

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra romanistiky

Věra Gabrhelíková

Lexikální kreativita francouzských médií

Magisterská diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Jitka Uvírová, Ph.D.

OLMOUC 2010

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a na základě uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci, dne 16. srpna 2010

Děkuji Mgr. Jitce Uvírové, Ph.D. za rady, zapůjčení odborné literatury a trpělivost při vedení mé práce. Velký dík patří také celé mojí rodině za velkou podporu a pomoc. Speciálně děkuji manželovi za odborné rady z oblasti internetové komunikace.

Obsah

1	Úvod	6
2	Současná francouzština	7
2.1	Jazyková ekonomie	7
2.1.1	Zkratky a zkracování	8
2.2	Anglicismy	10
3	Obrana jazyka	13
3.1	Historie neologie	13
3.2	Komise pro terminologii a neologii	17
3.3	Obrana jazyka v praxi	20
4	Neologismy v tisku	23
4.1	Výběr periodik a excerptce	23
4.1.1	Paris Match	23
4.2	Pojem „neologismus“	26
4.3	Slovotvorné postupy u neologismů	28
4.3.1	Derivace	28
4.3.2	Kompozice	31
4.3.2.1	Juxtapozice	32
4.3.2.2	„Composition savante“	33
4.3.2.3	„Mots-valises“	34
4.3.3	Abreviace	38
4.3.4	Výpůjčky	39
4.3.4.1	Cizí jazyky	40
4.3.4.2	Argot	44
4.4	Vyhodnocení produktivity slovotvorných postupů u neologismů	46
4.5	Politické neologismy	48
4.6	Slovník vyexcerptovaných neologismů	52
5	Jazyk internetové komunikace	59
5.1	Chat, e-mail, sms	60
5.2	Jazykové prostředky	61
5.3	Web 2.0	65

5.3.1	Blogy.....	65
5.3.2	Sociální síť.....	66
5.3.3	Novotvary	68
6	Závěr.....	72
7	Resumé	75
8	Anotace.....	76
9	Použitá literatura a prameny	77
	Přílohy	

1 Úvod

„Osud francouzského jazyka je v rukou médií.“

Claude Hagège¹

Prostřednictvím médií, která nás denně obklopují, vnímáme nepřehledné množství informací a zároveň s nimi i určitý druh jazyka, kterým se televize, rádio, noviny či internet vyjadřují. Potřeba neustálé aktuálnosti a zajímavosti způsobuje to, že jazyk médií je nejdynamičtější částí slovní zásoby, která musí reagovat na nové okolnosti, reálie, události, a musí být schopná je srozumitelně popsat. Právě procesy utváření nových pojmenování se zabývá naší práce.

Jako pole působnosti jsme vybrali tištěná a internetová periodika, která byla pro nás nejdostupnější a pro tento druh excerpce nejvhodnější. Cílem naší práce bylo hledat v novinách a časopisech různé druhy neologismů a porovnat je s nejaktuálnějším slovníkem spisovné francouzštiny. Dále jsme je uspořádali podle způsobu vzniku a následně zjistili, který slovtvorný postup je u nových pojmenování nejproduktivnější. Abychom se dokázali orientovat při této praktické části práce, musela jí předcházet pečlivá teoretická příprava. Z tohoto důvodu jsou úvodní kapitoly věnovány vývojovým tendencím v dnešní francouzštině, kterým vévodí specifický přístup francouzských úřadů k neologismům. V samostatné kapitole jsme představili specifickou slovní zásobu, týkající se politických neologismů, a do naší práce jsme zařadili i jazyk internetové komunikace, protože internet je považován za jedno z nejvýznamnějších médií moderní doby.

Cílem naší práce bylo zjistit pomocí excerpce, které novotvary se v dnešních francouzských médiích vyskytují. Tvary, které jsou brány jako neologismy, ale slovníky francouzštiny je již přijali, jsme popsali v rámci kapitol o slovtvorných postupech. Slova, která jsou nová a dosud do slovníku nevstoupila, jsou seřazena v kapitole 4.6.

¹Volný překlad a citace z : Brunet,S.: Les mots de la fin du siècle, Éditions Belin 1996. s.248

2 Současná francouzština

„Publicistický styl je právem považován za hlavní bránu, kterou pronikají nové výrazy a významy do běžného dorozumívání“² Novináři musí při své práci používat nejnovější výrazy přizpůsobené moderní době, aby byli ve sdělování informací maximálně aktuální, a aby hlavně zaujali čtenáře. Jazyk médií je proto vždy věrným obrazem aktuálního společenského dění a odráží se v něm hlavní vývojové tendence ve slovní zásobě daného jazyka.

Současná francouzština se vyznačuje dvěma hlavními tendencemi – jedná se o *ekonomii v jazyce* a o rychle postupující *integraci anglicismů* do běžně mluveného jazyka. Tento trend je výhodný pro rodilé mluvčí, protože zjednodušuje a zrychluje komunikaci. Na druhou stranu se může jazyk těmito procesy stávat méně srozumitelný, a to nejen pro cizince. Velké množství zkratk, přejímání slov například z argotu a nadbytek anglicismů nemusí vždy ocenit starší generace.

Pro obsah naší práce jsou důležité změny a vývoj hlavně v oblasti lexika, proto zde pomíjíme vývojové tendence v oblasti gramatiky a syntaxe.

Další fenomén, který je typický pro současnou francouzštinu, je systém „*obrany jazyka*“ proti výpůjčkám z cizích jazyků, konkrétně proti anglicismům. Této problematice budeme věnovat jednu celou kapitolu, protože jazykový patriotismus má ve Francii velmi silné postavení a při výkladu o neologismech jej nelze pominout.

2.1 Jazyková ekonomie

Termín „*l'économie linguistique*“ definoval André Martinet ve svém díle „*Économie des changements phonétiques*“, vydaném v roce 1955, jako „*l'antinomie permanente*“ entre „*les besoins communicatifs et expressifs de l'homme*“ et „*sa tendance à réduire au minimum son activité mentale et psychique*“³ Princip co

² Lotko, E.: O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách, In: *Studia Slavica* 5, Ostrava 2002, s. 210

³ volně přeloženo: „*stálý rozpor mezi komunikačními a vyjadřovacími potřebami člověka a tendencí redukovat na minimum jeho mentální a psychickou aktivitu*“ z Martinet, A.: *Économie des changements*

nejmenšího úsilí v mluveném projevu sleduje současná francouzština například při vypouštění zápornky „ne“ a ve zkracování nebo úplném potlačení osobních zájmen - (*Je*) (*ne*) *sais pas, J'veux*.

Slovník lingvistických termínů pro filology definuje jazykovou ekonomii jako „*tendenci ke zjednodušování a zkracování, která se projevuje v různých oblastech jazykového systému i textu*“⁴. Projevy tohoto rázu můžeme v současné francouzštině pozorovat v jazyce mladých, který často média přebírají.

2.1.1 Zkratky a zkracování

Zkratky jsou ve francouzštině velmi časté, a to nejen v psané formě, ale také v mluveném projevu. Existuje tisíce zkratk z mnoha různých odvětví, které Francouzi vytváří a často používají. Internetové stránky sigles.net, které byly založeny v r.2005, evidují již více než 17 000 francouzských zkratk a jsou výborným pomocníkem při orientaci v této problematice. Pro cizince, ale i pro Francouze samotné, je ve většině případů složité zkratky rozluštit, proto je výhodné konzultovat kromě slovníků i tyto internetové stránky, které stále aktuálně doplňují informace. Situace je ještě ztížena tím, že mnoho zkratk je homonymní. Například u zkratky OM (v našem případě Olympique de Marseille) jsme našli osm různých možností vysvětlení (*Obligations Militaires, Observatoire de Meudon, Officier de Marine, Officier Mécanicien, Officier Ministériel, Olympique de Marseille, Ondes Moyennes, Outre-Mer*). Správná varianta musí být odhalena vždy z kontextu.

Citujeme ze seznamu nejčastěji dotazovaných zkratk za měsíc červen 2010 na internetových stránkách zabývajících se francouzskými zkratkami (sigles.net):

- CNETP - Caisse Nationale des Entrepreneurs de Travaux Publics
- CANMP - Crédit Agricole Nord Midi-Pyrénées
- LAFA - Ligue d'Alsace de Football Association
- INCT - Institut National de Cartographie et de Télédétection

phonétiques. Traité de phonologie diachronique, Berne, Francke, 1955, s. 94. In: Perspectives fonctionnelles: Emprunts, Économie et variation dans les langur, Montserrat López Díaz: La notion d'économie linguistique selon André Martinet, s. 203

⁴ Lotko, E.: Slovník lingvistických termínů pro filology, UP v Olomouci, Olomouc 2000, s.31

- SNIAIPR - Syndicat National des Inspecteurs d'Académie - Inspecteurs Pédagogiques Régionaux

V psaném formě je časté užívání zkratk, které do mluvené formy přechází jako *akronyma* neboli zkratková slova. Př. *BYC* (Bouillon Yaourt Compote)⁵, *DAGOBER* (Distributeur Automatique de Guichet Offrant Billets et Réservations)⁶, *SIDA* (Le syndrome de l'immunodéficience acquise)⁷. Do češtiny pak přechází například akronyma známých jazykových zkoušek - *DALF* (Diplôme approfondi de langue française), *DELFL* (Diplôme élémentaire de langue française)

Kromě zkratk jsou ve francouzštině produktivní i další procesy zkracování a to apokopa a afereze, které se využívají hlavně v mluveném jazyce, ale jejich zástupce najdeme i v tisku. Podle Slovníku lingvistických termínů pro filology⁸ je **apokopa** „zánik, vypuštění, odpadnutí koncové hlásky slova ...“ a **afereze** „odsouvání počátečních hlásek n. slabik z ekonomických n. metrických důvodů ...“. Příklady jsme převzali z bakalářské práce Radima Žatky o jazyce mladých a z internetových stránek o jazykových kuriozitách.⁹

Apokopa:

- *assoc* : association
- *biz* : business
- *ciné* : cinéma
- *dég* : dégoûtant
- *soluce* : solution

Afereze:

- *bécil* : imbécil
- *bléme* : problème
- *cipal* : municipal

⁵ Speciální dieta, podávaná hlavně v nemocnicích

⁶ Online rezervace a předprodej lístků

⁷ AIDS (Syndrom získaného selhání imunity)

⁸ Lotko, E.: Slovník lingvistických termínů pro filology. Olomouc, 2000.

⁹ Žatka, R.: Le français des jeunes d'aujourd'hui, Olomouc 2010.

<http://monsu.desiderio.free.fr/curiosites.html>

- *drier* : calendrier
- *gnard* : mignard
- *gnon* : oignon
- *gole* : rigole
- *pitaine* : capitaine
- *ricain* : américain
- *zic* : musique

Do běžně mluveného jazyka a jazyka médií jsou přejímána i slova z **argotu**, která mají většinou zkrácenou formu a jsou typická zakončením na *-o*.

- *le mécano* (le mécanicien)
- *le proprio* (le propriétaire)
- *le resto* (le restaurant)
- *Le petit déj et l'info à 7 heures du mat*¹⁰ (Le petit déjeuner et l'information à 7 heures du matin)
- *Le grand labo de la manip*¹¹ (Le grand laboratoire de la manipulation)

2.2 Anglicismy

Fenomén, který je v současnosti asi nejvíc diskutovaný, je „zaplavení“ francouzštiny angličtinou. Tento proces trvá již od 16. století, kdy do Francie přišla vlna nových slov z Anglie. V 18. století byla následována přílivem z Ameriky a v roce 1754 se poprvé objevil termín „*anglicismus*“.

Tendence používat anglicismy je v posledních několika letech velmi silná a ve Francii se vedou kampaně proti „*franglais*“¹². V 70. letech 20. století byly vydány zákony a dekrety o kvalitě francouzského jazyka a povinnosti užívat ho v určitých funkcích. Novou kampaň zahájil v roce 1994 ministr kultury Jacques Toubon, který předložil nový návrh zákona o používání francouzštiny, u kterého se předpokládalo i

¹⁰ Nalezeno na <http://www.vub.ac.be/khnb/itv/oktober/maa99/fr99-03.htm> (25.6.2010)

¹¹ Nalezeno na <http://www.slate.fr/story/7281/secret-story-le-grand-labo-de-la-manip> (1.7.2010)

¹² Jde o mot-valise ze slov „*français*“ a „*anglais*“, které popisuje francouzštinu, ve které se hojně užívají anglicismy. Termín zpopularizoval René Étiemble v roce 1964, ve svojí knize *Parlez-vous franglais?*

zavedení sankcí (například za používání nefrancouzských slov v reklamě nebo oficiální korespondenci).¹³ Problematikou anglicismů a různých postojů Francouzů vůči nim, se zabývá celá kapitola č.3.

Článek Jitky Uvírové „*Quelques observations sur l'évolution actuelle du vocabulaire français*“¹⁴ předkládá zajímavé otázky týkající se právě výpůjček z angličtiny. Vyjadřují něco navíc ve srovnání s jejich francouzskými ekvivalenty? Nejedná se pouze o určitý typ snobismu? Anglicismy jsou jednoduše „chic“ a není důležité, že jim přesně nerozumíme? Mládež preferuje „*faire du shopping*“ oproti „*faire le tour de magasins*“, všechno je „*cool et trendy*“ spíše než „*moderne et parfait*“. I když se francouzská vláda snaží čelit této invazi anglicismů, jsou její pokusy, zvláště u mládeže a například v internetové komunitě, víceméně bezúspěšné.

Také například francouzské časopisy s ženskou tematikou (móda, vztahy, celebrity, atd.) se v dnešní době bez anglicismů absolutně neobejdou. Stačí si přečíst nadpisy rubrik a článků a můžeme zaváhat, jestli je před námi francouzský nebo anglický časopis. Názvy typu „*Look de stars*“ nebo „*Les stars cultivent la summer attitude*“¹⁵ jsou stále čtenější. Zajímavé srovnání se nabízí s kanadskou francouzštinou v Québecu¹⁶, která také čelí velkému náporu angličtiny, ale v mnoha směrech se s ní vyrovnává lépe. Ve Francii se udržuje názor, že když se něco řekne anglicky, i když k tomu existuje francouzský ekvivalen, bude to znít lépe, důležité a světově. Tam, kde například Francouzi automaticky převezmou anglický výraz, kanadská francouzština ho přeloží – např. u výrobků firmy Mc Donald's.

- *MacChicken – MacPoulet*
- *MacNuggets – MacCroquettes*

¹³ Volně převzáno z: Šabršula, J. : Vývoj francouzského jazyka. Ostrava 1996. s.67

¹⁴Uvírová, J.: „*Quelques observations sur l'évolution actuelle du vocabulaire français*“. In: Romanica Olomucensia VII, Philologica 71, AUPO. Olomouc 1998, s. 203

¹⁵ Příklady z ženského magazínu aufeminin.com , červenec 2010

¹⁶ V kanadské provincii Québec, kde je francouzština oficiálním jazykem, funguje na obranu jazyka instituce „*Office québécois de la langue française*“, která dohlíží na používání francouzštiny ve veřejné sféře, podobně jako je tomu ve Francii.

Běžně používané anglicismy můžeme rozdělit do skupin podle různých jazykových rovin, do kterých zasahují.

1) **Sémantické anglicismy** – jedná se o tzv. „*faux amis*“¹⁷

- *définitivement* (definitivně) < *definitely* (určitě)

2) **Syntaktické anglicismy** – převzetí syntaktické konstrukce

- *est sous contrôle* < *under control* (pod kontrolou, v pořádku)

3) **Lexikální anglicismy** – převzetí anglického slova v jeho původní podobě (jedná se o nejčastější případy)

- *prime time* - heure de grande écoute, première partie de soirée, début de soirée (hlavní vysílací čas)
- *toaster* - grille-pain (toustovač)
- *news* – informations, nouvelles, actualités (novinky, zpravodaství)

Do této skupiny řadíme většinu anglicismů, které jsme vyexcerpovali, a jsou vypsány v kapitole 4.3.4.1

Existují ještě skupiny anglicismů grafických, fonetických a morfologických, ale ty nejsou tak časté a významné, proto je dále nerozebíráme.

¹⁷ „, taková lexikální jednotka, která je v jiném jazyce (jazycích) formálně shodná n. podobná, ale významově nebo i stylově odlišná“ - Lotko,E.: Slovník lingvistických termínů pro filology. Olomouc, 2000.

3 Obrana jazyka

„*Chérie, on va se louer un disque numérique polyvalent ce soir ?*“

„*Oh non, je teste le dialogue en ligne sur mon terminal portable de poche !*“¹⁸

Úvodní citát nám ukazuje, jak by vypadala komunikace dvou mladých lidí, kteří respektují francouzské jazykové zákony, týkající se výpůjček z angličtiny. Představa je to zajímavá, ale naprosto nereálná.

V současnosti je angličtina hlavním mezinárodním jazykem a také jazykem, který u mladé generace symbolizuje určitou prestiž. Tato její výsadní pozice je způsobena ekonomickou, politickou a kulturní silou a důležitostí Spojených států, které prosazují angličtinu jak do komunikace v mezinárodních organizacích, tak do světa vědy, techniky, obchodu, reklamy, ale také například hudby a filmu. Zvláště termíny z nejnovějších technických oborů a z informatiky jsou vytvářeny vždy v angličtině a většinou automaticky přejímány do ostatních jazyků.

Francouzština je jeden z mála jazyků, který se snaží držet krok s anglickými výrazy a vymýšlí pro ně francouzské ekvivalenty. Tyto snahy jsou řízeny vládními institucemi již od 70. let 20. století a my o nich budeme blíže pojednávat v následující kapitole.

3.1 Historie neologie

Anglicismy jsou jedny z nejrozšířenějších neologismů v jazyce, a abychom lépe pochopili jejich kontroverzní postavení ve francouzštině, je vhodné si stručně nastínit historii neologie, která se v průběhu století ve Francii různě vyvíjela.

¹⁸Převzato z <http://www.actualitte.com/actualite/76-neologismes-terminologies-informatiques-paraphrase-langue.htm>

un disque numérique polyvalent = DVD, *le dialogue en ligne* = chat, *terminal portable de poche* = mobil s internetem

Obecně byl termín *neologismus*, který se objevil v roce 1734, vnímán spíše negativně, ve významu zvláštnosti ve vyjadřování a jako nešvar. Oproti tomu termín *neologie* (z roku 1758) popisoval jazykovou aktivitu, která se skládala z tvoření a používání nových slov, a až na konci 19. století dosáhl i lingvistického významu. V roce 1931 se ve slovníku *Larousse du XX.siecle* poprvé objevil článek o neologii, a ta začala existovat jako seriózní věda až v 60. letech 20. století.¹⁹

Ve středověku, kdy vládla latina, byl jazyk dosud velmi nestabilní, a až s příchodem humanismu v **16. století** můžeme mluvit o zájmu bránit a stabilizovat francouzštinu. V roce 1539 vyšlo zlomové dílo la *Deffence et Illustration de la Langue francoyse* (Joachym du Bellay), které vzešlo z reakce básníků Pléiady na nadvládu latinské poezie. Doporučovali „interní výpůjčky“, čili návrat ke starým zapomenutým francouzským slovům z básní a románů, a navrhovali využívat termíny z dialektů.²⁰ Du Bellay radí: „*Use de motz purement François*“²¹, nicméně mnoho cizích slov bylo do francouzštiny v této době přejato – z italštiny například *artisan, bizarre, citadelle, gondolier, soldat, mascarade, valise*, ze španělštiny *cacao, chocolat, mousse, casque*.

Velké množství nových slov vzešlo i z latiny a řečtiny, zvláště vědecké termíny z medicíny, matematiky, filozofie atd. (např. *naturalisation, assimiler, vitrine, chronologie, économie, enthousiasme*)

Z roku 1539 pochází významný spis, *l'Ordonnance Villers-Cotterêts* (vydal František I.), který měl francouzský jazyk stabilizovat a „chránit“. Nařizoval používat výhradně francouzštinu v administrativních a právních dokumentech, které byly dosud psány latinou.

