

FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO

V OLMOUCI

KATEDRA SLAVISTIKY

**Nová slovní zásoba v současných ruských a
českých ženských časopisech**

**Новый словарный запас в современных
русских и чешских женских журналах**

**The new wordage in the current Russian and
Czech women's magazines**

(diplomová práce)

VYPRACOVALA: Oxana Baranova

VEDOUcí PRÁCE: doc. Ludmila Stěpanova, CSc.

2012

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

V Olomouci 24. 4. 2012

podpis

Děkuji doc. Ludmile Stěpanové, CSc. za konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní diplomové práce poskytla.

podpis

СОДЕРЖАНИЕ

1	ВВЕДЕНИЕ	6
2	ЛЕКСИКА И ЛЕКСИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ	9
2.1	Лексикология	9
2.2	Лексическое значение	10
3	ЯЗЫКОВАЯ И СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКСТОВ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ	12
3.1	Стилистика и функциональные стили литературного языка	12
3.1.1	Публицистический стиль	16
3.2	Языковая характеристика текстов женских журналов	19
4	СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК	24
4.1	Современный русский язык	24
4.2	Новые процессы в современном русском языке	27
4.2.1	Внешние заимствования (интернационализмы)	28
4.2.2	Внутренние заимствования (жаргонизмы)	35
5	СОВРЕМЕННЫЙ ЧЕШСКИЙ ЯЗЫК	41
5.1	Современный чешский язык	41
5.2	Новые процессы в современном чешском языке	41
5.2.1	Внешние заимствования (интернационализмы)	42
5.2.2	Внутренние заимствования	51
6	НОВЫЕ СЛОВА И ВЫРАЖЕНИЯ В РУССКИХ И ЧЕШСКИХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛАХ	57
6.1	Неологизмы в современных русских женских журналах	59
6.1.1	Наименования лиц в системе неологизмов	60
6.1.2	Сложные слова в системе неологизмов	63
6.1.3	Аббревиатуры в системе неологизмов	64
6.1.4	Универбация в системе неологизмов	67
6.2	Неологизмы в современных чешских женских журналах	69
6.2.1	Наименования лиц в системе неологизмов	71
6.2.2	Аббревиатуры в системе неологизмов	74
6.2.3	Компоненты E-, I-, M- в системе неологизмов	77
7	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	82

8	RESUMÉ.....	85
9	ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА, ИСТОЧНИКИ И ЖУРНАЛЫ	94
	ПРИЛОЖЕНИЕ: РУССКО-ЧЕШСКИЙ И ЧЕШСКО-РУССКИЙ СЛОВАРИКИ НОВЫХ СЛОВ	100

1 Введение

Вначале мы хотели бы объяснить, почему мы выбрали именно эту тему дипломной работы. По нашему мнению, данная тема до сих пор не была достаточно изучена и нуждается в более глубоком исследовании, так как лексика текстов современных женских журналов очень разнообразна и интересна, особенно с точки зрения динамики современного русского и чешского языков.

В нашей работе мы будем рассматривать тексты русских и чешских женских журналов 2005-2012 годов. Конкретные журналы мы выбрали на основе опроса, в рамках которого нас интересовало отношение русских и чешских женщин к современным женским журналам и к их словарному составу, т. е. какие женские журналы они читают и как они воспринимают неологизмы в данных журналах. Всего было исследовано шесть русских и двадцать два чешских журнала.

Цель нашей работы состоит в поиске новых слов, словосочетаний и фразеологизмов в выбранных журналах, в их выписке, объяснении и подборе эквивалентов в сопоставляемом языке. Таким образом, у нас возникнет русско-чешский и чешско-русский словарь, который мы поместим в приложении к данной работе и проанализируем его с различных точек зрения. Возникший словарь может быть полезен для студентов, преподавателей и ученых, далее для переводчиков, предпринимателей, сотрудничающих с Россией, Белоруссией и Украиной, а также для широкой общественности.

Собранный словарный запас мы будем исследовать с нескольких точек зрения, например, с точки зрения происхождения слов и выражений, с точки зрения сферы их употребления и так далее. В некоторых случаях мы приведем слова и словосочетания в контексте с целью лучшего понимания данных выражений. Помимо контекстов, к некоторым словам мы дадим и иллюстрации для лучшего их определения и объяснения, подобно тому, как это делают журналисты женских журналов.

В данной работе мы будем также стремиться показать, какие процессы происходят в современном русском и чешском языках и как они отражаются в лексике текстов женских журналов. Далее мы объясним, почему в данных языках и в

текстах женских журналов появляется большое количество разговорных слов и словосочетаний, жаргонизмов и иноязычных заимствований, главным образом из английского языка.



Рис. 1: журнал Svět ženy 2011/1



Рис. 2: журнал САМАЯ 2009

2 Лексика и лексическое значение

Данная работа посвящена изучению словарного состава русских и чешских женских журналов. Говоря о словарном составе, или лексике, мы имеем в виду совокупность слов или словосочетаний определенного языка. Лексику изучает лексикология.

2.1 Лексикология

В языкознании существует много определений термина *лексикология*. М. И. Фомина объясняет термин *лексикология* следующим образом: «Лексикология изучает слово не только само по себе, но и в определенной связи его с другими словами, образующей систему словарных единиц русского языка, т. е. лексику<...>Лексикология анализирует также тенденции развития лексической сочетаемости слов, частотность их использования в разных стилях и подстилях речи и т. д.» (Фомина 1978: 5). Далее М. И. Фомина отмечает, что понятие *лексикология* не однозначно, лексикологию можно понимать в зависимости от ее направления и задач как *общую лексикологию* – «занимающуюся рассмотрением словарного состава разных языков» или как *частную лексикологию* – «в которой рассматриваются проблемы конкретного языка» (Там же: 5). Далее, по словам автора, можно говорить о лексикологии в широком понимании, в таком случае в нее входит и учение о фразеологизмах. В более узком понимании лексикологии в нее входит лишь учение о словах. Л. А. Новиков определяет данные понятия подобным образом и разделяет лексикологию на *общую*, изучающую лексику разных языков и показывающую общие закономерности их системной организации; *частную*, занимающуюся изучением словарного состава только одного конкретного языка, его общими правилами и спецификой; *описательную (синхроническую)*, которая занимается исследованием конкретной системы, в которую входят параллельно существующие лексические единицы современного языка; *историческую (диакроническую)*, которая исследует словарный состав языка с точки зрения его формирования и его развития в истории; *сопоставительную*,

рассматривающую словарный состав, сопоставляя разные языки, она также сравнивает их совпадения и различия в определенных языках; п р а к т и ч е с к у ю , занимающуюся описанием, необходимым для того, чтобы практически овладеть языками; т е о р е т и ч е с к у ю , которая научно-лингвистически определяет понятия, единицы и категории лексики, и, таким образом, позволяет владение языком на филологическом уровне (Новиков 1987: 5 – 6).

Также в рамках чешских публикаций можно найти немало авторов, занимающихся лексикологией общей и частной. Й. Филипец дает вначале характеристику словарного состава – «je soubor lexikálních jednotek užívaných a přetvářených jistým diferencovaným společenským celkem (národem nebo jeho částí) a charakterizujících jej» (Filipec 1985: 13) и далее определяет термин лексикология – «je teorie lexikální zásoby; uskutečňuje její základní výzkum, tj. popisuje a vykládá lexikální jednotky různých typů, slova, slovní spojení a frazémy, jejich vztahy a dílčí systémy<...>Lexikologie se dělí na synchronní, historickou, a to lexikologii jednoho jazyka a více jazyků (historickosrovnávací), a předhistorickou (etymologii)» (Там же: 13).

После определения основных терминов в рамках *лексикологии* перейдем к следующей важной характеристике, т. е. к *лексическому значению*.

2.2 Лексическое значение

Вначале определим понятие *с л о в о* – «как единица лексики представляет собой единство знака, т. е. звуковой и графической оболочки слова, и значения – специфического языкового отражения действительности» (Новиков 1987: 12). Далее приведем термин *лексическое значение слова* – «представляет собой специфически языковое отражение объекта: это краткая характеристика обозначаемого предмета, минимальный набор характерных признаков (взятых из числа признаков понятия), которые позволяют экономным образом «опознавать» этот предмет» (Там же: 14).

В чешской публикации «Lexikon a sémantika» мы нашли следующую характеристику понятия *с л о в а* – «lexém je systémová (tj. ustálená, langueová) formálně samostatná, avšak funkčně a abstraktně chápaná znaková jednotka, která je

formálně jednoduchá nebo složená (víceslovná), tj. tvořená jediným tvarem nebo úhrnem všech příslušných (flektivních) tvarů patřících funkčně k sobě» (Čermák 2010: 17 – 18).

Другой чешский лингвист объясняет термин с л о в о следующим образом – «je základní a primární jednotka lexikální roviny jazyka, buď jednočlenný lexém monosémický (jednočlenná lexie) nebo polysémický (polysémické slovo)» (Filipec 1985: 33).

Совокупность слов составляет *словарный состав*, дефиницию которого мы уже приводили. В рамках данной работы мы будем рассматривать словарный состав, т. е. лексику с точки зрения ее происхождения (внутренние и внешние заимствования в новых процессах в современном русском и чешском языках), далее с точки зрения сферы ее употребления (диалект, сленг, жаргон, аргó и т. п.), затем с точки зрения стилистики (нейтральная, разговорная и просторечная лексика), и наконец с точки зрения ее пассивного запаса (неологизмы в современном русском и чешском языках).

Прежде, чем приступить к описанию актуальных процессов в современном русском и чешском языках, мы постараемся дать языковую и стилистическую характеристику текстов женских журналов. Поскольку тексты указанных журналов относятся к публицистическому стилю, мы уделим особое внимание данному стилю на примере конкретных текстов из изучаемых нами журналов.

3 Языковая и стилистическая характеристика текстов женских журналов

Прежде чем описывать язык и стиль женских журналов, считаем необходимым привести основные положения стилистики и стилей, а затем дать стилистическую характеристику текстов женских журналов.

3.1 Стилистика и функциональные стили литературного языка

Развитие лингвистической стилистики как науки связано главным образом с именем В. В. Виноградова. В 1954-1955 годах в журнале «Вопросы языкознания» рассматривалась проблема недостатка теоретического описания данной дисциплины. После появления этой статьи ученые стали уделять лингвистической стилистике больше внимания и разрабатывать ее теорию (Ильяш 1975: 4).

Б. В. Томашевский отмечал: «Синонимика, т. е. возможность одну и ту же объективную мысль выразить разными словами, есть основа стилистики» (Цит. по: Ильяш 1975: 4). Далее, по словам М. И. Ильяша, стилистика прочно связана с такими научными дисциплинами, как лексикология и грамматика, так как всем дисциплинам свойственный сходный объект изучения, т. е. язык. Но необходимо отметить, что приемы, цели и методы анализа языкового материала отличаются. В сфере лексикологии стилистика занимается такими вопросами, как стилевое разнообразие лексики (книжная, научная, публицистическая, разговорная, просторечная), антонимия, синонимия, омонимия и эмоциональная окраска слов. В сфере морфологии стилистика занимается вариантными формами склонения, спряжения, степенями сравнения, также эмоционально-экспрессивными нюансами частей речи, их форм и словообразовательными компонентами. В области синтаксиса стилистика занимается спецификой конструкций письменной и устной речи, а также сферой их использования, синтаксической синонимикой, порядком слов, эмоционально-экспрессивными нюансами тех или других конструкций, синтаксическими фигурами

речи и поэтическим синтаксисом. Таким образом, можно сказать, что стилистика описывает и грамматику, и фонетику, и лексику с фразеологией (Там же: 4 – 5).

В. В. Виноградов отметил три следующие точки зрения, в рамках которых можно рассматривать общую стилистику языка, учитывая предмет, цели и метод исследования. Итак, в рамках общей стилистики можно выделить понятие *стилистика языка (структурная стилистика)*, которая объясняет взаимодействия и взаимоотношения разных соотносительных систем слов, словосочетаний, форм, конструкций внутри единственной структуры языка как «системы систем». Далее указанная стилистика занимается изучением специфики функциональных стилей, также сходства и различия между ними. С указанной стилистикой связана *стилистика речи*, так как она создана на основе структурной стилистики. Данная стилистика рассматривает глубочайшие различия семантического и экспрессивно-стилистического характера, которые существуют между разными жанрами и между обусловленными формами письменной и устной речи. Кроме того, данная стилистика исследует специфику монологической и диалогической речи, интонацию и мелодику. Следующим понятием, входящим в общую стилистику, является *стилистика художественной литературы*, изучающая лишь один из функциональных стилей, т. е. стиль художественной литературы. Данная наука называется лингвостилистикой, она составляет научную основу языка и стиля писателя (Там же: 6).

Ныне приведем характеристику термина *стилистика* другого автора – Г. Я. Солганика. По его словам, *стилистика* – «это развитая наука, имеющая несколько важных направлений. И, по существу, можно говорить не об одной, а о нескольких стилистике» (Солганик 2002: 16). Данный автор выделяет следующие виды стилистики: *практическую стилистику*, указывающую, каким образом следует управлять языком; далее *функциональную стилистику*, занимающуюся изучением функциональных стилей; затем *фоностилистику*, рассматривающую ассоциативные представления, связанные со звуками человека; и *стилистику текста*, исследующую закономерности конструкции и функционирования языка (Там же: 16).

Чешский лингвист Я. Хлоупек в публикации «*Současná česká stylistika*» приводит следующую дефиницию термина *стилистика*: это «je jazykovědná

disciplína, která styl studuje a na základě analýzy jednotlivých textů dochází k zobecnění zákonitostí stylizace jazykových projevů» (Chloupek 2003: 18).

Таким образом, стилистика – это наука, которая изучает стиль текста. В рамках стиля языка Я. Хлоупек дает следующую характеристику: «Jazykový styl (dále jen styl) je způsob cílevědomého výběru a uspořádání (organizování) jazykových prostředků, který se uplatňuje při genezi textu» (Там же: 17). А по словам Р. А. Бударова, языковой стиль – «это разновидность общенародного языка, сложившаяся исторически и характеризующаяся известной совокупностью языковых признаков, часть из которых своеобразно, по-своему, повторяется в других языковых стилях, но определенное сочетание которых отличает один языковой стиль от другого» (Цит. по: Ильяш 1975: 8).

После уточнения терминов *стилистика* и *стиль*, назовем конкретные стили, которые выделяются в рамках стилистики. Д. Э. Розенталь отмечает, что существует несколько классификаций стилей, например, классификация А. Н. Гвоздева – деловой, художественный, публицистический, научно-популярный стили; далее классификация А. И. Ефимова – художественно-беллетристический, общественно-публицистический, научный, профессионально-технический, официально-документальный, эпистолярный стили; и классификация М. Н. Кожиной – официально-риторический, обиходно-деловой, научно-технический, публицистический, художественный стили (Там же: 8 - 9).

М. И. Ильяш отмечает, что из приведенных классификаций можно выделить такие функциональные стили письменной речи, как научный, который характерен точностью значения, строгостью изложения, последовательностью в содержании, сложным синтаксисом, большим количеством абстрактных и иноязычных слов; далее профессионально-технический, занимающийся учебной и технической литературой; литература данного стиля имеет практическое направление, рекомендательскую склонность, подробную характеристику процессов, явлений, механизмов, абстрактную лексику, сложный синтаксис и повелительное наклонение; затем публицистический, который старается воздействовать на чувства и мысли людей, побуждать их к действиям и уверять их в данных действиях; тексты данного стиля обладают эмоционально-

экспрессивными элементами, что не свойственно для предыдущих двух стилей; также официально-деловой, который характерен для законодательных документов (указы, законы), договоров, деловых бумаг (акты, заявления, расписки); данному стилю свойственны точность и последовательность изложения, объективность; и художественно-беллетристический, обладающий богатыми художественно-изобразительными средствами, эмоционально-экспрессивными окрасками и сочетаемостью элементов всех стилей, как письменной, так и устной речи (Там же: 9 – 15).

Необходимо отметить, что, кроме стилей *письменной речи*, существует также стиль *устной речи*, т. е. разговорный стиль, лексика которого играет немалую роль в текстах современных женских журналов, но, главным образом, тексты женских журналов относятся к публицистическому стилю, которому позже уделим особое внимание.

Ныне для полноты изложения коротко определим характеристику *устной речи*. Устная речь по сравнению с письменной речью гораздо меньше упорядочена, однако она намного более эмоционально-экспрессивна. Ее можно найти главным образом в диалогах, в связи с этим для нее характерна незаконченность реплик, эмоциональные выражения. В данной речи употребляется большое количество просторечной лексики и неологизмов, далее ей свойственны простые синтаксические конструкции (Там же: 19).

В рамках программы обучения в университете нам на лекциях курса стилистики была дана следующая характеристика стилей. Обыкновенно стили можно разделить на два главных типа: художественный и нехудожественный. Ко второму типу далее относятся такие стили, как: *научный, официально-деловой, газетно-публицистический и разговорный*.

Как уже было сказано, в рамках анализа словарного состава в современных русских и чешских женских журналах мы обнаружили большое количество разговорной и просторечной лексики, характеристику и примеры которой мы уже привели раньше. Сейчас уделим внимание публицистическому стилю, так как тексты женских журналов относятся главным образом к стилю публицистическому.

3.1.1 Публицистический стиль

Перед описанием публицистического стиля необходимо отметить, что данный стиль тесно связан с журналистикой, дефиницию которой мы приводим: «Žurnalistiku lze chápat jako činnost v hromadných sdělovacích prostředcích (zvl. v novinách, časopisech, rozhlase, televizi apod.), novinářství, dále také jako obor zabývající se touto činností; jindy se tím rozumí pouze denní tisk, noviny» (Minářová 2003: 206). В чешском языке, кроме термина «žurnalistika» употребляется также термин «publicistika» – «je často chápána také jako žurnalistická nebo spisovatelská činnost v hromadných sdělovacích prostředcích, která slouží k informaci o aktuálních otázkách a komentuje je. Výrazem publicistika můžeme pojmenovat též souhrn časopisů (určitého směru, ve vymezeném období aj.), a to včetně osob, které je píše, redigují apod.» (Там же: 206).

В рамках русского языка приводится следующая дефиниция термина журналистика «является частью полисистем средств массовой информации (СМИ), то есть входит в многофункциональные институты общества, такие, как: пресса, телевидение, радио, интернет и др.» (<http://ru.wikipedia.org>).

После определения вышеуказанных терминов, приведем несколько вариантов понятия публицистический стиль – «один из функциональных стилей русского языка, обслуживающий сферу политики и реализующий как основную регулятивную (призыво-побудительную, воздействующую) функцию языка» (из лекции курса Стилистика, 2009). Далее М. И. Ильяш отмечает, что в текстах указанного стиля находятся общественно-политические выражения, просторечные слова и словосочетания, фразеологизмы, специфические речевые единицы из разных областей общественной жизни (Ильяш 1975: 13). Так как мы в рамках данной дипломной работы рассматриваем и чешские журналы, приводим дефиницию данного стиля и на чешском языке: «Styl publicistický jako jeden z funkčních stylů současné češtiny představuje zobecněné a nadřazené označení pro všechny žurnalistické texty (verbální komunikáty), které vedle své funkce informativní (zpravovací, sdělné, komunikační) plní ještě funkci persvazivní, působící, ovlivňovací» (Minářová 2003: 207 – 208). Мы согласны с авторами указанных цитат в том, что тексты публицистического стиля действительно хотят читателя убедить с разных точек

зрения, т. е. они стараются воздействовать всеми способами на читателя, чаще всего стремятся затронуть эмоции и мысли читателя.

С данным стилем связаны разные функции, которыми обладают и другие функциональные стили, однако сейчас мы уделим внимание функциям в рамках данного стиля и с учетом текстов современных русских и чешских женских журналов.

Ведущей функцией, которую мы уже немного затронули, является воздействующая – редакторы женских журналов стараются воздействовать на читательниц разными способами, например: предлагают им разные виды похудения, упражнений, причесок, макияжа, разные товары (косметика, одежда, мебель и т. д.), все это дополняют большим количеством фотографий, описанием личного опыта (в 90 процентах положительным) и удовольствием (и вновь с фотографией), полученным некоторой известной звездой из области шоу-бизнеса. Потом не приходится удивляться, что столько женщин покупает огромное количество вещей, даже тех, которые им на самом деле не нужны, они просто находятся под сильным воздействием (давлением) моды, т. е. рекламы или, точнее говоря, под давлением редакторов журналов, а редакторы находятся под давлением бизнеса, т. е. они стремятся продать не только как можно больше журналов, но и товаров компаний, с которыми у них заключен договор. С одной стороны, редакторы осуществляют рекламу товаров и услуг разных компаний, с другой стороны, они воздействуют на читателя не только в связи с продажей товаров, но и с целью предоставить читателям информацию о «новинках» и трендах на современном рынке.

К этому относится функция, играющая в текстах публицистического стиля и в текстах женских журналов тоже важную роль. Речь идет о функции информативной, которая играет тоже важную роль, так как данная функция стремится предоставить читателям большое количество сведений или какую-нибудь информацию о конкретном товаре, услуге, моде, актере, певце и т. п.

Далее необходимо назвать функцию коммуникативную – журналист стремится вести с читателем диалог, чтобы заинтересовать читателя в статье и затем – чтобы читатель почувствовал доверие к журналисту. Если читатель будет думать, что журналист обращается именно к нему, он ему станет доверять, он будет покупать данный журнал, а возможно и писать в редакцию журнала разные письма,

емайлы и т.д.. Необходимо, однако, отметить, что многие журналистов стремятся не только повысить популярность своих журналов, но также хотят помогать людям, в нашем случае именно женщинам.

Немалую роль имеет также функция эстетическая – журналисты и редакторы журналов стремятся привлечь внимание читателей также посредством текстов, написанных разным шрифтом, размером, цветом, сочетанием прописных и строчных букв, замен букв цифрами, употреблением аббревиатур. В русских журналах очень часто употребляется комбинация кириллицы с латинским шрифтом. Кроме текстов, может сильно на читателя подействовать и графика конкретного журнала, поэтому важную роль играет и график, стремящийся сделать привлекательной не только обложку журнала, но и все рекламы и статьи в данном журнале. Поэтому он употребляет большое количество фотографий, разных картинок или просто почерк конкретных журналистов. Кроме фотографий, преобладающее большинство людей заинтересовано в журналах, в которых находятся какие-нибудь подарки (образцы разной косметики, перчатки, шарфы, сумки, тапочки, сладости, таблетки для похудения, витамины, купоны со скидками в разные магазины, кроссворды, дополнительные каталоги, второй журнал бесплатно и др.) или на обложке которых находится известный человек, или хотя бы в журнале с ним есть интервью. По личному опыту и по опросу читательниц знаю, что женщины всегда будут больше покупать те журналы, которые для них выгоднее, т. е. те, которые, кроме советов, предоставляют также подарки, так как у женщин возникает чувство, что они сделали выгодную покупку и это приносит им удовлетворение, что способствует следующей покупке журнала.

Последняя нами приведенная функция в о с п и т а т е л ь н а я – журналисты стараются воспитать читателей посредством статей, описывающих разные страны мира, их культуру, историю, географию; рецепты, косметические препараты, одежду, методы похудения, разные виды спорта, упражнения, болезни, профилактику и т. п. Кроме статей на чешском или русском языках, в некоторых журналах можно найти и статьи на английском или немецком языках, что также способствует развитию знаний читательниц. Или в большинстве журналов можно найти разные виды кроссвордов, викторины, sudoku или разные виды тестов, касающихся как общечеловеческих знаний, так и знаний по конкретной теме.

По нашему мнению, создание качественного журнала – это не легкая задача, требуется большой опыт, контакты, способности и энтузиазм, потому что когда журналиста интересует его работа, то и читателя (в большинстве случаев) будет интересовать данный журнал. После определения вышеприведенных функций мы перейдем к языковой характеристике и к конкретным текстам женских журналов.

3.2 Языковая характеристика текстов женских журналов

Язык текстов женских журналов очень интересен и разнообразен, в нем встречаются самые разнообразные языковые единицы, как по происхождению, так и по стилистической окраске. Необходимо также отметить, что язык текстов данных журналов крайне специфичен тем, что возникает ощущение, что автор текстов обращается именно к нам (суггестивное обращение), а не к большинству читательниц журнала. Редакция данных журналов неизвестен конкретный читатель, редакторы и журналисты должны конструировать образ читателя. Хотя редакция обращается к мнимому читателю/читательнице, у конкретного читателя возникает чувство, что они обращаются именно к нему (Čmejrková 1996: 201). С. Чмейркова приводит пример такого обращения:

Milá čtenářko,

než začneš listovat stránkami lednového vydání časopisu D 17, chceme Ti popřát všechno nejlepší v novém roce. Přejeme Ti, abys potkala lásku svých snů, a pokud ji máš, tak aby každý váš prožitý den byl plný slunce. Abys s úsměvem listovala stránkami našeho časopisu a s každým trápením se obrátila právě na D 17. My si přejeme, aby časopis D 17 byl Tvým společníkem na cestách, Tvým rádčem, zábavou ve chvílích nudy a inspirací při hledání nebo vylepšení Tvého stylu. Naší snahou je, aby každá stránka byla pro Tebe zajímavá, aby ses těšila na každé další vydání. Abychom splnili Tvé představy, potřebujeme Tvou spolupráci. Těšíme se na každý dopis, který nám napíšeš, protože časopis D 17 je časopis pro Tebe... (Там же: 201).

В анализированных нами журналах нам также повстречались похожие обращения к читательницам. Ныне приведем отрывки текстов из современных русских журналов «САМАЯ», «Женские секреты» и чешских журналов «LOOK magazine», «Žena a život»:

Как победить личную инфляцию?

Может ли справиться с финансовой бурей обычный человек? «Самая» говорит решительное «ДА!» (САМАЯ 2009: 72).

Приготовим вместе!

Дорогие читательницы! Вы всегда помогаете нам! А теперь давайте сделаем вместе новый журнал о кулинарии! (Женские секреты 2009: 188).

Рецепт на спокойный вздох? Знаме!

Najít si partnera, se kterým se doplňujete, i po letech jste s ním ráda a když přijde krize, pomáháte si, není snadné, ale rozhodně ne nemožné! Nevěříte? Tady jsou důkazy! (Žena a život 2011/19: 31).

Nažhavte ho striptýzem!

Přemýšlíte, čím novým byste mohla svého partnera nažhavit? Zkuste obyčejné svlékání povznést na dráždivou předehru. Domáci striptýz ho určitě nenechá chladným. Poradíme vám, jak na to! (LOOK magazine 2011/2012: 30).

С данным способом обращения к читателям можно встретиться в рекламных текстах, авторы которых обращаются к миллионам читателям, но нам кажется, что они хотят заинтересовать именно нас. Употребляются местоимения ВЫ или ТЫ и повелительное наклонение, например: *Jsme Váš pevný bod., Váš důvěrný společník., Vašim představám dáváme křídla., Pojďte mezi nás., Splňte si sen!, Dejte přednost kvalitě., Мы Ваш партнер. Выполним Ваши мечты!, Будете в восторге! – Когда? – Когда с нами познакомитесь! Станьте миллионером! и т. п. (Čmejrková 1996: 201 – 202).* В рамках подтекста читаем: купите то или другое. Вновь приведем наши примеры из вышеуказанных журналов:

А что выберете ВЫ?

Микроволновая печь DuoChef MC-8088HLC является комбинацией духового шкафа и микроволновой печи. Имеет систему двойной конвекции (два вентилятора) и автоматические программы готовки блюд (САМАЯ 2009: 116).



Рис. 3: Микроволновая печь DuoChef MC-8088HLC

Technika pro ženy – Do kabelky

Mobilní tablet Lenovo IdeaPad K1 váží pouhých 750 g, proto si jej budete moci vzít kamkoli s sebou. Prostřednictvím integrovaného Wi-Fi a Bluetooth se kdykoli snadno připojíte na internet, nebo k dalším zařízením (LOOK magazine 2011/2012: 136).



Рис. 4: Mobilní tablet Lenovo IdeaPad K1

Делай тело!

Сколько осталось до лета – день, уик-энд, неделя? Времени мало – скорее за дело! (Женские секреты 2009: 48).

Móda jste vy!

V našem unikátním projektu a nejdůležitější módní story roku vám podzimní trendy nepředstavují modelky, ale reálné ženy. A jsou nádherné! (Žena a život 2011/19: 58).

В женских журналах часто встречаются черты диалогичности, т. е. автор текста в журналах задает читателю разные вопросы, а читатель про себя отвечает на эти вопросы. Все это также имеет характер рекламы (Štejková 1996: 202). Опять приведем нами выбранные примеры из вышеприведенных журналов:

А вы готовитесь к лету?

Если еще не начинали, то сейчас - самое время! А советы наших читательниц помогут вам встретить новый сезон выспавшимися, бодрыми и красивыми с ног до головы (САМАЯ 2009: 146).

Наведи стрелки!

Хотите сделать свой взгляд еще притягательнее, а макияж более праздничным? Тогда за дело - давайте учить подводить глаза! (Женские секреты 2009: 44).



Рис. 5: Стрелки

Vrásky? Kde je vidíte?

Dvojice vyhlazujících krémů od Garnier prošla avizovným testem (Žena a život 2011/19: 89).

Podzimní trendy přicházejí... Pro modelky?

Ne! Pro opravdové ženy... (Там же: 57).

Из сказанного вытекает, что тексты современных русских и чешских женских журналов стремятся воздействовать на читателя всеми способами и в самой большой мере. Данные журналы используют больше всего нейтральную лексику, но также стилистически маркированную лексику: неологизмы (главным образом англицизмы), разговорные слова, разные виды сленгов, профессионализмы, в меньшей мере жаргонизмы и малое количество вульгаризмов. Таким образом, в данных журналах можно найти богатый и довольно разнообразный словарный запас, который представляет собой интересный материал для исследования.

4 Современный русский язык

Прежде, чем уделить внимание конкретным процессам, происходящим в современном русском языке, приведем определение термина *современный русский язык*.

4.1 Современный русский язык

Для большинства людей родной язык – это не только средство коммуникации, но и культурное богатство. Известные русские писатели создали на русском языке восхитительные произведения. Крылатыми стали слова И. С. Тургенева: «Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах моей родины, — ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык! Не будь тебя — как не впасть в отчаяние при виде всего, что совершается дома? Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу!» (<http://ilibrary.ru/>).

Эти слова, прежде всего «великий и могучий», активно употребляются в настоящее время. «Великий и могучий» мы можем услышать не только в разговорной речи, но и в современных русских журналах, газетах и в интернете.

Кроме этих прекрасных слов о русском языке, нам понравился ответ ректора Государственного института русского языка РАН имени А. С. Пушкина Ю. Е. Прохорова на вопрос, как он лично популяризирует русский язык. По его словам, не надо популяризировать русский язык, так как это в основном самоуправляющаяся система. Ю. Е. Прохоров это показывает на конкретном примере, а именно на поездках машин по дороге. Он отмечает, что необходимо заметить поведение водителей машин на дорогах, т. е. машины останавливаются перед пешеходным переходом, что раньше происходило в России редко. Возникает вопрос, что же случилось? Ответ простой – человек начал понимать, что когда у него возникнет материальная (настоящая) потребность, то он ее может показать, и таким образом ее удовлетворить. Короче говоря, он купит машину и останавливается перед пешеходным переходом, чтобы показать, что она у него есть. Такое происходит и с языком, т. е. умные топ-менеджеры стремятся владеть языком страны, в которой они пребывают и занимаются бизнесом. Поскольку невозможно пребывать в Китае и

хотя бы несколько слов или фраз не выучить, поймут нас или нет – это уже другое дело. Ю. Е. Прохоров в связи с вышеуказанным отмечает, что, в основном, поэтому у них в университете находится большое количество индивидуалов-бизнесменов и групп из разных посольств. Далее он говорит, что «есть ещё и масло на хлебе – английский язык. Но попробуйте месяц есть только хлеб с маслом. Желудок не выдержит. На него нужно что-то класть. Бутерброд нужен. И я стараюсь убедить: если сверху ещё положить русский язык – это выгодно и вкусно» (<http://www.russkiymir.ru/>). Очень привлекательно звучит, что русский язык – «это выгодно и вкусно», поскольку он в настоящее время пользуется большой популярностью и на него немалый спрос именно со стороны иностранцев, таким образом он распространяется посредством бизнеса по всему миру, как далее указывает Ю. Е. Прохоров. Следовательно, в вышеупомянутом институте учатся студенту из разных стран мира, например, из Аргентины, Австралии, Турции, Болгарии, Австрии, Словакии, Польши, Германии и т. д. Ежегодно количество студентов составляет 3000 человек из 75 стран мира. И речь идет главным образом о юристах, представителях туристического бизнеса, бизнесменах, филологах, экономистах, которым русский язык нужен по работе. Иначе говоря, посредством возникновения экономической потребности в отношениях популяризируется русский язык (Там же).

Мы вполне согласны с данным высказыванием Ю. Е. Прохорова, так как мы ежедневно встречаемся с потребностью знания русского языка именно в экономической сфере как преподаватели русского языка в разных фирмах или языковых школах. В последнее время спрос разных предприятий на русский язык постоянно растет и таким образом преподаватели русского языка обучают все больше и больше людей и таким образом популяризируют русский язык. По нашему мнению, следующий вывод ректора Ю. Е. Прохорова является действительно правдивым. Он объясняет, что к русскому языку надо относиться, как к товару, так как у преподавателей русского языка есть клиенты, и для них данный язык выгодный товар, таким образом преподаватели должны убедить своих клиентов в том, что изучение данного языка принесет им преимущества. Но иногда клиентов трудно в этом убедить, так как преподаватели русского языка долгое время преподносили его, как идеологию и внедрение в культуру. Однако другая культура и

ее понимание - это сложная задача даже для подготовленного человека, не говоря о других. Поскольку, когда человек поживет в определенной культуре и поймет ее, он будет язык воспринимать не только как товар, а именно как идеологию и сокровищницу. Следовательно, если преподаватели русского языка скажут своим студентам, что, овладев русским языком, они будут в своей стране получать на 20% выше зарплату, то они преподавателей поймут и будут изучать русский язык. Но, если бы преподаватели студентам сказали, что овладев русским языком, они смогут читать произведения Пушкина в подлиннике, то большинство студентов бы разбежалось, так как это не их цель. Однако, чем больше преподаватели будут обучать студентов и объяснять им, почему это для них выгодно, тем это будет полезнее и для языка, поскольку, из 3000 студентов, изучающих русский язык, возможно, что хотя бы человек десять начнут читать произведения русских писателей в подлиннике, что уже является положительным результатом (Там же). Мы знаем по нашему личному опыту, что большинство людей изучает русский язык главным образом для ведения деловых отношений с русскоговорящими странами, но найдутся и такие люди, которые изучают русский язык именно для того, чтобы читать в подлиннике великие произведения известных русских писателей, или туристы, путешествующие по данным странам. Это связано с непрерывным увеличением количества туристических поездок в Россию в настоящее время.

