

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého
v Olomouci**

Katedra bohemistiky

Magisterská práce

Anglicismy v současné české publicistice
(na materiálu společenských časopisů pro ženy)

Vedoucí práce

Prof. PhDr. Edvard Lotko, CSc.

Vypracovala

Kristýna Dolínková

Olomouc, listopad 2008

Prohlašuji, že jsem tuto magisterskou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní všechny použité zdroje a literaturu. Počet znaků bez příloh: 118 098 (včetně poznámek pod čarou a vysvětlivek)

V Olomouci dne 19. listopadu 2008

Děkuji panu prof. PhDr. Edvardu Lotkovi, CSc., za ochotu při vedení mé práce, za množství cenných podnětů, rad, připomínek a poskytnutých materiálů.

OBSAH

Úvod	1
1. Obecná charakteristika anglicismů	5
1.1. Definice anglicismů a amerikanismů	6
1.2. Frekvence anglicismů v analyzovaných časopisech	7
2. Slovtvorná stavba anglicismů	20
2.1. Suffixace substantiv	21
2.2. Prefixace substantiv	30
2.3. Prefixoidy a sufixoidy	32
2.4. Nová adjektivní pojmenování	35
2.5. Nová slovesa anglického původu	41
3. Nová kompozita	45
4. Přejaté zkratky	55
5. Adaptace anglicismů	61
5.1. Ortograficko-ortoepická adaptace	66
5.2. Morfologická adaptace	67
Závěry	75
Anotace	79

Přílohy	80
Prostudovaná literatura	103
Citovaná literatura	107

ÚVOD

Předkládaná diplomová práce se zabývá anglicismy v publicistickém stylu, zejména problematikou jejich přejímání do českého jazyka. Navazuje na bakalářskou práci z roku 2006 – *Analýza anglicismů a galicismů v časopisech pro mladé ženy a dívky*. Zaměřili jsme se na současný stav, místy srovnáváme využití anglicismů ve starších materiálech a v časopisech ročníku 2007. Příklady jsme čerpali z časopisů pro ženy, konkrétně z časopisů *Cosmopolitan*, *Tina* a *Cosmo Girl*.

V diplomové práci se budeme zabývat adaptací anglicismů v češtině, slovtvornou stavbou anglicismů, dotkneme se kompozice i abreviace a pokusíme se o srovnání anglicismů používaných v časopise *Cosmopolitan* v letech 1999 - 2005 s anglicismy v ročníku 2007.

Jazyk vždy odráží společenské změny a aktuální společenský stav. Vývoj jazyka po roce 1989 dokazuje, jak zásadní tyto změny byly a jak hluboce se promítly do české slovní zásoby.

S novými společenskými a ekonomickými situacemi roste potřeba nových slov. S rozvojem techniky a používáním nových technických vymožeností je třeba také tvořit nebo přejímat nová slova. Přejímání slov z cizích jazyků patří k rychlé a progresivní metodě obohacování slovní zásoby.

Čeština přejímala slova ve všech historických etapách svého vývoje. Jazyk vždy odráží aktuální společenský stav. Současná čeština reflektuje ekonomické, sociální i kulturní změny, kterými česká společnost od 90. let 20. století prochází. Velmi výrazným znakem současné jazykové situace je její dynamičnost. Jednotlivé jazyky neexistují v izolaci,

naopak jsou součástí nějaké kulturní, geografické, politické sféry. Jazyky v určitých společenstvích se vždy v minulosti ovlivňovaly a přejímání slov z cizích jazyků je součástí jejich vývoje.

Celosvětové bezbariérové šíření informací a rostoucí cestovní ruch i obchodní kontakty vyžadují používání jednoho mezinárodního jazyka, který by plnil úlohu „lingua franca“ a byl využíván všemi pro snadnou a rychlou komunikaci. Přijetí angličtiny jako hlavního dorozumívacího jazyka obchodu, vědy a vzdělání je dnes nezpochybnitelné.

Přejímání anglicismů je jistě i módní záležitostí. V 90. letech, kdy bylo přežato nejvíce anglických slov a vznikalo nejvíce neologismů (svědčí o tom mj. i potřeba zmapovat tato slova ve dvou svazcích *Slovníku neologismů 1 a 2*), prošla naše slovní zásoba razantními změnami. Mnohdy se anglická slova používala a používají v duchu „co je anglické, nebo ještě lépe americké, je dobré“. Používání anglicismů se stalo nezbytnou součástí projevů státních úředníků, umělců a také novinářů, proniklo do jazyka mladé generace, pro niž se angličtina stala součástí základního vzdělání. Mnohdy jsou anglicismy používány i tam, kde by bylo možné použít slovo české, ale projev by tak ztratil příznak světovosti. Není výjimkou ani nadměrné používání anglicismů, a to na úkor srozumitelnosti textu nebo výpovědi.

V této diplomové práci se budeme zabývat anglicismy v publicistickém stylu, neboť právě publicistický styl je velmi kreativní a aktuální. Slovní zásoba v masmédiích se rychle přizpůsobuje a modernizuje. Patrná je snaha co nejvíce ovlivnit a získat čtenáře, posluchače, diváka. Tomu je podřízen nejen výběr námětů, ale i jazykových prostředků.

Materiálovou bází diplomové práce tvoří excerpta z časopisů pro ženy a dívky. Stejně jako při zpracování bakalářské práce je to měsíčník *Cosmopolitan*. České časopisy zastupuje společenský týdeník *Tina* a časopisy pro mladé měsíčník *CosmoGirl*. U všech časopisů jsme analyzovali jen aktuální ročník 2007.

Cosmopolitan je měsíčník zaměřený především na ženy, jejich problémy a jejich svět. Články o módě a nejnovějších trendech dobře doplňují tematické rozhovory a úvahy o vztazích a závažných tématech. Ta se často opakují. Časopis má stálé rubriky, které jsou převzaty z amerického originálu. Předpokládá se, že to, co zajímá ženy v Americe, bude zajímat ženy na celém světě, protože *Cosmopolitan* vychází v mnoha jazykových mutacích.

Obdobou *Cosmopolitanu* je dívkám určený měsíčník *CosmoGirl*. Přímo na obálce je napsáno, že časopis nemusí být vhodný pro dívky do 15 let. Zabývá se podobnými tématy jako *Cosmopolitan*: sex, vztahy, láska, co je a co není sexy, móda, horoskop apod.

Jazyk obou těchto časopisů se přizpůsobuje čtenářkám, časopisy mají silně persvazivní funkci, která je ještě umocněna grafickými prostředky: výraznou barevností, výhodným formátem, množstvím a kvalitou fotografií a dobrou kvalitou papíru. To vše pomáhá ovlivnit potencionální čtenáře. Všechny tyto prostředky chtějí navodit přátelskou až kamarádskou atmosféru a sledují jeden cíl - upoutat a trvale získat.

Zatímco *Cosmopolitan* a *CosmoGirl* jsou obdobami zahraničních časopisů, *Tina* je časopisem ryze českým. Patří k nejčtenějším ženským časopisům na našem trhu. Vychází od roku 1992. Na svých stránkách pomáhá ženám orientovat se v

moderním životním stylu v co nejširším záběru, přináší novinky ze světa módy a kosmetiky, rady a tipy, jak pečovat o pleť, vlasy i celou postavu. K dalším stálým rubrikám patří psychologie a zdraví. Tradiční jsou také stránky týkající se kuchyně a vaření. V rubrikách o slavných lidech a detailech ze života celebrit nechybějí konkrétní výrobky nebo značky, které slavní a bohatí používají, „příběhy ze života“ ukončuje jasná a poučná pointa. Jazyk časopisu podporuje dojem, že si o témata a odpovědi na otázky čtenářky samy píší.

Časopisy, jejichž slovní zásobu v této práci analyzujeme, patří do sféry masové kultury. Jsou vydávány v obrovských nákladech ve vydavatelstvích specializovaných na vydávání komerčních titulů. Proto také slovní zásoba v nich používaná má možnost proniknout k široké vrstvě čtenářů a trvale zůstat v české slovní zásobě.

Teoretickým základem diplomové práce byly práce I. Bozděchové, F. Daneše, E. Lotka, O. Čechové, O. Martinové a D. Svobodové. Opírali jsme se zejména o články, stati a studie publikované v posledních letech, neboť se jedná o velmi dynamickou a rychle se měnící oblast české slovní zásoby.

Při analýze excerpovaných slov jsme vycházeli z *Nového akademického slovníku cizích slov A-Ž* (2005) a ze slovníku neologizmů Olgy Martinové a kol. *Nová slova v češtině 1* (1998) a *Nová slova v češtině 2* (2004).

1. OBECNÁ CHARAKTERISTIKA ANGLICISMŮ

Přejímání anglicismů je celosvětovým jevem.

Bezbariérové šíření informací, rostoucí cestovní ruch i obchodní kontakty vyžadují používání jednoho mezinárodního jazyka. Četné instituce, zejména vědecké, používají angličtinu jako výhradní jednací jazyk. Anglicismy starší, plně adaptované, i zcela nové jsou součástí zejména publicistického stylu, a to projevu psaného i mluveného. Důvodů pro přijímání cizích slov je mnoho. Jednoslovné anglicismy jsou často používány z důvodu jazykové ekonomie, jindy, zejména v odborných textech, z důvodu mezinárodní srozumitelnosti termínů. K mnoha výrazům terminologické povahy nelze vytvořit adekvátní české pojmenování. Platí to pro oblast sportu, vědy i techniky. Mnohé anglicismy se stávají členy synonymických dvojic – *comeback* - *návrat*. Bývají prostředky synonymického odstiňování a diferenciací (Svobodová 2007, s. 7). Jindy český výraz máme, ale používáním anglicismu mluvčí – uživatel demonstruje svou světovost, nadhled a vzdělanost. Mnohdy jsou anglicismy používány záměrně, aby se mluvčí zviditelnil, originálně vyjádřil. Nadměrné používání anglicismů často snižuje možnost porozumění: například „*Snowkiting dává hodně možností, proto ho mám rád. Když už tě nudí snowkitingový freestyle, můžeš se vydat na pláň a užít si backcountry nebo vyrazit do kopců a použít svůj kite jako paraglide nebo udělat s kámoši expedici, kam chceš...*“ (Cosmo Girl, březen 2007, s. 90).

V tomto projevu bychom pochopili nutnost užití termínu *snowkiting*, protože nemá český ekvivalent, ale jako naprosto zbytečné hodnotíme použití anglicismu *backcountry*, které

označuje ‚samotu, řídce osídlenou oblast‘. Takže mnohý čtenář vůbec netuší, co si vlastně má užít.

Vliv angličtiny na českou slovní zásobu je nepopiratelný. Zejména v jazyce mladé generace jsou anglicismy, nebo lépe řečeno amerikanismy, velmi četné. Jejich používání je součástí životního stylu a v užívání anglicismů jsou patrné rozdíly generační. Pro populaci studující po roce 1989 se angličtina stala součástí vzdělání. Naproti tomu střední a zejména starší generace se pronikání anglicismů do českého jazyka brání, protože znalost angličtiny je u této vrstvy obyvatelstva většinou na nižší úrovni.

Používání anglicismů velmi ovlivňuje publicistický styl, který nejdynamičtěji odráží společenské a ekonomické změny. V mluvené i psané publicistice se často setkáváme s tendencí obměňovat stabilizované výrazové prostředky, aktualizovat je např. pomocí módních výrazů a slovních spojení.

1.1. Definice anglicismů a amerikanismů

Nový akademický slovník cizích slov A–Ž (2005) označuje jako anglicismus, jazykový prvek přejatý z angličtiny do jiného jazyka n. podle angličtiny v něm vytvořený‘ (*Nový akademický slovník cizích slov A–Ž* 2005, s. 5). Podobně je zde definován i amerikanismus, tj. ‚jazykový prvek typický pro americkou angličtinu, popř. též užitý v jiném jazykovém prostředí‘ (tamtéž, s. 7).

Jak ve své studii *Vliv angličtiny na češtinu* uvádí I. Bozděchová (1997, s.272): „Toto vymezení zahrnuje anglicismy v širokém slova smyslu (tzn. prvky všech jazykových rovin a na všech stupních adaptace). Mnohdy se však za anglicismy považují jen anglická slova a pouze, nebo zejména ta, která si

v novém jazyce podržují svou původní podobu. Aktuální pohled na anglicismy v češtině posledních let tedy sice zahrnuje staré anglicismy, v našem systému již adaptované, ale nesoustřeďuje na ně svou hlavní pozornost. Dynamičtější (a často problematičtější) jsou anglická slova procházející procesem počešťování, během něhož se nejenom adaptuje jejich forma, ale vyjasňuje i jejich funkčnost, tj. místo v českém lexikálním systému...”

1.2. Frekvence anglicismů v analyzovaných časopisech

Anglicismy se ve všech analyzovaných časopisech vyskytovaly ve velmi vysokém počtu. Celkem jsme excerpovali přes 2000 slov a slovních spojení. Z nich jsme pro další práci vybrali 1947 slov. Slovní zásoba je však omezená, protože jednotlivé časopisy mají své ustálené rubriky a probírají stále stejná témata: životní styl, móda, kosmetika, péče o tělo, sex apod. Svědčí o tom i fakt, že z celkových téměř 2000 excerpt jsme vyčlenili pouze 592 různá slova. Z těchto slov byly 53%, konkrétně 314 lexémů, zařazeno do *Nového akademického slovníku cizích slov A-Ž* (2005). U těchto slov jsme také zaznamenali největší počet opakování – celkově 1398 výskytů.

Excerpta můžeme rozdělit do několika oblastí:

hudba	<i>bigbeatový, country-popový, elektropunkový, emo, hip hop, hitparáda, hard-cor (post-hardcorová kapela), R'n'B, rap</i>
počítače mobilní komunikace	<i>blog, e-mail, flashka, chat, ICQ, internet, mail, esemeska, displej (displej</i>

technika	<i>mobilu), CD, cédéčko, cédo, DíVídí, dívídíčko, iPod, laptop</i>
móda, vizáž, styl	<i>anti-cool, cool, džíny, IN, legíny, zip-in-zip-out, topmodelka, modelína, dirty look</i>
Pojmenování osob	<i>blogger, bloggerka, emář, rafták, rapperka, cosmo odbornice, freegirl, miss, misska hipoper, in-liner (,kdo jezdí na in-linech'), rocker, modelka, snowboardák, kemperka,</i>
sport	<i>beach volejbal, bowling, carving, in-line brusle, jogalates, kiting, skateboarding, skejtování, squash, zorbing, snowboarding</i>
životní styl	<i>afterparty, casting, celebrita, cover girl, coversky, garden párty, mejdan, shopping</i>
kosmetika, péče o tělo	<i>peeling, anti-aging program, beauty program, facelifting, lifting, make-up, scrub (tělový scrub), styling</i>
povolání	<i>manažerka, marketigová poradkyně, bodyguard, bookerka, designérka, fotoeditorka</i>
jídlo	<i>burger, cornflakes, dip, fast food, hamburger, chipsy, kokakola, kola, cheese, snack, toast</i>

Četnost v jednotlivých excerpovaných časopisech je rozdílná.

Časopis	počet anal. čísel	počet stran na číslo	Počet angl.	prům. počet angl. v 1 čísle	Počet stran celkem	průměr angl. na stránku
<i>Cosmo Girl</i>	8	100	830	83	800	1,03
<i>Cosmopolitan</i>	10	100*	784	78,4	1000	0,78
<i>Tina</i>	34	50	369	10,85	1700	0,21

* Jedno číslo časopisu *Cosmopolitan* má celkově průměrně 150 stran, ale téměř 50 stran tvoří reklamy, které zůstaly mimo naši pozornost.

Výše uvedená tabulka má pouze dokreslovat četnost anglicismů v analyzovaných časopisech. Neklade si za cíl stoprocentní přesnost. Ukazuje ale, že nejvíce anglicismů se vyskytuje v časopise pro mladé dívky *Cosmo Girl*. Srovnatelný je počet anglicismů v *Cosmopolitanu*. Naproti tomu v *Tině* je frekvence anglicismů na stranu výrazně nižší.