¹⁹ převzáno z : Gaudin , F., Guespin, L. : Initiation à la lexicologie française, De la néologie aux dictionnaires. Éditions Duculot, Bruxelles, 2000, s. 233-235

²⁰ Text o historii neologie inspirován knihou Les néologismes, Pruvost J., Sablayrolles Jean-François : Les Néologismes, Que sais-je ?.PUF, Paris, 2003. s. 42-53
a spisem Alaoui Khalid, Petite Histoire de la Néologie : approche conceptuelle et idéologique (XVI^e – XIX^e siècle), In : Sablayrolles Jean-François, (ed). 2003. L'innovation lexicale, actes du colloque organisé en février 2001 à Limoges, Paris, Lexica mots et dictionnaires Champion., ze kterého pochází i všechny příklady v kapitole 3.1

²¹ „Používejte slova čistě francouzská“ - Pruvost, J., Sablayrolles , Jean-François : Les Néologismes, Que sais-je ?.PUF, Paris, 2003. s. 46

Století klasicismu přineslo do jazyka dvě tendence. Jednou z nich byly puristické snahy Francouzské Akademie a proti nim lexikální kreace Preciózek. Francouzská akademie, založená v roce 1635 kardinálem Richelieu, měla dohlížet na čistotu, srozumitelnost a jednoduchost francouzského jazyka. Neologismy byly brány jako něco podezřelého a problematického, a lidé byli zrazováni od používání cizích slov. Odlišný přístup měla skupina takzvaných *Preciózek*, které podporovaly obohacování slovní zásoby skrze vlastní invence. „*Les Précieuses*“ (Preciózky) byly společenským a literárním fenoménem 17. století, který se zrodil v aristokratických salonech navštěvovaných a vedených hlavně ženami. Ty zde skládaly básně, vedly debaty o lásce a literatuře, zakládaly si na eleganci a důstojnosti. Vyhýbaly se „nízkým“ slovům spjatým hlavně s popisem těla a jeho fyziologickými funkcemi, a vytvářely různé metafory, perifráze a neologismy. Slova typu „*furieusement*“ (vztekle, zběsile, zuřivě), „*s'encanailler*“ (uvést do špatné společnosti) nebo „*hardi*“ (smělý, drzý) se zachovaly až do současnosti, naproti tomu spojení pro označení například očí „*les miroirs de l'âme*“ (okna duše) zní v dnešní době již přehnaně poeticky. Preciózky používaly pro tvoření nových slov různé postupy: derivaci bezafixální/konverzi²² (*le bon, le beau, le mélancolique, le ridicule*, atd.) nebo derivaci afixální, výpůjčky a kompozice (*agacerie, enthousiasmer, féliciter, immatriculation, numérique, opéra, pique-nique, praline, raffinerie, tabatière, zénith*, atd.)

18. století bylo poznamenáno společenskými převraty a vývojem vědy a techniky, což se samozřejmě odrazilo i v jazyce, který je vždy svědkem doby. Puristé hovoří v této době o *anglomanii* (objevuje se mnoho anglicismů – *bifteck, pub, cottage, cricket, majorité, minorité, spleen, toast*, atd.) a ve druhé polovině století vychází dílo Fougereťa se Montbron, *Préservatif contre l'anglomanie*. Přibývají i slova z italštiny (*bravo, casino, piano, solo*), hispanismy (*avocat, caoutchouc, cigare, sieste*) a germanismy (*chic, choucroute, humanisme*), které se rychle integrují do francouzštiny.

V roce 1725 vyšel slovník neologismů *Dictionnaire néologique à l'usage des beaux esprits du siècle avec l'éloge historique de Pantalon Phoebus*, jehož vydání řídil

²² „Konverze: přechod slova z jednoho slovního druhu do druhého beze změny formy...“ Lotko, E.: Slovník lingvistických termínů pro filology. UP Olomouc 2000.

Pierre Carlet de Champlain de Marivaux. Obsahuje mnoho slov, která nakonec vešla do slovníků (například *bienfaisance*, *impressioner*, *ignorable*, *popularité*, atd.).

Francouzská revoluce, změna politického režimu a technický a vědecký pokrok zapříčinili, že se jazyk obohatil o mnoho nových výrazů, protože musel reagovat na aktuální události. Khalid Alaoui ve svém článku²³ rozděluje neologismy, které vznikaly, do několika tematických skupin: ideje a jazyk (*abstractif*, *cohabitude*, *généraliser*, *moralisme*, *tautologie*), ekonomie, politika a justice (*économiste*, *fiscalité*, *impôt indirect*, *comité*, *député*, *jury*, *verdict*), zemědělství (*agronome*, *cultivation*, *exploitation*, *pomme de terre*, *récolter*), průmysl (*fabricant*, *manufacturier*, *ouvrier*), vědy (*amplitude*, *anesthésie*, *calorique*, *élasticité*, *ellipse*, *parabole*, *physiologique*, *symptomatologie*, *thermomètre*), umění (*aquarelle*, *miniaturiste*, *pittoresque*). Následkem revoluce došlo k přejmenování mnoha ulic, vesnic, měsíců a dnů. Zvláště zajímavé novotvary vytvořil tzv. *Revoluční kalendář*, který vymyslel celou novou soustavu pojmenování měsíců, dnů v týdnu, ale i významných dnů v průběhu roku.⁹ V roce 1794 byl vydán druhý jazykový zákon (první byl l'ordonnance de Villers-Cotterêts, viz výše) „*Loi du 2 thermidor an II*“, jehož název byl sestaven právě podle nového revolučního kalendáře. Prosazoval francouzštinu jako jediný administrativní jazyk, ale několik týdnů po sepsání byl zrušen.

V **19. století** pronikaly do povědomí společnosti autorské novotvary a výrazy z argotu skrze romány (Hugo, Balzac, Flaubert, Stendhal). Francouzská akademie vydala k pátému vydání Slovníku („*Dictionnaire de l'Académie*“) přílohu *Supplément contenant les mots en usage depuis la révolution* s 309 neologismy, z nichž vstoupilo do následujícího vydání celých 60%. Stále častěji se začaly vyskytovat i výpůjčky z angličtiny (*express*, *record*, *square*, *touriste*, *tunnel*, *wagon*, atd.) a tento trend přetrval i do 20. století, kdy se anglicismy staly tématem číslo jedna.

Od poloviny **20. století** existuje ve Francii kromě pojmu „*néologie spontanée*“, která vytváří slova na základě běžně používaného jazyka, je přirozená, spontánní a vychází z úzu, také pojem „*néologie dirigée*“. Tento výraz popisuje takzvanou *řízenou*

²³ Viz poznámka 18. ALAOUI Khalid, *Petite Histoire de la Néologie : approche conceptuelle et idéologique (XVI^e – XIX^e siècle)*, In : SABLAYROLLES Jean-François, (ed). 2003. *L'innovation lexicale, actes du colloque organisé en février 2001 à Limoges*, Paris, Lexica mots et dictionnaires Champion.

neologii, což znamená, že všechny novotvary, které do jazyka přichází, musí pro oficiální komunikaci schválit speciální komise, vytvořená pro tyto účely.

Zájem o francouzštinu a její prosazování sahá již do 16. století (viz výše) a ve formě jazykových zákonů trvá dodnes. Prvním zákonem, který uznal výuku v různých francouzských dialektech, byl „*zákon Deixonne*“ z roku 1951. Jednalo se o baskičtinu, bretonštinu, katalánštinu a okcitanštinu, později byly připojeny korsičtina a tahitština. „*Deixonne*“ byl v roce 1975 nahrazen zákonem nazvaným podle svých dvou tvůrců „*Bas-Lauriol*“, který zakazuje používání anglických termínů v oficiálních dokumentech, v reklamě a ve veřejné správě.

Historicky pátý jazykový zákon následoval v roce 1994, určil limity pro užívání cizích jazyků v každodenním životě Francouzů, a byl pojmenován podle jeho iniciátora „*Toubon*“ (někdejší ministr kultury). Tento zákon má za úkol chránit „francouzské jazykové dědictví“ a to tak, že nařizuje používání francouzštiny v médiích a ve veřejných službách, podporuje obohacování jazyka a brání francouzštinu jako jediný oficiální jazyk ve veřejné sféře. Posiluje předešlé tendence ostatních jazykových zákonů, je přísnější v sankcích a týká se více odvětví. Kromě vzdělání, veřejných služeb a reklamy zahrnuje dosud opomíjený obor obchodu a práce – konkrétně jde o výhradní používání francouzštiny u názvů výrobků, návodů k použití, faktur, záručních listů, dále v reklamě psané, mluvené i audiovizuální, na veřejných oznámeních, v pracovních smlouvách, při přijímacích řízeních, u zkoušek, konkurzů a v absolventských pracích. Texty cizinců z kongresů a shromáždění organizovaných ve Francii musí obsahovat aspoň francouzské resumé.

3.2 Komise pro terminologii a neologii

Francouzská ústava určuje francouzštinu jako oficiální státní jazyk a všichni občané mají právo vyjádřit se v rodném jazyce, bez použití cizích slov. V návaznosti na Toubonův zákon byla v roce 1996 založena „*Commission générale de terminologie et néologie*“, jejímž úkolem je přispívat k obohacování francouzského jazyka. Komise podléhá premiérovi, schází se jednou měsíčně, a jejich sedmnáct členů jsou zástupci

různých univerzit, jazykových ústavů a ministerstev. Ve spolupráci s Francouzskou akademií, jež má poslední slovo při schvalování, je pověřena tvořením nových termínů, které navrhuje specializované komise z různých ministerstev. „*Commissions spécialisées de terminologie*“ jsou přidruženy k jedenácti ministerstvům a je jich celkem osmnáct. Nejvíce komisí najdeme na Ministerstvu ekonomie, financí a průmyslu, což je pochopitelné, protože v těchto odvětvích vzniká nejvíce nových termínů, a to hlavně v sekci Informatika a elektronika

Komise vydává výsledky své práce jednou za rok ve formě seznamu přijatých termínů a navržených francouzských ekvivalentů za cizojazyčná slova. Spis nese název „*Journal officiel de la République française*“ a obsahuje v průměru třista slov. Všechny termíny, které kdy byly v „*Journal officiel*“ vydány, lze od března 2008 najít na internetových stránkách FranceTerme²⁴. Fuguje zde přehledný systém rešerší, data jsou zde neustále aktualizována a kromě seznamu termínů nabízí i přehled o všech konferencích a událostech týkajících se současného francouzského jazyka.

Pro představu o způsobu práce Komise pro terminologii a neologii uvádíme některé vybrané termíny z „*Journal officiel*“, které se v něm v průběhu let vyskytly.

ANGLICISMUS	FRANCOUZSKÝ TERMÍN (rok vzniku)
@ (<i>at</i>)	<i>arrobe</i> (2002)
<i>airbag</i>	<i>coussin gonflable</i> (1992)
<i>big air snowboarding</i>	<i>saut acrobatique sur tremplin de neige</i> (2008)
<i>cafeteria</i>	<i>cafétéria</i> (1992)
<i>channel</i>	<i>canal</i> (1976)
<i>compact disque</i>	<i>disque compact</i> (1985)
<i>data</i>	<i>donnée</i> (1984)
<i>duty free shop</i>	<i>boutique hors taxe</i>
<i>hacker</i>	<i>fouineur</i> (1999)
<i>leasing</i>	<i>crédit-bail</i> (1973)
<i>live</i>	<i>en public, en direct</i> (2009)
<i>mail box</i>	<i>boîte aux lettres</i> (1992)
<i>meeting</i>	<i>réunion</i> (2000)
<i>mountain bike</i>	<i>VTT (vélo tout-terrain)</i>

²⁴ <http://franceterme.culture.fr/FranceTerme/index.html>

<i>skateboard</i>	<i>planche acrobatique terrestre (2008)</i>
<i>slum area</i>	<i>bidonville (1986)</i>
<i>software</i>	<i>logiciel (1982)</i>
<i>spamming</i>	<i>arrosage (2000)</i>
<i>topmodel</i>	<i>mannequin vedette (2005)</i>
<i>walkman</i>	<i>baladeur (1983)</i>

Komise a její působení v oblasti neologismů je častým tématem komentářů a debat na internetu. Podle reakcí, které jsme měli možnost prostudovat, se zdá, že Francouzi vidí tento úřad jako přínosný, ale kritizují zbytečně velké množství speciálních komisí a zdoluhavý proces při přijímání nových slov. Jsou případy, kdy projednávání slov trvá i dva roky, ovšem v urgentních případech, kdy se cizojazyčný termín rychle prosazuje, bývá tato lhůta zkrácena. Pro výraz „*cloud computing*“ trvalo schvalování ekvivalentu rok a půl. Nakonec bylo přijato spojení „*informatique en nuage*“, které je sice doslovným překladem (kalkem), ale význam výrazu vystihuje velmi špatně.²⁵

U spojení „*peer to peer*“²⁶ byl ekvivalent nalezen již za 3 měsíce (*poste à poste*), u výrazu „*pop-up*“²⁷ za půl roku (*fenêtre intruse*). Velká kritika padá také na nepružnost a konzervatismus komise, která často vymýšlí nové termíny i tam, kde je to absolutně nevhodné a nepřeložitelné. Jedná se převážně o výrazy ze sféry informatiky, které v současnosti bezkonkurenčně vládne angličtina. Většina států tento fakt přijímá, ale francouzština bojuje s cizími slovy i v této sféře. Problémem je, že se nesprávně použijí

²⁵ „*Cloud computing lze charakterizovat jako poskytování služeb či programů uložených na serverech na Internetu s tím, že uživatelé k nim mohou přistupovat například pomocí webového prohlížeče a používat prakticky odkudkoliv. Uživatelé neplatí (za předpokladu, že je služba placená) za vlastní software, ale za jeho užití.*“ (citace z http://cs.wikipedia.org/wiki/Cloud_computing) Problémem tohoto překladu je, že výraz „*être dans les nuages*“ znamená „*být jako ve hvězdách, roztržitý, nepozorný*“. Když je potom toto spojení použito v odborném výrazu (jako doslovný překlad anglicismu) nejen, že neplní svoji funkci, ale vzbuzuje k tomu navíc úsměvné reakce, a nový termín je považován za nevhodně zvolený.

²⁶ *Peer-to-peer* (doslova rovný s rovným), P2P nebo klient-klient je označení architektury počítačových sítí, ve které spolu komunikují přímo jednotliví klienti (uživatelé).

²⁷ Výraz *pop-up* se v současnosti používá především pro samostatná „vyskakovací“ okna, které často otevírají různé webové stránky k zobrazování reklamy

již existující výrazy pro popis dosud nepopsaného fenoménu, a také to, že komisi navržený termín přichází většinou takzvaně „après la bataille“²⁸, když už je anglicismus plně integrován do běžně mluveného jazyka.

off line = autonome : nevystihuje pravý význam termínu, který popisuje práci na počítači bez připojení k internetu. „*Off line*“ (opak je „*on line*“) je výraz neutrální, kdežto „*autonome*“ obsahuje pozitivní konotaci. Opak „*dépendant*“ má spíše negativní význam a absolutně neodpovídá významu spojení „*on line*“.

spamming = arrosage : pokud by chtěl například úředník z ministerstva říct správně podle navrženého termínu, že mu přišlo mnoho spamů, výraz „*j'ai été arrosé*“ (pokropen) by zněl poněkud bizarně. Autor spamů by potom byl *arroseur* (kropič) a pro samotný výraz *spam* (označení hlavně pro nevyžádané reklamní maily) ani ve francouzštině slovo neexistuje – neoficiálně je nazýván „*pourriel*“ (mot-valise ze slov *poubelle* a *courriel*). V tomto případě tedy komise našla ekvivalent, který popisuje praktiku, nikoliv samotný objekt.

Existují samozřejmě také výrazy, které komise vytvořila, a uspěly. Jedno z nejstarších slov je ekvivalent pro počítač – *ordinateur*, dále slova jako *informatique* (informatika, mot-valise ze slov *information* a *automatique*), *logiciel* (software), *courriel* (e-mail).

3.3 Obrana jazyka v praxi

Kromě aktivit, které na obranu francouzského jazyka vyvíjí Komise a Francouzská akademie, existují ještě i jiné instituce a jednotlivci, kteří se zabývají „záchranou“ francouzštiny.

V lednu roku 2010 vyhlásil státní tajemník pro Frankofonii soutěž nazvanou „**Francomot**“. Studenti z univerzit a z „*Grandes écoles*“ byli vyzváni, aby mailem posílali návrhy francouzských ekvivalentů k pěti anglicismům: „*chat*“, „*buzz*“, „*tuning*“, „*newsletter*“ a „*talk*“. Na konci března bylo z mnoha návrhů vybráno 6 vítězů (pro „*chat*“ byly vybrány dvě varianty). Všech pět anglicismů už má své oficiální termíny ve

²⁸ „po bitvě“, s velkým zpožděním

francouzštině, které navrhla Komise pro terminologii a neologii (uvádíme je v závorce) a „Francomot“ měla hlavně zábavnou formou vzbudit zájem o jazyk u mladých lidí, kteří nejčastěji přejímají anglicismy do své mluvy.

- **tuning**: vyhrál termín „*bolidage*“ (Komise: „*personnalisation*“ nebo „*accord*“)
(vysvětlení: tuning je slangový výraz pro vzhledové nebo výkonnostní vylepšení nějakého stroje, nejčastěji používaný ve spojení s automobily a počítači)
- **chat**: vybrány byly dva termíny „*éblabla*“ a „*tchatche*“ (Komise: „*dialogue*“)
(vysvětlení: znamená povídání, používáno k popisu přímé komunikace na internetu)
- **buzz**: zvítězil výraz „*ramdam*“ (Komise: „*bourdonnement*“)
(vysvětlení: výraz buzz znamená hukot, bzukot, v současnosti se však používá v přeneseném významu jako povyk, zájem, rozruch, který způsobí nějaká novinka)
- **newsletter**: vyhrál termín „*infolettre*“ (Komise: „*lettre d'information*“)
(vysvětlení: leták, informační bulletin)
- **talk**: vybrán byl výraz „*débat*“ (Komise: „*émission-débat*“)
(vysvětlení: rozhovor, debata, často v rámci televizních pořadů)

Další iniciativu, „*Oui, je parle français*“, vyvíjí například francouzské Ministerstvo zahraničních věcí, které se snaží francouzštinu prosazovat v rámci Evropy a v celém světě. Věnuje 50 milionů eur na různé aktivity, které zabezpečí, aby se francouzština udržela jako významný jazyk mezinárodní komunikace. Jde například o školení o francouzštině pro evropské funkcionáře, o vývoj nových technologií pro výuku francouzštiny, nebo o vyškolení 10 000 profesorů francouzštiny v průběhu tří let.²⁹

Zajímavé aktivity týkající se obrany francouzštiny jsme zaznamenali na sociální síti Facebook (více viz kapitola 5), kde jednotlivci z vlastní iniciativy vytváří skupiny, které se různými způsoby zabývají jazykem. Výhoda těchto skupin je v tom, že se do nich přihlašují většinou mladí lidé, kteří ve svých příspěvcích uvádí příklady ze současné francouzštiny. Komentují a kritizují chyby v gramatice, nešvary internetového jazyka, časté anglicismy a výrazy z argotu, se kterými se denně setkávají, ať už u svých

²⁹ Informace jsme převzali z oficiálních internetových stránek ministerstva <http://www.ouijeparlefrancais.com/qui-sommes-nous.html?lang=fr>.

vrstevníků nebo v médiích, v mluvené i psané podobě. Skupiny s názvem „*Sauvons le français!!!*“ nebo „*La langue française se perd*“ jsou volně přístupné a nám poskytly, v rámci našeho zkoumání současné francouzštiny, zajímavé informace a podněty, zvláště v oblasti jazyka internetu.

Narazili jsme zde například na výraz „*écrire en kikoo*“, který souhrnně popisuje způsob komunikace adolescentů na internetu. Slovo „*kikoo*“ je dvozen z francouzského „*coucou*“, což je familiární forma pozdravu u starších. „*Kikoo*“ je potom modernější varianta, kterou velice často používají dospívající v komunikaci přes sms, blogy, atd. Internetový slovník urbandictionary.com uvádí, že tento výraz se stal detektorem pro hloupou mládež pod 14 let. Většina ostatních příspěvků se týkala kritiky různých forem zjednodušování jazyka typu:

„ *slt komen sa va ?* “ (salut, comment ça va?)