Из вышесказанного вытекает, что интерес к русскому языку растет и зависит лишь от нас, как мы его будем представлять, чтобы его потребность не упала, а наоборот постоянно росла. Если язык будет употребляться большим количеством людей, то он может развиваться, либерализоваться и обогащаться новым словарным запасом, незнание которого может принести ряд недоразумений или проблем не только в сфере бизнеса, но и в личной жизни. Таким образом, мы считаем необходимым уделить внимание именно новым словам и словосочетаниям, с которыми мы можем встретиться в газетах, журналах, радио, на телевидении и в интернете.

Но перед конкретным описанием новых процессов в современном русском языке, полагаем полезным уточнить, что означает понятие **с о в р е м е н н ы й** **р у с с к и й** **я з ы к** – «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, Голуб, Теленкова 1991: 4). М. И. Фомина отмечает, что хронологические границы современного литературного русского языка изменяются и, по ее словам, многие исследователи считают современным русским языком язык от Пушкина до наших дней, в то время как В. В. Виноградов выделил для данного языка хронологическую границу с 90-х годов XIX века до 70-х годов XX века. Ф. П. Филин определяет две основные границы современного русского литературного языка: во-первых, язык от Пушкина до 1917 года, во-вторых, язык от 1917 года до наших дней. Однако некоторые исследователи сужают хронологические границы данного языка и таким образом относят его к границе с конца 30-х – 40-х годов до наших дней (Фомина 2001: 7 – 8). Кроме того, существует и другая дефиниция, которая весьма подходит к теме данной дипломной работы: *современный русский язык* – «это язык от бандитских девяностых до наших дней» (Степанова 2011: 3).

4.2 Новые процессы в современном русском языке

По словам некоторых авторов, самой подходящей характеристикой живых процессов, происходящих в современном русском языке, является демократизация русского языка. Однако, мы присоединяемся к мнению В. Г. Костомарова, который отмечает, что для характеристики новых процессов больше подходит термин *либерализация*, так как они касаются не только народных пластов общенационального русского языка, но и образования. В общей сложности литературно-языковая норма начинает быть менее обязательной и определенной, данная норма становится все менее стандартной (Костомаров 1994: 5).

В настоящее время вообще люди грамотнее, чем во времена СССР, но тогда данная норма была точнее определена и соблюдалась строже. В основе происходящих процессов находятся изменения в психологической установке масс, употребляющих современный русский язык, также в их языковом вкусе, моде и чувстве языка (Там же: 7, 8).

Говоря о вкусе, можно привести его точную характеристику: *вкус* – «это, в сущности, меняющийся идеал пользования языком соответственно характеру эпохи»

(Там же: 24). А если говорить о языковой моде, то, по нашему мнению, люди стремятся употреблять как можно больше новых слов, а именно потому, чтобы выглядеть перед другими интереснее, современнее и иногда умнее. Когда они хотят выглядеть умнее, они пользуются большим количеством иностранных слов, хотя данные слова имеют эквивалент в русском языке. А у того, кто (в основном современная молодежь) желает чувствовать себя интересным и современным, можно найти в словарном запасе, кроме интернационализмов, также лексику из сленга, жаргона или даже вульгаризмы. Ныне перейдем к конкретному описанию новых процессов, происходящих в современном русском языке.

4.2.1 Внешние заимствования (интернационализмы)

Прежде, чем уделить внимание конкретным интернационализмам, считаем необходимым объяснить термин *интернационализм* – «слово, возникшее первоначально в одном языке и затем из него заимствованное в большинство других языков мира для обозначения этого понятия. Таковы прежде всего специальные термины большинства наук, названия технических устройств (микроскоп, телефон, спутник, Интернет), общественных институтов (полиция, республика, академия), спортивная лексика (прежде всего само слово спорт), разного рода «экзотизмы» (самурай, томагавк и т. п.)» (<http://ru.wikipedia.org/>).

В настоящее время в современном русском языке можно найти заимствования из разных иностранных языков, однако ведущую позицию занимают слова или словосочетания из английского языка, можно говорить о наплыве англицизмов, прежде всего американизмов. В. Г. Костомаров отмечает: «Заимствования из американского варианта английского языка многие считают самой яркой чертой нашего сегодняшнего языкового развития, сравнивая их поток с французским наводнением, пережитым в XVIII веке. Как и в большинстве стран мира, США в сознании россиян, особенно молодежи, все более укореняются в качестве центра, излучающего если не законодательно, то привлекательно технические новшества, образцы общественного порядка и экономического процветания, стандарты жизненного уровня, эстетические представления, эталоны культуры, вкусы, манеры поведения и общения» (Костомаров 1994: 81).

Приступая к исследованию иноязычной лексики, мы решили выяснить отношение русских читательниц женских журналов к заимствованным словам и словосочетаниям и провели опрос, касающийся слов иностранного происхождения. Из результатов опроса вытекает, что большинство русских женщин отдает предпочтение исконно русским словам и словосочетаниям, а к иноязычным заимствованиям они относятся отрицательно, так как большинство иноязычных слов или словосочетаний им незнакомо и поэтому они данные выражения не понимают, что потом отражается в том, что они не ориентируются в смысле статей женских журналов. По мнению этих читательниц, в русском языке для большинства иноязычных заимствований существует достаточно много эквивалентов, которые лучше понятны носителям русского языка. Однако небольшое количество русских женщин относится положительно к заимствованиям из иностранных языков, так как они в этом видят способ развития современного русского языка и русской культуры. Ныне мы приведем образец анкеты и некоторые мнения русских женщин, участвовавших в данном опросе.

Анкета – женщины, журналы и неологизмы

1. Возраст:

а) 20 – 29 лет; б) 30 – 39 лет; в) 40 – 49 лет; г) 50 – 59 лет; д) 60 и больше лет

2. Оконченное образование (и специальность):

3. Актуальное место работы:

4. Какие журналы вы читаете?

5. Почему вы эти журналы читаете?

6. Каково Ваше отношение к новым словам (особенно к заимствованиям из иностранных языков) в современном русском языке? Вы предпочитаете русские слова или иноязычные выражения? Прошу Ваше мнение обосновать.

Вначале мы рассмотрим мнение женщин в возрасте с 20 до 29 лет, в основном это русские студентки университетов. Они воспринимают иноязычные неологизмы следующим образом: *В журналах я часто встречаюсь со словами, заимствованными из иностранных языков, значение которых мне не сразу понятно. Мне это не всегда нравится, особенно, когда узнаю, что в русском существует эквивалент; Терпеть не могу иностранные слова в русском языке. Не понимаю, зачем их столько, когда существуют эквиваленты в русском языке; Я абсолютно спокойно отношусь к заимствованным словам из иностранных языков, так как хорошо знаю английский язык; Отношусь положительно к заимствованиям из иностранных языков, мне потом лучше объясняться.*

Далее уделим внимание женщинам в возрасте с 30 до 49 лет, у которых среднее или высшее образование: *Я предпочитаю русские слова, так как они мне сразу понятны в отличие от заимствований из других языков; В русском языке меня неприятно удивляют слова, фонетический перевод которых абсолютно не отвечает оригиналу, чаще всего написанному на английском языке; Отношусь положительно к заимствованиям из других языков. Но не нравятся мне просторечные слова, особенно в рекламе и журналах.*

Теперь приведем мнения женщин в возрасте 50 лет и выше, у которых среднее образование: *Каждый язык настолько богат словарным составом, что можно объяснить все, не засоряя язык чужими словами. Мое отношение к заимствованным словам не очень хорошее, как видно из вышесказанного; Я негативно отношусь к подобным словам, хотя после изучения и запоминания подобных слов я начинаю употреблять их и в обиходе; В настоящее время люди много путешествуют и, чтобы спросить или поговорить с человеком из другой страны, прибегают к словам чужого языка. Поэтому я положительно отношусь к заимствованным словам.*

Учитывая приведенные высказывания, делаем вывод, что некоторые женщины в возрасте до 30 лет относятся к иноязычным заимствованиям положительно, а некоторые отрицательно. В то время, как преобладающее большинство женщин в возрасте с 30 лет и выше предпочитает исконно русские слова, поскольку они их лучше понимают.

Как мы уже указывали выше, многие русские употребляют в своей речи иностранные слова, хотя в русском языке существует их эквивалент. Теперь приведем некоторые примеры заимствований из английского языка, имеющих эквиваленты в русском языке. Это такие слова, как *конверсия* (преобразование), *имидж* (образ), *стагнация* (застой), *плюрализм* (многообразие), *презентация* (представление), *реперный* (ключевой, важный), *коррумпированный* (продажный), *транспарентный* (прозрачный) и так далее (Костомаров 1994: 81). По мнению филологов, англицизмами стали заменяться кроме русских слов, даже слова, давно заимствованные из французского или немецкого языков. Приведем следующие примеры: *брифинг* (инструктаж), *рейтинг* (популярность), *дисплей* (экран), *паблицити* (реклама), *мейкап* (макияж), *шоу* (спектакль), *сэндвич* (бутерброд), *хит* (шлягер) и т. д. (Степанова 2011: 23).

Иноязычные заимствования можно найти в разных областях жизни, но чаще всего мы их найдем в следующих сферах: в экономике – *бизнес, офис, маркетинг, лейбл, ваучер, менеджер, инвестиции, ипотека* и так далее; также в сфере компьютеров, аудио- и видеотехники – *дисплей, файл, процессор, сайт, установить, чат, юзер, коннектор* и т. д.; далее в спорте – *аэробика, кикбоксинг, пилатес, плей-офф, фитнес, фристайл, дайвинг* и многие другие; в торговле и туризме – *шоп, шопинг, тур-shopping, отель, спермаркет, маркет, секонд хэнд* и др.; или в массовой культуре – *хит, шоу, ток-шоу, клип, дискжокей, имидж, рейтинг, саундтрек, триллер* и др. (Там же: 23 – 24).

В рамках нашей бакалаврской работы в 2010 году мы исследовали словарный запас русских женских журналов, и большая часть работы была уделена именно заимствованиям из других языков. Сейчас укажем несколько примеров слов или словосочетаний из разных областей употребления иноязычных заимствований, находящихся в современных русских женских журналах, названия которых приводятся как в источнике, так и в приложении данной работы, т. е. в русско-чешском словарице. Мы решили не приводить источники каждого слова, так как большое количество разных источников разбивало бы текст.

Учитывая то, что в упомянутых журналах преобладают в количестве иноязычных заимствований англицизмы, вначале мы приведем примеры англицизмов и области, в которых они чаще все употребляются. Самое большое количество англицизмов и американизмов происходит из области компьютерной и мобильной техники, например, *мобильный чат*, *тms-ка*, *смс-полотно* (длинное сообщение), *ноутбук*, *скан чека* (копия чека в электронном виде), *онлайн девочка* (девушка или женщина, которая постоянно подключена в сеть интернета), *сайт*, *сеть* (интернета), *веб-камера*, *виртуальные каникулы* (путешествие на разные места посредством интернета), *лето онлайн* (все лето сидеть у компьютера и у интернета), *десктоп* (экран компьютера), *спам*, *спамер* (человек, посылающий невостробованные эмайлы).

Но большую роль имеет также лексика из области популярной музыки, например, *рэпер*, *рок-группа*, *рокер*, *плеер* (проигрыватель музыки), *ремикс*, *саундтрек* (звуковое сопровождение рекламы или фильма), *диджей*, *диджейский комплект*, *диско-панк-компания* и другие. Лексика из области косметологии также занимает значительное место в указанных журналах, например, *спа* (приятные водные процедуры, предлагаемые чаще всего гостиницами), *спа-эффект* (релаксационный эффект), *UV-фильтр*, *контур*, *корректор* (выравниватель кожи), *целлюлит*, *гидромассажный* (массаж посредством водных струй), *шугаринг* (устранение волос на руках, ногах и других местах с помощью сахара), *лифтинг* (сглаживание или натягивание кожи), *топ-стилист*, *спрей-блеск* (спрей для волос с блестками) и др. Так как мода играет большую роль во всем мире, много названий из модной промышленности заимствуются из английского языка, например, *шопинг* (покупки), *шопоголик* (человек, зависимый на покупках), *тренд*, *шик сезона*, *хит сезона*, ***бриджи*** (брюки с длиной вплоть под колена), *топ* (женская футболка, модная маечка) и др. Далее немалое место в рамках англицизмов занимают названия из сферы спорта, например, *фитнес* (фитнес-центр, спортивный клуб), *фитнес-карточка* (карта члена фитнес-центра или спортивного клуба), *яхтсмен* (парусник,



Рис. 6: Бриджи

мужчина, управляющий яхтой), *тренинг*, *аквааэробика* (аэробика в воде), *степ-аэробика* (аэробика с передвижной ступенькой), *фитбол* (разные упражнения на больших надувных мячах).



Рис. 7: Фитбол

Вследствие продуктивного развития фильмографии и телевизионных программ мы часто встречаемся с такими словами, как *мыло* (сериал, многосерийный фильм), *мыльные оперы* (от англ. *soap opera*, обычно теленовеллы), *продюсеры*, *блок-бастер* (современные, популярные фильмы), *спецэффекты* (специальные эффекты), *кастинг* (выбор актеров, актрис, моделей и т. д. для конкретного проекта), *кулер* (маленький чемодан).

В словарном составе упомянутых журналов также изобилует лексика из области здорового питания (фрукты, овощи, салаты и травы), например, *лемонграсс* (лимонная трава), *лайм* (маленький зеленый лимон), *помело* (экзотический фрукт, помесь грейпфрута и разных цитрусов), *салат фризе* (ледяной салат) и др. Следующая группа выбранных нами англицизмов также часто встречается в текстах данных журналов, речь идет о лексике из области наименований лиц, например, *бизнес-тренер* (тренер в области предпринимательства, человек, советующий предпринимателям, как заниматься бизнесом), *бизнес-леди* (предпринимательница, женщина, занимающаяся бизнесом), *фриланс* (свободный работник), *бойфренд* (партнер девушки или женщины) и др.

Помимо англицизмов и американизмов, употребляются также слова и словосочетания, заимствованные из других иностранных языков. В женских журналах находится значительное количество слов, происходящих из греческого языка, например, слова из области мистики: *психокинез* (движение предмета происходит посредством мысли), *телепатия* (передача мыслей и чувств на расстоянии), *хиромантия* (предсказывание будущего из ладони), *эзотерика* (самопознавание и постижение скрытых основ мироздания); далее слово из области питания: *фетакса* (греческий сыр, который производится из козьего или овечьего молока); и слово из области косметологии *акне* (воспаление кожи) и т. д. Однако и лексика из л а т и н с к о г о я з ы к а занимает среди иноязычных заимствований в русском языке не последнее место. В лексике женских журналов часто появляются также слова из области мистики: *левитация* (способность человека с помощью мысли летать), *суггестия* (психологическое воздействие на сознание человека, напр. разные виды заклинания); далее слова из области моды: *рептилий* (кожа из пресмыкающихся), *туника* (одежда разной длины, которую можно носить как кофту, рубашку, платье), и другие слова *ретрокартинки*, *солярий* (оборудование для загара). Общеизвестно, что слова из французского языка оказывали сильное влияние на русский язык. Данный процесс до сих пор происходит, в современный русский язык заимствуются слова из области моды: *деним* (плотная, грубая ткань, чаще всего употребляемая для производства джинсов), *эффект деграде* (у одежды переливание одних цветов в другие), *сабо* (деревянные башмаки); также слово из области косметологии



Рис. 8: Эффект деграде

визажист.

Раньше в русском языке появлялись также слова из немецкого языка. В настоящее время их заимствуется меньше, например, слово из области мистики *полтергейст* (паранормальные явления, связанные с самоподвижными предметами); также слово из области моды *стразы* (цветные камушки, которые можно пришить или приклеить на одежду). В последнее время начинают появляться заимствования из итальянского языка, например, слово из области моды *капри* (брюки или джинсы с длиной под колени), и другие слова: *папарацци* (фоторепортеры, которые преследуют известных людей и снимают сцены из их личной жизни). В лексике вышеупомянутых журналов находится и несколько слов из японского языка. Мы имеем в виду следующие слова: *игра-караоке* (игра, в которой необходимо петь), *оригами* (произведения из бумаги), *икебана* (японское искусство аранжировки срезанных цветов) и другие.



Рис. 9: Капри

Таким образом, мы можем сделать вывод, что новые слова и словосочетания, употребляемые в современных русских женских журналах, были заимствованы чаще всего из английского языка, далее из немецкого, греческого, латинского, французского, итальянского и японского языков. Необходимо отметить, что русский язык довольно либерально относится к наплыву иноязычных слов, они кативно используются журналистами, писателями, телеведущими и т.п.

4.2.2 Внутренние заимствования (жаргонизмы)

Кроме описанных внешних (иноязычных) заимствований, существуют и внутренние заимствования – слова из жаргона, сленга, арго и просторечия, характеристику которых мы далее уточним.

Говоря о современной русской речи и публицистике, необходимо отметить, что они представляют собой сложное объединение разных элементов, в которое входит общелитературная лексика и многочисленные субстандартные слова. Для

русского языка XX века характерно вливание в разговорную речь населения слов и выражений из так наз. «жаргона» (Степанова 2011: 76).

Ныне постараемся определить такие термины, как *арго*, *жаргон*, *сленг* и *просторечие*. Хотя существует много источников, описывающих данные термины, это, к сожалению, довольно трудная задача, так как эти источники в описании терминов не совсем однородны.

Для объяснения указанных терминов употребим классификацию социолингвистических категорий В. В. Химика, описывающего данные термины в работе «Язык современной молодежи». По его словам, а р г о – «это закрытая лексическая подсистема специальных номинаций, обслуживающих узкие социально-групповые интересы, чаще всего профессиональные» (Цит. по: Степанова 2011: 78). С данным термином связано понятие а р г о т и з м ы, которые В. В. Химик характеризует как рациональные номинации-терминоиды, употребляемые в разных профессиях, ремеслах, например: спортивные (*технарь*); армейские (*калаш*); музыкальные (*сольник*); студентов (*автомат*) и другие. Далее он определяет термин ж а р г о н – «полуоткрытая лексико-фразеологическая подсистема, применяемая той или иной социальной группой с целью обособления от остальной части языкового сообщества» (Там же: 79). К данному термину относится понятие ж а р г о н и з м ы, которое, по его словам, обладает отрицательно-оценочной окраской. Л. Степанова описывает разницу между жаргонизмами и арготизмами следующим образом: «Жаргонизмы отличаются от арготизмов тем, что жаргонные слова – это, как правило, экспрессивные наименования, которые легко узнаваемы и понятны всем и, кроме того, имеют семантическую параллель в литературном языке (ср. *мочить* – *убивать*), у арготизма ее может не быть» (Там же: 79). Учитывая вышеуказанные термины, необходимо описать также термин *сленг*. В. В. Химик определяет термин *сленг* следующим образом – «это практически открытая подсистема ненормативных лексико-фразеологических единиц разговорно-просторечного языка, его стилистическая разновидность, или особый речевой регистр, предназначенный для выражения усиленной экспрессии и особой оценочной окраски (обычно негативной)» (Там же: 79). По его словам, между жаргонизмами и сленгом нет четкой границы. Можно сказать, что сленг расширяет

свои экспрессивные выражения именно из социально-групповых и социально-профессиональных жаргонов (Там же: 80).

Читая статьи разных авторов, мы решили уделить современному русскому просторечию отдельное внимание, так как о нем пишут такие известные авторы, как Л. П. Крысин, В. В. Химик, О. П. Ермакова и А. Еремин. Говоря о современном русском просторечии, его можно разделить на две группы: «старую» и «новую», или *Просторечие-1* и *Просторечие-2* (Там же: 81). Перейдем к определению их конкретного значения:

«Просторечие-1 – характерно для городских жителей старшего возраста (преимущественно пожилых женщин), приехавших из деревни и сохранивших в своей речи черты своих диалектов (ср. *отсюдова, пуцай, ехай* и т. д.)» (Там же: 81).

По словам Л. П. Крысина: «носители Просторечия-2 – это горожане среднего и молодого возраста, имеющие незаконченное среднее образование и не владеющие нормами литературного языка; их речь лишена диалектной окраски и в значительной степени жаргонизирована» (Там же: 81). По нашему мнению, полученное образование иногда может играть роль в выборе словарного запаса, но не всегда. По личному опыту, мы знаем, что, люди, имеющие более низкое образование, читают бульварные журналы, где можно найти достаточно слов из просторечной лексики. Зато люди, получившие высшее образование, в большинстве случаев избегают чтения бульварных журналов, а, наоборот, стремятся покупать и читать журналы с темами статей на высшем уровне (напр., история, география, психология, природа, животные, здоровье и т. п.). В данных статья можно найти много иноязычных заимствований, но, по-нашему мнению, они скорее обогащают их словарный запас, чем ухудшают.

Далее полагаем полезным привести общую дефиницию просторечной лексики – «это стилистически сниженные слова, находящиеся в отличие от разговорной лексики за пределами строго нормированного литературного языка. Просторечная лексика используется для сниженной, грубоватой оценки обозначаемого. Такие слова характеризуются ярко выраженной экспрессией отрицательной оценки: *дылда, плюгавый, отмахать* - пройти большое расстояние» (Новиков 1987: 114). Автор указанной дефиниции Л. А. Новиков отмечает, что нет

строгой границы между разговорной и просторечной лексикой, что их лексика отличается лишь степенью стилистической сниженности (Там же: 114). Поэтому мы решили привести также его описание разговорной лексики – «это слова, которые употребляются в неофициальном, непринужденном общении. Являясь стилистически окрашенным пластом словарного состава, разговорная лексика не выходит за пределы лексики литературного языка. Большинству разговорных слов свойственно в той или иной мере оценочное употребление: *гуляка, чистюля, зубрила, глазастый, носатый* и т. п.» (Там же: 113). Говоря о лексических особенностях в рамках разговорной речи, следует учесть, что слова просторечной и разговорной окраски очень экспрессивны и имеют оценочный характер. Посредством данных слов говорящий выражает свое отношение к предмету разговора, например, *грабли* (т. е. руки). Однако междометия и частицы также могут выполнять экспрессивно-оценочную функцию, например: *ого!, да ну!, неужели..., вообще...* и др. Но и фразеологизмы могут быть экспрессивными и иметь разговорную окраску, например, *качать права, задирать нос* и т. д. В рамках словообразовательных особенностей необходимо отметить, что для лексики разговорной речи характерна суффиксация (ср. *маршрутка* от слова *маршрутное такси*; далее аббревиация (ср. *ГЗ* от словосочетания *главное здание*); или собственно сокращение (ср. *универ* от слова *университет*) и др. Конечно, кроме устной разговорной речи, существует также письменная разговорная речь. Ее можно характеризовать как непринужденную, фамильярную, частично спонтанную речь, которая касается во многих случаях бытовой тематики. Письменную разговорную речь можно найти и в женских журналах, например, переписка журналиста с читателем на страницах данных журналов. Письменная разговорная речь в последнее время в основном развивается в связи с компьютерным общением, таким образом посредством интернета можно общаться с людьми по всему миру. Данная коммуникация объединяет людей, имеющих одинаковые интересы, например, в чатах и на разных форумах общаются люди, заинтересованные в спорте, политике, музыке, компьютерных играх и т. д. Благодаря этому возникают специальные форумы, чаты, сайты и т. п. (из лекции курса Сравнительная стилистика, 2011).

Проводя анализ употребляемой лексики в современных русских женских журналах в рамках бакалаврской работы, мы обнаружили несколько слов,

словосочетаний и фразеологизмов из разговорной и просторечной лексики. Необходимо отметить, что в указанных журналах преобладают нейтральные слова, за ними следуют разговорные слова, немалое место занимает и просторечная лексика. Ныне укажем некоторые примеры слов, словосочетаний и фразеологизмов, употребляемых в данных журналах. Как мы уже отмечали раньше, наименования конкретных журналов находятся в приложении данной работы.

В рамках разговорной лексики мы выделили с грамматической точки зрения, во-первых, деминутивы (суффиксы уменьшительной окраски) -к/а, -ишк, -нка/а, -тик, так как они характерны для разговорного стиля, речь идет о таких слова, как *десяточка* (десять самых лучших мест, вещей и т. п.), *изюминка* (самое интересное, восхитительное, превосходное), *перчинка* (самое интересное, восхитительное, превосходное, своеобразное), *неудачка* (неудача, неудачное положение), *музыкалка* (музыкальная школа), *ужастики* (фильмы ужасов), *в обнимашку* (в объятии с кем-либо); во-вторых, фразеологизмы, например, *не в тему*, *не в кассу* (говорить не по существу, не по теме, не разбираться в данной теме или специально отходить от данной темы), *полная боевая раскраска* (очень сильно накрашенная девушка или женщина) и др. Далее мы рассматривали разговорную лексику с точки зрения ее употребления, т. е. в каких областях она употребляется, например, слова из области косметологии *подводка* (косметический карандаш для глаз, чаще всего употребляется черный цвет), *недотянутая прическа* (неаккуратные волосы, недоделанная прическа), *голое лицо* (лицо абсолютно без макияжа); далее слова из области компьютерной техники и интернета: *скачивать* (копировать из интернета фильмы, фотографии, данные, музыку и т. д.), *бороздить* (просматривать страницы интернета); или наименования лиц *сачок* (лодырь, бездельник), *зелень* (неопытный человек, начинающий заниматься чем-л.) и др.

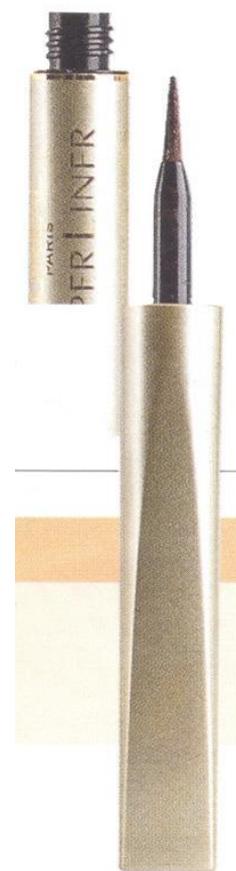


Рис. 10: Подводка

В рамках просторечной лексики мы уделили внимание особенно фразеологизмам. Речь идет о таких фразеологизмах, как *с полтычка* (с первого толчка, импульса), *полный пипец* (супер, замечательно), *Не парься!* (Не волнуйся! Не переживай!), *Молчит, как рыба об лед*. (вообще ничего не скажет). Далее мы рассматривали слова, которые употребляются главным образом в компьютерной коммуникации или среди молодежи, например, *офигенно* (изумительно, восхитительно), *стремно* (супер, суперски, отлично, замечательно), *клево* (классно, супер, суперски), *крутышки* (суперские, классные, интересные люди), *фигня* (глупость), *прикольный* (веселый, забавный, остроумный, находчивый).

Таким образом, из вышеуказанного вытекает, что новые процессы в современном русском языке действительно протекают очень динамично, новые слова обогащают словарный состав не только журналов, газет, телевидения, но и повседневную речь всего населения.

По нашему мнению, лексика исследованных журналов достаточно разнообразна и она очень сильно влияет на словарный запас читателей, что, с одной стороны, может иметь положительно воздействие – читатели лучше понимают своих детей, друзей и окружающих их людей, но, с другой стороны, также отрицательное воздействие – просторечная лексика снижает уровень речи и поведения человека. Поэтому следует пользоваться вышеприведенными словами в подходящей обстановке и в умеренной степени, хотя иногда, находясь долгое время среди людей, употребляющих просторечия регулярно, это довольно трудная задача.

5 Современный чешский язык

Прежде, чем начать описывать конкретные процессы, происходящие в современном чешском языке, дадим характеристику термина *современный чешский язык*.

5.1 Современный чешский язык

Не только русские гордятся своим родным языком. По нашему мнению, чехи тоже очень любят свой родной язык, они патриоты чешского языка. И на чешском языке созданы прекрасные произведения, прославляющие чешскую речь. Ф. Данеш отмечает, что в современном чешском языке выделяются два момента. Во-первых, существует очень большая разница в речи между Богемией/Чехией и Моравией с Силезией. Во-вторых, это смесь кодов (видов чешского языка), т. е. перемешиваются стандартные выражения с субстандартными (Daneš 1997: 15). Далее Ф. Данеш определяет динамику развития современного чешского языка следующим образом: «Pozice standardu se oslabuje, protože však žádná jednotná a pevná norma substandardní a rovněž normy pro užívání standardu a substandardu v jednotlivých komunikativních situacích jsou v pohybu, je ústní jazykový úzus poměrně pestrý, poněkud nepřehledný a v jednotlivých případech neprediktabilní (často podmíněn individuálně)» (Там же: 17). По его словам, язык постоянно находится в движении, и если мы хотим определить хронологическую границу современного чешского языка более конкретно, то данной границей является этап после ноября 1989 («období polistopadové») до наших дней. Конечно, невозможно провести строгую хронологическую границу, но можно ее хотя бы наметить (Там же: 19). После определения понятия *современный чешский язык* перейдем к описанию конкретных процессов, происходящих в данном языке.

5.2 Новые процессы в современном чешском языке

По нашему мнению, чешский язык постоянно развивается в связи с развитием культуры, деловых отношений разных предприятий, сотрудничеством Чешской Республики с другими странами мира и появлением новых предметов, товаров и

услуг. Чешский язык развивается и далее будет развиваться также посредством притока внешних и внутренних заимствований. Говоря о внешних заимствованиях, то имеем в виду заимствования из иностранных языков. В качестве внутренних заимствований можно говорить главным образом о заимствованиях из чешского разговорного языка, диалектов, интердиалекта «обecná čeština», сленгов, аргю.

5.2.1 Внешние заимствования (интернационализмы)

Заимствования слов и словосочетаний из других языков сопровождают чешский язык с древних эпох. Вначале происходило заимствование из латинского и немецкого языков, позже началось заимствование из романских языков. Из военной терминологии в 17 веке заимствовались слова французского и испанского происхождения (ср. *armáda, kapitán, admirál*), далее термины из области торговли, моды или музыки в чешских язык заимствовались из итальянского языка. Потом появились заимствования из славянских языков, таких, как польский (ср. *vzor, postřehnout, výraz*) и русский (ср. *vějíř, příroda, něžný*). Однако в конце 18 века началось стремление к замене заимствований исконно чешскими эквивалентами, таким образом вместо слов *abstraktní* а *konkrétní* употреблялись слова *odtažitý* а *srostitý*, или вместо *eletromotoru* существовало слово *elektrobudič* и многие другие. Но в 19 веке вновь начали появляться заимствования, заимствовались слова или словосочетания из областей коммуникации, спорта и моды из английского и французского языков (ср. *malér, fotbal, hokej, svetr*). После Второй Мировой войны и потом вновь после 1989 года происходило менее или более сильное влияние английского языка на чешский язык (ср. *brífink, image, leasing, billboard, summit*) (Daneš 1996: 97 – 98).

Современный чешский язык заимствует из разных языков, но главным образом из английского языка, можно даже говорить о наплыве англицизмов и американизмов. Приступая к анализу нашего материала, мы провели опрос, касающийся отношения чешских женщин к заимствованию слов и словосочетаний из других языков. В рамках опроса большинство чешских женщин высказалось отрицательно к иноязычным заимствованиям, так как они писали, что в большинстве иноязычных слов или словосочетаний не разбираются, именно потому что они их не понимают, и в результате того они не ориентируются в смысле статей, находящихся

в журналах или газетах. Также писали, что чешский язык настолько прекрасен и богат своими исконными словами, которыми можно заменить заимствованные слова или словосочетания, во-первых, для лучшего понимания статей в газетах или журналах, во-вторых, для сохранения чешского языка.

Ныне мы хотели бы привести образец анкеты и некоторые высказывания женщин, подвергающихся вышеуказанному опросу. Анкета написана на чешском языке, так как мы осуществляли опрос чешских женщин в связи с анализом словарного запаса в современных чешских женских журналах.

Anketa – ženy, časopisy a neologismy

- 1. Věk:**
a) 20 – 29 let; b) 30 – 39 let; c) 40 – 49 let; d) 50 – 59 let; e) 60 a více let
- 2. Dosažené vzdělání (i obor):**
- 3. Současné zaměstnání (u studentek pracovní zkušenosti):**
- 4. Jaké časopisy čtete? (konkrétní názvy časopisů)**
- 5. Proč čtete tyto časopisy?**
- 6. Jaký máte vztah k novým slovům v ČJ (hlavně k převzatým slovům z cizích jazyků)? Dáváte přednost českým slovům nebo slovům cizího původu? Svůj názor zdůvodněte, prosím.**

Сначала мы уделим внимание женщинам в возрасте с 20 до 29 лет, преимущественно это студентки чешских университетов. Они относятся к иноязычным неологизмам следующим образом: *Snažím se používat spíše česká slova, protože jsem patriot, ale slova přejatá mnohdy působí víc erudovaně a v určitých případech neškodí použít spíše je; K novým slovům v Čj mám vztah spíš negativní – trochu mě děsí množství slov, převzatých z angličtiny, jejich skloňování a celkový způsob používání, proto dávám přednost českým slovům, používání slov cizího původu se přímo nebráním, ale nesmí to potom znít moc „intelektuální“ – jak to dělají někteří lidé a slova se musí používat ve správném významu (neplést si pojmy); Dávám přednost českým slovům*

řed převzatými, protože čeština je krásná a barvitá řeč, kterou lze vše lépe a barvitěji vyjádřit než slovy cizího původu.

