologismů, který byl založen na koncepci slovníku *Nová slova v češtině – slovník neologizmů 2* (2004). Samotnému slovníku předcházela seznam použitých zkratk, aby se čtenář mohl ve slovníku lépe orientovat.

7 Summary

The aim of this bachelor thesis was to determine the influence of neologisms on today's generation's vocabulary.

To achieve this goal, it was first necessary to explain the concepts related to this topic. In the theoretical part, the term neologism was initially defined, including its definition and the adaptation of neologisms into the Czech vocabulary. Furthermore, the theoretical part described the processes by which new words are created in English. The emphasis was placed on the most common processes through which the majority of words in the English language are created. The following word formation processes were explained: derivation, conversion, compounding, blending, clipping, and the creation of abbreviations and acronyms. In addition, the term borrowing was mentioned. The theoretical part also addressed the languages from which English borrowed expressions during history. Finally, the term anglicism was described, and various types of anglicisms occurring in the Czech language were distinguished.

The theoretical part was followed by the practical part, which was divided into two parts. At the beginning of the practical part, three hypotheses were determined. Firstly, an anonymous questionnaire survey was conducted to examine the knowledge of anglicisms among different age groups. Based on the received responses, hypothesis n. 1, concerning borrowed and translated anglicisms, was confirmed.

The second part of the research was a corpus analysis, for which excerpts from four fashion magazines or portals were used. The first step of this analysis was the selection of neologisms, which was based on a temporal criterion: the first occurrence of a neologism had to be after the year 2000. For this selection, the Neomat Excerpt Material Database (version 3.0) and the SYN synchronous written corpus (version 12) were used. The selected sample was then sorted by parts of speech, the language of origin of the neologisms, and the word formation process. At this stage of the analysis, hypothesis n. 2 concerning the original language of the neologisms was confirmed. On the other hand, hypothesis n. 3, focusing on the word formation processes of anglicisms was disproved. In the final part of the corpus analysis, an alphabetical dictionary of neologisms was compiled. The dictionary was based on the concept of the dictionary *Nová slova v češtině – slovník neologizmů 2* (2004). Prior to the alphabetical dictionary

itself, a list of abbreviations used was provided to help the reader understand the dictionary.

8 Seznam použitých zdrojů

8.1 Bibliografie

BAUER, Laurie. *English word-formation. Cambridge textbooks in linguistics [Cambridge University Press]*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. ISBN 0-521-28492-9.

CRYSTAL, David. *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995. ISBN 0-521-40179-8.

ČERMÁK, František. *Jazyk a jazykověda: přehled a slovníky*. 2. dotisk, 3. dopl. vyd. *Učební texty Univerzity Karlovy v Praze*. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 80-246-0154-0

DUŠKOVÁ, Libuše. *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*. 2. vyd. Praha: Academia, 1994. ISBN 80-200-0486-6.

JEDLIČKA, Alois. (1974) *Spisovný jazyk v současné komunikaci*. Praha: Univerzita Karlova, 1974.

KLÉGR, Aleš a BOZDĚCHOVÁ, Ivana. *Lexikální anglicismy v češtině*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2024. ISBN 978-80-246-5797-4.

MARTINCOVÁ, Olga. *Nová slova v češtině: slovník neologizmů*. 2. Praha: Academia, 2004. ISBN 80-200-1168-4.

MARTINCOVÁ, Olga; MEJSTRÍK, Vladimír; RANGELOVA, Albena; HOLUBOVÁ, Václava; OPAVSKÁ, Zdeňka et al. *Nová slova v češtině: slovník neologizmů*. 2. Praha: Academia, 2004. ISBN 8020011684

NEKULA, Marek. *Anglicismy v češtině*. In: *Encyklopedický atlas anglického jazyka*. VIERECK, W., VIERECK, K., RAMISCH, H., Nakladatelství Lidové noviny, 2005, ISBN 80-7106-569-2.

PEPRNÍK, Jaroslav. *English Lexicology*. 2. vyd. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1998. ISBN 80-7067-815-1.

PLAG, Ingo. *Word-formation in English. Cambridge textbooks in linguistics [Cambridge University Press]*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. ISBN 0-521-52563-2.

ŠMILAUER, Vladimír. *Nauka o českém jazyku*. 1. vyd. *Pomocné knihy pro žáky*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1972

TRNKA, Bohumil a ČERMÁK, Jan. *Rozbor nynější spisovné angličtiny*. Praha: Karolinum, 2014. ISBN 978-80-246-2434-1.