„ *en + je fé dé faute de tmps mé je men fou* “ (en plus, je fais des fautes de temps mais je m'en fous)

4 Neologismy v tisku

Žurnalisté používají při své práci styl, který má informovat o nejaktuálnějších událostech co nejmodernější formou a čtenáře by měl vždy zaujmout. Jedna z hlavních forem, která se užívá pro upoutání pozornosti, jsou neologismy neboli novotvary dosud v jazyce neukotvené a tudíž zajímavé. V publicistickém stylu se vždy odráží nejnovější tendence v jazyce, proto v něm v současnosti nacházíme mimo jiné velké množství přejatých slov. „*Přejatá slova jsou odrazem doby, odrazem ekonomických i politických tendencí a měnicích se společenských poměrů v souvislosti s rozvojem mezinárodních kontaktů.*“³⁰

Jádrem naší práce byla excerptce neologismů ze současného francouzského tisku, se kterými jsme následně dále pracovali. Naším úkolem bylo najít v periodikách neobvyklé výrazy, s pomocí slovníku je ověřit, přiřadit k určitému slovtvornému postupu a zhodnotit jejich produktivitu. Pro přehlednost jsme novotvary seřadili do seznamu, který má formu slovníku, a je součástí kapitoly 4.6.

4.1 Výběr periodik a excerptce

Pro sestavení našeho korpusu jsme jako základ zvolili časopis Paris Match. Vzhledem ke špatné dostupnosti francouzského tisku u nás jsme k Paris Match přiřadili ještě výběr z některých francouzských internetových periodik.

4.1.1 Paris Match

Týdeník Paris Match lze zařadit do rubriky společenského magazínu. Zahrnuje hlavní národní a mezinárodní zprávy a zajímavosti ze života celebrit. Byl založen v roce 1949 průmyslníkem Jeanem Prouvostem. V roce 1976 zakoupil upadající Paris Match Daniel Filipacchi, a přeměnil jej na jeden z nejúspěšnějších a nejvlivnějších časopisů ve Francii. Časopis je nyní součástí *Hachette Filipacchi médias*, kterou vlastní skupina

³⁰ Čechová, Krčmová, Minářová: *Současná stylistika*, Lidové noviny, Praha 2008. s.262

Lagardère Group. Ve své době měl časopis nezanedbatelné místo v historii fotožurnalistiky díky svému přínosu v publikování obrazových zpráv.³¹

Časopis má kolem 100 stran a najdeme v něm různorodé rubriky – rozhovory se známými osobnostmi, knižní a hudební novinky, život celebrit, aktuální společenská témata, obrazové reportáže, profilové články o politicích, sportovní reportáže, aktuality z Evropské unie, politiku a ekonomii, křížovky, módu, technické novinky, cestování a příběhy ze života. Týdeník má opravdu široký záběr témat, a proto byl vhodný pro naše excerpce.

Při excerpci jsme prošli patnáct vydání týdeníku z rozmezí srpna až listopadu roku 2009. Konkrétně se jedná o čísla 3143 – 3157. Vzhledem k velkému počtu stran každého výtisku považujeme tento korpus pro naše potřeby za dostatečný a domníváme se, že na něm lze demonstrovat hlavní směřování novotvarů v médiích.

Průběžně jsme sledovali i internetová vydání deníku *Le Monde*, *Le Figaro* a týdeníku *Marianne*.

Pročítáním periodik jsme získali zhruba 200 různých novotvarů, které budeme v následujících kapitolách rozdělovat podle slovotvorného postupu. Některé termíny jsou zařazeny i do více kategorií najednou.

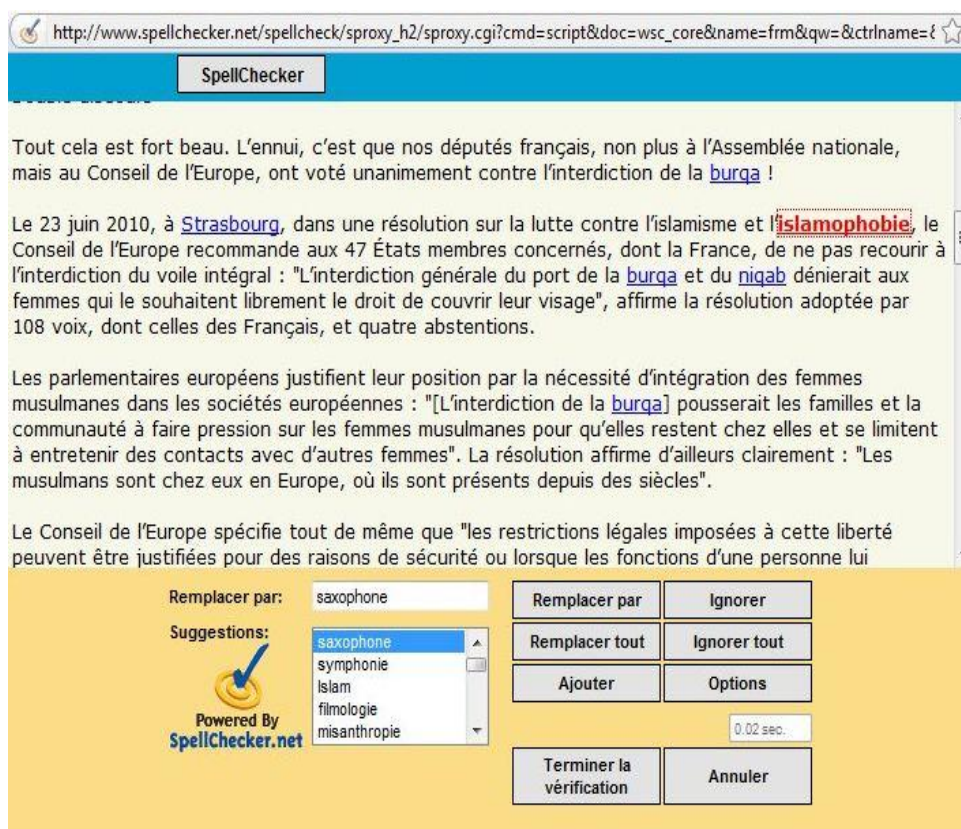
Práce s textem byla někdy velmi náročná, protože pro nefrancouzského čtenáře je často složité správně interpretovat všechny novotvary. Proto jsme všechna slova pečlivě konzultovali ve slovníku. Obecná problematika zaostávání normy za územ se v tomto případě přímo nabízí, takže jsme zvolili aspoň co nejaktuálnější slovník, a to elektronickou formu *Le nouveau Petit Robert de la langue française 2009*. Při hledání novotvarů nám pomáhali i například uvozovky nebo jiný druh písma, které autoři používají pro odlišení.

Přehled vyexcerpovaných slov, která jsme ve slovníku nenašli a tudíž je lze považovat za nejnovější neologismy, jsme zařadili do kapitoly 4.6.

³¹ Informace z http://cs.wikipedia.org/wiki/Paris_Match

V rámci excerfování internetových medií se nám často osvědčila metoda prozkoumávání článků pomocí online kontroly pravopisu textu. Metoda je založená na jednoduché myšlence, že programy na kontrolu pravopis označí neologismus za neznámé (chybné) slovo, protože není uloženo ve slovníku. V textu jsou samozřejmě označena i vlastní jména, ale i přesto je tato metoda velmi pohodlná a efektivní.

Použili jsme aplikaci pro francouzštinu na serveru <http://www.spellchecker.net/>³². Pro představu, jak tato aplikace funguje, přikládáme vizualizaci prozkoumávání jednoho článku.



³² http://www.spellchecker.net/spellcheck/french_spell_checker.html (přímý odkaz na zadávání francouzského textu)

4.2 Pojem „neologismus“

Podle etymologie (*néo* - nový a *logos* – řeč, slovo) může znít jednoduchá definice termínu „*neologismus*“ jako „*nové slovo*“. V průběhu života se setkáváme téměř každý den s novými výrazy, ale pokaždé je nelze brát jako neologismy. Když se učí dítě nebo cizinec určitý jazyk, jsou pro ně všechna slova nová, ne tak pro mluvčí, kteří jazyk již ovládají. Proto musíme k definici „*nové slovo*“ přiřadit ještě „*nové slovo, pro větší skupinu mluvčích, nejen pro jednotlivce*“. ³³

Slovník *Le Petit Robert de la langue française 2009* definuje neologismus jako: „*užití nového slova (vytvořeného nebo získaného derivací, kompozicí, zkracováním, výpůjčkou atd → **formální neologismus**) či užití slova nebo již existujícího výrazu v novém významu → **významový neologismus***“. V naší práci se zabýváme pouze formálními neologismy a způsoby jejich tvoření.

Podle Jitky Uvírové³⁴ jsou hlavními funkcemi neologismů v tisku funkce *perloučnická* a *ludická*. Umisťováním nových pojmenování do titulků a podtitulků u novinových článků dosahují autoři hravou formou jejich přitažlivosti a u čtenářů vzbuzují zájem a zvědavost. Některé novotvary se často velmi rychle integrují do běžně používaného jazyka a ztrácejí charakteristiku neologismu. Jedná se hlavně o pojmenování věcí, které se vyskytují v každodenním životě, nebo o termíny z rychle se rozvíjejících oborů, jako například technické novinky, internet atd. Na druhou stranu se právě v žurnalistice častokrát objevují slova, která jsou vytvořena jen pro jednu příležitost, nepoužívá je široká veřejnost a brzy zanikají. Označujeme je názvem **hapax**.

Hapax legomenon, slovo doložené jediným a proto nedostatečným dokladem, který ho neumožňuje poznat, slouží vždy k popisu nějaké jedinečné situace, která bývá předmětem aktuálních komentářů v médiích: *Mogadishow* (humanitární pomoc OSN v Somálsku, která byla příliš medializována), *euromanif* a *eurogrève* (odborové hnutí

³³ Volně interpretováno z Pruvost, Sablayrolles: *Les Néologismes*, PUF, Paris 2003.

³⁴ Převzáno z Uvírová, J.: „Le néologisme : une transgression à la frontière entre plaisir et crainte“. In: XXV CILPR 2007, Communication : Résumés. Innsbruck 2007, s. 208

v rámci EU, které bylo ustanoveno v březnu 1997, po oznámení o uzavření továrny Renault ve Vilvorde v Belgii)³⁵

Další příklad zajímavého hapaxu jsme objevili při našich excerpcích. Jedná se o výraz, který autor vytvořil speciálně pro jeden článek a má za úkol upozornit na přehnané používání mobilních telefonů. Kdyby autor napsal o této problematice obyčejný článek, nezaujme čtenáře tak, jako když ho nazve „*L'homme de téolithique*“ a v rámci článku vytvoří další novotvar „*téoulas*“, čímž zábavnou formou přiláká čtenáře, protože každý chce zjistit, co tyto zvláštní termíny znamenají. Tímto způsobem neologismy v médiích fungují, zvláště když jsou umístěny již v titulcích článků. Termín „*téoulas*“ je odvozen z věty „*T'es où, là?*“ (Kde jsi teď?) na základě zvukové shody. Jde o větu, kterou lidé nejčastěji opakují do mobilního telefonu, a proto navrhuje telefon nazývat tímto novým termínem. Od něho je pak analogií k výrazu „*néolithique*“ (neolit–pravěké období) odvozeno slovo „*téolithique*“, které tedy vyjadřuje určité období v dějinách lidstva, kterému vládnou mobilní telefony.

V lingvistice se setkáváme ještě s termínem **okazionalismus**, který má podobný význam. Edvard Lotko ho charakterizuje jako „*slovo n. jiný jazykový prostředek užitý n. vyskytující se v řeči náhodně, řídce, příležitostně, mimořádně, okazionalismy zřídka pojmenovávají nové předměty, jevy apod., častěji vyjadřují citově hodnotící postoje mluvčího*“³⁶ (v češtině například *sněhánky*, pro označení sněhových přeháněk).

Efekt jedinečnosti je často využíván v novinových titulcích, jejichž součástí bývají ustálená slovní spojení se záměrně „rozbitou“ formou.³⁷ Například zažitý slogan *Le Beaujolais nouveau est arrivé*, který každoročně třetí čtvrtek v listopadu oznamuje sezónu mladého vína z Burgundska, je v tisku různě modifikován ve formě titulků.

- *Les programmes scolaires nouveaux sont arrivés.*
- *Avec moins d'étoiles, le « Michelin » nouveau est arrivé.*

³⁵ Příklady viz. : Uvírová, J.: „*Quelques observations sur l'évolution actuelle du vocabulaire français*“. In: *Romanica Olomucensia VII, Philologica 71*, AUPO. Olomouc 1998, s. 201

³⁶ Lotko, E.: *Slovník lingvistických termínů pro filology*. Olomouc, 2000.

³⁷ Tímto tématem se zabývá Jitka Uvírová v článku *Le Beaujolais nouveau est arrivé!*, ze kterého pochází i následující příklady (Uvírová, J.: „*Le beaujolais nouveau est arrivé !*“. In: Černý, J., Holeš, J.: *AUPO, Philologica 87, Romanica XV*, Olomouc 2005, s. 255-262. ISBN 80-244-1094-X, ISSN-634X, 365 s.).

- *La nouvel campagne anti-alcool est arrivé.*
- *Le nouveau Yahoo!Messenger est arrivé.*

Další příklady využívají například názvy všeobecně známých knih nebo filmů :

- *Splendeurs et misères de la science économiques* (Honoré de Balzac : Splendeurs et misères des courtisanes)
- *Sarajevo, mon enfer* (Marguerite Duras : Hiroshima, mon amour)
- *La fièvre du lundi* (film *La fièvre du samedi soir*)

Při našich excerpcích jsme tento způsob práce s ustálenými slovními spojeními také zaznamenali:

- *Silex and the city* – název satirické knihy, popisující dnešní Francii, skrze dobu pravěku (silex = pazourek). Odvozeno od názvu amerického filmu *Sex and the city*, z roku 2008. (Paris Match 3151, s.37)
- *Vanity mère* - titulek u článku (Paris Match 3143, s.31) a fotka, která zobrazuje španělskou princeznu se svými dcerami, oblečenými podle poslední módy. Inspirováno časopisem Vanity Fair (móda, celebrity)
- *La fleur du mâle* – reklama na automobil Aston Martin (Paris Match 3144, s.97), z názvu sbírky *Les fleurs du mal* od Ch.Baudelaira

4.3 Slovtvorné postupy u neologismů

Budeme volně následovat jednoduchou definice neologismu ze slovníku *Le Petit Robert 2009* a rozdělíme neologismy podle způsobu, kterým jsou utvářeny.

4.3.1 Derivace

Při procesu derivace dochází k vytváření nových lexikálních jednotek pomocí prefixů a sufixů, které souhrnně nazýváme afixy. Nový výraz se vytvoří přidáním prefixu před slovní základ nebo přidáním sufixu za slovní základ. Třetí typ je tvoření odvozováním prefixem i sufixem zároveň.

- 1) **Prefixy** (předpony) neplní funkci gramatickou, ale pouze sémantickou. Slovo, vzniklé jejich přidáním, náleží vždy ke stejnému slovnímu druhu jako slovo výchozí.

pré- + subst. → subst. (*préhistoire*)

pré- + adj. → adj. (*prénatal*)

pré- + verb. → verb. (*prédire*)

- 2) **Suffixy** (přípony) mají gramatickou funkci a určují, ke kterému slovnímu druhu bude výsledné slovo řazeno.

Adj. + *-âtre* → adj. (*blanchâtre*)

adj. + *-eur* → subst. (*blancheur*)

adj. + *-ment* → adv. (*timidement*)

Mohou se také podílet na klasifikaci ostatních morfologických kategorií, jako například rozlišení maskulin a feminin, protože existují typické přípony pro oba rody - *canibal* + *-isme* → masc. (*cannibalisme*), *timide* + *-ité* → fem. (*timidité*)³⁸

- 3) Typ **prefix i suffix** se vyskytuje u slov jako například

terre – souterrain

soleil – ensoleillé

Uvádíme i typické příklady z mluvy mladých, kterou často přebírají média ve snaze být aktuální a moderní. Charakteristické jsou výrazy, které jsou tvořeny například :

- **familiárním suffixem** „*-os*“ - např. u adjektiv typu „*rapidos*“ („*rapid*“ = rychlý) nebo „*tranquillos*“ („*tranquille*“ = klidný)
- **prefixy typu** „*méga*“, „*hyper*“, „*ultra*“ - „*c'est hyper bien*“, „*c'est méga cool*“, „*ça nous a ultra-motivés*“, „*j'ai un méga problème*“³⁹

³⁸ Příklady viz http://www.home.uni-osnabrueck.de/bschwisc/archives/formation.htm#_Toc530742572

³⁹ Žatka, R.: Le français des jeunes d'aujourd'hui, Olomouc 2010, s.24 - 25.

Při excerpci jsme narazili na termíny vzniklé derivací z oblasti politických neologismů, u kterých vznikaly odvozeniny hlavně od vlastních jmen a názvů politických stran. Další početnou skupinou byly derivace od výpůjček z angličtiny, které se přizpůsobily francouzštině a přijaly její koncovky.

Vyexcerpované termíny jsme rozdělili do skupin podle typu afixů a následovali jsme řazení podle Francouzské mluvnice Hendricha, Radiny a Tláskala.⁴⁰ Bližší popis a význam vybraných termínů, které nejsou zatím ve slovníku, lze najít v seznamu, který se nachází v kapitole 4.6.

• substantivní přípony

- **age** : look - *relookage*, réseau – *réseautage*
- **erie** : peopolitique - *peopolerie*
- **ette** : star – *starlette*
- **eur**: spam – *spammeur(s)*, club - *clubbeur*
- **ie**: Chiraque – *la Chiraquie*
- **ien, ienne**: Werber – *werbérien(s)*, Facebook - *facebookien, facebookienne*
- **isme**: Sarkozy – *antisarkozysme*, Sarkozy + Berlusconi - *sarkoberlusconisme*
- **iste**: UMP – *umpiste*, Sarkozy – *Sarkoziste*, Le Pen – *Lepeniste*,
Villepin – *villepiniste*, fashion – *fashioniste*

Zvláštní případ je u slova *texto* – domnívali jsme se, že se jedná o familiární zkratku z výrazu *textuel* (message textuel) – textová zpráva (sms). Le Petit Robert uvádí, že jde o složené slovo, odvozené od slova *texte*, ke kterému je připojen sufix *zdrobnělin*.

• adjektivní přípony

- **ien, ienne**: Facebook – *facebookien*

⁴⁰ Hendrich, J.-Radina, O.-Tláskal, J.: Francouzská mluvnice. Nakladatelství Fraus, Plzeň 2001.

- **é:** Petit Robert - *petitrobertisé*, Panthéon - *panthéonisé*, Facebook - *hyperfacebooké*, star - *starisé*, Twitter - *retweeté(es)*, Oscar - *oscarisé*

● **slovesné přípony**

- **er:** google - *googler*, *trackback* - *trackbacker*, *boost* - *booster*, *score* - *scorer*

- **iser:** Oscar - *oscariser*

● **adverbiální přípona**

- **ment:** Facebook - *facebookienement*

● **předpony**

- **anti:** Sarkozy - *antisarkozysme*, *anti-Sarko*, SIDA - *antisida*,

Macintosh - *anti-Mac*, *burqua* - *antiburqa*

- **contre:** *sommet* - *anti-sommet*

- **ex:** *star* - *ex-star*

- **hyper:** Facebook - *hyperfacebooké*

- **post:** le roman „*post-11 septembre*“

- **re:** *look* - *relooking* (+ anglická přípona -ing)

Do skupiny, která tvoří novotvary přidáním předpony i přípony, patří ze získaného materiálu tato slova: *hyperfacebooké*, *antisarkozysme*, *relookage* a *reetweetées*

4.3.2 Kompozice

Jedná se o postup, při kterém se složené slovo tvoří nejméně ze dvou významových slovních základů. Představuje lexikální jednotku, která označuje jediný

pojmem a má ucelenou zvukovou podobu (s jediným hlavním přízvukem). Na rozdíl od češtiny je ve francouzštině za složeninu považována nejen složenina jednoslovná (např. *portemanteau*) a složené slovo pravopisně vázané spojovníkem (např. *latino-américain*), nýbrž i sousloví, tj. víceslovné pojmenování označující jeden ucelený pojem (např. *salle de séjour*, *boîte aux lettres*), kde jde v podstatě o spojování slov, nikoli o jejich skládání.⁴¹

Maurice Grevisse v „*Le Bon Usage*“⁴² rozlišuje „*composition populaire*“ a „*composition savante*“.