Однако необходимо отметить, что некоторые женщины в возрасте 20 - 29 лет имеют другое мнение: *Nová slova mi v časopisech nevadí, jsou projevem stále se projevující globalizace, asi je to přirozený proces vývoje jazyka, asi se s tím nedá nic dělat. Jen aby čeština nezanikla úplně, ale to asi nehrozí. Takže když cizích slov není v textu moc, určitě mi nevadí; Mám ráda cizí slova, využívám ale jen některá. Pokud narazím na některé neznámé, ihned hledám význam a někdy ho zařadím do slovníku, pokud se mi zdá zajímavé.*

Теперь приведем мнение чешских женщин в возрасте с 30 до 49 лет, у которых среднее или высшее образование: *Určitě dávám přednost českým slovům, jsem přece Češka a většina obyčejných lidí jim více rozumí; Pokud jsou dobře srozumitelná tak mi cizí slova nevadí, nebo všeobecně užívaná, jinak raději dávám přednost českým slovům - lépe jim rozumím; Nejsem pro, aby se cizí slova tak mohutně dostávala do ČJ, myslím si, že čeština má bohatou slovní zásobu. Výjimkou mohou být slova odborného charakteru, pro které čeština nemá pojmenování.*

Ныне укажем мнение чешских женщин в возрасте 50 лет и выше, у которых вообще среднее образование, лишь у женщины последнего мнения высшее образование: *K slovům z cizích jazyků nemám kladný vztah. Máme dostatek českých slov, které přesně vyjádří, kdo co chce říci. Byly doby, kdy jsme hledali na cizí slova správná česká slova. Jsme Češi, tak se toho držme; Používám jak česká slova, tak i převzatá, protože mám ráda pokrok a myslím si, že by se jazyk neměl bránit vývoji; Jsem pro pokrok, takže ráda používám převzatá slova. Pokud nějaká slova neznám, snažím se najít jejich překlad nebo vysvětlení a zapamatovat si ho. Někdy však hledání slov ve klasických slovnících zabere hodně času, tak dávám přednost elektronickým slovníkům.*

Из вышеуказанного вытекает, что большинство чешских женщин предпочитает чешские слова и словосочетания, так как они в данных словах лучше разбираются и таким образом хорошо понимают статьи, которые читают в журналах или газетах. Но также очень интересен тот факт, что существует небольшое количество чешских женщин, заинтересованных именно в иноязычных заимствованиях, и что действительно стоит отметить – это растущий интерес к

указанным заимствованиям у женщин старшего возраста, что, по нашему мнению, является новым явлением и знаком прогресса.

Далее приведем некоторые примеры заимствований из английского языка, указанные в статьях о англицизмах в чешском языке на интернетовых страницах – www.osu.cz, www.jazyky.com, употребляемые в следующих областях: в экономике – *cash flow*, *diskont*, *merchandising* (ограничение провала), *recruitment* (набор работников), *benefit* и так далее; в сфере компьютерной, аудио- и видеотехники – *skener*, *internet*, *server*, *komputer*, *wap* (беспроводное подключение в интернет), *cookies* (записи в базе данных), *spam*, *MP3* и т. д.; в спорте – *pivotman*, *skateboard*, *snowboarding*, *play off*, *snowvoard*, *time out*, *hakisak*, *aerobic* и многие другие; в массовой культуре – *interview*, *prime time* (наиболее активное время телевещания), *peoplemetr* (измеритель рейтинга телевизионных программ) и др.; в современной музыке – *house*, *eurodance*, *pop music* и др. (<http://www.osu.cz/>, <http://www.jazyky.com/>).

В рамках анализа нового словарного запаса в современных чешских журналах мы укажем примеры выбранных нами заимствований. Самое большое количество англицизмов и американизмов находится в области компьютерной и мобильной техники, например, *web*, *blog* (веб-приложение, сетевое применение), *Bluetooth* (беспроводная персональная сеть), *call centrum* (центр для обслуживания звонков), *e-shop* (электронный магазин, т. е. покупки посредством интернета), *flashka* (маленькое устройство для сохранения нужной информации), *googlovat* (искать информацию), *mail* (электронная почта), *netbook* (маленький ноутбук), *on-line* (быть подключенным к интернету), *roaming* (предоставление мобильных услуг и за границей), *server* (сетевой компьютер, предоставляющий услуги другим пользователям данной сети), *smartphone* (умный телефон), *software* (программное обеспечение), *surfovat* (просматривать сайты интернета). Лексика из области спорта также занимает значительное место в словарном составе указанных журналов, например, *kick-box*, *aerobik*, *bodystyling* (стайлинг тела, формирование тела), *bowling*, *spinning* (тренировка на специальных велосипедах



Рис. 11: Smartphone

внутри зала), *fitcentrum* (фитнес-центр, спортивный клуб), *bungee jumping* (прыжок с моста или другого высокого места, участника привязывают к длинному резиновому канату), *freeride* (катание на горных лыжах или на сноуборде вне обработанных горнолыжных трасс), *in-line* (ролики), *jogging* (в переносном значении тренировка мозга, в первоначальном значении бег), *offroad* (выезжать машиной вне полотна дороги) и другие. Так как фильмография и телевизионные программы быстро развиваются, мы часто встречаемся с такими словами, как *bestseller* (самое популярное произведение, которое продается лучше всех остальных), *happy end* (счастливый конец), *paparazzi, show, VIP* (очень важный человек, он может пользоваться разными выгодами в связи с своим статусом), *casting* (выбор актеров, актрис, моделей и т. д. для конкретного проекта), *workshop* (специальный практический семинар) и др. Вследствие того, что преобладающее большинство женщин любит следить за модой, слова из области моды занимают в данных журналах большое место, например, *art deco styl* (декоративное искусство – умение правильно подобрать декорации), *black tie* (длинное бальное платье), *dress code* (правила, как одеваться в определенном случае), *image* (стиль), *modeling* (модельный бизнес), *push-up efekt* (эффект, который все поднимет, т. е. грудь, волосы и так далее), *famous* (видный, знаменитый, славный). Благодаря тому, что женщины обожают косметику и не могут без нее обойтись, в упомянутых журналах имеется немалое количество слов из области косметологии.

2x BLACK TIE, POKAŽDÉ JINAK



Рис. 12: Black tie

например, *airspray* (освежитель воздуха), *aplikátor* (предмет для нанесения помады, макияжа и др.), *facelift* (подтяжка лица), *lifting* (сглаживание или натягивание кожи), *styling* (моделирование, формирование внешнего вида для лучшего эстетического впечатления). Лексика из области питания также играет роль в данных журналах, например, *chipsy*, *burger*, *cupcake* (форма для выпечки маленьких тортиков), *drink* (напиток), *fast food* (обычно жареная еда, способ быстрого питания).



Рис. 13: Cupcake

Далее следует небольшое количество слов из области популярной музыки, например, *disc repeat* (диск-повтор), *rapper*, *singl* (песня). В рамках последней группы заимствований из английского языка находится и большое количество наименований лиц. Речь идет о таких словах, как *artdirectorka* (директор искусства),

au-pair (заграничная няня) *catwoman* (женщина-кошка), *designer*, *hair stylist* (парикмахер-стилист), *teenager*, *topmodelka* (супермодель, очень известная модель) и др.

Из вышеуказанных примеров слов или словосочетаний можно убедиться в том, что англицизмы и американизмы играют в современном чешском языке значительную роль и больше всего употребляются именно в областях моды, компьютерной и мобильной технике, спорте и наименовании лиц. Кроме выражений в чешском языке, мы также привели примеры их русских эквивалентов, так как в рамках дипломной работы рассматриваем новый словарный запас в русском и чешском языках.

Помимо заимствований из английского языка, в чешском языке, как мы уже указывали раньше, происходили заимствования слов и в рамках следующих языков, ныне приведем несколько примеров:

- л а т и н с к о г о : *republika*, *student*, *univerzita*, *cyklus* и так далее;
- н е м е ц к о г о : *haléř*, *punčocha*, *plotna*, *helma* и т. д.;
- г р е ч е с к о г о : *matematika*, *geometrie*, *psychologie* и так далее;
- ф р а н ц у з с к о г о : *manžeta*, *fazóna*, *flanel*, *paštika*, *pirueta* и т. д.;
- и т а л ь я н с к о г о : *moderato*, *piano*, *legato* и другие;
- р у с с к о г о : *vesmír*, *vzduch*, *náčelní* и др.;
- п о л ь с к о г о : *kořálka*, *vzor*, *okres* и др.;
- с л о в а ц к о г о : *namyšlený*, *zbojník*, *zástava* и др. (<http://www.osu.cz/>).

В связи с исследованием нового словарного состава в современных чешских женских журналах мы выбрали заимствованные слова из нижеуказанных языков, стретившиеся нам в текстах этих журналов. Как уже отмечалось раньше, самое большое количество лексики женских журналов заимствуется из английского языка, но вслед за ним следуют заимствования из греческого языка, например, слова из области медицины: *apное* (временное приостановление дыхания в течение сна), *aromaterapie* (лечение с помощью разных ароматов); затем слова из области мистики *ezoterika* (самопознавание и постижение скрытых основ мироздания), *hypnóza* (трансовое состояние); далее слова из области питания *feta* (греческий сыр из овечьего или козьего молока), *afrodiziakum* (вещества и блюда, возбуждающие сексуальную активность, напр., устрицы); также слово из области косметологии

гидратация (увлажнение кожи); но и другие слова *coralit* (грунт коралловый – искусственный камень, обычно употребляется в качестве декорации), *charizma* (такие человеческие свойства и качества, которые вызывают любовь и уважение окружающих). Из латинского языка слова и словосочетания заимствовались всегда, следовательно, и в указанных журналах находится лексика из данного языка. Вновь приведем примеры слов из конкретных областей, например, слова из области медицины *aloe vera* (лечебное растение), *anorexie*, *bulimie*, *celulitida*, *epilace* (искусственное устранение волос посредством специальной иглы или лазера), *felinoterapie* (терапия с помощью кошек), или другие слова: *buksus*, *bixus* (вечнозеленое дерево), *dekorum* (этикет), *exhibicionistka* (женщина, которая любит быть в центре внимания). Из французского языка в современный чешский язык проникают заимствования прежде всего из области питания и кулинарии, например, *bujabéza* (французский рыбный суп), *croissant* (хлебобулочное изделие с разными начинками), *crème brûlée* (французский десерт из обожженного крема с карамельной корочкой), *sommeliér* (кулинар, специалист по блюдам).

Итальянские блюда также известны по всему миру, поэтому лексика из итальянского языка проникает и в чешские женские журналы. Мы имеем в виду слова из области питания: *cannelloni* (итальянские макаронные изделия, паста), *espresso* (напиток из кофе), *cappuccino* (эспрессо с молоком и молочной пеной), *caprese* (итальянский салат из моцареллы, помидоров и базилики). Раньше в чешский язык входило большое количество слов и словосочетаний из немецкого языка, но в

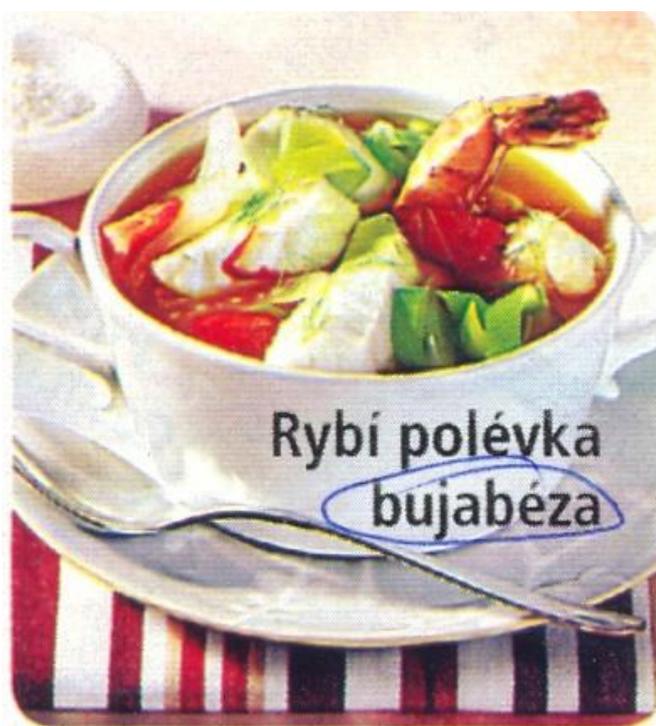


Рис. 14: Bujabéza

настоящее время их в чешском языке немного, например, слово из области питания

eintopf (блюдо, приготовленное в одной кастрюле), слово из сферы моды *flitry* (пайетки). Кроме заимствований из европейских языков, в приведенных журналах можно найти и слова из японского языка, например, слова из области питания *sushi* (традиционное блюдо японской кухни, которое готовится из морских продуктов, риса и других



Рис. 15: Eintopf

ингредиентов), *tofu* (продукт из соевых бобов) или другое слово *sudoku* (логическая игра для тренировки мозга) и др. Кроме японского языка, нам повстречались в данных журналах и слова, происходящие из языка хинди, например, слова из области питания *basmati* (вид риса), *čatni* (холодный остро-сладкий соус).

Учитывая вышеуказанные примеры слов, то можно отметить, что в современных чешских женских журналах находится больше всего заимствований из английского языка, далее из греческого, латинского, французского и итальянского языков. Это происходит в связи с торговлей, культурой и главным образом с туризмом, так как именно туристы, путешествующие по разным странам мира, осваивают новые слова, словосочетания или фразеологию, а также новые виды разных напитков или блюд, но и новую культуру. Узнавая что-то новое, они стремятся включить это в свою жизнь, даже не только в свою жизнь, но и в свой словарный запас, потому что они таким образом выглядят умнее и чувствуют себя лучше в разговорах с окружающими.

По нашему мнению, иноязычные заимствования будут постоянно проникать в чешский язык, и зависит лишь от населения Чешской Республики, как они к этому будут относиться и станут ли употреблять больше чешские слова или иноязычные заимствования. Ныне перейдем к характеристике внутренних заимствований, существующих в чешском языке.

5.2.2 Внутренние заимствования

Кроме вышеуказанных заимствований из других языков, можно в чешском языке найти внутренние заимствования в рамках как литературного, так и нелитературного языка, т. н. субстандарта. В литературном языке процессы внутреннего заимствования происходят прежде всего в разговорном чешском языке, а в нелитературном языке можно говорить о заимствованиях в рамках *диалекта*, *интердиалекта* (напр., «*obecná čeština*»), *сленга* и *арго*. Прежде чем перейти к приведению конкретных примеров данных заимствований, дадим характеристику отдельных разновидностей чешского языка.

Вначале приведем характеристику литературного чешского языка в связи с его сравнением с другими разновидностями чешского языка. Итак, литературный чешский язык – «*je to (jediný) kodifikovaný útvar národního jazyka, útvar, který má vedle jiných funkcí též funkci národně a společensky reprezentativní*» (Chloupek 2003: 48). Необходимо дополнить предыдущую дефиницию следующей характеристикой: *литературный чешский язык* «*se užívá v úředních dokumentech, v oficiálních komunikaci a v médiích, alespoň ve veřejnoprávních. Jde o soustavu pravidel, jejichž dodržování je v určité komunikaci závazné, norma přitom určuje, nejen, jak se má psát, ale předepisuje také správnou výslovnost*» (Hugo 2006: 10).

Как мы уже отмечали выше, в литературный чешский язык входит и разговорный чешский язык: «*považujeme <ho> nikoli za samostatný útvar národního jazyka, jehož místo by bylo mezi spisovnou a obecnou češtinou, nýbrž za soubor prostředků náležející široce chápanému kontextu spisovné češtiny. Je zbavena «knižních» dublet, podob a konstrukcí, neobsahuje např. krátký předikativní tvar adjektiva (ani při sémantickém odlišení)*» (Chloupek 2003: 48). Я. Гуго отмечает, что разговорный чешский язык представляет собой разговорный вариант литературного языка, который употребляется в полуофициальных или неофициальных отношениях. По его словам, разговорные выражения, в отличие от стандартных (литературных) выражений, обладают разной мерой субстандарта (Hugo 2006: 10). В качестве внутренних заимствований и в современных чешских женских журналах появляются разговорные слова. Речь идет о словах из разных областей употребления, например, слова из области моды *bokovky* (брюки на бёдрах, джинсы с заниженной талией),

trubkové džíny (джинсы-трубы, т. е. ровный фасон штанин), *pilotky* (темные очки в стиле, как носили и носят пилоты),



Рис. 16: Pilotky

háemko (магазин марки H&M), далее слова из области техники *nadupaný* (навороченный мобильный телефон, компьютер или другие вещи, которые обладают большинством разных функций), *roštovat motor* (сильно загружать мотор, например, чтобы привлечь внимание людей), также слова из сферы косметологии *maxirty* (большие губы), *kulmofén* (фен-щётка – предназначен для одновременной накрутки и высушивания волос),



Рис. 17: Kulmofén

žehlička na vlasy (выпрямитель волос), *camfrňouly* (волосы, которые торчат по сторонам головы), но и наименования лиц: *bokovky* (любовницы), *dovolenkář* (отдыхающий, турист), *nespokojenka* (постоянно чем-то недовольная женщина), *párkoholik* (любитель сосисок), *zlatokopka* (женщина, стремящаяся найти очень богатого партнера, который будет содержать ее) и другие.



Рис. 18: Párkoholik

Ныне перейдем к описанию субстандарта и его отдельных пластов. Термин с у б с т а н д а р т в рамках чешского языка можно объяснить следующим образом: «Nespisovnými útvary rozumíme obecně jednak tradiční teritoriální dialekt s jeho nejvyšším vývojovým stupněm – interdialektem, jednak obecný jazyk (koiné); všem je společné to, že vycházejí z teritoriálního základu mluvy nebo jej přímo tvoří, kdežto spisovný jazyk se od něho postupně odtrhuje» (Chloupek 2003: 23 – 24).

Далее в пределах субстандарта отметим характеристику таких пластов, как *диалект, традиционный территориальный диалект, интердиалект, интердиалект «obecná čeština»*. По словам Я. Хлоупека, термин *диалект* обозначает один вариант структуры в отношении к другим вариантам (напр., диалект праславянского языка) или частичную форму языка в отношении к высшей единице. В то время, как *традиционный территориальный диалект* представляет собой форму национального языка, который ограничен в рамках определенной территории. В связи с миграцией жителей сел и городов происходит снижение количества диалектных элементов (ср. *chodijú, chodijó*) или даже их устранение. Понятие

интердиалект описывается, как нестабильная форма национального языка, обозначающая высший этап развития традиционных территориальных диалектов. Далее понятие интердиалект «obecná čeština» определяется как форма национального языка, с одной стороны, чисто интердиалектного характера, с другой стороны, стандартного характера с высшей функцией коммуникации. Интердиалект «obecná čeština» употребляется в разговорной речи повседневной жизни населения, но также появляется в художественной литературе не только в рамках речи персонажей, но и в речи автора в качестве рассказчика (Там же: 49 – 51). Ф. Данеш приводит следующие примеры данного интердиалекта: *dobry mlíko* вместо *dobré mléko*, *mejdlo* вместо *mýdlo*, *s novejma autama* вместо *s novými auty* и так далее (Daneš 1996: 112).

Я. Гуго показывает в публикации «Slovník nespisovné češtiny» разницу между отдельными пластами чешского языка в рамках нижеприведенных слов:

- *dívat se* литературное выражение;
- *koukat se* разговорное выражение;
- *čumět* выражение из интердиалекта «obecná čeština», приведенное в «Slovníku spisovné češtiny»;
- *vejrat* субстандартное выражение, неприведенное в «Slovníku spisovné češtiny» (Hugo 2006: 11).

Далее Я. Гуго отмечает, что в чешский язык также входят другие специфические пласты языка, не обладающие характеристикой структурных форм, скорее речь идет о словарном запасе, определенном социально. Сюда входят *сленг*, *профессионализмы* и *аргот* (Там же: 11). Я. Хлоупек объясняет, что данные пласты языка имеют неструктурную форму, так как они не владеют специфической грамматической структурой; далее он приводит следующее определения пластов сленг, профессионализмы, аргот. По его словам, термин *сленг* – «*spočívá ve výrazové aktualizaci spojené s určitým zájmovým nebo pracovním prostředím*» (Chloupek 2003: 55). Основой сленга является процесс наименования, происходящий на базе сходства (метафора), хотя во многих случаях данный процесс не очень явный, а также процесс сокращения слов или сжатие словосочетаний в одно слово (универбация). Сленг обладает и своеобразием произношения (темп, интонация, динамика речи) (Там же: 55). Я. Гуго приводит следующие примеры сленга,

употребляемые в разных сферах общения, например, военный сленг – *absík, bažant, bonzák, guma, buzerplac, paragán, blembák, zobák, bagr*; далее спортивный сленг – *běhačky, čendž, čtvrka, flastr*; затем сленг работников СМИ – *časák, krajánek, nájezd, utavit, vata, vývěsky*; также школьный и студенческий сленг – *anglina, baňa, bižule, laborky, matura, potítko*; но и сленг наркоманов – *dojezd, halušky, koks, peří, smažka, tráva, zboží* и другие (Hugo 2006: 26, 32, 35 – 37). При анализе современных чешских журналов нам также повстречалось несколько сленговых выражений из разных областей употребления, например, сленг моды *módní policie* (специалисты из модной промышленности, которые в журналах или в разных телевизионных программах оценивают то, как одеваются знаменитые люди); далее сленг молодежи *partičkařit* (группироваться, тусоваться); компьютерный сленг *hlodavec* (устройство для введения команд в компьютер). Следует учесть, что разделить слова на разговорные и сленговые выражения – это очень нелегкая задача, так как между данными выражениями нет строгой границы. Некоторые слова можно отнести как к разговорным словам, так и к сленгу или профессионализмам.

Я. Хлоупек отмечает, что п р о ф е с с и о н а л и з м ы – «se pojmenovací motivací odlišují od slangu, některé pronikají do spisovného jazyka a zásobují termilogií obořů» (Chloupek 2003: 54). Профессиональной речью называется специальная совокупность средств выражений определенной рабочей группы, которая в ходе работы употребляет термины или терминологические словосочетания, не учитывая их стандартность, а только из-за их однозначности в определенных рабочих ситуациях и в целях экономии выражений (ср. *chemička* – chemický závod, *dezodor* – dezodorant) (Там же: 54).

Далее Я. Хлоупек определяет термин а р г о – «tajná mluva společensky izolovaných skupin občanů původně ze sociálního podsvětí» (Там же: 55). Основой для образования арго является группа людей, у которых одинаковые интересы, цели, намерения, однако, в отличие от сленга, они зашифрованы посредством специфических выражений, которые не понятны широкой общественности. В рамках арго приводится несколько форм общения, например, «brněnská plotna» – *rychna, cédat se* (купаться), *lochna, pekle* (ботинки); далее «pražská galérka» – *dacan, vodprejsknout*; но также арго в сфере литературы – *chlupatej, hrát na housle, lóve, jít do*

pytle, šlamastika, dávat bacha, mejdan, prachy, čokl, fízl, špicl, být/bejt v bryndě, mít kliku и другие (Там же: 56).

Учитывая вышеприведенное разнообразие чешского языка, необходимо отметить, что чешские субстандартные элементы очень экспрессивны, поэтому неудивительно, что их употребление в последнее время активизируется.

6 Новые слова и выражения в русских и чешских женских журналах

В настоящее время неологизмы как в русском, так и в чешском языках играют значительную роль в рамках современных процессов, происходящих в данных языках, поскольку в большом количестве пополняют словарный состав данных языков. Неологизмы возникают не только посредством внутреннего заимствования (жаргонизация современного языка), но, главным образом, посредством внешнего заимствования (интернационализация современного языка). Как уже отмечалось раньше, наибольшее количество внешних заимствований, как в русском, так и в чешском языках приходит из английского языка. Следовательно, можно говорить о наплыве англицизмов и американизмов в данные языки и об их распространении не только среди молодежи, но и среди населения разного возраста, профессий, интересов, целей, жизненного образа и так далее. По нашему мнению, приток американизмов обусловлен ролью английского языка как языка международного общения. Поэтому преобладающее большинство людей в мире или говорит на английском языке, или хотя бы они изучают его в школах, университетах, на разных курсах и т. д.

Необходимо заметить, что человек, изучающий английский язык или другой иностранный язык, часто любит употреблять в своей речи слова, словосочетания или даже фразеологизмы из данного языка. По его мнению, это повышает его престиж в обществе, помогает завоевать уважение окружающих.

В течение нескольких последних лет употребление иноязычных заимствований постоянно увеличивается и пользуется большой популярностью, следовательно, можно говорить о моде интернационализмов в современном русском и чешском языках. Уже не только молодежь стремится использовать «модные» выражения, но и их родственники, родители, стараются выучить новые слова, словосочетания и фразеологизмы не только для того, чтобы выглядеть современным, но, главным образом, потому что они хотят лучше понимать своих детей и их друзей и не чувствовать себя «не в курсе», когда с ними говорят их дети.

Иноязычные неологизмы проникают как в разговорную речь, так и в современные журналы, газеты, телевидение, радио и т. п. Необходимо отметить, что данный процесс происходит именно вследствие расширения международных связей, налаживания контактов одних стран с другими, сотрудничества предприятий из разных стран мира, развития экономики и культуры, модной промышленности, возникновения новых видов спорта, продуктов, напитков и т. п.

В данной главе мы уделим внимание неологизмам в современных русских и чешских журналах. В основном речь будет идти о иноязычных заимствованиях, так как в современных женских журналах упомянутых языков они преобладают. Прежде, чем привести конкретные виды неологизмов, считаем необходимым определить термин *неологизм*. Для демонстрации сложности и неоднозначности данного понятия, приведем несколько дефиниций разных авторов. Л. Степанова определяет термин *неологизмы* следующим образом – «это незафиксированные в словарях новые слова и фразеологизмы, а также слова и словосочетания с новыми значениями, которые появились в языке в результате заимствования, калькирования, словосложения и т. п., переноса значения (метафора и метонимия), расширения или сужения значения» (Степанова 2011: 147). М. И. Фомина дает следующую характеристику: «Новыми словами, или неологизмами (гр. *neos* – новый + *logos* – понятие), называются такие слова, которые появляются для обозначения новых понятий, например: *гидропоника, кибернетика, летилан* (антимикробное волокно)» и др. (Фомина 1978: 227). Вследствие того, что мы рассматриваем также неологизмы, находящиеся в современном чешском языке, приведем дефиницию чешского автора О. Мартинцовой: «*Nová pojmenování, nová slova, nové jednoslovné i víceslovné výrazy, slova s novými významy bývají souhrně označovány jazykovědným termínem neologismus*» (Martincová 1998: 13). После определения данного термина мы перейдем к характеристике неологизмов в современном русском языке и к способу их адаптации в указанном языке.

Мы осознаем, что невозможно описать все новые явления, которые встречаются в современном русском и чешском языках, поэтому остановимся на количественно самых заметных явлениях, нашедших отражение на страницах женских журналов, а именно: наименованиях лиц, аббревиатурах и т. д.

6.1 Неологизмы в современных русских женских журналах

В каждой эпохе развития русского языка неологизмы занимают важное место. Например, в XIX веке происходило заметное увеличение словообразовательных видов существительных на *-ость* (ср. *наглядность*, *половинчатость*, *прозрачность*, *задорность*, *предметность* и т. д.) (Новиков 1987: 96). Стремительно расширялась лексика русского языка в советский период, прежде всего в связи с тем, что в общественной жизни после революции произошли изменения, в рамках которых появилась масса новых понятий, явлений, требующих новые названия. Вследствие этого появились многочисленные аффиксальные словообразовательные виды, например: *обмерщик*, *надрезчик*, *спортсменка*, *теплофикация*, *кинофикация*, *радиофикация*, *герметизатор* и др. Также быстро развивались разные виды сокращений, например: *профсоюз*, *нарком*, *ЦК*, *РСФСР*, *завхоз*, *жилплощадь*, *спецодежда*, *универмаг* и др. Данные процессы постоянно характерны для развития русского языка (Новиков 1987: 96).

Вообще неологизмы можно разделить на две группы, во-первых, на лексические неологизмы, во-вторых, на семантические неологизмы. Определяя лексические неологизмы, мы говорим о вновь образованных или заимствованных словах и словосочетаниях. Вышеуказанные примеры неологизмов являются именно лексическими неологизмами, возникающими посредством словообразовательных средств русского языка. Под семантическими неологизмами понимаются слова, появившиеся вследствие переосмысления уже существующих слов и словосочетаний в русском языке. К ним относятся такие слова, как *вагон* (очень много: времени вагон), *морж* (любитель зимнего купания), *бомбардир* (результативный нападающий в футболе, хоккее), *махнуться* (обменяться чем-либо) (Там же: 96).

В рамках неологизмов можно выделить понятие *о к к а з и о н а л ь н ы е слова* (*о к к а з и о н а л и з м ы*), которые возникают лишь для определенного случая и употребляются только один раз. Также их называют индивидуально-авторскими неологизмами, потому что данные слова можно встретить только в определенных (авторских) контекстах, в которых они обладают особой стилистической окраской, и данные слова понятны лишь в определенном контексте.

Такие слова не повторяются и не переходят в разряд общеупотребительных слов. К данным словам относится такое слово, как, например: *стихокрад* (тот кто крадет чужие стихи), приведем указанное слово в контексте: *Знаешь, как Саша Осипов прозвал его? Стихокрад; он, говорит, чужие стихи крадет.* Указанное слово было создано для конкретного случая автором А. М. Горьким (Там же: 97). М. И. Фомина приводит следующие примеры окказиональных слов, играющие изобразительно-выразительную роль в рамках авторского контекста, например: *серпастый, евпаторьяне, молоткастый* и другие (В. Маяковский). Преобладающее большинство окказионализмов В. Маяковского создано на основе нормативных словообразовательных моделей, например: *глазастый – серпастый, молоткастый, киевляне – евпаторьяне* и др. Сходным способом образуют окказионализмы и другие русские писатели, например, писатель К. Федина: *звездились глаза* (ср. *светились глаза*) и др. (Фомина 1978: 228). После описания общей характеристики неологизмов, существующих в русском языке, перейдем к конкретным неологизмам и их адаптации в современном русском языке.

6.1.1 Наименования лиц в системе неологизмов

Вследствие возникновения новых профессий, званий, специальностей и так далее, в современном русском языке возникают также новые наименования лиц. Вначале опишем способы, с помощью которых могут возникать новые наименования лиц в современном русском языке.

Л. Е. Кругликова отмечает, что новые наименования лиц чаще всего образуются: *при помощи словообразовательных средств*, например, *харизматик* (человек, обладающий харизмой, духовной силой), *сексапилька* (девушка или женщина, имеющая сильно выразительную сексуальную привлекательность); *или при помощи метафоризации*, например, *стриптизерша* (девушка или женщина, которая любит обнажаться перед кем-либо), *сладкая парочка* (говорится о неразлучной паре влюбленных, друзей и т. д., это название происходит от шоколадных палочек «Твикс», в одной упаковке две шоколадных палочки) (Буцева, Карева 2006: 95).

В рамках словообразовательных средств можно найти большое количество сложных слов, образованных от уже существующих с заменой

одного из компонентов без изменения семантического ядра, например: *работоголик* от слова *трудоголик* (человек, усердно занимающийся работой), *супервумен* от слова *суперженщина* (самая лучшая женщина), *людовед* (знаток людей) от слова *сердцевед* (знаток человеческого сердца); или посредством присоединения нового компонента к уже существующему слову с частичным или полным изменением семантического ядра, например: *мегазвезда* (очень известный человек из области искусства, спорта) от слова *звезда* (известный человек в области искусства, спорта), *теледива* (красивая и известная телеведущая) от слова *дива* (известная артистка); *секс-машина* (неутомимый сексуальный партнер) от слова *машина* (человек, работающий без усталости, по данному шаблону) и др. (Там же: 95). В связи с данными способами образования новых наименований мы приводим в качестве сложных слов, образованных от уже существующих с заменой одного из компонентов, не изменяя семантическое ядро, следующие примеры, находящиеся в современных женских журналах: *воркоголик* (человек, усердно занимающийся работой) от слов *работоголик*, *трудоголик* (человек, усердно занимающийся работой); *шопоголик* (человек, который не может жить без магазинов и обожает покупки) и *сосискоголик* (человек, который не может жить без сосисок) от слова *воркоголик* (человек, усердно занимающийся работой, который не может без нее жить). Говоря о словах *шопоголик* и *сосискоголик*, образованных по модели слова *воркоголик*, мы имеем в виду, что их семантическое ядро одинаково в том, что все они не могут жить без конкретной вещи или деятельности, у них развилась зависимость от чего-л.. Далее мы приводим в качестве сложных слов, образованных посредством присоединения нового компонента к уже существующему слову, изменяя семантическое ядро частично или полностью, следующие примеры из вышеуказанных журналов: *супердевушка* (девушка, обладающая превосходными качествами) от слова *девушка* (обычная девушка, не обладающая превосходными качествами), *альфа-самец* (мужчина, уверенный в себе и очень привлекательный для женщин, так как он в себе уверенный и занимает лидирующий пост) от слова *самец* (просто мужчина), *клиноман* (человек, зависимый от лежания, лени; постоянно хочет отдыхать и спать) от слова *ман* (мужчина, человек) и др.

Появляются также слова, обозначающие женские наименования, которые возникают от уже существующих мужских наименований, например: *суперменшиа*

(женщина, имеющая какие-либо превосходные качества) от слова *супермен* (мужчина, имеющий какие-либо превосходные качества), *жлобиха* (скупая женщина) от слова *жлоб* (скупой мужчина, человек) и др. (Буцева, Карева 2006: 95 – 96). Учитывая примеры женских наименований, возникших от мужских наименований, мы приведем следующие примеры из выбранных нами журналов, например: *онлайн девочка* (девочка или девушка, почти постоянно подключенная в сети интернета) от слова *онлайн мальчик* (мальчик или молодой мужчина, почти постоянно подключенный в сети интернета), *эксгибиционистка* (женщина, которой нравится, когда она в центре внимания, она себя или экстравагантно ведет или экстравагантно одевается, красится и т. п.) от слова *эксгибиционист* (человек, которому нравится, когда он в центре внимания, он себя или экстравагантно ведет, или экстравагантно одевается), *фотоэдиторка* (женщина, занимающаяся графической работой, напр. в журналах) от слова *фотоэдитор* (мужчина, занимающийся графической работой, напр. в журналах), *менеджерка* (женщина-менеджер) от слова *менеджер* (человек, который управляет людьми, чтобы они выполняли нужные действия), *орторексичка* (женщина, которая не может жить без здорового образа жизни, главным образом, без здорового питания) от слов *орторексист*, *орторектик* (человек, который не может жить без здорового образа жизни, главным образом, без здорового питания), *стилистка* (женщина, занимающаяся выбором подходящей внешности для человека, т. е. одежды, макияжа, прически и т. п.) от слова *стилист* (человек, занимающийся выбором подходящей внешности для человека, т. е. одежды, макияжа, прически и т. п.), *тинейджерка* (девушка в переходном возрасте от детства к юности) от слова *тинейджер* (юноша или девушка в промежуточном возрасте от детства к юности) и др.

