

**FILOZOFICKÁ FAKULTA
UNIVERSITY PALACKÉHO V OLOMOUCI**

KATEDRA SLAVISTIKY

**NOVÁ SLOVNÍ ZÁSoba V SOUČASNÝCH RUSKÝCH MLÁDEŽNICKÝCH
ČASOPISECH**

**A NEW VOCABULARY IN THE CONTEMPORARY RUSSIAN MAGAZINES FOR
YOUTH**

(bakalářská diplomová práce)

VYPRACOVALA: OLESSYA LANTSEVSKAYA

VEDOUCÍ PRÁCE: prof. LUDMILA STĚPANOVA, CSc.

OLMOUC 2013

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou použitou literaturu i ostatní informační zdroje.

V Olomouci dne

podpis

Současně děkuji prof. Ludmile Stěpanové, CSc., za pomoc, odborné rady, připomínky a důležité poznatky, které mi v průběhu psaní této diplomové práce poskytla.

podpis

Obsah

ÚVOD	6
1 TEORETICKÁ ČÁST	8
1.1 SOUČASNÝ RUSKÝ JAZYK	8
1.2 JAZYKOVÉ PROCESY V SOUČASNÉM RUSKÉM JAZYCE	9
1.2.1 PŘEJÍMKY VNITŘNÍ	11
1.2.1.1 TERITORIÁLNÍ DIALEKT	11
1.2.1.2 NESPISOVNÁ MLUVA- „ПРОСТОРЕЧИЕ“	12
1.2.1.3 ŽARGON	13
1.2.2 VNĚJŠÍ PŘEJÍMKY	15
1.2.2.1 POČÍTAČOVÝ SLANG	16
1.2.3 NÁVRAT ZAPOMENUTÝCH SLOV DO SOUČASNÉ RUŠTINY	17
1.3 STYLISTIKA	18
1.3.1 FUNKČNÍ STYLY	18
1.3.1.1 PUBLICISTICKÝ STYL	20
1.4 RUSKÁ MLÁDEŽ A MLÁDEŽNICKÉ ČASOPISY	22
1.4.1 RUSKÁ MLÁDEŽ – ZNAKY A SYMBOLY	22
1.4.2 RUSKÉ ČASOPISY PRO MLÁDEŽ	23
2 PRAKTICKÁ ČÁST	27
2.1 SLOVA RUSKÉHO PŮVODU	27
2.2 PŘEJATÁ SLOVA	32
2.2.1 SLOVA PŘEJATÁ Z ANGLICKÉHO JAZYKA	32
2.2.2 SLOVA PŘEJATÁ Z JAPONSKÉHO JAZYKA	37
2.2.3 SLOVA PŘEJATÁ Z ITALSKÉHO JAZYKA	38
2.2.4 SLOVA PŘEJATÁ Z LATINSKÉHO JAZYKA	38
ZÁVĚR	39
PEŽIOME	42
BIBLIOGRAFIE	47
PŘÍLOHA	50

ÚVOD

Tématem bakalářské práce je „Nová slovní zásoba v mládežnických časopisech“. Téma bylo zvoleno proto, že pojí dvě zajímavé oblasti – oblast zájmu většiny dnešních mladých lidí (módy, zdraví, hudby, kosmetiky či života kolem), pro kterou jsou významným zdrojem informací právě časopisy pro mládež, a oblast vývoje jazyka. Navíc nová slovní zásoba v mládežnických časopisech je tématem, které lze považovat za málo zkoumané, a proto si zasluhuje větší pozornost. Slovní zásoba je velmi zajímavá lingvistická látka a vzhledem k tomu, že se samotný jazyk neustále vyvíjí, proto i slovní zásoba prochází nejrůznějšími změnami.

Cílem práce je vymežit a ukázat si nová ruská slova, která se objevují v mládežnických časopisech. Uvedeme je s českým překladem a v kontextu, v určitých příkladech slova doplníme ilustrací, stejně tak, jak to dělají redaktori časopisů.

Práce je rozdělena na dvě hlavní části: teoretickou a praktickou.

V teoretické části shrneme nejdůležitější poznatky ze všech používaných zdrojů. Vzhledem k lingvistické povaze naší práce hned na začátku uvedeme definici současného ruského jazyka, jeho funkci a podsystémy. Následnou a nejdůležitější kapitolu teoretické části tvoří procesy probíhající v ruském jazyce, jenž ovlivňují tvorbu nové slovní zásoby. Jelikož časopisy patří k publicistickému stylu, je nezbytné charakterizovat tento funkční styl a ukázat si, jaké tendence zde probíhají. Závěr teoretické části tvoří kapitola, která je věnována popisu mládeže a časopisům, které nám posloužily jako zdroj pro excerpciovaný materiál.

Praktická část práce je založena na jazykovém výzkumu. Pro to, abychom mohli zkoumat novou slovní zásobu, budeme muset nasbírat 300 nových lexikálních jednotek v ruském jazyce. Zdrojem pro excerpcce budou časopisy *Cosmopolitan*, *Rolling Stone*, *Cool*, *Oops!*, *Glamour*, *Bravo* a internetový časopis www.bg.ru.

Tyto slova budou rozdělena podle původu na ryzí ruská slova a slova přejatá z cizích jazyků. Následně bude provedena podrobnější kategorizaci na základě toho, jakých témat se slova týkala. Nejčastější kategorie jsou: móda, kosmetika, sport, životní styl, pojmenování osob, hudba, technika.

V závěrečné části práce uvedeme nejdůležitější poznatky a závěr, který z výzkumu vyvodíme.

Součástí práce je také resumé v ruském jazyce, kompletní seznam zdrojů, anotace a příloha 300 jednotek s překladem do češtiny.

1. TEORETICKÁ ČÁST

1.1 SOUČASNÝ RUSKÝ JAZYK

„Современный русский язык – это национальный язык русского народа, форма русской национальной культуры. Он представляет собой исторически сложившуюся языковую общность и объединяет всю совокупность языковых средств русского народа, в том числе все русские говоры и наречия, а также различные жаргоны“ (Розенталь 2010: 4).

Existuje také ruský literární jazyk. Je to nejvyšší forma jazyka, protože disponuje prvky, které ho odlišují od ostatních existujících forem. Jsou to následující charakteristické prvky: upravenost, široké spektrum užití jazyka, různé funkční styly, jejichž užití je podmíněno různými životními situacemi. Jeho dominantou je především jazyková norma (soubor ustálených jazykových pravidel), která určuje správný význam a užití slova, výslovnost, pravopis a také tvorbu správných gramatických forem. Současný ruský literární jazyk je jazykem beletrie, vědy, tištěných médií, televize, rádia, škol a kulturních zařízení (Tamtéž).

Ruský jazyk je tvořen ústní a písemnou formou a má tři základní funkce:

- Je to národní jazyk.
- Pro multinárodní Ruskou federaci je to dorozumivací jazyk.
- Je to jeden z nejdůležitějších světových jazyků.

Jako každý jiný je i ruský jazyk vybaven disciplínami, které zkoumají jazykové podsystemy:

- Fonetika - nauka zabývající se zvukovou stránkou jazyka
- Lexikologie a frazeologie - nauka zabývající se slovní zásobou jazyka a ustálenými výrazy - frazeologismy
- Morfologie - nauka zabývající se tvarem slova

- Syntaxis - nauka zabývající se vztahy mezi slovy ve větě
- Slovtvorba - nauka zabývající se tvorbou slova, obohacováním slovní zásoby (Tamtéž).

1.2 JAZYKOVÉ PROCESY V SOUČASNÉM RUSKÉM JAZYCE

V této kapitole bychom se chtěli zabývat jazykovými procesy v ruském jazyce, které ovlivňují tvorbu nové slovní zásoby. Ale dříve, než přistoupíme k bližší analýze této problematiky, nastává otázka, proč vůbec nové procesy nastávají? Podle ruského lingvisty V. G. Kostomarova kořenem v jazykových změnách je psychologické rozpoložení lidí, které spojuje s krásou, módou a vkusem (Костомаров 1999: 12).

Vkus je cit, schopnost ohodnocení něčeho, vnímání krásy, je to složitý souhrn vlastností, který vypovídá o kultuře člověka, o jeho mysli a chování, vzdělání, o jeho estetickém cítění, sociálním postoji, psychologickém rozpoložení a v neposlední řadě odráží schopnosti mluvého projevu, kulturu řeči. Módu můžeme charakterizovat jako individuální projev vkusu. Lze tedy říci, že jazyková móda je více spjatá s módou jako takovou - obecnou, než je jazykový vkus v souladu s celkovým vkusem určitého historického období. Z našich poznatků vyvozujeme, že současné procesy v ruském jazyce jsou způsobeny současnou módou a vkusem, které ovlivňují jazykové normy a následný vývoj jazyka (Костомаров 1999: 29-35).

Důležitým termínem pro definování nových procesů v současném ruském jazyce je pojem **demokratizace**. Je to syntéza vnitřních a vnějších faktorů, které působí a tím ovlivňují jazyk. Demokratizaci pocítujeme především v současných masových médiích, nejvíce v periodickém tisku. Tento pojem přináší nový rozměr v jazyce. Literární a jazyková norma se stává méně konkrétní a povinnou, literární standard se stává méně standardizovaným. Hranice literárního jazyka se rozšiřují vysokým tempem, rychleji, než je třeba, mění se taky jeho obsah a norma. Tyto jevy jsou vnímány negativně a jazykovědci ruského jazyka se obávají o současný stav ruského jazyka (Tamtéž). Ale co zapříčinilo takovou situaci?

Abychom lépe pochopili tento termín, musíme se vrátit zpět do doby perestrojky, kdy v Rusku nastaly velké politické a společenské změny. V té době norma znamenala zákaz, nyní je tomu opakem. Norma v současné době je možnost výběru, který má každý (Земская: 1968). Politické události měly velký vliv naspolečnost, což se samozřejmě

odrazilo i na jazykovém vývoji. Všechny současné procesy v jazyce jsou spjaty především se změnou struktury ruské společnosti.

Velkým přínosem při tvorbě jazykových změn byla **politická svoboda ve společnosti**. Najednou je člověk odproštěn od totalitního zákazu, má možnost seberalizace v různých sférach: politických, společenských, ekonomických. Tento jev se projevuje větší politickou angažovaností lidí, rozvíjí se komunikace, projevují se změny v publicistice a dalších rovinách. Tyto jevy jsou pro vývoj jazyka velmi pozitivní, ale politická svoboda přinesla s sebou i negativní stránku. Se svobodným projevem začalo vzrůstat i negativní chování, agrese, které můžeme vysvětlit tím, že najednou přestala platit pravidla, zvyky, lidé měli existenční problémy, strach, co bude dál, a začali ukazovat svůj nespokojený postoj prostřednictvím hrubého chování. Můžeme tedy říci, že do jazyka začaly pronikat a stále pronikají vulgární a žargonové výrazy. Dalším důležitým faktorem pro demokratizaci jazyka se stala **svoboda slova** - zrušení cenzury, politická různorodost, možnost přístupu k informacím. Nastala éra nové masové komunikace, kdy došlo k rozšíření televizního vysílání, rádia, zakázaná literatura se stala minulostí. Změny se odrazilily také v dialogu. Mluvená řeč se stala více spontánní, což v totalitní době nebylo zvykem - vše bylo dopředu připraveno, neexistovala nepřipravenost mluveném projevu a jakékoli odklony od standardů byly nepřijatelné. Změny se týkaly také publicistiky – pronikaly zde prvky obecného jazyka, řeč se stala více emocionálně zbarvenou. Změny nastávaly v lidské písemné komunikaci, která ztrácela na intenzitě a byla nahrazena ústní formou. Jak už jsme uvedli před tím, hrubé chování lidí zapříčinilo pronikání snižené formy jazyka, zrušení cenzury bylo také nemálo vážným faktorem pro rozvoj tohoto jazykového nešvaru. Se zrušením cenzury začala být aktuální dříve tabuizovaná témata, např.: sex, antikoncepce, homosexualita a tak dále. Dalším aspektem pro současné Rusko je **otevřenost společnosti**. Otevřenost ruské společnosti se vysvětluje současnou ekonomikou a politikou. Spousta zahraničních firem a lidí pracuje v Ruské federaci, vízová politika a hranice jsou otevřené cizincům. Pro ruské občany je jednoduché cestování po světě, spousta studentů využívá možnosti cestování. Tento jev se stává velmi důležitým pro tvorbu nové slovní zásoby. Dochází k internacionalizaci jazyků. Díky tržní politice je větší sortiment výrobků, různých produktů, techniky, jiným slovem dochází k technické revoluci. Každý člověk má v domácnosti spotřebiče, bez kterých si už nedokáže představit každodenní bytí. Tato technická invaze má hned několik důsledků. Třeba mobilní telefon je pro současný svět nezbytnou nutností, ale okrádá nás o mezilidskou osobní komunikaci, způsobuje

zkracování řeči, vytváření různých slovních zkratk. Zásadou technického pokroku do ruského jazyka pronikají amerikanizmy (této problematice se budeme věnovat níže) (Стернин 2000: 4-16).

Jak jsme naznačili výše, nová slovní zásoba se tvoří přejímáním. Rozdělujeme dva způsoby: **přejímky vnitřní** (z nespisovných výrazů - ruské просторечие, dialektismy, žargonu) a také **přejímky vnější** (především z anglického jazyka) (Костомаров 1999: 42).

1.2.1 ПРЕЖИМКИ ВНИТРНИ

1.2.1.1 ТЕРИТОРИАЛНИ ДИАЛЕКТ

Dialekt neboli nářečí je útvar národního jazyka, který je příslušný především lidem žijícím na stejném území-teritoriu (Трусова 2005: 8). Podle lingvistického encyklopedického slovníku „территориальный диалект всегда представляет собой часть целого — данного языка или одного из его диалектов. Поэтому диалект всегда противопоставлен другому диалекту или другим диалектам, объединяясь с ними целым рядом общих языковых черт“ (<http://tapemark.narod.ru/les/132d.html>).