Cosmopolitan i *Cosmo Girl* vycházejí ve vydavatelství Stratosféra. Oba časopisy jsou českou verzí původních amerických časopisů. Oslovili jsme šéfredaktorku *Cosmopolitanu* Sabrinu Karasovou s dotazem, do jaké míry je český *Cosmopolitan* kopií původního amerického originálu. Napsala nám: „Nedá se určit, do jaké míry je české *Cosmo* „kopií“ amerického originálu. Dodržujeme koncept časopisu daný licenci, používáme i některé americké fotografie a inspirováme se některými texty z jiných zahraničních vydání *Cosmopolitanu* (nejen anglicky psaných), nicméně dosti volně“.

Témata v *Cosmo Girl* a *Cosmopolitanu* jsou velmi podobná: móda, image, sex. Dá se říci, že *Cosmo Girl*, „časopis

pro všechny mladé rebelky“, je verzi *Cosmopolitanu* upravenou pro mladé dívky.

Cosmo Girl je psán jako návod kamarádek, jazyk má silně persvazivní funkci. Redaktorky (všechny jsou ženy) si vytvářejí vlastní jazyk a styl blízký mladým dívkám. Velmi častá jsou slova zakončená sufixem *-ing*: např. *skating - tenhle borec si dává aggressive in-line skating, lifting, windsurfing, casting, skateboarding, peeling, shopping, zorbing*. Ve všech analyzovaných časopisech, ale v *Cosmo Girl* zvlášť, najdeme celou řadu hodnotících přívlastků: *bárbínovský – jsou to hodně bárbínovský šaty, cool - svoji cool módu nejčastěji hledá v sk8 shopech, okousaný look, podvraťácký look, dirty look aj*. Nejčastěji je použit výraz *sexy*. Ani bychom nevěřili, co všechno *sexy* může být. V *Cosmo Girl* je to například *sexy vzhled, sexy ponožky, sexy maska (pleťová), sexy džíny, sexy top, sexy šatičky*, ale i *sexy botky*, v *Cosmopolitanu* jsme našli spojení *á la sexy moucha* a *sexy stožár (užívá si pocitu sexy stožáru)*. Dále můžeme sledovat snahu o zveličování pomocí prefixoidu *super-* nebo *mega-*: *super oblečení, super postava, super úsměv, super sleva, super film, mega řasy, mega výstřih, mega korále, mega kotel, mega soutěž*.

Zajímavé je porovnání četnosti slov *sexy, super, trendy* a *mega* ve všech analyzovaných časopisech.

	<i>Sexy</i>	<i>super</i>	<i>trendy</i>	<i>Mega</i>
<i>Cosmo Girl</i>	30	36	5	8
<i>Cosmopolitan</i>	44	17	2	0
<i>Tina</i>	20	17	9	0
Celkem	94	70	16	8

Jak je z tabulky patrné, slovo *sexy* se vyskytuje nejčastěji – zaznamenali jsme jej čtyřidevadesátkrát. Naproti tomu slovo *super* bylo excerpováno ‚jen‘ sedmdesátkrát, ale začlenili jsme do výběru i ty případy, kdy se píše *super* dohromady: např. *superčlánek*, *superčtení*, *superholka*, *supermanka*, *supermarket*, *supersavý*, *supertipy* apod. Nebo z *Cosmo Girl* *superband*, *superdlouhý*, *super-patka*, *superstar* a tvar *supr*. Další dvě sledovaná slova se vyskytují ve srovnání se *super* a *sexy* málo. Slovo *trendy* bylo nalezeno jen šestnáctkrát. Myslíme si, že je to dáno tendencí počestit často používané slovo a nahradit původní nesklonný tvar adjektivem *trendový*. Prefixoid *mega-* jsme excerpovali pouze osmkrát a je zajímavé, že se vyskytuje jen v časopise *Cosmo Girl*: *mega korále*, *mega řasy*, *mega kotel*, *mega výstřih*, *mega soutěž* a *mega efekt*, ale i *megaúspěch* a *megastar*.

Tina se od těchto časopisů liší jak slovní zásobou, tak celkovou image. Jedná se o časopis ryze český určený ženám středního věku. Typické pro *Tinu* je využití anglicismu v nadpise, a to mnohdy i těžkopádně až násilně: *nový look pro starou lampu* (*Tina* 2007/12, s.11) nebo *dekorace v jarním looku* (*Tina* 2007/15, s.3), „zajímavý a výstižný“ je i nadpis *10 anti-agingových tipů* (*Tina* 2007/10, s.10). Mohli bychom usuzovat, že použití anglicismu v nadpise je vedeno snahou o stručné vyjádření (*anti-aging*), ale slovo *look* se dá nahradit českým ekvivalentem ‚vzhled‘, které by, dle našeho názoru, i lépe vystihovalo podstatu věci. Anglicismus zde má upoutat pozornost a vzbudit zvědavost. V dalším textu se pak zpravidla žádná další anglická výpůjčka již nevyskytuje.

Zajímavé je i srovnání četnosti anglicismů a jejich rozmanitosti.

Časopis	Celkem anglicismů	počet různých anglicismů	procento opakování
<i>Cosmo Girl</i>	820	305	37,2
<i>Cosmopolitan</i>	764	153	20
<i>Tina</i>	363	134	36,9

Z uvedené tabulky vyplývá, že nejčastěji se anglicismy opakují v *Cosmo Girl* a srovnatelně v *Tině*. Zajímavé je, že v *Cosmopolitanu* dochází k opakování anglicismů nejméně často.

Na závěr této kapitoly bychom rádi připojili krátký průzkum porozumění anglicismům z časopisu *Cosmo Girl*. Oslovili jsme 270 žáků základních a středních škol. Záměrně jsme zvolili tři lokality. Brno jako zástupce velkého města, Kyjov - malé město a Strílky – vesnice.

Zkoumali jsme do jaké míry mladí čtou časopisy pro dívky a zda čtou *Cosmo Girl*, do jaké míry rozumí anglicismům z tohoto časopisu, zda je rozdíl v porozumění anglicismům na vesnici a ve městě a jaký vliv má na porozumění věk a znalost angličtiny.

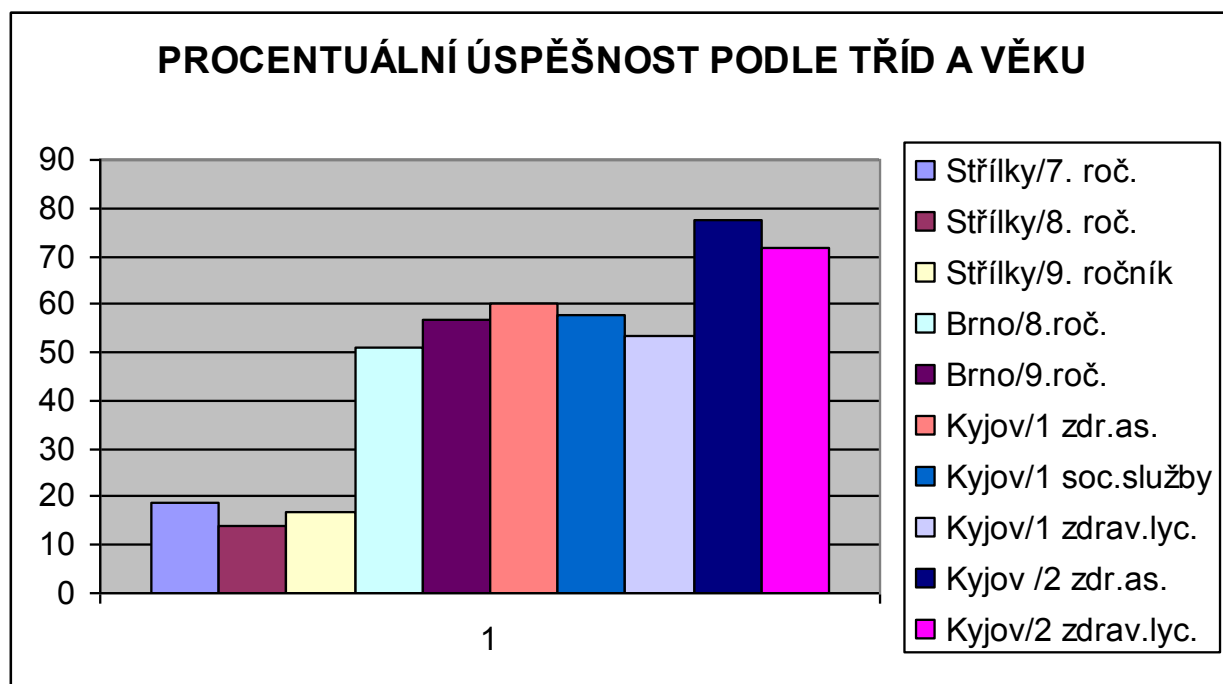
Respondenti:

Z celkových 270 rozdaných dotazníků (viz příloha 1) se nám vrátilo 200. Na tomto vzorku jsme provedli srovnání. ZŠ Strílky byla zastoupena 25 žáky 7. a 8. tříd a 32 žáky z 9. třídy. Celkem jsme z této školy získali 57 odpovědí. Všichni tito žáci studují angličtinu jako povinný předmět.

Brno reprezentovali žáci 8. a 9. ročníku základní školy. Počet v jednotlivých třídách je srovnatelný, 23 žáci z 8. třídy a 24 žáci z 9. třídy. Všichni studují angličtinu.

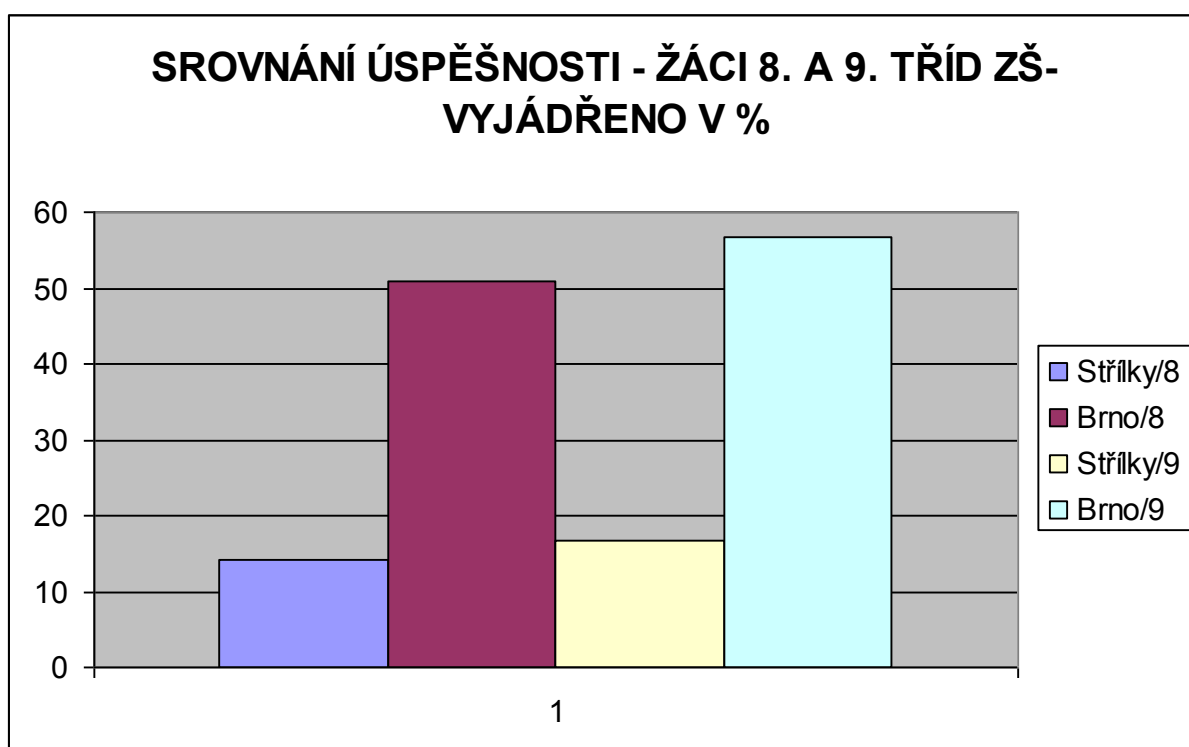
V Kyjově jsme oslovili nejvíce respondentů. Dvašedesát z nich jsou žáci 15 - 16 letí, studenti 1. ročníku Střední zdravotnické školy v Kyjově. Jen 20 z nich však studuje angličtinu. Tento fakt ovlivnil jistě i porozumění textu Pro srovnání jsme si vybrali 34 žáky 2. ročníku ze stejné střední školy. Všichni studují angličtinu jako hlavní cizí jazyk. Zajímalo nás, zda se s přibývajícím věkem zvyšuje procento porozumění anglicismům. Mohlo by se zdát, že žáci střední školy jsou vyspělejší a prospěchově lepší. Jednotlivé odpovědi však svědčí o tom, že na střední škole studují i žáci se slabším prospěchem. V odpovědích bylo velmi mnoho pravopisných chyb.

Úspěšnost jednotlivých ročníků a škol můžeme vyjádřit graficky:



Z uvedeného grafu je patrné, že s přibývajícím věkem a dobou studia angličtiny se procento úspěšnosti zvyšuje. Svědčí o tom fakt, že nejvyššího porozumění dosáhli studenti 2. ročníků střední zdravotnické školy. Celkově je procento úspěšnosti 50,72%. To je jistě pro zběžné porozumění textu dostatečné. Tabulka v příloze 2 ukazuje souhrnně výsledky průzkumu.

Zajímavé je také porovnání úspěšnosti žáků stejné věkové kategorie - čtrnáctiletých a patnáctiletých.



Graf svědčí o tom, že se s přibývajícím věkem znalost anglicismů nepatrně zvyšuje. Pokud bychom se na tak malém vzorku odvážili provést srovnání úspěšnosti žáků venkovské a městské školy, dospěli bychom k závěru, že úspěšnost žáků brněnských je o 36 až 40% vyšší.

Sledovanost časopisů:

Z nepřeberného množství časopisů pro mládež jsme nabídli *Bravo*, *Top Dívky*, *Cosmo Girl*, *Elle*, *Bravo Girl* a jiné. Jak ukazuje přiložený graf, nejčtenějším časopisem pro -náctileté je *Bravo*. Z našich respondentů jej označilo asi 40% (43,5%). Na druhém místě se umístil časopis *Top Dívky*, který čte 39% dotázaných. *Cosmo Girl* patří k cenově méně dostupným časopisům. Z našich respondentů jej čte jen 25,5%. Mnoho dotázaných nezajímá žádný z časopisů. Jak ukazuje tabulka v příloze 2, s vyšším věkem se zájem o tyto časopisy zvyšuje.

Zajímavé je srovnání žáků ZŠ Střílky a ZŠ Brno. Zatímco žáci ZŠ Střílky čtou průměrně 1 časopis, brněnští žáci již označili v průměru dva. Někteří respondenti ze střední školy přímo napsali, že tyto časopisy nečtou pro jejich nízkou úroveň, jiní označili časopisy dva, tři, někteří i více. Žáci uvádějí, že časopisy znají, není však zřejmé, do jaké míry je sledují pravidelně.