В рамках метафоризации самый частый способ образования нового наименования – это употребление имен собственных в переносном значении, например: *рэтбо* (человек, имеющий огромную силу) от имени героя американских боевиков *Рэмбо* (герой, воюющий с многочисленными врагами и побеждающий их), *шварценеггер* (крепкий, мускулистый мужчина) от имени американского киноактера *А. Шварценеггера* (данный киноактер в молодости очень много занимался бодибилдингом и выигрывал разные соревнования в данной дисциплине), *барби*

(очень красивая, но неумная девушка, которая старается только красиво выглядеть) от имени куклы *Барби*, появившейся в Калифорнии и известной по всему миру (Буцева, Карева 2006: 96). В связи с указанными словами мы выбрали из современных женских журналов следующее слово, употребляемое в современном русском языке, т. е. *женщина-дюймовочка* (женщина небольшого роста) от имени *Дюймовочка* (героиня сказки «Дюймовочка», в которой описываются приключения этой крохотной девочки).

Учитывая вышеуказанное, необходимо заметить, что в современном русском языке возникает большое количество новых наименований лиц, главным образом, в области женских наименований, которые возникают от уже существующих мужских наименований, что до недавнего времени было для русского языка несвойственно. Однако данный процесс, по нашему мнению, будет и далее развиваться и в будущем женские наименования, возможно, будут регулярными образованиями от всех мужских наименований, как это происходит в современном чешском языке.

6.1.2 Сложные слова в системе неологизмов

Сложные слова в современном русском языке занимают значительное место. По мнению С. В. Гудиловой, данные слова образуются в современном русском языке разными способами, например: способ чистого сложения – «это объединение в составе производной основы нескольких производящих основ в полном (неусеченном) виде. Таковы композиты-неологизмы типа *водопотребитель, допинг-контроль, кинокомпания*» (Буцева, Карева 2006: 36).

Далее сложные слова можно образовать способом сращения: *фосфорсодержащий*; и сложносоставным способом: *костюм-платье* (Там же: 36). В современных женских журналах находятся слова, образованные как способом сращения, например: *многофункциональный, ультрагламурный, супердевушка, бодибаланс, аквааэробика*; так и слова, образованные преобладающим способом сложносоставным, например: *альфа-самец, альфа-лактальбумин, беби-бум, ботокс-наркоман, женщина-кошка, женщина-дюймовочка, брюки-трубы, брюки-сигаретки, веб-камера, демо-пластинка, игра-караоке, интернет-пространство, мистик-словарь, розы-сумки, рок-группа, фитнес-карточка, экспресс-тест, диск-повтор, дресс-код, флэш-диск, танец-*

флирт, гель-воск, тайм-менеджмент и др. Но также можно говорить о более сложной системе образования сложных слов, а именно о а ф ф и к с а л ь н о - с л о ж н о м способе, т. е. сращением с суффиксацией, сложением с суффиксацией и другие (Буцева, Карева 2006: 36).

Как мы уже отмечали, способов образования сложных слов несколько, но самым распространенным словообразовательным типом является способ ч и с т о г о с л о ж е н и я, поэтому мы уделим ему особое внимание. Например, в разряде существительных это такие слова, как уже мы приводили выше, т. е. *кинокомпания, водопотребитель* и др. (Там же: 37). В вышеупомянутых журналах употребляются следующие существительные: *микроклизма, киноманы, радиоролики, фильмография, дельфинотерапи, биостимуляция, кардиостриптиз, дермокосметика, фотодепиляция* и др. Но также данный способ употребляется и у имен прилагательных, например: *оптово-розничный, водно-моторный* и др. (Там же: 37). И в вышеуказанных журналах находятся имена прилагательные, образованные данным способом, например: *гидромассажный, выгоревшие-розовый, жемчужно-серый* и др. Но и среди глаголов существуют слова, образованные на основании данного способа, например: *саморегулировать, самовозобновляться* и др. (Там же: 37).

Из вышесказанного вытекает, что самый продуктивный способ образования сложных слов в современном русском языке – это способ чистого сложения. Данный способ в рамках частей речи чаще всего употребляется у имен существительных, затем у имен прилагательных и в меньшем количестве у глаголов.

6.1.3 Аббревиатуры в системе неологизмов

Можно заметить, что в современном русском языке существует большое количество аббревиатур и данное количество со временем постоянно возрастает, так как длинные слова можно выразить сокращенно и таким образом, с одной стороны, сэкономить место в тексте, с другой стороны, быстрее говорить, что оценят именно устные переводчики. Но следует учесть, что в большинстве случаев аббревиатуры делают язык канцелярским, чем некоторые люди недовольны, так как им приходится расшифровывать аббревиатуры. Но, по нашему мнению, существуют словари сокращений, в которых можно найти определенные сокращения, или также можно

воспользоваться интернетом, в пространстве которого можно найти почти все нужные сведения.

Ныне приведем характеристику двух основных терминов *аббревиация* и *аббревиатуры*. Л. Ю. Касьянова дает следующую характеристику термина *а б б р е в и а ц и я* – она «представляет собой способ, тип неологизации, в основе которого лежит не стихия, а сознательный, целенаправленный процесс, регулируемый разумом и волей человека, всеобщая сущность чего служит основной задаче коммуникации: при минимальной затрате усилий, связанных с общением и языковой действительностью, передать и принять максимум информации» (Буцева, Карева 2006: 72 – 73). *А б б р е в и а т у р ы* «обладают наибольшей степенью имплицитности в языке, т. к. они отражают стремление говорящих предельно сократить тексты сообщаемого, используя минимальное число языковых средств» (Там же: 73).

Как мы уже выше отметили, аббревиатуры в современном русском языке широко распространены. Следовательно, можно встретиться с инициальными сокращениями буквенного и звукового характера. В рамках инициально-буквенных сокращений буквы читаются самостоятельно (ср. БД [бе-де]), в то время, как в рамках инициально-звуковых сокращений буквы произносятся, как одно слово (ср. ПИФ [пиф], ЕГЭ [егэ], т. е., данные сокращения не произносятся [пе-и-эф] или [е-ге-э]). Говоря о инициально-буквенных сокращениях, мы имеем в виду следующие примеры: *БД* (база данных), *КПК* (карманный персональный компьютер), *ТП* (тарифный план), *ПВС* (поезд высоких скоростей), *ОМС* (обязательное медицинское страхование) и др. В качестве инициально-звуковых сокращений приведем следующие примеры: *ИССА* (Интернет-система сервиса абонентов), *ПИФ* (паевой инвестиционный фонд), *ТОС* (территориально-общественное самоуправление), *ЕГЭ* (единый государственный экзамен) и др. (Там же: 73).

Большое количество сокращений в современном русском языке возникает также в связи с наименованиями разных структур, например, следующих организаций: *ОДКБ* (Организация Договора о коллективной безопасности), *ЕЭП* (единое экономическое пространство); или следующие названия политических партий (стран): *ЕР* («Единая Россия»), *СПС* («Союз правых сил») и т. д. (Там же: 73).

В современных женских журналах тоже существуют сокращения, хотя большинство из них написано латиницей или имеет обе формы написания, как в кириллице, так и в латинице, например: *ICQ* (полное название – «I seek You, т. е. Я ищу тебя; централизованная служба мгновенного обмена сообщениями сети Интернет»); *GPS* («Global Positioning System – глобальная система позиционирования, читается Джи Пи Эс»); *GSM* («Groupe Spécial Mobile – глобальный цифровой стандарт для мобильной сотовой связи»); *ДВД* - - , англ. Digital Versatile Disc – цифровой многоцелевой диск; также англ. Digital Video Disc – цифровой видеодиск»); *ВИП, VIP* («Very Important Person – человек, имеющий персональные привилегии, льготы из-за своего высокого статуса»); *мп3, MP3* («более точно, англ. MPEG-1/2/2.5 Layer 3; но не MPEG-3 – третий слой формата кодирования звуковой дорожки MPEG»);



Рис. 19: MP3, мп3

УВ, УФ («Ультрафиолетовое излучение, ультрафиолет»); *USB* («англ. Universal Serial Bus – универсальная последовательная шина – последовательный интерфейс передачи данных для среднескоростных и низкоскоростных периферийных устройств в вычислительной технике») и др. Все объяснения нами приведенных сокращений, происходящих из женских журналов, цитируем по сайту: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. Необходимо отметить, что все нами избранные примеры происходят из английского языка, что подтверждает сделанное ранее утверждение о притоке англицизмов и американизмов в современный русский язык.

Л. В. Рацибурская отмечает, что кроме вышеуказанных сокращений, в последние годы в русском языке часто появляются сложные слова с первой частью-аббревиатурой заимствованного характера, в которых, таким образом, происходит нарушение в сочетаемости морфем, например: *...нынешнее чекистское пришествие во власть позитивно отразилось на стиле жизни VIP-детей; ...SMS-аферы: как не стать жертвой мобильных мошенников; ...является PR-ходом в ответ на требование принять на баланс муниципалитета наше жилье и многие другие* (Буцева, Карева 2006: 135). По мнению Е. П. Снеговой, к следующим аббревиатурам, образованным вышеприведенным способом, относятся иностранные компоненты такие, как *art-, IP-, IT-, USB-, WAP-, web-* и др. Приведем примеры с данными аббревиатурами: *SPA-курорт, UVA-лучи, UVB-защита* и др. (Там же: 150).

В рамках женских журналов мы нашли следующие примеры: *3D эффект, GPS-навигация, EHD технология, HD телевидение, LED дисплей, mp3-плеер, USB-кабель* и др. Также считаем полезным привести некоторые примеры в контексте: *...Приз за лучшую tms-ку – прикольный кулер от супермульта...* (YES! 2009: 38); *...уединяются в ванной с любимым журналов в руках, уверяя, что его чтение оказывает на них spa-эффект...* (Женские секреты 2009: 125); *...спреи с UV-фильтрами...* (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 37); *...Если для съемок и в театре шьют костюмы и со мной советуются, обязательно прошу сделать косой подол и V-образный вырез, то есть то, что мне идет...* (Женские секреты 2009: 114); *...такие, как составление резюме, размещение его в VIP базе, поиск крупных работодателей...* (САМАЯ 2009: 82).

Данные иноязычные аббревиатуры в современном русском языке пользуются большой популярностью, причем они часто употребляются в женских журналах, так как редакторы стремятся привлечь внимание читательниц, употребляя указанные примеры слов, они показывают современность своих журналов.

6.1.4 Универбация в системе неологизмов

Как уже отмечалось раньше, русский язык постоянно пополняется новыми словами в разных областях жизни. Л. В. Шалина замечает, что в связи с ускоренным темпом жизни на рубеже XX-XXI вв. происходят изменения в языке, между прочим

и в результате речевой экономии, которая имеет важную роль в активном употреблении компрессивного словообразования (Буцева, Карева 2006: 174).

По нашему мнению, вначале необходимо определить два основных термина, т. е. *универбация* и *универб*. Е. А. Земская, Л. И. Осина и В. В. Лопатин отмечают, что *универбация* – «это процесс преобразования устойчивого номинативного синтаксического словосочетания в цельнооформленное однолексемное наименование с адекватным значением» (Там же: 174). Термин *универб* определяется следующим образом: «Универбы являются единицами вторичной номинации, суть которой заключается в назывании новым именем предмета, уже названного» (Там же: 174). Короче говоря, универбы – это замена синтаксического словосочетания одним словом. Частым способом возникновения наименований-универбов, образованных на основе атрибутивных словосочетаний по образцу «имя прилагательное + имя существительное + суффикс», являются *суффиксальные универбы*. Приведем некоторые примеры универбов: *электронка* от словосочетания *электронная почта*, *струйник* (струйный принтер), *наружка* (наружная реклама) и многие другие. Следовательно, хотя значение вновь созданного слова (универба) направляется в плане выражения на первую часть мотивирующих словосочетаний, т. е. на имена прилагательные, в плане содержания в них входят в скрытой форме и значения устраненных компонентов, т. е. имен существительных (Там же: 174).

Универбы могут быть образованы при помощи следующих *суффиксов*: как *-к/а*, *-ушк/а*, *ашк/а*, *-анк/а*, *-ниц/а*, *-ик*, *-ач*. Самыми продуктивными универбами являются *универбы с суффиксом -к/а*, например, *лазерка* (лазерный диск), *безналчка* (безналичные деньги), *кредитка* (кредитный билет); далее *универбы с суффиксом -ик*, во-первых, одушевленные существительные мужского рода, например, *налоговик* (налоговый инспектор), во-вторых, неодушевленные существительные с разным предметным значением, например, *мобильник* (мобильный телефон) и т. д. (Там же: 175 - 176).

В современных женских журналах нам также встретилось несколько универбов, образованных с помощью *суффикса -к/а*, такие слова, как *заморозка* (замороженный продукт),



Рис. 20: Заморозка

крутышка (крутая девушка, крутой мальчик), *музыкалка* (музыкальная школа), *неудачка* (неудачная ситуация); или с помощью суффикса -ик, во-первых, одушевленное существительное мужского рода, например, *тантрик* (тантра-массажист), во-вторых, неодушевленное существительное, например, *ужастик* (ужасный фильм, фильм ужасов) и др.

Учитывая вышеуказанное, необходимо отметить, что в современном русском языке универбы занимают значительное место в словарном составе и СМИ, так как данные слова предоставляют возможность компрессивного словообразования синтаксических словосочетаний. Следовательно, одним словом можно выразить словосочетание и, таким образом, сэкономить письменную, но особенно устную речь, а в окончательном стадии сэкономить время, что в настоящее время очень важно для большинства людей.

6.2 Неологизмы в современных чешских женских журналах

Как уже упоминалось раньше, современный чешский язык постоянно развивается и пополняется новой лексикой, главным образом посредством заимствований из других языков. В преобладающем большинстве заимствуются слова и словосочетания из английского языка, далее очень быстро распространяются сленгизмы, именно профессионализмы, и большой популярностью пользуются такие словообразовательные средства, как *anti-*, *mini-*, *mega-*, *giga-*. Но и в рамках

внутреннего заимствования возникают новые слова и словосочетания. Но также появляется тенденция употребления слов, созданных для определенного момента, т. е. окказиональных слов. Необходимо отметить, что большое количество слов не совсем «готовы», как с формальной и семантической точки зрения, так и со стилистической точки зрения. Некоторые неологизмы имеют несколько вариантов написания и произношения или в другом случае для одного и того же содержания употребляется несколько названий без четкой коммуникативной или стилистической окраски. В современном чешском языке существуют собственные (общезыковые) неологизмы или индивидуальные (авторские) неологизмы, т. е. окказионализмы. (Martincová 2004: 13 – 15).

Перед описанием конкретных процессов, происходящих в системе неологизмов в рамках чешского языка, мы приведем способы, посредством которых могут возникать неологизмы в современном чешском языке. О. Мартинцова определяет следующие способы образования неологизмов в чешском языке: посредством з а и м с т в о в а н и я (напр. из английского языка *chat, last minute*), далее посредством к а л ь к и р о в а н и я (напр. из английского языка *golden parachute – zlatý padák*, т. е. большое отступное вследствие увольнения с работы), также посредством ф р а з е о л о г и з м о в (*hlasová schránka, veřejný ochránce práv*), затем посредством п р о и з в о д н ы х ф о р м (*bezdomovec – bezdomovectví*), далее посредством с л о в о с л о ж е н и я (*eurobyrokrat, filmomil*), или посредством с о к р а щ е н н ы х с л о в (*esemeska*). Кроме данных способов образования неологизмов, в современном чешском языке возникают также семантические неологизмы, образованные, во-первых, в результате переосмысления существующих названий в языке на основе внешнего сходства, т. е. посредством м е т а ф о р ы , во-вторых, в результате переосмысления существующих названий в языке на о с н о в е внутреннего сходства, т. е. посредством м е т о н и м и и , в-третьих, посредством р а с ш и р е н и я или с у ж е н и я з н а ч е н и я и т. д. (Там же: 15).

После описания характеристики неологизмов в современном чешском языке, рассмотрим более подробно определенные неологизмы.

6.2.1 Наименования лиц в системе неологизмов

Новые наименования лиц занимают значительное место в словарном составе современного языка, так как постоянно возникают новые профессии, виды спорта, политические партии, разные организации, услуги и товары, и в связи с ними появляются новые названия лиц, как мужского, так и женского рода. По нашему мнению, новые наименования лиц будут далее продуктивно развиваться и в большом количестве пополнять лексику современного чешского языка.

В рамках новых наименований лиц можно найти слова и словосочетания, заимствования, дериваты, словосложения и слова с новым значением. Исследуя новые наименования лиц, мы опишем способы образования данных неологизмов и приведем определенные примеры. С точки зрения структуры новые наименования лиц во многих случаях представляют собой однословные и составные лексемы, т. е. слова и словосочетания. К новым однословным лексемам относятся заимствования (ср. *snowboarder*); кальки (ср. *darker* – *stmívač*); имена существительные, образованные посредством разных суффиксов (ср. *moderátor*, *bavič*, *brouzdač*, *snowbordař*, *snowboardista*); словосложения (ср. *ekoaktivista*, *biopěstitel*); имена существительные, образованные с помощью разных префиксов и суффиксов (ср. *exagent*, *místostarosta*, *ultrasportovec*); слова с новым значением (ср. *pařan* – hráč počítačových her; игрок компьютерных игр). К составным лексемам относятся, во-первых, словосочетания такие, как *rizikový manažer*, *plážový volejbalista*, *veřejný ochránce práv*; во-вторых, составные кальки, например, *nebeský surfař* (skysurfer); в-третьих, фразеологизмы, например, *prác špinavých peněz*, *běžec na dlouhou trať* и другие (Opavská 2005: 19).

Далее мы уделим внимание новым наименованиям лиц, образованным с помощью суффиксов. Названия лиц могут быть образованы от имен существительных (напр. *anketa* – *anketář*, *biotronika* – *biotronik*); от имен прилагательных (напр. *tuctový* (člověk) – *tucták*, *vitální* (člověk) – *vitalista*); от глаголов (напр. *moderovat* – *moderátor*, *bavit* – *bavič*); и от аббревиатур (напр. *ODS* – *ódeésák*, *NATO* – *natovec*) (Там же: 21 – 22).

Ныне мы опишем, какие суффиксы употребляются в новых наименований лиц в рамках разных профессий и специальностей. Наименования, обозначающие работников разных профессий, можно разделить на специалистов, названных по

специальности (дисциплине), которой они занимаются (напр. *dálničář*, *designerista*); на работников, названных по сфере деятельности, месту работы и т. п. (напр. *moderátor*, *bavič*); на «носителей свойств» (напр., *investigativec* – *vědec*, *povínář*, *reportér*). Говоря о первой группе наименований лиц, имеем в виду имена, возникающие от наименования предмета действия, который лица образуют, которым они занимаются или пользуются. В данной группе употребляются следующие суффиксы: **-ář**, например, *bazénář*, *daňář*, *softwarář* / *softwerář*, *marketingář* / *marketinkář*; **-ák**, например, *rikšák*, *marketák*; **-ista**, например, *galerista*, *designerista*; **-ík**, например, *čajovník*; **-ér**, например, *saunér* и др. Вторая группа наименований лиц включает в себя имена, возникающие от наименований профессиональных деятельностей, которыми данные лица занимаются. Следовательно, новые имена возникают от глаголов, например, *bavit* – *bavič*. В указанной группе применяются такие суффиксы, как **-č**, например, *vymahač*, *bavič* (артист, выступающий в развлекательных передачах); **-ér**, например, *prezntér*; **-átor**, например, *mediátor*, *moderátor* и т. д. Третья группа наименований лиц содержит в себе имена, возникающие от имен прилагательных, например, *počítačový* – *počítačovec*, *počítačovník*. В некоторых случаях могут данные имена возникать и посредством универбации. Например, наименование *investigativec* возникло, как от имени прилагательного *investigativní*, так и от словосочетания *investigativní žurnalista* (журналист, занимающийся исследованием, обследованием, разыскиванием чего-нибудь) (Там же: 25 – 27).

Следует учесть, что в словарном составе современных женских журналов также находятся новые наименования лиц с вышеописанными суффиксами, например, **-ista**, например, *stylista*, *skialpinista*, *snowboardcrosista*; **-ík**, например, *workoholik*, *párkoholik*, *tantrik*; **-ář**, например, *dovolenkář*; **-č**, например, *kouč* (тренер) **-er**, например, *manažer*, *designer*, *rapper*, *teenager* и др. Так как речь идет о женских журналах, новых наименований мужских лиц в них находится довольно мало, однако новых наименований женских лиц в данных журналах существует сравнительно больше, как мы отмечаем дальше.

Помимо новых наименований мужских лиц, в современном чешском языке возникает также большое количество новых наименований женских лиц. Данные наименования могут быть созданы, как и наименования мужских лиц,

в качестве однословных и составных лексем. Так как самым частым способом возникновения новых наименований женских лиц является образование существительных женского рода от существительных мужского рода, мы обратим внимание именно на данный способ (Oravská 2005: 40).

С точки зрения словообразования новых наименований женских лиц с помощью вышеуказанного способа, самым частым суффиксом является с у ф ф и к с **-ka**, например, *pohodář* – *pohodářka*; за ним следуют следующие, менее употребляемые, с у ф ф и к с ы : **-ice**, например, *technotanečník* – *technotanečnice*; **-ovna**, например, *pornokrál* – *pornokrálovna*; **-yně**, например, *exposlanec* – *exposlankyně*. В рамках вышеприведенного способа образования новых наименований женских лиц, часто употребляются имена существительные мужского рода с следующими р а д и к с о и д а м и и п р е ф и к с о и д а м и : **ex-**, например, *exposlanec* – *exposlankyně*; **super-**, например, *superběžec* – *superběžkyně*; **top-**, например, *topfavorit* – *topfavoritka*; **ultra-**, например, *ultravytrvalec* – *ultravytrvalkyně*; **multi-**, например, *multiumělec* – *multiumělkyně*; **vice-**, например, *viceprezident* – *viceprezidentka*; **šéf-**, например, *šéfredaktor* – *šéfredaktorka*; **eko-**, например, *ekoaktivista* – *ekoaktivistka*; **euro-**, например, *europoslanec* – *europoslankyně*; **místo-**, например, *místostarosta* – *místostarostka* и др. (Там же: 50 – 51).

Как мы уже отмечали выше, в современных женских журналах находится больше новых наименований женских лиц, чем мужских. Таким образом, считаем необходимым привести конкретные примеры данных наименований, которые в женских журналах употребляются с следующими суффиксами: **-ka**, например, *artdirectorka* (umělecká ředitelka), *editorka*, *exhibicionistka*, *fotoeditorka*, *galeristka*, *junior publisherka*, *koučka*, *manažerka*, *megalomanka* (sebeřeceňující žena), *ortorektička* (žena závislá na zdravé výživě), *sex-expertka*, *sex-koučka*, *tanorektička* (žena závislá na opalování), *teenagerka*, *topmodelka*, *vizážistka* и др.



Рис. 21: Tanorektička

Все указанные примеры новых наименований женских лиц созданы именно посредством образования существительных женского рода от существительных мужского рода. Значит, все упомянутые примеры наименований женских лиц имеют эквиваленты и среди новых наименований мужских лиц. Также необходимо отметить, что наименований женских лиц в современном чешском языке больше, чем в современном русском языке, так как для чешского языка такие формы слов свойственны, но в последние годы данные формы слов начинают бурно развиваться и в современном русском языке, как уже упоминалось раньше.

6.2.2 Аббревиатуры в системе неологизмов

В рамках неологизмов занимают важную роль также аббревиатуры. В современном чешском языке среди аббревиатур самыми продуктивными являются именно инициальные сокращения (Kochová 2005: 242), которым мы уделим внимание ниже.

Вначале считаем необходимым привести характеристику данных сокращений. Следовательно, инициальные сокращения – это «zkratky z počátečních písmen víceslovných pojmenování psané velkými písmeny; někdy se též nazývají akronyma» (Там же: 242). Данный вид сокращений характерен в настоящее время, как для чешского языка, так и для русского языка, примеры которого мы уже приводили раньше. В чешском языке могут именно инициальные сокращения возникать следующим образом: во-первых, посредством сокращения названий новых политических партий после ноября 1989 г., например: *ODS* (Občanská demokratická strana), *US* (Unie svobody); и посредством сокращения других названий, отражающих изменения в общественной обстановке, например: *IČO* (identifikační číslo), *ZUŠ* (základní umělecká škola); во-вторых, в основном, посредством заимствований из других языков, и главным образом из английского языка, как мы можем убедиться дальше (Там же: 242). Необходимо обратить внимание на произношение некоторых инициальных сокращений, так как кроме классического произношения по отдельным буквам (звукам) появляется тенденция произносить данные сокращения по модели произношения из английского языка. Таким образом, существует несколько вариантов произношения следующих инициальных сокращений: *CD* (Compact Disc – kompaktní disk; [cé-dé иногда sí-dý]), *DVD* (Digital Video Disc, Digital Versatile Disc – digitální videodisk; [dé-vé-dé и дý-ví-dý]). У некоторых инициальных сокращений употребляется только одно произношение, а именно, английское произношение, например: *DJ* (disc jockey – diskžokej; [dýdžej]), *VIP* (very important person – velmi důležitá osoba; [ví-aj-pí]) и др. (Там же: 242, 247).

Инициальными сокращениями можно воспользоваться для создания новых слов, которые могут возникать, как с помощью деривации, так с помощью композиции, но немалую роль имеют сокращения в качестве позиции определения (имена прилагательного несклоняемого) (Kochová 2005: 243). Ныне мы опишем данные словообразовательные способы подробнее. Сначала рассмотрим первый способ, т. е. деривацию (словопроизводство). В рамках данного способа возникает большое количество неологизмов, например, к инициальному сокращению *PC* (Personal Computer – osobní počítač, компьютер) сформировались слова, как *pécéčko* / *písíčko* (компьютер), и от них образовались

такие слова, как *pécečkový / písíčekový; pécečkář / písíčkář* (пользователь компьютера); *pécečkářský / písíčkářský* (компьютерный); далее к инициальному сокращению *SMS* (Short Message Service – krátká textová zpráva, служба коротких сообщений) сформировалось слово, как *esemeska*, и от него образовались такие слова, как *esemeskový; esemeskovat* (посылать короткие сообщения); *esemeskář* (человек, пишущий и посылающий короткие сообщения); *proesemeskovat* (утратить почти все деньги за послание коротких сообщений) и т. п. Далее мы рассмотрим второй способ, т. е. к о м п о з и ц и ю (комбинация разных компонентов). В современном чешском языке существуют разнообразные словообразовательные средства, самыми продуктивными являются такие, как *mini-* (*velmi malý* – очень маленький); *-téma* (*sbírka* – сборник); *-man* (*přístroj; příznivec, fanoušek* – прибор; любитель) и др. П. Кохова для сравнения приводит следующие примеры: *mini-PC* (карманный компьютер); *DVD-téma; MP3-man* и т. д. Ныне мы рассмотрим третий способ, т. е. сокращения в качестве п о з и ц и и о п р е д е л е н и я (имена прилагательного несклоняемого). П. Кохова отмечает, что инициальные сокращения, употребляемые первоначально как имена существительные, начинают употребляться в форме несклоняемых имен прилагательных, например: *CD (CD přehrávač); DVD (DVD film); VIP (VIP hosté); IT (IT průmysl); PC (PC stolek)* и др. В современном чешском языке находятся и неологизмы, которые не имеют однозначного морфологического статуса, т. е. для некоторых словообразований не существует единой, устойчивой формы написания. Следовательно, следующие словообразования употребляются по-разному, например: *CD disk* и *CD-disk; DVD přehrávač* и *DVD-přehrávač; SMS zpráva* и *SMS-zpráva* и др. (Там же: 243 – 247).

После описания характеристики инициальных сокращений мы приведем избранные нами примеры из современных женских журналов. Следующие примеры могут употребляться как самостоятельные аббревиатуры или в качестве определения, например: *VIP, DVD; GPS* («Global Positioning System, zkráceně GPS, je vojenský globální družicový polohový systém»; «глобальная система позиционирования»); *GSM* («Groupe Spécial Mobile; Global System for Mobile Communications – globální systém pro mobilní komunikaci»; «глобальный цифровой стандарт для мобильной сотовой связи»); *ICQ* («I Seek You - Já tě hledám; jednoduchá komunikace na Internetu»; «централизованная служба мгновенного обмена

сообщениями сети Интернет»); *MP3* («MPEG-1 nebo MPEG-2 Audio Layer III; je formát ztrátové komprese zvukových souborů, založený na kompresním algoritmu MPEG»); «третий слой формата кодирования звуковой дорожки MPEG»), *UV* («ultraviolet – záření je elektromagnetické záření s vlnovou délkou kratší než má viditelné světlo»; «Ультрафиолетовое излучение, ультрафиолет»); *USB* («Universal Serial Bus je univerzální sériová sběrnice, moderní způsob připojení periférií k počítači»; «последовательный интерфейс передачи данных для среднескоростных и низкоскоростных периферийных устройств в вычислительной технике») и др. Все объяснения сокращений, выбранных из современных женских журналов, цитируются по двум источникам, т. е. русские цитаты по <http://ru.wikipedia.org/wiki/>, чешские цитаты по <http://cs.wikipedia.org/wiki/>.

Теперь мы укажем данные аббревиатуры в качестве определения и для лучшего понимания их приведем в контексте: ...*VIP důvěrnosti* – *Vašek Jelínek*... (Katka 2011: 5); ...*Chytrý telefon Nokia s operačním systémem Symbian Anna nabízí rychlý procesor, GPS navigaci s bezplatnými mapovými podklady, fotoaparát s videem*... (Claudia 2012/5: 31); ...*Je to jednoduchý přístroj, který vypadá a používá se jako hodinky. Je vybaven pokročilou GPS a GSM technologií a je určen pro přímou komunikaci mezi uživateli a operátorkou*... (SVĚT ŽENY 2012/2: 71); ...*Pro MP3 přehrávače a telefony je přiložen příslušný kabel*... (Tina 2011: 28); ...*Make-up, nejlépe s UV filtrem, vytvoří ochranný štít před nebezpečným UV zářením, ale i před větrem a mrazem*... (BLESK zdraví 2012: 18) и др.

Из вышеуказанного вытекает, что аббревиатуры, в основном инициальные сокращения, играют в современном чешском языке важную роль, так как они помогают экономить время, что сегодня полезно для каждого человека.

6.2.3 Компоненты E-, I-, M- в системе неологизмов

Кроме вышеуказанных аббревиатур, занимающих в современном чешском языке значительное место, начинают в большом количестве возникать в качестве неологизмов однобуквенные компоненты E-, I-, M-. Речь идет о новых выражениях, которые начали в чешском словарном составе появляться с 90 годов XX века, в связи с бурным развитием современных информационных и коммуникационных технологий. Следовательно, выражения с данными компонентами относятся,

в основном, к тем коммуникационным областям, в которых употребляется современная технология, т. е. интернет, мобильная и электронная коммуникация. Прежде всего выражения с данными компонентами находятся в областях компьютерной и мобильной коммуникации, но также в областях рекламы и маркетинга, торговли и предпринимательства, банковского дела, государственного управления, публицистики, образования и т. п. (Oravská 2005: 232).

Толчком для возникновения морфем *e-*, *i-*, *m-* в качестве словообразовательных компонентов в чешской лексике был тот факт, что в чешском языке находится большое количество заимствований из английского языка, например: *e-book*, *e-working*, *e-banking*, *e-business* / *e-byznys*, *e-shopping*; *i-book*, *i-banking*, *i-business*; *m-marketing*, *m-learning*, *m-payment*, *m-banking* и др. (Там же: 233). Значения данных компонентов определяется ниже.

Учитывая то, что в настоящее время можно говорить о морфемах *e-*, *i-*, *m-*, как о новых словообразовательных компонентах, мы рассмотрим их характеристику и приведем конкретные примеры. Вначале мы определим компонент *e-* (происходит от английского слова *electronic* и употребляется в значении «elektronický, электронный») и к данному компоненту присоединяется полноценное слово, например: *e-knižka*, *e-bankovníctví*, *e-transakce*, *e-účet*, *e-nakupovat*, *e-učit se* и т. д. (Там же: 232). Необходимо заметить, что в рамках адаптации англицизмов в современном чешском языке английское слово может быть заменено словом, которое по структуре очень близко данному слову и уже имеет в чешском языке закреплённую форму, например: *e-economy* – *e-ekonomika*; *e-business* – *e-byznys* и др. Слова с компонентом *e-* могут возникать и при замене второй части заимствованного слова, чешским эквивалентом, например: *e-signature* – *e-podpis*; *e-payment* – *e-platba* и т. п. (Там же: 236). Анализируя словарный состав в современных женских журналах, мы несколько раз встретились с компонентом *e-*, например: *e-shop*, *e-Bay*, *e-kniha*, *e-hubnutí*, *e-kalkulačka*. Для лучшего понимания данных слов мы их приведем в контексте: *...Srdce dominuje valentýnské kolekci Neuhaus. Delikátní belgické pralinky zakoupíte v e-shopu...* (Glanc 2012: 84); *...Pokud se vám nebude chtít platit celé členství, je výhodné počkat si na slevy nebo se pokusit třeba na e-Bay najít někoho, kdo odpadl a prodává zbytek svého ročního členství...* (KONDICE 2012/leden-únor: 62); *...Darujte valentýnský poukaz s osovním vzkazem prostřednictvím s e-knihami...*

(Glanc 2012: 93); ...**E-hubnutí** – nechcete-li například z časových důvodů nikam docházet nebo to prostě chcete zkusit trochu jinak, najdete si poradce, který s vámi vše konzultuje na dálku. Nikam nemusíte jezdit, vše vyřešíte v pohodlí svého domova nebo kanceláře přes webové stránky... (SVĚT ŽENY 2012/2: 36); ...Než se do diety pustíte, zkuste si svůj jídelníček propočítat. Využít můžete třeba internetovou **E-kalkulačku**... (KONDICE 2011/listopad: 70).