4.3.2.1 *Juxtapozice*

První z nich, „*composition populaire*“, neboli prostá, jednoduchá kompozice, popisuje případy, kdy je slovo tvořeno spojením dvou slov, jinak řečeno dvou elementů, které mohou samostatně existovat. Pro potřeby naší práce jsme nazvali skupinu těchto slov termínem **juxtapozice**. Slova jsou v těchto případech volně řazena za sebou, někdy mohou být odděleny mezerou nebo i rozdělovníkem.

Pro upřesnění termínu přidáváme ještě definici juxtapozice ze *Slovníku lingvistických termínů pro filology* : „ prosté umístění dvou n. více slov ap. vedle sebe (do výrazu, fráze, kompozita ap.), bez vyjádření vztahu mezi nimi (beze změny jejich podoby), spřahování, srov. *pantáta*, *obranyschopný*“

U našich vyexcerpovaných kompozit jsme narazili i na termíny, kde jedna část byla původem z cizího jazyka

- z italské : *pizzamania*
- z angličtiny : *culture Internet*
web-manifestants (web-zkratka z World Wide Web)
radiozapping (z anglického *to zap*-přepínat)

⁴¹ Převzáno z : Hendrich,J.-Radina,O.-Tláskal,J.: Francouzská mluvnice. Nakladatelství Fraus, Plzeň 2001. s. 103

⁴² Grevisse,M.: *Le Bon usage*. Paris 1949, s.102

Následující příklady juxtapozicí jsme objevili v různých médiích. Ve většině případů jde o pouhé spojení dvou známých elementů, které utvoří srozumitelný výraz, ale některé z nich je nutné blíže okomentovat (viz kapitola 4.6.).

- *cyber bon*
- *pizzamania*
- *culture Internet*
- *web-manifestants*
- *héro-vampire*
- *l'homme poisson*
- *l'effet Sarkozy*
- *la loi antiburqa*
- *l'affaire Bettencourt*
- *radiozapping*

4.3.2.2 „*Composition savante*“

Kompozice nazvaná vědecká, učená nebo knižního typu („*savante*“) používá ke skládání slov části latinských a řeckých výrazů.

- **mane** : Facebookomane
- **octo** : octomum (ang. *mum* = maminka)
- **phobe** : Facebookophobe

- **phobie** : islamophobie
- **scope** : Figaroscope
- **scopie** : Africascopie
- **sphère** : blogosphère, médiosphère

4.3.2.3 „Mots-valises“

Kompozice, jako způsob tvoření nových slov spojováním dvou nebo více elementů, je bezesporu nejstarší. Relativně mladý je oproti tomu proces vzniku novotvarů pomocí slov, která jsou určitým způsobem zkrácena a spojována. Příklady této tendence nalezneme v literatuře od 16. století:

Rabelais – *sorbonagre* (Sorbonne + onagre – druh osla)

Rostand – *ridicoculiser* (ridiculiser + cocu)

Ionesco – *cordoléance* (cordial + condoléance)

Prévert – *alcoonel* (alcool + colonel)⁴³

Od 19. století se tento typ kompozice uplatňoval v technické a vědecké terminologii. Na přelomu 20. a 21. století se dostává do popředí, a to hlavně v jazyce médií a v reklamě. Reklama a média využívají netypickou formu slov, která na první pohled zaujme, vzbudí zvědavost a pobaví. Lingvisté nejsou v popisu tohoto slovotvorného procesu jednotní a používají mnoho termínů: „ *emboîtement* (Jakobson), *mot-centaure* (Le Bidois), *mot porte-manteau* (Riffaterre), *mot télescope* (Pei et Gaynor), *composé avec abrègement* (Goose, Křečková), *croisement*, *mot-gigogne*, *mot-tiroir*, *télescopage*, *amalgame*. L.Guilbert propose le terme *acronyme*, R. Galisson (1991) préfère *mot articulé*. A. Niklas-Salminen (1997:86) parle de *contamination* de

⁴³ Převezáno z: Uvírová, J.: „Chiballa, Juppín, Pasquasconi, ces créatures sauvages. Le jeu de mots promu au rang de procédé lexical régulier?“. In: Holeš, J. – Uvírová, J., ed.: École doctorale Olomouc: Créativité – défis et enjeux. Romanica Olomucensia XI, Philologica 79, AUPO. Olomouc 2002, s. 63.

mots.“⁴⁴ V češtině existují pro tento slovotvorný postup termíny *kontaminace* nebo *kontrakce*, které však popisují pouze proces tvoření novotvaru, nikoliv výsledný tvar.

Společně s Jitkou Uvírovou⁴⁵ dáváme přednost termínu „**mot-valise**“, pro jeho zábavnou a metaforickou formu. Termín je kalkem z anglického slova *portmanteau word* (*portmanteau* = skládací cestovní vak, *word* = slovo), které použil Lewis Carroll a převzal ho Georges Ferdière. Metafora skládání různých částí do sebe je mezi cestovním vakem a slovy, která se také skládají „do sebe“ a utvoří jeden výraz.

Aby mohlo být mot-valise vytvořeno, musí mít obě slova, která k tomu slouží, nějakou společnou část, skrze kterou se tato kontrakce dvou slov v jedno provede. Podle typů elementů, ze kterých je „mot-valise“ složeno, je můžeme rozdělit do tří skupin.

1) První část je redukována (apokopa), druhá zůstává nezměněna

Br/ad + Angelina – *Brangelina*

ciné/ma + man (ang.) – *cinéman*

ciné/ma + marque - *cinémarque*

dictionnaire (dico) + land(ang.) – *dicoland*

fant/aisie + illusion - *Fantillusion*

français (franco) + mot - *Francomot*

imagina/tion (imagina/tif, imagina/ire) + chaîne – *imaginachaîne*

peo/ple (ang.) + politique – *peopolitique* (*peopolitiquement, peopolitisation*)

poli/tique + tic – *poli-tic*

Sarko/zy + land – *Sarkoland*

^{44, 24} Uvírová, J.: „Chiballa, Juppín, Pasquasconi, ces créatures sauvages. Le jeu de mots promu au rang de procédé lexical régulier?“. In: Holeš, J. – Uvírová, J., ed.: École doctorale Olomouc: Créativité – défis et enjeux. Romanica Olomucensia XI, Philologica 79, AUPO. Olomouc 2002, s. 64-65.

Sarko/zy + Berlusconi (+ subst.přípona *-isme*) - *sarkoberlusconisme*

techno/logie + loisir – *technoloisir*

2) První část zůstává nezměněna, druhá část je redukována (afereze)

Nike + Nic/olas Sarkozy – *Nikeolas Sarkozy*

tennis + mus/éum – *tenniseum*

web (ang.) + docu/ment/s - *webdocus*

3) Obě části jsou redukovány (apokopa a afereze / apokopa a apokopa)

burq/a + bik/ini – *burqini*

clav/ier + b/avardage – *clavardage*

présiden/tielles + can/didate – *présidendidate*

Sarko/zy + Chau/cescu – *Sarkocescu*

Sidney Go/uvou + vu/vuzela – *Govuzela*

“Mots-valises“ jsou využívána díky jejich zábavné a poutavé formě nejenom žurnalisty, ale jsou předmětem „her se slovy“ pro mnoho spisovatelů, a také jako součást výuky francouzského jazyka ve školách. O těchto aktivitách se v naší práci krátce zmíníme, protože jsou zajímavé v kontextu vnímání a užívání jazyka. Ukazují, že tvorba „mot-valise“ není jen jedním ze slovtvorných postupů, ale že se jedná i o určitou formu zábavy spjatou s jazykem.

Jedním z autorů, kteří se těmito jazykovými hříčkami intenzivně zabývají, je **Alain Créhange**. Napsal dvě knihy, které mají podtitul „Dictionnaire de mots-valises“.

- *Le pornithorynque est un salopare* (Mille et une nuits, 2004)
- *L'anarchivist et le biblioteckel* (Mille et une nuits, 2006)

Autor sám nová slova vytváří a z naší vzájemné komunikace přes emaily jsme se dozvěděli, že jich vytvořil už zhruba 1500. Jak píše, zabývá se jimi hlavně pro radost z jazyka.

„Mes mots-valises ne traduisent donc pas vraiment une "réalité langagière contemporaine" : ce sont plutôt des créations, destinées à amuser le lecteur plutôt qu'à rentrer dans la conversation courante...“⁴⁶

Pro veřejnost organizuje i kurzy tvoření mot-valise, které proběhly letos již dvakrát. Pro představu o jeho způsobu práce citujeme pár vytvořených novotvarů.⁴⁷

AFRIC. Continent qui manque désespérément d'argent.

ANTICLOPÉDIE. Ouvrage qui rassemble toutes les connaissances existantes en matière de lutte contre la consommation de tabac.

BIBLIOTECKEL. Chien à pattes courtes, adapté à la chasse au rat de bibliothèque.

FINANÇAILLES. Préliminaires au contrat de mariage.

LAVABOSS. Chef de cabinets.

MARADONAI. Dieu du stade.

PAPARAZZITE. Photographe qui assure sa subsistance en s'introduisant subrepticement dans la vie privée des stars.

STRICTEASE. Déshabillage qui reste dans les limites de la décence.

ZOOLA (ÉMILE). Écrivain français dont l'œuvre est considérée par certains critiques comme l'exposition d'une galerie de bêtes humaines.

Jak je možné pomocí „mot-valise“ oživit výuku francouzštiny jsme se dozvěděli na stránkách akademie v Nancy-Metz. Zdejší studenti, inspirováni novotvary, jejichž autorem je *Alain FINKIELKRAUT*⁴⁸, měli za úkol vytvářet nová slova a popřípadě je graficky ztvárnit. Některé výsledky jejich snah předkládáme pro oživení naší práce v příloze č.2.

⁴⁶ Citujeme z osobního mailu s autorem, který je v příloze č. 1

⁴⁷ Příklady z internetových stránek autora http://pagesperso-orange.fr/alain.crechange/frmotval_d.htm

⁴⁸ Francouzský filozof, spisovatel a esejista.

4.3.3 Abreviace

Zkratky a zkratková slova se vytváří proto, aby v jazyce zjednodušily dlouhé složité výrazy a urychlily komunikaci. Jejich masivní rozvoj nastal ve druhé polovině 20. století a pokračuje dosud. Je spjat s rychlým vývojem moderních technologií a s potřebou rychle a jednoznačně se vyjádřit. Důležitá oblast pro rozvoj tohoto slovtvorného procesu je v internetové komunikaci a v mluvě mladých, kteří se maximálně snaží odlišit a zjednodušit vyjadřování. Zkrácené tvary slov samozřejmě vznikají v každodenním životě všech mluvčích. Z běžně mluveného jazyka potom velmi často pronikají i do psané podoby a objevují se i v médiích. Žurnalisté je používají z ekonomických důvodů, ale také aby se přizpůsobili a přiblížili nejširšímu spektru čtenářů.

Proces redukování slov se v jazyce projevuje různými způsoby. Termínem „*truncation*“ (zkracování) označujeme proces, při kterém je ve slově potlačena jedna nebo více slabik. Pokud se jedná o „*zánik, vypuštění, odpadnutí koncové hlásky slova*“⁴⁹, jde o **apokopu**. Velmi časté byly při našich excerpcích v médiích výrazy vytvořené zkrácením a následným přijetím argotické koncovky – *o*.

- *accroché - accro*
- *adolescent - ado*
- *apéritif – apéro*
- *aristocrate – aristo*
- *combinaison – combo*
- *écologique, écologiste – écolo*
- *fasciste – facho(s)* -z této zkrácené verze se ve verlanu vytvořil termín *chofas*
- *intellectuel/elle – intello* (fam., pej.)
- *manifestation - manif*
- *matériel – matos*
- *Mc Donald's – Mc Do*
- *mégalomanie - mégalo*
- *narcotrafiquant – narco*

⁴⁹ Lotko,E.: *Slovník lingvistických termínů pro filology*, Olomouc 2000.

- *Nouvel Observateur – Nouvel Obs*
- *professionnel – pro*
- *provocation – provoc*
- *psychologue – psy*
- *quadruple – quad*
- *restaurant – resto, restau(s)*
- *Sarkozy – Sarko*
- *Ségolène – Ségo*
- *top-modèle – top(s)*
- *vulgaire – vulgo*

Druhý typ je **afereze**, kterou charakterizuje „trvalé odsouvání počátečních hlásek *n. slabik z ekonomických n. metrických důvodů*“⁵⁰. Při našich excerpcích jsme zástupce tohoto slovtvorného procesu bohužel nenašli.

Co se týče zkratk samotných, převažuje v médiích typ iniciálové zkratky, která je utvořena z prvních písmen víceslovných pojmenování. V tisku jsme nejčastěji narazili na zkratky politických stran, fotbalových klubů a státních institucí.

- OM (Olympique de Marseille)
- PSG (Paris Saint-Germain)
- UMP (Union pour un Mouvement Populaire)
- SNCF (Société Nationale des Chemins de fer Français)
- VIP (z ang. Very Important Person)
- PME (Petites et Moyennes Entreprises)

4.3.4 Výpůjčky

Výpůjčka může pocházet buď z jiného jazyka, nebo z jiné variety stejného jazyka.

⁵⁰ Lotko, E.: Slovník lingvistických termínů pro filology, Olomouc 2000.

4.3.4.1 Cizí jazyky

Lexikologové francouzského původu Henriette Walter a Gérard Walter provedli analýzu 70 000 slov ze slovníků Le Petit Larousse a Le Petit Robert. Zjistili, že 8088 termínů, což je 11% korpusu, jsou výpůjčky z cizích jazyků. Narazili na 120 různých jazyků, z nichž největší zastoupení měla s 2527 slovy angličtina a na druhém místě byla italština s 1077 slovy.⁵¹ Výsledky naší excerpcce ve francouzských médiích tuto tendenci potvrzují.

U slov přejatých z cizího jazyka můžeme podle encyklopedie Larousse rozlišit dvě kategorie výpůjček – „**emprunt de nécessité**“ a „**emprunt de luxe**“.⁵²

První popisuje novou skutečnost, která dosud v daném jazyce neexistovala, nebyla popsána a je třeba ji pojmenovat. Překlady jsou v těchto případech krkolomné a nepoužitelné, proto se přejímají cizojazyčná slova. Jde o výrazy typu *sudoku*, *cow-boy*, *whisky*. Louis Guilbert nazývá tuto skupinu jako „výpůjčky denotativní“.⁵³

Druhá kategorie, „výpůjčky konotativní“⁵⁴ nebo „*emprunt de luxe*“, jsou jednoduše řečeno výpůjčky logicky zbytečné a nepotřebné. Jedná se o používání cizojazyčných termínů souběžně s odpovídajícími výrazy ve francouzštině. Užívání například anglicismů je v mnoha případech považováno za znak modernosti a světovosti a žurnalisté ve snaze „být in“ používají čím dál více anglických výrazů. V oblasti informačních technologií je tento trend ještě pochopitelný, ale když nacházíme v běžném francouzském textu slova jako *boom*, *zoom* nebo *shopping*, ptáme se, jestli je to opravdu nutné, a jestli si Francouzi dobrovolně „nekaží“ svůj jazyk. Na toto téma existuje mnoho názorů a my jsme tuto problematiku blíže nastínili v kapitole č.3.

Co se týče cizích jazyků, tak speciální skupinu tvoří výpůjčky z arabštiny a cikánštiny, které pronikají hlavně do mluveného jazyka. Jedná se o mluvu obyvatel předměstí, kteří jsou v blízkém kontaktu s přistěhovalci, jež tvoří v metropolitní Francii

⁵¹ Převzáno z http://www.tlfq.ulaval.ca/axl/francophonie/HIST_FR_s9_Fr-contemporain.htm

⁵² Převzáno z internetové encyklopedie <http://www.larousse.fr/encyclopedie/nom-commun-nom/emprunt/47387>

⁵³ „emprunts dénotatifs“ – Guilbert, L.: La créativité lexicale. Librairie Larousse, Paris 1975. s. 91

⁵⁴ „emprunts connotatifs“ - Guilbert, L.: La créativité lexicale. Librairie Larousse, Paris 1975. s. 91

asi 8% populace. Pro představu uvádíme několik ukázek z bakalářské práce Radima Žatky.⁵⁵

Příklady z **arabštiny** byly v průběhu integrace různě modifikovány a přizpůsobili se francouzským morfosyntaktickým pravidlům.

- *maboul* (z *mahboul*) : fou (blázen)
- *clebs* (z *kelb*) : chien (pes)
- *kif* (z *kaif*) : drogue (droga)

V posledních letech zaznamenala vzestup u mladé generace i slova pocházející z **cikánštiny**, která končí na *-av/ ave*. Do francouzštiny přechází v ustálené formě, bez skloňování a časování.

- *rodav* : regarder, surveiller (sledovat)
- *croutav* : manger (jíst)
- *bedo* : cigarette de haschisch (cigareta z hašiše)
- *gadjo* : garçon (kluk)

Kromě slov přejatých z angličtiny, která byla v absolutní převaze, se v médiích objevily i výrazy například z italštiny, španělštiny a japonštiny.

- **Italština:** *prima donna* (první dáma, primadona), *pasta* (těstoviny, těsto)
- **Španělština:** *le paseo* (promenáda), *le clasico* (výraz El Clásico je původně duel dvou významných španělských fotbalových klubů – Barcelona vs. Madrid, a používá se pro označení jakéhokoliv významného fotbalového derby), *un macho* (chlap)
- **Japonština:** *sudoku* (logická hra), *tamagoshi* (kapesní elektronická hračka), *manga* (japonský styl kresby a malby, užívaný hlavně v komiksech)

U anglicismů jsme se teoreticky zastavili již v kapitole 2.2, zde pouze předkládáme konkrétní výsledky naší excerptce. V tabulce uvádíme všechny anglicismy v jejich původní verzi, na které jsme v médiích narazili. Připojujeme i jejich význam v

⁵⁵ Žatka, R.: Le français des jeunes d'aujourd'hui, Olomouc 2010.

češtině. Výrazy z angličtiny, které se již v mluveném jazyce hojně vyskytují, ale dosud se nedostaly do slovníku (jsou brány jako „čerstvé“ neologismy), blíže určujeme ve slovníkovém seznamu v kapitole 4.6. V tabulce jsou označeny hvězdičkou.