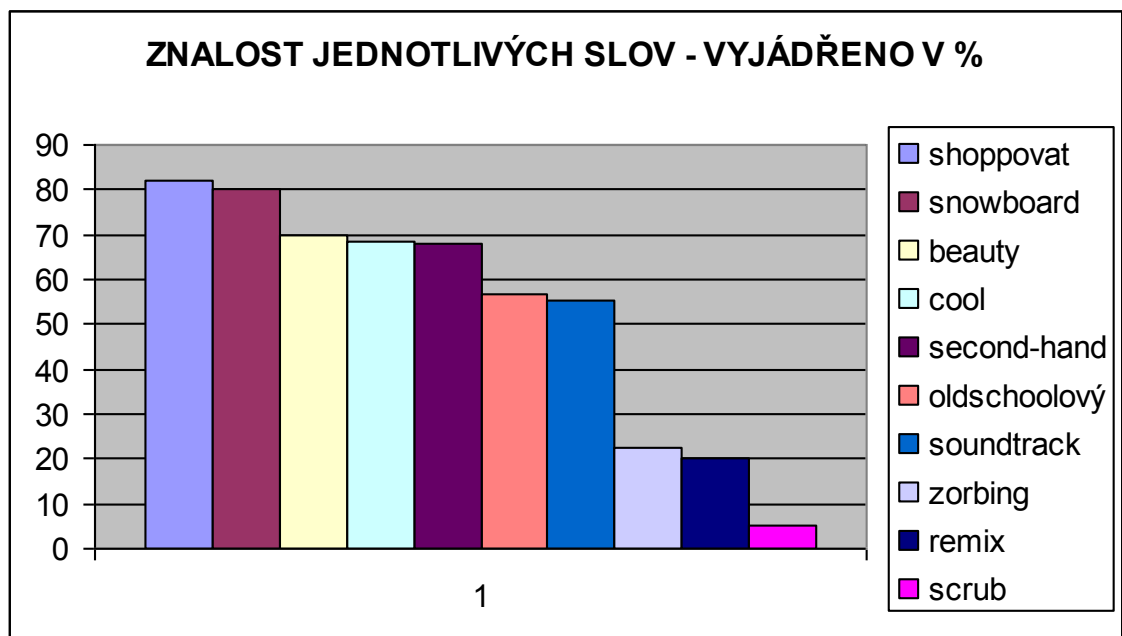
Porozumění jednotlivým slovům a slovním spojením:

Z časopisu *Cosmo Girl* jsme náhodně vybrali 10 slov a 15 vět. Obecně platí, že porozumění jednotlivým slovům bez jakéhokoliv kontextu je obtížnější než porozumění celému souvislému textu. Mnozí žáci využili své znalosti angličtiny a význam anglicismu si odvodili. Velmi zřetelné to bylo na výrazu *oldschoolový*, jehož význam popsalo 56,5% respondentů. Jak dokládá přiložený graf, význam slov jako *shoppovat* nebo *snowboard* je mezi mládeží zcela známý (82% a 80% úspěšnosti). Naopak nový adrenalinový sport *zorb* zná jen 22,5% respondentů. Zajímavé bylo sledovat znalost pojmů z hudby – *remix* a *soundtrack*. Zatímco slovo

soundtrack popsalo vcelku správně jako ‚zvukový záznam doprovodné písně k filmům‘ apod. 55,5% dotázaných, slovo *remix* správně jako ‚novou verzi písně‘ vysvětlilo jen 20% dotázaných. Ostatní se většinou dopustili chyby vlivem překladu – *remix* popsali jako ‚několik písní dohromady nebo zmixované písně‘.

Z oblasti módy jsou zcela známá slova *beauty* nebo *cool*, naproti tomu slovu *scrub* bez kontextu rozumělo jen 5% dotázaných.

Přehledně dokumentuje situaci následující graf.



Z časopisu *Cosmo Girl* jsme vybrali 15 vět nebo slovních spojení. Zajímalo nás, zda bude porozumění slovům v kontextu vyšší či nikoliv.

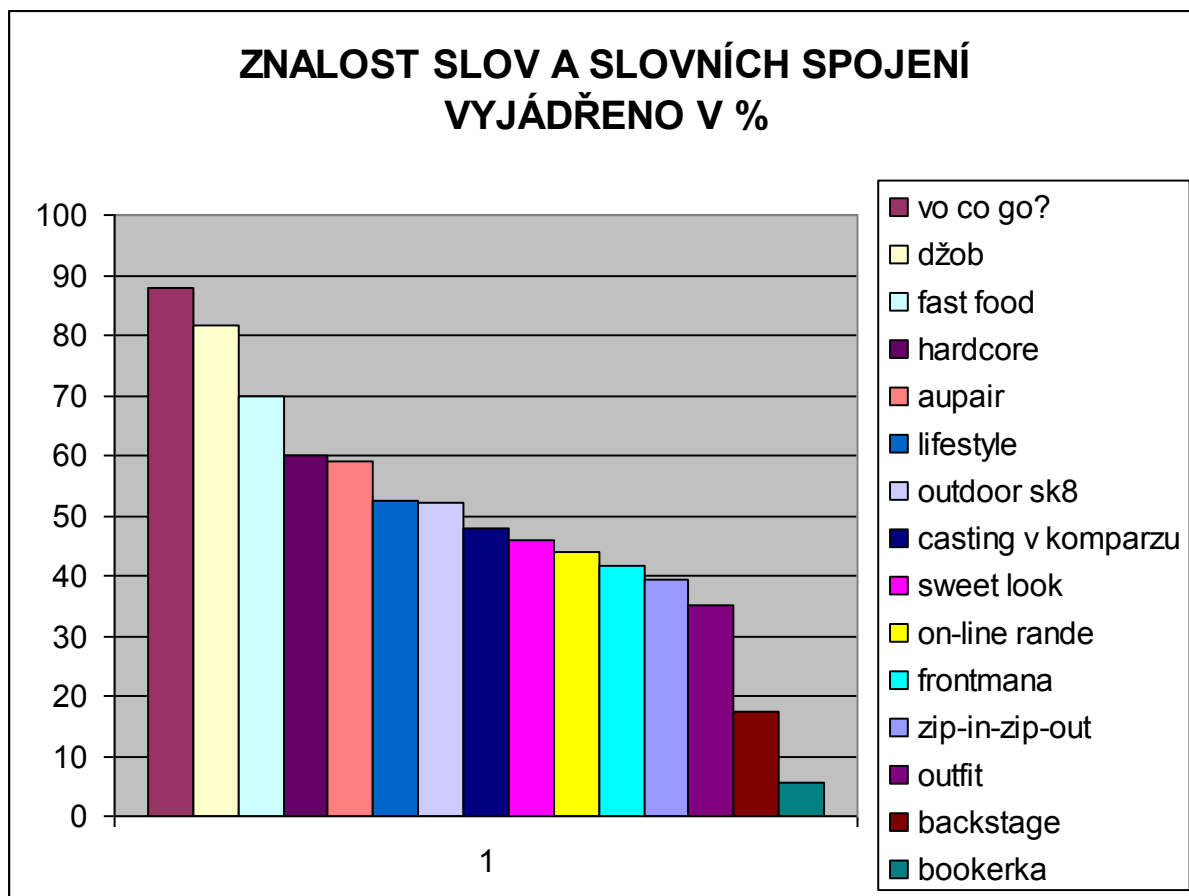
Tabulka v příloze 2 ukazuje, že jednotlivá slova chápe správně 52,8% respondentů, slovní spojení 49,3%. Dalo by se říci, že pochopení je srovnatelné. Míru porozumění slovům snížilo slovo *scrub*, ve spojeních pak substantivum *bookerka*. Většina dotázaných přeložila toto slovo jako ‚fotografka, novinářka‘, dokonce se vyskytlo i originální označení

,knihovnice'. Pouze 5,5% dotázaných určilo, že jde v tomto spojení (*potom mě bookerka ze všech stran fotila*) o uměleckou agentku.

Nejrozšířenější je znalost v 90. letech často užívaného spojení *vo co go?*. Jeho obsah správně vysvětlilo 88% dotázaných. Zcela zdomácnělo i adaptované substantivum *džob* (*najdeš si džob*), jehož význam zná 81,5% respondentů. Stejně známé je spojení *fast food*, které je vlivem reklamy spojováno nejen s rychlým občerstvením, ale často bylo uváděno i jako nezdravé, přepálené, tučné jídlo (*spraví to nezdravý fast food*). Mohlo by se zdát, že substantivum *aupair* musí znát každý, ale průzkum prokázal, že jej zná pouze 59% dotázaných. Někteří se domnívali, že *aupair* je synonymem pro ,služku', čemuž by částečně odpovídal i překlad pomocnice v domácnosti¹. Velmi nás zajímalo, jak si -náci letí poradí se spojením *poslední outdoor sk8 závody*, kde je slovo *skejt* ukryto v anglickém alfanumerickém akronymu. Význam odhalily 52% respondentů. Ze sportovní terminologie bylo vybráno spojení *že ho protáhneš do backstage*. Všichni dotázaní určili, že *backstage* je ,zákulisí' a měli pravdu, protože vybraný kontext neurčuje, že jde o sport, přesněji o cvik - figuru na skateboardu, proto jsme překlad zákulisí uznali jako správný. Znalost jednotlivých spojení ukazuje tabulka v příloze 2 a níže připojený graf.

Pouze jeden žák nás upozornil na nonsens ve spojení *nové modely lifestyle*. Správně bylo ve 52% přeloženo spojení jako životní styl, jeden z respondentů nechápal, zcela oprávněně, jaké mohou být nové modely životního stylu.

¹ Slovo *aupair* je původem francouzské, ale u nás zdomácnělo pod vlivem angličtiny.



Závěr průzkumu:

Malý průzkum znalostí anglicismů z časopisu *Cosmo Girl* na vzorku 200 respondentů prokázal, že s přibývajícím věkem a znalostí angličtiny roste porozumění textu.

Zatímco žáci ZŠ Střílky dosáhli 14,1% -18,8% úspěšnosti, žáci 2. ročníku střední školy dosáhli úspěšnosti až o 60% vyšší (77,3%).

Všeobecně jsou známá slova, která se přesunula do centra slovní zásoby, adaptovala se (*džob*, *second-hand*), méně slova užívaná náhodně, ojediněle a slova spojovaná s novými jevy (např. *zorbíng*). Význam některých slov si čtenář časopisu odvodí z připojených fotografií, porozumět vybraným větám nebo spojením bez kontextu je obtížnější.

V žurnalistice jsou anglicismy voleny z důvodu úspornosti a mnohdy i proto, aby se časopis zalíbil svým čtenářům. Několikaslovné české názvy jsou nahrazovány jednoslovnými anglickými lexémy: například substantiva *bookerka*, *zorbing*. Ale někdy má použití anglicismu pouze ukázat znalost redaktora, jeho rozhled a zvýšit prestiž časopisu, a to bez ohledu na fakt, že přemíra anglicismů snižuje porozumění textu. Například ve spojení *všestranné řešení zip-in-zip-out umožňuje odepnout vnitřní vestu*. V tomto případě měl autor pravděpodobně na mysli možnost vestu připnout nebo odepnout. Z hlediska významového nám už spojení *zip-in-zip-out* říká, že vestu můžeme připnout (*zip-in*) a odepnout (*zip-out*), takže informace *umožňuje odepnout* je redundantní.

2. SLOVOTVORNÁ STAVBA ANGLICISMŮ

Neustálý rozvoj našeho poznání přináší s sebou i rozvoj myšlení, vznik nových pojmů a zpřesňování pojmů starých. Potřebu nových pojmenování řešíme přenesením pojmenování už existujícího na novou skutečnost, rozšiřováním, specializací nebo přetvářením původního významu. Vznik nových názvů je příznačný zejména pro počítačovou oblast, sport, hudbu, obchod, management, reklamu, marketing, ale i módu a politiku.

Hledáme stále nové vyjadřovací prostředky, které jsou ještě účinnější, neotřelejší a zajímavější než běžné. V publicistickém stylu se snaha o originální vyjádření projevuje dvěma tendencemi. Na jedné straně vznikají nová víceslovná pojmenování, na straně druhé, v zájmu ekonomičnosti projevu, jsou víceslovná pojmenování nahrazována anglickými výpůjčkami a jejich deriváty.

Nově přejatá slova patří k neologismům, což jsou slova s příznakem novosti. „Od ostatních jednotek systému se liší svými sémantickými a formálními vlastnostmi i svým zařazením. Jsou to lexikální jednotky, které nejsou ještě plně včleněny do struktury slovní zásoby. Jde o jednotky periferní, které mohou, při splnění určitých podmínek, přecházet z periferie do centra.“ (Ziková 2001, s. 81 - 82). Mnohé neologismy lze charakterizovat jako slova módní. V této části diplomové práce se budeme věnovat derivaci u přejatých substantiv anglického původu.

Derivace je nejdůležitějším slovotvorným způsobem rozšiřování slovní zásoby. Sufixace substantiv se na rozdíl od

adjektiv a sloves realizuje značným počtem přípon. Derivací utváříme nové slovo ze slovotvorného základu a formantu.

Jak uvádí M. Čechová, základními slovotvornými vztahy jsou vztah zakládání se jednoho slova na druhém neboli fundace a vztah odvolávání se, odkazování jednoho slova na druhé - motivace (Čechová 2000, s.95).

Fundace znamená odvolávání se k určitému slovu, tzv. slovu fundujícím, vytváří slova fundovaná, která mohou být slovy fundujícími pro další slova odvozená. Vznikají tak slovotvorná hnízda (Čechová 2000, s.96). Ukažme si příklad takového slovotvorného hnízda na slově *trend*, které patří mezi našimi excerpty k velmi frekventovaným. Vyskytuje se třicet osmkrát, slovo *trendový* třináctkrát, lexém *trendy* jsme registrovali šestnáctkrát, ale další slova odvozená jsme našli pouze jedenkrát (*trendař*, *trendářka*). Slovník *Nová slova v češtině 2* uvádí ještě další odvozeniny, a to *trendolog*, *trendologie* a kompozitum *trenduchtivý*.

Odvozování substantiv se děje čtyřmi způsoby: prefixací, sufixací, smíšenými postupy a konverzí. Připojení afixu ke slovu původně anglickému vypovídá o míře jeho adaptace v češtině. Anglická výpůjčka se přizpůsobuje flektivní češtině. Slova, která jsou používána okazionálně, zůstávají na periferii slovní zásoby a vyskytují se zpravidla v původním anglickém tvaru. Slova, která pronikají do centra slovní zásoby, jsou slovotvorně i mluvnicky adaptována.

2.1. Sufixace substantiv

Flektivní čeština má tendenci přizpůsobovat cizí slova tak, aby mohla být co nejlépe zařazena do jazykového systému. Proto jsou přejatá slova velmi často sufigována.

Pro sufixaci substantiv je příznačný velký počet přípon (Mluvnice češtiny 1, 1986, s. 231). Je zřejmé, že ne všechny přípony jsou využity k odvozování substantiv od anglických základů.

Sufixace anglicismů má svá specifika. Vedle substantiv, u nichž je fundace/motivace jednoznačná, existují substantiva, u nichž fundace/motivace jednoznačná není a je proto nutné vzít v úvahu možnost paralelní fundace/motivace. Např. neologické názvy osob mohou být paralelně fundovány/motivovány a) substantivem a slovesem, b) substantivem a adjektivem c) několika substantivy (Opavská 2005, s. 22). „O paralelní fundaci/motivaci více substantivy lze hovořit například u názvů sportovců souvztažných s názvy sportů s formantem –ing. Východiskem se zde může stát slovo označující určitou činnost nebo prostředek k této činnosti (*snowboarding* → *snowboardista*, *snowboardař*), tak přejaté slovo označující osobu sportovce, ke kterému pak vznikají na domácí půdě slovotvorné varianty (*snowboarder* → *snowboardista* → *snowboardař*)“ (Opavská 2005, s. 22 - 23).

Odvozená podstatná jména rozdělujeme do tří onomaziologických kategorií. První z nich je kategorie mutační, lexikální význam se zde podstatně mění, slovnědruhový význam buď zůstává, anebo se rovněž mění.²

Druhou kategorií je kategorie transpoziční, kdy lexikální význam zůstává zachován a mění se jen slovnědruhový rámeček, slovní druh. Kategorie transpoziční obsahuje pouze pojmenování vlastností a dějů.

Třetí kategorií, v níž se lexikální význam obměňuje a slovnědruhový rámeček zůstává týž, nazýváme kategorie

² Více viz Mluvnice češtiny 1, 1986, s. 233 – 287.

modifikační. Zařazujeme sem např. deminutiva a augmentativa, názvy přechýlené, názvy mláďat apod.