VOREL, Robert. *Lexikologie angličtiny v 77 otázkách a odpovědích*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2006. ISBN 80-86898-67-9.

8.2 Internetové zdroje

BOZDĚCHOVÁ, Ivana (2017): ANGLICISMY V ČESKÉM LEXIKU. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), *CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny*. [online].

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

(poslední přístup: 29. 6. 2024)

BOZDĚCHOVÁ Ivana, KLÉGR Aleš (2022). Pseudoanglicismy: české neologismy z anglických slov. In: *Slovo a slovesnost* 83, 2022, č. 1, s. 3-27. Praha, ÚJČ AV ČR 2022,

Dostupné z: <https://asjournals.lib.cas.cz/slovoaslovesnost/article/uuid:c5d2343b-d085-46e1-9c71-8d7435ebca63>

BOZDĚCHOVÁ Ivana, KLÉGR Aleš (2023). Čeština a angličtina v průsečíku lexikálních hybridů. *Bohemistika*, 23(1), 19–38.

Dostupné z: <https://doi.org/10.14746/bo.2023.1.2>

Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/>

Databáze excerpčního materiálu Neomat (1991–2022). Verze 3.0. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. [cit. 2022-07-14].

Dostupné z: <http://www.neologismy.cz>

FURDÍK, Juraj (1994): *Integračné procesy pri lexikálných prevzatíe*. Jazykovedný časopis, 45 (2), s. 95–100.

Dostupné z: https://www.juls.savba.sk/ediela/jc/1994/2/JC_1994_2_LQ.pdf

KARLÍKOVÁ, Helena (2017): KALK. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*.

Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/KALK> (poslední přístup: 29. 6. 2024)

KLÉGR Aleš, BOZDĚCHOVÁ Ivana, (2022b), *Opomíjené kategorie českých anglicismů: lexikální a sémantické kalky*. „Časopis pro moderní filologii“ 104, s. 208—229. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/174893>

KŘEN, M. – CVRČEK, V. – ČAPKA, T. – HNÁTKOVÁ, M. – JELÍNEK, T. – KOCEK, J. – KOVÁŘÍKOVÁ, D. – KŘIVAN, J. – MILIČKA, J. – PETKEVIČ, V. – SKOUMALOVÁ, H. – ŠINDLEROVÁ, J. – ŠKRABAL, M.: *Korpus SYN, verze 12 ze 29. 12. 2023*. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2023. Dostupný z: <https://www.korpus.cz>

MARTINCOVÁ, Olga (2017). NEOLOGISMUS. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.). *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online].

Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/NEOLOGISMUS>>. (poslední přístup: 29. 6. 2024)

Mravinacová, J. Přejímání cizích lexémů. In Martincová, O. & A. Rangelova ad. (eds.), *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, s. 187–211
Dostupné z: <https://lexiko.ujc.cas.cz/download/13.pdf>

NEKULA ,Marek (2017): VÝPŮJČKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), *CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny*. [online].
Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VÝPŮJČKA> (poslední přístup: 29. 6. 2024)

ONYSKO, Alexander (2007). *Anglicisms in German: Borrowing, Lexical Productivity, and Written Codeswitching*. Berlin – New York: Walter de Gruyter.
Dostupné z:
https://books.google.cz/books/about/Anglicisms_in_German.html?id=kbr2txEYSHAC&redir_esc=y

REJZEK, Jiří (1993).: K formální adaptaci anglicismů. *Naše řeč*, 1994, roč. 77, s. 26–30.
Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7106>

9 Seznam grafů a tabulek

<i>Graf 1: Odpovědi na otázku č.1.....</i>	<i>17</i>
<i>Graf 2: Odpovědi na otázku č. 2.....</i>	<i>17</i>
<i>Graf 3: Odpovědi na otázku č. 3.....</i>	<i>18</i>
<i>Graf 4: Odpovědi na otázku č. 4.....</i>	<i>19</i>
<i>Graf 5: Odpovědi na otázku č. 5.....</i>	<i>19</i>
<i>Graf 6: Odpovědi na otázku č. 7.....</i>	<i>21</i>
<i>Graf 7: Odpovědi na otázku č. 9.....</i>	<i>22</i>
<i>Graf 8: Poměr výpůjček dle slovních druhů.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabulka 1: Odpovědi na otázku č. 7.....</i>	<i>21</i>