ANGLICISMUS	ČESKÝ VÝRAZ
<i>best-sellers</i>	bestseller
<i>boom</i>	velký rozvoj
<i>boosté *</i>	velmi úspěšný
<i>box office</i>	kasovní výsledek
<i>buzz *</i>	povyk, drby
<i>bye-bye</i>	nashledanou, nazdar
<i>cartoon</i>	komiks
<i>clubbeurs *</i>	návštěvníci nočních podniků
<i>coach culinaire</i>	instruktor vaření
<i>cool, coolitude *</i>	senzační, úžasný
<i>dance-floors</i>	taneční parkety
<i>dream team *</i>	tým snů (výběr)
<i>e-books *</i>	internetové knihy
<i>end</i>	konec
<i>fast food</i>	rychlé občerstvení
<i>fight *</i>	boj
<i>first ladies</i>	první dáma
<i>garden-party</i>	zahradní slavnost
<i>geek *</i>	výraz označující osobu, která se intenzivně zabývá světem počítačů a internetem
<i>glamour girl</i>	půvabná dívka
<i>googler *</i>	hledat na Googlu
<i>hamburger</i>	hamburger
<i>home-cinéma</i>	domácí kino
<i>hooligan</i>	fotbalový fanoušek - výtržník

<i>hype</i>	novinka, kterou všichni musí mít, reklamní hit
<i>jouer live</i>	hrát živě
<i>junk food</i> *	nezdravé jídlo
<i>la „fast fashion“</i> *	kolekce oblečení navržená podle nejnovější módy, v co nejkratším čase
<i>la star, ex-star</i>	hvězda ve výnamu úspěšný umělec, bývalá hvězda
<i>le „cheap and chic“</i>	levné a slušivé
<i>le „no man's land“</i>	země nikoho
<i>le côté „happy“</i>	šťastná část
<i>le ground zero</i> *	výchozí bod
<i>le jean</i>	džíny
<i>le leader</i>	vůdce
<i>le making of</i>	dokument o natáčení filmu
<i>le must</i>	nezbytnost
<i>le show, un talk-show, reality show, one-woman-show</i> *	podívaná, šou, rozhovor, televizní šou, ukazující realitu, pořad jedné ženy
<i>le travelling</i>	technika posunu kamery
<i>les flash-back</i>	záblesk minulosti, zpětný záběr
<i>les mamans „in“</i>	módní maminky
<i>les menus „supersize“</i> *	superverlký
<i>les outsiders</i>	outsider
<i>les townships</i>	černošské čtvrti
<i>look, relookage, relooking</i>	vzhled, změna vzhledu
<i>mégablockbuster</i> *	očekávaná bomba, senzace (film)
<i>mummy power</i> *	síla mateřství
<i>news magazine</i>	zpravodajský časopis
<i>on line</i> *	připojen
<i>open</i>	otevřený
<i>posh</i> *	extra, nóbl, luxusní

<i>prep school</i> *	přípravka
<i>remake</i>	nové zpracování
<i>road movie</i>	road-movie (film o cestě)
<i>scorer</i> *	bodovat
<i>sexy</i>	přitažlivý, sexy
<i>shooting</i> *	natáčení filmu
<i>shopping mode</i>	móda nakupování
<i>sketch</i>	skeč, náčrt
<i>so perfect</i>	perfektní
<i>sold out</i> *	výprodej
<i>spam</i>	nevyžádané, internetem masově šířené sdělení, nejčastěji reklamní
<i>sparring partner</i>	partner v boji
<i>speed dating</i> *	rychloseznamka
<i>starlette</i>	hvězdička (začínající umělkyně)
<i>teenage girls</i>	dospívající dívka
<i>toy-boy</i> *	velmi mladý partner starší ženy
<i>trackback</i> → <i>trackbacker</i> *	trackback je metoda, jak autor nějakého příspěvku na svém blogu informuje autora jiného příspěvku, že o něm píše → sloveso
<i>trendy</i>	módní, trendový
<i>un playboy</i>	světák, fešák, plejboj
<i>une pin up girl</i>	modelka z plakátu, z kalendáře
<i>web,net</i>	internetová síť
<i>zoom</i>	zaostření

4.3.4.2 Argot

Výpůjčky mohou kromě cizích jazyků pocházet také ze stejného jazyka, ale z jiné jeho variety. Existuje mnoho různých „francouzštin“, rozdělených podle toho, v jakém prostředí se používají. Rozlišujeme potom například: „*français parlé, français*

littéraire, français des jeunes, français populaire, français familier, français parisien, français canadien“⁵⁶ Pokud varieta odráží mluvu různých sociálních skupin, mluvíme o sociolektu, kterým je například argot.

Argot je výrazivo (někdy záměrně polosrozumitelné) typické pro sociálně okrajovou skupinu. Preferuje expresivní slova, výpůjčky a různé druhy kódovaných forem. V jazyce mladých Francouzů se vyskytuje mnoho těchto „slovních hříček“, jejichž soubor se nazývá *verlan* (sám název je slovní přesmyčkou z výrazu *à l'envers*) a je založen na přehazování slabik ve slově.

Příklady užití slov z **argotu a verlanu** se čím dál častěji objevují například v televizním vysílání, zvláště v pořadech pro mladé. Komentátoři se snaží přizpůsobit, přiblížit se světu adolescentů, ukázat, že jsou „in“, a používají proto módní výrazy.

„*C'est magedo, on était bien parti!*“ („magedo“ = verlan z « dommage »)

„*Je kiffe ma life comme disent les jeunes*“ (= „j'aime ma vie“)⁵⁷

Při pročítání periodik jsme na pár příkladů z argotu také narazili (*Paris Match* 3149, 2009, s.32, 34 a *Paris Match* 3152, 2009, s.59).

- *mec* (chlap, borec)
- *pognon* (peníze)
- *chier* (štvát, srát někoho)
- *bossier* (pracovat)
- *clope* (cigareta)
- *pote* (kámoš)
- *papelard* (svatoušek, pokrytec)
- *flics* (policajt)

⁵⁶ Yaguello, M.: Grand livre de la langue française. Paris, Seuil, 2003. s. 104

⁵⁷ Radim Žatka: Le français des jeunes d'aujourd'hui, Olomouc 2010, s.15.

Všechna slova jsme našli ve slovníku s poznámkou, že patří k argotu, a dva nalezené příklady byly i přímo z verlanu :

- *teuf* (fête - oslava)
- *teush* (shit = haschich - hašiš)

4.4 Vyhodnocení produktivity slovotvorných postupů u neologismů

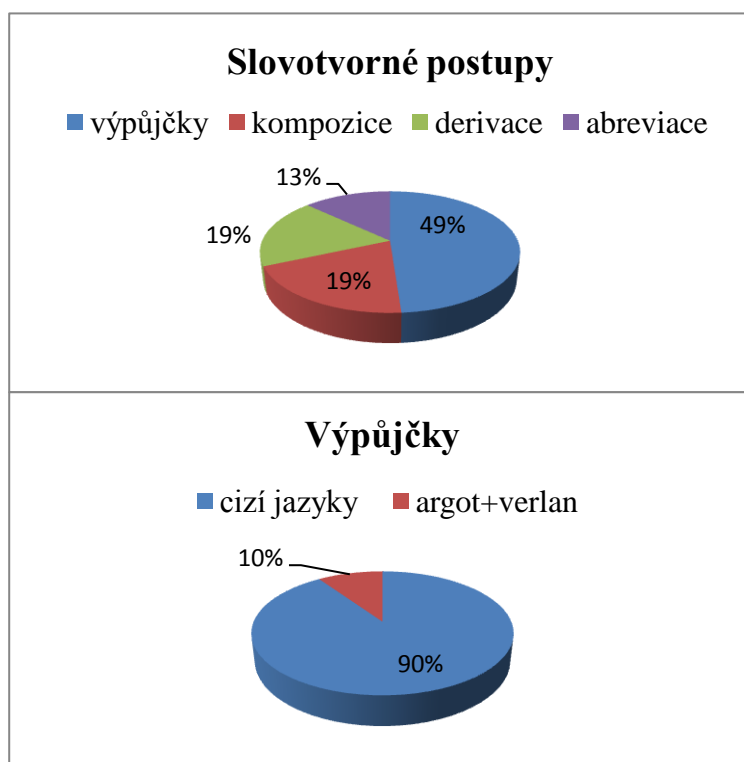
Abychom mohli posoudit, který slovotvorný postup je nejčastější při tvorbě novotvarů používaných v médiích, seřadili jsme si všechny vyexcerpované termíny do grafů, které nám pomohou odhalit požadované informace.

Nejprve jsme shrnuli obecně všechny postupy a poté jsme pro ně jednotlivě vypracovali konkrétní grafy.

Graf „Slovotvorné postupy“ jasně ukazuje, že výpůjčky jsou nejproduktivnějším postupem u novotvarů v tisku. Kompozice a derivace jsou na druhém místě se stejným počtem příkladů a abreviací jsme našli nejméně. Výsledky tohoto grafu potvrdily naše předpoklady.

Ukázalo se, že co do počtu, jsou výpůjčky nejčastěji používanou formou

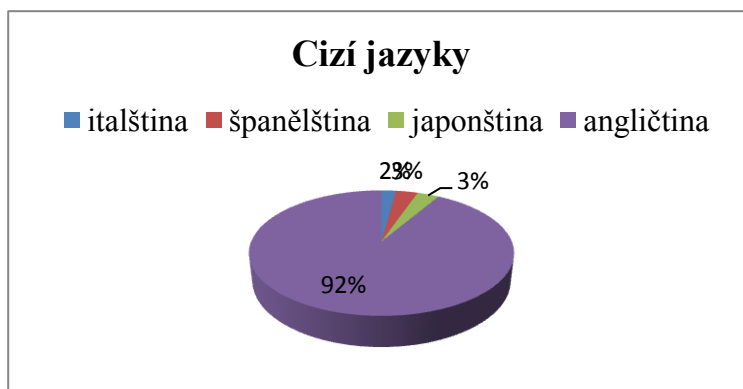
novotvarů a ozvláštnění v textu. Při excerpcích jsme objevili 10 výpůjček ze sociolektů a 94 slov z různých cizích jazyků. Tento počet jasně vede, ve srovnání s počtem derivátů, kompozit a zkrácených forem, a naznačuje směřování publicistického stylu ve



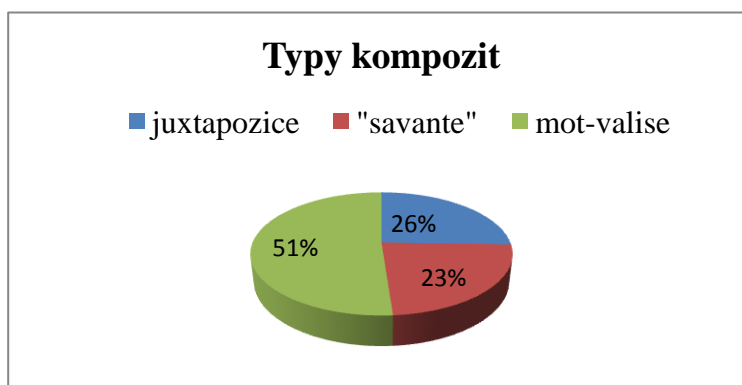
francouzských médiích spíše na přejímání cizích slov než na tvorbu nových výrazů z francouzštiny.

Kromě angličtiny, která má jasnou převahu, přejímá francouzština slova i z jiných jazyků. Jedná se buď o tzv. „*emprunts de nécessité*“⁵⁸, tedy slova, pro která ve francouzštině neexistuje adekvátní výraz,

protože popisují sociokulturní realie cizí země (například *sudoku*, *tamagoshi* nebo *manga* z japonštiny) nebo jde o výrazy, které jsou záměrně použity, aby přiblížily atmosféru dané země, o které se v článku píše. Jsou to výpůjčky typu *la pasta* (těstoviny, z italštiny) nebo *le paseo* a *un macho* (promenáda a chlap, chlapský, ze španělštiny).



Druhý nejčastěji využívaný slovotvorný postup po výpůjčkách byla kompozice. V rámci této skupiny výrazů vedla kompozita typu *mot-valise*, kterých jsme našli celkem 22, následovaly



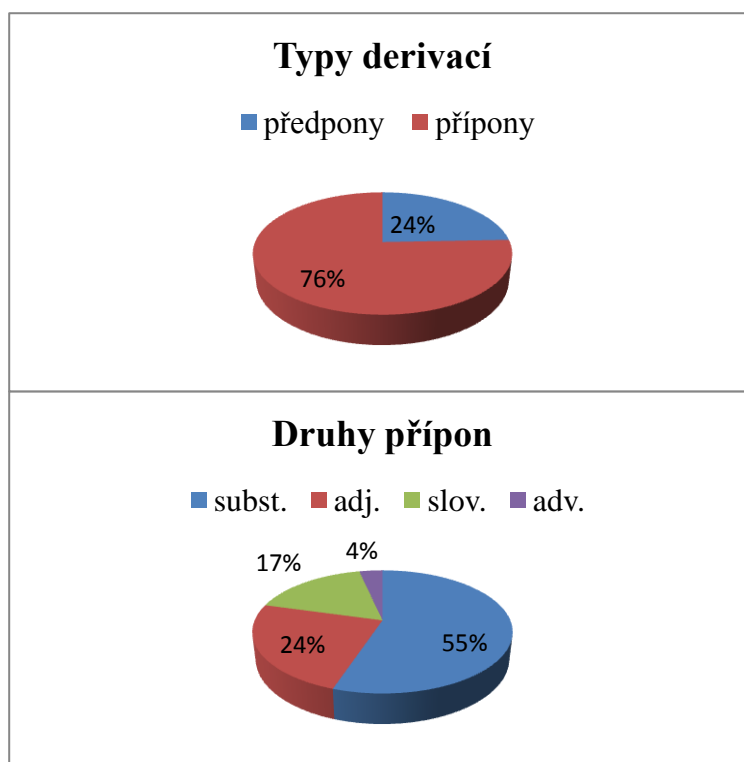
juxtapozice s 11 příklady a poslední bylo 9 slov, složených za pomoci latinských a řeckých částí. Mot-valise se v tisku vyskytují nejčastěji, protože poskytují žurnalistům

⁵⁸ Termín vysvětlen i v kapitole 4.3.4.1

možnost kreativně se vyjádřit a tím i zaujmout, což bývá hlavní úkol například novinových titulků.

Slova odvozená pomocí přípon se vyskytovala ve třičtvrtině případů a zbytek byly deriváty tvořené přidáním předpon.

Poslední graf ukazuje, že nejproduktivnější při tvorbě nových slov jsou substantivní přípony a následují přípony adjektivní a slovesné.



4.5 Politické neologismy

„Zdá se, že tvoření nových slov se stává „politickým sportem“.“⁵⁹

Politické neologismy můžeme rozdělit na ty, které tvoří sami politici a na ty, které tvoří o politice píšící žurnalisté. Jelikož je předmětem naší práce průzkum v oblasti jazyka médií, budou příklady v této kapitole pocházet hlavně z druhé skupiny, čili ze sféry novinářských novotvarů.

Jak praví citát v úvodu této kapitoly, vymýšlení nových slov je v současnosti pro politiky prostředkem, kterým mohou upoutat pozornost. Je to míněno mírně

⁵⁹ Rey, A.: Lexi-com´ De bravitude à Bling Bling, Fayard 2008, s.142

nadneseně, protože „nová slova“ jsou většinou stvořena při nechtěném přechknutí. Při kampani před prezidentskými volbami v roce 2007 se oba kandidáti zviditelnili výrazy, které použili ve svých projevech. U Ségolène Royal to byl výraz „*bravitude*“, který podle internetové encyklopedie Wapedia znamená: „ *plénitude d'un sentiment de bravoure*“⁶⁰. Současný prezident Nicolas Sarkozy vytvořil ve svých veřejných vystoupeních dokonce čtyři novotvary: *Héritation*, *trentagénaire*, *fatitude* a *conquérance*. V deníku Le Figaro vyšel v lednu roku 2007 článek s titulkem „*La présidendidate Royal a linguistiquement manqué d'audacitude dans la néologismification*“, který obsahuje „chybně až fantasmagoricky vytvořené neologismy, právě s cílem zešměšnit kandidátku S. Royal, jejíž špatně použitý termín *bravitude* byl v médiích velmi komentován.“⁶¹ S cílem připomenout chybu někdejší prezidentské kandidátky použil autor titulku uměle vytvořené slovo *audacitude* místo *audace* a ještě termín *néologismification*, který by se dal vyložit jako zaplavení lexika neologismy.

Neologismy jsou často tvořeny kvůli mediální publicitě, pomáhají šířit politické ideje, názory a programy různých politických stran. Ty vytváří termíny jako *islamophobie* (popisuje vztah mezi kritikou církve a rasismu), *ultralibéralisme* (extremismus v obraně liberalismu) či *ratonnade antiblanc* (*ratonnade*- rasistické násilí původně proti obyvatelům Maghrebu, zde násilí proti „bílým“), které svou jednoduchostí, stručností a výstižností shrnou daný problém a dokáží zaujmout. V souvislosti s referendem o Ústavě Evropské unie v roce 2005 byla různě skloňována slova *oui* a *non* (ano či ne v referendu): *noniste*, *ouiste* (odpůrci a ti, co byli pro Ústavu), „*amis du oui*“, „*partisans du oui ou du non*“, „*sauver le oui!*“⁶².

Nejčastější jsou různě modifikované tvary osobních jmen politiků:

- *Fabiusien*, *Chiraquien*, *Mitterandien*, *Lepeniste*, *Sarkoziste*, *Villepiniste* – stoupenci jednotlivých politiků
- *La Chiraqui* – nejbližší okruh lidí politika nebo způsob vlády, pejorativní nádech

⁶⁰ „hojnost smyslu pro statečnost“ http://wapedia.mobi/fr/Expression_ou_n%C3%A9ologisme_politique

⁶¹ Citujeme ze soukromé korespondence s vedoucí práce Jitkou Uvírovou.

⁶² Příklady z *Libération*, 31.3.2005

- *Busherie* – kritika politiky George W. Bushe, hlavně při vedení války v Iráku. Foneticky blízké s „*boucherie*“ (řeznictví, jatka, krveprolití)

Alain Rey pojmenoval jednu kapitolu ve své knize „*Goujaterie*“⁶³, neboli hulvátství, sprost'áctví či hrubiánství. Jedná se o fenomén, který vládne dnešnímu jazyku médií a týká se právě osobních jmen politiků. Žurnalisté nejen že nepoužívají tituly Madame, Mamdemoiselle a Monsieur (popřípadě jejich zkratky Mme, Mlle, M.), ale stalo se samozřejmostí, že příjmení politiků jsou ještě různě zkracována. Neuvádí ani jiné druhy titulů nebo hodností (prezident, kancléřka atd.), takže ve francouzském tisku se setkáme nejčastěji s holými tvary příjmení jako „*Chirac*“, „*Merkel*“, „*Sarko*“ (Nicolas Sarkozy), „*Ségo*“ (zde jde dokonce o zkratku křestního jména Ségolène Royal).

Nejvíce je v současných francouzských médiích skloňováno jméno aktuálního prezidenta Nicolase Sarkozyho. U každého výrazu uvádíme stručné vysvětlení a v poznámkách pod čarou udáváme pramen, kde byl příklad nalezen.