Do kategorie mutační řadíme pojmenování osob – názvy konatelské a činitelské, názvy obyvatelské, názvy nositelů vlastností apod. Z onomaziologického hlediska, podle slovního druhu fundujícího lexému, rozdělujeme pojmenování osob na jména konatelská a činitelská. „Nová konatelská jména mohou být motivována pojmenováním předmětu činnosti, který osoby vytvářejí, jímž se zabývají, o který se starají, který používají apod., názvem místa, kde pracují atd.“ (Opavská 2005, s. 26).

Při derivaci se uplatňují zejména sufixy *-ař/-ář*, z cizích sufixů přípona *-er*. Podstatná jména konatelská odvozená příponou *-ař/-ář* rozděluje Miloš Dokulil³ podle příznaku do šestnácti skupin. Upozorňuje však na to, že skupiny se prolínají a některá slova mohou být zařazena do více skupin. Do skupiny názvů osob „podle toho, v čem mají zálibu“ (Dokulil 1967, s. 134) bychom zařadili substantivum *emař* – ten, který má zálibu v hudebním stylu emo. Do „názvů osob podle nástroje“ (Dokulil 1967, s. 132) náleží substantiva *raftař* – ten, který jezdí na *raftu* nebo *skejtař*, *surfař*, *snowboardař*. Ve shodě s Dokulilovým názorem, že skupiny se prolínají a některá pojmenování můžeme zařadit do více skupin, bychom tato substantiva mohli přiřadit i do skupiny pojmenování „podle toho, v čem mají zálibu“ (Dokulil 1967, s. 134).

Z cizích sufixů uveďme příponu *-er* (*booker*, *grunger*, *rocker*, *sprejer*). Rozdělení na konatelská a činitelská substantiva je složité, protože z anglického tvaru fundujícího slova nelze určit, zda je pojmenování osob vytvořeno od slovesa nebo podstatného jména. Například substantivum *sprejer*

³ Více viz Miloš Dokulil, Tvoření slov 2, 1967, s.125-140.

můžeme zařadit k podstatným jménům činitelským, odvozeným od slovesa *spray* - ,rozprašovat, rozstříkovat, nastříkat‘, i konatelským, tj. odvozeným od podstatného jména *spray*. Podle charakterizačního příznaku zařadíme tato podstatná jména do skupiny „podle nástroje, náčiní, s kterým zacházejí“ (Dokulil 1967, s. 132).

Další skupinu tvoří podstatná jména činitelská, která derivujeme od sloves. Například: *leader* ← *lead*, *hacker* ← *hack*, *dancer* ← *dance*. Podobně byla odvozena slova: *blogger*, *designér*, *rapper*, *skater*, *squatter*. Většina těchto derivací však proběhla již v angličtině. Pojmenování osob přejímáme v nezměněné podobě.

Velkou část podstatných jmen převzatých z angličtiny tvoří pojmenování osob podle profese (zaměstnání, povolání) a pojmenování osob podle zájmu. Některá jsou motivována pojmenováním profesní činnosti, kterou se osoby zabývají (*moderovat / moderátor*). Jejich základovými slovy jsou slovesa a dějová jména (Opavská 2005, s. 27).

Nejčastějšími příponami vytvářející nová pojmenování osob jsou sufixy *-ář/-ář*, *-er/-ér*, *-ák* a *-ista*. Pojmenování podle profese tvoříme příponou *-ista*: *stylista*, *publicista*. Vedle běžného tvaru *designér* jsme excerpovali i substantivum *designerista*. Tento tvar bychom zařadili do stejné skupiny jako *stylista*, jedná se však o okazionalismus.

Pomocí přípon *-ář/-ář*, *-er*, *-ák* a *-ista* odvozujeme také pojmenování sportovců. Tato pojmenování stojí na rozhraní pojmenování osob podle profese nebo zájmové činnosti a pojmenování podle charakterizačního příznaku, příslušnosti k hudebnímu směru apod. (Opavská 2005, s.27). Například: *snowboardař*, *snowboardák*, *skejtař*, *skejťák*, *raftař*, *rafták*.

Ojedinele jsou pojmenování sportovců tvořena i příponou *-ista*. Excerptováno bylo poněkud knižní substantivum *snowboardista* (vedle běžnějšího stylově bezpříznakového tvaru *snowboardař* nebo *snowboarder* a citově zabarveného *snowboardřák*).

Izolexémní deriváty se odlišují stylovou příznakovostí i frekvencí užití (Opavská 2005, s.23): *skejtař* - *skejťák*, *rafter* - *raftař* - *raftřák*, *snowboarder* - *snowboardař* - *snowboardřák* - *snowboardista*. V časopisech pro mládež se častěji vyskytují příznakové varianty.

Tvary *snowboarder*, *rafter* jsme neexcerptovali, ale jsou uvedeny ve slovníku neologizmů.⁴ Izolexémní substantiva *snowboardař*, *snowboardřák* se v analyzovaných časopisech vyskytla, stejně jako substantivum *skejťák*, tvar *skejtař* jsme excerptovali jen v ženském rodě: *skejtařka*.

Z onomaziologického hlediska náležejí výrazy v této skupině ke jménům konatelským (Opavská 2005, s. 28).

Do skupiny pojmenování podle charakterizačního příznaku jsme zařadili substantivum *workoholik* nebo *trendař*, poukazující na určitý nápadný rys. Dalším charakterizačním příznakem je určitá činnost. Do této skupiny patří například *blogger*, *sprejer* apod.

Pojmenování osob jsou mezi novými anglicismy četná, ale analyzované časopisy mají omezenou slovní zásobu danou opakujícími se tématy. Proto je také počet různých pojmenování osob v našich materiálech omezený.

Do kategorie transpoziční zařadíme názvy vlastností a názvy dějů. Názvy vlastností se odvozují od přídavných jmen, a to především od adjektiv jakostních příponou *-ost*, *-ota*

⁴ *Snowboarder* *Nová slova v češtině 1*, s. 275, *rafter* *Nová slova v češtině 1*, s. 240, *skater* *Nová slova v češtině 1*, s. 271.

(Čechová 2000, s. 107). Mezi našimi excerpty nebylo takové pojmenování nalezeno.

Vysoce produktivní je v českém jazyce sufix *-ství/-tství*, s cizími základy je používán omezeně - *dealerství, sponzorství*.

Názvy dějů jsou v češtině tvořeny od sloves příponami *-ní,-tí* a od trpných příčestí sloves příponou *-í*. Z uvedeného je patrné, že tyto přípony nebudou s cizími základy využity. Názvy dějů lze tvořit od sloves cizími příponami. Anglického původu je sufix *-ing*, který je počesťován na *-ink*. Přejímky z angličtiny zakončené na *-ing/-ink* jsou v češtině známy již řadu let (*trénink, strečink*). Skupina slov s těmito příponami je velmi početná a v posledních letech zaznamenáváme ještě nárůst. V analyzovaných časopisech jsou nejfrekventovanější podstatná jména z oblasti módy: *modeling, styling, peeling, casting, lifting* apod. Anglické názvy přijímáme také společně s novými sportovními disciplinami: *jumping, bowling, carving, spinning, windsurfing, jogging*. Do oblasti společenského a profesního života bychom zařadili pojmenování: *coaching*⁵, *brainstorming, catering, hostesing, happening, shopping, marketing, streaming* (dělení žáků do prospěchových kategorií).

Kategorie modifikační je reprezentována názvy přechýlenými, zdrobnělými a zveličenými. Přechylování jmen mužského rodu a vytváření feminin je pro češtinu typické. Nejčastěji je používána přípona *-ka*. Ženské tvary vytvořené k původním mužským cizím jménům nacházíme i v našem materiálu.

Vedle substantiv přechýlených najdeme i taková, která nemají oporu v substantivu označujícím osobu mužského rodu. Podstatná jména tohoto typu – substantivum bez

⁵ *Coaching* ← *coach, trénování* ← *trenér, kouč, trénovat, koučovat*.

mužského protějšku - zastupuje v našich excerptech pouze lexém *hosteska*.

Pojmenovávacím příznakem pro nová ženská substantiva, jak uvádí Z. Opavská (2005, s. 40), může být předmět zájmové, profesní činnosti nebo místo, kde se tato činnost vykonává. Mnohem čtenější je skupina přechýlených pojmenování ženských osob – např. *blogger* → *bloggerka*, *booker* → *bookerka*, *designér* → *designérka*, *editor* → *editorka*, *rocker* → *rockerka*, *manažer* → *manažerka*, *moderátor* → *moderátorka*, *rapper* → *rapperka*, *stylista* → *stylistka*, *trendař* → *trendařka*, *workoholik* → *workoholička* aj.

Excerpovali jsme i substantivum *kemperka* (*kemperky* jsou během dne natáčené), jehož mužským protějškem by bylo podstatné jméno *kemper*. To se však vzhledem k nahodilosti a účelovosti použití substantiva *kemperka* nevyskytlo.

Někdy k původním anglickým feminimům přidáváme ještě navíc příponu *-ka*, která zdůrazňuje příslušnost k ženskému rodu. Tato substantiva však ztrácejí stylovou bezpříznakovost: *miss* → *misska*.⁶ Podobně je tvořeno substantivum *playmate* → *playmatka*. Užití českého sufixu je znakem slovotvorné adaptace substantiva.

Také přechýlená podstatná jména můžeme rozdělit do strukturně-sémantických skupin (Opavská 2005, s.42). Do první skupiny zařadíme přechýlená pojmenování žen podle profese: *styliska*, *manažerka*, *moderátorka*, *designérka*, *editorka* atd. Tato skupina je velmi početná. Druhou skupinu tvoří pojmenování žen podle profesní a zájmové sportovní činnosti (Opavská 2005, s.44): *skejtařka*, *snowboardařka*, *skejtačka* aj. Do třetí skupiny začleňuje Z. Opavská přechýlená

⁶ Výraz *miss* náleží ke starším neologizmům; adaptované substantivum *misska* je neologismus novější (Opavská, 2005, s. 41).

substantiva podle příslušnosti k hudebnímu směru: z našich excerpt *emařka, rockerka, rapperka, dýdžejka* apod.

Do skupiny pojmenování podle charakterizačního příznaku bychom mohli zařadit substantivum *workoholička* nebo *trendařka*, poukazující na určitý nápadný rys (Opavská 2005, s. 47). Do této skupiny patří i pojmenování podle charakterizačního příznaku spočívajícího v konkrétní, charakteristické činnosti: *bookerka, bloggařka* aj.

Také určité činnosti (např. *chatování*) považuje Opavská za charakterizační rys. Proto vytváří skupinu pojmenování ženských osob „podle charakterizačního příznaku spočívajícího v příznačné, charakteristické činnosti“ (Opavská 2005, s.48) - *chat* → *chatařka*⁷.

Nová přechýlená substantiva rychle přibývají a „upevňují centrální postavení přechylování při tvoření nových pojmenování ženských osob...“ (Opavská 2005, s.50).

Do kategorie modifikační patří jména zdrobnělá. Tvoří se mnoha příponami, z nichž byly využity sufixy: *-ek, -ka, -ík*. Například od anglického *second-hand* – *sekáček*. Četné je tvoření deminutiv příponou *-ík*: *top* – *topík*, *test* – *testík*, *mail* – *mailík*, *pop* – *popík*, *sex* – *sexík*.

Mezi našimi excerpty tvoří poměrně četnou skupinu slova stylově příznaková. Je to dáno persvazivní funkcí analyzovaných časopisů, určitou podbízivostí textů: *Cosmík*, *Cosmíček*, *mikinka*, *týpek*, *storka* apod. Příznakovými jsou i substantiva: *káefko*, *dívídičko*, která vznikla z původní zkratky a přidáním sufixu se slovo přizpůsobilo flektivní češtině. Nové slovo skloňujeme jako podstatné jméno. Jako slangové

⁷ Slovo *chatařka* může být motivováno dvěma způsoby: a) slovesem (*chatovat*) b) substantivem (*chat*). (Opavská 2005, s.48).

bychom mohli hodnotit i substantivum *Mekáč*⁸ (psáno zpravidla s velkým počátečním písmenem) odkazující na McDonald's.

K citově zabarveným substantivům bychom mohli zařadit také pojmenování osob typu: *skejťák*, *punkáč*. Ze substantiv označujících místa uvádíme například *sekáč*, *rokáč*. Použití domácích přípon ukazuje na vysoký stupeň morfologické adaptace.

Sufixace substantiv patří k nejprogresivnějším slovotvorným postupům vytváření nových pojmenování. Jednotky slovní zásoby jsou k sobě poutány vzájemnými slovotvornými vztahy, vztahy fundace a motivace. Na základě vzájemných vztahů vytváříme řetězce slov a budujeme hierarchické uspořádání obecných slovotvorných vztahů a obecných slovotvorných tříd na nich založených, vytváříme slovotvorný systém (Čechová 2000, s.147).

Při vzniku nových pojmenování se střetávají dva základní jazykové principy - princip analogie a princip anomálie. „Pravděpodobnost, že se nově utvořená lexikální jednotka přesune z periferie slovní zásoby blíže centru, se zvyšuje úměrně s tím, zda byla utvořena analogicky podle slovotvorných pravidel již fungujících, a tedy zda reprezentuje nějaký z produktivních slovotvorných typů.... Naopak systémové využití periferních slovotvorných prostředků, které jsou označovány jako neproduktivní nebo okrajové, vzdaluje novou lexikální jednotku od centra a jeví se jako vybočení z normy“ (Ziková 2001, s.82). Některé z nich jsou však přijaty. M. Ziková dále upozorňuje, že integrace do systému závisí na tom, zda porušení normy je jen spontánního vybočení nebo jde

⁸ Slovo patří do slangu mladé generace.

o porušení normy, které má charakter strukturní změny. (Ziková 2001, s. 82).

Reprezentantem prostředků, které se mimo neologismy nevyskytují vůbec, je přípona *-ovač*: Např. *toastovač*, *sendvičovač*. Tak je vytvořen nový slootovorný typ označující přístroj, který je určen k výrobě toho, co je označeno základovým substantivem (Ziková 2001, s. 85).

U anglicismů je časté parasystémové přehodnocení původní funkce slootovorného formantu. Např. sufixem *-árna* se derivují substantiva označující názvy míst (Ziková 2001, s. 88). Nově je tento sufix používán k odvozování substantiv označujících způsoby lidského chování. V našem korpusu reprezentuje takto vytvořené pojmenování substantivum *snobárna*.

Začlenění lexémů cizího původu do české slovní zásoby závisí mj. na jejich schopnosti stát se základem odvozování. Sufixální derivace patří k nejproduktivnějším způsobům obohacování slovní zásoby. Od původních anglických výpůjček tvoříme četné odvozeniny, vytváříme slootovorná hnízda. Anglicismy se přizpůsobují flektivní češtině.

2.2. Prefixace substantiv

Malé procento substantiv anglického původu je slootovorně adaptováno pomocí předpon. Ve srovnání se sufixací je tento způsob tvoření v excerpovaných materiálech okrajový.

Rozlišujeme předpony pravé (nepředložkové) a předpony nepravé (předložkové) (*Mluvnice češtiny 1* 1986, s. 313).

K pravým předponám patří *ne-*, *pra-*, *pře-*, *pa-*, *sou-* a *spolu-*.

V našich excerptech se anglicismy s těmito ryze českými předponami u substantiv nevyskytují. Stejně tak nepravé prefixy (původně předložky) *nad-*, *pod-*, *pří-*, *od-* apod. se u substantiv anglického původu v analyzovaných časopisech nevyskytly.

Prefigovaná substantiva s nejproduktivnější domácí předponou *ne-* jsou zastoupena pouze jedním příkladem: *nepankáč*. Předpona *ne-* vyjadřuje negaci, popírá význam základového slova. V cizích výpůjčkách je nahrazována původně latinskou předponou *anti-*, která je využívána internacionálně. V tradičním významu odpovídá předponě *proti-*. „Nově utvořená podstatná jména označují opak toho, co je vyjádřeno základovým substantivem“ (Kochová 2005, s. 79). Její používání je módním trendem. Vyjadřuje částečnou negaci, například *anti-drip* nebo *antiromantik*.