Je zajímavé, že dialektismy (typická slova pro místní nářečí) používají převážně ženy starší generace žijících na venkově. Jsou to výrazy, které se používají pro běžnou, neformální komunikaci. (Ивашко 2002: 231-232). Nejzřetelnější rozdíl u dialektismů je slovní zásoba. Jeden a ten samý předmět se může nazývat různě, záleží totiž na teritoriu daného nářečí: *белка-векша, гора – сопка, конь – лошадь, изба- хата*. Nebo naopak stejné slovo může vyjadřovat různé jevy a předměty: „*калуга – топь (по-тверски), полуостров (по-тульски), садок для рыбы (по-архангельски)*“ (Трусова 2005: 9).

Nyní bychom chtěli uvést příklady dialektismů, které se časem přeměnily, přestaly být typické pouze pro úzkou skupinu obyvatel a začaly být používány širokým spektrem lidí. Například dříve dialektické výrazy: „*бахча*“, „*доярка*“, „*нудный*“, „*чащоба*“ se staly právoplatnými spisovnými slovy, zatímco slova „*детвора*“, „*балаболка*“, „*баламут*“, „*болтать*“, „*задира*“ můžeme zařadit do hovorových, vyjadřující expresivní zbarvení.

1.2.1.2 NESPISOVNÁ MLUVA - ПРОСТОРЕЧИЕ

Просторечие je nespisovná varianta jazyka, která je typická pro málo vzdělanou společnost (Tamtéž: 18). Podle jazykovědce L. P. Krysinа просторечие je velmi unikátní druh národního ruského jazyka. Jestliže jsme se před tím bavili o národním jazyce a teritoriálních dialektech, tak ve všech světových jazycích tyto jevy mají své analogické příklady, ale pojem просторечие nenajdeme ani v anglickém nonstandard nebo illiterate speech, ani ve francouzském langue populaire, ani v jiných světových jazycích. Asi nejvíce vystihuje tento pojem obecná čeština (Крысин 2004: 346). Ale hned v zápětí Krysin upozorňuje na jeden zásadní rozdíl, kdy obecnou češtinou mohou mluvit vzdělaní lidé v bezprostředních každodenních situacích, zatímco ruskému vzdělanému člověku je používání просторечия přímo zakázáno, vypovídalo by to o jeho špatné jazykové kultuře (Tamtéž).

Imitaci просторечия můžeme potkat například v dílech velikých ruských autorů. A.P. Pavlovič ve své povídce Ванька Жуков napsal: „*И ейной харей в мою морду тыкает*“ nebo М. Зощенко: „*А нес ее разберет – мамаша или папаша*“ (Трусова 2005: 18). Chyby v této mluvě jsou všude přítomné: ve fonetické, gramatické nebo lexické rovině. Fonetické nesprávnosti v просторечии: *магазин* (вместо *магазин*), *выбора* (вместо *выборы*), *танцовщица* (вместо *танцовщица*), *интриганТ* (вместо *интриган*), *километр* (вместо *километр*). Lidé často užívají i tyto nesprávné formy: *оплатите за проезд* (вместо *оплатите проезд*), *ложки* (вместо *клади*), *мальчуковый* (вместо *мальчиковый*), *у ней* (вместо *у нее*) (Tamtéž).

A protože просторечие je velmi různorodý fenomén, můžeme se bavit o dalších skupinách jazykových jednotek. První skupina představuje expresivní jazykový charakter. Jsou to slova blízká hovorovým jednotkám a v lingvistických slovnících vystupují s různými vysvětlivkami. Uvedeme příklady jako: *мужик* (прост.) – просторечное, *шастать* (прост. неодобр.) – неодобрительное, *рыло* (прост. бран.) – бранное (Tamtéž: 19). Druhá skupina se také vyznačuje expresivními vlastnostmi, ale je to velmi vulgární a nepřístojná lexika. Řadíme sem ruské sprosté výrazy (русский мат, матерщина). Další skupina se nazývá **молодое просторечие**. Jazykovědci prozrazují, že tato slova a výrazy buď již získaly nebo získají všeobecné uplatnění v jazyce. Jedná se o následující obraty: *доставать*, *прибабахи*, *катить бочку*, *обалдеть* (Tamtéž: 20).

1.2.1.3 ŽARGON

Další skupina vnitřních přejímek je velmi pestrá a zajímavá. Podle Trusové **žargon** (franc. jargon) je univerzální termín pro jazyky různých sociálních skupin, kteří svou mluvu chtějí odlišit od zbytku společnosti: **profesní žargon**, **zlodějský žargon**, **mládežnický žargon**, můžeme se však setkat i s pojmem argot – slovní zásoba charakteristická pro spodinu společnosti, jež má příslušníky určité sociální třídy udržet v utajení (Трусова 2005: 11).

Žargon můžeme tedy rozdělit na **profesní** (podle povolání) a na **sociálně skupinový**. Již od svého začátku byl žargon tajným jazykem. Lidé byli nuceni ho vymyslet a používat, aby uchovali tajemství a kouzlo svého řemesla. Stejně tak i kriminální zločinci potřebovali mít jistotu, že utají informace před nezasvěcenými posluchači a díky jim známe výrazy jako: *шкеры* – boční kapsy, *шурман* - vnitřní kapsa. Samozřejmě, že tajný jazyk je velká výhoda pro šifrování informace, ale podle psychologů a lingvistů, včetně D. S. Lichačeva, je naivní si myslet, že šifrovaný jazyk pomůže utajit obsah sdělení před nezasvěcenými posluchači, spíše naopak může zločince prozradit. Proto je lepší mluvit žargonem mezi „svými“ bez přítomnosti cizích lidí. (Тамтэж).

L. I. Stěpanova se ve svém článku „О новых процессах в современном русском языке“ zmiňuje o pronikání žargonismů do ruského jazyka, které nastalo již ve dvacátých a padesátých letech minulého století (IN: Cizí jazyky. roč. 39, 1995/96). Nynější situaci však přirovnává k devadesátým létům minulého století – době, kdy byla velmi populární zlodějská mluva (Stěpanova 2011: 3).

Velmi oblíbené slovo v současné době je *беспредел*. Zmíněný výraz je původem z kriminálního žargonu a označuje skupinu zlodějů, kteří přestali dodržovat zlodějské zákony. V současných tištěných médiích je toto slovo velmi oblíbené a znamená totální chaos, bezpráví: *царит беспредел, беспредельный молодежак*. Zatímco slovo *беспредел* je negativní, další slovo přejaté z mluvy kriminálního podsvětí, které je populární v současné ruštině, představuje pozitivní ráz. Slovo *тусовка* se vžilo do současné ruštiny a označuje schůzku, setkání – *молодежные тусовки* („scuk“ mladých lidí, večírky pro mladé), *деловые тусовки* (obchodní schůzka). Používá se i sloveso *тусоваться* - *мальчишки любят тусоваться в лабораториях* (o studentech, kteří chodí pracovat nebo studovat do univerzitních laboratoří). Módní výraz soudobé ruštiny je *разборка*,

vzniklo ze slovesa *разбираться* - řešit, vyjasňovat věci. Jsou častá slovní spojení jako například: *межнациональные разборки, мафиозные разборки, кровавые разборки* (Tamtéž).

Jazyk uličních prodavačů obohatil ruský jazyk o nové pojmenování peněz. Obecně peníze, „prachy“ – *бабки*, měna - *баксы*, velká peněžní částka - *круглая сумма*, milion – *лимон*, miliarda - *арбуз* (Tamtéž).

Pro anglický městský žargon známe termín **slang**. V ruském jazyce je však význam slangu jiný a definuje mluvu mladých lidí, ale i jiných sociálních skupin. Na rozdíl od všech předchozích druhů žargonu, slang není určen k šifrování řeči. Účel je opačný, jazyk má vyjadřovat osobitý postoj, například mládeže (Трысова 2005: 12).

Slangem mluví studenti středních škol, vysokých škol, pracující mladí lidé. Vesměs jsou to lidé ve věkovém rozmezí 20 - 35 let. Věkové a sociální rozlišení lidí mluvících slangem je velmi důležité pro jeho vývoj. Můžeme totiž hovořit jak o studentském, školním slangu, tak třeba i o pracovním. Tyto druhy mají všeobecně velmi podobný lexikon a frazeologii a liší se od sebe speciálními výrazy, které jsou bezprostředně spojené se studentským nebo pracovním životem (Ивашко 2002: 246).

Slang obohacuje řeč o výrazy, které literárnímu jazyku chybí. Každá generace se snaží odlišit svou mluvu ne jenom od jazyka dospělých, ale dokonce i od předchozí generace. Na základě toho můžeme představit slangové výrazy představující jednu a tu samou věc, ale jejich množství užívání záleží na době: dřív *чувиха – герла, предки - пренты, кореш, френд - приятель*. V 50. letech byla velmi moderní přídavná slova a příslovce *железный, железно, потрысный, дико*, mimochodem převzatá rovněž z mluvy zlodějů, v současnosti nejsou zajímavá a nahrazují je výrazy *фирмовый, фирма, обалденный*. Neustálé obměnění a změna lexikálních jednotek je hlavním rysem mládežnického slangu, a to ne jenom ruského. V současné době je velmi populární přejímání a rusifikace anglojazyčných lexik: *трузера* (из англ. trousers), *дансить* (из англ. dance), *ворковать* (из англ. work) nebo *шузы* (из англ. shoes) – boty (Tamtéž: 248).

Závěrem této podkapitoly bychom chtěli upozornit na důležitost těchto jevů pro vývoj současného ruského jazyka. Lingvistická podstata slangu tkví v jazykové hře, metaforizaci slovních významů s cílem vytvořit nové, expresivnězabarvené jazykové jednotky. Poněvadž spektrum lidí mluvících slangem nebo jiným žargonem je různorodé a aktivní, dochází k pronikání žargonových výrazů do jiných podsystémů jazyka. Žargonové výrazy jsou velmi rozšířené v просторечии, pronikají i do mluveného

literárního jazyka, a proto lingvisté mluví o „**жаргонизации интеллигентской речи**“ (Тамtéž).

1.2.2 VNĚJŠÍ PŘEJÍMKY

Přejímání slov z cizích jazyků není nový jev. V 18. století byl ruský jazyk ovlivňován francouzským jazykem. Nová doba ale sebou přinesla změny, které se odrazily i v jazykové rovině. Podle V. G. Kosomarova se situace, jež nastala v 18. století, opakuje i nyní, avšak už to není francouzština, ale angličtina, co ovlivňuje současný ruský jazyk nejvíce. Z jeho tvrzení vyplývá, že právě Spojené státy americké jsou pro spoustu lidí, především mladou generaci, pomyslným centrem technického, ekonomického a estetického rozvoje. Ačkoli všeobecně ruská povaha není vstřícná k přejímání slov z cizích jazyků, samotný jazyk má velkou výbavu pro to, aby se cizí slovo mohlo dobře asimilovat v ruštině. Díky spoustě prefixů a koncovek z *видеокассетный плеер* se rázem může stát *видик*. Ve slově *бизнесмен* stačí přidat koncovku ženského rodu a máme nové slovo *бизнесменка* (Костомаров 1999: 110).

Přejímání z angličtiny je především módní a populární záležitost. Jsou zde ale ještě jiné příčiny, proč přejímat slova, když ruský jazyk má vlastní bohatou slovní zásobu?

Touto otázkou se zabýval jazykovědec L. P. Krysin ve své publikaci „Русское слово, своё и чужое“ a vymezil několik hlavních faktorů ovlivňujících přejímání cizích slov:

- **potřeba pojmenování nové věci:** *автобáн* (něm. Autobahn) *широкая магистраль с высококачественным дорожным покрытием для скоростного движения автомобилей*. Toto slovo se používá v kontextu zahraničního silničního provozu, protože v současné době v Ruské federaci takové silnice nejsou anebo je jich velmi málo. *Блейзер* (angl. blazer) – *особого покроя приталенный пиджак*.
- **potřeba rozlišení významu slov:** *имидж* (angl. image „образ“) – záměrně vytvořený obraz někoho, který má vyvolat dojem na veřejnost (image herce, politika, moderátora) – tato definice je určitě více specifická a přesná než ruský ekvivalent *образ, облик*. Další rozdíly: *сервис* и *обслуживание*, *комфорт* и *уют*, *информация* и *сообщение*.

- **nahrazení slovního spojení jedním slovem:** například slovo *йти* nahrazuje slovní spojení *снежный человек*; *хайджекер* - *угощик самолета* nebo *электорат* - *совокупность избирателей*.
- **potřeba odborného pojmenování:** *маркетинг (рынок)*, *менеджмент (управление)*, *киллер (профессиональный, наемный убийца)*.
- **potřeba nahrazení slova eufemizmem** (někdy čistě z psychologického hlediska, cizí slovo pomáhá skrýt nepříjemný nebo přímý význam slova): *педикулез (вшивость)*, *канцер (рак)*, *гениталии (половые органы)*.
- **snaha užívat moderní, populární slova:** mezi přejatými slovy zní anglicizmy velmi prestižně. Dokonce i ruský ekvivalent (nebo třeba překlad) se potom jeví poněkud povznešeně. Jako příklad uvedeme slovo *презентация* - *это не просто представление чего-либо, а торжественная акция*; *слаксы*- *это не просто широкие брюки, а непременно модные широкие брюки* a nebo dokonce slovo *консалтинг* zní lépe než již v ruštině vžitě slovo se stejným kořenem a významem *консультирование* (Крысин 2004: 190-197).

1.2.2.1 POČÍTAČOVÝ SLANG

V následujících odstavcích bychom chtěli popsat jazykový podsystém, který se vyvinul spolu s rozvojem počítačů. Ruská lingvistka N. S. Valgina ve své knize „Активные процессы в современном русском языке“ charakterizuje počítačový jazyk jako profesní slang, který je velmi blízký hovorové řeči a disponuje velikou odbornou technickou slovní zásobou. Počítačový slang obsahuje spoustu specifických slov a hlavně výrazů převzatých z anglického jazyka. A protože je oblast počítačové techniky velmi aktivní a neustále se rozvíjí, stejně tak i počítačový jazyk prochází mnohdy nejružnějšími změnami (Валгина 2003: 60).