- *Sarkoland*⁶⁴ (nejbližší prezidentovi spolupracovníci)
- *Sarkozysme*⁶⁵ (politika vedená N.Sarkozym)
- *antisarkozysme*⁶⁶ (opozice N.Sarkozyho)
- *La France anti-Sarko*⁶⁷ (Francie zaměřená proti N. Sarkozymu)
- *L'effet Sarkozy*⁶⁸ (prezident se zajímal o praktiky telefonní společnosti a té díky tomuto zájmu, který Sarkozy vyvolal v médiích, stouply tržby)
- *Nike-olas Sarkozy*⁶⁹ (slovní hříčka se jménem prezidenta reflektuje jeho zájem o běhání (ve sportovních botách značky Nike))

⁶³ Rey,A.: Lexi-com´ De bravitude à Bling Bling. Fayard 2008. s. 81 a 186

⁶⁴ Paris Match 3149, 2009.s.110

⁶⁵ Le Point 1676, 2004.s.22

⁶⁶ Paris Match 3156, 2009.s.108

⁶⁷ Paris Match 3152, 2009.s.117

⁶⁸ Paris Match 3149, 2009.s.112

⁶⁹ Tento výraz pochází sice z českých novin, ale zařazujeme ho, protože je zajímavý http://zpravy.idnes.cz/francouzstina-uz-ma-casy-nejvetsi-slavy-za-sebou-fbl-/kavarna.asp?c=A080722_140907_kavarna_bos

- *Sarkocescu*⁷⁰(Sarkozy srovnáván s někdejší rumunským diktátorem – Nikolai Chaucecu)
- *Sarkoberlusconisme*⁷¹(spolupráce Itálie a Francie – Berlusconi a Sarkozy)
- *Le collectif „No Sarkozy“*⁷²(odpůrci Sarkozyho)
- *Sarkophiles, sarkophobes*⁷³(stoupenci a odpůci Sarkozyho)
- *Sarkosphère*⁷⁴(vše kolem Sarkozyho)
- *Sarko - buzz*⁷⁵(rozruch, klepy v souvislosti s N.Sarkozym)
- *hyperprésidence*⁷⁶, *hyperprésident*⁷⁷, *omniprésident*⁷⁸(všudypřítomný prezident, myšleno v médiích)

Poslední tři termíny popisují úkaz, stále častější v politice posledních let. Prezident Sarkozy se velmi často objevuje v médiích, kde se více než politika řeší jeho osobní život. „*Omniprésident*“ je sloví hříčkou k „*omniprésent*“ (všudypřítomný), podobný význam má i „*hyperprésident*“ (přehnaná prezentace v médiích) a jeho působení v prezidentském úřadu – „*hyperprésidence*“. S tímto tématem souvisí i další nově vytvořené výrazy, které vychází z anglicismu „*people*“ (lidé, zde ve významu jako celebrity a hvězdy). Jde o posun ve vnímání politiků, kteří jsou bráni jako veřejně známé osobnosti, celebrity, a lidé mají právo znát jejich soukromý život. Opak je však pravdou a nově vytvořené termíny jsou spíše kritikou tohoto přehnaného medializování politických osobností. Úryvek z jednoho blogu deníku Le Figaro shrnuje tento nový fenomén, který se objevil po posledních prezidentských volbách (2007), a je jakousi „novou módou“: „*starisation des politiques et politisation des stars*“⁷⁹. K medializování soukromí politiků se přidává i příliv „hvězd“ do politiky, které mohou, jako všeobecně

⁷⁰ <http://www.niouzes.org/soc-divers/52366-avec-nicolae-sarkocescu-tout-devient-possible.html>

⁷¹ http://www.lemonde.fr/europe/article/2008/06/03/le-sarkoberlusconisme-avatar-latin-d-une-droite-europeenne-conquerante_1053053_3214.html

⁷² http://www.lemonde.fr/societe/article/2010/07/15/la-garden-party-du-14-juillet-a-ete-delocalisee_1388253_3224.html

⁷³ Rey,A.: Lexi-com´ De bravitude à Bling Bling. Fayard 2008. s.166

⁷⁴ Rey,A.: Lexi-com´ De bravitude à Bling Bling. Fayard 2008. s.54

⁷⁵ Rey,A.: Lexi-com´ De bravitude à Bling Bling. Fayard 2008. s.290

⁷⁶ <http://blog.veronis.fr/2007/10/sarko-moi-je-1.html>

⁷⁷ Paris Match 3146, 2009.s.62

⁷⁸ http://wapedia.mobi/fr/Expression_ou_n%C3%A9ologisme_politique

⁷⁹ „dělání z politiků hvězdy a z hvězd politiky“ <http://blog.lefigaro.fr/cgi-bin/mt/mt-search.cgi?search=politisation+des+stars&IncludeBlogs=37&limit=20>

známé a oblíbené osobnosti, zpopularizovat určitou stranu. Tyto tendence jsou v současnosti bohužel velmi živé a aktuální i na české politické scéně.

Setkali jsme se s následujícími spojeními:

- „*peopolitique*“
- invasion de la „*peopolerie*“ (reportáž z události, kdy prezidentská kandidátka Ségolène Royal pózovala pro jistou módní značku)
- „*peopolitisation*“
- a dokonce utvořené adjektivum „*peopolitiquement*“

Na závěr uvádíme ještě některé příklady z práce Jitky Uvírové⁸⁰, které demonstrují žurnalisty velmi oblíbené novotvary ze jmen politiků. Jedná se o zábavné slovní hříčky, mot-valise, složené většinou ze dvou jmen, která se navzájem různě blíže charakterizují.

- *Müsstler* (Mussolini + Hitler)
- *Chiballa* (Chirac + Balladur)
- *Chirospin* (Chirac + Jospin)
- *Pasquasconi* (Pasqua + Berlusconi)
- *Juppin* (Juppé + Jospin)
- *Sarkoléon* (Sarkozy + Napoléon)

4.6 Slovník vyexcerpovaných neologismů

Aby byla orientace v termínech, které jsme získali excerpací, přehledná, vypracovali jsme seznam ve formě slovníku. Zařadili jsme do něj slova, která můžeme označit jako aktuální neologismy, protože nejsou zatím v nejnovějším slovníku Le Petit Robert 2009. U každého výrazu jsme uvedli stručné vysvětlení významu, určili slovní druh, slovotvorný postup, popsali kontext, ve kterém se novotvar vyskytl, a udali jsme přesné místo, kde bylo slovo nalezeno.

⁸⁰ Uvírová, J.: „Mot-valise, mot promis pour le XXI^e siècle ?“. In: López Díaz, M., Montes López, M. (eds.): Perspectives fonctionnelles: emprunts, économie et variation dans les langues, *Actes du XXVIII^e Colloque de la Société internationale de linguistique fonctionnelle*, Saint-Jacques-de-Compostelle/Lugo, Lugo: Axac, 2006, s.225-228

<p>ANTIBURQUA (la loi) – subst., ze slov <i>burqua</i> (burka) a záporná předpona <i>anti</i>, kompozice ♦ Zákon proti nošení burky. „ <i>La loi antiburqua adoptée sans opposition à l'Assemblée.</i>“ (příklad z internetové verze <i>LeFigaro.fr</i>, 13.7.2010)</p>
<p>BOOSTÉ – adj., z ang. <i>booster</i> (podporovatel, propagátor), výpůjčka a derivace ♦ Propagovaný, podpořený. „ <i>Joseph O'Neill boosté par l'effet Obama</i>“ (<i>Paris Match</i> 3149, 2009, s. 30)</p>
<p>BUZZ – subst., výpůjčka z angličtiny ♦ Povyk, klepy. „ <i>Après un énorme buzz sur Internet, cette Anglaise électrise les festivaliers français.</i>“ (<i>Paris Match</i> 3144, 2009, s. 23)</p>
<p>CLUBBEUR – subst., z ang. <i>club</i> (noční podnik), derivace ♦ Návštěvník nočních klubů. „ <i>Le couple a acquis une stature internationale en organisant des soirées de légende à Ibiza. Aujourd'hui, tous les clubbeurs les connaissent.</i>“ (<i>Paris Match</i> 3143, 2009, s. 90)</p>
<p>COOLITUDE – subst., z ang. <i>cool</i> (uvolněný, „v pohodě“), derivace ♦ Jev, který nese známky uvolněnosti, charakterizuje něco mladistvého, zábavného. „...<i>Présenter ou ne pas présenter les news debout et en jeans. Un débat déclenché par M6 et sa nouvelle star de l'info, Claire Barsacq, qui revendique l'initiative de cette « coolitude ».</i>“ (<i>Paris Match</i> 3147, 2009, s.35)</p>
<p>DANCE-FLOOR – subst., výpůjčka z angličtiny ♦ Taneční parket. „ <i>...le magicien des dance-floors doit donner un nouveau show.</i>“ (<i>Paris Match</i> 3143, 2009, s.95)</p>
<p>DREAM TEAM – subst. z ang. <i>dream</i> (sen) a <i>team</i> (tým), výpůjčka ♦ Tým snů, výběr (zde basketbalové družstvo). „ <i>Dream team – ils sont cinq, c'est don une équipe type à eux tout seuls.</i>“ (<i>Paris Match</i> 3147, 2009, s. 74)</p>
<p>E-BOOK – subst., zkratka z ang. <i>electronic book</i>, výpůjčka ♦ Elektronická kniha.</p>

<p>„ Lire sur un autre support que le papier, voilà le nouveau tabou ... mais le prix des e-books, très voisin des Netbooks ... “ (Paris Match 3154, 2009, s. 115)</p>
<p>FACEBOOKIEN, IENE – subst. i adj., z ang. Facebook, derivace od názvu pomocí přípon ♦ Uživatel/ka sociální sítě nebo adjektivum facebookový. (získáno z praxe na internetu – diskuze, chaty)</p>
<p>FAST FASHION – subst., ang. <i>fast</i> (rychlý) a <i>fashion</i> (móda), kompozice → juxtapozice ♦ Termín popisuje módní kolekce, založené na nejnovějších trendech, které se dvakrát za rok prezentují na Fashion Week (týden módy ve světových metropolích). Podle těchto trendů jsou navrženy kolekce oblečení, co nejlevněji a nejrychleji vyrobeny, a prodávány například v síti obchodů H&M nebo Zara. „La « fast fashion » s’achète des habits neufs et une part de rêve“ (Paris Match 3146, 2009, s. 100)</p>
<p>FIGHT – subst., z ang. <i>fight</i> (boj), výpůjčka ♦ Zápas, sportovní utkání, ale i rvačka. „ Ce premier « fight » vite maîtrisé et les combattants se répandent dans la ville. “ (Paris Match 3154, 2009, s.42)</p>
<p>GEEK – subst., výpůjčka z angličtiny ♦ Výraz označující osobu, která se intenzivně zabývá světem počítačů a internetem. „ La génération „geek“ s’est infiltrée à l’Elysée ...Sarkozy n’est pas un geek, un accro à Internet. Il n’a pas le temps“ (Paris Match 3151, 2009, s. 112)</p>
<p>GOOGLER – verb., z ang. <i>Google</i> (internetový vyhledávač), výpůjčka a derivace → slovesná přípona ♦ Vyhledávat na Googlu. (termín získán z internetových debat)</p>
<p>GOVUZELA – subst., kompozice → mot-valise ze slov <i>Govou</i> (Sidney Govou- fotbalový hráč francouzské reprezentace) a <i>vuvuzela</i> (africký lidový hudební nástroj, známý z fotbalového Mistrovství světa 2010 v JAR) ♦ Spojení symbolu MS ve fotbale a jména jednoho z hráčů, které je foneticky blízké výrazu „vuvuzela“, symbolizuje v satirické písni o neúspěchu francouzských fotbalistů</p>

<p>jejich výkony. (http://www.lemonde.fr/sport/article/2010/06/13/le-govuzela-les-paroles_1372023_3242.html)</p>
<p>GROUND ZERO – subst., výpůjčka z angličtiny ♦ Základ, bod nula, výchozí bod. „<i>Dracula est le „ground zero“ de la littérature gothique</i>“ (Paris Match 3152, 2009, s. 40)</p>
<p>HÉRO-VAMPIRE – subst., kompozice → juxtapozice slov <i>héro</i> (hrdina) a <i>vampire</i> (upír) ♦ Hlavní hrdina filmové ságy, který je upír. „<i>Début du tournage dans un an. Robert Pattinson, le héros-vampire de la saga « Twilight ».</i>“ (Paris Match 3151, 2009, s. 45)</p>
<p>HYPERPRÉSIDENT – subst., kompozice → „composition savante“ <i>hyper</i> (z řečtiny nad, přehnaný, nejvyšší) + <i>président</i> ♦ Časově vytížený prezident. „<i>Dès mercredi soir, Nicolas Sarkozy est reparti pour un week-end prolongé au cap Nègre. Mais cette semaine, l’hyperprésident retrouve le rythme.</i>“ (Paris Match 3146, 2009, s. 62)</p>
<p>JUNK FOOD – subst., výpůjčka z angličtiny, <i>junk</i> (odpad, nečistoty, haraburdí) a <i>food</i> (jídlo) ♦ Nezdravé jídlo. „<i>On déguste à la terrasse des (bons) restaurants. Pas de junk food mais des grissini et des crudités...</i>“ (Paris Match 3147, 2009, s. 37)</p>
<p>L’HOMME POISSON – subst., ze slov <i>l’homme</i> (člověk) a <i>poisson</i> (ryba), kompozice → juxtapozice ♦ Člověk-ryba; člověk, který vydrží dlouho pod vodou (potápěč volného neboli nádechového potápění) „<i>Les champions de plongée en apnée s’aiment et s’entraînent à Nice. Nous avons rencontré l’homme-poisson et sa sirène.</i>“ (Paris Match 3157, 2009, s. 110)</p>
<p>MÉGABLOCKBUSTER – subst., z ang. <i>blockbuster</i> (trhák), výpůjčka + derivace (prefix <i>méga</i>) ♦ Mega trhák, velmi úspěšný film. „<i>...mais mon fantasme absolu, c’est d’être la star d’un vrai film d’action, un mégablockbuster avec baston et effet spéciaux!</i>“ (Paris Match 3149, 2009, s. 43)</p>

<p>MUMMY POWER – subst., z ang. <i>mummy</i> (maminka) a <i>power</i> (síla), výpůjčka ♦ Síla, moc matek. Oblíbený trend demonstrovat mateřství na veřejnosti. „ <i>La jambe gauche droit devant, un petit bout calé sur la hanche, et une paire de lunettes XXL: ce style « mummy power » fait l’unanimité chez les mamans « in » ...</i>“ (Paris Match 3152, 2009, s.50)</p>
<p>OCTOMOM – subst., z lat. <i>octo</i> (osm) a z ang. <i>mom</i> (matka), kompozice → lat. výraz z ang. ♦ Matka osmerčat. „ <i>Octomom. Elle est la mère la plus controversée d’Amérique. En donnant naissance, le 26 janvier dernier, à des octuplés (6 garçons, 2 filles).</i>“ (Paris Match 3143, 2009, s. 61)</p>
<p>ON LINE – subst., z ang. <i>on line</i> (na lince), výpůjčka ♦ Připojený na internet. (příklad pochází z paxe, z francouzských internetových chatů)</p>
<p>ONE-WOMAN-SHOW – subst., odvozeno z ang. spojení <i>one-man-show</i> (šou jednoho muže), výpůjčka ♦ Zábavná šou, která je založena pouze na vystoupení jedné ženy. „ <i>La cadette d’Alexandra fait plier de rire chaque soir Le théâtre du Temple avec son one-woman-show.</i>“ (Paris Match 3154, 2009, s. 37)</p>
<p>PANTHÉONISÉ – adj., ze jména <i>Panthéon</i>, derivace ♦ Posmrtné uložení v Panthéonu. „ <i>Qui sera le prochain panthéonisé? Nous sommes en mesure de vous annoncer que ce sera Paulette Nardal.</i>“ (http://www.slate.fr/story/13721/camus-sarkozy-pantheon-entree-polemique-prochain-critere)</p>
<p>PASTA – subst., výpůjčka z italštiny ♦ Těstoviny. „ <i>Son plat préféré? La « pasta », bien sûr!</i>“ (Paris Match 3144, 2009, s. 58)</p>
<p>PEOPOLERIE – subst., z ang. <i>people</i> (lidé → celebrity) a <i>politique</i> (politika), kompozice → <i>mot-valise</i> (<i>peopolitique</i>) + derivace ♦ Jev, při kterém se politické osobnosti stále častěji prezentují v médiích jako celebrity a odhalují své soukromí. „De plus, on assiste à une invasion de la « peopolerie ». Plus personne ne serait surpris de voir Ségolène Royal poser pour Zadig & Voltaire par exemple...“ (Paris Match 3146, 2009, s. 100)</p>

<p>POSH – adj., z ang. <i>posh</i> (luxusní, snobský), výpůjčka ♦ Luxusní, snobský, extra. „ <i>Scolarisé dans un établissement « posh » de Londres, elle défile tous les jours à l'heure des mamans au côté de Claudia Schiffer.</i> “ (Paris Match 3149, 2009, s. 41)</p>
<p>PREP SCHOOL – z ang. <i>prep</i> (přípravný) a <i>school</i> (škola), výpůjčka ♦ Přípravka na školu. „ <i>Clementine porte son uniforme d'été avec les initiales de sa « prep school »</i> (Paris Match 3149, 2009, s. 41)</p>
<p>PRÉSIDENTIDATE – subst., kompozice → mot-valise ze slov <i>président</i> (prezident) a <i>candidate</i> (kandidátka- osoba) ♦ Prezidentská kandidátka. „ <i>La présidentidate Royal a linguistiquement manqué d'audacitude dans la néologismification...</i> “ (Le Figaro.fr, 19.1.2007)</p>
<p>RADIOZAPPING – subst., z ang. <i>to zap</i> (přepínat), kompozice → juxtapozice ♦ Polední výběr z ranních vysílání v rádiích (název rubriky). (Le Monde, 18.6.2010)</p>
<p>SARKOLAND – subst., kompozice → mot-valise ze jména <i>Sarkozy</i> a z ang. výpůjčky <i>land</i> (země) ♦ Nejbližší okruh spolupracovníků prezidenta Sarkozyho. „ <i>Vous parlez souvent du „Sarkoland“ comme d'une terre étrangère ... Le Sarkoland, c'est le premier cercle du président. Je n'en fais pas partie, c'est comme ça.</i> “ (Paris Match 3149, 2009, s. 110)</p>
<p>SCORER – verb., z ang. <i>to score</i> (skórovat), výpůjčka a derivace ♦ Skórovat, uhrát bod. „ <i>Ils sont prêts à « scorer » sous le panier du célèbre gymnase Pierre-de-Coubertin, à Paris.</i> “ (Paris Match 3147, 2009, s. 74)</p>
<p>SEXYGÉNAIRE – subst., slovní hříčka ze slova <i>sexagénaire</i> (šedesátník), analogie ♦ Přitažlivý šedesátník. „ <i>Le temps ne semble pas avoir de prise sur ce «sexygénaire»</i> “ (http://madame.lefigaro.fr/celebrities/en-kiosque/2841-entretien-avec-richard-gere)</p>
<p>SHOOTING – subst., výpůjčka z angličtiny ♦ Natáčení filmu. „ <i>Avant ce shooting</i></p>

<p><i>intansif, elle dévore la coupelle d'amandes ...“ (Paris Match 3151, 2009, s. 118)</i></p>
<p>SOLD OUT – subst., výpůjčka z angličtiny ♦ Výprodej. „ <i>...dans quelques magasins sélectionnés, « sold out » est attendu...“ (Paris Match 3146, 2009, s. 100)</i></p>
<p>SPEED DATING – subst., z ang. speed (rychlost) a dating (randění), výpůjčka ♦ Organizované seznamky, založené na rychlé komunikaci s několika partnery. <i>„Une femme et un homme ont testé le speed dating. Son principe est immuable : 7 rencontres de 7 minutes avec 7 célibataires.“ (Zap 27, květen 2005, s. 16)</i></p>
<p>SUPERSIZE – subst. i adj., z ang. <i>supersize</i> (superverký), výpůjčka ♦ Superverký, nadměrný, přehnaný. „ <i>Le « supersize » est un phénomène social. Tout est plus grand ici qu'ailleurs. On a inventé les menus « supersize ».</i> (Paris Match 3155, 2009, s. 86)</p>
<p>TENNISEUM – subst., kompozice → mot-valise ze slov <i>tennis</i> a <i>muséum</i> ♦ Muzeum tenisu. „ <i>Le tenniseum, musée de Roland-Garros, accueille l'exposition 25 ans d'art contemporain à Roland-Garros ...“ (Zap 27, květen 2005)</i></p>
<p>TOY-BOY – subst., z ang. <i>toy</i> (hračka) a <i>boy</i> (chlapec), výpůjčka ♦ Velmi mladý muž, který má o mnoho let starší partnerku a slouží jí k rozptýlení. „ <i>Madonna va-t-elle bientôt se glisser dans une grande robe meringue blanche. La rumeur enfle, alors que la Material Girl se rend chez les parents de son toy-boy, Jesus Luz, au Brésil.“ (Paris Match 3156, s. 44)</i></p>
<p>TRACKBACKER – verb., z ang. <i>trackback</i>, derivace → slovesná přípona –er ♦ Provedení úkonu, kterým autor nějakého příspěvku na svém blogu informuje autora jiného příspěvku, že o něm píše. „ <i>Vous pouvez commenter et trackbacker cet article“ (http://www.algerie-focus.com/2010/06/23/afrique-du-sud-france-domenech-refuse-de-saluer-parreira/</i></p>

5 Jazyk internetové komunikace

Následující dva příklady, na které jsme narazili na sociální síti Facebook v průběhu června 2010, demonstrují způsob, jakým se komunikuje na internetu. Se spisovnou francouzštinou nemá tento styl vyjadřování nic společného a někdy může být i složité jej rozluštit.