Vedle toho jsme v analyzovaných časopisech zjistili i výskyt původně latinské předpony *post-*. Předpona má význam ‚následnosti v čase‘ (*Nová slova v češtině 2*, s. 339). „Tento prefix je produktivnější v rámci adjektivní prefixace a je synonymní s domácím prefixem *po-*, přičemž oba prefixy vyjadřují význam čistě časový. V rámci substantivní prefixace se tato předpona užívá omezeně, vyjadřuje zde zejména významový odstín, (ideovou) návaznost na to, co je vyjádřeno základovým substantivem, nástupnictví“ (Kochová 2005, s. 80). V našich excerptech je prefix *post-* zastoupen pouze jedním příkladem: *postpunk*.

Prefixální derivace u podstatných jmen využívá prefixy latinského původu *inter-* nebo *re-*. Předpona *re-* má význam ‚opětovný, opětý, opět, znovu, nový, nově, opakovaný, opakovaně‘ (*Nová slova v češtině 2* 2004, s. 383). V našich

materiálech jsme našli pouze dva příklady substantivní prefixace s touto předponou: *remake* a *remix*. Podle M. Těšitelové *re-* je původem předpona slovesná, proto ji nacházíme jen u přejatých deverbativ (*Tvoření slov 2* 1967, s. 726). Stejný lexém v angličtině - *remake, remix* - je slovesem i substantivem. V angličtině určíme slovní druh pouze z kontextu, v češtině substantivum skloňujeme a ke slovesu připojujeme sufix *-ovat*.

Předpona *inter-* má význam ‚existující mezi dvěma nebo více věcmi, skutečnostmi‘ (*Nová slova v češtině 2* 2004, s. 178): *internet, interview*. Z prefigovaných substantiv bylo substantivum *internet* nejčastější. K anglickému základu je připojena internacionální předpona *inter-*. Tato derivace proběhla již v angličtině (stejně jako u slova *interview*). Jak uvádí Kochová „...prefixace představuje v novější slovní zásobě produktivní slovotvorný způsob. Nápadná je zejména aktivizace internacionálních prefixů. Prefixace se prolíná s afixoidním tvořením...“ (Kochová, 2005, s. 83).

Prefixace se u substantiv používá méně často než sufixace. Podíl prefigovaných substantiv je v našich materiálech malý, prefixace se více využívá u sloves a adjektiv. Významnou část tvoří substantiva odvozená přechodnými morfémy – prefixoidy.

2.3. Prefixoidy a sufixoidy

Na pomezí mezi kompozicí a derivací stojí tvoření slov pomocí tzv. přechodných morfémů, které vznikly z původních morfémů kořenných. Nazýváme je prefixoidy a sufixoidy,

přičemž prefixoidy jsou četnější než sufixoidy a je jim věnována větší pozornost.

E. Lotko ve své studii *Co odhaluje analýza neologismů v současné češtině?* uvádí: „... některé původní části složenin ztrácejí charakter komponentů a nabývají charakter tzv. prefixoidů, tj. významově pokleslých prvních komponentů složenin“ (Lotko 2000, s.140).

Názor, kdy se jedná o kořenový morfém, a kdy o prefixoid nebo sufixoid není mezi jazykovědci jednotný. Například B. Poštolková a kol. v práci *Co ve slovnících nenajdete. Novinky v současné slovní zásobě* (Praha 1994) uvádí jako samostatná hesla přejatá kořenová morfémata, které tvoří koncovou část složeniny: - *centrum*, -*fit*, -*gate*, -*man*, -*manie*, - *téka*⁹. Také slovník *Nová slova v češtině 1* (Praha 1998) uvádí -*gate*, -*man*, -*téka*, -*manie* samostatně jako koncovou část složených slov. Naproti tomu u *super-* udává stejný slovník, že *super* může být první částí složených slov, ale po stránce významové a funkční má *super* vlastnosti jak předpony, tak kořenového morfému (*Nová slova v češtině 1* 1998, s. 286). „Dvojitá morfémová platnost slovotvorných komponentů se obvykle řeší při analýze slov cizích nebo hybridních, přičemž se prvním částem složených slov (prefixoidům, radixoidům) věnuje větší pozornost než sufixoidům“ (Janovec - Rangelová 2005, s. 85).

V našem korpusu měl nejvyšší frekvenci prefixoid s významem ‚vynikající kvality, kvantity, nadřazenosti nebo výjimečnosti‘ *mega-*. Jeho frekvence se prudce zvýšila s pronikáním angličtiny v posledních letech: *megastar*, *megaúspěch* - excerpováno osmkrát. Proniká k nám ve větší

⁹ Podrobněji Lotko, E. *Co odhaluje analýza neologismů v současné češtině?* In: *Studia z filologii słowiańskiej ofiarowane profesor T.Z. Orłós*, Kraków 2000, s. 137 – 141.

míře ve spojení s anglickými slovy – např. *megastar*, ale najdeme i spojení s českým základem *megaúspěch*. Vyskytuje se i v podobě *megalo-* (typ *megaloman*), ale v našich materiálech jsme tuto formu nezaznamenali. Oba tvary mají dnes internacionální charakter stejně jako *mini-* a *maxi-*. Také tyto lexémy stojí na pomezí mezi prefixoidy a kořennými morfémy.

Prefixoidy *mega-*, *megalo-* *maxi-* i *mini-* se používají k zesílení nebo zeslabení významu základového slova. V našich materiálech např. *minišortky*, *minisérie*, *minipes*, *minirole*, naopak prefixoid *maxi-* nebyl doložen.

Mega, *mini* i *maxi* se vyskytují také jako samostatná slova: *maxi letní křížovka*, *mini pomlázka* nebo *mini-culík* – tento příklad můžeme považovat za složeninu i dvě samostatná slova. Nejmódnější je v současné době použití samostatně stojícího lexému *mega*: *mega korále*, *mega výstřih*, *mega soutěž*, *mega kotel*, *mega řasy* apod.

Přechodný charakter má také předpona *ex-*. Uplatňuje-li se u sloves, předponový ráz zůstává zachován. Jiné je to u prefixace jmenné, při níž se významově ztotožňuje s adjektivem *bývalý* (Kochová 2005, s. 82). V našich materiálech byla excerpována substantiva: *exVyvolená*, *expřítelkyně*, *expřítel* i *ex-přítel*. „Pišeme-li *ex-* zvlášť, není platnost morfému *ex-* jednoznačná. S prefixy ho sblížuje to, že vyjadřuje modifikaci základového významu substantiva... Nově se uplatňuje předpona *ex-* i v abstraktech: *exzpronevěra*“ (Kochová 2005, s. 82). Podobně v našich materiálech *exkariéra*. Samostatně stojí *ex* například ve spojeních: *tvůj ,ex‘ upadá* nebo *vyprávění o tvých ex*.

Nejpočetnější skupinu tvoří módní prefixoid *super-*. Má funkci ‚intenzifikace významu jména (kvality nebo kvantity) spojenou často s expresivním zabarvením výrazu‘ (*Nová slova v češtině 2*, s. 439). *Super* může být považován za kořenný morfém – v první části kompozit- i za prefixoid. Názory v neologické literatuře nejsou jednotné. Jako první část složených slov ve významu ‚vyšší, nadřazený v hierarchii‘ je použit např. v kompozitu *supermarket*. Převážně je však používán v druhém významu, tj. ‚prvotřídní, mimořádný, výjimečný‘: *superband, superhvězda, superstar, superholka*. Všechna tato slova stojí na hranici mezi derivací a kompozicí.

Lexém *super* může být užíván i samostatně s plným významem – *super letní styl, super vychytávky, super táta, je super* apod. Jako samostatné slovo je použit lexém *super* v původním významu ‚báječný, fantastický, senzační‘ i ve spojeních *rande bylo super, super film, máme super módu*, apod.

Používání internacionálních prefixoidů a sufixoidů je v současné době velmi moderní. Intenzifikace vyjádření prostřednictvím *mega, maxi*, nebo naopak zeslabení pomocí *mini*, je v publicistickém stylu časté. Stejně tak je módní užívání *super*, a to ve všech podobách - jako prefixoidu, kořenného morfému i jako samostatného slova.

2.4. Nová adjektivní pojmenování

Odvozování adjektiv z anglických výpůjček je méně časté. V našich materiálech jsou zastoupena asi patnácti procenty. Excerpovaná adjektiva bychom mohli rozdělit do tří skupin.

První skupinu tvoří anglická adjektiva použitá v původním tvaru. Některá tato adjektiva se vyskytují jen jednou a pro zdůraznění neobvyklosti spojení jsou často v uvozovkách - *dirty look*. Pokud by někdo toto spojení hledal ve slovníku, mohl by najít frázi *a dirty look* s významem ‚neřestný, nevraživý pohled‘. V našem kontextu má však lexém *look* význam ‚vzhled‘ - *stylista mě vysvobodil z mého ‚dirty look‘ období* – nebo spojení ... *jsem byla nezávislá ... a měla takový ten ‚dirty look‘*. Adjektivum *dirty* znamená pravděpodobně ‚špinavý, zanedbaný‘, ale čtenář si může představit cokoliv. V původním tvaru jsou použita anglická adjektiva také ve spojení – *sweet look - rozbila svůj ‚sweet look‘ rockerským sáčkem a fialovým topem, růžová big Shanessa* nebo adjektivum *funky - funky klip*. Poměrně frekventované je adjektivum *happy*. V našich materiálech se však vyskytlo pouze jednou: *byla jsem happy*. Podobně se vyskytuje přídavné jméno *cool*. Používá se v hovorovém významu ‚super, bezva, skvělý, bombový‘. Excerpovali jsme jej ve třech případech: *svoji cool módu nejčastěji hledá v sk8 shopech, bylo to hrozně cool, vypadala cool*.

Naproti tomu původní anglické adjektivum *trendy* patří v našich materiálech k nejfrekventovanějším. Znamená *módní, moderní* a vyskytuje se i ve velmi neobvyklých spojeních, kdy je adjektivum v postavení shodného přívlastku: *krásné, trendy-vyžehlené outfity, odhodily trendy mobily, slavnostní styl s trendy topem, trendy návleky*, ale také jako součást přísudku slovesně jmenného: *kostka je trendy*.

Vedle původního adjektiva *trendy* se často vyskytuje i tvar *trendový* – *trendové povlečení, trendové vlnobití, trendová tunika* apod. Nelze však určit, zda jde o adaptaci původního

anglického adjektiva *trendy*, nebo zda bylo adjektivum *trendový* derivováno od substantiva *trend*.

Nejrozšířenějším původním anglickým adjektivem je v analyzovaných časopisech pro ženy a dívky adjektivum *sexy* používané ve významu ‚svůdný, dráždivý, vzrušující, smyslný, silně erotický‘. Celkem bylo toto přídavné jméno doloženo čtyřidevadesátkrát. Opět nacházíme spojení, která jsou velmi neobvyklá a pokud bychom nad jejich významem více přemýšleli, museli bychom je označit za nesmyslná. Jsou vytvářena účelově a pisatel je veden touhou po originalitě textu: *sexy turné, sexy rokenrol, sexy žížala, trendy sexy botky, sexy ponožky* nebo *á la sexy moucha*. Originální je i vyjádření: *končetiny se vám promění v sexy stožáry* nebo *na sexy letní pařbě*. Srozumitelnější jsou spojení *nejvíc sexy džíny* nebo *znají tě spíš jako sexy modelku...*, *nepotrpím si na vyzývavé sexy modýlky...*, *sexy nohy, sexy vzhled, trik sexy svědkyň* apod. V přísudku slovesně jmenném najdeme adjektivum *sexy* méně často: *fakt není sexy, když...*

Za pozornost stojí také adjektivum *super*. Patří mezi nejfrekventovanější lexémy a nahrazuje adjektiva ‚báječný, senzační, fantastický‘. Používá se zejména k zesílení persvazivní funkce textu. Některá spojení jsou přejatá celá z angličtiny - *Super Star*. Často se anglické adjektivum *super* pojí s českými substantivy – *super cena, super úsměv, super účes*. *Super* jsme zaznamenali i jako součást přísudku slovesně jmenného, a to ve spojení s tvarem slovesa být. Toto postavení je běžné a časté – *tohle oblečení je vážně super, nové vlasy jsou super, rande bylo super* apod.

Zajímavé je srovnání, jak se mění v analyzovaných časopisech frekvence používaných adjektiv. Srovnáním

databáze excerpt získaných pro bakalářskou práci z časopisů ročníku 2004 - 2005 a ročníku 2007 jsme zjistili, že například adjektivum *cool* jsme pro bakalářskou práci excerpovali celkem desetkrát, z toho jednou ve tvaru *uncool*, ale pro tuto práci pouze třikrát.

Některé anglické lexémy mají platnost substantiva i adjektiva. Význam odvozujeme z kontextu. Pokud tvoří anglický lexém spojení se substantivem, má platnost adjektiva - *mezi pánským dandy stylem...* nebo *beauty drink*. *Beauty* může v překladu znamenat ‚krása, kráska, ale i zkrášlující‘. Podobně slovo *hardcore* se v angličtině vyskytuje jako substantivum označující ‚zdravé jádro‘, ale také jako adjektivum ‚tvrdý‘. V tomto významu je použito ve spojení *hardcore trénink*, *hardcore - punková parta*, ale i ve spojení *tohle cvičení je fakt trochu hardcore*.

V ojedinělých případech je místo adjektiva před podstatným jménem použito anglické substantivum - *celeb úlet*, *celeb kvíz* nebo *celeb centrála*, kde slovo *celeb* je zkrácený tvar anglického substantiva *celebrity*. Toto zkrácení proběhlo již v angličtině a je běžně používáno.

Druhou skupinu tvoří adjektiva adaptovaná. Některá používáme v původním tvaru, ale pravopis je přizpůsoben anglické výslovnosti: *fajn* nahradilo původní *fine*, *fér* – *fair*, *spešl* – *special*. Adjektivum *fér* se vyskytuje v našich materiálech pouze v pozici přísudku slovesně jmenného: *život není fér*, *není to fér* a bylo excerpováno pouze dvakrát stejně jako adjektivum *fajn*.

Třetí skupina zahrnuje adjektiva odvozená od původních anglických substantiv souborem tradičních českých přípon. Nejproduktivnější je sufix *-ový*. Vytváří se jím desubstantivní

vztahová adjektiva vyjadřující vlastnost nebo vztah. Nejčastěji jsou tvořena od anglických substantiv mužského rodu zakončených v nominativu singuláru souhláskou (Světlá 2005, s. 102): *rockový, softwarový, bikový, bowlingový, designový, internetový, marketingový, mailový, hitový, outletový, peelingový, hiphopový*, ze starších výpůjček pak *bigbeatový, basketbalový* apod.

Základem nových relačních adjektiv s příponou *-ový* mohou být apelativizovaná propria (Světlá 2005, s.102), tj. jména vztahující se ke konkrétnímu, jedinečnému objektu – osobě, místu, instituci. V našich materiálech je tento typ přídavných jmen doložen pouze adjektivem *mcdonaldový*. Příponou *-ový* derivujeme adjektiva i od substantivních kompozit - *snowkitingový, oldschoolorový, skateboardový* – a odvozujeme jí také adjektiva od substantiv vytvořených ze zkratek: *SMS – ešemeska - ešemeskový, DVD – divídičko - divídičkový*.

Druhou produktivní příponou je sufix *-ní*. Objevuje se ve srovnání s *-ový* méně často. Příponou *-ní* derivujeme od abstrakt cizího původu: *multimediální, hypermoderní, kreditní, virtuální*.

Vztahová adjektiva s formantem *-ský/-cký* tvoříme od obecných jmen osob jako reprezentantů druhu (Světlá 2005, s. 106). Nejčastěji jsou adjektiva touto příponou odvozována od substantivních názvů osob vytvořených příponou *-ař/-ář* nebo zakončených sufixem *-er*. Mezi našimi excerpty jsou spíše ojedinělá: *surfařský, teenagerský, rockerský, manažerský*. Příponu *-cký* jsme v našich materiálech u anglických výpůjček nezaznamenali. Ojediněle se vyskytuje rozšířená varianta *-ický*: *metalický* a jedenkrát jsme excerpovali tvar *metalácký*.