Далее мы рассмотрим к о м п о н е н т і - (происходит от английского слова *internet* и употребляется в значении «internetový, интернет-»), к которому присоединяется полноценное слово, например: *i-banking*, *i-diskuse*, *i-kavárna* и др. (Oravská 2005: 232). Данные выражения связаны с Интернетом и в чешском языке начали появляться во второй половине 90-х годов, т. е. позже, чем выражения с компонентом e-, но почти одновременно с компонентом m-. В современном чешском языке написание выражений с компонентом i- часто колеблется, например: *i-book* – *iBook*, *I-net* – *inet* – *iNet* – *Inet* и т. п. Как и у компонента e-, так и у компонента i- происходит замена английских слов посредством адаптированного заимствованного слова или посредством эквивалента в чешском языке, например: *i-café* – *i-kavárna*, *i-shop* – *i-obchod* и др. (Там же: 238). В женских журналах также находятся слова с компонентом i-, например: **iPad** («je multimediální počítač typu tablet»; «интернет-планшет, выпускаемый компанией Apple»);



Рис. 22: iPad

iPod («je multimediální přehrávač firmy Apple. Tento název se užívá pro celou rodinu přenosných MP3 přehrávačů od Apple.»; «торговая марка серии портативных медиа проигрывателей компании Apple, в качестве носителя данных использующих флеш-память или, в ряде моделей, жёсткий диск»);



Рис. 23: iPod

iPhone («je produkt společnosti Apple, který v sobě spojuje funkce mobilního telefonu s digitálním fotoaparátem, multimediálního přehrávače (iPod) a zařízení pro mobilní komunikaci s internetem»); «линейка четырёхдиапазонных мультимедийных смартфонов, разработанная корпорацией Apple. Смартфоны совмещают в себе функциональность плеера iPod, коммуникатора и интернет-планшета»); *iRobot* («vysavač, který vysává sám»; «робот-пылесос»). Все объяснения данных примеров, выбранных из современных женских журналов, цитируются из двух источников, т. е. русские цитаты из <http://ru.wikipedia.org/wiki/>, чешские цитаты из <http://cs.wikipedia.org/wiki/>.

И наконец, рассмотрим компонент *m* - (происходит от английского слова *mobile* и употребляется в значении «mobilní, мобильный»), к которому присоединяется полноценное слово, например: *m-Internet*, *m-banking*, *m-platba* и др. (Oravská 2005: 232). Компонент *m*- из всех трех компонентов является самым новым. Выражения с данным компонентом относятся к пользованию разного мобильного устройства, электронного банковского дела и электронной торговле.

Посредством данного компонента можно определить вид электронной коммуникации. В большом количестве с компонентом *m-* употребляются заимствованные и адаптированные слова, такие, как: *m-business / m-byznys, m-commerce / m-komerce* и т. п. Как у предыдущих компонентов, и у компонента *m-* происходит замена английских слов или с помощью уже адаптированных заимствованных слов, или с помощью чешских эквивалентов, например: *m-banking – m-bankovníctví, m-payment – m-platba* и др.

Проводя анализ в современных женских журналах, мы не нашли примеры слов с данным компонентом.

Учитывая вышеприведенные примеры, делаем заключение, что самым продуктивным компонентом в современном чешском языке является компонент *e-*, за ним следует в качестве употребления компонент *i-*, и наименее распространенным компонентом является компонент *m-*, так как он самый новый и только находится в процессе развития. По нашему мнению, преобладающее большинство людей уже привыкло к словам с компонентом *e-*, но до сих пор мало из них освоило выражения с компонентами *i-* и *m-*, но думаем, что со временем и данные компоненты освоятся и будут активно употребляться, как в устной, так и в письменной форме. Также необходимо отметить, что предполагаем возникновение в будущем выражений с новыми компонентами, так как постоянно возникают и будут возникать новые электронные программы, технологии, приборы, у которых, возможно, образуются и другие компоненты, кроме вышеуказанных.

7 Заключение

В данной дипломной работе мы попытались описать новый словарный состав текстов современных русских и чешских женских журналов. В самом начале мы провели опрос, в рамках которого нас интересовало, какие современные русские и чешские журналы читают русские и чешские женщины и как они относятся к актуальным процессам, происходящим в указанных языках, особенно нас интересовало, предпочитают ли они лексику родного языка или иноязычные заимствования. На основе данного опроса мы узнали, что большинство русских и чешских женщин предпочитают исконно русские или исконно чешские слова, словосочетания и фразеологизмы, так как они лучше разбираются в данных выражениях и таким образом лучше понимают статьи женских журналов. Однако существует и небольшое количество женщин, которые как в своем словарном запасе, так и в словарном запасе современных женских журналов предпочитают использовать иноязычные заимствования. Они считают, что иноязычные заимствования, во-первых, способны лучше выразить, что конкретно обозначает данный предмет, товар, услуга, и, во-вторых, обогащают словарный состав современного русского и чешского языка, что способствует его дальнейшему развитию, а также расширению словарного запаса русского и чешского населения и обогащению культуры той или иной страны. Далее на основе данного опроса и советов русских и чешских продавщиц журналов, мы выбрали современные русские и чешские женские журналы, которые наиболее популярны среди русских и чешских женщин. Всего было исследовано шесть русских и двадцать два чешских журнала.

После выбора данных журналов мы занялись практическим анализом, т. е. начали читать указанные журналы, выписывать новые слова, словосочетания и фразеологизмы, переводить их с русского на чешский и с чешского на русский язык. В итоге мы выбрали около трехсот слов из русских и около пятисот слов из чешских женских журналов. Выражения, которые относятся к новым словам в рамках данных языков мы привели в приложении, как в русско-чешском, так и в чешко-русском словариках. А выражения, которые характерны только для конкретного языка, находятся лишь в одном из словариков. В результате у нас возникли русско-чешский

и чешско-русский словарики, которые могут послужить как студентам, преподавателям, ученым, переводчикам, так и предпринимателям, сотрудничающим с Россией, Белоруссией, Украиной и Чехией, а также широкой общественности.

После завершения указанной практической работы мы перешли к изучению теоретической литературы и определили термин *лексикология*, дали краткое описание общей, частной, описательной, исторической, сопоставительной, практической, теоретической лексикологии. Затем мы определили термины *лексическое значение, слово и словарный состав*.

Далее мы описали языковую и стилистическую характеристику текстов женских журналов и привели примеры текстов из упомянутых журналов. В рамках стилистической характеристики женских журналов мы уделили особое внимание публицистическому стилю, так как данный стиль характерен для женских журналов.

Затем мы начали рассматривать новые процессы, происходящие в современном русском и чешском языках. В рамках данных процессов мы сначала дали характеристику современного русского и чешского языков, а затем уделили внимание определенным процессам, проходящим в данных языках. Это значит, что мы подробно рассмотрели такие процессы, как внешние и внутренние заимствования и привели конкретные примеры слов, словосочетаний и фразеологизмов из указанных журналов, которые мы разделили на разные группы. Речь идет о таких группах, как мода, косметология, популярная музыка, фильмография и телевидение, компьютерная и мобильная техника, спорт, питание, мистика, наименования лиг и другие.

Из приведенных групп преобладают группы слов из области компьютерной и мобильной техники, косметологии, музыки, фильмографии, спорта и моды, что является следствием всемирного налаживания контактов, возникновения новых товаров и услуг, развития туризма, а также тот факт, что мы анализировали специфические тексты, т. е. тексты женских журналов. Необходимо отметить, что среди исконных слов самое большое количество новой лексики составляют разговорные слова, словосочетания и фразеологизмы, но немалое место занимает и просторечная лексика.

Говоря о внешних (иноязычных) заимствованиях, следует сказать, что в современном русском и чешском языках заимствуется лексика в основном из

английского языка. Но употребляются также заимствования из французского, греческого, латинского, итальянского, немецкого и японского языков. Однако в текстах современных русских и чешских женских журналов преобладают иноязычные заимствования английского (американского) происхождения, так как большинство русского и чешского населения постоянно находится в контакте с английским языком.

В связи с пассивным словарным запасом мы занялись исследованием неологизмов в современном русском и чешском языках. Вначале мы дали характеристику термина *неологизмы* и описали причины возникновения неологизмов. Далее в рамках русских неологизмов мы рассматривали новые наименования лиц, сложные слова, аббревиатуры и универбацию. Потом мы перешли к определению чешских неологизмов в современном чешском языке, а именно мы уделили внимание новым наименованиям лиц, аббревиатурам, компонентам Е-, I-, М-. В каждом случае мы приводили конкретные примеры и некоторые контексты из современных русских и чешских женских журналов. Следует обратить внимание на тот факт, что в текстах современных русских женских журналов находится обилие жаргонизмов, в то время, как в текстах современных чешских женских журналов преобладает разговорная лексика и, например, компоненты с Е-, I-, М-.

И, наконец, обобщая накопленные данные, делаем заключение, что тексты современных русских и чешских женских журналов являются очень интересным материалом, отражающим новые процессы в современных языках и содержащим многие новые элементы, еще не зафиксированные словарями, поэтому им необходимо уделять особое внимание. Мы осознаем, что в рамках одной дипломной работы мы не могли описать все новые явления, но надеемся, что изученный нами словарный запас поможет освоить актуальную лексику не только студентам-филологам, преподавателям современного русского и чешского языков, ученым, переводчикам, но и туристам, предпринимателям и широкой общественности.

8 Resumé

Pro výběr tématu Nová slovní zásoba v současných ruských a českých časopisech jsme se rozhodli proto, že mu dosud bylo věnováno málo pozornosti, a také proto, že slovní zásoba textů ženských časopisů je velice pestrá a zajímavá, hlavně z hlediska vývoje současného ruského a českého jazyka.

Cílem této diplomové práce bylo popsat slovní zásobu ruských a českých ženských časopisů a procesy probíhající v obou jazycích. Konkrétně se jednalo o analýzu nové slovní zásoby, která se používá ve specifické oblasti, tj. v ženských časopisech.

Zpočátku bylo nezbytné provést praktickou analýzu současných ruských a českých ženských časopisů. Konkrétní ruské i české časopisy byly vybírány na základě provedené ankety, která byla respondentům předána autorkou osobně, nebo rozeslána v elektronické podobě ruským a českým ženám. Prostřednictvím této ankety se zjišťovalo, jaké současné ruské a české časopisy jsou nejvíce oblíbené mezi ruskými a českými ženami, a také, jaký mají tyto ženy vztah k novým procesům probíhajícím v uvedených jazycích. Především byl důraz kladen na to, jestli dávají přednost původním slovům v rámci svého rodného jazyka, nebo zda upřednostňují slova přejatá z cizích jazyků.

Z ankety vyplynulo, že většina ruských i českých žen dává přednost původním slovům, jelikož jim lépe rozumí a díky tomu se pak lépe vyzná v konkrétních článcích v ženských časopisech. Avšak existuje i menšina žen, které upřednostňují jak ve své vlastní slovní zásobě, tak i v ženských časopisech slova přejatá z cizích jazyků, především anglicismy. Tyto ženy uvádějí, že slova přejatá z cizích jazyků, jednak lépe vyjadřují význam konkrétního předmětu, zboží, služby, jednak obohacují slovní zásobu současného ruského a českého jazyka, což umožňuje další rozvoj slovní zásoby, tedy současného ruského a českého jazyka, a také rozvoj kultury těchto zemí.

Dále byla praktická část této práce zaměřena na pročítání všech vybraných časopisů, excerpce nových výrazů, hledání ruských a českých ekvivalentů. Pokud nebyl nalezen odpovídající ekvivalent ruského slova v českém jazyce nebo naopak, pokusili jsme se toto slovo popsat v odpovídajícím jazyce, aby bylo pochopitelné, oč se jedná. Na základě této excerpce vznikly rusko-české a česko-ruské slovníčky, které by mohly být přínosné jak pro studenty, pedagogy, badatele, překladatele, tak i pro podnikatele,

spolupracující s Ruskem, Běloruskem, Ukrajinou, ale také pro širokou veřejnost. Je nezbytné podotknout, že realizace praktické části nebyla snadná a zabrala nejvíce času, jelikož je velice obtížné odhadnout, která slova, slovní spojení a frazeologizmy patří k novým výrazům, a také většina zkoumaných časopisů má velký rozsah, tj. bylo nezbytné podrobně přečíst a analyzovat obrovské množství textů. Celkem bylo analyzováno šest ruských a dvadecet dva českých časopisů za roky 2005-2012. Z obrovského množství textů bylo vybráno okolo třiset slov z ruských a okolo pětiset slov z českých ženských časopisů. Výrazy, které spadají do nové slovní zásoby v obou jazycích byly uvedeny v příloze jak v rusko-českém, tak i v česko-ruském slovníčku. A výrazy, které jsou specifické pouze pro určitý jazyk se nacházejí pouze v jednom z uváděných slovníčků.

Po ukončení praktické části byla prostudována rozsahlá teoretická literatura. V souvislosti s tím byly vymezeny termíny lexikologie, lexikální význam, slovo a slovní zásoba. Lexikologie byla dále rozdělena podle jejího zaměření na lexikologii obecnou, osobní, popisnou, historickou, srovnávací, praktickou a teoretickou. Dále jednotlivé druhy lexikologie byly stručně vysvětleny.

Dále byla pozornost věnována stylistické a jazykové charakteristice ženských časopisů. V rámci stylistické charakteristiky byl popsán termín *stylistika*, uvedeny a stručně popsány jednotlivé funkční styly. Podrobněji byl rozebrán publicistický styl, jelikož je charakteristický pro texty ženských časopisů. V rámci tohoto stylu byly vysvětleny pojmy jako žurnalistika a publicistika. Poté byly popsány jednotlivé funkce typické pro daný styl. Jednalo se o takové funkce jako získávací, informativní, komunikativní, estetická, vzdělávací. Každá z těchto funkcí byla podrobně objasněna a bylo uvedeno, proč se používá především v textech ženských časopisů. Nejzajímavější byla funkce získávací, jelikož prostřednictvím textů novináři nebo redaktoři dokáží zapůsobit na čtenářky nejrůznějším způsobem. Nejčastěji se jedná o nabídky různých druhů hubnutí, sportů, účesů, líčení, služeb (odborné poradenství v nejrůznějších oblastech života), zboží (kosmetika, oblečení, nábytek atd.). Všechny tyto nabídky jsou doplněny velkým množstvím fotografií, popisem vlastních, především kladných zkušeností redaktorek, novinářek či čtenářek a vyjádřením spokojenosti některých slavných lidí (opět jsou zde uvedeny fotografie). Všechny tyto aspekty ovlivňují ženy, které poté kupují velké množství věcí, většinou i takových, jež doopravdy ani nepotřebují. Tyto ženy jsou pod velkým tlakem módy, tedy lépe řečeno pod velkým vlivem reklamy, prostřednictvím které

novináři a redaktoři působí na čtenáře, a to nejčastěji proto, že chtějí prodat co nejvíce časopisů, zároveň však i pomoci ženám v nesnázích a informovat je o nejnovějších trendech, a jednak proto, že na ně zase působí různé firmy, které chtějí prostřednictvím časopisů prodat své výrobky a služby.

V rámci jazykové charakteristiky byly popsány charakteristické rysy jazyka ženských časopisů a uvedeny konkrétní ukázky textů z těchto časopisů. Nejtypičtějším rysem textů ženských časopisů je, že i když se redaktoři nebo žurnalisté obracejí k imaginárnímu čtenáři, v našem případě čtenářce, snaží se vyvolat dojem, že oslovují právě jednu konkrétní ženu, takže u mnoha žen vzniká pocit, že oslovují právě ji a že určitý článek je věnován přímo její osobě. Některé ženy si ani nemusí uvědomovat tento tlak ze strany novinářů a redaktorů, jelikož působí především na jejich podvědomí, a to prostřednictvím textů nebo ilustrací v uváděných časopisech. Nejčastější způsob sugestivního oslovení čtenářky probíhá použitím osobního zájmena v jednotném či množném čísle (*pro Tebe...*, *pro Vás* apod.), ale také pomocí rozkazovacího způsobu (*Vyber si...*, *Vyzkoušejte...*, *Kupte si...*, *Zhubněte...* apod.).

Důležitou roli v textech těchto časopisů hraje také dialogičnost, tj. novináři nebo redaktoři se snaží se čtenářkami navázat přímou i nepřímou komunikaci. Za přímou komunikaci se považuje komunikace čtenářky a autorky článku prostřednictvím dopisů nebo e-mailů, za nepřímou komunikaci se považuje pokládání otázek (*Špatně spíte? Tak vyzkoušejte...*, *Recept na spokojený vztah? Známe!* apod.) v různých nadpisech nebo člancích, na které si čtenářka buď sama odpovídá, nebo souhlasí s odpovědí autorky textu na danou otázku. To způsobuje, že čtenářka má pocit, že jí autorka textu rozumí a že jsou si podobné, tímto způsobem si novinářky získávají důvěru čtenářek, které pak budou pravidelně časopis kupovat, aby našly odpovědi na své (i jiné) otázky a spřízněnou duši. Texty ženských časopisů na první dojem působí, že čtenářkám vycházejí co nejvíce vstříc a že jsou tady jen pro ně, je však víc než pravděpodobné, že mají reklamní charakter, jak již bylo výše zmíněno.

Po uvedení stylistické a jazykové charakteristiky ženských časopisů jsme přešli k popisu aktuálních procesů, které probíhají v současném ruském i českém jazyce, se zaměřením především na procesy, které jsou typické pro slovní zásobu těchto časopisů.

V rámci procesů probíhajících v současném ruském jazyce byl nejdříve upřesněn termín *současný ruský jazyk* a uveden názor významného ruského filologa na to, jakým

způsobem je možné přesvědčit lidi, aby se začali učit ruský jazyk. Dále byla pozornost věnována konkrétním procesům probíhajícím v současném ruském jazyce. Jedná se především o dva hlavní procesy, a to o internacionalizaci (přejímání lexika z cizích jazyků) a používání nejrůznějších hovorových a slangových slov (vnitřní přejímání slov). V souvislosti s přejímáním slov z cizích jazyků na základě analýzy textů ženských časopisů bylo zjištěno, že převládající většina slov a slovních spojení pochází z angličtiny, obzvláště se jedná o slovní zásobu ze specifické oblasti jako mobilní a počítačová technika, hudba, móda, kosmetika, sport, filmová věda a televize, názvy různých druhů ovoce, zeleniny, salátů, ale také názvy osob. Kromě anglických slov do ruského jazyka pronikají i slova a slovní spojení z řeckého, latinského, francouzského, německého, italského, ale i japonského jazyka. I tyto jazyky obohacují slovní zásobu ve zmiňovaných oblastech. Z původně ruských slov se v současných ruských ženských časopisech používá více hovorových a slangových slov než v současných českých ženských časopisech. V ruských časopisech převládá neutrální slovní zásoba, ale těsně za ní se nachází hovorová slova a slovní spojení, pak značné množství slangových výrazů a nepatrné množství vulgarizmů.

V rámci procesů probíhajících v současném českém jazyce byl popsán vztah českých žen k novým slovům, především k slovům přejatým z cizích jazyků. Také byl vymezen termín současný český jazyk a popsány konkrétní procesy, které probíhají v současném českém jazyce, tj. přejímání slov z cizích jazyků a vytváření hovorových a slangových slov. Stejně jako v ruštině, tak i v češtině dominují přejatá slova z anglického (anglicismy) a nejčastěji se nacházejí v takových oblastech jako móda, kosmetika, mobilní a počítačová technika, hudba, sport, různé druhy pokrmů a nápojů, názvy osob apod. Při srovnání těchto oblastí s oblastmi, ve kterých se používání anglicismy v ruském jazyce, si nelze nevšimnout, že se v podstatě shodují, což je způsobeno několika aspekty – celosvětovým navazováním kontaktů (hlavně v angličtině), cestováním, obchodováním, studiem, produkcí nových výrobků a služeb, vznikem nových profesí atd. Kromě slov přejatých z anglického jazyka, do češtiny pronikají slova a slovní spojení ze stejných jazyků jako do ruštiny a také se nacházejí v obdobných oblastech. Pokud se jedná o vnitřní přejímání slov v češtině, není tento proces tak aktivní jako v ruštině, alespoň ne v slovní zásobě současných českých ženských časopisů. Avšak i v rámci těchto časopisů bylo objeveno několik příkladů slov z hovorové a slangové oblasti. V souvislosti s tím byl vymezen pojem *spisovný český jazyk*, do kterého spadá i hovorový jazyk, dále popsány

pojmy *dialekt*, *tradiční teritoriální dialekt*, *interdialekt*, *obecná čeština*, *slang*, *profesionalismy a argot*. Kromě charakteristiky těchto pojmů byly uvedeny i konkrétní příklady čerpané jak z odborné literatury, tak ze současných českých ženských časopisů.

V souvislosti s tím, že neologizmy byly hlavním předmětem zkoumání této diplomové práce, je jim dále věnována značná pozornost. Nejdříve byla uvedena charakteristika termínu *neologizmy* všeobecně a poté v rámci současného ruského a českého jazyka. V této části práce je zmíněno, že neologizmy mají velký význam pro rozvoj jak ruského, tak i českého jazyka a pro jednotlivé procesy, které probíhají v rámci těchto jazyků. Jak již bylo řečeno, nové výrazy se v obou jazycích objevují prostřednictvím vnitřního přejímání, ale hlavně prostřednictvím přejímání výrazů z cizích jazyků, ve kterých naprosto dominuje anglický jazyk. V důsledku toho se dá mluvit o záplavě anglicizmů v obou jazycích a jejich rozšíření nejen mezi současnou mládež, ale také mezi obyvatelstvem různého věku, zaměstnání, zájmů, životního stylu atd. Domníváme se, že taková záplava anglicizmů v ruštině i češtině se objevuje především proto, že mnoho lidí v dnešní době komunikuje v angličtině, čte odbornou literaturu v angličtině nebo ji studuje ve školách, kurzech nebo na univerzitách, aby v budoucnu mohli komunikovat v anglickém jazyce.

Neologizmy pronikají do ruského i českého jazyka různými způsoby. Mezi nejčastější způsoby patří také vliv reklamy, který někdy ani nevnímáme přímo, ale prostřednictvím našeho podvědomí, o což v reklamě často jde. Jak se bylo uváděno, reklama má velký vliv téměř na každého člověka, ať už se jedná o reklamní texty v časopisech, novinách, letácích, billboardech, internetu, či zvukové vkrádání se do podvědomí člověka, například prostřednictvím rádia, telemarketingu, televize apod. V současné době je reklama opravdu všemocná, protože dokáže prodávat stále více výrobků a služeb, a to stále zajímavější a méně nápadnou formou vnucování, než tomu bylo dříve. Jednou z takových zábavných a na první pohled nenucených forem je právě reklama nacházející se v současných ruských a českých ženských časopisech.

Další oblastí, z které do obou jazyků pronikají neologizmy, je jazyk současné ruské a české mládeže. Právě mládež se nejčastěji ze všech setkává s novými výrazy, které slyší buď ve škole, v různých seskupeních, sportovních klubech, na ulici od stánkových prodejců, z různých seriálů, filmů, zábavných pořadů, nebo se si je přečte v časopisech, na internetu – nejčastěji na specifických internetových stránkách nebo speciálních „chatech“,

zaměřených podle zájmu osob na určité oblasti, v jejichž rámci pak vznikají nejrůznější skupiny lidí, kteří si vytvářejí svou slovní zásobu, aby byli moderní nebo aby ostatní nerozuměli, o čem se baví. Mládež si často natolik zvykne na používání nových slov a slovních spojení, že je začíná používat i mimo konkrétní skupiny, ve kterých tato slova a slovní spojení vznikla. Tudíž začnou používat tato specifická slova v běžném životě, jak doma, tak i mezi ostatními spolužáky, a tak se neologizmy šíří rychlostí blesku nejen mezi ostatní vrstevníky, ale i mezi pedagogy a rodiči, kterým, aniž by jej chtěli cíleně používat, se nový výraz nejdříve dostane do pasivní slovní zásoby a později i do slovní zásoby aktivní. Z jedné strany to může být přínosné, jelikož učitelé studentům a rodiče svým dětem pak lépe rozumějí, což vede ve většině případů k lepším vzájemným vztahům, a to prostřednictvím jazyka, který občas současná mládež odsuzuje, protože se ho nechce učit. Jde pouze o to, jakým způsobem je třeba podat jazyk, aby byl i pro mladé lidi zajímavý a přínosný.

Také mezinárodní kontakty mají velký význam pro pronikání neologizmů do současného ruského a českého jazyka. Ovšem i cestovní ruch napomáhá rozšíření nových výrazů, jelikož v současné době cestuje tolik lidí, jako nikdy předtím. Navštěvují navíc taková místa, na která se dříve nedalo dostat. Právě v důsledku cestování a poznávání nových kultur se velice často dostávají neologizmy do ruského a českého jazyka, což může být z jedné strany přínosné – z hlediska rozšíření slovní zásoby, znalostí a chápání jednotlivých kultur, avšak z druhé strany i nepříznivé – z hlediska vytěsňování původních ruských a českých slov novými převzatými výrazy z cizích jazyků.

V rámci ruských neologizmů jsme zpočátku popsali, jakými způsoby neologizmy vznikaly v ruštině i v minulosti a uvedli konkrétní příklady. Dále bylo uvedeno rozdělení neologizmů na lexikální a sémantické a byly stručně popsány. Bylo také zdůrazněno, že vznikala i vznikají okazionální slova, tj. autorská slova, která vytváří autor pro konkrétní případ a pokud je toto slovo vyňato z kontextu, tak je ve většině případů pro nás nesrozumitelné, i když slova některých autorů přešla i do běžného ruského jazyka. Jako ukáзка je uvedeno několik takovýchto autorských slov.

Po uvedení obecné charakteristiky ruských neologizmů je tato práce dále věnována konkrétním neologizmům objevujícím se v současném ruském jazyce a způsobu jejich adaptace.

V části popisující nová pojmenování osob se uvádí, jakým způsobem mohou tato pojmenování vznikat. Může být použita metafora, ale nejčastějším způsobem jsou jazykové prostředky jako složená slova, vzniklá z podstatných jmen, kdy jedna část slova se změní, ale druhá zůstane stejná (*работоголик* от слова *трудоголик*). V rámci tohoto způsobu tvoření může docházet k ponechání původního významu nebo se význam může měnit. K tomuto způsobu uvádíme několik příkladů, které následně vysvětlujeme. Pokud jde o nová pojmenování ženských osob, nejčastějším způsobem, který se používá, je vytváření podstatného jména ženského rodu od podstatného jména mužského rodu. Také v této části jsou uvedeny konkrétní příklady a jejich objasnění. Je nezbytné poznamenat, že v důsledku vzniku nových profesí, sportů, zájmových skupin atd. vzniká velké množství nových pojmenování osob mužského i ženského rodu. Avšak největším překvapením je to, že v rámci nových ruských pojmenování ženských osob dochází i k přechylování, což je pro ruštinu netypické, nebo alespoň do nedávné doby bylo.

Také složená slova se velice často objevují v systému ruských neologizmů a především v současných ruských ženských časopisech. Zde dochází k popisu jednotlivých způsobů, kterými je možné vytvořit složená slova. Po krátké teorii následují opět konkrétní příklady těchto slov.

Dále je pozornost věnována zkratkám, jelikož se v poslední době jejich počet značně rozšířil a neustále se rozšiřuje. Někteří autoři se domnívají, že tento proces vznikl, aby urychlil a zjednodušil způsob komunikace mezi lidmi, ať už v písemné či mluvené podobě. Avšak jiní autoři zkratky považují za příliš formální a oficiální, což může být naopak pro některé lidi problematické, jelikož těmto zkratkám nerozumějí. Větší část nových zkratek, které se objevují v současném ruském jazyce je anglického původu, zvláště pokud bereme v úvahu konkrétní příklady z analyzovaných časopisů. Tyto příklady jsou zde vysvětleny a některé z nich použity i v kontextech textů z ženských časopisů v důsledku lepšího pochopení těchto zkratek.

Poslední část ruských neologizmů je zaměřena na univerbizaci v systému ruských neologizmů. Nejdříve se uvádí charakteristika termínu *univerbizace* a poté se přechází k popisu způsobu, kterými mohou vznikat neologizmy v rámci univerbizace. Zejména je zde pozornost věnována různým druhům přípon, jejichž prostřednictvím vznikají nová slova v současném ruském jazyce. Opět nechybí několik příkladů a jejich vysvětlení.

V rámci českých neologizmů bylo na začátku krátce popsáno jakými způsoby neologizmy vznikají v češtině všeobecně. Jde zejména o takové způsoby jako přejímání (hlavně z cizích jazyků), kalkování, tvoření víceslovných pojmenování, tvoření slov odvozováním, tvoření zkratk, skládání slov a další. Stejně jako v ruské části se i zde uvádí, že existují také individuální (autorské) neologizmy, které se nejčastěji označují jako okazionální slova, která již byla dříve objasněna.

Po uvedení všeobecné charakteristiky neologizmů nacházejících se v současném českém jazyce byla tato diplomová práce dále zaměřena na zkoumání konkrétních neologizmů, které se objevují v současné češtině, ale především na ty, které tvoří významnou část slovní zásoby v současných českých ženských časopisech.

Zpočátku byla pozornost věnována opět novým pojmenování osob. Jde jednak o slova jednoduchá, jednak o slova složená, která jsou vysvětlena a doplněna jednotlivými příklady. Dále se uvádí způsoby, kterými je možné vytvářet nová pojmenování osob. Mezi nejčastější patří vytváření nových pojmenování osob s pomocí různých přípon, i když nejtypičtější příponou je přípona *-ář* (*anketář, dovolenkář*). Pokud se jedná o vytváření nových pojmenování ženských osob, tak opět nejrozšířenějším způsobem je vytváření nových pojmenování osob ženského rodu od pojmenování osob mužského rodu, což je prováděno prostřednictvím různých předpon a přípon, a nejčastější přípona je *-ka* (*pohodářka, koučka*).

Jak v ruském, tak i v českém současném jazyce mají velký význam zkratky. Většina zkratk, obzvláště v textech ženských časopisů, pochází z angličtiny. Nejčastěji dochází k tvorbě zkratk v oblastech mobilní a počítačové techniky, názvů politických stran, různých sdružení a organizací apod. Od zkratk pak můžou vznikat různá zkratková slova, která často mají hovorový nebo slangový charakter. I zde se uvádí konkrétní příklady zkratk a některé z nich jsou uvedeny v kontextech textů z ženských časopisů.

Poslední část českých neologizmů se orientuje na komponenty E-, I-, M- v současném českém jazyce. Jedná se o velice čerstvý proces, i když na komponent E- (elektronický) je většina lidí už nějakou dobu zvyklá (*e-shop, e-kniha*), avšak méně lidí zná neologizmy s komponentem I- (internetový – *i-banking, i-book*), který se objevil po svém předchůdci, tj. komponentu E-. Třetí komponent M- (mobilní – *m-marketing, m-banking*) je zatím nejméně rozšířený. Domníváme se, že neologizmy s těmito komponenty se budou

i nadále rozšiřovat a v blízké době je bude znát většina lidí, alespoň ta většina, která aktivně používá mobilní telefon, počítač a internet.

Na závěr bychom rádi podotkli, že texty současných ruských i českých časopisů jsou velice různorodé a poutavé a že je možné tyto texty dále zkoumat z mnoha různých lingvistických hledisek, čemuž bychom se rádi věnovali i v budoucnu.

9 Использованная литература, источники и журналы

1. Буцева, Т. Н., Карева, О. М.: *Русская академическая неография (к 40-летию научного направления): Материалы Международной конференции*. СПб.: Изд-во «Лема», 2006.
2. Выходилова, З.: *Лекции курса Введение в теорию перевода*, 2008.
3. Ильяш, М.И., Мижевская, Г.М., Попова, В.А., Смольская, А.К., Шатух, М. Г.: *Практическая стилистика русского языка*. Киев: Издательское объединение «Вища школа», 1975.
4. Капитанова, Й.: *Лекции курса Стилистика*, 2009.
5. Костомаров, В.Г.: *Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа*. М.: Педагогика-Пресс, 1994.
6. Новиков, Л. А.: *Современный русский язык. Теоретический курс. Лексикология*. М., 1987.
7. Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю.: *Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений*. Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: ООО «А ТЕМП», 2006.
8. Розенталь, Д.Э., Голуб, И.Б., Теленкова, М.А.: *Современный русский язык: Учеб. пособие для студентов-филологов заочного обучения*. М.: Высш. шк., 1991.
9. Солганик, Г.Я.: *Стилистика русского языка. 10 – 11 кл.: Учеб. пособие для общеобразоват. учеб. заведений*. – 4-е изд., стереотип. М.: Дрофа, 2002.
Степанова, Л.: *Лекции курса Сравнительная стилистика*, 2011.
10. Степанова, Л.: *Современный русский язык: праздник вербальной свободы*. Оломоуц: «УР», 2011.
11. Фомина, М.И.: *Современный русский язык. Лексикология*. М.: «Высшая школа», 2001.
12. Фомина, М.И.: *Современный русский язык. Лексикология: Учебник для студентов ин-тов и фак-тов иностр. яз.* М.: «Высшая школа», 1978.