Z morfologického hlediska tvorba slov probíhá převážně **kombinací ruského a anglického kořene slova** anebo **spojováním anglického kořene slova a odvozováním pomocí prefixů, sufixů**. Často dochází k **metaforickému přenášení mezinárodních technických termínů**. Abychom lépe pochopili tento proces, uvedeme zde několik příkladů: *клава (клавиатура)*, *топтать клавишу (вводить данные с клавиатуры)*, *быкапить (англ. buck up- дублировать, делать копию)*, *смайлики (англ. smile- улыбка)*, *баг (англ. bug- жучок, вирус, ошибка)*, *Айболит (программа*

антивирус Aidtest). V souvislosti s Internetem se mnohá slova doslovně překládají - *live video* (*живое видео*), vzniká spousta nových ruských sloves odvozených od anglických slov - *чатиться* (*англ. chat- болтать*) nebo *крэкать* (*англ. crack- взламывать программы*) (Tamtéž).

V současné době zaznamenáváme velký komunikační boom prostřednictvím počítačových technologií. Vznikají nové způsoby a metody mezilidské komunikace a tento proces se samozřejmě odráží i v jazykové rovině. Nové formy dorozumívání se jsou všude přítomné a hlavně oblíbené mezi mladou generací studentů, a proto můžeme pronikání počítačového slangu do ruského jazyka považovat za nevyhnutelné (Tamtéž).

1.2.3 NÁVRAT ZAPOMENUTÝCH SLOV DO SOUČASNÉ RUŠTINY

L. I. Stěpanova ve svém článku pro časopis *Cizí jazyky* poukazuje na návrat některých dříve nepoužívaných slov do současného ruského jazyka. Po pádu Sovětského svazu nastala potřeba rozlišovat výrazy **русский** и **российский**. Slovo *русский* nyní používáme v kontextu ruského etnika (*ruské písně, ruská kultura*), zatímco slovo *российский* užíváme v souvislosti s něčím, co se vztahuje k Rusku jako mnoha milionovému státu s pestrým etnickým obyvatelstvem (*российский парламент, российские законы*). Do roku 1985 byla ve slovnících tato slova s poznámkou zastaralá, jelikož se používala velmi zřídka. Rusové, kteří se po velkém politickém převratu ocitli za hranicemi Ruska, se nazývají *русскоязычное население*, známe i výraz *англыязычный* - obecný výraz pro anglicky mluvící cizince. Nová pojmenování se vztahují i na jiné národy - Arméni, Gruzinci, Čečenci, zkrátka lidé žijící na území Kavkazu se označují jako *лица кавказской национальности*. Tento výraz je spíše negativního rázu, což se vysvětluje kriminálním chováním některých jedinců kavkazských etnik v minulosti (IN: *Cizí jazyky* roč. 39, 1995/1996, číslo 3-4).

Do současného povědomí se vrací i slova existující do roku 1917, která byla později zapomenutá nebo se používala v kontextu kapitalistických zemí, jsou to například: *гимназия, лицей, колледж, губернёр, безработица, жить за чертой бедности, приют* a tak dále (Tamtéž).

1.3 STYLISTIKA

Naše práce je založená na jazykovém výzkumu prostřednictvím ruských časopisů pro mládež. Proto jsme se rozhodli věnovat prostor stylistice a publicistickému stylu a ukázat si, jaké tendence probíhají v současném publicistickém stylu neboli v jazyku hromadných sdělovacích prostředku.

Stylistika je vědní disciplína zabývající se funkčními styly řeči a zvláštnostmi užívání různých jazykových prostředků (Савко 2004: 287). Stylistika jako vědní disciplína se začala formovat ve 20. a 30. letech 20. století. Obecná stylistika má také jedno důležité odvětví – **funkční stylistiku**, která se začala vytvářet až později (v 50. letech) a zabývá se funkcemi textu. Funkční stylistika zkoumá principy výběru vhodných jazykových prostředků a jejich následné správné užívání v kontextu, tím pádem se vytváří takzvané organizování řeči (Кожина 2008: 9-39).

1.3.1 FUNKČNÍ STYLY

Jak již bylo naznačeno, funkční stylistika je odvětví obecné stylistiky a zabývá se funkčními styly, učí nás o správnosti výběru jistých jazykových prostředků v různých komunikačních situacích. Učebnice ruského jazyka nám přináší následující definici funkčních stylu řeči: „это относительно устойчивые разновидности речи, обслуживающие различные сферы общения, характеризующиеся определенными отличительными чертами и спецификой использования языковых средств, обусловленными речевой ситуацией“ (Савко 2004: 287). Z definice tedy vyplývá, že v různých situacích a za různých okolností vybíráme v komunikaci různé jazykové prostředky.

Vymezuje tedy 5 hlavních funkčních stylů:

- **Odborný styl** (funkce sdělení) – styl řeči, který je příznačný pro oblast vědy, vzdělání, techniky. Výrazné rysy pro tento styl jsou: nezaujatost, objektivita autora a logický výklad, který přináší hodně informací.
- **Administrativní styl** (funkce sdělení) – styl řeči sloužící pro obchodní vztahy, je to jazyk zákonů, různých typů nařízení. Projevuje se převážně v písemné formě. Administrativní styl se vyznačuje velkou strohostí a konkrétností.

- **Umělecký styl** (funkce komunikační a estetická) – styl řeči popisující společenské dění, život. Hlavní úlohou tohoto stylu je popsání události, předání zážitků, autor vyjadřuje své pocity a dochází ke komunikaci mezi příjemcem zprávy a komunikátorem.
- **Hovorový styl** (funkce kontaktu, komunikace) – tento styl využíváme každodenně při běžné neoficiální komunikaci. Hlavní funkcí tohoto stylu je komunikace, nabízí se především v hovorové formě, ale lze se s ním setkat i v písemné podobě. Hlavními žánry jsou: beseda, povídka, vzkaz, dopis nebo třeba vzkaz na záznamníku.
- **Publicistický styl** (funkce působení a sdělení) – styl řeči sloužící především sféře hromadných sdělovacích prostředků. V publicistickém stylu je nejdůležitější zapůsobit na příjemce informací, na jeho city a také ho informovat o aktuálním tématu. Publicistický styl je příznačný pro časopisy, noviny, rádio, televizi anebo internet (Савко 2004: 287-307).

Z našeho popisu funkčních stylů můžeme shrnout důležité poznatky. Především to, že každý styl se vyznačuje jinými jazykovými prostředky, používají se v odlišných situacích a všechny mají různé funkce. Jazyk funkčních stylů nebo také jinak řečeno jazykové styly nám tedy prozrazují o sféře života, ve kterém probíhá rozhovor, nebo jejich prostřednictvím charakterizujeme životní situaci. Každý funkční styl má stanovené jazykové prvky, zákonitosti (slova, frazeologismy, morfologické formy a syntaxické konstrukce) a vhodný výběr je podmíněný formou komunikace a situací (Солганик, 2005, 6).

Avšak podle ruských jazykovědců současný stav ruské stylistiky je špatný. Ruský lingvista V. G. Kostomarov ve své knize „Языковой вкус эпохи“, kde popisuje současné jazykové procesy v ruském jazyce, mluví o alarmujícím stavu jazykové kultury a dokonce o degradaci ruského jazyka, především v publicistickém stylu (Костомаров, Языковой вкус эпохи: 1999).

V následující kapitole bychom chtěli nastínit zásadní tendence v současném publicistickém stylu, a to jak ovlivňují ruský jazyk.

1.3.1.1 PUBLICISTICKÝ STYL

Jelikož se v této práci zabýváme jazykem hromadných sdělovacích prostředků pro mládež, který má určitě vliv na výskyt nové slovní zásoby, je ze stylistického a jazykového hlediska tento funkční styl pro nás velmi zajímavý.

Jak jsme již naznačili předtím, **publicistický styl**, někdy se používá také výraz **hromadné sdělovací prostředky**, je styl charakteristický pro noviny, rádio, televizi, reklamu nebo řečnický projev. Hlavním cílem tohoto funkčního stylu je informovat a zapůsobit na příjemce informací, přičemž je hromadný. Ať jsou to žurnalisté, televizní hlasatelé či moderátoři v rádiu, všichni by se měli řídit předepsanými jazykovými standardy, které jsou příslušné pro různé žánry, ať je to interview, vystoupení na společenské akci anebo reportáž a při pomoci expresivních výrazů vyzdvihnout hlavní myšlenku a přímé hodnocení aktuálně popisovaného tématu. Na základě uvedených poznatků se nám nabízí v publicistickém stylu zajímavý obraz autora. Z jedné strany je to člověk, který se zabývá společenských děním ve světě a prezentuje kolektivní mínění. Z druhé strany zde lze vyzorovat charakter autora jako člověka, neboť má možnost individuálního výběru prostředků k sebevyjádření se. Můžeme tedy s jistotou říci, že v současné publicistice nastává svoboda slova, jazykového projevu (Солганик 2005: 21). Ale je vůbec tato tendence pozitivní pro vývoj ruského jazyka?

V knize „Языковой вкус эпохи“ V. G. Kostomarov uvádí, že v současné stylistice dochází ke stírání hranic mezi různými styly, ignorují se rozdílné typy řeči. V módě začaly být slovní hříčky, podivné kombinace slov a neobvyklá stylistická spojení. Podle něj všechny tyto aspekty negativně ovlivňují ruskou stylistiku a deformují stylistická pravidla (Костомаров 1999: 44).

Nastává doba pro nové výrazy, často dochází k autorským inovacím různého druhu. Například jsou to slova jako: *стервис* (*стерва* + *сервис*), *пофигист* (*человек, которого ничто не трогает*), nová spojení politického charakteru: *гайдарономика*, *катастройка*, *бывшевики*. Dalším trendem je obnovování stávající slovní zásoby: *грузовой вагон*, *грузовой поезд* místo *товарного*, *до встречи* místo tradičního *до свидания* nebo stále častěji se používá výraz *вести*, *новости* místo *известия*, *последние сообщения*. Proč tomu tak je? Odpověď je jednoduchá: když je něco stereotypní a nudné, chce to změnu. Tyto výrazy se staly příliš všedními, proto došlo k jejich nahrazení. V současném jazyce hromadných sdělovacích prostředků se na diváka

často hrnou fráze typu: *Вы смотрите Красный квадрат, Оставайтесь с нами, Мы вернемся после рекламы*. Najednou nastává pocit, jakoby média diváka vítala a zároveň o něco žádala. Ve skutečnosti to tak je, žádají si jeho pozornost. Dost často se objevují heslovité nadpisy a velmi oblíbená taktika je dialogičnost s čtenářem. O pronikání anglicizmů do ruského jazyka jsme již psali v souvislosti s obohacováním slovní zásoby, fenomén anglického jazyka se objevuje taktéž v jazyce hromadných sdělovacích prostředků. Ne že by přímo nahrazoval ruské výrazy, ale dochází k zvláštním stylistickým změnám, které navozují pocit, jako kdyby to bylo „**na americký způsob**“. Pro lepší pochopení, uvedeme příklad: *С вами Авторадио, Пусть безопасен будет ваш путь!* (místo stylisticky správné varianty: *Вы слушаете Авторадио. Желаем счастливого пути!*).

Do publicistického stylu, stejně tak jako do všech rovin ruského jazyka pronikají nespisovná, slangová slova. Podle Kostomarova a dalších jazykovědců právě nespisovná lexika ohrožují nejvíc ruskou jazykovou kulturu. Chtěli bychom uvést myšlenku ruské lingvisty Laptěvé, která se k této problematice vyjádřila následovně: „На арене русского языка сейчас разворачиваются драматические события. Разговорная речь отвоевывает все новые позиции“ (Tamtéž: 63). Podle způsobu psaní nebo vyjadřování se autora můžeme ledacos o něm zjistit. Na následujícím příkladu bychom chtěli ukázat špatné jazykové chování autora, můžeme mluvit dokonce o profesním selhání a o velmi nevhodném výběru jazykových prostředků: *За полтора часа до убийства отца сынок перочинным ножом уже успел тыжело ранить собутельника, с которым коротал рождественский вечерок. Тем же ножичком он и порешил родного папульку*. Tento úryvek jasně pojednává o tragických událostech a nevhodný výběr slov působí dokonce nemorálně (Tamtéž: 44-74). Problematika špatné kultury jazyka v hromadných sdělovacích prostředcích je velmi rozsáhlá a podobných nešvarů bychom mohli uvádět spoustu, ale na závěr této kapitoly bychom chtěli podotknout, že v současné době dochází ke svobodě projevu, řeč hromadných sdělovacích prostředku je jiná než dřív, žurnalisté, autoři, moderátoři nemají skoro žádná tabuizovaná témata, jak tomu bylo za totalitního režimu. Módní se stává to, co je jiné, i když často za cenu toho, že právě tyto odlišnosti a inovace různého typunarušují jazykový standard. Ale jako potěšující zprávu bychom nakonec chtěli citovat jazykovědce Širjajeva, který současnou situaci nevidí tolik černě: „Я думаю, что никакого упадка, оскуднения и вырождения русского языка не происходит. Происходит другое: падает или выявляется уже надшая культура владения языком. Наряду с чрезычайно недоброкачественными

текстами во всех функциональных разновидностях, и в письменной, и в устной реализации, существуют и множатся, особенно в публицистике, образцовые тексты. Именно в наше время много ярче и оригинальней проявляет себя индивидуальность языковой личности, что для языка- первоначально“ (Земская: 1968).

1.4 RUSKÁ MLÁDEŽ A MLÁDEŽNICKÉ ČASOPISY

1.4.1 RUSKÁ MLÁDEŽ – ZNAKY A SYMBOLY

Abychom lépe pochopili slovní zásobu v časopisech pro mladé lidi, je třeba charakterizovat mládež jako sociální skupinu. Již jsme se zmiňovali o tom, že mladá generace se ráda odlišuje od zbytku společnosti, a to je také jeden z hlavních rysů mladých lidí. Pro lepší charakteristiku jsme shrnuli poznatky o symbolech a znacích, které jsou pro mladé lidi nejvíce typické. Jako zdroj pro čerpání informací jsme zvolili Encyklopedii humanitních věd.

Obecně můžeme říct, že znaky a symboly příslušné mladým lidem je odlišují od jiných sociálních skupin. Z historie víme, že každá doba sebou přinášela jisté změny v oblékání, účesech: dlouhé, krátké vlasy, v době popularity skupiny Beatles spousta mladých lidí kopírovala účes členů skupiny nebo způsob oblékání, protože to bylo moderní, mládež chtěla být zajímavá, jiná než ostatní (http://www.zpu-journal.ru/zpu/2005_3/Lukov_Val2/31.pdf).