Základem pro odvozování tímto složeným formantem jsou neživé substance - apelativizovaná vlastní jména produktů, výrobní značky apod. (Světlá 2005, s. 111). Příponu *-ácký* jsme zaznamenali pouze ve slově *mekácký* - vztahující se k síti prodejen McDonald's.

Vedle adjektiv vztahových najdeme ojediněle i adjektiva vztahově kvalifikační (charakterizační). Kvalifikační příznak vyplývá ze vztahu k věci samé a je obohacen hodnotícím nebo kvantifikačním významovým komponentem. Vytváříme tak nová desubstantivní adjektiva s významem podobnosti (Světlá 2005, s. 113). Například sufixem *-ovský* vyjadřujeme podobnost se základovým substantivem: *potterovský*, *bárbinovský*, *teenagerovský* ve spojeních - *teenagerovská komedie*, *jsou to hodně bárbinovský šaty*.

Jakostní adjektiva nejsou mezi našimi excerpty zastoupena. V analyzovaných časopisech se jen sporadicky objevují stupňovaná přídavná jména. Mezi excerpty se vyskytli pouze dva případy: *nejstreetovější* (ve spojení *nejstreetovější máma*) a *nejtrendovější* - *nejtrendovější šaty*.

Mezi adjektivními excerpty byla nalezena adjektiva v původním tvaru, která se při převodu do češtiny nijak neupravují a zůstávají nesklonná: *sweet*, *sexy*, *cool*, *dirty*. Početnější skupinu tvoří desubstantivní adjektiva s českými příponami (*streetový*, *skateboardový* apod.).

Jak uvádí J. Mravinacová ve své studii *Přejímání cizích lexémů* (Praha 2005, s. 196), „o adaptaci cizího adjektiva můžeme s jistotou mluvit jen v případě, že pro adjektivum není v češtině základové substantivum.“ Celá řada adjektiv

s českou příponou patří k adjektivům relačním. Jsou odvozena od podstatných jmen: *street* - *streetový*, *skate* - *skejtový* apod.

Některá adjektiva se v časopisech vyskytují ve specifické formě. Například *speciální* je zkracováno na *spešl* - *spešl postrojů*. Tento tvar jsme excerpovali pouze jednou. Výraz *spešl* je ortoepickou adaptací anglického adjektiva *special* a využívá se ho spíše v mluveném projevu. Pro zajímavost však uvádíme, že v určité době (2005/2006) byl i v písemném projevu velmi frekventovaný, což dokazuje snahu časopisů pro mladé přizpůsobit se mluvě svých čtenářů. V časopisech výše uvedených ročníků jsme jej excerpovali patnáctkrát: *spešl rubrika*, *spešl sprejky*, *spešl schůdky*, *ve spešl tanečních kurzech*, *spešl soutěžka*. Četnost užití některých tvarů dokazuje, že ne všechny anglické výpůjčky se posunou do centra české slovní zásoby. Naopak mnohé jsou používány v určitém období jako módní a časem z české slovní zásoby vymizí.

2.5. Nová slovesa anglického původu

Po roce 1989 pronikla do české slovní zásoby celá řada sloves anglického původu. Jedná se zejména o slovesa z oblasti počítačové techniky, sportu, životního stylu, pracovních profesí a módy.

Ve sportu přejímáme nové disciplíny a s nimi i anglická pojmenování. Vedle starších výpůjček jako např.: *skejtovat*, *surfovat*, *snowboardovat* jsme excerpovali i nové pojmenování *zorbovat*. Dynamicky se vyvíjí zejména oblast počítačů a mobilní komunikace. Zcela jsme přijali slovesa *mailovat*, *restartovat*, *surfovat*, *chatovat*. Běžným se stává i sloveso

blogovat nebo *esemeskovat*. V publicistickém stylu se můžeme setkat i s grafickou podobou *SMSkovat*.

Některá starší anglická slovesa jsou využívána v nových významech. Například *mixovat* – původně koktejly, nápoje - je dnes často užíváno ve smyslu ‚mixovat hudbu‘. Podobně sloveso *stepovat* se původně vztahovalo k taneční disciplíně *step*, dnes se hovorově používá ve významu ‚čekat, postávat někde‘. Mnoho sloves se v časopisech pro ženy a dívky vztahuje k módě a životnímu stylu. Ze starších výpůjček např. *relaxovat, zrelaxovat, grilovat, nestresovat, kempovat, bivakovat, rebelovat*, nověji se vyskytuje sloveso *shoppovat*. K novým nebo nově označovaným profesím se vztahují slovesa *stylovat – nastylovat - vystylovat, slylingovat* nebo *nastylizovat, manažovat, moderovat, dýdžejovat* apod.

Jak uvádí Martincová, mnohdy těžko určíme, zda jde o původní anglická slovesa adaptovaná v češtině, nebo zda jde o slovo tvorný proces, tedy kdy sloveso vzniklo derivací od původního anglického lexému (Martincová 2005, s. 119).

Nová slovesná pojmenování vznikají často odvozením od substantiv. Například od anglického substantiva *styling* je odvozeno sloveso *stylingovat*.

Poměrně četnou skupinu tvoří desubstantivní slovesa utvořená od názvů osob: *dýdžej – dýdžejovat, manažer – manažerovat - manažovat*. U mnoha sloves je těžké stanovit, zda sloveso vzniklo derivací, nebo adaptací cizojazyčného lexému. Například sloveso *bikovat* lze pokládat jak za odvozené od přejatého substantiva *bike*, a tedy za utvořené v češtině, tak za adaptaci anglického slovesa *bike* (Martincová 2005, s. 120). Podobně *surf - surfovat, mail - mailovat, shop – shopping -*

shoppovat, kde původní anglický lexém je podstatným jménem, ale může být použit i jako sloveso.

Některá nově vzniklá slovesa mají multiverbální protějšky: *poslat - posílat mail - mailovat, hledat na internetu – surfovat, telefonovat mobilním telefonem – mobilovat, posílat textovou zprávu (SMS) - textnout*. Tato slovesa mají význam ‚provést, provádět, uskutečňovat to, co je vyjádřeno základovým substantivem‘ (Martincová 2005, s. 124). Přibývají i nová slovesa s příponou *-izovat*: *stylizovat -nastylizovat, medializovat*.

Další skupinu desubstantivních sloves tvoří slovesa s významem ‚užívat něčeho k určité činnosti jako jejího prostředku‘ (Martincová 2005, s. 126). Náleží sem slovesa s významem ‚jezdit na něčem‘ (Martincová 2005, s. 126): *skateboard - skateboardovat, skejt - skejtovat, snowboard - snowboardovat, raft - raftovat* apod. Ale také slovesa s významem ‚sdělovat něco někomu prostřednictvím určitého komunikačního prostředku‘ (Martincová 2005, s.126).

Nejčastěji jsou slovesa odvozována sufixem *-ovat* (konjugační vzor *kupovat*): *mobil – mobilovat, mail - mailovat, fax – faxovat*, ale ojediněle se vyskytují i tvary *textnout, faxnout* (konjugační vzor *tiskne*, v hovorové češtině často časována podle vzoru *mine*).

Jak uvádí Svobodová, obecně platí, že slovesa se adaptují především slovotvorně domácími slovotvornými formanty a bez větších problémů se začleňují do českých konjugačních paradigmat (Svobodová 2007, s. 70).

Poměrně velkou část v našich excerptech tvoří prefigovaná slovesa. Vznikají zejména modifikací základového slovesa. Uplatňují se české předpony *do-, na-, za-, z-, do-, o-*,

roz-, ale také předpony cizího původu, zejména *re-*, *de-* (*remixovat*, *restartovat*). Neprefigované tvary jsou obouvidové. Připojením českého prefixu vznikají z původních obouvidových anglických sloves slovesa dokonavá: *nafaxovat*, *zamailovat*, *namailovat*, *zmixovat*, *zrelaxovat*, *zarelatovat*, *nastylovat*, *orestovat*, *rozmixovat* apod. Připojení českého prefixu bývá uváděno jako důkaz, že sloveso v českém jazyce již do jisté míry zdomácnělo. Připojením prefixu k základovému slovesu se obměňuje lexikální význam slova, ale gramatický charakter, s výjimkou slovesného vidu, se nemění.¹⁰

Analýza anglicismů ve vybraných časopisech potvrzuje, že nejproduktivnější příponou je sufix *-ovat*: *stylingovat*, *zorbovat*, *testovat*, *surfovat*, *chatovat*. Slovesa najdeme i v adaptované formě - ze starších anglicismů *kempovat*, z novějších *manažovat*. Neprefigované tvary jsou buď obouvidové (*emailovat*), nebo nedokonavé (*surfovat*). Proto jsou ke slovesům připojovány české prefixy, vznikají tak vidové korelace typu: *flirtovat* - *zaflirtovat*, *resetovat* - *zresetovat*, *moderovat* - *odmoderovat*, *skenovat* - *vyskenovat*, *remixovat* - *zremixovat*, *mixovat* - *zmixovat*, *relaxovat* - *zarelatovat*, *skenovat* - *vyskenovat*, *chatovat* - *zachatovat* (si).

Četné anglické slovesné výpůjčky jsou příznakové. Původně byly používány v mluveném projevu například uživatelů počítačů nebo mobilních telefonů: *textnout* - *poslat textovou zprávu* „*textneš mu*“, *prokliknout* nebo z oblasti sportu: *frístajlovat* - „jezdit na skateboardu volným stylem“.

¹⁰ Podrobněji Svobodová, D. *Internacionalizace současné české slovní zásoby*. Ostrava 2007, s. 70 – 76.

3. NOVÁ KOMPOZITA

V českém jazyce se kompozice neuplatňuje tak často jako například v němčině, přesto mají kompozita v českém lexiku své místo. Po roce 1989 přibývá zejména přejatých a hybridních substantivních kompozit. Snaha o zhutnění výrazu se silně projevuje v mluveném projevu i v publicistickém stylu, kde je autor veden snahou na malém prostoru zveřejnit co nejvíce informací. Původní sousloví jsou nahrazována jednoslovnými kompozity.

V současné době dochází k nárůstu kompozit, z nichž mnohá obsahují jednu nebo obě části cizího původu, nejčastěji anglického. V analyzovaných časopisech jsme excerpovali také celou řadu původně anglických kompozit, která nejsou v češtině adaptována. Důvodem jejich použití může být obtížnost nalezení českého jednoslovného ekvivalentu, ale často jsou anglická kompozita používána i tam, kde český protějšek existuje, mluvčí však ve snaze zvýšit zajímavost svého projevu volí slovo cizí, a to mnohdy i na úkor srozumitelnosti textu: *backcountry* - ... *můžeš se vydat na pláň a užít si backcountry nebo vyrazit do kopců ... a backstage* -... *že ho protáhneš (skok) do backstage ... (Cosmo Girl 7/2007, s. 42), bakeshop ... vpadněte do bakeshopu a rychle si přidržte pod bradou kapesník, protože se vám začnou sbíhat mlsné sliny (Cosmopolitan 4/2007, s. 91).*

Z hlediska slovotvorného rozlišujeme složeniny nevlastní (spřežky) a složeniny vlastní. Spřežky vznikají pouhým sloučením syntakticky spojených slov. Je možné je opět rozdělit, zpravidla však se změněným slovosledem (Hausner 1980, s. 150). Nevlastní kompozice (spřahování, juxtapozice)

svou onomaziologickou podstatou představuje přechod mezi tvořením pojmenování jednoslovných a víceslovných.

Naproti tomu složeniny vlastní na volné spojení slov rozdělit nemůžeme. Buď obě části nebo aspoň první z nich nejsou samostatným slovem a vznikají až ve složenině.¹¹ První část bývá zakončena samohláskou. Z anglických kompozit uveďme *workoholik, rockotéka*.

Složeniny vytvořené čistou kompozicí na rozdíl od spřežek tvoří často základ dalších slov odvozených. Čistá kompozice je proces jednostupňový, slovtvorné dění spočívá v pouhé kompozici, naproti tomu komplexní postup je proces dvoustupňový, zahrnuje, jak uvádí Bozděchová, derivaci nebo konverzi a vlastní kompozice nezasahuje onomaziologickou bázi, nýbrž složky onomaziologického příznaku. Pojmenovací hodnota složeniny tvořené komplexními postupy stojí blíže slovům derivovaným (Bozděchová 1994, s.188). Použití kompozita jako základu pro odvozování dalších slov je poměrně časté. Vznikají tak celé řady slov příbuzných, což svědčí o tom, že se u sufixoidních kompozit posiluje úloha analogie a modelového tvoření.¹² Hlavní rozdíl mezi čistou kompozicí a komplexními postupy spočívá v motivaci pojmenování. Při čisté kompozici se ve vyšší míře uplatňuje motivace sémantická než slovtvorná a celkový význam kompozice se opírá především o lexikální významy jednotlivých členů. Při tvoření slov komplexními postupy se uplatňuje slovtvorná motivace obdobně jako při derivaci.¹³ Další odlišnost představuje rozdíl v onomaziologické struktuře. Onomaziologickou bázi, složkou určovanou, je při čisté

¹¹ Podrobněji viz Hausner *Nauka o slovní zásobě*, Praha 1980, s. 150 – 155.

¹² Janovec, L. – Rangelova, A. : Sufixoidy a sufixoidní lexémy u substantivních kompozit. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 85 – 98.

¹³ Podrobněji viz I. Bozděchová *Tvoření slov skládáním*. Praha 1994.

kompozici druhý člen kompozit podřadovacích a všechny členy přiřadovacích kompozit. Onomaziologický příznak, určující složka, je první člen podřadovacích kompozit a je vždy jednoduchý.

Tvoření kompozit v angličtině je poněkud odlišné. „Vedle shodných typů najdeme některé rozdíly. Oba jazyky (čeština i angličtina) mají kompozita germánského typu, v nichž určující složka předchází před určovanou (např. *earthquake* - zemětřesení) i kompozita románská, v nichž určovaná složka stojí před určující (např. anglické *pickpocket* - kapesní zloděj)“ (Dušková 1994, s.19).

V angličtině se složená slova stejně jako v češtině nejčastěji píší dohromady, ale pravopis kompozit v angličtině kolísá. Anglická kompozita mohou mít trojí grafickou podobu - píšeme je bez spojovníku jako dva samostatné lexémy - *show business*, *second hand*, *after party*, se spojovníkem - *sex-appeal*, *sex-mail*, nebo bez spojovníku jako jedno slovo - *sexshop*, *sexsymbol*, *afterparty*, *streetparty*, *showbusiness*. V britské angličtině se setkáváme častěji s kompozity psanými se spojovníkem, v americké angličtině je častější psaní dohromady nebo zvlášť. Psaní jednotlivých částí v anglických složeninách zvlášť může být pro českého uživatele zavádějící, tyto složeniny kolísají na hranici mezi souslovím a kompozitem. Mezi kompozity a slovními spojeními je v angličtině plynulý přechod (Dušková 1994, s. 20).

J. Mravinacová poukazuje na to, že rozkolísanost psaní anglických kompozit se přenáší i do českého jazyka. V angličtině probíhá neustálý proces přechodu slovních spojení (spojení typu substantivum s blíže určujícím přívlastkem) v kompozita. V češtině můžeme tato přejatá

spojení považovat za formálně nevyhraněná. Například spojení *disco show* můžeme považovat za spojení nesklonného přídavného jména v pozici přívlastku se substantivem i za složeninu. Pokud se píše pojmenování se spojovníkem či dohromady, řadíme jej ke kompozitům (*sex-appeal*). Mezi řídicím podstatným jménem a závislým nesklonným adjektivem neexistuje kongruence, proto záleží pouze na autorovi, kterou variantu vybere. Přejatá kompozita se mohou stát modelem pro tvoření dalších. Například podle modelu *workoholik* – *workaholik* byla utvořena kompozita *stresholik*, *surfholik*.¹⁴ Tento typ kompozit nebyl mimo substantiva *workoholik* v našem materiálu doložen.