13. Chloupek, J., Minářová, E., Čechová, M., Krčmová, M.: *Současná česká stylistika*. Praha: ISV nakladatelství 2003
14. Čermák, F.: *Lexikon a sémantika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny 2010.
15. Čmejrková, S., Daneš, F., Kraus, J., Svobodová, I.: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha: Academia 1996.
16. Daneš, F.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia 1997.
17. Dvořáček, P.: *Česko-ruský slovník nové a problémové ruštiny*. Praha: Linde Praha a. s. 1999.
18. Dvořáček, P.: *Česko-ruský slovník nových a problémových výrazů*. 2. doplněné a přepracované vydání. Praha: Linde Praha a. s. 2005.
19. Filipec, J., Čermák, F.: *Česká lexikologie*. Praha: Academia 1985.
20. Holub, J., Lyer, S.: *Stručný etymologický slovník jazyka českého se zvláštním zřetelem k slovům kulturním a cizím*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství 1978.
21. Hugo, J. a kol.: *Slovník nespisovné češtiny. Argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost. Historie a původ slov. 12 000 hesel*. Praha: Maxdorf 2006.
22. Martincová a kol.: Mravinacová, J., Opavská, Z., Kochová, P.: *Neologizmy v dnešní češtině*. Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky. Praha, 2005.
23. Martincová, O. a kol.: *Nová slova v češtině 1. Slovník neologizmů*. Svazek 1. Praha: Academia 1998.
24. Martincová, O. a kol.: *Nová slova v češtině 2. Slovník neologizmů*. Svazek 2. Praha: Academia 2004.
25. Savický, N., Šlaufová, E., Šišková R.: *Rusko-český a česko-ruský slovník neologismů*. Praha: Academia 1999.
26. Sgall, P.: *Čeština bez příkras*. Jinočany: H+H 1992.
27. Sochová, Z., Poštolková B.: *Co v slovnících nenajdete*. Praha: Portál 1994.
28. Suk, J.: *Několik slangových slovníků*. Praha: INVERZE 1993.
29. Šroufková, M., Pleský, R., Vencovská, M.: *Rusko-český a česko-ruský slovník*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství 1987.

Источники

1. <http://cs.wikipedia.org/wiki/>
2. <http://ilibrary.ru/text/1378/p.51/index.html> – 10.3.2012
3. <http://ru.wikipedia.org/>
4. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
5. [http://ru.wikipedia.org/wiki/%C8%ED%E2%E5%F0%ED%E0%F6%E8%EE%ED%E0%EB%E8%E7%EC_\(%EB%E5%EA%F1%E8%EA%E0](http://ru.wikipedia.org/wiki/%C8%ED%E2%E5%F0%ED%E0%F6%E8%EE%ED%E0%EB%E8%E7%EC_(%EB%E5%EA%F1%E8%EA%E0) – 11.3.2012
6. <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0> – 25.3.2012
7. <http://slovník.seznam.cz/>
8. <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/>
9. <http://translate.google.com/>
10. <http://www.gazeta.ru/>
11. <http://www.google.cz/>
12. <http://www.jazyky.com/>
13. <http://www.jazyky.com/content/view/632/> – 17.3.2012
14. <http://www.osu.cz/>
15. <http://www.osu.cz/fpd/kcd/dokumenty/cestinapositi/lexikologie.htm#Vrstvaslovcizich> – 17.3.2012
16. <http://www.rambler.ru/>
17. <http://www.ruskiymir.ru/>
18. <http://www.ruskiymir.ru/ruskiymir/ru/publications/interview/interview0188.html> – 10.3.2012
19. <http://www.seznam.cz/>
20. <http://www.translit.ru/>

Журналы

1. Женские секреты 2009
2. КАРАВАН историй 2005
3. ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009
4. ПОХУДЕЙ 2009
5. САМАЯ 2009
6. YES! 2009
7. BLESK pro ženy 2011/4
8. BLESK pro ženy 2011/40
9. BLESK zdraví 2012
10. Chvilka pro tebe 2011
11. Claudia 2012/5
12. Claudia 2012/6
13. Dáša 2011
14. Glanc 2012
15. Katka 2011
16. KONDICE leden-únor 2012
17. KONDICE listopad 2011
18. LOOK magazine 2011/2012
19. Story 2011
20. SVĚT ŽENY 2011/1
21. SVĚT ŽENY 2012/1
22. SVĚT ŽENY 2012/2
23. SVĚT ŽENY Speciál 2011
24. Tina 2011
25. ŽENA A ŽIVOT 2011/19
26. ŽENA A ŽIVOT 2011/22
27. ŽENA A ŽIVOT 2011/23
28. ŽENA A ŽIVOT 2011/24

Список рисунков с источниками

- Рис. 1: журнал Svět ženy 2011/1 Svět ženy 2011/1
- Рис. 2: журнал САМАЯ 2009 САМАЯ 2009
- Рис. 3: Микроволновая печь DuoChef MC-8088HLC САМАЯ 2009: 116
- Рис. 4: Mobilní tablet Lenovo IdeaPad K1 LOOK magazine 2011/2012: 136
- Рис. 5: Стрелки Женские секреты 2009: 44
- Рис. 6: Бриджи <http://shop-strekoza.ru/catalog/2.html> – 19.4.2012
- Рис. 7: Фитбол <http://dlyavasdevushki.ru/krasota-i-zdorove/961-fitbol-myach-dlya-ozdorovleniya.html> – 19.4.2012
- Рис. 8: Эффект деграде Женские секреты 2009: 76
- Рис. 9: Капри Женские секреты 2009: 109
- Рис. 10: Подводка Женские секреты 2009: 45
- Рис. 11: Smartphone Glanc 2012: 75
- Рис. 12: Black tie SVĚT ŽENY 2012/2: 7
- Рис. 13: Cupcake ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 113
- Рис. 14: Vujabéza Katka 2011: 19
- Рис. 15: Eintopf <http://www.helmut.friedrichs-essen.de/rezepte/bohneintopf.htm> – 19.4.2012
- Рис. 16: Pilotky <http://girlgirl.blog.cz/1107/slunecni-bryle-pilotky> – 19.4.2012
- Рис. 17: Kulmofén SVĚT ŽENY 2011/1: 79
- Рис. 18: Párkoolik <http://www.ahaonline.cz/clanek/musite-vedet/68315/vedci-varuji-cim-vic-parku-snite-tim-bliz-je-rakovina.html> – 20.4.2012
- Рис. 19: MP3, mp3 <http://www.recovercamcorder.com/recover-deleted-files-from-mp3-music-player.html> – 20.4.2012
- Рис. 20: Заморозка <http://supy-salaty.ru/280-zamorozka-yagod-v-domashnih-usloviyah.html> – 20.4.2012
- Рис. 21: Таноректиčka <http://eli.mama.lt/grozis-ir-stilius/stiliaus-patarimai/naujasis-grozio-slengas> – 20.4.2012
- Рис. 22: iPad <http://www.idreamtechnologies.net/iPadApplication.html> – 20.4.2012
- Рис. 23: iPod <http://perfrey.superapple.cz/tag/ipod-nano/> – 20.4.2012
- Рис. 24: журнал Планета женщины 2009 Планета женщины 2009
- Рис. 25: журнал Žena a život 2011/24 Žena a život 2011/24



Рис. 24: журнал Планета женщины 2009



Рис. 25: журнал Žena a život 2011/24

Приложение: Русско-чешский и чешско-русский словарики новых слов

Русско-чешский словарик новых слов

А

абонемент	permanentka (YES! 2009: 20)
автобронзат	samoopalovací krém – pozn. večer se dá smýt (YES! 2009: 46)
автозагар	samoopalovací krém – pozn. vydrží několik dní (YES! 2009: 46)
айкью	IQ (YES! 2009: 10)
айнтопф (блюдо, приготовленное в одной кастрюле)	eintopf (jídlo připravované v jednom hrnci) (Katka 2011: 19)
айпад, айпэд, айпед	iPad (Glanc 2012: 75)
айпод, айпонт, айпоц, айплод, ирод	iPod (Glanc 2012: 75)
айфон, iPhone	iPhone (Katka 2011: 61)
аквааэробика	aquarobic, aquaaerobik (vodní aerobik) (ПОХУДЕЙ 2009: 46)
акне	akné, trudovina (Женские секреты 2009: 69)
алоэ вера, алой (столетник)	aloe vera (KONDICE 2011/listopad: 51)
альтернативная медицина	alternativní medicína (KONDICE 2011/listopad: 45)
альфа-лактальбумин	alfalaktalbumin (bílkovina sýrovátkové části mléka) (BLESK zdraví 2012: 6)
альфа-самец	alfa samec (SVĚT ŽENY 2012/2: 64)
амбра	ambra (výměšek vorvaně k přípravě voňavek) (BLESK pro ženy 2011/40: 21)

андроген	androgen (mužský pohlavní hormon) (KONDICE 2011/listopad: 26)
аниме	animovaný film (YES! 2009: 39)
анимешные ремни	animované, potišťené pásky (YES! 2009: 37)
анонсировать	oznámit, anoncovat (Женские секреты 2009: 16)
анорексия	anorexie (SVĚT ŽENY 2012/2: 78)
антидепрессантно	antidepresivně (KONDICE 2011/listopad: 30)
антиперспирант	antiperspirant (deodorant proti pocení) (Женские секреты 2009: 128)
антистрессовый (уик-энд, выходные)	antistresový (víkend) (LOOK magazine 2011/2012: 139)
апноэ (остановка дыхания)	apnoe (dočasná zástava dýchání ve spánku) (KONDICE 2011/listopad: 44)
аппликатор	aplikátor (YES! 2009: 2)
арак (крепкий алкогольный напиток)	arak (alkoholický nápoj) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 140)
ароматерапия	aromaterapie (KONDICE 2011/listopad: 81)
арт-директор	artdirectorka (umělecká ředitelka) (Glanc 2012: 4)
астроконсультация	astroporadna (SVĚT ŽENY 2012/2: 60)
аська, ICQ	ICQ (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
аугментация (увеличение)	augmentace (zvětšení) (KONDICE 2011/listopad: 53)
аут (не быть в курсе, не понимать)	out (být out – být mimo) (BLESK pro ženy 2011/40: 8)
аутдор, аутдоровая (активность)	outdoorová (aktivita) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 45)
аутопатический	autopatická (lahvička) (флаконт, бутылочка) (Tina 2011: 20)
аутопатия	autopatie (metoda navrácení zdraví) (Tina 2011: 20)

аутсайдерство	outsider, černá ovce, neoblíbený (Женские секреты 2009: 153)
афродизиак	afrodiziakum (Claudia 2012/6: 23)
аэробный (тренинг, тренировка)	aerobní (trénink) (KONDICE 2012/leden-únor: 55)
Б	
байпас желудка	bypass žaludku (KONDICE 2011/listopad: 44)
балеринки (обувь)	balerínky (boty) (Story 2011: 15)
бальнеотерапевты	odborníci na koupele ve vaně (Женские секреты 2009: 125)
банджи-джампинг	bungee jumping (Glanc 2012: 6)
басмати	basmati (rýže) (KONDICE 2012/leden-únor: 64)
беби-блюз (послеродовый блюз)	blues (poporodní) (KONDICE 2011/listopad: 63)
беби-бум, бэби-бум	babyboom (populační exploze) (BLESK pro ženy 2011/4: 56)
белый галстук (платье)	white tie (šaty) (SVĚT ŽENY 2012/2: 7)
бестселлеры	bestselery – úspěšné knihy (ПОХУДЕЙ 2009: 91)
бигарексия (спортозависимость)	bigarexie (závislost na sportu) (LOOK magazine 2011/2012: 127)
бизнес-леди	podnikatelka (САМАЯ 2009: 82)
бизнес-тренер	trénér v oblasti obchodu (САМАЯ 2009: 82)
бикрам йога («горячая, термо йога»)	bikram jóga («horká jóga» - jóga se cvičí při 42 °C) (BLESK zdraví 2012: 22)
биоритмы организма	biorytmy organizmu (Женские секреты 2009: 150)
блендер	mixér (САМАЯ 2009: 8)
бленды	namíchaná hudba, znělka (YES! 2009: 26)
блог	internetový blog (YES! 2009: 38)

блоговать	blogovat (SVĚT ŽENY 2012/2: 63)
блок-бастер	novodobé, populární, úspěšné filmy (YES! 2009: 37)
блэк тай (длинное бальное платье)	black tie (dlouhé plesové šaty) (SVĚT ŽENY 2012/2: 7)
блютус, Bluetooth	Bluetooth (Claudia 2012/5: 11)
бодибаланс (упражнение для улучшения координации тела)	bodybalance (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 54)
боди-балет	fitbalet (KONDICE 2011/listopad: 16)
бодилифтинг	bodylifting (napínání pokožky) (подтяжка тела) (Glanc 2012: 74)
бойфренд	boyfriend, přítel (Женские секреты 2009: 16)
бонус-трек	nahrávka navíc (YES! 2009: 35)
бороздить	brouzdat (САМАЯ 2009: 86)
ботокс	botox (Claudia 2012/5: 7)
ботокс-наркоман	botox junkie (závislák na botoxu) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
боулинг	bowling (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 37)
бриджи	kalhoty s délkou těsně pod kolena (Женские секреты 2009: 77)
брюки стрейч	kalhoty stretch (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 10)
брюки-дхоти	kalhoty s rozkrokem u kolen (Женские секреты 2009: 92)
брюки-сигаретки	$\frac{3}{4}$ úzké kalhoty (Женские секреты 2009: 89)
брюки-трубы	rovně střižené kalhoty (Женские секреты 2009: 88)
буйабес, буйабез (рыбный суп)	bujabéza (francouzská rybí polévka) (Katka 2011: 19)

буксус	buksus (strom) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 116)
булгур (крупа из пшеницы)	bulgur (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 98)
булимия	bulimie (SVĚT ŽENY 2012/2: 78)
бум	boom, humbuk, poprask (YES! 2009: 128)
бум (всплеск, подъём)	boom (KONDICE 2011/listopad: 52)
бургер, гамбургер	burger (Tina 2011: 32)
бытовуха	denní problémy, starosti (Женские секреты 2009: 30)
В	
вайтспирт	bílý líh (YES! 2009: 144)
вай-фай, вай фай, Wi-Fi	Wi-Fi (Claudia 2012/5: 11)
вакушейп (тренажер для похудения)	vacushape (přístroj na hubnutí) (Tina 2011: 16)
вальдорфская школа (система образования)	waldorfská škola (SVĚT ŽENY 2012/2: 4)
веб	web (KONDICE 2011/listopad: 33)
веб-камера	web-kamera (YES! 2009: 37)
велнес, вэлнэс	wellness (BLESK zdraví 2012: 22)
ветровка	větrovka (YES! 2009: 20)
визажист	maskér, vizážista (Женские секреты 2009: 45)
визуализация	vizualizace (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 149)
ВИП, ви-ай-пи, VIP	VIP (Katka 2011: 5)
виртуальные каникулы	virtuální, počítačové prázdniny (YES! 2009: 37)
вич-статус	status HIV (YES! 2009: 155)
воркоголизм (трудоголизм)	workoholismus (LOOK magazine 2011/2012: 127)
воркоголик (трудоголик)	workoholik (Katka 2011: 36)
воркшоп (творческий семинарий)	workshop (tvůrčí, pracovní seminář, setkání) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 150)

выгоревше-розовый	starorůžový, vybledlá růžová (Женские секреты 2009: 109)
выпендрей	machrování (САМАЯ 2009: 85)

Г

галеристка	galeristka (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 40)
гамблерство (азартная игра)	gamblerství (SVĚT ŽENY 2012/1: 80)
гамбургер	hamburger (KONDICE 2012/leden-únor: 65)
гаспачо (холодный суп)	gazpaccho (studená polévka) (Katka 2011: 19)
гель-воск	gel-vosk (SVĚT ŽENY 2011/1: 20)
гидратационная (косметика)	hydratační (kosmetika) (SVĚT ŽENY 2012/2: 12)
гидратация (кожи)	hydratace (pleti) (Dáša 2011: 11)
гидролизированный (белок, протеин)	hydrolyzovaný protein (SVĚT ŽENY 2012/2: 20)
гидролипидный фильм, пленка	hydrolipidický film (SVĚT ŽENY 2012/1: 16)
гидромассажная система	hydromasážní (systémy) (LOOK magazine 2011/2012: 131)
гидромассажный	whirlpool, vodně-masážní (Женские секреты 2009: 49)
гинко, гинкго билоба	ginkgo, ginkgo biloba (Claudia 2012/5: 24)
гиперактивный	hyperaktivní (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 4)
гиперкератоз	zpevnění vrchní části pokožky (Женские секреты 2009: 66)
гипермаркет	hypermarket (KONDICE 2011/listopad: 12)
гипнотерапевт	hypnoterapeut (KONDICE 2012/leden-únor: 47)
гипоаллергенный (пластырь)	hypoalergenní (náplast) (KONDICE 2011/listopad: 81)
гламур	glamour (Katka 2011: 22)
гланс	glanc (Katka 2011: 22)

глянцевый	lesklý, nádherný (Женские секреты 2009: 116)
говорить через губу	mluvit skrz zuby (Женские секреты 2009: 141)
голографически	holograficky (KONDICE 2012/leden-únor: 46)
голое лицо	nenalíčený obličej (САМАЯ 2009: 3)
гомеопат	homeopat (Tina 2011: 20)
гомеопатическое средство	homeopatikum (KONDICE 2011/listopad: 59)
гомеопатия	homeopatie (KONDICE 2012/leden-únor: 8)
гоу-гоу (танцевать)	go-go (tančit) (LOOK magazine 2011/2012: 32)
гравитест (тест на беременность)	gravitest (těhotenský test) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 42)
графомания	grafomanie, psavost (ПОХУДЕЙ 2009: 8)
гугл, google	google (KONDICE 2011/listopad: 39)
гуглить	googlovat (vyhledávat informace)
(искать что-либо посредством гугла)	(KONDICE 2012/leden-únor: 29)

Д

дауны	těžce nemocní lidé, kteří se chtějí uzdravit a radují se ze života (YES! 2009: 19)
ДВД	DVD (BLESK pro ženy 2011/40: 16)
дебютировать	debutovat, začínat v umělecké dráze (YES! 2009: 30)
дебютный альбом	premiérové album (YES! 2009: 26)
деграде (эффект деграде)	poloodstín, přelevání barev (Женские секреты 2009: 76)
декор акрил, декоративный акрил	dekor akryláty (průhledné desky s obrázky) (LOOK magazine 2011/2012: 129)
декорум, этикет	dekorum (LOOK magazine 2011/2012: 100)
декспантенол	dexpanthenol (SVĚT ŽENY 2012/2: 13)

дельфинотерапия	delfinoterapie (Katka 2011: 16)
демо-пластинка	demo, předběžná deska (YES! 2009: 28)
деним	denim, džínovina (Женские секреты 2009: 89)
день икс	den D (YES! 2009: 93)
депрессуха	depka, deprese (Женские секреты 2009: 140)
дермокосметика	dermokosmetika (KONDICE 2011/listopad: 45)
десктоп	PC obrazovka (YES! 2009: 39)
десяточка	desítka (Женские секреты 2009: 10)
джедай	jedi – super hrdina (YES! 2009: 104)
Джекил-Хайд синдром (высшая интернетозависимость)	Jekyll-Hyde syndrom (největší závislost na internetu) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
джинсы-трубы	trubkové džíny (SVĚT ŽENY 2011/1: 9)
джоггинг (тренировка мозга)	jogging (mozkový trénink) (SVĚT ŽENY 2012/1: 95)
дигестив (энзим для лучшего пищеварения)	digestiv (látka podporující trávení) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 43)
диджей	DJ (disc jockey – diskžokej) (YES! 2009: 26)
диджейский комплект	Djská sada (YES! 2009: 26)
диетическая добавка	dietní doplněk stravy (Женские секреты 2009: 145)
дизайнер	designér, designerista (návrhář) (YES! 2009: 12)
дизайнерская отметка	návrhářská značka (Женские секреты 2009: 96)
диммер (светорегулятор)	stmívač (pro nastavení intenzity světla) (LOOK magazine 2011/2012: 130)
дисбаланс (гормональный)	hormonální nerovnováha (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009:56)

дискография	diskografie (souhrn nahraných děl, desek) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 37)
диско-панк-компания	disko-punková parta (YES! 2009: 28)
диско-фанк-пластинка	disco-funky hudební deska (YES! 2009: 26)
диск-повтор	disc repeat (LOOK magazine 2011/2012: 20)
дислалия	dyslálie (patlavost) (SVĚT ŽENY 2012/2: 42)
диффузор	difuzér (s vůní) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 21)
допинг	doping (SVĚT ŽENY 2012/2: 24)
дреды, дредлоки, дредлокс	dredy (SVĚT ŽENY 2012/2: 24)
дрессинг	dresink (zálivka) (KONDICE 2012/leden-únor: 64)
дресс-код (кодекс одежды)	dress code, pravidla oblékání (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 8)
дринк (напиток)	drink (nápoj) (Claudia 2012/6: 23)
дружба с преимуществами	friend with benefits (kamarád taky rád) (Glanc 2012: 4)
дуэт-массаж (массаж для двоих)	duo masáž (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 27)
дьюти-фри	zbavený cla (САМАЯ 2009: 103)
Ж	
жемчужно-серый	perleťově-šedý (Женские секреты 2009: 109)
женщина-дюймовочка	žena malého vzrůstu (Женские секреты 2009: 89)
женщина-кошка	catwoman (kočičí žena) (LOOK magazine 2011/2012: 31)
З	
зазомбированный	zaslepený (YES! 2009: 10)
заморозка	zmražené potraviny (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 58)
зелень	zelenáč (YES! 2009: 34)
зонг (песня)	song (píseň) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 141)

зоотерапия	zooterapie (terapie s pomocí zvířat) (Katka 2011: 17)
зубрежка	dril (tvrdý výcvik) (SVĚT ŽENY 2012/2: 43)
зумба	zumba (Glanc 2012: 76)

И

иБэй (покупки в интернете)	e-Bay (KONDICE 2012/leden-únor: 62)
игра-караоке	hra karaoke (YES! 2009: 39)
изюминка	třešnička, perlička (Женские секреты 2009: 77)
икебана	ikebana, umělecké aranžování rostlin (Женские секреты 2009: 137)
инди-панки	hudební styl indi-punky (YES! 2009: 28)
инлайн (ролики)	in-line (LOOK magazine 2011/2012: 155)
инновационная (возобновлённая серия)	inovovaná (řada) (KONDICE 2011/listopad: 2)
интегральный (встроенный фильтр)	integrální filtr (KONDICE 2011/listopad: 15)
интернет-пространство	internet, internetový prostor (САМАЯ 2009: 86)
интерьер	interiér, vnitřek (КАПАВАН историй 2005: 193)
ионизация	ionizace (SVĚT ŽENY 2012/1: 78)
ионный фен	iontový fén (Chvilka pro tebe 2011: 35)
иппотерапия (терапия с помощью коней)	hipoterapie (terapie s pomocí koní) (Katka 2011: 16)
йо-йо (эффект йо-йо у похудения)	jo-jo efekt (při hubnutí) (KONDICE 2011/listopad: 67)
йони	jóni masáž
(массаж йони – массаж женского полового органа)	(masáž ženského pohlavního ústrojí) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 146)

К

кавитация (хирургическая липосакция без операции)	kavitace (bezbolestná ultrazvuková liposukce) (Glanc 2012: 74)
кайф	blaženství (Женские секреты 2009: 26)
Какой геморрой!	No to jsou věci! (Женские секреты 2009: 140)
калькулятор online	e-kalkulačka (KONDICE 2011/listopad: 70)
канистерапия (терапия с помощью собак)	canisterapie (terapie s pomocí psa) (Katka 2011: 16)
каннеллони (итальянские макароны)	cannelloni (italské těstoviny) (Katka 2011: 37)
капкейк (форма для выпечки маленьких тортиков)	cupcake (formička na dortíček) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 113)
капрезе (итальянский салат)	caprese (italský salát) (Claudia 2012/5: 19)
капри	capri - kalhoty, džíny s délkou do půlky lýtek (Женские секреты 2009: 109)
капри (брюки или джинсы с длиной под колени)	capri (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 148)
капучино	capuccino (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 125)
кардиган	zapínací svetr (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 10)
кардиостриптиз	sexu cvičení (ПОХУДЕЙ 2009: 8)
каркаде, каркадэ (гибискус)	karkade (ibišek) (BLESK pro ženy 2011/40: 25)
карты таро	tarotové karty (YES! 2009: 104)
кастинг	casting, obsazení (YES! 2009: 104)
катарсис	katarze, očista (Женские секреты 2009: 21)
кейтеринговая (компания)	cateringová (firma) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 35)

киберпространство	kyberprostor (LOOK magazine 2011/2012: 125)
кик-боксинг, кикбоксинг	kick-box (KONDICE 2012/leden-únor: 54)
килоджоул (кдж, кДж)	kilojoul (kJ) (KONDICE 2011/listopad: 68)
киндер-сюрприз	čokoládové vajíčko s překvapením uvnitř (YES! 2009: 39)
киноман	kinoman (milovník filmů) (Женские секреты 2009: 18)
киш (пирог)	kiš (francouzský koláč) (Katka 2011: 19)
клево	super, hrubě (Женские секреты 2009: 140)
клиноман (любитель отдыха, спанья)	klinoman (člověk závislý na ležení, lenošení) (LOOK magazine 2011/2012: 127)
клиномания	klinománie (závislost na ležení, lenivosti) (LOOK magazine 2011/2012: 127)
клип	video klip (YES! 2009: 28)
коллагеновые (губы)	kolagenové (rty) (Glanc 2012: 97)
колл-центр (обслуживание звонков)	call centrum (SVĚT ŽENY 2012/2: 71)
коннектор	konektor (Tina 2011: 28)
контур	kontura, obrys (Женские секреты 2009: 44)
кораллит (грунт коралловый)	coralit (umělý kámen) (LOOK magazine 2011/2012: 129)
корректор	korektor, vygovnávač (Женские секреты 2009: 44)
косой подол	šikmý lem (Женские секреты 2009: 114)
коттедж (свежий сыр)	cottage (čerstvý sýr) (KONDICE 2012/leden-únor: 63)
коуч (тренер)	kouč (Tina 2011: 13)
коучинг	koučink (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 37)
коэнзим Q10	koenzym Q10 (SVĚT ŽENY 2012/2: 34)
креативец (рекламист)	kreativec (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 135)
крем-брюле	crème brûlée (KONDICE 2012/leden-únor: 85)

криолиполиз, криолипосакция (растворение жира посредством охлаждения жировых клеток)	kryolipolýza (liposukce zmražením) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 123)
крис-крос (игра)	kris-kros (hra) (Chvilka pro tebe 2011: 31)
кроссы	tenisky (YES! 2009: 160)
круассан	croissant (Katka 2011: 19)
крутой	hrubý, zábavný (YES! 2009: 21)
крутышки	hrubí, zábavní lidé, skupina (YES! 2009: 28)
Кру-у-уто!	Suppeer! (Женские секреты 2009: 140)
крыша поехала	někomu přeskočilo, hrabe mu (КАРАВАН историй 2005: 52)
ксилитол, ксилит (вид заместителя сахара)	xylitol (druh sladidla) (KONDICE 2012/leden-únor: 8)
куки (печенье)	cookies (sušenky) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 131)
кулер	kufřík, balík (YES! 2009: 38)
кутюр джинсы	dámské džíny od slavného modního návrháře (Женские секреты 2009: 116)
кюве (сусло высшего качества)	cuvée (Glanc 2012: 88)

Л

лабуда	konina, pitomost, nesmysl (YES! 2009: 25)
лазанья	lasagne (Katka 2011: 38)
лазер	laser (Claudia 2012/5: 7)
лазерная биостимуляция	biostimulační laser (KONDICE 2011/listopad: 65)
лайм	limetka (YES! 2009: 48)
лайт-продукты, продукты-лайт	light potraviny (BLESK pro ženy 2011/4: 59)
лайфстайловый журнал	lifestylový časopis (Glanc 2012: 6)
лаптоп	laptop (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
левитация	levitace (YES! 2009: 109)
ЛЕД дисплей	LED displej (SVĚT ŽENY 2012/1: 78)

леди (настоящая леди)	skutečná dáma (YES! 2009: 27)
лемонграсс	citrónová tráva (YES! 2009: 48)
липосакция (устранение жира)	liposukce (odsávání tuku) (BLESK pro ženy 2011/4: 51)
липофилинг (заполнение морщин собственным жиром)	lipofiling (Claudia 2012/5: 7) (vyplnění vrásek vlastním tělesným tukem)
лифтинг	lifting (vyhlazení, vyrovnaní pleti) (Женские секреты 2009: 66)
лифтинговый (уход)	liftingová (péče) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 53)
лосины	legíny (BLESK pro ženy 2011/40: 7)
лук (вид)	look, vzhled (здоровый) (Story 2011: 37)
лэндкайтинг (с парашютом)	landkiting (s padákem) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 28)
люминотерапия	luminoterapie (terapie barvou a světlem) (LOOK magazine 2011/2012: 131)

М

магазин на диване	teleshopping (YES! 2009: 96)
майл, мыло	mail (Dáša 2011: 36)
майнстрон (суп)	minestrone (polévka) (SVĚT ŽENY 2012/2: 45)
марула (африканское дерево)	marula (africký strom) (Tina 2011: 11)
маршмеллоу (сладкое)	marshmallow (cukrovinka) (SVĚT ŽENY 2012/2: 44)
маскарпоне (итальянский сливочный сыр)	mascarpone (Glanc 2012: 90)
матировать	matovat (YES! 2009: 51)
мачо	borec, vítěz (Женские секреты 2009: 153)
мегадоза	megadávka (KONDICE 2011/listopad: 45)
мегаломанка	megalomanka (sebepřeceňující žena)

(женщина слишком уверена в себе)	(BLESK pro ženy 2011/40: 58)
мегапиксeлы	megapixely (Katka 2011: 61)
мегаскорость	mega rychlost (YES! 2009: 37)
медиализировать	medializovat (Glanc 2012: 13)
медиа-плеер, mp3-плеер	multimediální přehrávač (Claudia 2012/5: 31)
мезопилинг	mesopeeling (chemické čištění pleti)
(разные процедуры для кожи)	(ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 104)
менеджер	manažer (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 162)
менеджерка	manažerka (KONDICE 2012/leden-únor: 54)
микроактивное (кухонное полотенце)	mikroaktivní (utěrka) (KONDICE 2012/leden-únor: 53)
микровариксы	microvarixy (metličky – drobné červené žilky)
(красные жилки на кожи)	(Glanc 2012: 48)
микроклизма	mini klystýr (САМАЯ 2009: 143)
микротаблетки	mikrotablety (BLESK zdraví 2012: 27)
микроциркуляция	mikrocirkulace (KONDICE 2011/listopad: 2)
мини-мускулы, мини мышцы	minisvalstvo (LOOK magazine 2011/2012: 155)
мини-пилюли	minipilulky (KONDICE 2011/listopad: 10)
мисо (соевая паста)	miso (fermentovaná vyzrálá pasta ze sójových bobů) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 98)
мистик-словарь	slovník mystických pojmů (YES! 2009: 109)
мишелинские звезды (в гастрономии)	michelinské hvězdy (za gastronomii) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 154)
многофункциональная (кастрюля)	multifunkční (hrnec) (LOOK magazine 2011/2012: 136)
многофункциональность	multifunkčnost (KONDICE 2011/listopad: 21)
многофункциональный	multifunkční, více funkční (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 90)
моделлинг (модельный бизнес)	modeling (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 29)
мокса (полынь сигара)	moxa (hořící pelyněk, pelyňkový doutník)
	(BLESK zdraví 2012: 23)

моксование	moxování (požehování v masérské praxi) (BLESK zdraví 2012: 23)
Молчит, как рыба об лед.	Mlčet jako ryba. Mlčet jako zařezaný. (Женские секреты 2009: 140)
мототусовка, мото-тусовка	motosraz (sraz motorkářů) (LOOK magazine 2011/2012: 32)
мошус, мускус, moschus	mošus (pižmo, voňavka) (Story 2011: 36)
мп3, mp3-плеер, MP3, mp3	MP3 (přehrávač) (Tina 2011: 28)
музцех	hudebním průmysl (YES! 2009: 26)
музыкалка	hudebka, hudební škola (YES! 2009: 19)
мультиколор (многоцветность)	multicolour (barevnost) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 70)
мусс (укладковый мусс)	přena, tužidlo (Женские секреты 2009: 73)
мыло	seriál (Женские секреты 2009: 16)
мыльные оперы	seriály (Женские секреты 2009: 16)
мюзикл	muzikál (YES! 2009: 35)
Н	
навороченный (мобильник, мобильный телефон)	nadupaný (mobil) (Glanc 2012: 34)
надлак (верхний слой для ногтей)	nadlak (na nehty) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 72)
наркология	adiktologie (lékařský obor zabývající se problematikou závislosti) (Tina 2011: 13)
не в кассу	odbočovat od tématu, být mimo mísu (Женские секреты 2009: 139)
не в тему	odbočovat od tématu, být mimo mísu (Женские секреты 2009: 139)
Не вешай лапшу на уши.	Nevěšej mi buliky na nos. (Женские секреты 2009: 140)
не догонять	nechápat, nerozumět (Женские секреты 2009: 140)

Не парься!	Nedělej si z toho hlavu. (Женские секреты 2009: 140)
недоволька (постоянно чем-то недовольная женщина)	nespokojenka (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 52) (pořád s něčím nespokojená žena)
недотянутая прическа	neupravené vlasy, špatný účes (Женские секреты 2009: 107)
неинвазивная клиника	neinvazivní klinika (Glanc 2012: 74)
некоитальный секс	nekoitální aktivity (orální sex) (Dáša 2011: 16)
нетбук	netbook (počítač menší než notebook) (LOOK magazine 2011/2012: 41)
нетоголизм (интернет-зависимость)	netholismus (závislost na internetu) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
нетомания (виртуальное важнее реального)	netománie (imaginární svět je důležitější) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
неудачка	smůla, nezdar (YES! 2009: 19)
низкоэнергетический продукт	nízkoenergetický výrobek (KONDICE 2011/listopad: 68)
ник	umělecké jméno, přezdívka (YES! 2009: 26)
НО КОМЕНТ, но комментарий (без комментариев)	no comment (bez komentáře) (LOOK magazine 2011/2012: 11)
ногтюРН	manikúra (YES! 2009: 44)
номофобия (мобильная зависимость)	nomofobie (závislost na mobilu) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
ноутбук	notebook (YES! 2009: 35)
номероскоп (гороскоп по цифрам)	numeroskop (BLESK pro ženy 2011/40: 57)
O	
обнимишка (в обнимишку)	v objetí (YES! 2009: 164)
окрутить мальчика	zblbnout kluka, omotat si ho kolem prstu (Женские секреты 2009: 153)
олимпийка	mikina na zip (YES! 2009: 96)