- „*mwa je parl supr bl prtan*“
- „*mwaaa jécriii commm saa et keskiaa c koi le probleme?*“

Internet se v současné době stává nedílnou součástí našich každodenních životů, přináší změny v oblasti informační, zábavní i jazykové, a ovlivňuje velkou měrou i naše sociální vztahy. Úspěch nejvýznamnějšího média, kterým internet bezesporu je, způsobuje aktuálnost informací a možnost být neustále v kontaktu s celým světem. Internetová komunikace utváří nový jazyk, jehož základem je zrychlovat, zjednodušovat a zaujmout. Podle Aurélie Dejond používáme v tzv. „*cybercommunication*“ tzv. „*cyberl@ngue*“⁸¹, který charakterizuje převaha anglicismů, fonetických přepisů, onomatopoií, neologismů, zkratek, elips a ikon. Internetový jazyk nectí pravidla gramatiky a pravopisu a jeho „nešvary“ se projevují zvláště skrze komunikaci přes mail, chat, textové zprávy a sociální síť. Zjednodušování jazyka skrze tuto „*communication ultra-rapide*“⁸² se potom promítá i do běžné mluvy a „ohrožuje“ v mnoha směrech spisovnou francouzštinu, zvláště u mladší generace.

Existuje výraz „*écrire en kikoo*“, který souhrnně popisuje výše popsany způsob komunikace adolescentů na internetu. Slovo „*kikoo*“ je odvozeno z francouzského „*coucou*“, což je familiární forma pozdravu. „*Kikoo*“ je potom modernější varianta, kterou velice často používají dospívající v komunikaci přes sms, blogy, atd. Internetový slovník urbandictionary.com uvádí, že tento výraz se stal detektorem pro hloupou mládež pod 14 let. Inspirováno francouzským *coucou*, je *kikoo* používáno v angličtině odkud přešlo znovu do francouzštiny. V souvislosti s tímto spojením existuje ještě další výraz, který Francouzi používají – „*kikoolol*“, spojující *kikoo* a *lol* (anglická zkratka pro výraz hlasitého smíchu, *laughing out loud*). „*Kikoolol*“ je synonymem pro člověka,

⁸¹ Dejond, A.: *La cyberl@ngue française*, La Renaissance du Livre, 2002. s. 11

⁸² *Ultrarychlá komunikace*, Dejond, A.: *La cyberl@ngue française*, La Renaissance du Livre, 2002. s.18

který při komunikaci neustále nadužívá emotikony, většinou bez nějakého zvláštního důvodu. Tento typ dorozumívání je oblíbený hlavně u dospívajících a je silně příznakový.

5.1 Chat, e-mail, sms

Existuje mnoho způsobů, jak komunikovat pomocí moderních technologií. Mezi nejznámější a nejrozšířenější patří psaní krátkých textových zpráv přes mobilní telefony, psaní mailů a používání chatu na internetu.

Zkratka **SMS**, z anglického Short Message Service neboli Služba krátkých textových zpráv, se používá i pro samotnou zprávu, ve francouzštině nazývanou *un texto*. Jelikož je jedna zpráva omezena na 160 znaků, dochází právě zde nejčastěji ke zkracování slov, jejich nahrazování například číslicemi a celkově ke hře s jazykem. Technika psaní „*comme on entend, comme on parle*“⁸³ (jak slyšíme, jak mluvíme), typická pro sms, hodně zkracuje text, a některé výrazy potom často přechází i do komunikace přes mail a chat, ve kterých už není nedostatek znaků problém.

Slovo **chat** se v angličtině běžně používá pro klábosení, pokec, přátelský rozhovor. V internetovém prostředí jde o krátkou komunikaci nebo rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě. Uskutečňuje se vždy v reálném čase. V užším smyslu se při chatu komunikuje formou psaného textu. Později se k tomuto způsobu přidala možnost přenášet zvuk, případně i obraz. Mluvíme pak o audiochatu, případně videochatu. Ve francouzštině se doporučuje tento anglicismus nahrazovat slovem *dialogue en ligne* a má ještě varianty jako například *tchatche* nebo *clavardage*.

Le mail, le courriel nebo **l'e-mail** jsou slova, která se ve francouzštině používají k popisu způsobu odesílání, doručování a přijímání zpráv přes elektronické komunikační systémy, mezinárodně označovaná jako e-mail, česky elektronická pošta. V e-mailech se nejméně používá internetový jazyk plný zkratk, protože komunikace přes elektronickou poštu neprobíhá v reálném čase a je určena pro posílání i delších textových úseků, popřípadě fotek a různých dokumentů.

⁸³ Dejond, A.: La cyberl@ngue française, La Renaissance du Livre, 2002. s. 21

5.2 Jazykové prostředky

„*SLT GDPER SA ROUL? MWA SAVA. JFAI PAS GD CHOZ 2 MES JOURNÉ. J'ATEN LE WEEKEND POUR FR LA TEUF.*“⁸⁴

Krátká textová zpráva, která byla součástí satirického komiksu v časopise Paris Match, demonstruje všechny charakteristiky internetového jazyka. Nejvýrazněji se projevuje tendence ke zkracování, zjednodušování a psaní podle zvukové podoby. V plném znění by text vypadal takto: „*SALUT GRAND-PÈRE, ÇA ROULE? MOI ÇA VA. JE FAIS PAS GRANDE CHOSE DE MES JOURNÉES. J'ATTENDS LE WEEKEND POUR FAIRE LA TEUF.*“⁸⁵

Internetový jazyk je tvořen jeho uživateli, kteří si různými prostředky snaží komunikaci zjednodušit. Jedná se většinou o různé druhy zkracování slov, o tvoření rébusů, používání obecně známých internetových anglicismů a využívání zvukové shody mezi čísly a písmeny. Utvořila se také speciální skupina tzv. emotikonů, které slouží k vyjadřování emocí beze slov. Těmito způsoby si dospívající mládež často tvoří určitý druh kódovaného jazyka, kterým se mezi sebou dorozumívá, a který není přístupný například rodičům. Z jazyka vymezeného úzké skupině dospívajících přechází potom některé varianty do jazyka širokého spektra internetových uživatelů.

Zkracování je nejčastějším postupem pro zrychlení komunikace. Realizuje se buď vynecháním vokálů nebo vynecháním celého slova, či jeho části. U zkratk se často používají anglické varianty. Na základě zvukové shody při výslovnosti bývají některé výrazy nahrazovány číslicemi.

Zmiňované postupy demonstrujeme na následujících příkladech z knihy Aurélie Dejond.⁸⁶

⁸⁴ Paris Match č.3151, 2009, s. 108

⁸⁵ Ahoj dědo, jak to jde? Já se mám dobře. Nic moc nedělám během dní. Těším se na víkend, že bude večírek. (la teuf je ve verlanu la fête)

⁸⁶ Dejond, A.: La cyberl@ngue française, La Renaissance du Livre, 2002. s. 21-23, 98-127, Les SMS de A-Z, Young, 5/2005, s. 114-115

internetová zkratka	význam
A+	À plus-tard
@2m1	À demain
A12C4	À un de ces quatre
AxepT	Accepter
BB	Bébé
Bi1	Bien
BJR	Bonjour
BSR	Bonsoir
MDR	Mort(e) de rire
Pr	Pour
Qd	Quand
SLT	Salut
TVB	Tout va bien?
LOL	(ang.) Laughing Out Loud synonymum pro MDR
7x	Cette fois
Dak	D'accord
10kuT	Discuter
Fet	Fête
IR	Hier
1Bcil	Imbécile
jSpR	J'espère
1mn	Juste une minute
mR6	Merci
slt cv?	Salut, ça va?
Pk	Pourquoi
Koi29	Quoi de neuf?
rdv	Rendez-vous
vazi	Vas-y
okaz	Occasion
ALP	À la prochaine
ASAP	(ang.) As Soon As Possible =le plus tôt possible
BAP	Bise Aux Petits
BTW	(ang.) By The Way = par la même occasion
CT B1 IR	C'était bien hier
CU	(ang.) See you = à bientôt
F2F	(ang.) Face to Face = rencontre tête à tête
GF1	J'ai faim
IMHO	(ang.) In My Humble Opinion = à mon humble avis
Keske c	Qu'est-ce que c'est?
ROFL	(ang.) Rolling On The Floor Laughing

	= je ris à m'en rouler par terre
Ske tu vi1	Est-ce que tu viens?
T ou	T'es où?

Všechna písmena a hlásky, které se nepíšou tak, jak jsou vyslovovány, bývají nahrazovány:

- „*koi*“ místo *quoi*
- „*keskia*“ místo *qu'est-ce qu'il y a?*
- „*keske tu fais*“ místo *qu'est ce que tu fais?*
- „*je t'm*“ místo *je t'aime*

Co se týče **gramatiky a syntaxe**, dochází v internetové komunikaci obecně ke zjednodušování a vypouštění celých částí textu. Interpunkční znaménka jsou prakticky úplně potlačována a slouží, spíše než k organizaci textu, ke tvoření emotikonů.

- *GT entr1 2 penC a twa* = J'étais en train de penser à toi.
- *LS tomB J'V te LéC Je V O 6né T pa fHé?* = Laisse tomber, je vais te laisser je vais au ciné! Tu n'es pas fâché?⁸⁷

Naučit se správně používat shodu u přičestí minulého činí problémy nejenom těm, co se francouzštinu učí jako cizí jazyk, ale také rodilým mluvčím. Aurélia Dejond o přičestí minulém přiznává „... *on le déteste, on le redoute, on l'évite...*“⁸⁸
V internetovém jazyce je proto shoda často zjednodušována a nahrazována prostými písmeny na základě zvukové shodnosti.

- *Où étiez-vous passés? --- Où étiez-vous paC?*
- *Il me l'a prêtée. --- Il me l'a prêT.*
- *J'ai déjà mangé. --- J'ai déjà manG. .*⁸⁹

⁸⁷ Dejond, A.: *La cyberl@ngue française*, La Renaissance du Livre, 2002. s. 33

⁸⁸ „Nesnášíme ji, obáváme se jí a vyhýbáme se jí“ Dejond, A.: *La cyberl@ngue française*, La Renaissance du Livre, 2002. s. 68

⁸⁹ Dejond, A.: *La cyberl@ngue française*, La Renaissance du Livre, 2002. s. 69

Emotikony mají častěji používanou variantu názvu, která je odvozena od anglického *to smile*, „smát se“ - ve francouzštině *les smileys* nebo oficiální termín *la frimousse*, navržený Komisí pro terminologii a neologii. V češtině je to výraz *smajlíci*. Jedná se o grafické symboly složené obvykle z interpunkčních a speciálních znaků, které vyjadřují pisatelovu náladu, postoj či emoce. Jejich význam se musí interpretovat při otočení o 90° doprava. Používají se především v internetových chatech a při psaní sms, ale začínají se objevovat i v periodikách, která jsou určena převážně pro mládež.

Aurélia Dejond uvádí ve své knize „*La cyberl@ngue française*“ zhruba sto různých druhů emotikonů, my zde pro představu udáváme jen ty nejčastěji používané.

vyjádřená emoce	emotikon
úsměv	:o)
velká radost	:o)))
mrknutí	;o)
lhostejnost	:-1
smutek	:o(
pláč	:,o(
zklamání	:-e
polibek	:o*
zděšení	&-o
radostný pláč	:'-)
sarkastický úsměv	: - s
váhání	:-/
překvapení	:-o
kocovina	#-)
rozzlobení	(:-(
nervozita	:-III
nerozhodnost	:-//

5.3 Web 2.0

Z jazykového hlediska nastal nejdůležitější zvrát ve fungování internetu jako média v posledních třech letech. Zatímco donedávna byl obsah tvořen specializovanými firmami, žurnalisty a obecně profesionály, v poslední době internet zažívá revoluci obecně nazývanou Web 2.0⁹⁰, která je způsobena tím, že největší část obsahu internetu tvoří uživatelé sami.

Rozdíl oproti dřívějším statickým webovým stránkám je v tom, že dnes je na internetu vše dynamické, obsah se neustále mění a aktualizuje. Uživatelé z různých jazykových vrstev a kultur mají možnost se na internetu projevit a dělají to prostřednictvím blogů, uživatelských videí (youtube.com), diskuzí a nejnověji také na velmi oblíbených sociálních sítích. V souvislosti s těmito novinkami, které je nutno pojmenovat, vzniká velká řada neologismů, které jsou většinou přejímány do jednotlivých jazyků z angličtiny. Novotvary, které se ve francouzštině tímto způsobem objevují, se budeme zabývat v následující kapitole.

Z jazykového hlediska jsou pro nás v rámci zkoumání neologismů zajímavé hlavně blogy a sociální sítě. Ostatní jevy Webu 2.0, jako například uživatelská videa a videoblogy, zde pomíjíme.

5.3.1 Blogy

Blog je webová aplikace, obsahující příspěvky většinou jednoho editora na jedné webové stránce. Nejčastěji, nikoli však nezbytně, bývají zobrazovány v obráceném chronologickém pořadí, (tj. nejnovější nahoře). Slovo „*blog*“ vzniklo zkrácením anglického spojení „*web log*“ (webový zápisník). Blogy tvoří nesmírně široké a diferencované pole – jejich obsah sahá od osobních „deníčků“ po oficiální zpravodajství

⁹⁰ Termín *Web 2.0* poprvé použila Darcy DiNucci v roce 1999 ve svém článku "*Fragmented future*". Píše o něm: "*Web, jak ho známe teď, který se jako statický text načte do okna prohlížeče, je jen zárodek webu, který přijde. První záblesky Webu 2.0 se již začínají objevovat a my sledujeme, jak se toto embryo začíná vyvíjet. Web bude chápán ne jako obrazovky plné textu a grafiky, ale jako prostředí, jako éter, jehož prostřednictvím dochází k interaktivitě. Objeví se na obrazovce počítače, na televizním přijímači, na palubní desce, na mobilním telefonu, na herní konzoli, a možná, že i na vaší mikrovlnné troubě.*"

sdělovacích prostředků, firem a politických kampaní. Do blogu může přispívat jediný autor, malá skupina přátel nebo široká komunita, a mnoho blogů umožňuje přidávat komentáře k jednotlivým příspěvkům, takže kolem nich vzniká čtenářská komunita. Souhrn všech příspěvků, komentářů a reakcí u blogů se označuje termínem „*blogosphere*“ (blogosféra).

Obrovský rozmach a oblíbenost blogování ve Francii dokazují oficiální statistiky na nejoblíbenějším serveru *fr.skyrock.com*, kde bylo v červenci 2010 více než 32 milionů blogů! Na těchto stránkách jsou hlavně blogy adolescentů, ale fenomén blogů se týká celé populace. S narůstajícím věkem blogerů přibývají zajímavá témata, která se od osobních postřehů posunují k řešení obecně společenských témat. Svoje blogy mají fanoušci filmů, fotbalu, herců, zpěváků, ale prostřednictvím blogů se často prezentují i například známé osobnosti z politiky, vědy a kultury, které reagují na různé aktuální události. Většina internetových verzí celostátních francouzských deníků má na svých stránkách sekci blogů⁹¹, kam se může kdokoliv přihlásit a buď jen blogy číst a zapojovat se do diskuzí, nebo i sám libovolný blog tvořit.

5.3.2 Sociální sítě

Dalším fenoménem, útočícím na donedávna poklidné vody francouzské internetové komunity, jsou sociální sítě. Sociální síť je obecně propojená skupina lidí a tvoří se na základě společných zájmů, rodinných či přátelských vazeb atd. Tento pojem nabývá v dnešní době nového významu v souvislosti s internetem. Jsou zakládány speciální weby, které pomáhají lidem sdružovat se, komunikovat, sdílet fotky, prezentovat svoje názory, hledat si přátele a obecně přesunout svůj společenský život do virtuálního světa. Existuje velká spousta těchto sociálních sítí, z nichž některé jsou zaměřeny na seznamování, některé na diskutování, a jiné mají za úkol své uživatele pouze pobavit. Všechny tyto charakteristiky spojuje v jedno asi nejznámější síť **Facebook**, která se stala médiem pro sociální komunikaci a je dnes hojně využívána i jako marketingový nástroj.

⁹¹ Například <http://www.lemonde.fr/blogs/>, <http://www.lefigaro.fr/blogs/>, <http://www.marianne2.fr/les-blogs/>, atd.

Facebook byl založen Markem Zuckerbergem, a poprvé spuštěn v únoru 2004 jako komunitní síť pro studenty Harvardovy univerzity. Během krátké doby se rozšířil i na ostatní univerzity a od srpna roku 2006 je veřejně přístupný všem uživatelům. V současnosti je přeložen do 70 jazyků a používá jej zhruba 500 milionů lidí po celém světě⁹² Ve Francii se tato sociální síť řadí mezi dvacet nejnavštěvovanějších webových stránek. Po registraci v systému a odsouhlasení licence používání má uživatel možnost vyplnit svůj detailní profil, může se připojovat k různým skupinám a získávat nové kontakty. Pokud jiný uživatel souhlasí s tím, že je váš *přítel*, můžete vidět také jeho profil. Každý uživatel potom používá nejrůznější funkce – sdílí a prohlíží fotky, videa a odkazy, na *zed'* píše svůj aktuální *status* (*co právě dělá, co ho zaujalo atd.*), může s ostatními hrát hry, ale hlavně komunikovat jak přes veřejnou *zed'*, tak přes soukromý chat. Jedná se obecně o sociální síť, která je určena k navazování, udržování a rozvíjení kontaktů, ke komunikaci nejen se skutečnými přáteli, ale i s lidmi, které nemusíte nikdy osobně potkat. Je možné zde domlouvat a organizovat různé akce nebo ho mohou využívat firmy k propagaci svých služeb a výrobků.

Facebook nedávno oznámil pětistého miliónového registrovaného uživatele, z čehož ve Francii je to téměř dvacet milionů. V praxi to znamená, že téměř každý třetí Francouz má svůj účet na Facebooku, a proto je vliv novotvarů, přicházejících do jazyka skrze sociální sítě, nezanedbatelný.

Další oblíbenou sociální sítí ve Francii je mikroblogovací systém **Twitter**. Twitter se na rozdíl od Facebooku používá zejména na zveřejňování krátkých zpráv („*tweets*“) několikrát za den. Je překvapivé, že se vždy najde někdo, koho zajímá, co jste měli na snídani, proč vám ujel autobus, a jaké známky dostalo vaše dítě ve škole. Psaní na Twitteru by se dalo přirovnat ke krátkým textovým zprávám u mobilních telefonů. Ke svému sdělení máte k dispozici pouze 140 znaků, ale i tak je Twitter využíván k propagaci a předávání aktuálních informací. Jack Dorsey založil Twitter v roce 2006 a ten se velmi rychle rozšířil po celém světě a získal si velkou popularitu. Uvádí se, že měsíční počet unikátních návštěvníků je zhruba 6 milionů a počet návštěv

⁹² údaje z 19. července 2010, dostupné na <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

se pohybuje měsíčně okolo 55 milionů. V červnu roku 2009 používalo ve Francii Twitter zhruba 125 000 uživatelů.⁹³

O masivním rozšíření sociálních sítí a o jejich důležitosti svědčí fakt, že dnes pod velkou většinou článků na internetu najdeme, ve formě malých ikoněk, odkazy na jednotlivé sítě⁹⁴. Tímto způsobem můžeme jakýkoliv článek jedním „kliknutím“ přeměřovat na společnou síť, takzvaně jej „sdílet“ („*partager*“), dát najevo, že se nám líbí nebo nelíbí, a dále jej komentovat. Různá témata se touto cestou dostávají například na Facebook, kde se o nich dále diskutuje.

Sociální sítě nejsou dávno záležitostí pouze dospívajících, kteří zde hledají většinou zábavu, ale svůj profil na sociálních sítích má většina významných osobností. Na Twitteru lze sledovat většinu francouzských politiků a pro zajímavost jsme si našli na Facebooku profil současného francouzského prezidenta Nicolase Sarkozyho. Dozvěděli jsme se, kdy má narozeniny, jaké jsou jeho oblíbené aktivity, knihy a filmy, a že má 266 946 podporovatelů (uživatelé, kteří označili jeho profil kliknutím na „*j'aime*“, v češtině „*líbí se mi*“). Na svou „zed“ („*mur*“) přidává různé příspěvky zhruba jednou měsíčně a je na ně v průměru 2000 reakcí! Zveřejněny jsou zde také fotky a videa z různých Sarkozyho vystoupení.