Odlišnosti mezi mladými a dospělými můžeme pocítit ve způsobu oblékání, péči o sebe, stravovacích návycích, způsobu mluvení, hudebním vkusu, trávení volného času. Mohli bychom uvést nespočet dalších příkladů, které charakterizují současnou mládež, avšak důležité je, že právě na principu „naše“ a „cizí (jiné)“ funguje diferenciací mládeže od ostatní společnosti. Mládež jako sociální skupina se nejrychleji vyvíjí a reaguje na společenské a technické změny v životě, proto jazyk mládeže se rozvíjí nejvíce a hromadné sdělovací prostředky pro mladé lidi musí být také aktivní a kreativní, aby pro ně byla zajímavá (Tamtéž).

V následující kapitole představíme časopisy, které jsme použili pro výzkum jazykového materiálu.

1.4.2 RUSKÉ ČASOPISY PRO MLÁDEŽ

COSMOPOLITAN

Cosmopolitan je mezinárodní měsíční časopis pro ženy. Poprvé vyšel ve Spojených státech v roce 1886, v Rusku vychází od roku 1994 v objemu 865 000 výtisků. Oficiální webové stránky v ruském jazyce: www.cosmo.ru

Obsah tvoří následující rubriky:

- cosmo shopping
 - ты&он
 - все о нем
 - интервью
 - твоя жизнь
 - непростая история
 - дневники
 - твоя карьера
 - сексех
 - мода&красота
 - твое здоровье
 - cosmo-чтение
 - рубрики
- (Cosmopolitan 5/2012)

ROLLING STONE

Rollin Stone je jeden z nejautoritativnějších hudebních časopisů, který původně vznikl také ve Spojených státech amerických v roce 1967. V Rusku se objevil až v roce 2004. Toto periodikum je velmi oblíbené mezi mladými lidmi zajímajícími se o hudební kulturu různých žánrů. Oficiální webové stránky v ruském jazyce: www.rollingstone.ru.

Obsah časopisu je následující:

- Про явления
- Ближний свет
- Интервью RS
- Политинформация
- Ники Минаж
- Собаки Детройта
- Тату Конвенция
- Образ жизни

- Джимми Айовин
- Ротреуа
- Главное в роке
- Архив
- RS-стиль
- Обзоры
- Чарты и корреспонденция
(Rolling Stone 5/2012)

T3

Tento časopis se zajímavým názvem je určený všem, kteří se zajímají o techniku a současné trendy v oblasti „chytrých věcí“. Ať už jste milovník chytrých mobilních telefonů, „nadupaných“ počítačů či tabletů, anebo se pouze zajímáte o novinky ve světě technologií, každý si najdete něco pro sebe. Oficiální webová stránka časopisu: <http://www.t3.ru/>

Časopis obsahuje následující rubriky:

- радар
- play
- мнения
- горячая сотня
- tech life
- тесты
- av home
(T3 5/2012)

GLAMOUR

Již podle názvu časopisu můžeme předpokládat charakter tohoto periodika. Je to glancový časopis pro slečny a ženy, který vychází skoro ve všech zemích světa jednou měsíčně. Rovněž vznikl v Americe a v Rusku se dostal do povědomí až v roce 2004. Oficiální webová stránka časopisu je následující: www.glamour.ru

Obsah Glamour nám nabízí následující témata:

- темы с обложки
- glamourama
- секс
- тело
- психо
- деньги
- карьера
- экспресс
- сюжеты
- монитор
- мода и красота
- стиль жизни
- в каждом номере
(glamour 5/2012)

Bravo, Oops!, COOL

Vyjmenované časopisy jsme zařadili do jedné skupiny, protože všechny tři jsou určeny pro teenagery a svým obsahem se velmi shodují. V Rusku jsou tyto časopisy mezi mládeží velmi populární. Uvedeme si pro ukázkou vybraná témata ze všech tří časopisů:

- Чарт-news
- Футтики
- Гороскоп
- Starmix
- Школа любви
- Тест
- Репортаж
- Отношения
- Звезды
(Bravo 51, 21/12/2005;
COOL 21, 19/05/2008;
Oops! 10/2012)

Výše uvedená tištěná média jsou jen zlomkem toho, kolik časopisů je v dnešní době na trhu pro mládež. Snažili jsme se vybírat odlišné druhy časopisů, abychom mohli obsáhnout co nejširší spektrum témat pro mládež. Rubriky a obsah časopisů vypovídají o tom, co současnou mládež zajímá. Jsou to především **vztahy, oblečení, móda, jídlo, sex, celebrity, sport, životní styl, objevují se rozhovory se známými lidmi**. Skoro v každém časopise je rubrika typu Napište nám, kdy se redakce snaží navázat kontakt

se čtenářem a navodit mu dojem, že se časopis o něj zajímá a hlavně, že mu může pomoci s jeho problémem. Spousta výtisku měla jako přílohu dárek (kosmetické vzorky, nálepky), či uvnitř poster s hudební hvězdou či slavným hercem/herečkou.

2. PRAKTICKÁ ČÁST

Cílem naší práce bylo zkoumat novou slovní zásobu ve vybraných časopisech pro mládež. V praktické části bakalářské práce bychom chtěli ukázat a popsat výsledek našeho lingvistického výzkumu. Z časopisu COSMOPOLITAN, Glamour, Rolling Stones, T3, Bravo, Oops!, COOL a internetového týdeníku www.bg.ru jsme vybrali 300 výrazů, které jsou nové v ruském jazyce. Excerpce jsme rozdělili na dvě velké skupiny: slova původní ruská a přejímky z cizích jazyků. U původních ruských slov jsme třídění rozšířili na kategorie podle témat. Přejímky z cizích jazyků jsme rozdělili podle toho, z jakého jazyka bylo slovo přejato. Dále jsme veškerý již roztříděný materiál kategorizovali podle témat týkajících se módy, životního stylu, vztahů, hudby, oblečení atd. S jistotou můžeme říct, že větší část excerpčního materiálu je přejatá z anglického jazyka, vyskytují se i nová ruská slova, avšak jsou tvořeny převážně sematickou změnou, tudíž došlo ke změně významu slova.

Kategorizace excerpčního materiálu nebyla jednoduchá, museli jsme spoustu slov ověřovat podle slovníku, aby nedošlo k chybnému zařazení. Vybereme zajímavé jazykové prvky z každé skupiny, přeložíme je do českého jazyka, v některých případech jsme slova uvedli v kontextu pro lepší pochopení. Také jsme neváhali použít ilustrace stejně tak, jak to dělají autoři v mládežnických časopisech.

2.1 SLOVA RUSKÉHO PŮVODU

Z kategorie **pojmenování osob** bychom uvedli následující příklady: *золотые девочки* - „zazobané dědičky“. Výraz vznikl odvozením od *золотая молодёжь* - zlatá mládež, což jsou mladí lidé, žijící na vysoké noze (Oops! 10/2012). Výraz pro označení kluka, mladíka - *чувак* (Oops! 1/2013). „Чувак - жаргонный (арготически окрашенный) синоним слова «парень». Возможно как обращение и как название вместо имени. Применимо к любому человеку мужского пола. Слово вошло в обиход в молодёжной среде начиная с 1960-х годов в период роста молодежной субкультуры «битников». Так называли друг друга последователи данной субкультуры. Соответствующей формой женского рода является *чубиха* (но как обращение к женщине является грубым)“ (<http://dic.academic.ru/>).

Z kategorie **techniky** (počítač, telefon, Internet) můžeme uvést následující příklady: *скачивать* - stahovat něco z Internetu (Bravo 51/2005) nebo *страничка* - webová stránka, „webovka“ (Oops! 10/2012). *Забить в телефон* - nainstalovat do telefonu (Tamtéž). *Железо* - hardware. „Впрочем, настоящему апгрейду подверглось не железо, а приложение iPhoto“ (ТЗ 5/2012).

Z oblasti **automobilového průmyslu** jsme zpozorovali výraz *внедорожник* - SUV (Rolling Stone 5/2012), který podle Большого толкового словаря русского языка má význam „osobní automobil s lepšími schopnostmi průjezdnosti“ (<http://dic.academic.ru>). *Авто* - tачка (Bravo 51/2002).

Z oblasti **financí** jsme se setkali s výrazem *пенíze* - бабло (Bravo 51/2002). *Пластик* – platební karta (Tamtéž).

Z kategorie **kinematografie** jsme vybrali výraz: *киношные лагеря* - filmová škola, tábor. Киношный je hovorové slovo, které označuje vztah někoho nebo něčeho k filmu, kinematografii. V časopise Glamour jsem tento výraz je v následujícím kontextu: „Киношные лагеря предлагают более разнообразные сюжеты“ (Glamour 6/2012).

Kategorie **životní styl** zahrnuje současné trendy v životě lidí. *Купонный сервис* - slevové portály. V současné době slevové portály zaznamenávají velký boom. Velmi výhodně lze koupit různé zboží nebo i služby. Slevové portály jsou převážně na Internetu (Tamtéž). Setkali jsme se s výrazem *клуб – квартирник*. V českém jazyce jsme nenašli přesný ekvivalent, dalo by se říct, že se jedná o menší kavárnu/klub s live koncerty, přičemž návštěvníci jsou lidé stejného zájmu "... уникальность и своеобразие квартирников как культурного явления заключается в том, что на них собираются по большей части милые и душевные люди, любящие примерно одинаковую музыку и настроенные спокойно посидеть-пообщаться (как друг с другом, так и с музыкантами) (http://uaparty.com/company/kvartirnik_kluba_kiev).

K následující oblasti patří slova charakteristická pro označení **večírku, párty**, např.: velmi oblíbené slovo mezi mládeží *тусовка* - párty, mejdan (Oops! 10/2012), sloveso *тусить* - pařit (Oops 10/2012) a také *тусовщик* - pařmen (Oops! 10/2012).

Následující slova jsou velmi **populární mezi mládeží** a obsahují hodnocení osob a jevů, např.: *крутой* - „hrubý“, „běsný“, svkvělý (Oops! 10/2012), také jeho synonymum *чумовой* (Bravo 51/2002) a *прикольный* (Oops! 10/2012). Výraz *отстой, отстойно* - hrůza, příšerné, blbost, výraz pro hodnocení něčeho, kdy výsledek je spíše negativní, který nestojí za nic. „Лейбл Сантиголд хотел, чтобы в работе над альбомом приняла

участие проверенные поп-хитмейкеры, но отношения с ними не сложились. „Отстойно получилось“, - говорит певица“ (Rolling Stone 5/2012). Populární je také sloveso *забить на* - nevěšmat si něčeho/někoho, nevěnovat pozornost (Rolling Stone 5/2012) nebo *порвать что-либо* - „rozsekat“, „zabit“, mít obrovský úspěch. „Видео, порвавшее интернет“ (Тамtéž). *Стёб* - vtípek, ironický výsměch (Bravo 51/2002). *Халява* - zadara, za nic. „Халява в твоём мобильном. Скачивай бесплатно“. Tento výraz je velmi oblíbený a často používaný jak mezi mladými lidmi, tak i mezi dospělými (Bravo 51/2002).

Z oblasti **ganstronomie** jsme vybrali zajímavý výraz: *ресторан молекулярной кухни* - restaurace s astronomickými cenami. „В кошельках бывают черные дыры, не иначе. Ты особо ничего не покупала, с Австралией по межгороду не говорила и в ресторан молекулярной кухни не ходила. Так где наличные?“, (Oops! 10/2012).

Setkali jsme se se slovem z kategorie **kosmetiky**: *тональник* - make up (Oops! 10/2012). Toto slovo vzniklo od тональный крем, přičemž za použití sufixu – ik došlo k zdrobnělé formě slova.

Kategorie **oblečení** přináší výraz *прикидон*. Je to slovo argotického původu a značí oděv, „hadry“ (Oops! 1/2013).

Z kategorie **reklamní slogany** jsme vybrali zajímavý výraz *яркошустрый-выразный* a rychlý (Rolling Stone май 2012). Dané slovo vzniklo spojením přídavných jmén *яркий* a *шустрый* a bylo použito v reklamě na automobil. Máme zde názornou ukázkou slovní hry - hesla, které slouží, aby upoutalo pozornost čtenáře.

V procesu našeho výzkumu nové slovní zásoby jsme se setkali s neutrálními, hovorovými a také slangovými výrazy.

Neutrální lexikum - „нейтральная лексика, общеупотребительная лексика, межстилевая лексика, - один из основных разрядов литературной лексики, наряду с книжной лексикой и разговорной лексикой; состоит из слов, имеющих распространение во всех функционально - стилистических вариантах литературного языка. Нейтральная лексика предназначена для констатирующего, безоценочного, нетерминологического обозначения предметов, понятий повседневной жизни, явлений природы, периодов жизни человека и состояний его жизнедеятельности, отрезков времени, мер длины, веса, объёма и т. п. Она лишена экспрессии, эмоциональных и социальных оценок“ (<http://ruskiyyazik.ru/521/>). Mezi excerpceovanými slovy se vyskytly následující výrazy: *ресторан молекулярной кухни, золотые девочки*.

Hovorové lexikum – „слова, употребляющиеся в непринужденной беседе, выделяющиеся на фоне нейтральной и книжной лексики“ (<http://dic.academic.ru>)
Jsou to například: *страничка, киношные лагеря, тональник, внедорожник*.

Slangové lexikum – „(жаргон, арг), разновидность языка, прежде всего лексика, модная в отдельных социальных группах, чаще молодёжных. Сленг использует ресурсы других языков, так, современный сленг изобилует американизмами“ (<http://dic.academic.ru>). Setkali jsme se s následujícími výrazy: *халява, тусовка, крутой, отстойный, прикольный*.