Velmi výrazně se na počtu excerpovaných kompozit podílejí složená slova s komponenty *mega-*, *super-*, *mini-*, *multi-*, které zůstávají na rozhraní mezi prefixací a kompozicí. Některé původně kořenné morfémy klesají na úroveň prefixoidů. Zabývali jsme se jimi u prefixální derivace.

Podle slovníku neologizmů *Nová slova v češtině 1* je anglického původu slovo *top-*. Jako první část složenin se vyskytuje ve slově *topmodelka*, jako samostatné slovo v původním významu vrcholný, prvotřídní ve spojení *top drink*, *top song*, *top stylist*. „Kolísání *top* mezi funkcí první části složených slov a mezi platností přídavného jména se projevuje v některých případech psaním dohromady, se spojovníkem, popř. zvlášť ...“ (*Slovník neologizmů 2* 2004, s. 477).

Podle stupně adaptace můžeme kompozita rozdělit na původní, formálně neadaptovaná, a kompozita přizpůsobená flektivní češtině.

¹⁴ Podrobněji Mravinacová, J. Přejímání cizích lexémů. In: *Neologizmy v dnešní češtině*. Soubor studií. Praha 2005, str. 187-212.

D. Svobodová rozlišuje z hlediska formálního postupu skládání dva typy anglických kompozit: složeniny bez spojovacího elementu, např. *cornflakes*. V našich materiálech reprezentují tento typ kompozita *snowkiting*, *snowpark*, *snowkiter*, *soundtrack* apod.

Druhý typ tvoří složeniny se spojovacím elementem (submorfem), např. *handicap*, *workaholic*.¹⁵ Používání spojovacího vokálu je pro flektivní jazyky, jako je čeština, typické. Naproti tomu v angličtině jsou složeniny se spojovacím elementem málo časté. V našem korpusu reprezentují tuto kategorii pouze slova: *hand-i-cap* nebo *work-a-holic*, v adaptované podobě je používán tvar *work-o-holik*.

Ze syntakticko-sémantického hlediska rozlišuje D. Svobodová složeniny koordinační – přiřadovací - s komponenty sémanticky rovnocennými *cash&carry*, *kris-kros*, *hip hop*, *ping-pong* a kompozita subkoordinační, tvořená komponenty determinujícími a determinovanými: *snowboard*, *sportsman* nebo *showbusiness* (Svobodová, 1999, s. 122 – 126).

Formálně adaptovaná kompozita rozdělíme do čtyř skupin. První z nich tvoří složeniny pravopisně neadaptované a nesklonné (například *talk-show*, *reality show*), druhou složeniny morfologicky adaptované s původním pravopisem (*bodyguard*, *showbusiness*), třetí složeniny adaptované pravopisně i morfologicky (*šoubyznys*, *šoumen*) a čtvrtou skupinu tvoří tzv. hybridní složeniny. Některá kompozita mohou být řazena i do více skupin, protože se vyskytují v českých textech jako nesklonná i sklonná (*interview*).

¹⁵ Podrobněji Svobodová, D. *Anglická hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace*. NŘ 82, 1999, str. 122 – 126.

Původní pravopisně neadaptovaná anglická kompozita jsou v češtině většinou nesklonná, ale vždy je zařazujeme k některému ze tří rodů. Do další skupiny zařadíme anglická kompozita, která se v češtině skloňují jako substantiva, ale zachovávají si původní anglický pravopis a přijímají české deklinační koncovky. K životnému rodu mužskému, deklinačnímu vzoru *pán*, řadíme např. substantivum *sparingpartner*. Do této skupiny patří i četné složeniny s druhým komponentem *-man* (někdy je používáno i výslovnostně adaptovaného tvaru *-men*), který v angličtině používáme všude tam, kde chceme označit mužského činitele. Např. *spotrsmán* i *sportsmen*, *frontmán* i *frontmen* skupiny, *businessmán*, ale stále častěji se objevuje adaptovaná forma *byznysmen*, *showmán* i *šoumen*. Ke vzorům rodu mužského životného bychom přiřadili také kompozita *sushimaker*, *bodyguard*, která skloňujeme rovněž podle paradigmatu *pán*. Složená substantiva typu *snowboardista*, *skejtbordista* přiřadíme ke vzoru *předseda*.

V excerpovaných materiálech byly doloženy četné složeniny rodu mužského neživotného skloňované podle vzoru *hrad*: *internetshopping*, *comeback* i *come-back*, *time out* i *time-out*, *boyband*, *soundtrack*, *snowboarding*, *skateboarding*, *screensaver*, *billboard*, *skateboard*, *skatepark* i *skejtpark* aj.

Kompozit, která bychom mohli přiřadit k rodu ženskému, je velmi málo. Tato skupina je reprezentována složeninami s druhým komponentem *way - runway* (Svobodová 1999, s.125). V našich materiálech nebyl tento typ kompozit excerpován. K ženským vzorům řadíme adaptovaná substantivní kompozita odvozená od mužského rodu přechylováním: *sportsmenka*, *snowboardačka*,

sparingpartnerka. Za zvláštní a ojedinělé považujeme složeniny *sisterpower* - „*sisterpower*“ *táhne i u nás* (*CosmoGirl* 7/2008, s. 23) nebo *watterproofka* - *nečekej ... watterproofku* (*CosmoGirl* 3/2008, s. 63).

Třetí skupinu tvoří kompozita morfologicky i ortograficky adaptovaná, tj. kompozita, jejichž oba komponenty byly již pravopisně přizpůsobeny češtině: např. *šoubyznys*, *diskofil*, *diskotéka*, *diskžokej*, *byznysmen*, *byznysmenka*, *kokakola*.

Podstatné jméno *disko*, *diskotéka* přešlo do angličtiny z řečtiny a latiny a má dva základní významy – *disk* – kotouč a *disk* – gramofonová deska. Od druhého významu je utvořena celá řada pojmenování. Módní slovo *disko* se vyskytuje v oblasti zábavy hojně při tvoření nejrůznějších názvů.

Kombinuje se s mnoha domácími i cizími základy a cílem je vždy upoutat pozornost, působit efektně. Stává se prvním členem vlastních, podřadovacích (přivlastňovacích) složenin, v nichž blíže určuje druhý (substantivní) člen. Složeniny se základem *disco/disko* tvoří otevřenou řadu pojmenování a lze předpokládat, že nová kompozita budou ještě přibývat.¹⁶

Slovník *Nová slova v češtině 1* obsahuje kompozita *diskografie*, *diskohit*, *diskohudba*, *diskomaraton*, *diskomóda*, *diskonářez*, *diskosnímek*, *diskosvětlo*, *diskžokej*, *diskžokejka*. V druhém díle (*Nová slova v češtině 2*) přibylo ještě odvozené sloveso *diskžokejovat* a novotvar *diskotékář* (Bozděchová 1993, s.103 - 104).

Za pozornost stojí i druhá část kompozita *diskotéka*, kořen *-téka*. „Dochází zde k sémantickému posunu. Komponent *-téka* označuje sbírku, soubor něčeho, ale i schránku. Nově se stabilizují v české slovní zásobě slova jako

¹⁶ Podrobněji Bozděchová, I. *Diskosloženiny*. NŘ 76, 1993.

videotéka, DVD-téka apod. přičemž oba uvedené lexémy mohou znamenat jak sbírku (DVD nebo video záznamů), tak místo, kde se DVD (video záznamy) skladují“ (Janovec -Rangelová 2005, s. 88). V našich materiálech je tento typ kompozit zastoupen opakovaně se vyskytujícím substantivem *rockotéka*.

„K jistému sémantickému posunu dochází u starších kořenů *-log* a *-logie*“ (Janovec - Rangelová 2005, s. 87).

Kořenem *-log* se tvoří slova z odborného názvosloví označující odborníky, kteří se zabývají soustavně věcí pojmenovanou prvním základem (*sexuolog, dietolog, typolog*). Nově pak například *cimrmanolog, pornolog*.

Mezi anglicismy jsme v korpusu zaznamenali celou řadu hybridních složenin. Za hybridní kompozita považujeme zde všechny výrazy, které mají vedle prvního členu cizího původu druhý člen původu domácího, resp. je tento druhý člen zdomácnělý. Protože by se však mohlo jednat o kritérium velmi subjektivní, opíráme se při stanovení stupně cizosti (resp. zdomácnění) o reprezentativní lexikografickou příručku *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*, 2005. Ty slovotvorné základy, které slovník uvádí (a tudíž je považuje za cizí), nevytvářejí ve spojení s prvním komponentem cizího původu hybridní kompozitum. Uvádíme proto jen takové složeniny, jejichž druhé slovotvorné základy nejsou obsaženy v korpusu tohoto slovníku. Patří sem např. kompozita *párty+čas* nebo *disko+hudba*.

D. Svobodová řadí mezi hybridní složeniny i taková kompozita, u nichž „jedna část zůstává v původní podobě a jedna je adaptována, protože pravopisná adaptace u nich proběhla pouze částečně“ (Svobodová 1999, s.125). Hybridním tvořením tedy rozumíme spojování dvou nebo více

slovotvorných prvků rozdílného původu, tj. domácích a přejatých, v jednom slově. Tvoření hybridních kompozit patří k frekventovaným postupům obohacování naší současné slovní zásoby.

K hybridním složeninám patří i složeniny, v nichž jeden základ vznikl zkrácením cizího slova složeného a v hybridní složenině významově zastupuje celé toto slovo: např. *disko+příběh, disko+hudba, disko+nářez, disko+výlet*. V. Mejstřík ve své práci *Tzv. hybridní složeniny a jejich stylová platnost* (1965, s. 6) označuje tato kompozita termínem ‚hybridní složenina v užším slova smyslu‘. *Disco – disko* v angličtině vzniklo zkrácením slova původu francouzského: *discothèque*.

Hybridní složeniny dále tvoříme polokalkováním. Cizí složenina je přejímána tak, že její jedna část se nahradí českým ekvivalentem, druhá část zůstane cizí, beze změny. Tento typ nebyl v našich materiálech doložen.

Vysoký počet kompozit v excerpovaném materiálu lze zdůvodnit nesnadností nalézt vhodný český jednoslovný ekvivalent, ale také byla použita celá řada kompozit, která český ekvivalent mají (*frontman* - vedoucí, *sportsman* - sportovec, *byznysmen* - podnikatel). Některá kompozita mohou být nahrazena pouze víceslovným pojmenováním (*boyband* – chlapecká skupina), které je sice pro češtinu srozumitelnější a významově přesnější, ale z hlediska úspornosti textů je méně výhodné.

Česká a anglická slovní zásoba se od sebe liší, proto některá nesložená česká slova bývají nahrazována anglickými kompozity. Skládání není pro angličtinu tak typické jako pro

němčinu, přesto jsou v angličtině kompozita hojnější než v češtině.

V publicistickém stylu však mnohdy kompozita nevznikají z potřeby pojmenovávací, ale z touhy ozvláštnit vyjádření. Často jde o prostředky módní. Vznikají tak kompozita vytvořená okazionálně: např. *sushi+maker*, *road+manager*. Publicistický styl často používá termíny, aby bylo dosaženo zamýšleného efektu, tj. zaujmout čtenáře. Například využití kompozita *screen+saver* - spořič obrazovky - v populárním, nikoliv odborném, textu:... *na ploše máte uložené desítky fotografií a jako screensaver se na vás zubí pokaždé, když se podíváte na monitor...* Nevhodné použití cizího slova může značně ztížit porozumění textu, v některých případech může být proces porozumění úplně znemožněn. V našem výzkumu to dokazuje například použití kompozita *backstage* (*že ho protáhneš do backstage*) – většina našich respondentů přeložila *backstage* správně jako ‚zákulisí‘, i když se jedná o termín ze skateboardu a v kontextu nedává smysl.

Na základě analýzy lexika obsaženého v excerpovaných časopisech lze pozorovat zřetelný nárůst kompozit. Skládáním se tvoří zejména nová substantiva a adjektiva, méně často se kompozice uplatňuje u sloves a adverbíí. Přibývají hybridní kompozita i kompozita tvořená spojením dvou anglicismů. Některá z nich se v českém jazyce adaptují částečně, jiná jako celek.

4. PŘEJATÉ ZKRATKY

Používání zkratek a zejména zkratkových slov je pro současnou češtinu typické. Z důvodu jazykové ekonomie se zkracují dlouhá slova nebo víceslovná pojmenování. Zkratky a zkratková slova se objevují zejména v textech, které mají funkci apelu, tj. především v reklamě a reklamních člancích, kde je snaha o ekonomizaci projevu nejvyšší. Reklama však zůstala v excerpovaných časopisech mimo naši pozornost, proto se budeme zabývat pouze abreviaturami nalezenými v souvislých publicistických projevech.

Při zkoumání publicistických textů se ukazuje, že v českém jazyce je používána celá řada zkratek vytvořených z původních anglických víceslovných pojmenování. Zkratka a nezkrácený výchozí výraz mají v podstatě stejný význam. Pro vznik a užívání abreviatury a pro její identifikaci je existence plného výrazu nezbytným předpokladem. Díky tendenci k jazykové ekonomii se zkratka stává samostatným slovem a představuje sémantickou a morfológickou jednotku (*Mluvnice češtiny 1*, s. 517).

Způsob tvoření zkratek vyplývá ze srovnání s jejich neredukovanými podobami. V nejnovější slovní zásobě jsou doloženy především zkratky iniciálové vytvořené z počátečních písmen víceslovných pojmenování a psané velkými písmeny.

Časté je přejímání anglických iniciálových zkratek, které se zapojují do jazykového systému češtiny. V textech figurují jako zástupky plných názvů, ale zkratky jako celá slova a slovní spojení nečteme, většina uživatelů jazyka si plný anglický význam ani nevybavuje. Jak uvádí P. Kochová, výslovnost některých iniciálových zkratek ukazuje zajímavé

neologické rysy. U novějších iniciálových zkratek se uzualizuje výslovnost podle angličtiny – *vi-aj-pí, dý-džej*, což je projevem internacionalizační tendence (Kochová 2005, s. 242).

U starších a často užívaných abreviatur převládá výslovnost česká: *vé-há-es, dé-vé-dé, cé-dé*. U některých se setkáváme s výslovností variantní, tedy anglickou i českou: *dé-vé-dé / dí-ví-dí, cé-dé / ojedinele sí-dí*. Nově se u některých starších výpůjček s českou výslovností objevuje módní výslovnost podle angličtiny: *TV – té-vé / tí-ví*.

Oproti analytické angličtině značkovost abreviatur ve flektivní češtině způsobuje problémy, protože je obtížné zařazovat morfologicky nevyhraněné abreviatury do textu a vyjadřovat gramatické kategorie. Iniciálové zkratky jsou proto přizpůsobovány morfologickému systému češtiny a jsou z nich vytvářena zkratková slova, která v grafické podobě odpovídají zápisu spojitě výslovnosti iniciálových zkratek (Kochová 2005, s. 243) – např. *DJ - dýdžej, CD - cédé*.

Připojením sufixu vznikají zkratková slova - *cédéčko, dévédéčko, esemeska*. Z derivovaných substantiv vznikají další odvozeniny – *devédéčko - dévédéčkový, sk8 - sk8ový = skejtový, rock'n'roll - rock'n'rollový* apod. Touto cestou se původní anglická výpůjčka přizpůsobuje flektivní češtině.

Abreviatury označující osoby přiřazujeme většinou snadno k některému ze tří rodů - např. *DJ – /dýdžej/* – rod mužský, od něj pak tvoříme přechylováním *DJka*. Vedle toho se používá i zkratkové slovo *dýdžejka*. U zkratek označujících věci je určení rodu složitější, proto si často pomáháme připojením sufixu. Vznikají tak deriváty typu: *VHSka, SMSka* nebo *esemeska, véháeska*. Tvary zkratkových slov *cédé* i *cédo, dívídí* i *dévédé* řadíme k rodu střednímu. K upravenému

zkratkovému základu připojujeme sufixy a vznikají tak zkratková slova typu: *cédéčko, dévédéčko, divídíčko, káefko* apod. Takto vytvořená slova jsou základem pro další derivace – *cédéčkový, esemeskovat*.