Vyvstává mnoho otázek ohledně ochrany soukromí na těchto sociálních sítích a jejich provozovatelé kvůli tomu čelí častým kritikám. Na druhou stranu je třeba vzít v potaz, že uživatelé sdílí s ostatními osobní informace dobrovolně a musí si být vědomi možných nástrah „neomezeného přístupu“ v rámci celého internetu.

5.3.3 Novotvary

Téma fungování blogů a sociálních sítí, které by vystačilo na jednu samostatnou práci, není ale předmětem našeho zkoumání. V předchozí kapitole jsme se pokusili pouze o základní charakteristiku těchto fenoménů, která nám slouží jako úvod k problematice, kterou v naší práci řešíme z jazykového hlediska. Jde nám o nově vzniklá slova ve francouzštině, popisující tyto novinky.

⁹³ Informace z <http://fr.wikipedia.org/wiki/Twitter>

⁹⁴ Kromě Facebooku a Twitteru jsou známé a oblíbené například Myspace, hi5, Habbo, LinkedIn atd.

Všechny novotvary vznikající v prostředí internetové komunity pochází z angličtiny, ze které pronikají do ostatních jazyků. Většina z nich je akceptuje a jen je mírně upravuje podle svých pravidel. Podobně funguje i francouzština, která se ale navíc snaží vytvářet i ryze domácí ekvivalenty k internetovým anglicismům. Tato aktivita je přísně řízena Komisí pro terminologii a neologii (viz kapitola 3.2). Konkrétně u těchto typů výrazů, které denně používají na internetu miliony Francouzů, je práce Komise ve většině případů zbytečná. Než totiž stihne komise zareagovat a vymyslet francouzský ekvivalent, anglicismus už je v internetovém prostředí natolik zakotven, že novotvar schválený Komisí nikdo nepoužívá.

Z fenoménu blogování vznikla celá skupina slov odvozených z výrazu *blog* (používá se i varianta *blogue*). Spojení *bloc-notes*, který navrhla Komise pro terminologii a neologii jako oficiální variantu, se v praxi nepoužívá. Do Francie pronikl i termín *clavardage*, který vznikl v quebecké francouzštině jako ekvivalent pro chat.⁹⁵

Následující příklady novotvarů z oblasti blogů a sociálních sítí jsme získali z praxe a z virtuální encyklopedie Wikipedia. U některých tvarů bylo složitější je vysvětlit, protože ani v češtině pro ně neexistuje výraz.

- *Booklog* nebo *blook* : knižně vydaný obsah nějakého blogu
- *La blogosphère* : veškeré blogy a jejich vzájemné vztahy
- *Microblogging* : blog s minimem informací
- *Moblog* : blog psaný na mobilním telefonu
- *Photoblog* nebo *flog* : blog tvořený pouze fotografiemi, někdy nazýván taky *picturelog* nebo *plog*
- *Un blogueur/une blogueuse* : autor/autorka blogu
- *Videoblog* nebo *vlog* : blog sestávající pouze z videa

- „*Afficher sur son statut*“ : „vyvěsit na svém statusu“ tz. napsat něco o svém aktuálním stavu
- *Facebook-amitiés* : „přátelství“ na sociální síti Facebook

⁹⁵ Termín je odvozen od slovesa *clavarder* (mot-valise ze slov *clavier* a *bavarder*) a byl navržen Úřadem pro francouzský jazyk v Quebecu (*l'Office québécois de la langue française*), v říjnu roku 1997.

- *Facebookien, - ienne* : uživatel, uživatelka Facebooku nebo nese i význam adjektiva
- *Facebookomane* : milovník Facebooku
- *Facebookophobe* : ten, kdo se Facebooku obává
- *hyperfacebooké* : adjektivum pro popis osoby, která Facebook často navštěvuje a přehnaně používá
- *l'anti-Facebookien type* : odpůrce Facebooku

- *Follower* : „odběratel, sledovač“ příspěvků jiného uživatele na Twitteru
- *live-tweeter* nebo *tweeter en direct* : posílat příspěvky v aktuálním čase, živě, při jiné činnosti (aféra s posíláním tweetů z poslanecké schůze)
- *Retweet* : přeposlání příspěvek
- *Retweeter* : (sloveso)přeposlání příspěvku jiného uživatele
- *Tweets* : krátké příspěvky psané na Twitteru
- *Twittosphère* : vše, co souvisí s Twitterem (soubor všech uživatelů a jejich příspěvků)

Při určitém druhu zkolabování systému na Twitteru, se objevil zajímavý výraz *Twitpocalypse*. Jedná se o mot-valise ze slov *Twitter* a *apocalypse*.

Dále zmiňujeme často používané novotvary z internetového jazyka, které se vyskytují běžně ve francouzském tisku, a jejichž význam jsme vysvětlili již v kapitole o výpůjčkách z cizích jazyků (podrobněji jsou popsány v kapitole 4.6).

- *geek*
- *googler*
- *trackback, trackbacker*
- *Acheter „en un clic“* : koupit „na jeden klik“, jedním kliknutím myši, u internetových obchodů

Zajímavé neologismy jsme objevili v internetové verzi deníku Le Figaro.⁹⁶ Článek s jistou nadsázkou popisuje generaci internetových a obecně počítačových

⁹⁶ 28. srpna 2008, <http://blog.lefigaro.fr/hightech/2008/08/definition-le-nostalgeek.html>

uživatelů („geek“), kteří tvrdí, že dříve bylo vše lepší – informatika, videohry, internet. Jsou nazýváni termínem „*nostalgeek*“, který je mot-valise z „*nostalgique*“ a anglicismu „geek“. Další termín „*retrogamer*“ popisuje hráče počítačových her, kteří lpí na starých verzích (spojení ang.předpony „retro“ a výrazu „game“-hráč). „*Dinoblogueur*“ je synonymum pro nejstaršího předchůdce internetu, počítačovou síť Arpanet z roku 1969. Jako mot-valise spojuje slova „*blogueur*“ a „*dinosaure*“- dinosaur (pro vyjádření stáří). Poslední tři výrazy se blíží spíše okazionalismům, ovšem ostatní příklady z této kapitoly jsou velmi často používány širokou veřejností.

6 Závěr

Naši práci bychom rádi uzavřeli zamyšlením nad citátem z úvodní kapitoly, který tvrdí, že osud francouzského jazyka je v rukou médií. Po průzkumu, který jsme v rámci naší práce provedli, dáváme slovům Clauda Hagège za pravdu. Média jako tisk, televize nebo internet jsou s našimi životy již nerozlučně spjaty a mají velký podíl na formování našich názorů, protože se z nich dozvídáme o všech událostech a novinkách. Spolu s obsahem nám média předávají také formu, čili určitý druh jazyka, který časem přijímáme za vlastní. Když časopisy a noviny používají anglicismy pro výrazy, které existují i ve francouzštině, čtenáři to přijímají a navíc získávají pocit, že stejná věc zní v angličtině lépe a více „chic“. Tímto způsobem média francouzštinu určitým způsobem utlačují, ale na druhou stranu vzniká například v tisku spousta nových slov, která nejenže jazyk obohacují, ale ještě čtenáře pobaví.

Jádrem naší práce byly excerpcce z periodik, během kterých jsme narazili na mnoho novotvarů, které demonstrují jak je francouzština zajímavý, dynamický a živý jazyk. Kromě přejímání anglicismů a vytváření jejich ekvivalentů za pomoci Komise pro terminologii a neologii, vytváří francouzština neologismy pomocí derivace, kompozice a abreviace. Všechny tyto slovotvorné postupy jsme v rámci naší práce podrobně probrali, a všechny novotvary získané excerpcí byly následně do těchto skupin zařazeny. Výsledky, které jsme pro přehlednost znázornili v grafech, potvrdily naše očekávání a obecně popisované tendence v jazyce. Nejčastěji jsou pro obohacování jazyka v tisku používány výpůjčky z angličtiny, dále následují deriváty ze substantivních přípon a kompozice ve formě *mot-valise*. Obecně lze říct, že lexikální kreativita francouzských médií je zaměřena hlavně na substantiva, která jsou umíst'ována hlavně do titulků, za účelem upoutání pozornosti čtenáře.

Co se týče četnosti novotvarů v různých odvětvích lidské činnosti, tak musíme konstatovat, že nejvíce se jich v tisku vyskytovalo v rubrikách věnovaným společenským tématům, životu celebrit, kultuře, technickým novinkám, ale překvapivě se objevovaly i v politických článcích. Neologismům spjatým s politikou jsme věnovali samostatnou kapitolu.

Speciální část práce byla zaměřena na „jazyk internetu“, protože se domníváme, že internet se v současnosti stává médiem číslo jedna, a je jen otázka času, kdy ostatní druhy médií nahradí. Důkazem toho je fakt, že většina francouzských deníků má už svou internetovou verzi a rozšiřují se například i takzvané „e-books“ (elektronické knihy). Kapitola Jazyk internetové komunikace se blíže zabývá tématem blogů a sociálních sítí, které přináší do jazyka nové výrazy, a to hlavně z oblasti anglicismů. Dále se zaměřuje na popis jazyka založeného na zkracování, který je používán při komunikaci na internetu a přes mobilní telefony. Myslíme si, že například téma sociálních sítí, které je v současnosti čím dál více populárnější, přináší do společnosti a do jazyka mnoho nových podnětů, a mohlo by být součástí samostatné a rozsáhlejší studie.

Při zkoumání fenoménu neologismů v médiích jsme se opravdu nejčastěji setkávali s anglickými výrazy, které byly přejaty buď v původní formě, nebo různě upraveny podle francouzských pravidel. V naší práci proto nebylo možno opomenout speciální přístup francouzských státních institucí vůči tomuto trendu. Tématu se věnuje kapitola číslo tři a při jeho zpracovávání jsme narazili na mnoho kontroverzních debat k této problematice. Je velmi složité určit, jestli je cesta, kterou Francie v jazykové politice zvolila, správná nebo ne. Přemíra anglicismů v jazyce působí nepřirozeně, což jsme si souběžně s francouzštinou uvědomovali i o češtině. Nemyslíme si, že billboardy typu „*Otevřeli jsme nový showroom vířivek a saun*“ jazyku nějak prospívají a obohacují ho. Stejný názor převažuje i v případě francouzštiny. Na druhou stranu nám ale připadají snahy Komise pro terminologii a neologii vytvořit za každou cenu domácí ekvivalenty k anglicismům spíše scestné a zbytečné. Jsou celosvětově používané termíny a výrazy, například z oblasti internetu, které není možné ani vhodné překládat. Francie by měla najít rovnováhu mezi tím, jak si udržet svůj národní jazyk, ale neztratit jazykový kontakt se světem.

Zpracovávání tématu lexikální kreativity médií bylo pro nás velmi zajímavé a poučné. Při excerpcích jsme si pročitáním deníků a časopisů významně obohatili slovní zásobu a dozvěděli se mnoho nových informací o francouzských i světových reáliích.

Lépe jsme se zorientovali ve slovtvorných postupech a zdokonalili jsme se v používání slovníků. Celkově byla tato práce pro nás velkým přínosem a věříme, že může obohatit i její potenciální čtenáře, kteří se chtějí dozvědět něco o jazykové kreativě médií.

7 Résumé

Les médias d'aujourd'hui ont beaucoup d'influence sur la société et ses activités se reflètent dans la langue. Notre mémoire étudie et résume, comment la presse et l'internet influencent le français. Le corpus des néologismes tiré des médias est classé selon les procédés par lesquels on les forme, et selon le milieu d'où les mots nouveaux viennent. Les procédés néologiques les plus courants sont aujourd'hui les emprunts de l'anglais, puis on utilise souvent la dérivation et la composition sous forme de mot-valise. Le mémoire spécifie en détail les néologismes politiques, le langage de la cybercommunication et explique aussi la défense du français, qui est dirigée par les institutions nationales.

Nowadays media have a big impact on the whole society and their influence is also reflected in the language. Our thesis analyzes and evaluates how French is influenced by press and internet. The list of neologisms found by excerpts is classified according to word formation processes and according to context in which the neologisms occur. The most frequent kinds of neologisms are anglicisms often created by derivation and also by composition in the form of „mot-valise“. This thesis closely analyzes political neologisms, language of internet communication and also deals with the struggle of French against English controlled by state authorities.

8 Anotace

Příjmení a jméno autora: Věra Gabrhelíková

Název katedry a fakulty: Katedra romanistiky

Filozofická fakulta Univerzity Palackého

Název diplomové práce: Lexikální kreativita francouzských médií

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Jitka Uvírová, Ph.D.

Počet znaků: 107 225 (bez mezer), 124 733 (včetně mezer)

Počet příloh: 3

Počet titulů použité literatury: 30 (+ internetové prameny)

Klíčová slova: anglicismy, derivace, francouzská média, internet, internetová komunikace, juxtapozice, Komise pro terminologii a neologii, kompozice, *mot-valise*, neologismy, politické neologismy, sociální sítě, tisk, výpůjčky, web 2.0, zkratky

Charakteristika diplomové práce: Média mají v dnešní době velký vliv na celou společnost a jejich působení se odráží i v jazyce. Naše práce zkoumá a hodnotí, jakým způsobem ovlivňuje francouzštinu tisk a internet. Soubor neologismů, který jsme získali prostřednictvím excerpcí, je roztržiděn podle slovtvorných postupů a podle prostředí, ve kterém se novotvary vyskytují. Nejčastějšími druhy neologismů jsou v současnosti anglicismy, často je využívána derivace a také kompozice ve formě *mot-valise*. Blíže se práce zabývá politickými neologismy, jazykem internetové komunikace, a přibližuje i boj francouzštiny s angličtinou, který je řízen státními institucemi.

9 Použitá literatura a prameny

Brunet, S.: Les mots de la fin du siècle. Éditions Belin 1996.

Čechová, Krčmová, Minářová: Současná stylistika, Lidové noviny, Praha 2008.

Dejond, A.: La cyberl@ngue française, La Renaissance du Livre, 2002.

Dejond, A.: La cyberl@ngue française, La Renaissance du Livre, 2002.

Gaudin , F., Guespin, L. : Initiation à la lexicologie française, De la néologie aux dictionnaires. Éditions Duculot, Bruxelles, 2000

Grevisse, M.: Le Bon usage. Paris 1949.

Guilbert, L.: La créativité lexicale.Larousse. Paris 1975.

Hendrich, J.-Radina, O., Tláskal, J.: Francouzská mluvnice. Nakladatelství Fraus, Plzeň 2001.

Khalid, A.: Petite Histoire de la Néologie : approche conceptuelle et idéologique (XVI^e – XIX^e siècle), In : Sablayrolles Jean-François, (ed). 2003. L'innovation lexicale, actes du colloque organisé en février 2001 à Limoges, Paris, Lexica mots et dictionnaires Champion.

Lotko, E.: O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách, In: Studia Slavica 5, Ostrava 2002.

Lotko, E.: Slovník lingvistických termínů pro filology. UP v Olomouci, Olomouc 2000.

Martinet, A.: Économie des changements phonétiques. Traité de phonologie diachronique, Berne, Francke, 1955, s. 94. In: Perspectives fonctionnelles: Emprunts, Économie et variation dans les langur, Montserrat López Díaz: La notion d'économie linguistique selon André Martinet.

Pruvost ,J., Sablayrolles Jean-François : Les Néologismes, Que sais-je ?.PUF, Paris, 2003.

Rey, A.: Lexi-com' De bravitude à Bling Bling, Fayard 2008.

Sablayrolles, Jean-Francois: La néologie en français contemporain. Paris 2000.

Šabršula, J.: Vývoj francouzského jazyka. Ostrava 1996.

Uvírová, J.: „Chiballa, Juppín, Pasquasconi, ces créatures sauvages. Le jeu de mots promu au rang de procédé lexical régulier?“. In: Holeš, J. – Uvírová, J., ed.: École doctorale Olomouc: Créativité – défis et enjeux. Romanica Olomucensia XI, Philologica 79, AUPO. Olomouc 2002.

Uvírová, J.: „Le beaujolais nouveau est arrivé !“. In: Černý, J., Holeš, J.: AUPO, Philologica 87, Romanica XV, Olomouc 2005.

Uvírová, J.: „Le néologisme : une transgression à la frontière entre plaisir et crainte“. In: XXV CILPR 2007, Communication : Résumés. Innsbruck 2007.

Uvírová, J.: „Mot-valise, mot promis pour le XXI^e siècle ?“. In: López Díaz, M., Montes López, M. (eds.): Perspectives fonctionnelles: emprunts, économie et variation dans les langues, Actes du XXVIII^e Colloque de la Société internationale de linguistique fonctionnelle, Saint-Jacques-de-Compostelle/Lugo, Lugo: Axac, 2006.

Uvírová, J.: „Quelques observations sur l'évolution actuelle du vocabulaire français“. In: *Romanica Olomucensia VII, Philologica 71, AUPO*. Olomouc 1998.

Uvírová, J.: „Quelques observations sur l'évolution actuelle du vocabulaire français“. In: *Romanica Olomucensia VII, Philologica 71, AUPO*. Olomouc 1998.

Yaguello, M.: Grand livre de la langue française. Paris, Seuil, 2003.

Žatka,R.: Le français des jeunes d'aujourd'hui. Olomouc 2010.

Slovníky

Dictionnaire des difficultés de la langue française. Larousse, 1995.

Dictionnaire général Français-Tchèque. Lingea 2002. (version électronique)

Le Nouveau Petit Robert de la langue française 2009. (version électronique)

Le Robert de poche. Paris, 1995.

Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost. Academia Praha, 2006.

Časopisy

Le Point 1676, 2004.

Paris Match 3143 – 3157, 2009.

Internetové prameny

<http://blog.lefigaro.fr/hightech/2008/08/definition-le-nostalgeek.html>

<http://blog.veronis.fr/2007/10/sarko-moi-je-1.html>

<http://cs.wikipedia.org>

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Twitter>

<http://franceterme.culture.fr/FranceTerme/index.html>

<http://monsu.desiderio.free.fr/curiosites.html>

http://pagesperso-orange.fr/alain.crechange/frmotval_d.htm

http://wapedia.mobi/fr/Expression_ou_n%C3%A9ologisme_politique

<http://www.actualitte.com/actualite/76-neologismes-terminologies-informatiques-paraphrase-langue.htm>

http://www.home.uni-osnabrueck.de/bschwisc/archives/formation.htm#_Toc53074257

<http://www.larousse.fr/encyclopedie/nom-commun-nom/emprunt/47387>

http://www.lemonde.fr/europe/article/2008/06/03/le-sarkoberlusconisme-avatar-latin-d-une-droite-europeenne-conquerante_1053053_3214.html

http://www.lemonde.fr/societe/article/2010/07/15/la-garden-party-du-14-juillet-a-ete-delocalisee_1388253_3224.html

<http://www.niouzes.org/soc-divers/52366-avec-nicolae-sarkocescu-tout-devient-possible.html>

<http://www.ouijeparlefrancais.com/qui-sommes-nous.html?lang=fr>

<http://www.slate.fr/story/7281/secret-story-le-grand-labo-de-la-manip>

http://www.tlfq.ulaval.ca/axl/francophonie/HIST_FR_s9_Fr-contemporain.htm

<http://www.vub.ac.be/khnb/itv/oktober/maa99/fr99-03.htm>

http://zpravy.idnes.cz/francouzstina-uz-ma-casy-nejvetsi-slavy-za-sebou-fbl-kavarna.asp?c=A080722_140907_kavarna_bos

Použité zkratky

adj. – adjektivum

adv. - adverbium

ang. – anglicismus

fam. - familiární

fem. - femininum

lat. – latina, latinský

masc. – maskulinum

pej. – pejorativum

pl. – plurál

přen. – přenesený význam

subst. – substantivum

verb. – verbum