Dále bychom chtěli představit slova, která se zrodila v roce 2012. Jsou to **neologismy**. Z větší části vznik těchto nových slov je podmíněn novou společenskou či životní událostí. Jsou to následující výrazy: *Пушистый Иисус* - „načechraný Ježíš“.
„Пушистый Иисус — худшая реставрация в истории живописи. Сесилия Хименес, 80-летняя прихожанка храма в испанском городе Борха с разрешения настоятеля два года реставрировала фреску начала XX века Ессе Момо («Се человек») художника Элиаса Гарсиа Мартинеса. После усердной работы (что примечательно, на деньги внучки художника) фреска с изображением Иисуса Христа стала похожа на детский рисунок мохнатой обезьянки в капюшоне. Появление фотографий фрески «до» и «после» в испанской газете Heraldo привело к международному скандалu. Искусствоведы обрушились на несчастную старушку с проклятиями и требованиями немедленного спасения оригинала. Однако толпы блогеров со всего мира подняли кампанию в защиту пенсионерки, окрестив ее новым Модильяни, а ее труд — Ессе Момо («Се обезьянка»). Петицию в защиту смелой старушки на сайте change.org подписали более 20 тысяч человек. На сегодняшний день судьба «П.И.» остается под вопросом. Несмотря на истерику специалистов, в церковь потекли толпы туристов, что выгодно для прихода, да и потомки художника Мартинеса должны быть благодарны — по большому счету до «П.И.» о нем никто слыхом не слыхивал.“ (www.bg.ru). S výrazem *русский Брейвик* - ruský Breivik, jsme se setkali v kontextu události, které otřáslы Ruskem v loňském roce. Po motivu norského teroristy Anderse Behringa Breivika, ruský mladík zorganizoval útok, zabil a vážně zranil několik lidí (www.bg.ru).

Další kategorii jsme pojmenovali kalambúr neboli **slovní hříčka** a uvedeme zde příklad, se kterým jsme se seznámili: *путинг*- puting. Pozor, v žádném případě to není přejímka z anglického jazyka. Kořen slova je odvozený od Путин - V.V. Putin, ruský prezident + velmi oblíbená v poslední době koncovka – ing. Zmíněný výraz byl aktuální

v minulém roce v období předvolební prezidentské kampaň. Byly organizovány mítinky neboli „putingy“ na podporu V. V. Putina (www.bg.ru).

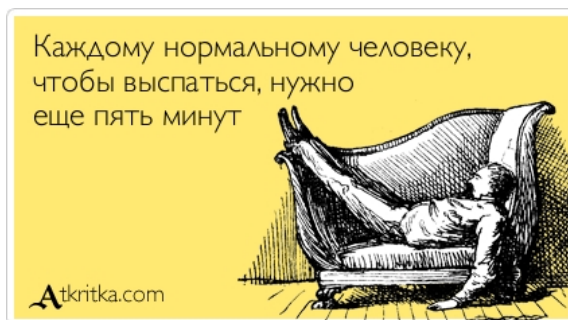
Tuto kategorii jsme pojmenovali jako **okřídlené výrazy**. *Влепить двушечку* - zavřít na dva roky. Tento výraz je spojený s kauzou Pussy Riot, kdy za nevhodné chování ve veřejných prostorech, prezident a autor výroku Vladimír Putin, odsoudil členky Pussy Riot na dva roky odnětí svobody. Příklad použití: „Да за твои вчерашние бесовские дрыганья после восьмой виски-колы, по-хорошему, можно было и двушечку влепить“ (www.bg.ru)

Kategorie slov, vznikajících **za pomocí** slovotvorné jednotky - **sifixu**. Příklad: slovo *нехочуха* - nechut' (Oops! 10/2012) je zajímavé z hlediska slovo tvorby. Výraz vznikl ze slovesa не хотеть a za pomocí sufixu –ух vzniklo podstatné jméno. Analogický příklad je třeba hovorový výraz předváděčka - *показуха*.

Zajímavá slovesa jsme kategorizovali do skupiny slov **s přeneseným významem** a nyní si uvedeme některé příklady: *закатить* - něco udělat, podniknout ve smyslu: „Я надеюсь, что они соберутся с силами и закатят мировое турне“ (Rollin Stone 5/2012). *Выстегивать* - potrestat někoho. „Круче всего парней выстегивает ограничение их драгоценной свободы“ (Oops! 10/2012). *Зацепить* - zavadit o něco, v našem případě slovo je v přeneseném smyslu a znamená zaujmout někoho (Oops! 10/2012). *Удариться в* - usilovně se o něco zajímat (Oops! 10/2012). *Прогореть* - zůstat bez peněz. „Так что не стоит кидаться в банк, который обещает тебе радужные перспективы в размере двадцати процентов годовых:есть риск, что учреждение может прогореть, и своих денег ты не увидишь“ (Oops! 10/2012).

Ve zkoumaném materiálu se vyskytly také **frazeologismy**: *Крыша едет* - bláznit a nebo je to stav, když někdo je do něčeho šílený. „Очень любит поесть и очень любит ходить по магазинам - у нее от этого просто совсем крыша съезжает“ (Bravo 51/2002). *Слетать с катушек* - šílet. Банда малолеток бросает Джека в ржавую машину и полностью слетает с катушек- крутой трек с нового альбома „Blunderbuss“, в лучших традициях хулиганства White Stripes (Rolling Stone 5/2012). *Уйти в штопор* - začít „chlastat“, pít příliš moc alkoholu; hádat se; ocitnout se v nepřijemné situaci. „Уйти в штопор - то есть в затяжной конфликт. Все разногласия нужно решать полюбовно“ (Glamour 6/2012).

Následující skupinu slov, kterou jsme zaznamenali v časopisech, bychom chtěli pojmenovat jako **žargon spodiny - жаргон падонков**. Je to styl psaní slov, který je foneticky správný, ale špatně napsaný, dochází zde ke změně grafické podoby slova. Uvedený druh slangu je rovněž velmi oblíbený u mladých lidí, především v komunikaci na sociálních sítích a na Internetu, ale jak vidíme, objevují se i v tištěných médiích. Z jedné strany, kritika ze strany filologů je na místě, protože se narušují jazykové standarty, ale z druhé strany dochází k obohacování ruského jazyka o nové způsoby vyjadřování se, tudíž dochází k rozšiřování slovní zásoby. Především je to také jeden ze symbolů mladých lidí, jak ukázat svou odlišnost typu „náš“ a „cizí“, o kterých jsme již psali (Stěpanova In: Cizí jazyky. 1995/96). Z našich excerpce můžeme uvést následující příklady: *хорошо* (místo správně *хорошо*) - dobře (Bravo 51/2002), *ну фсе, давай, пока!* (místo správně *ну все, давай, пока*) - tak jo, měj se, čau/ahoj (Tamtéž). Rovněž loučící fráze *давай до свидания* - doslovně: tak jo, na schledanou, není gramaticky správná a je ve smyslu „мягкий способ послать куда подальше“ tudíž „hele, víš co? Běž někam!“ (ww.bg.ru). Setkali jsme se se slovem *аткрытка* - zaujala nás grafická forma slova a poté, co jsme vyhledali význam slova, můžeme říct, že se jedná o novodobou formu Internetového umění. Jsou to „pohlednice“, většinou v retro stylu, které mají vtipnou, inteligentní pointu (www.bg.ru).



2.2 ПРЭЖАТÁ SLOVA

2.2.1 SLOVA ПРЭЖАТÁ Z ANGLICKÉHO JAZYKA

V procesu zpracování podkladů pro praktickou část naší práce, jsme přišli ke zjištění, že největší část nové slovní zásoby v mládežnických časopisech tvoří přejímky právě z anglického jazyka - **anglicizmy**. Excerpce jsme rozdělili na skupiny podle společného tématu a nyní bychom je chtěli ukázat a v některých případech uvést v kontextu nebo dokonce s ilustrací pro lepší pochopení.

Slova z oblasti **profesí a manažerské branže**: *Арт-директор* - umělecký, výtvarný ředitel (Rolling Stone 5/2012). *Бренд-менеджер* - brand manager má za úkol

pracovat se svěřenými značkami - sledovat vývoj, výzkum trhu, popřípadě pořádat různé akce za účelem zvýšení prodeje (Tamtéž). *Клубный промоутер* - klubový promotér (Oops! 10/2012). V poslední době slovo *тимбилдинг* - teambuilding (z angl. Team - tým a building - budovat) se stalo velmi populární, je to upevňování pracovního kolektivu za účelem, aby se lidi dobře poznali, vylepšili si vztahy na pracovišti. Teambuilding tvoří aktivity, které jsou mimo pracoviště, třeba v přírodě. „И не бойтесь, что это не понравится начальнику: он в курсе, что такое тимбилдинг“ (Glamour 6/2012).

Následující kategorii slov bychom pojmenovali, life-style nebo **životní styl**, kde se vyskutují různorodé výrazy, které vypovídají o životním stylu nebo o zájmech lidí: v současné době spousta lidí píše blogy - *блог*, jejich autor se nazývá *блогер* - blogér/ka. Jsou to osobní zápisky většinou z cest, blogy mohou být o modě, nebo zdravé stravě, čili témat je nespočetně mnoho (Glamour 6/2012). *Волонтер* - dobrovolník (Oops! 10/2012). Nyní je velmi modní být *хунстер* - hipster. Ale co to je být hipster? V zásadě je to životní styl, kdy nezbytnými doplňky jsou nejlépe velké brýle, u chlapců knírek nebo zarostlé strniště, co se týká oblíkání, tak hipstři si nepotrpí příliš na poslední výkřiky mody, ale snaží se být „sví“. Nicméně důležitým atributem pro hipstera jsou trička s potiskem, třeba kostkovaná košile a co nejvíce upnuté kalhoty. Dívky často kombinují modní kousky a staré „oldschool“ věci a říkají tomu vintage styl. Většina hipsterů je velkými fanoušky sociálních sítí, především Instagramu, kde ukazují světu svůj „life style“ (Rolling Stone 5/2012). Setkali jsme se také s výrazem *джетсеттер* - „Джетсеттеры - это такая социальная группа состоятельных людей, элитная богатая тусовка, посещающая те места, куда обычным людям вход заказан. Происходит от образа жизни джетсеттеров, связанного с частыми перелетами на реактивных (jet) самолетах (http://bukvoed.blogspot.cz/2007/08/blog-post_15.html). Spousta lidí jezdí odpočívát в *спа-центр* - wellness (Glamour 6/2012). *Стрит-фэшн* - pouliční móda nebo také street fashion „А модные блогеры не устают публиковать эффектные луки представителей токийского стрит-фэшна“ (Tamtéž). *Нон-стоп-пати*- non-stop párty (Oops! 10/2012).

Následující skupina slov značí **pojmenování osob**: *бойфренд* - přítel, partner „kluk“ (Oops! 10/2012) pro ženský rod je to výraz *герлфренд* - přítelkyně, „holka“, partnerka. *Бейба* - holka, miláček, brouček (Bravo 51/2002).

Z oblasti **filmu** a **foto** jsme vybrali slova: *ситком* - sitkom (Oops! 10/2012). *Блокбастер* - blockbuster je velmi úspěšný film, „trhák“ (Glamour 6/2012). *Трейлер* - trailer, velmi krátká kinoukázka, která představuje filmové novinky, které se chystají do kin (Oops! 10/2012). *Фотограф-фрилансер* - fotograf na volné noze (Rolling Stone 5/2012). *Руфтопинг* (angl. Rooftop- střecha)- v poslední době velmi populární styl focení, kdy smínky jsou zachyceny nad zemí. Pointa je v tom, že odvážný fotograf je na střeše vysoké budovy nebo mrakodrapu a fotí (www.bg.ru).



Následující kategorie slov se týká **jídla**: *барбекю* - barbeque (Glamour 6/2012), *фаст-фуд* - rychlé občerstvení nebo také fast-food (Oops! 10/2012), *бизнес-ланч* - polední menu za zvýhodněnou cenu (Glamour 6/2012), *кофемашина* - kávovár (Glamour 6/2012), *хот-дог* - párek v rohlíku, hot-dog. Výraz *вендинг* - nepřímo souvisí s jídlem, je to název pro automaty, které prodávají nápoje a drobné věci typu: čokoládové tyčinky, arašídý atd...(T3 5/2012).

Slov z oblasti **hudby** bylo mnoho, vysvětluje se to tím, že muzika pro mládež je velmi důležitá, ukážeme si nejdřív příklady hudebních žánrů: *рэп-феминизм* - holčičí female rap (Rolling Stone 5/2012), *гангста-рэп* - gangsta rap, je druh rapu, kerý je charakteristický pro obyvatelé černošských ghatt a vypovídá o těžkém a násilném životě v ghettech (Rolling Stone 5/2012), *трэш* - trash metal (Bravo 51/2002). *Сет* - set, v angličtině výraz set znamená série, sada. V hudebním světě slovo znamená míchání několika hudebních stop takovým způsobem, že to zní jako jedna souvislá hudební skladba. Z našeho kontextu: „Квирайнс и Корбайн встретились с Фрайдеем после его сета на фестивале“ (Rolling Stone 5/2012). *Трек-лист* - seznam stop nebo také track list (Bravo 51/2002). *Смастерить трек* - udělat písničku, udělat „track“ (Rolling Stone 5/2012). *Хедлайнер* - hlavní host nebo také headliner (Oops! 1/2013). *Кавер* - cover, obal (třeba audio nosiče) (Glamour 6/2012). *Саундтрек* - soundtrack (Rolling Stone 5/2012). *Чарт* - hitparáda (T3 5/2012), seznámili jsme se také s výrazem *Топ-10* - Top-10 (Oops! 10/2012).

Nové slovní zásoby z oblasti **počítačů a telefonů** bylo rovněž hodně. V současné době technologie se rozvíjí velmi rychlým tempem, proto i jazyková rovina nezůstává pozadu a mění se podle potřeb uživatelů jazyka. *Док-станция* - dokovací stanice, je to systém nabíjení počítačů či telefonů, který je pohodlnější a předchází věčnému zamotávání kabelů a ničení konektorů (Oops! 1/2013). *Смартфон* – chytrý telefon, který je v dnešní době velmi oblíbené díky svým „chytrým“ funkcím (Oops!10/2012). Příklad takového smartphonu je *Айфон* - Iphone (T3 5/2002). *HD-видео* - HD video (angl. high definition), jsou videa s vysokým rozlišením. *Скин* - skin (angl. skin- kůže) - vnější podoba programu (Oops 1/2013). *Тачскин панель* - dotykový display (T3 5/2012). *Планишет* - tablet (Oops!10/2012). Velmi rozšířené je slovo *дивайс* - zařízení. „Если кто-то из проверенных приятелей отправляется за границу, вручи ему деньги и попроси купить нужный девайс, потом перепрощешь“ (Oops! 10/2012). Stejně jako *дивайс* oblíbené je i slovo *гаджет* - „vychytaná věšička“ nebo „udělátko“. Jedná se o menší zařízení technického typu, který má svou specifickou funkci a je novinkou na trhu (T3/2012). *Лэптоп* je synonym pro výraz notebook (Tamtéž). Zkratka *лол* je velmi oblíbená u mladých lidí zejména pro komunikaci na Internetu. Pochází z anglického laughing out loud a znamená hlasitě se smát, český ekvivalent je lol (Oops! 10/2002). *Контент* - obsah, informační náplň (Tamtéž).