онлайн (лето онлайн)	léto on-line, prožít léto na internetu (YES! 2009: 37)
онлайн девочка	on-line slečna/slečna připojená k internetu (YES! 2009: 118)
о-пэр, au-pair (няня из заграницы)	au-pair (chůva ze zahraničí) (SVĚT ŽENY 2012/2: 43)
ортоптистка, ортоптист (глазной специалист)	ortoptistka(oční specialista) (Glanc 2012: 50)
орторексичка (женщина, зависимая в здоровом питании)	ortorektička (žena závislá na zdravé výživě) (LOOK magazine 2011/2012: 127)
орторексия (зависимость в здоровом питании)	ortorexie (závislost na zdravé výživě) (LOOK magazine 2011/2012: 126)
островок	ostrůvek – pult na vaření uprostřed kuchyně/malý jídelní stůl (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 90)
офигенно	úžasné, čupr, hrubé, skvělé (Женские секреты 2009: 115)
офис open space, офис оупен спейс	open space kancelář (открытое пространство) (Glanc 2012: 78)
оффроад, офф роад оффроуд	offroad (provoz mimo silnice) (Glanc 2012: 16)
очки-пилоты (темные очки, как у пилотов)	pilotky (sluneční brýle) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 8)

П

пазл (словно пазл)	jako puzzle (YES! 2009: 96)
палитра	kosmetická paleta (YES! 2009: 43)
Папамобиль	parežův automobil (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 106)
папарацци	pararazzi (Женские секреты 2009: 30)
паприка	paprika (САМАЯ 2009: 123)

парикмахер-стилист	hair stylist (LOOK magazine 2011/2012: 87)
парфюм	parfém (YES! 2009: 52)
пафосные мероприятия	významné události (Женские секреты 2009: 116)
пачули (растение)	pačule (rostlina) (KONDICE 2011/listopad: 9)
переменка	přestávka (YES! 2009: 21)
перфект леди (идеальная женщина)	(LOOK magazine 2011/2012: 46)
перчинка	perlička, koření (Женские секреты 2009: 77)
пижамные брюки	volné kalhoty z tenké látky (Женские секреты 2009: 88)
пилатес	pilates (KONDICE 2011/listopad: 16)
пилинг	peeling (KONDICE 2011/listopad: 16)
пиписька, писюн (пенис)	nádobíčko (penis) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 29)
плеер	player, walkman, přehrávač hudby (YES! 2009: 20)
подводка	oční tužka, linka (Женские секреты 2009: 44)
покер фейс (выражение лица у покера)	pokerface (výraz tváře při pokru) (Story 2011: 57)
Поле-данце, Поле дэнс, поле-денс	Pole Dance (tanec u tyče) (LOOK magazine 2011/2012: 33)
полная боевая раскраска	hezky nalíčená, upravená, připravená k akci (Женские секреты 2009: 116)
Полный пипец.	super (Женские секреты 2009: 140)
полтергейст	poltergeist (YES! 2009: 109)
полтычка (с полтычка)	ihned, při prvním popudu (Женские секреты 2009: 4)
помело	pomelo (YES! 2009: 48)
поп-идол	idol, hvězda popu (ПОХУДЕЙ 2009: 10)
попса	«popík», pop – hudební styl (YES! 2009: 53)
портфолио	portfolio (YES! 2009: 40)
потертость (эффект потертость)	efekt odřeného místa (YES! 2009: 144)

пресотерапия (лечение целлюлита)	presoterapie (léčba celulitidy) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 147)
прикольный	zábavný, vtipný (YES! 2009: 38)
принт (абстрактный принт)	abstraktní potisk (Женские секреты 2009: 108)
принтованное платье	potištěné šaty (Женские секреты 2009: 109)
продвинутый	pokrokový, moderní (Женские секреты 2009: 39)
продюсеры	producenti (YES! 2009: 30)
прокрастинация (хроническое откладывания обязанностей и задач)	prokrastinace (Tina 2011: 12) (chronické odkládání povinností a úkolů)
профи	odborně, být odborníkem (YES! 2009: 26)
профипрограмма, профиПрограмма	profiprogram (Katka 2011: 61)
психокинез	psychokineze, telekineze (YES! 2009: 109)
публишер (издатель журнала)	publisher (vydavatel časopisu) (KONDICE 2011/listopad: 7)
пульсомер, пульсометр	tepoměr (přístroj na změření tehu) (KONDICE 2011/listopad: 74)
пэчворк-фэмили (смешанная семья)	patchwork family (sešívaná rodina) (SVĚT ŽENY 2011/1: 42)

Р

радиоролики	reklamy v rádiích (YES! 2009: 26)
разборки (сетевые разборки)	vyřizování si účtů po síti, internetu/orientace v internetu (YES! 2009: 118)
раскрутить кого на деньги	obrat někoho o peníze (САМАЯ 2009: 81)
растушевать	vystínovat oční stíny (YES! 2009: 49)
реалити-шоу	reality show (Tina 2011: 5)
ревитализирующая (маска для кожи)	revitalizační (maska na pleť) (SVĚT ŽENY 2012/2: 37)
релиш (пряный соус)	relish (kořeněná omáčka) (Katka 2011: 46)

ремикс	remix – znovu upravená skladba (YES! 2009: 26)
ремулад (с сельдереем, петрушкой и морковью)	remuláda (z celeru, petržele a mrkve) (KONDICE 2012/leden-únor: 75)
рептилий	kůže z plazů (Женские секреты 2009: 76)
ретрокартинки	retro obrázky (YES! 2009: 39)
риф (коралловый)	reef (korálový) (KONDICE 2012/leden-únor: 84)
робот-пылесос	iRobot (vysavač, který vysává sám) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 22)
розы-сумки	kabelky ve tvaru růže (YES! 2009: 12)
рок-группа	roková kapela (Женские секреты 2009: 16)
рокер	roker (ПОХУДЕЙ 2009: 11)
роллер ручка, ручка-роллер (можно ее переписывать)	roller (přepisovatelná propiska) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 145)
роллеры	bruslaři na kolečkových bruslích (ПОХУДЕЙ 2009: 92)
ролл-он дезодорант (шариковый)	roll-on deodorant (kuličkový) (SVĚT ŽENY 2012/1: 12)
роуминг	roaming (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 56)
рэпер	rapper (Женские секреты 2009: 16)
рэповать	rappovat (LOOK magazine 2011/2012: 82)
рэппер, рэпер	rapper (LOOK magazine 2011/2012: 82)

С

сабо	dřeváky (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 8)
сайт	web, internetová stránka (YES! 2009: 37)
салат фризе	ledový salát (САМАЯ 2009: 123)
сальса (пряный соус)	salsa (kořeněná omáčka) (Katka 2011: 46)
саундтрек	soundtrack (nahrávka hudby z filmu) (YES! 2009: 26)
сафари (стиль сафари)	styl safari (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 8)

сачек	ulejvák (Женские секреты 2009: 140)
светолечение	chromoterapie (terapie barvou a světlem) (LOOK magazine 2011/2012: 131)
сводить треки	skládat, mixovat hudbu (YES! 2009: 26)
сеанс	seance (Женские секреты 2009: 66)
себе коучинг, личный коучинг	sebekoučink (KONDICE 2012/leden-únor: 68)
сексапиль, секс эпил	sex-appeal (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 33)
сексапильный	sexu, přitažlivý (YES! 2009: 2)
секси	sexy (YES! 2009: 52)
секс-коуч, секс коуч	sex-koučka (BLESK pro ženy 2011/4: 27)
секс-коучинг (консультации и советы по теме секса)	sex koučink (Claudia 2012/6: 25)
секс-эксперт, секс эксперт	sex-expertka (Claudia 2012/6: 38)
сервер (сетевой компьютер, предоставляющий услуги другим пользователям данной сети)	server (BLESK pro ženy 2011/40: 21)
сертификат	certifikát (YES! 2009: 21)
серфинг в интернете, интернет серфинг	surfování na internetu (LOOK magazine 2011/2012: 125)
серфинговать (в интернете)	surfovat (na internetu) (LOOK magazine 2011/2012: 41)
сеть	internetová síť (YES! 2009: 39)
сиквел	pokračování (YES! 2009: 30)
сингл (песня)	singl (hudební) (Story 2011: 42)
сингл (человек без партнера)	single (být nezadaný) (BLESK pro ženy 2011/40: 3)
сингл мэн (мужчина без партнера)	singles man (LOOK magazine 2011/2012: 11)
синглжизнь (одинокая жизнь)	singles život (LOOK magazine 2011/2012: 11)
сингл-тап, сингл тэп (свободное беспроводное подключение в конкретную	single-tap (Glanc 2012: 75)

программу посредством
мобильного телефона)

ситуевина	situace (Женские секреты 2009: 140)
скайдайв (спорт – парение в воздухе)	skydive (sport – vznášení se ve vzduchu) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 114)
скан чека	kopie účtenky v elektronické podobě (YES! 2009: 35)
сканворд	křížovka (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 110)
скачивать	stahovat něco z internetu (YES! 2009: 39)
скиальпинист	skialpinista (BLESK pro ženy 2011/4: 42)
скидочное великолепие	nádhra slev (САМАЯ 2009: 133)
ски-пасс (пропуск на пользование подъемниками)	skipas (BLESK pro ženy 2011/4: 42)
скитллинг (конфетное соревнование)	skittling (soutěž s bonbóny) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 107)
смартфон (умный телефон)	smartphone (chytrý telefon) (Glanc 2012: 75)
смс, эсэмэска, эсемеска	esemeska (SMS) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
смс-полотно	dlouhá sms zpráva (YES! 2009: 21)
смузи, смузи, смути(с), смуфи(с) (фруктовые соки)	smoothie (ovocné nápoje z pravého ovoce) (KONDICE 2011/listopad: 87)
сноу бич (снежной пляж)	snow beach (sněžná pláž) (BLESK pro ženy 2011/4: 43)
сноуборд (доска)	snowboard (prkno) (Glanc 2012: 23)
сноубординг	snowboarding (SVĚT ŽENY 2012/2: 58)
сноубордкроссинг, сноубордкросинг (бордер-кросс)	snowboardcrossing (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 33)
сноукайтинг (катание на лыжах с парашютом)	snowkiting (lyžování s padákem) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 28)

солярий	solárium (Женские секреты 2009: 39)
сомелье (специалист по винам)	sommeliér (odborník na víno) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 136)
сосискоголик (любитель сосисок)	párkoholik(ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 101)
софтвар (программное обеспечение)	software (počítačový program) (SVĚT ŽENY 2012/2: 36)
софтшил (жилет)	softshellová (vesta) (BLESK pro ženy 2011/40: 9)
спам	spam, nevyžádaný e-mail (САМАЯ 2009: 80)
спамер	spammer (osoba, která posílá nežádoucí e-maily) (САМАЯ 2009: 80)
спарингпартнер, спаринг-партнер	sparingpartner (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 41)
спецэффекты	speciální efekty (YES! 2009: 37)
спиннинг	spinning (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 98)
спонжик	houbička, kterou se nanáší tonální krém, make-up (YES! 2009: 55)
спрей	sprej, deodorant (Женские секреты 2009: 131)
спрей-блеск	sprej na vlasy s třpytkami (Женские секреты 2009: 70)
спячка	spravost, ospalost (Женские секреты 2009: 151)
стайлер (выпрямитель волос на голове)	žehlička (na vlasy) (SVĚT ŽENY 2012/1: 78)
стайлинг	styling (Katka 2011: 24)
статус в ICQ	status v ICQ (YES! 2009: 96)
стевия (растение)	stévie (rostlina) (KONDICE 2012/leden-únor: 9)
степ-аэробика	stepaerobik (ПОХУДЕЙ 2009: 30)
степпер (тренажер)	stepper (posilovací stroj) (KONDICE 2011/listopad: 74)
стик	tyčinka na rty (YES! 2009: 49)

стилист	stylista (Katka 2011: 22)
стилистка	stylistka (Katka 2011: 9)
стиль арт-деко (декоративное искусство)	art deco styl (LOOK magazine 2011/2012: 87)
стильная внешность	stylový zevnějšek (Женские секреты 2009: 70)
стимуляция	stimulace, povzbuzování (Женские секреты 2009: 66)
стразы	nalepovací barevné kamínky, flitry (Женские секреты 2009: 104)
стремно	super (Женские секреты 2009: 140)
стрессовые условия	stresové podmínky (YES! 2009: 93)
суггестия	sugestie, ovlivnitelnost (YES! 2009: 109)
судoku (игра)	sudoku (logická hra) (SVĚT ŽENY 2012/1: 95)
супергерой	super hrdina (YES! 2009: 21)
супердевушка	super slečna (YES! 2009: 52)
супермодный	super módní (YES! 2009: 43)
супермульти	super kreslený film (YES! 2009: 38)
суперпродукты	super potraviny (ПОХУДЕЙ 2009: 4)
суперский (клёвый, обалденный)	suprový (LOOK magazine 2011/2012: 27)
суперудобный	extra pohodlný (YES! 2009: 160)
суши	sushi (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 154)

T

таблет (бесклавиатурный планшетный компьютер)	tablet (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 45) (snímací tabule v podobě desky s kurzorem)
таблоиды	bulvár (КАРАВАН историй 2005: 49)
тайм-менеджмент (советы, как планировать время)	time management (návody, jak plánovat čas) (Tina 2011: 12)

тальятелле (паста, макароны)	tagliatelle (těstoviny) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 128)
тандем	tandem, dvojice (Женские секреты 2009: 10)
танорексия (болезненная страсть к загару)	tanorexie (závislost na opalování) (LOOK magazine 2011/2012: 126)
тантрик	tantrik (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 147)
тантрический массаж	tantrická masáž (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 147)
танцпол	taneční parket (YES! 2009: 26)
тарталетки (корзиночки из хрупкого теста)	tartaletky (košíčky z křehkého těsta) (Dáša 2011: 29)
тачбук (лэптоп с двумя сенсорными дисплеями)	touchbook (dotykový netbook) (LOOK magazine 2011/2012: 42)
твитер (социальная сеть интернета)	twitter (sociální internetová síť) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
телепатия	telepatie (YES! 2009: 109)
термаж	název procedury (Женские секреты 2009: 66)
термозащитный спрей	sprej na ochranu vlasů při fénování (Женские секреты 2009: 74)
термокуртка, термо-куртка	termobunda (BLESK pro ženy 2011/40: 9)
тестер (у духов)	tester (parfému) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 95)
тинейджер	teenager (BLESK pro ženy 2011/4: 13)
тинейджерка	teenagerka (LOOK magazine 2011/2012: 80)
тонус	tonus (Женские секреты 2009: 39)
топ	top, svršek (Женские секреты 2009: 89)
топ (майка, футболка)	top (tričko) (Claudia 2012/6: 5)
топ-модель (супермодель)	topmodelka (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 123)
топ-стилист	stylistka, kadeřník (Женские секреты 2009: 70)
тофу	tofu (KONDICE 2011/listopad: 16)

трекингový велосипед	trekingové kolo (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 44)
трековые (ботинки)	trekové (boty) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 44)
тренд	trend, tendence (Женские секреты 2009: 10)
трэнч	kabát lehce nad kolena (YES! 2009: 35)
трихотилломания (психологическое заболевание – вырывание волос на голове)	trichotilománie (nemoc – vytrhávání si vlasů) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 88)
трэш-металлическая группа	trash-metalová kapela (Glanc 2012: 97)
туника	tunika, oděv volného střihu (Женские секреты 2009: 107)
туроператор	turoperátor, turistický operátor (САМАЯ 2009: 134)
тусоваться	scházet se, bavit se (YES! 2009: 21)
тусовки	setkání, schůzky (КАРАВАН историй 2005: 50)
ТХЭКВОНДО, тайквон-до, тэквондо, тайквондо, теквондо, таквондо, таэквондо (боевой спорт)	tae-kwon-do (bojový sport) (KONDICE 2012/leden-únor: 54)
тяжеловесные ласточки	ženy s nadváhou (САМАЯ 2009: 86)

У

убивать оппонента	ničit slovně oponenta, protějšek (Женские секреты 2009: 141)
ужастики	hororové filmy (YES! 2009: 36)
уик-энд	víkend (Женские секреты 2009: 48)
ультрагламурный	extrémně okouzující (КАРАВАН историй 2005: 55)
ультратонкая, ультра-тонкая, ультрастройная	ultra štíhlá (Glanc 2012: 27)

ультразвук, ультра узкие брюки	ultraúzké kalhoty (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 67)
универ	výška, univerzita (YES! 2009: 20)
унисекс (вещь для мужчин и женщин)	unisex (vůně pro muže i ženu) (Glanc 2012: 44)
УФ-фильтр	UV filtr (BLESK zdraví 2012: 18)

Ф

фаллический миф (миф в сексе)	falický mýtus (mýtus v oblasti sexu) (Dáša 2011: 16)
фаляфель (вегетарианская еда)	falafel (vegetariánský pokrm) (Chvilka pro tebe 2011: 31)
фастфуд	fast food (KONDICE 2011/listopad: 51)
феерично	super, perfektně (YES! 2009: 54)
феймос (знаменитый, славный)	famous (Story 2011: 14)
фейсбук статус	facebookový status (KONDICE 2012/leden-únor: 68)
фейсбук, facebook (социальная сеть интернета)	facebook (sociální internetová síť) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
фейслифт, facelift	facelift (Glanc 2012: 74)
фелинотерапия (терапия с помощью кошек)	felinoterapie (terapie s pomocí koček) (Katka 2011: 16)
феминное (женское) пальто	feminní plášť (ženský) (LOOK magazine 2011/2012: 51)
феномен	fenomén, jev, úkaz (YES! 2009: 109)
фен-щётка	kulmofén (SVĚT ŽENY 2011/1: 79)
фетакса, фета	feta (řecký sýr) (САМАЯ 2009: 123)
фигня	blbost (YES! 2009: 34)
фильмография	bibliografie filmů (ПОХУДЕЙ 2009: 11)
финита	konec (YES! 2009: 21)
фитбол	cvičení na balóněch (ПОХУДЕЙ 2009: 43)
фитнес, фитнес-центр	fitcentrum, fitko, posilovna (YES! 2009: 20)

фитнес (новости), новинки фитнеса	fitness novinky (Glanc 2012: 43)
фитнес-карточка	fitnes-karta (YES! 2009: 21)
фитогормоны	fytohormony (SVĚT ŽENY 2012/2: 34)
фитокомпозиции	přípravky do koupele (Женские секреты 2009: 127)
фитопротективные вещества (против рака)	fytoprotektivní látky (protirakovinné) (KONDICE 2011/listopad: 90)
флэш майл	flash mail (BLESK pro ženy 2011/4: 43)
флорбол команда	floorbalový tým (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 148)
флэш-диск,	flashdisc (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 22)
флэшка	flashka (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
форевер	navždy (YES! 2009: 160)
фотки	fotky (Женские секреты 2009: 140)
фотодепиляция (удаления волос с помощью высокоимпульсного света)	photodepilace (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 147)
фотодинамическая терапия	photodynamická terapie (KONDICE 2011/listopad: 10)
фотонная (сверхсветовая медицина)	fotonická medicína (KONDICE 2011/listopad: 10)
фотоомоложение	fotoomlazení (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 147)
фототерапия (светолечение)	phototerapie (terapie barvou a světlem) (LOOK magazine 2011/2012: 131)
фототип (кожи)	fototyp (kůže) (KONDICE 2011/listopad: 3)
фрирайд (катание на сноуборде вне подготовленных трасс)	freeride (SVĚT ŽENY 2011/1: 60)
фотоэдиторка (графический редактор)	fotoeditorka (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 96)
фреш (свежий)	fresh (svěží) (KONDICE 2011/listopad: 87)

фриланс	free lance – pracovník na volné noze (САМАЯ 2009: 81)
фристайл	freestyle (SVĚT ŽENY 2012/2: 58)
фуа-гра	jídlo obsahující kachní nebo husí játra (САМАЯ 2009: 133)

Х

халибут (палтус)	halibut (platýs) (KONDICE 2011/listopad: 85)
харизма	charizma (Story 2011: 10)
хатха-йога	hatha jóga (BLESK zdraví 2012: 22)
хеппи-энд	happy end (KONDICE 2012/leden-únor: 47)
хиромантия	chiromantie (hádání, věštění z dlaně) (YES! 2009: 104)
хит сезона	hit sezóny (Женские секреты 2009: 70)
хит-лист плеера	seznam hudebních stop v přehrávači (YES! 2009: 93)
хобби	hobby (zájmová činnost, koníček) (Женские секреты 2009: 26)
ходьба с палками, скандинавская ходьба, nordic walking	nordic walking (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 104)
хэндс-фри (у мобильного телефона)	handsfree (SVĚT ŽENY 2012/1: 56)

Ц

цветотерапия	koloreterapie (terapie barvou a světlem) (LOOK magazine 2011/2012: 131)
целлюлит	celulitida (Женские секреты 2009: 49)
целлюлит	celulitida (Claudia 2012/5: 30)

Ч

чат (мобильный чат)	chat v mobilu (YES! 2009: 11)
чатни	čatní (studená ostrá i sladká omáčka)

(холодный, сладкий, острый соус)	(Katka 2011: 46)
чатование	chatování (psaní si přes internet on-line)
(общаться в чате, болтать в Интернете)	(LOOK magazine 2011/2012: 125)
чеддер (сыр)	cheddar (sýr) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 40)
чили кон карне	chilli con carne (mexické jídlo)
(мексиканское блюдо)	(ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 110)

Ш

шагомер	krokoměr (KONDICE 2012/leden-únor: 9)
шарм	šarm, půvab (Женские секреты 2009: 109)
швабра	štětka – nadávka (КАРАВАН историй 2005: 49)
шизоид	rozštěpená osobnost (Женские секреты 2009: 141)
шопинг	shopping (nakupování) (Женские секреты 2009: 9)
шопинг-моллы (торговые центры)	shopping mally (obchodní centra) (KONDICE 2012/leden-únor: 84)
шопоголизм (зависимость в покупках)	shopaholismus (závislost na nakupování) (LOOK magazine 2011/2012: 126)
шопоголик	člověk, milující nakupování (Женские секреты 2009: 116)
шоу	show (zábavný pořad, představení, přehlídka) (YES! 2009: 104)
шоурум, шоу-рум (демонстрационный зал, комната)	showroom (předváděcí místnost) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 153)
шугаринг	cukrová depilace (Женские секреты 2009: 62)

Э

эвергрин (нестареющий)	evergreen (nadčasový, stále oblíbený) (LOOK magazine 2011/2012: 52)
эзотерика	ezoterika, esoterika (YES! 2009: 109)
экзот (чужак)	exot (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 156)

экокосметика	ekokosmetika (přirodní kosmetika) (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 35)
экофестиваль (экологический фестиваль)	ekofestival (ekologický festival) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 138)
эксгибиционистка	exhibicionistka (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 32)
эксимерный лазер (у операции роговицы)	excimerový laser (při operaci rohovky) (Glanc 2012: 51)
экспресс-анализ	rychloanalýza (YES! 2009: 12)
экспресс-тест	expresní, rychlý test (Женские секреты 2009: 120)
экстремал (любитель адреналина)	adrenalinový nadšenec (Claudia 2012/5: 8)
эксфолиационная вода (отшелушивающая вода для кожи)	exfoliační voda (na pleť) (KONDICE 2012/leden-únor: 25)
электропорация (мезотерапия без использования игл)	elektroporace (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 171) (kosmetické ošetření celého těla bez použití jehel)
элитарная косметика	elitní kosmetika (САМАЯ 2009: 82)
эпатировать	ohromovat, šokovat (ПОХУДЕЙ 2009: 10)
эпиляция	epilace, depilace (Женские секреты 2009: 58)
эректильная дисфункция	nový název pro impotenci (САМАЯ 2009: 58)
эспрессо	espresso (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 119)
эспрессо кофейник	espresso vač (přístroj na přípravu espressa) (SVĚT ŽENY 2012/2: 77)
эстетическая хирургия	estetická chirurgie (Glanc 2012: 48)
этно (юбка в этно стиле)	etno (sukně) (Katka 2011: 7)
эхинацея	echinacea (KONDICE 2011/listopad: 11)

Я

яхтсмен	jachtař (YES! 2009: 21)
---------	-------------------------

E

EHD технология (равномерная дистрибуция тепла)	EHD technologie (SVĚT ŽENY 2012/1: 78) (rovnoměrná distribuce tepla)
е-книга (электронная книга)	e-kniha (Glanc 2012: 93)
Е-шки (в продуктах)	ěčka (v potravinách) (Katka 2011: 61)
е похудение (с помощью консультанта в интернете)	e-hubnutí (s pomocí poradce na internetu) (SVĚT ŽENY 2012/2: 36)
е-шоп	e-shop (Glanc 2012: 84)

F

fashion (сфера fashion)	sféra, oblast módy (Женские секреты 2009: 116)
-------------------------	--

G

good girl/boy	když se někomu daří, je úspěšný, chytrý (YES! 2009: 21)
GPS-навигация	GPS navigace (Claudia 2012/5: 31)
GSM технология	GSM technologie (SVĚT ŽENY 2012/2: 71)

H

HD (телевидение), HD ТВ	HD (televize) (Claudia 2012/5: 30)
-------------------------	------------------------------------

M

mms-ка	MMS, obrázková zpráva (YES! 2009: 38)
outfit, аутфит (одежда)	outfit (oblečení) (Katka 2011: 7)

P

push-up (лифчик push-up)	podprsenka push-up (Женские секреты 2009: 107)
--------------------------	--

S

Skype, Скайп	Skype (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
--------------	-----------------------------------

sra lázně, wellness (Женские секреты 2009: 26)
sра-эффект relaxační efekt (Женские секреты 2009: 125)

U

USB-кабель USB kabel (Tina 2011: 28)
UV-фильтр UV-filtr (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 37)

V

V- образный вырез názorný výstřih ve tvaru V (Женские секреты 2009: 114)
VIP база VIP základna (САМАЯ 2009: 82)

Z

Zвездочка zábavný pořad o slavných lidech (YES! 2009: 25)

Чешско-русский словарь новых слов

A

abutment (pilíř, podpěra)	устой (KONDICE 2011/listopad: 52)
adiktologická (poradna, léčebna)	наркологическая (консультация, диспансер)
adiktologie (zabývá se závislostí)	наркология (Tina 2011: 13)
adrenalinový nadšenec	адреналиновый любитель, экстремал (Claudia 2012/5: 8)
adstringentní (stahující) voda	вяжущая вода, маска (KONDICE 2011/listopad: 26)
aerobiková fanatička	фанатичка аэробики (SVĚT ŽENY 2012/2: 23)
aerobní (trénink)	аэробный (тренинг, тренировка) (KONDICE 2012/leden-únor: 55)
afrodiziakum	афродизиак (Claudia 2012/6: 23)
airspray (osvěžovač vzduchu)	airspray (освежитель воздуха) (BLESK pro ženy 2011/40: 5)
akné, trudovina	акне (Женские секреты 2009: 69)
alfa samec	альфа-самец (SVĚT ŽENY 2012/2: 64)
alfalaktalbumin (bílkovina)	альфа-лактальбумин (BLESK zdraví 2012: 6)
aloe vera	алоэ вера, алой, столетник (KONDICE 2011/listopad: 51)
alternativní medicína	альтернативная медицина (KONDICE 2011/listopad: 45)
ambra (výměšek vorvaně)	амбра (BLESK pro ženy 2011/40: 21)
amébis (triko)	amebis (вид майки) (Glanc 2012: 36)
androgen (mužský pohlavní hormon)	андроген (KONDICE 2011/listopad: 26)
anorexie	анорексия (SVĚT ŽENY 2012/2: 78)
antiaging (medicína proti stárnutí)	antiaging (медицина, занимающаяся процессами замедления старения человека) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 105)

antidepressivně	антидепрессантно (KONDICE 2011/listopad: 30)
antiperspirant (deodorant proti pocení)	антиперспирант (Женские секреты 2009: 128)
antistresový (víkend)	антистрессовый (уик-энд, выходные) (LOOK magazine 2011/2012: 139)
aplikace	применение (Katka 2011: 61)
aplikátor	аппликатор (Story 2011: 26)
apnoe (dočasná zástava dýchání)	апноэ (KONDICE 2011/listopad: 44)
aquarobic, aquaaerobik (vodní aerobik)	аквааэробика (ПОХУДЕЙ 2009: 46)
arak (pití)	арак (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 140)
aromaterapie	ароматерапия (KONDICE 2011/listopad: 81)
art deco styl	стиль арт-деко, декоративное искусство (LOOK magazine 2011/2012: 87)
artdirectorka (umělecká ředitelka)	арт-директор (Glanc 2012: 4)
astroporadna	астроконсультация (SVĚT ŽENY 2012/2: 60)
augmentace (zvětšení)	аугментация (KONDICE 2011/listopad: 53)
au-pair (chůva ze zahraničí)	о-пэр (SVĚT ŽENY 2012/2: 43)
autopatická (lahvička)	аутопатический (флакон, бутылочка) (Tina 2011: 20)
autopatie (metoda navrácení zdraví)	аутопатия (Tina 2011: 20)
B	
babyboom (populační exploze)	беби-бум, бэби-бум (BLESK pro ženy 2011/4: 56)
babykombináty	больницы, в которых рождается очень много детей (KONDICE 2011/listopad: 40)
balonová metla (nástavec na mixér)	венчик в форме шара (SVĚT ŽENY 2012/2: 76)
bambucké máslo (shea butter)	масло ши (SVĚT ŽENY 2012/1: 14)
basmati (rýže)	басмати (KONDICE 2012/leden-únor: 64)

bestseller	бестселлер (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 145)
bigarexie (závislost na sportu)	бигарексия (LOOK magazine 2011/2012: 127)
bikram jóga	бикрам йога (BLESK zdraví 2012: 22)
bílý sex (noční vyžírání ledničky)	ночное «нападение» на холодильник - съест почти все, что в нем есть (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 100)
biostimulační laser	лазерная биостимуляция (KONDICE 2011/listopad: 65)
black tie (šaty)	блэк тай (SVĚT ŽENY 2012/2: 7)
blog (webová aplikace)	блог (LOOK magazine 2011/2012: 139)
blogovat	блоговать (SVĚT ŽENY 2012/2: 63)
blues (poporodní)	послеродовой блюз, беби-блюз (KONDICE 2011/listopad: 63)
Bluetooth	Bluetooth, блютус (Claudia 2012/5: 11)
Body mass index	индекс массы тела (KONDICE 2012/leden-únor: 60)
bodybalance	бодибаланс (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 54)
bodylifting (napínání pokožky)	бодилифтинг (подтяжка тела) (Glanc 2012: 74)
bodystyling	bodystyling, стайлинг тела (KONDICE 2011/listopad: 74)
bokovky (džíny)	брюки на бёдрах, джинсы с заниженной талией (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 154)
bokovky (milenky)	подруга-любовница, герлфренд-любовница (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 4)
boom	бум, всплеск, подъём (KONDICE 2011/listopad: 52)
bordelmamá (hodně zmalovaná žena)	бордель-мама (SVĚT ŽENY 2012/2: 23)
botox junkie (závislák na botoxu)	ботокс-наркоман (LOOK magazine 2011/2012: 125)
botox	ботокс (Claudia 2012/5: 7)

bowle	bowle, холодный пунш (SVĚT ŽENY 2012/2: 44)
bowling	боулинг (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 37)
boyfriend (přítel)	бойфренд (Женские секреты 2009: 16)
briámi	запеченные овощи, briami (Katka 2011: 19)
bujabéza (francouzská rybí polévka)	буйабес, буйабез (рыбный суп) (Katka 2011: 19)
buksus (strom)	буксус (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 116)
bulgur	булгур (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 98)
bulimie	булимия (SVĚT ŽENY 2012/2: 78)
bulvár	таблоид (КАРАВАН историй 2005: 49)
bungee jumping	банджи-джампинг (Glanc 2012: 6)
burger	бургер, гамбургер (Tina 2011: 32)
bypass žaludku	байпас желудка (KONDICE 2011/listopad: 44)
C	
call centrum	колл-центр (SVĚT ŽENY 2012/2: 71)
camfrňouly (trčící vlasy po stranách)	волосы, торчащие по сторонам головы (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 170)
canisterapie (terapie s pomocí psa)	канистерапия (Katka 2011: 16)
cannelloni (italské těstoviny)	каннеллони (Katka 2011: 37)
capuccino	капучино (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 125)
caprese (italský salát)	капрезе (Claudia 2012/5: 19)
capri (kalhoty)	капри, бриджи (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 148)
casting	кастинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 120)
cateringová (firma)	кейтеринговая (компания) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 35)
catwoman (kočičí žena)	женщина-кошка (LOOK magazine 2011/2012: 31)
caviaterapie (terapie s pomocí morčat)	терапия с помощью морских свинок (Katka 2011: 16)

celebrita	звезда (известная личность) (Glanc 2012: 40)
celulitida	целлюлит (Claudia 2012/5: 30)
certifikát	сертификат (YES! 2009: 21)
cookies (sušenky)	куки (печенье) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 131)
coralit (umělý kámen)	кораллит (грунт коралловый) (LOOK magazine 2011/2012: 129)
cottage (čerstvý sýr)	коттедж (KONDICE 2012/leden-únor: 63)
creative black tie (šaty)	черный галстук, творческий подход (дресс код) (SVĚT ŽENY 2012/2: 7)
crème brulée (jídlo)	крем-брюле (KONDICE 2012/leden-únor: 85)
croissant	круассан (Katka 2011: 19)
cupcake (formička na dortíček)	капкейк (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 113)
cuvée	кюве (Glanc 2012: 88)
Č	
čatní (studená ostrá i sladká omáčka)	чатни (Katka 2011: 46)
D	
day dress (den jako stvořený pro šaty)	день для платья (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 66)
debutovat (začínat uměleckou dráhu)	дебютировать (YES! 2009: 30)
debutové album (premiérové album)	дебютный альбом (YES! 2009: 26)
dekor akrylátů (průhledné desky s obrázky)	декор акрил, декоративный акрил (LOOK magazine 2011/2012: 129)
dekorativka (dekorativní kosmetika)	декоративная косметика (KONDICE 2011/listopad: 13)
dekorum	декорум, этикет (LOOK magazine 2011/2012: 100)
delfinoterapie	дельфинотерапия (Katka 2011: 16)

den D	день икс (Glanc 2012: 50)
denim	деним (Katka 2011: 9)
depilovaná pokožka	кожа с удаленными волосками (SVĚT ŽENY 2012/1: 12)
dermokosmetika	дермокосметика (KONDICE 2011/listopad: 45)
designer	дизайнер (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 82)
designové papírnictví	дизайновые канцтовары (LOOK magazine 2011/2012: 11)
dexpanthenol	декспантенол (SVĚT ŽENY 2012/2: 13)
diamond lashes (metoda umělých řas)	накладывание ресниц (SVĚT ŽENY 2012/1: 13)
difuzér (s vůní)	диффузор (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 21)
digestiv (látka podporující trávení)	дигестив (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 43)
disc repeat	диск-повтор (LOOK magazine 2011/2012: 20)
diskografie (souhrn nahraných děl)	дискография (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 37)
DJ (disc jockey – diskžokej)	диджей (YES! 2009: 26)
Djská sada	диджейский комплект (YES! 2009: 26)
doping	допинг (SVĚT ŽENY 2012/2: 24)
dovolenkář	отдыхающий, турист (Katka 2011: 5)
dredy	дреды, дредлоки, дредлокс (SVĚT ŽENY 2012/2: 24)
dresink (zálivka)	дрессинг (KONDICE 2012/leden-únor: 64)
dress code (pravidla oblékání)	дресс-код (SVĚT ŽENY 2012/2: 6)
dril (tvrdý výcvik)	зубрежка (SVĚT ŽENY 2012/2: 43)
drink (nápoj)	дринк (Claudia 2012/6: 23)
duo masáž	дуэт-массаж (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 27)
duty-free (zbavený cla)	дьюти-фри (САМАЯ 2009: 103)
DVD	ДВД (BLESK pro ženy 2011/40: 16)
dvojamenná kulma	двойные щипцы для (завивки) волос (BLESK pro ženy 2011/40: 12)

dyslálie (patlavost)