Slova z oblasti **počítačových her**: *гейминг* - hraní počítačových her za peníze (T3 5/2012), *шутер* - střílečka (Tamtéž), *читер* - podvodník (Bravo 5/2012), *геймер* - hráč (Tamtéž).

Slova z oblasti **kosmetiky**: slovo *лук* (angl. look) znamená pohled - sexy, kočičí pohled (Glamour 6/2012), *мейк* - hovorový, převzatý výraz z anglického jazyka make-up, který i v češtině má stejný výraz (Oops 10/2012), *хайлайтер* - kosmetický přípravek sloužící k zvýraznění určitých částí obličeje. V českém jazyce máme ekvivalent rozjasňovač (Tamtéž). Výraz *макияж smokey eyes* - kouřové stíny (Tamtéž).

Slova z oblasti **sportu**: *серфинг* - serfování (Glamour 6/2012), *джогинг* - běhání, jogging (tamtéž), *маунтинбайк* - jízda na horském kole (Rolling Stone 5/2012), *лонгборд* - longboard (Glamour 6/2012), *пейнтбол* – paintball (Oops! 10/2012),

виндсерфинг - windsurfing (Rolling Stone 5/2012), *снорклинг* - šňorchlování (Glamour 6/2012).

I v oblasti **mody** se objevila spousta nových výrazů: *фэшн* - moda (Rolling Stone 5/2012), *тренд* - trendový, odpovídající současné modě (Glamour 6/2012), *клатч* - psaníčko, výraz pro pojmenování malé kabelky pro ženy (Oops! 1/2013), *монокини* - plavky monokini. Jsou to jednoduché plavky, které vynikají zajímavým střihem (Glamour 6/2012), *лонгслив* - dlouhý rukáv (Oops! 1/2013), *дресс-код* - dress-code je etiketa oblékání, která určuje jak se na onu formální či neformální příležitost obléknout (Oops! 1/2013). *Платье baby-doll* - šaty ve stylu baby-doll (Glamour 6/2012).

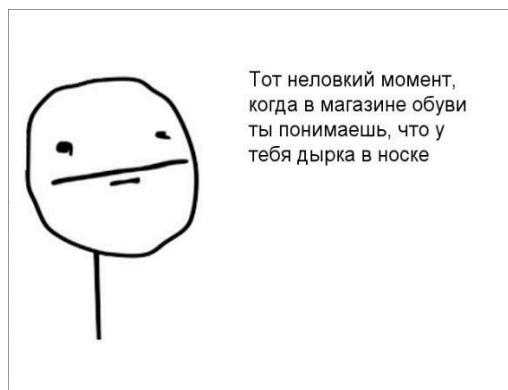
Následující kategorie výrazu se **skládá ze dvouslov**, přičemž jedno slovo je přejeté z anglického jazyka a druhé je ruské: *интернет-магазин* - e-shop (Oops! 10/2012), *шопинг-терапия* - terapie nakupováním (Tamtéž), *шопинг-городок* - outlet „Премиальные карты Visa – это специальные цены в шопинг – городках, расположенных во всех модных столицах Европы“ (Glamour 6/2012), *tv-пульт* - televizní ovládač (Bravo 59/2002), *пиар-трюк*- slovo PR (public relation) v angličtině znamená veřené vztahy, v ruském jazyce je to negativní reklama, která se dostává určitému produktu, značce. Ukážeme si slovní spojení v kontextu z časopisu, abychom lépe pochopili jeho význam: „На самом деле сенсационная новость обернулась дешевым пиар-трюком для привлечения внимания“. Z kontextu vyplývá, že se jedná o jakousi reklamní/marketingovou fintu (T3 5/2012).

Následující a poslední skupina slov v teoretické části je charakteristická tím, že výrazy jsou cizího původu, přejeté z angličtiny, ale slovo se natolik ustálilo v jazyce, že si vytvořilo svoje **ruské tvary**: *смайлик* (angl. smile)- za pomoci sufixu –ик vzniklo deminutivum, které do češtiny překládáme jako smajlík. *Анималистский*- znamená zvířecí (angl. animal) „Как правильно сочетать анималистские принты?“ (Glamour 6/2012). *Пиарщица* - pozérka, také jsme narazili na sloveso *попиариться* - dělat někomu/něčemu reklamu, *звидителит* se na úkor někomu/něčeho „наступает время, когда ты перестаешь понимать, звонят ли тебе просто так или с какой-то определенной целью. Например, кому-то вдруг понадобилась попиариться за мой счет“ (Rolling Stone 5/2012). *Кастомизация*- s pomocí koncovky –ия, převzaté slovo z angličtiny the custom - zákazník, vzniká ruské podstatné jméno představující termín, který zančí uživatelské přizpůsobení (Rolling Stone 5/2012). *Анонсировать* - oznámit (Oops! 10/2012), *стартовать* - startovat, začít (Rolling Stone 5/2012), *тюнингуй* - „vytunit“ (Bravo 51/2002), *фриковатый* - šílený (Rolling Stone 5/2002), *модернизация* -

moderznizace (Rolling Stone 5/2012), *тинейджерский* - pubertácký (Glamour 6/2012). Zajímavý je výraz *баннерная слепота* - programy pro prohlížeče, které zamezují vidění otravných reklam na webových stránkách. Samozřejmě pro svět reklamy je tato situace krajně nepříjemná (www.bg.ru).

Následující kategorie je věnovaná **kalkování**. Kalky obohacují slovní zásobu a jedná se buď o kalky gramatické - doslovným překladem cizího slova anebo kalky sémantické a frazeologické- výraz konstruovaný podle cizího modelu (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kalk>). Příklad

gramatického kalku: *тот неловкий момент* - that awkward moment. Uvedený kalk z anglického jazyka nám přináší ironický výraz pro nepříjemnou situaci. Jsou to většinou společenská tabu, která se neříkají veřejně (www.br.ru). *Уик-енд* - víkend, *селфмейд вумен* (angl. selfmade woman) je cílevědomá, ambiciózní žena, která si samostatně vybuodovala skvělou kariéru (Glamour 6/2012). *Хэппи-енд* - šťastný konec, happy-end (Glamour 6/2012). *Прайм-тайм* - hlavní čas (Oops! 10/2012).



2.2.2 SLOVA PŘEJATÁ Z JAPONSKÉHO JAZYKA

Kategorie **dívčích subkultur** obsahuje následující nové výrazy: *когяру*- kogyaru. Dívčí japonská subkultura, která se vyznačuje výstředním vzhledem a oblečením - mini sukni a obuvi na platformě (Bravo 51/2002). *Энзе косай* - mladé studentky vyšších ročníků středních škol, které chodí na rande s muži středního věku za peníze. Ne vždy se musí jednat o schůzky intimního charakteru, tyto slečny mohou být také společnice při procházce parkem nebo návštěvě kina (Тамtéž).

Z oblasti **oblečení** je výraz *косплей* - kostýmová hra. Jednotlivé kostýmy mají člověku umožnit, aby vypadal jako postava z mangy nebo animé (Bravo 51/2002).



Kategorie **japonského umění** přináší výrazy *манга* a *анимэ*. Do češtiny se oba výrazy překládají stejně, tedy manga a animé. Animé je japonská animace. V Japonsku animé se používá všeobecně pro jakoukoliv animační tvorbu. Ve světě však slovo animé chápeme jako termín pro označení pouze japonské animace. Animé jsou určeny převážně pro teenagery anebo dospělé lidi, vyskytují se však i dětské anime, například světoznámý Pokémon. Pod slovem manga se skrývá japonský kreslený komix, pro který jsou charakteristické černobílé ilustrace a způsob čtení je zprava doleva a ne naopak.

Dále jsme se setkali se slovem z oblasti **gastronomie**. V poslední době národní japonské jídlo *суши*- sushi zažívá velký rozmach nejen v evropských zemích, ale i v Rusku. Tento zdravý pokrm je velmi oblíbený zvláště u mladé generace.

2.2.3 SLOVA PŘEJATÁ Z ITALSKÉHO JAZYKA

Mezinárodní termín, který je převzatý z italského jazyka pro fotografy, které nenávidí snad většina celebrit se ustálil i v ruském jazyce. Папарацци - paparazzi. Není to nové slovo v ruském jazyce, ale je důležité pro objasnění následujícího výrazu. V průběhu sbírání našeho jazykového materiálu jsme objevili zajímavý výraz **neologismus** *хакерацци* - hackerazzi (složení slova hacker + paparazzi) z čehož vyplývá, že se jedná o člověka, který napadá účty sociálních sítí a e-mailových schránek známých osobností a následně informace zveřejňuje na Internetu. Nejznámější hackerazzi je Christopher Chaney, který se proslavil zveřejněním obnaženými fotografiemi americké herečky Scarlett Johanson (<http://bg.ru/dictionary2012/items/?letter=%D0%A5#101>).

2.2.4 SLOVA PŘEJATÁ Z LATINSKÉHO JAZYKA

Neologismy: *сэпиосексуал*- sapiosexuál. Tento výraz dostala do povědomí zpěvačka Marianne Faithfull v jednom rozhovoru, kdy prohlásila, že sapiosexuál je člověk, který je sexuálně přitažlivý svou inteligencí. Slovo bylo převzaté z latinského jazyka, kdy kořen slova sapio znamená být rozumný, chytrý. (www.bg.ru)

ZÁVĚR

Tématem práce, která se jmenuje „**Nová slovní zásoba v současných ruských mládežnických časopisech**“, byly nové výrazy v ruském jazyce, které byly zkoumány na základě vybraných časopisů pro mládež.

Cílem práce bylo upozornit na současné jazykové procesy probíhající v ruském jazyce a ukázat, jak ovlivňují tvorbu slovní zásoby. Dále bylo cílem ukázat na základě excerpovaného materiálu nové výrazy v tisku pro mládež, přeložit je do českého jazyka a v některých případech uvést v kontextu pro lepší pochopení.

Teoretická část práce obsahovala kapitoly, které jsou spojené s daným tématem. Úvod tvořila definice současného ruského jazyka, jaké jsou jeho charakteristické prvky, jakou má funkci a jaké podsystémy jej tvoří. Kapitola Jazykové procesy v současném ruském jazyce byla pro práci zásadní, zde byly popsány hlavní procesy, které ovlivňují ruský jazyk a novou slovtvorbu. Klíčovým zdrojem pro naši práci byla publikace Kostomarova Jazykovej vkus epochi, kde jsme dozvěděli o hlavních jazykových tendencích v současné ruštině. V teoretické části byly také popsány dva způsoby tvorby nové slovní zásoby: přejímání vnitřní a vnější. Tato kapitola nám prozradila, že změny v jazyce jsou ovlivňovány společenskými i politickými událostmi. Mimo jiné zde byl popsán i další důležitý faktor pro vývoj jazyka - jazykový vkus a móda. Stejně jako všechno ostatní i jazyk se neustále vyvíjí a jeho současná podoba je jiná, než tomu bylo dřív. Pojem demokratizace jazyka je velmi důležitý pro pochopení současného vývoje ruštiny a jazyka masových médií. Musíme si připomenout minulý režim a dobu perestrojky, kdy Ruskem otřásly velké politické a společenské změny. Právě perestrojka sehrála pro vývoj ruského jazyka do podoby, jakou známe dnes, největší roli. Došlo ke zrušení cenzury, nastala politická svoboda ve společnosti, svoboda slova, přístup k informacím byl najednou snazší, mluvená řeč se stala více spontánní, a to vše ovlivnilo to, že hranice literárního jazyka se rozšiřují vysokým tempem, mění se také jeho obsah a norma, jazyk se mění pod vlivem nespisovné řeči. A právě tomuto procesu říkáme demokratizace.

Dále bylo popsáno obohacování slovní zásoby na základě pronikání nespisovné formy ruského jazyka (žargon, dialekt, slang) a také přejímek z anglického jazyka. Vzhledem k jazykové povaze naší práce jsme se zabývali také stylistikou obecnou a následně publicistickým stylem. Současný jazyk hromadných sdělovacích prostředků je

velice zajímavý. Z poznatků vyplynulo, že módní jsou různé slovní hříčky, žurnalisté vymýšlejí autorské inovace (*стервис*), dochází k obnovování stávající slovní zásoby (*до встречи místo до свидания*), velmi populární jsou výrazy na americký způsob *С Вами Авторадио, пусть безопасен буде ваш путь!*. Také je nutno podotknout, že již nejsou žádná tabuizovaná témata, jak tomu bylo dřív v minulosti. Tisk pro mládež obsahuje spoustu hovorových a slangových výrazů, dalším charakteristickým rysem je navázání dialogu s čtenářem. Poslední kapitola teoretické práce nesla název Ruská mládež a mládežnické časopisy. Je velmi důležité pochopit mládež jako sociální skupinu, jejich zájmy a myšlení, proto jsme se rozhodli zařadit tuto kapitolu do naší práce. Dále jsme vyjmenovali časopisy, se kterými jsme pracovali, vypsali jsme i jednotlivé rubriky jako ukázkou, o co se současná mládež zajímá.

Praktická část práce byla pro nás nejdůležitější a také nejzajímavější. Na základě 300 excerpčních jednotek jsme vytvořili dvě skupiny nových slov v ruském tisku pro mládež. Rozdělili jsme slova na ruská a přejatá. Ruská slova jsme následovně kategorizovali do oblastí podle působení, nejvíce jich bylo z oblasti módy, technologie, hudby, mobilních telefonů. Převážná většina slov bylo hovorová, setkali jsme se i se slangovými výrazy, což potvrzuje naše poznatky z teoretické části o tom, že ruská řeč a jazyk publicistiky je pod vlivem nespisovné řeči. Velmi zajímavou skupinou slov byly neologizmy, což jsou slova, která vznikla v jazyce nedávno. Jejich vznik byl podmíněn společenskou či kulturní událostí: *Пушистый Иисус, Русский Брейвик*. O pronikání anglicizmů do ruské řeči jsme psali v teoretické části a o tom, že tento jev je jeden z největších procesů v současném ruském jazyce, jsme se přesvědčili právě v praktické části, kdy jsme zkoumali přejatá slova z cizích jazyků. Mimo přejímek z angličtiny jsme zaznamenali také přejatá slova z japonského, italského a latinského jazyka. Avšak anglicizmů bylo více než 90%. Tento jev můžeme jednoduše vysvětlit tím, že současným světem vládne globalizace, a tak dochází ke kulturnímu, politickému a jazykovému propojení na mezinárodní úrovni. Navíc pro současnou mládež jsou Spojené státy americké pomyslnou kolébkou kulturního, hudebního a módního světa, a proto se spousta anglicizmů objevuje právě v mládežnickém slangu a časopisech určených mladým lidem. Na základě naší analýzy můžeme říct, že anglicizmy do ruštiny pronikají pomocí transkripce (*уик энд*) nebo kombinace slov psaná latinkou a azbukou (*спасентр*), některé přejímky se v jazyce dokonce natolik ustálily, že si vytvořily svoje ruské gramatické formy (*смайлик*).

Někteří teoretikové se v současnosti vážně obávají o nynější stav ruského jazyka a jazyka publicistického stylu a přitom tvrdí, že se silně narušují stylistická a gramatická pravidla a tím se deformuje jazyk. Jiní lingvisté zase říkají, že není čeho se obávat, jazyková originalita a vynalézavost autorů se sice projevuje víc než kdy předtím, ale tuto skutečnost lze považovat za pozitivní, protože obohacuje slovní zásobu.

Jelikož se jazyk neustále rozvíjí a slovní zásoba se rozšiřuje velkým tempem, výzkum naší práce byl jen zlomkem toho, kolik dalších zajímavostí je stále možné podrobit hlubšímu výzkumu. Nicméně lze konstatovat, že cíl práce byl naplněn a poznatky jak z teoretické, tak i praktické části práce jistě poslouží k obohacení pro všechny, kteří se zajímají o současný stav ruského jazyka a především o nové výrazy v ruském jazyce. V příloze práce uvádíme kompletní přehled excerpce s překladem do českého jazyka.

РЕЗЮМЕ

Моя бакалаврская работа посвящена новому словарному запасу в современных молодежных журналах. Вначале я хотела бы объяснить причины выбора данной темы. Как и многие другие молодые люди, я наблюдаю за всем происходящим вокруг себя - новые тенденции в одежде, косметике и технологиях, а также интересуюсь культурными событиями, к чему непосредственно и служат журналы. Поэтому я решила совместить приятное с полезным. К тому же, тему данной работы я считаю мало изученной, а главное, это очень интересный и в настоящее время широко обсуждаемый лингвистический материал.

Прежде чем я приступила к работе над текстом, моим заданием было собрать интересные молодежные журналы и затем найти новые для русского языка слова. Должна сказать, нелегко было отличить новые единицы языка от довольно старых известных выражений. Поэтому выписывание новых слов (в нашем исследовании их насчитывается 300) и их перевод на чешский язык заняло у меня много времени. После того, как я создала основу для практической части и приготовила материал, на котором строится наша работа – новые слова в русском языке, я приступила к изучению теоретической литературы.

В теоретической части я занимаюсь темами, касающимися нашей работы. Наибольшее внимание я уделяла характеристике современного русского языка и, прежде всего, языковым процессам, происходящим в русском языке. Это необходимые сведения для понимания того, какие тенденции оказывают влияние на формирование нового словарного запаса. На основе научной литературы я обнаружила, что один из важнейших процессов, влияющих на современное развитие языка, это демократизация. Данный термин ввел в употребление русский лингвист В.Г. Костомаров, который утверждает, что демократизация вызывает размывание литературных границ, подавляются языковые нормы, появляются различные языковые инновации, журналисты используют каламбуры, и эти процессы ведут к изменению русского языка. Чтобы представить себе развитие русского языка в последние десятилетия и выяснить, что вызывало вышеназванную демократизацию, необходимо вспомнить период перестройки.

Перестройка сыграла в истории России необычайно важную роль. Произошли политические и общественные изменения, которые, разумеется,

отразились и в языковом пространстве. Большой вклад в формирование языковых изменений внесла неожиданная политическая свобода в обществе. Люди были избавлены от абсолютного запрета, стала возможной самореализация и развитие в политической, общественной и культурной областях. Неподготовленность речи и спонтанные выступления перед большой аудиторией людей привели к публичным выступлениям неграмотных людей, и, таким образом, в язык начали проникать нелитературные выражения, авторские инновации. Внезапно все стало позволено, не существует запретов и табу на какие бы то ни было темы. В русский язык начинает проникать множество нелитературных, сленговых выражений, что также является важнейшим элементом характеристики современного русского языка. Далее в моей работе рассматривается, как в русском языке появляются новые слова. Исходя из научных источников, существует два вида обогащения словарного запаса. Это заимствование внутреннее и заимствование внешнее. Слова, заимствованные из различных диалектов, сленга, жаргона и просторечной лексики, это внутренние заимствования. Это нелитературные слова, и в литературном языке они не должны были бы использоваться. Однако, по нашим данным, это процесс, называемый жаргонизацией интеллигентной речи, был отмечен в истории русского языка еще в 20-х годах прошлого столетия.

Современное состояние восходит к бандитскому периоду 90-х годов, когда блатная речь была очень популярна. В настоящее время очень популярны слова, заимствованные именно из криминального жаргона, напр., *беспредел* – chaos, *bezpráví*. Также в русском языке прижилось и слово *тусовка*, которое означает собрания, встречи. Уличные продавцы также обогатили русский язык интересными выражениями, синонимичными слову деньги: *бабки*, *баксы*, *лимон*, *арбуз*. Следующий нелитературный аспект русского языка – сленг, играет важную роль в обогащении словарного состава. Понятие сленг подразумевает жаргон молодежи или других групп. Сленг особенно интересен для меня ввиду того, что я занимаюсь журналами, предназначенными именно для молодого поколения. Сленг обогащает речь словами, отсутствующими в языке. Особенно он характерен своей экспрессивностью. Молодые люди стараются «быть в теме», не отставать от моды, и молодежная языковая культура должна этому соответствовать. Поэтому сленг также основан на языковой игре. Важно не только то, что говорится, но и как говорится. Современная молодежь очень часто использует сленг, что подтвердилось и на примере рассмотренных нами журналов.

Сленг в настоящее время также связан с англицизмами. Этот аспект объясняется очень просто. Для современной молодежи США являются условной колыбелью музыки, модной, культурной и технологической сфер, поэтому и происходят заимствования из английского языка. Заимствования из английского и других иностранных языков обогащают словарный состав русского языка, в связи с этим мы можем говорить о втором способе обогащения языка, то есть о заимствованиях внешних. Заимствования из иностранных языков были засвидетельствованы уже в XVIII веке, когда русский язык находился под влиянием французского. В настоящее время от заимствований из французского остались только воспоминания, на смену им пришли англицизмы. Данная проблематика очень широка и обсуждаема. Это интересный процесс, над которым необходимо задуматься, а если взять во внимание богатство русского языка, возникает вопрос, а есть ли вообще необходимость заимствовать слова из иностранных языков? Можно было бы сказать, что нет, но теоретические и практические исследования показывают, что этот процесс происходит. Русский лингвист Л. П. Крысин в своей статье «Русское слово, свое и чужое» отмечает главные факторы, имеющие влияние на заимствования из иностранных языков. Я использовала информацию для моей работы, и сейчас я хотела бы обозначить главные аспекты. Одним из них является необходимость называть новые вещи: особого покроя приталенный пиджак – *блейзер*, необходимость различать значения слов: английский эквивалент *имидж* более специфичен, чем русский *образ*, облик, необходимость замены словосочетания одним словом: электорат – совокупность избирателей, необходимость присвоения специального названия: *маркетинг* – рынок, и прежде всего, необходимость использовать новые, современные слова: *презентация* – это не просто представление чего-либо, а торжественная акция.

Учитывая языковой характер моей работы, я также занималась стилистикой и публицистическим стилем. Я привела характеристику лингвистики как науки, рассмотрела особенности публицистического стиля. Главная задача публицистического стиля – информировать и воздействовать на массового адресата информации. Способы, с помощью которых редакторы стремятся заинтересовать читателя и повлиять на него, очень интересны. Что касается молодежных журналов – графический вид выпусков довольно цветной и пестрый, на титульной странице часто можно встретить лица знаменитых людей, в приложении найти подарки. Необходимо признать, что нелегко удержать

внимание читателя и вызвать у него желание купить именно этот журнал. Поэтому редакторы вынуждены найти правильный путь к читателю и писать о том, что его интересует. С помощью анализа в данной работе я выяснила, что наиболее частыми темами русских молодежных журналов являются темы из области косметики, секса и отношений, модных трендов, новинок в технологиях, интервью с известными личностями, а также различные конкурсы. Я заметила тенденции к различной игре слов, комбинации латиницы и кириллицы, диалогичность с читателем – создание ощущения, что журнал интересуется своими читателями и может им каким-то образом помочь. Сюда, к примеру, относятся рубрики по образцу Напишите нам, где проходит диалог между читателем и журналом, и возникает взаимная коммуникация, касающаяся проблем или вопросов, интересных для молодых людей. Часто также возникают риторические вопросы, а заголовки тем представляют лозунги. В целом из нашего анализа следует, что современный публицистический стиль живой и интересный; в нем отсутствуют табу и запрет на различные темы, которые бы ограничивали свободу авторов.

Практическая часть моей работы является наиболее важной, а также интересной. На основе собранного материала, который составлял 300 новых слов в русском языке, я провела анализ. На основе данного анализа я хотела бы представить полученные результаты. Весь собранный материал я разделила на исконно русские и заимствованные слова. Затем я соотнесла русские слова с различными областями на основе их употребления: области присвоения названий (*золотые девочки, чувак*), техники (*скачивать, страничка, забить в телефон, железо*), автомобильной промышленности (*внедорожник*), финансов (*бабло, пластик*), кинематографии (*киношные лагеря*), области стиля жизни (*купонный сервис, клуб-квартирник*); или категории слов, популярные среди молодежи (*крутой, прикольный, отстой, порвать что-либо, стёб*). Большую часть составили разговорные слова. Здесь я встретила со сленговыми выражениями, что подтверждает наши сведения из теоретической части – русская речь находится под влиянием нелитературного языка. Интересной группой оказалась группа неологизмов, представляющая слова, не так давно возникшие в русском языке. Их появление было связано с общественными или культурными событиями; такими выражениями являются, к примеру, *пушистый Иисус, русский Брейвик*. Мы также встретились с интересной игрой слов *путинг* или крылатым выражением *влепить душечку*, словами с переносными значениями *закатить, удариться в, прогореть*.

К категории фразеологизмов я отнесла следующие выражения: *крыша едет, уйти в штопор*. В теоретической части я писала о проникновении англицизмов в русскую речь, в практической части, при исследовании заимствованных слов, я убедилась, что это явление – один из самых частых процессов в современном русском языке. Помимо заимствований из английского языка, я также рассмотрела слова, заимствованные из японского, итальянского и латинского языков. Однако англицизмов встретилось более 90%. Это явление может быть легко объяснено тем, что современным миром правит глобализация, из-за чего возникают культурные, политические и языковые связи на международном уровне. Более того, для современной молодежи США являются образцом мира культуры, музыки и моды. Именно поэтому большое количество англицизмов появляется именно в молодежном сленге и журналах, направленных на молодую аудиторию. На основе анализа я могу утверждать, что англицизмы в русский язык проникают с помощью транскрипции (*уик энд*), или комбинации написания латиницы и кириллицы (*spa-центр*).

Некоторые ученые в настоящее время серьезно обеспокоены современным состоянием русского языка и языка публицистического стиля. При этом они утверждают, что сильно нарушаются стилистические и грамматические правила, которые деформируют язык. Другие лингвисты, наоборот, считают, что нет никакой опасности, а оригинальность и воображение авторов, хоть и проявляются в большей мере, это явление следует считать позитивным, по причине обогащения словарного состава. Так как язык постоянно развивается, а словарный запас расширяется в быстром темпе, исследование моей работы было только малой частью того, сколько еще интересных явлений можно изучить. Тем не менее, можно утверждать, что цель работы была достигнута. Знания, как теоретические, так и практические, послужат для обогащению всех, кого интересует современное состояние русского языка и, главным образом, его новые выражения.

Данная работа предназначена, прежде всего, чешским русистам, переводчикам и всем, кто интересуется данной проблематикой. В приложении к работе я также привожу комплексный обзор примеров с переводом на чешский язык.

BIBLIOGRAFIE

Literatura

1. ВАЛГИНА, Н. С.: *Активные процессы в современном русском языке*. М., 2003.
2. ЗЕМСКАЯ, Е. А.: *Русский язык конца XX столетия (1985-1995)*. М., 1968.
3. КОЖИНА, М. Н., ДУСКАЕВА, Л. Р., САЛИМОВСКИЙ, В. А.: *Стилистика русского языка*. Москва, 2008.
4. КОСТОМАРОВ, В. Г.: *Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс медиа*. Издание третье, испр. И доп. Санкт-Петербург, 1999.
5. КРЫСИН, Л. П.: *Русское слово, своё и чужое*. М., 2004.
6. РОЗЕНТАЛЬ, Д. Э., ГОЛУБ, И. Б., ТЕЛЕНКОВА, М. А.: *Современный русский язык*. М., 2010.
7. САВКО, И. Э.: *Русский язык. Теория и практика*. Минск, 2004.
8. СОЛГАНИК, Г. Я., ДРОНЯЕВА, Т. С.: *Стилистика современного русского языка и культура речи*. М., 2005.
9. СТЕПАНОВА, Л.: *О новых процессах в современном русском языке (II)*. In: Cizí jazyky. Praha, 1995/1996. Č. 5-6.
10. СТЕПАНОВА, Л.: *О новых процессах в современном русском языке*. In: Cizí jazyky. Praha, 1995/1996. Č. 3-4.
11. СТЕПАНОВА, Л.: *Современный русский язык: Праздник вербальной свободы*. Olomouc, 2011. (Monografie).
12. СТЕРНИН, И. А.: *Теоретическая и прикладная лингвистика. Выпуск 2. Язык и социальная среда*. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. С. 4-16.