дислалия (SVĚT ŽENY 2012/2: 42)

E

e-Bay

иБэй (KONDICE 2012/leden-únor: 62)

éčka (v potravinách)

Е-шки (Katka 2011: 61)

editorial (úvodník časopisu)

эдиториал, редакционная (фотография, не для рекламных целей (Glanc 2012: 6)

editorka

издатель, редактор (KONDICE 2011/listopad: 7)

EHD technologie

технология EHD (SVĚT ŽENY 2012/1: 78)

(rovnoměrná distribuce tepla)

e-hubnutí

е-похудение (SVĚT ŽENY 2012/2: 36)

(s pomocí poradce na internetu)

echinacea (rostlina)

эхинацея (KONDICE 2011/listopad: 11)

eintopf (jídlo připravované v 1 hrnci)

айнтопф (Katka 2011: 19)

e-kalkulačka

калькулятор online, электронный калькулятор (KONDICE 2011/listopad: 70)

e-kniha

е-книга, электронная книга (Glanc 2012: 93)

ekofestival (ekologický festival)

экофестиваль, экологический фестиваль (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 138)

ekokosmetika (přírodní kosmetika)

экокосметика (ПЛАНЕТА ЖЕНЩИНЫ 2009: 35)

elektronická cigareta

электронная сигарета (BLESK zdraví 2012: 27)

elektroporace (kosmetické ošetření těla) электропорация (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 171)

entertainment (zábava, pobavení)

развлечение (SVĚT ŽENY 2012/1: 56)

epilace

эпиляция (LOOK magazine 2011/2012: 31)

ergonomický tvar

эргономичная форма (SVĚT ŽENY 2012/2: 76)

esemeska (SMS)

смс, эсэмэска, sms-сообщение, эсемеסקа (LOOK magazine 2011/2012: 125)

esemeskovat	эсемесковать (Claudia 2012/6: 9)
e-shop	е-шоп (Glanc 2012: 84)
espresso	эспрессо (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 119)
espressovač	эспрессо кофейник (SVĚT ŽENY 2012/2: 77)
estetická chirurgie	эстетическая хирургия (Glanc 2012: 48)
etno (sukně)	этно (юбка в этно стиле) (Katka 2011: 7)
evergreen (nadčasový, stále oblíbený)	эвергрин (нестареющий)(LOOK magazine 2011/2012: 52)
excimerový laser (při operaci rohovky)	эксимерный лазер (Glanc 2012: 51)
exfoliační voda (na pleť)	эксфолиационная, отшелушивающая вода (KONDICE 2012/leden-únor: 25)
exhibicionistka	эксгибиционистка (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 32)
exot	экзот, чужак (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 156)
ezoterika	эзотерика (KONDICE 2011/listopad: 59)

F

facebook (sociální internetová síť)	facebook, фейсбук (LOOK magazine 2011/2012: 125)
facebookový status	facebook, фейсбук статус (KONDICE 2012/leden-únor: 68)
facelift	facelift, фейслифт (Glanc 2012: 74)
fajnšmekr	гурман, лакомка (LOOK magazine 2011/2012: 131)
falafel (vegetariánský pokrm)	фаляфель (Chvilka pro tebe 2011: 31)
falický mýtus (mýtus v oblasti sexu)	фаллический миф (Dáša 2011: 16)
famous	феймос, видный, знаменитый, славный (Story 2011: 14)
fashion story (módní příběh)	fashion story (разказ о моде) (Glanc 2012: 39)
fast food	фастфуд (KONDICE 2011/listopad: 51)

felinoterapie (terapie s pomocí koček)	фелинотерапия (Katka 2011: 16)
feminní plášť (ženský)	феминное пальто (LOOK magazine 2011/2012: 51)
feta (sýr)	фета, фетакса (KONDICE 2011/listopad: 73)
filet mahi-mahi (jídlo)	филе махи-махи (KONDICE 2012/leden- únor: 85)
fitbalet	боди-балет (KONDICE 2011/listopad: 16)
fitcentrum	фитнес-центр (KONDICE 2011/listopad: 74)
fitness novinky	фитнес (новости), новинки фитнеса (Glanc 2012: 43)
fitnesscentrum	фитнес-центр (KONDICE 2011/listopad: 67)
flash mail	флаш майл (BLESK pro ženy 2011/4: 43)
flashdisc	флэш-диск, (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 22)
flashka	флэшка (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
fleecová (čepice)	шапка из флиса (BLESK pro ženy 2011/40: 9)
Flirt Dance	танец-флирт (LOOK magazine 2011/2012: 32)
flitrové (šaty)	платье с пайетками (BLESK pro ženy 2011/40: 6)
flitry	пайетки (SVĚT ŽENY 2011/1: 7)
floorbalový tým	флорбол команда (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 148)
formal (šaty)	formal (платье), формальное (платье) (SVĚT ŽENY 2012/2: 7)
fotodepilace	фотодепиляция (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 147)
fotodynamická terapie	фотодинамическая терапия (KONDICE 2011/listopad: 10)
fotoeditorka	фотоэдиторка, графический редактор (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 96)

fotonická medicína	фотонная медицина, сверхсветовая медицина (KONDICE 2011/listopad: 10)
fotoomlazení	фотоомоложение (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 147)
fototerapie (terapie barvou a světlem)	фототерапия, светолечение (LOOK magazine 2011/2012: 131)
fototyp (kůže)	фототип (кожи) (KONDICE 2011/listopad: 3)
freeride	фрирайд (SVĚT ŽENY 2011/1: 60)
freestyle	фристайл (SVĚT ŽENY 2012/2: 58)
fresh (svěží)	fresh, фреш (KONDICE 2011/listopad: 87)
friend with benefits (kamarád taky rád)	дружба с преимуществами (Glanc 2012: 4)
fuchsiový rolák	бодолазка фуксия (Dáša 2011: 7)
fytohormony	фитогормоны (SVĚT ŽENY 2012/2: 34)
fytoprotektivní látky (protirakovinné)	фитопротективные вещества (KONDICE 2011/listopad: 90)

G

galeristka	галеристка (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 40)
gamblerství	гамблерство, азартная игра (SVĚT ŽENY 2012/1: 80)
gazpaccho (studená polévka)	гаспачо (Katka 2011: 19)
gel-vosk	гель-воск (SVĚT ŽENY 2011/1: 20)
ginkgo, ginkgo biloba	гинко, гинкго билоба (Claudia 2012/5: 24)
glamour	гламур (Katka 2011: 22)
glanc (lesk přitažlivost, působivost)	гланс (Katka 2011: 22)
Glancovka (čtenářka časopisu Glanc)	читательница журнала «Glanc» (Glanc 2012: 6)
glukometr	глюкометр (BLESK zdraví 2012: 11)
go-go (tančit)	go-go, гоу-гоу (танцевать) (LOOK magazine 2011/2012: 32)

golfová masáž	массаж мячиками для гольфа (BLESK zdraví 2012: 22)
google	google, гугл (KONDICE 2011/listopad: 39)
googlovat (vyhledávat informace)	гуглить (KONDICE 2012/leden-únor: 29)
GPS navigace	GPS-навигация (Claudia 2012/5: 31)
grand amour (velká láska)	большая любовь (SVĚT ŽENY 2012/2: 5)
gravitest (těhotenský test)	гравитест (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 42)
gró (většina návštěvníků)	большинство посетителей (Glanc 2012: 102)
GSM technologie	технология GSM (SVĚT ŽENY 2012/2: 71)

H

háemko (hovorově obchod HM)	магазин марки H&M (KONDICE 2011/listopad: 7)
hair stylistka	парикмахер-стилист (LOOK magazine 2011/2012: 87)
halibut (platýs)	халибут (палтус) (KONDICE 2011/listopad: 85)
hamburger	гамбургер (KONDICE 2012/leden-únor: 65)
handsfree	хэндс-фри (SVĚT ŽENY 2012/1: 56)
happy end	хеппи-энд (KONDICE 2012/leden-únor: 47)
hatha jóga	хатха-йога (BLESK zdraví 2012: 22)
HD (televize)	HD (телевидение), HD TV (Claudia 2012/5: 30)
hipoterapie (terapie s pomocí koní)	иппотерапия (Katka 2011: 16)
hlodavec (myš u počítače)	грызун (SVĚT ŽENY 2011/1: 79)
hobby (zájmová činnost, koníček)	хобби (Женские секреты 2009: 26)
holítka	бритвушка (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 85)
holograficky	голографически (KONDICE 2012/leden-únor: 46)
homeopat	гомеопат (Tina 2011: 20)
homeopatie	гомеопатия (KONDICE 2012/leden-únor: 8)

homeopatikum	гомеопатическое средство (KONDICE 2011/listopad: 59)
hydratace (pleti)	гидратация (кожи) (Dáša 2011: 11)
hydratační (kosmetika)	гидратационная (косметика) (SVĚT ŽENY 2012/2: 12)
hydratovat	увлажнять (KONDICE 2011/listopad: 20)
hydrolipidický film (emulze vody a tuku)	гидролипидный фильм, пленка (SVĚT ŽENY 2012/1: 16)
hydrolyzovaný protein	гидролизованный белок, протеин (SVĚT ŽENY 2012/2: 20)
hydromasážní (systémy)	гидромассажная система (LOOK magazine 2011/2012: 131)
hyperaktivní	гиперактивный (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 4)
hypermarket	гипермаркет (KONDICE 2011/listopad: 12)
hypnoterapeut	гипнотерапевт (KONDICE 2012/leden-únor: 47)
hypnóza	гипноз (KONDICE 2012/leden-únor: 5)
hypoalergenní (náplast)	гипоаллергенный (пластырь) (KONDICE 2011/listopad: 81)

CH

charizma	харизма (Story 2011: 10)
chat (v mobilu)	чат (мобильный чат) (YES! 2009: 11)
chatování (psaní si přes internet on-line)	чатование (общаться в чате, болтать в Интернете) (LOOK magazine 2011/2012: 125)
cheddar (sýr)	чеддер (сыр) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 40)
chilli con carne (mexické jídlo)	чили кон карне (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 110)
chipsy	чипсы (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 40)
chromoterapie (terapie barvou a světlem)	светолечение (LOOK magazine 2011/2012: 131)

I

ICQ	ICQ, аська (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
image	имидж (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 46)
in (být in)	быть модным (кул)(Katka 2011: 7)
in-line	инлайн (LOOK magazine 2011/2012: 155)
inovovaná (řada)	инновационная, возобновлённая (серия) (KONDICE 2011/listopad: 2)
integrální filtr	интегральный, встроенный фильтр (KONDICE 2011/listopad: 15)
integrováný tuner	объединённый, встроенный тюнер (Claudia 2012/5: 30)
ionizace	ионизация (SVĚT ŽENY 2012/1: 78)
iontový fén	ионный фен (Chvilka pro tebe 2011: 35)
iPad	iPad, айпад, айпэд, айпед (Glanc 2012: 75)
iPhone	iPhone, айфон (Katka 2011: 61)
iPod	iPod, айпод, айпонт, айпоц, айплод, ирод (Glanc 2012: 75)
iRobot (vysavač, který vysává sám)	iRobot, робот-пылесос (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 22)

J

jazzboat (lod', na které hraje jazz)	джаз лодка, джаз лодочка (BLESK pro ženy 2011/4: 44)
Jekyll-Hyde syndrom (největší závislost na internetu)	Джекил-Хайд синдром (LOOK magazine 2011/2012: 125)
jogging (mozkový trénink)	джоггинг (тренировка мозга) (SVĚT ŽENY 2012/1: 95)
jo-jo efekt (při hubnutí)	эффект йо-йо (KONDICE 2011/listopad: 67)
jóni masáž (masáž ženského pohlavního ústrojí)	массаж йони (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 146)
junior publisherka	юниор публишер (Glanc 2012: 6)

K

karkade (ibišek)	каркаде, каркадэ (BLESK pro ženy 2011/40: 25)
kavitace (bezbolestná ultrazvuková liposukce)	кавитация (Glanc 2012: 74)
kick-box	кик-боксинг, кикбоксинг (KONDICE 2012/leden-únor: 54)
kilojoul (kJ)	килоджоул (кдж, кДж) (KONDICE 2011/listopad: 68)
kinoman (milovník filmů)	киноман (Женские секреты 2009: 18)
kiš (francouzský koláč)	киш (пирог) (Katka 2011: 19)
klinoman (člověk závislý na ležení)	клиноман (LOOK magazine 2011/2012: 127)
klinománie (závislost na ležení, spaní)	клиномания (LOOK magazine 2011/2012: 127)
know-how	ноу-хау (Claudia 2012/6: 38)
koenzym Q10	коэнзим Q10 (SVĚT ŽENY 2012/2: 34)
kolagenové (rty)	коллагеновые (губы) (Glanc 2012: 97)
koloreterapie (terapie barvou a světlem)	цветотерапия (LOOK magazine 2011/2012: 131)
konektor	коннектор (Tina 2011: 28)
kouč	коуч, тренер (Tina 2011: 13)
koučink	коучинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 37)
koučka	коуч (женщина) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 39)
koučovací metody	методы коучинга (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 150)
kreativec	креативец, рекламист (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 135)
kris-kros (hra)	крис-крос (Chvilka pro tebe 2011: 31)
krokoměr	шагомер (KONDICE 2012/leden-únor: 9)
kryolipolýza (liposukce zmražením)	криолиполиз, криолипосакция (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 123)

kulmofén	фен-щётка (SVĚT ŽENY 2011/1: 79)
kyberprostor	киберпространство (LOOK magazine 2011/2012: 125)
L	
ladies kickbox	кикбоксинг для женщин (KONDICE 2012/leden-únor: 55)
lady délka (šatů)	элегантная длина (платья) (BLESK pro ženy 2011/40: 7)
landkiting (s padákem)	лэндкайтинг (с парашютом) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 28)
Lap Dance	стрип-дэнс, приватный танец (LOOK magazine 2011/2012: 33)
laptop	лаптоп (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
lasagne	лазанья (Katka 2011: 38)
laser	лазер (Claudia 2012/5: 7)
LED displej	ЛЕД дисплей (SVĚT ŽENY 2012/1: 78)
legíny	лосины (BLESK pro ženy 2011/40: 7)
lifestylový časopis	лайфстайловый журнал (Glanc 2012: 6)
lifting (vyhlazování kůže)	лифтинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 53)
liftingová (péče)	лифтинговый (уход) (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 53)
light potraviny	лайт-продукты, продукты-лайт, продукты лайт (BLESK pro ženy 2011/4: 59)
lipofiling (vyplnění vrásek vlastním tělesným tukem)	липофилинг (Claudia 2012/5: 7)
liposukce (odsávání tuku)	липосакция (BLESK pro ženy 2011/4: 51)
little black dress (šaty)	маленькое черное платье (SVĚT ŽENY 2012/2: 7)
logo	лого, логотип (SVĚT ŽENY 2012/2: 45)
look (zdravý)	лук, вид (здоровый) (Story 2011: 37)
luminoterapie (terapie barvou a světlem)	люминотерапия (LOOK magazine

	2011/2012: 131)
lycra (materiál)	лайкра (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 6)
M	
mail	майл, мыло (Dáša 2011: 36)
mamkaface (výraz šťastné matky)	выражение счастливой матери (Story 2011: 57)
manažer	менеджер (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 162)
manažerka	менеджерка (KONDICE 2012/leden-únor: 54)
marshmallow (cukrovinka)	marshmelloy (SVĚT ŽENY 2012/2: 44)
marula (africký strom)	марула (Tina 2011: 11)
mascarpone	маскарпоне (Glanc 2012: 90)
maxirty	большие губы (Glanc 2012: 97)
medializovat	медиализировать (Glanc 2012: 13)
megadávká	мегадоза (KONDICE 2011/listopad: 45)
megalomanka (sebepřeceňující žena)	мегаломанка (BLESK pro ženy 2011/40: 58)
megapixely	мегапиксели (Katka 2011: 61)
melasa (extrakt z cukrové třtiny)	патока (BLESK zdraví 2012: 38)
melírovaný pulovr	меланжевый пуловер (Katka 2011: 11)
mesopeeling (chemické čištění pleti)	мезопилинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 104)
metabolic balance (program na hubnutí)	метаболический баланс (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 103)
microvarixy (drobné červené žilky)	микровариксы (Glanc 2012: 48)
micelinske hvězdy (za gastronomii)	мишелинские звезды (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 154)
mikroaktivní (utěrka)	микроактивное (кухонное полотенце) (KONDICE 2012/leden-únor: 53)
mikrocirkulace	микроциркуляция (KONDICE 2011/listopad: 2)
mikrotablety	микротаблетки (BLESK zdraví 2012: 27)
minestrone (polévka)	майнстрон (SVĚT ŽENY 2012/2: 45)

miniboty	мини ботинки (LOOK magazine 2011/2012: 140)
minipilulky	мини-пилюли (KONDICE 2011/listopad: 10)
minisvalstvo	мини-мускулы, мини мышцы (LOOK magazine 2011/2012: 155)
miso (fermentovaná vyzrálá pasta ze sójových bobů)	мисо (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 98)
modeling	моделинг, модельный бизнес (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 29)
módní policie	полиция моды (Story 2011: 38)
mošus (pižmo, voňavka)	мошус, мускус, moschus (Story 2011: 36)
моха (hořící pelyněk, pelyňkový doutník)	мокса (полынь сигара) (BLESK zdraví 2012: 23)
moxování (požehování v masérské praxi)	моксование (BLESK zdraví 2012: 23)
MP3 (přehrávač)	mp3, мп3, mp3-плеер (Tina 2011: 28)
multicolour (barevnost)	мультиколор (многоцветность) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 70)
multifunkční (hrnec)	многофункциональная (кастрюля) (LOOK magazine 2011/2012: 136)
multifunkčnost	многофункциональность (KONDICE 2011/listopad: 21)
multimediální přehrávač	медиа-плеер, mp3-плеер, медиаплеер (Claudia 2012/5: 31)
N	
nadlak (na nehty)	надлак, верхний слой (для ногтей) (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 72)
nádobičko (penis)	пиписька, писюн (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 29)
nadupaný (mobil)	навороченный (мобильник, мобильный телефон) (Glanc 2012: 34)

neinvazivní klinika	неинвазивная клиника (Glanc 2012: 74)
nekoitální aktivity (orální sex)	некоитальный секс (Dáša 2011: 16)
nespokojenka	недоволька (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 52)
netbook (počítač menší než notebook)	нетбук (LOOK magazine 2011/2012: 41)
netholismus (závislost na internetu)	нетоголизм (LOOK magazine 2011/2012: 125)
netománie (imaginární svět je pro člověka důležitější než reálný)	нетомания (LOOK magazine 2011/2012: 125)
nick (přezdívka, umělecké jméno)	ник (YES! 2009: 26)
nízkoenergetický výrobek	низкоэнергетический продукт (KONDICE 2011/listopad: 68)
no comment (bez komentáře)	но коммент, но коммент (без комментариев) (LOOK magazine 2011/2012: 11)
nomofobie (závislost na mobilu)	номофобия (LOOK magazine 2011/2012: 125)
nordic walking	nordic walking, ходьба с палками, скандинавская ходьба (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 104)
notebook	ноутбук (LOOK magazine 2011/2012: 41)
numeroskop	нумероскоп (BLESK pro ženy 2011/40: 57)

O

offroad (provoz mimo silnice)	offroad, off-road, оффроад, офф роад оффроуд (Glanc 2012: 16)
on-line	он-лайн (LOOK magazine 2011/2012: 139)
open space kancelář	офис open space, офис оупен спейс (открытое пространство) (Glanc 2012: 78)
ortoptistka (oční specialista)	ортоптистка, ортоптист (Glanc 2012: 50)
ortorektička (žena závislá na zdravé výživě)	орторексичка (LOOK magazine 2011/2012: 127)

ortorexie (závislost na zdravé výživě)	орторексия (LOOK magazine 2011/2012: 126)
out (být out – být mimo)	аут (BLESK pro ženy 2011/40: 8)
outdoorová (aktivita)	аутдор, аутдоровая (активность) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 45)
outfit (oblečení)	outfit, аутфит (Katka 2011: 7)
P	
pačule (rostlina)	пачули (KONDICE 2011/listopad: 9)
paparazzi	папарацци (Dáša 2011: 7)
párkoholik	сосискоголик (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 101)
partičkařit (rozdělovat se do part)	тусоваться (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 36)
patchwork family (sešívaná rodina)	пэчворк-фэмили (SVĚT ŽENY 2011/1: 42)
pažravý (chatař)	(датчик) обжора, жрун (Chvilka pro tebe 2011: 22)
peeling	пилинг (KONDICE 2011/listopad: 16)
perfect lady (perfektní žena pro život)	перфект леди (LOOK magazine 2011/2012: 46)
pilates	пилатес (KONDICE 2011/listopad: 16)
pilotky (sluneční brýle)	очки-пилоты (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 8)
pokerface (výraz tváře při pokru)	покер фейс (Story 2011: 57)
Pole Dance (tanec u tyče)	Поле данце, Поле-данце, Поле дэнс, поле-денс, pole dance (LOOK magazine 2011/2012: 33)
pop (populární hudba), «popík»	попса (YES! 2009: 53)
portfolio	портфолио (YES! 2009: 40)
presoterapie (léčba celulitidy)	пресотерапия (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 147)
profi (pedikúra)	профи (педикюр) (Katka 2011: 8)
profiprogram	профипрограмма, профиПрограмма (Katka 2011: 61)

prokrastinace (chronická tendence odkládat plnění povinností a úkolů)	прокрастинация (Tina 2011: 12)
publisher (vydavatel časopisu)	публишер (издатель журнала) (KONDICE 2011/listopad: 7)
push-up efekt	эффект пуш-ап (SVĚT ŽENY 2012/2: 20)
puzzle	пазл (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 50)
R	
rapper	рэппер, рэпер (LOOK magazine 2011/2012: 82)
rappovat	рэповать (LOOK magazine 2011/2012: 82)
reality show	реалити-шоу (Tina 2011: 5)
reef (korálový)	риф (коралловый) (KONDICE 2012/leden- únor: 84)
relish (kořeněná omáčka)	релиш (Katka 2011: 46)
remuláda (z celeru, petržele a mrkve)	ремулад (KONDICE 2012/leden-únor: 75)
revitalizační (maska na pleť)	ревитализирующая (маска для кожи) (SVĚT ŽENY 2012/2: 37)
rhassoul (marocký jílový mycí kámen)	Рассул (Tina 2011: 11)
roaming	роуминг (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 56)
roller (přepisovatelná propiska)	роллер ручка, ручка-роллер (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 145)
roll-on deodorant (kuličkový)	ролл-он дезодорант (шариковый) (SVĚT ŽENY 2012/1: 12)
roštovat (motor)	сильно нагружать мотор машины, мотоцикла (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 48)
runningový top	футболка для бега (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 54)
S	
salsa (kořeněná omáčka)	сальса (Katka 2011: 46)

samoopalovací krém	автобронзат, автозагар (YES! 2009: 46)
sebekoučink	себе коучинг, личный коучинг (KONDICE 2012/leden-únor: 68)
server (počítač poskytující různé služby ostaním uživatelům sítě)	сервер (BLESK pro ženy 2011/40: 21)
sex koučink	секс-коучинг (Claudia 2012/6: 25)
sex-appeal (pohlavní přitažlivost)	сексапиль, секс эпил (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 33)
sex-expertka	секс-эксперт, секс эксперт (Claudia 2012/6: 38)
sex-koučka	секс-коуч, секс коуч (женщина) (BLESK pro ženy 2011/4: 27)
shopaholismus (závislost na nakupování)	шопоголизм (LOOK magazine 2011/2012: 126)
shopping (nakupování)	шопинг (Женские секреты 2009: 9)
shopping mally (obchodní centra)	шопинг-моллы (KONDICE 2012/leden-únor: 84)
show	шоу (Story 2011: 10)
showroom (předváděcí místnost)	шоурум, шоу-рум (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 153)
singl (hudební)	сингл (Story 2011: 42)
single (být nezadaný)	сингл (BLESK pro ženy 2011/40: 3)
singles man	сингл мэн (LOOK magazine 2011/2012: 11)
singles žena	женщина-одиночка (LOOK magazine 2011/2012: 11)
singles život	синглжизнь (LOOK magazine 2011/2012: 11)
single-tap	сингл-тап, сингл тэп (Glanc 2012: 75)
skialpinista	скиальпинист (BLESK pro ženy 2011/4: 42)
skipas	ски-пасс (BLESK pro ženy 2011/4: 42)
skittling (soutěž s bonbóny)	скитлинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 107)
skydive	скайдайв (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 114)

Skype (telefonování po internetu)	Skype, Скайп (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 134)
smartphone (chytrý telefon)	смартфон (умный телефон) (Glanc 2012: 75)
smoothie (nápoje z pravého ovoce)	смужи, смуси, смужи(с), смути(с), смуфи(с) (KONDICE 2011/listopad: 87)
snow beach (sněžná pláž)	сноу бич (BLESK pro ženy 2011/4: 43)
snowboard (prkno)	сноуборд (доска) (Glanc 2012: 23)
snowboardcrosista	сноубордист (съезжающий гору с разными специальными препятствиями) (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 31)
snowboardcrossing	сноубордкроссинг, сноубордкросинг, сноуборд кроссинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 33)
snowboarding	сноубординг (SVĚT ŽENY 2012/2: 58)
snowkiting (s padákem)	сноукайтинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 28)
softshellová (vesta)	(жилет) софтшил (BLESK pro ženy 2011/40: 9)
software (počítačový program)	софтвр (программное обеспечение) (SVĚT ŽENY 2012/2: 36)
solárium	солярий (LOOK magazine 2011/2012: 126)
sommeliér (odborník na víno)	сомелье (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 136)
song (píseň)	зонг (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 141)
soundtrack (nahrávka hudby z filmu)	саундтрек (YES! 2009: 26)
spam	спам (САМАЯ 2009: 80)
spammer	спамер (САМАЯ 2009: 80)
sparingpartner	спарингпартнер, спаринг-партнер (ŽENA A ŽIVOT 2011/24: 41)
spinning	спиннинг (ŽENA A ŽIVOT 2011/19: 98)
stepaerobik	степ-аэробика (ПОХУДЕЙ 2009: 30)
stepper (posilovací stroj)	степпер (KONDICE 2011/listopad: 74)
stévie (rostlina)	стевия (KONDICE 2012/leden-únor: 9)
stmívač (pro nastavení intenzity světla)	диммер (LOOK magazine 2011/2012: 130)

styling	стайлинг (Katka 2011: 24)
stylista	стилист (Katka 2011: 22)
stylistka	стилистка (Katka 2011: 9)
sudoku (logická hra)	судоку (SVĚT ŽENY 2012/1: 95)
suprový	клёвый, суперский, обалденный (LOOK magazine 2011/2012: 27)
surfování na internetu	серфинг в интернете, интернет серфинг (LOOK magazine 2011/2012: 125)
surfovat (na internetu)	серфинговать (в интернете) (LOOK magazine 2011/2012: 41)
sushi	суши (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 154)

T

tablet (snímací tabule v podobě desky, vybavená kurzorem)	таблет (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 45)
tae-kwon-do (bojový sport)	тхэквондо, тайквон-до, тэквондо, тайквондо, теквондо, таквондо, таэквондо (KONDICE 2012/leden-únor: 54)
tagliatelle (těstoviny)	тальятелле (паста, макароны) (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 128)
tandem (dvojice)	тандем (Женские секреты 2009: 10)
tanorektička (žena závislá na opalování)	любительница загорания (LOOK magazine 2011/2012: 126)
tanorexie (závislost na opalování)	танорексия (LOOK magazine 2011/2012: 126)
tantrická masáž	тантрический массаж (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 147)
tantrik	тантрик (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 147)
tartaletky (košíčky z křehkého těsta)	тарталетки (Dáša 2011: 29)
teenager	тинейджер (BLESK pro ženy 2011/4: 13)

teenagerka	тинейджерка (LOOK magazine 2011/2012: 80)
teleshop, teleshopping	магазин на диване (YES! 2009: 96)
tepoměr (přístroj na změření tepla)	пульсомер, пульсометр (KONDICE 2011/listopad: 74)
termobunda	термокуртка, термо-куртка (BLESK pro ženy 2011/40: 9)
tester (parfému)	тестер (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 95)
time management (návody, jak plánovat čas)	тайм-менеджмент (Tina 2011: 12)
tofu	тофу (KONDICE 2011/listopad: 16)
top (tričko)	топ (майка, футболка) (Claudia 2012/6: 5)
topmodelka	топ-модель, супермодель (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 123)
touchbook (dotykový netbook)	тачбук (LOOK magazine 2011/2012: 42)
trash-metalová kapela	трэш-металлическая группа (Glanc 2012: 97)
trekingové kolo	трекингový велосипед (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 44)
trekové (boty)	трековые (ботинки) (SVĚT ŽENY Speciál 2011: 44)
trichotilománie (vytrhávání si vlasů)	трихотилломания (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 88)
trubkové džíny	джинсы-трубы (SVĚT ŽENY 2011/1: 9)
twitter (sociální internetová síť)	твитер (LOOK magazine 2011/2012: 125)
U	
ultra štíhlá	ультратонкая, ультра-тонкая ультрастройная (Glanc 2012: 27)
ultraúzké kalhoty	ультраузкие, ультра узкие брюки (ŽENA A ŽIVOT 2011/23: 67)

unisex (věc pro muže i ženy)	унисекс (Glanc 2012: 44)
USB kabel	USB-кабель (Tina 2011: 28)
UV filtr	УФ-фильтр (BLESK zdraví 2012: 18)

V

vacushape (přístroj na hubnutí)	вакушейп (Tina 2011: 16)
VIP (důvěrnosti)	VIP, ВИП, ви-ай-пи (Katka 2011: 5)
vizážista	визажист (Женские секреты 2009: 45)
vizážistka	визажист (KONDICE 2011/listopad: 19)
vizualizace	визуализация (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 149)

W

waldorfská škola	вальдорфская школа (SVĚT ŽENY 2012/2: 4)
web (internetová stránka)	сайт (САМАЯ 2009: 123)
web	веб (KONDICE 2011/listopad: 33)
webkamera	вебкамера (SVĚT ŽENY 2012/1: 65)
wellness	велнес, вэлнэс (BLESK zdraví 2012: 22)
white tie (šaty)	белый галстук (платье) (SVĚT ŽENY 2012/2: 7)
Wi-Fi	Wi-Fi, вай-фай, вай фай (Claudia 2012/5: 11)
workoholik	трудоголик, воркоголик (Katka 2011: 36)
workoholismus (závislost na práci)	трудоголизм, воркоголизм (LOOK magazine 2011/2012: 127)
workshop (tvůrčí, pracovní seminář)	воркшоп (ŽENA A ŽIVOT 2011/22: 150)

X

xylitol (druh sladidla)	ксилитол, ксилит (KONDICE 2012/leden-únor: 8)
-------------------------	---

Z

zlatokopka	женщина, стремящаяся найти очень богатого партнера, который будет содержать ее (Glanc 2012: 12)
zooterapie (terapie s pomocí zvířat)	зоотерапия (Katka 2011: 17)
Zumba	Зумба (Glanc 2012: 76)
Ž	
žehlička (na vlasy)	выпрямитель, стайлер (SVĚT ŽENY 2012/1: 78)
3 D (efekt)	3D (эффeкт) (Katka 2011: 22) 56)

Anotace

Autor: Oxana Baranova

Katedra a fakulta: Katedra rusistiky, Filozofická fakulta

Název diplomové práce: Nová slovní zásoba v současných ruských a českých ženských časopisech

Vedoucí diplomové práce: doc. Ludmila Stěpanova, CSc.

Počet znaků: 216282 bez mezer, 250895 s mezerami

Počet titulů použité literatury

Klíčová slova: nová slovní zásoba, ruské a české ženské časopisy

Charakteristika práce: V této diplomové práci se zabýváme novou slovní zásobou v současných ruských a českých ženských časopisech. Popisujeme zde aktuální procesy probíhající v současném ruském a českém jazyce a to, jak se tyto procesy projevují v textech ženských časopisů. Pozornost věnujeme také jazykové charakteristice textů těchto časopisů. Dále zkoumáme převzatá slova v těchto časopisech a jejich původ a způsoby adaptace. V rámci ruských, českých a přejatých slov rozdělujeme slova dle své klasifikace, oddělujeme a slovní spojení do různých skupin. Také se zaměřujeme na konkrétní neologizmy v současném ruském a českém jazyce.