13. ТРУСОВА, И. С.: *Литературный язык и нелитературные варианты национального языка. Учебно-методическое пособие для курсантов и студентов всех специальностей.* Владивосток, 2005.

Internetové zdroje

1. www.bg.ru
2. <http://tapemark.narod.ru/les/132d.html>
3. http://www.zpu-journal.ru/zpu/2005_3/Lukov_Val2/31.pdf
4. <http://cs.wikipedia.org/wiki/Cosmopolitan>
5. http://cs.wikipedia.org/wiki/Rolling_Stone
6. <http://www.t3.ru/>
7. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Glamour>
8. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/231930>
9. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/kuznetsov/6442/%D0%B2%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%B8%D0%BA>
10. http://uaparty.com/company/kvartirnik_kluba_kiev
11. <http://ruskiyyazik.ru/521/>
12. http://lingvistics_dictionary.academic.ru/3237/%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B8%D0%BA%D0%B0
13. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/245856/%D0%A1%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3>
14. <http://bg.ru/dictionary2012/items/?letter=%D0%9F>
15. <http://bg.ru/dictionary2012/items/?letter=%D0%A0#83>
16. <http://bg.ru/dictionary2012/items/?letter=%D0%90#8>
17. http://bukvoed.blogspot.cz/2007/08/blog-post_15.html
18. <http://bg.ru/dictionary2012/items/?letter=%D0%A0#84>
19. <http://bg.ru/dictionary2012/items/?letter=%D0%A1#85>
20. <http://bg.ru/dictionary2012/items/?letter=%D0%A5#101>
21. <http://cs.wikipedia.org/wiki/Kalk>

Časopisy

1. Bravo 51/2005
2. Cool 21/1998
3. Cosmopolitan 5/2012
4. Glamour 6/2012
5. Oops! 10/2012
6. Rolling Stone 5/2012
7. T3 5/2012

PŘÍLOHA

Příloha – 300 excerpčních jednotek:

Аватар	avatar
Айфон	iPhone
Ака	aka
Анималистский	zvířecí motiv
Анонсировать	inzerovat
Арт-директор	umělecký ředitel
Бабки рулят	peníze hýbají (světem)
Бабло	prachy
Байк	kolo
Баннер	baner
Барбекю	barbeque
Барыга	drogový dealer
Башка	hlava
Бейб	miláček
Бейсджампинг	basejumping
Бизнес-ланч	polední menu
Блог	blog
Блогер	blogér
Блокбастер	blockbuster, filmový trhák
Бойскаут	skaut
Бойфренд	přítel, kluk
Бокс-сет	box set
Бренд-менеджер	brand-manažér
Брендовый	značkový
Бунгало	bungalo
Вендинг	automat na nápoje, drobné občerstvení
Видео, порвавшее интернет	video, které je skvělé/trhák
Видеотелефон	videotelefon
Видик	video přehrávač

Виндсерфинг	windsurfing
Вице-спикер	zástupce tiskového mluvčího
Внедорожник	SUV
Волонтер	dobrovolník
Выстегивать	naštvat, vadit
Гаджет	„udělátko“, chytrá věcička
Гаджетерия	obchod specializovaný na „vychytávky“
Гангста-рэп	gangsta rap
Гандикап	handicap, postižení
Геймер	hráč
Гейминг	kolektivní hraní
Герлфренд	„holka“, přítelkyně
Гон	„kecy“, lež
Грейт	skvěle, úžasně
Дайверские часы	hodinky pro potápěče
Дайджест	resumé, krátký výklad
Дебютировать	premiéra, poprvé někde vystupovat
Девайс	zařízení
Депрессуха	depka
Джетсеттер	jetsetter
Джогинг	joging, poklus
Диленант	dilenant
Диско	disko
Дог-шоу	psí představení
Док-станция	doková stanice
Драйв	jízda
Дресс-код	dress code
Дрим-тим	vysněný tým
Дуся	hloupá holka, „blbka“, husa
Железо	hardware
Жрать	žrát
Забей	nechat být, neřešit
Забитьтелефон	nainstalovat/stáhnout do telefonu
Закатитьтурне	vyrazit na turné

Зацепить	zaujmout
Золотые девочки	„zazobané“ holky
Инди	indie
Интернет-магазины	internetový obchod
Интерфейс	uživatelské rozhraní
Кавер	cover, obal
Кадрить	„balit“ někoho
Кастинг	casting, nábor
Кастомизация	jedinečnost
Каякинг	kajak, veslování
Кинобизнес	filmový byznys
Киношные лагеря	filmové školy
Клатч	psaničko, malá dámska kabelka
Клуб-квартирник	live-klub
Клубный промоутер	klubový promotér
Когяру	kogaru
Коллабораторы	spolupracovníci
Компания	společnost
Комьюнити	komunita
Коннекторы	konektor
Контент	obsah
Конфигурация	konfigurace
Косплей	cosplay
Кофемашина	kávovar
Крутой	„hrubý“, skvělý
Крыша съезжает	„hrabat“
Куверт	spropitné
Купонный сервис	slevové portály
Лайт-версия	verze zadarmo
Лаундж	spustit
Лента на фейсбуке	side bar
Логин	přihlášení
Лол	lol
Лонгборд	longboard

Лонгслив	dlouhý rukáv
Лук	pohld
Лэптоп	notebook
Макияж smokey eyes	kouřové stíny
Манга	manga
Маниакальные траты	šílené útraty
Маркер для губ	rtěnka
Мастер-класс	master class
Маунтинбайк	horské kolo
Мега объем	velký/mega objev
Мегатренд	mega trend
Мега-футболка	trendové/moderní triko
Мейк	make up
Менеджер	manažér
Микстейп	mixtape
Мини-бар	mini bar
Мини-пили	antikoncepce
Модернизация	modernizace
Мониторинг	pozorování
Монокини	sofistikované jednoduché plavky
Мутить	mít něco za lubem
МЧ	partner, přítel
Нехочуха	nechuť
Нон-стоп-пати	párty non-stop
Отстой	hrůza
Отвязной	skvělý, „boží“
Пайетки	třpytky
Папарацци	paparazzi
Парить	otravovat někoho
Паркур	parkúr
Пахать	dřít, usilovně, těžce pracovat
Пеинтбол	paintball
Перверсия	perverze
Пиар-трюк	finta, aby se člověk zviditelnil

Пиаршица	pozérka
Пилинг	peeling
Пицца	pizza
Пузырь	flaška
Планшет	tablet
Пластик	„kreditka“, platební karta
Платье baby-doll	šaty ve stylu panenky, roztomilé šaty
Платье сафари	safari štay
Подкаст	podcast
Позитив	pozitivum
Позитивчик	pozitivní věc
Политинформация	informace týkající se politiky
Попиарится	zviditelnit se
Поп-сирена	popová hvězda
Поп-хитмейкер	popový král
Прайм-тайм	hlavní čas vysílání
Превью	ukázka
Пресс-релиз	tisková zpráva
Прикид	oblečení
Прикидон	„hadry“
Прикольный	skvělý, vtipný
Принт	potisk
Прогореть	zůstat bez peněz
Промо-тур	promo turné
Псих-киллер	psychický labilní vrah, zabiják
Психо	psycho
Разношерстная	různorodá
Рафтинг	rafting
Реалити-шоу	reality show
Реалтон	vyzváněcí ton
Реально	reálně
Регги-вечеринка	reggae párty, večírek
Рекорд-бизнес	record bussiness
Релиз	vydání

Ресторанмалекулярнойкухни	restaurace s astronomickými cenami
Ритейл	retail, obchodní podnikání
Рэпер	raper
Рэп-феминизм	ženský rap
Сай-фай	sci-fi
Салонный гуру	guru, znalec, odborník v salonu krásy
Саундтрек	saundtrack
Секонд-хэнд	second-hand
Секс-бомба	sex bomba
Селфмейд вумен	cílevědomá žena
Серф	deska na serfování
Серфинг	serfování
Сет	set
Сеть	sít'
Сиквел	databáze
Ситком	sitkom
Скайп	skype
Скачивать	stahovat
Скин	vzhled
Скретчинг	skrečování
Слетать с катушек	bláznit, šílet
Смазливый бойз-бенд	klučičí skupina
Смайлик	smajlík
Смартфон	smartphone, chytrý telefon
Смастерить трек	udělat písničku/track
СМС	SMS
Снорклинг	šnorchlování
Сносить крышу	bláznit
Соул	soul
Соцсеть	sociální sít'
Спам	spam
Спа-центр	spa centrum
Стартовать	začínat
Стеб	vtípek

Страничка	„webovka“
Стрит-фэшн	street fashion, pouliční móda
Суперобеспеченные родители	„zazobané“ rodiče
Суперпродюсер	super producent
Суши	sushi
Тайм-аут	time out
Тату	tatoo
Тафгай	tvrdý chlap
Тачка	„kára“
Тачскин панель	dotykový display
Тёлка	„holka“
Техномолл	velký obchod s elektrotechnikou
Технофоб	technofob
Технофронт	obchod s technikou
Тимбилдинг	teambuilding
Тинейджерский	pubert'ácký
Ток-шоу	talk show
Тональник	make up
Тональный флюид	tonovací krém
Топ- 10	top 10
Торкнуть	být pod vlivem návykových látek
Траблы	problémy
Трейлер	trailer
Трек-лист	track list
Тренд	trend
Трудоголик	workoholik
Трэш	trash
Турецкие огурцы	paisley
Тусить	„pařit“
Тусоваться	scházet se, „pařit“
Тусовка	„pařba“
Тусовщик	„pařmen“
Тырить	„šlohnout“
Тюнингуй	vytunit

Удариться в	zajímat se o něco
Уик-энд	víkend
Уйти в штопор	začít chlastat a nebo způsobit si konflikt
Файербол	obhivá koule
Фанк	funk
Фастфуд	fast food
Фейк	fake, podvod
Фест	festivál
Фетровый аппликатор	tužka na oči
Фидбэк	odezva
Фотограф-фрилансер	fotograf na volné noze
Фотосессия	galerie fotografií
Френд-лист	seznam přátel
Фрик	blázen
Фрик-арт	bláznivé umění
Фриковатый	bláznivý
Фрик-рокер	bláznivý rokér
Фронтмен	hlavní člen kapely
ФЭН-шуй	fen-shui
Фэшн	móda
Фэшн-фрик	blázen do mody
Хайлайтер	zvýrazňovač
Хайтек	novodobé technologie
Халява	„zadara“
Харашо	dobře
Хардкор	hardcore
Хаус	„barák“
Хедлайнер	hlavní vystupující, headliner
Хипстер	hipster
Хип-хоп	hip-hop
Хот-дог	hod dog
Хэллоуин	halloween
Хэппи-энд	šťastný konec, happy end
Чарт	žebříček

Черкизон	čerkizon, tržnice Čerkizon v Moskvě
Читер	podváděč
Чувак	kluk
Чумовой	„hrubý“
Шарж	šárž
Шаттл	kosmická loď
Шизомузыка	psychohudba
Шопинг-городок	outlety
Шопинг-терапия	terapie nakupováním
Шоу	show
Шугейз	shoegaze rock
Шутер	střílečka
Эксклюзив	exkluzivní
Экспатский	specifický
Экспресс	express
Экшн	akce
Экшн-камера	akční kamera
Эмси-корни	mc kořeny
Энзе косай	enze kosai
Яркошустрый	rychlý a výrazný
„китай“	„čína“
Дансе-эксклюзив	dance exclusive
iPad	iPad
HD-видео	HD-video
HD-фильм	HD-film
HD-консоль	HD-konzole
Home video	domácí video/ home video
Pad-формат	formát pro iPady
Тv-пульт	televizní ovládač

ANOTACE

Jméno a příjmení autora: Olessya Lantsevskaya

Název katedry a fakulty: Katedra slavistiky, Filozofická fakulta

Vedoucí diplomové práce: prof. Ludmila Stěpanova CSc.

Název diplomové práce: Nová slovní zásoba v současných ruských mládežnických časopisech

Počet znaků: 96 632

Počet příloh: 1

Počet titulů použité literatury: 13 (+21 elektronických zdrojů)

Klíčová slova: nová slovní zásoba, ruské časopisy, nespisovná ruština, anglicizmy v ruském jazyce

V této bakalářské práci se zabývám novou slovní zásobou v ruských mládežnických časopisech. Práce je rozdělena do dvou částí: teoretická a praktická. Teoretická část je věnována charakteristice současného ruského jazyka, publicistickému stylu, charakteristice mládeže, ale především jsem se zaměřila na současné procesy v ruském jazyce, které ovlivňují tvorbu nové slovní zásoby. Praktická část obsahuje 300 excerpčních jednotek, které jsou rozděleny na ruská slova a cizojazyčné přejímky, které jsem následně kategorizovala podle témat.

ANNOTATION

Name and surname: Olessya Lantsevskaya

Name of department and faculty: Philosophical Faculty Palacký University Olomouc

Name of work: A new vocabulary in the contermprorary russian magazines for youth.

Work leader: prof. Ludmila Stěpanova, CSc.

Number of symbols: 96 632

Number of supplements: 1

Number of titles of used literature: 13 (+ 21 Internet links)

Key words: new russian words, russian language, slang, russian magazines for youth

In this thesis I am concentrating on vocabulary used in Russian magazines targeted on young people. The thesis is divided into two parts - the theoretical and the practical one. The theoretical part contains the characteristics of contemporary Russian language, journalistic style, the characteristics of the youngs as a social group but my prime concern was to target contemporary processes in Russian language which shape the formation of new vocabulary. The praktical part includes 300 new words in the russian language, which are divided into Russian words and words borrowed from foreign languages which are categorized according to its usage.