Některé zkratky k rodu nemůžeme přiřadit, ve větě zůstávají nesklonné: např. *VIP* (i *V.I.P.*). I když jsou nesklonné, ve spojeních se pak vyskytují v pozici shodného přívlastku *VIP dovolená, VIP snobové, ve VIP klubu...* Jedenkrát jsme excerpovali zkratku *D.I.Y.* – *jsi vyznavačkou D.I.Y.* Na tomto případě můžeme doložit, že čtenář nemusí vůbec tušit, co měl autor na mysli: *Pop-artový koutek. Ráda tvoříš, miluješ barvičky, máš smysl pro ostré kontrasty, jsi vyznavačkou D.I.Y. – prostě umělecká duše jak se patří? Určitě se ti bude líbit v barevném světě papírových květů a jednoduchých printů à la Andy Warhol. Hravě si je totiž vytvoříš sama. Poohlédni se po plastickém dekoru a výrazných barvách... (Cosmo Girl 3/2007, s. 78).*

Derivací vznikají bohatá slovotvorná hnízda. Stále častěji se užívají deriváty od zkratk v písemné iniciálové podobě, což se v grafické rovině projevuje hybridním zápisem výsledných útvarů. Velkými písmeny se píše základový výraz (odvozené výrazy se tím identifikují se zkratkou) s malými písmeny se píší odvozovací prvky (Kochová 2005, s. 244). Např. *SMS* – *SMSka*, ale i tvary v dalších pádech – *SMSkou, SMSkovat* apod., někdy psáno i *smskou*.

Zajímavé je slovotvorné hnízdo od základu *DJ*. V korpusu časopisů ročníku 2007 jsme tyto příklady neexcerpovali, opíráme se proto o starší excerpta z bakalářské práce, kde byla analyzována slova: *DJ, DJka, DJovský*. *Slovník neologismů 2* uvádí další deriváty: *DJovat, DJský, DJing*.

Zkratky v řeči skloňujeme, ale jedná se spíše o jev hovorový. V analyzovaných materiálech se iniciálové zkratky vyskytovaly převážně v nominativu, ale zaznamenali jsme i případ skloňování abreviatur: *DJů*.

Do vět se zkratky zapojují jako celá slova, především jako substantiva: *nové DVD, známý DJ, poslouchají r'n'b* apod. Iniciálové zkratky jsou nezdědka užívány podle angličtiny v atributivní platnosti ve funkci přívlastku: *na 4 DVD kompletu, DJ produkce, VIP večírek, CD nosič, DVD přehrávač, MP3 přehrávač, formát WAP* aj.

Zajímavým jevem je tvoření kompozit od iniciálových zkratk. Například *snb-shop, U-rampa*. Stejným postupem jsou vytvořena kompozita s komponenty *e-*. Jde o nové výrazy, které se v hojném počtu objevují v české slovní zásobě v 90. letech 20. století, a to v souvislosti s rozvojem internetu a komunikačních technologií (Opavská 2005, s. 232).

Jednopísmenový komponent *e-* (ve významu elektronický) je spojován s plnohodnotným slovem (Opavská 2005, s. 232). V našich excerptech je tento typ zastoupen pouze kompozitem *e-mail*. Vedle komponentu *e-* se s rozvojem internetu častěji ve složeninách vyskytuje i jednopísmenový komponent *i-*. Příkladem je substantivum *i-shop*.

Impulzem pro vznik a profilování morfémů *e-*, *i-* jako nových slovotvorných komponentů v české slovní zásobě jsou přejímky z angličtiny v původní i pravopisně adaptované podobě, ale na rozdíl od angličtiny je v češtině uvedený typ pojmenování jevem periferním (Opavská 2005, s.233). Stejně jako u staršího typu abreviačně–kompozičních pojmenování (*LP-deska – dlouhohrající*) i zde zastupují komponenty *e-*, *i-* přídavná jména. Morfémy *e-*, *i-* nejsou vázány jen na přejímky

z angličtiny, naopak vytvářejí celou řadu uzualizovaných výrazů i výrazů příležitostných ve spojení s českými lexémy (*i-noviny, e-podpis, e-obchod* aj.). Tato pojmenování se jako zkrácené varianty dvouslovných pojmenování užívají a pro svou úspornost jsou častá v publicistice, bankovníctví i administrativě.

Zkratky a zkratková slova slouží především ke zhuštění textu, často se kombinují malá a velká písmena. Snaha o úspornost vyjadřování vede někdy v publicistickém stylu k hromadění zkratk, což ztěžuje porozumění textu: ...*scházet se na chatu, icq, posílat smailíky, SMSky, MMS* nebo ... *kromě přehrání hudebních MP3, WMA a WAW formátů si poradí i s videoformátem WMV a s obrázky BMP a JPGE*.

Zajímavé je srovnání výskytu zkratk v časopisech excerpovaných pro bakalářskou práci (ročník 2005-2006) a časopisech se společenskou tematikou ročníku 2007. Nesledujeme frekvenci jednotlivých zkratk, protože jsme pro bakalářskou práci sestavovali frekvenční tabulku, ale zajímá nás posun od periferie k centru slovní zásoby. Některé zkratky excerpované ve starších časopisech se v ročníku 2007 nevyskytují, na druhé straně přibývají nové. Z tabulky v příloze 3 vyplývá, že zkratky *cédo, spešl, BMP, BMX, dívidíčko, dívidí, emo, i-shop, káefko, sk8shop, sk8ový, snb-shop, D.I.Y., SNB, iPod* jsme vyexcerovali v ročníku 2007, ale v časopisech ročníku 2005 - 2006 jsme je nenašli. Samozřejmě to souvisí mj. i s volbou témat (například v *Cosmo Girl* 2007 byl jeden časopis plně věnován *emo* stylu). Užití jiných zkratk, například *LCD* nebo *GPS*, je spojeno s rozvojem technologií a v současné době jsou tyto zkratky používány velmi často s masovým šířením nových přístrojů.

Některé běžně používané odvozeniny od zkratek se vyskytují v excerpovaných časopisech méně často nebo se nevyskytují vůbec (*SMSkovat, dýdžejovat*), což samozřejmě nemusí znamenat, že mizí z české slovní zásoby.

Stejně tak ukazují posun ve slovní zásobě i zkratky *sk8* nebo *sk8ový* – (*skate, skejťový*). Zatímco tvar *skate* (*skateboardingový, skateboarding, skejťáčka*) najdeme ve *Slovníku neologismů 2*, s. 414 - 415, tvary *sk8* nebo *sk8ový* (ani *skejťový*) zde nejsou uvedeny a můžeme je považovat za zcela nové.

Některé zkratky jsou použity okazionálně. Ve starších číslech časopisů pro ženy a dívky například zkratka *V.Y.P* (*very young people*), v ročníku 2007 analogicky vytvořená abreviatura *D.I.Y.* (*do it yourself*).

Používání zkratek a zejména odvozenin od původních iniciálových zkratek (*DJ - dýdžej, dýdžejka, KFC - káefko, CD - cédo, cédéčko, DVD - dívídíčko*) je v současné hovorové češtině běžné. Publicistický styl ve snaze přiblížit se čtenářům často tyto tvary přejímá, ale také je možný opačný postup. Publicisté sami mnohdy nové zkratky vytvářejí a prostřednictvím médií proniknou tato slova do české slovní zásoby.

5. ADAPTACE ANGLICISMŮ

Obohacování slovní zásoby přejímkami z cizích jazyků je součástí vývoje lexika každého jazyka. Stav společnosti a mezinárodní vztahy se v jednotlivých etapách vývoje v jazyce odrážejí. Na jedné straně některá slova zastarávají a ze slovní zásoby mizí, na straně druhé se ve slovní zásobě ustaluje celá řada slov nových.

Po roce 1989, kdy se naše společnost otevřela vlivu západní kultury, je slovní zásoba češtiny obohacována zejména přejímkami z angličtiny a, jak uvádí I. Bozděchová, v poslední době hlavně z angličtiny americké (Bozděchová 1997, s. 271).

Obohacování lexika přirozeného jazyka můžeme zkoumat na základě empirické analýzy materiálů různého typu. Jednou z možností je excerpce moderních časopisů a tiskovin. Publicistický styl je velmi kreativní a díky své aktuálnosti odráží razantní společenské změny. Rozbor časopisů se společenskou tematikou prokázal známou skutečnost, že obohacování českého jazyka přejímkami z cizích jazyků je stále živé.

I. Bozděchová ve své studii *Vliv angličtiny na češtinu* uvádí: „Přejímání cizích slov, tedy i počešťování anglicismů, představuje dynamický, otevřený proces. Jednotlivé přejímky a jejich typy procházejí v daném časovém bodě jeho různými fázemi a zpravidla se pohybují na ose jazykový standard - substandard. Na průběhu i výsledku tohoto procesu se podílí více vlivů zároveň; mezi nejdůležitější patří zejména stáří přejetí, typová vzdálenost výchozího a přejímacího jazyka (formální odlišnost přejatého slova, včetně vztahu psané a

mluvené podoby, morfologické rozdíly), závažnost lexikálního významu (příslušnost k centru nebo periférii slovní zásoby) a jeho ustálenost, funkčnost a synonymie v přejímacím jazyce (potřeba cizího pojmenování), slovotvorné vlastnosti (operativnost), nová stylová platnost a frekvence apod.“ (Bozděchová 1997, s. 273).

Stupeň počestění není přímo závislý na stáří přejetí. Anglicismy formálně obdobné domácím typům se počestují rychle (*spray - sprej, clip - klip, job - džob*). Na rozdíl od toho anglicismy formálně odlišné zůstávají i po delší době formálně nezačleněné, byť aspoň částečně, např. pravopisně: *interview, designer* (Bozděchová 1997, s. 273).

Podrobně se problematikou přejímání cizích slov zabývali v roce 1985 Josef Filipec a František Čermák. Rozlišují čtyři typy lexikálních jednotek cizího původu (1985, s. 121-122)¹⁷. 1. „Slova a slovní spojení citátová, tj. jednotky cizích jazyků přenesené do jiného jazyka a užívané v něm zvláště v jistém sociálním, profesním a kulturním okruhu. Zachovávají si původní pravopis, zčásti i výslovnost a odlišují se od domácího morfologického systému.“ Například: *science fiction, on-line, push-up, peeling, talk-show, spot, beauty, bungee jumping* apod.

2. „Slova a slovní spojení přejatá a) dosud pocíťovaná jako cizí, protože označují z hlediska běžného uživatele jazyka méně běžné skutečnosti. Obvykle mají cizí nebo rozkolísaný pravopis.“ Patří sem slova jako *marketing/marketink, showbusiness/šoubyznys, steak/stejk, skate/skejt* aj. V současné době se u těchto a dalších pravopisných dublet zřetelně projevuje tendence k počestění, zjednodušení.

¹⁷ V názvosloví se držíme rozdělení Františka Čermáka, příklady jsme zvolili z vlastních excerpt.

b) „Slova a spojení zcela vžitá, zdomácnělá. Jsou to slova provázející češtinu během celého vývoje k centru systému. Do dnešní české lexikální zásoby patří i četná slova sovětské epochy, z nichž některá mají internacionální charakter.“
Z anglicismů bychom zařadili: *sprej, fotbal, hokej, tenis, piknik, folk* aj.

3. „Kalky. Mezi LJ přejatými se vydělují jako zvláštní skupina jednotky z hlediska přejímacího jazyka motivované. Jde jednak o kalky, a to slovotvorné, frazeologické a sémantické, jednak o slova hybridní. Kalky slovotvorné vznikají překladem slovotvorných částí cizích slov ...“ (*skyscraper – mrakodrap*)
„...Kalky frazeologické – tu jde často o tzv. rozložené vazby slovesné, synonymní s jednoslovnými slovesy.“ (*Have a nice evening!* Mějte pěkný večer). Jak uvádí Filipec a Čermák, do této kategorie zahrnujeme i hybridní slova, která vznikají sloučením cizího a českého elementu (*megahvězda, superdeska* apod.).

4. „Přejaté významy, sémantické kalky“ jsou příkladem jazykové homonymie (*myš - mouse - hlodavec, ovládání počítače*).

Mravinacová chápe přejímání cizojazyčných lexémů jako proces integrace převzatého prvku do slovní zásoby přebírajícího jazykového útvaru (Mravinacová, 2005, s. 189).

V publicistickém stylu jsou velmi frekventované a oblíbené tzv. příležitostní výpůjčky. Někdy bývají označovány uvozovkami, ale častěji jsou použity bez nich: *bakeshop, banding, anti-aging, best trick*. O tom, zda je přejímka již součástí české slovní zásoby vypovídá její zařazení do některého slovníku. Anglicismy, které se přesunuly do centra slovní zásoby, najdeme v *Novém akademickém slovníku cizích*

slov A-Ž (Praha 2005) – viz příloha 4, nové výpůjčky byly doloženy ve dvou dílech slovníku *Nová slova v češtině* 1, 2 (Praha 1998, 2004) – viz přílohy 5 a 6. Některá slova jsme nenašli v žádné z výše uvedených příruček – příloha 7. Jedná se o slova nová, která jsou využívána ojediněle nebo slova, která označují nové skutečnosti. Jejich anglický původ jsme si ověřili ve slovníku angličtiny, ale některá jsme ani ve slovníku nenašli (*blading*) nebo jsou uvedeny jiné významy, které se do kontextu nehodí. Čtenář se pak může pouze dohadovat, co chtěl autor říci (*backstage* – označující adverbium ,do zákulisí, v zákulisí', adjektivum ,zákulisní'). O tom, že ne vždy je možné domyslet si význam, svědčí odpovědi z našeho dotazníku (viz kapitola Obecná charakteristika anglicismů). Většinou se tato slova objevují v původním anglickém tvaru. Adaptace ještě neproběhla. Například: *nordic blading* = *jízda na kolečkových bruslích s holemi*, *backstage* = *protáhneš ho do backstage* (manévr ve skateboardu). Náhodné, ojedinělé užití anglicismu bývá označeno uvozovkami: „*nemůže na ,Mekáč' nebo ,Káefko'...*“ (*Cosmo Girl*) nebo „*natáčení ,potterovek'...*“ (*Cosmo Girl*). V časopisech se společenskou tematikou najdeme i celá náhodná spojení: Např. v *Tině* se jedenkrát objevilo spojení: „*salsa je pro mě taková ,neverending story'...*“, nebo v *Cosmo Girl* „*sisterpower' táhne i u nás*. Čtenář si pod tímto spojením může představit cokoliv, ten, který nezná angličtinu, si nepředstaví nic.

Frekvence jednotlivých výpůjček v časopisech se společenskou tematikou je jistě jen orientační, protože v mnoha případech nezávisí na tom, do jaké míry je anglicismus integrovaný, ale spíše na volbě témat v časopise. Některá témata se vyskytují opakovaně, jiná jen příležitostně.

„Příznakem nízkého stupně integrace bývá to, že přejaté lexémy nejsou součástí morfologických a slovtvorných paradigmat a svou slovnědruhovou povahu a gramatické významy jako pád, číslo a rod vyjadřují pouze prostřednictvím syntagmatu“ (Mravinacová, 2005, s. 189 -190).

Problematikou přejímání cizích slov se podrobně zabýval již v roce 1968 Igor Němec. Ve své práci *Vývojové postupy české slovní zásoby* konstatuje, že zdomácňování cizích slov po stránce významové, tj. začleňování do domácího jazyka beze změny formy, můžeme považovat za základní etapu přejímání cizích slov. Některá slova se začleňují svým hláskovým skladem více, jiná méně a některá se nahrazují pojmenováním domácího původu, takže pak i příslušná cizí slova formálně nezačleněná (zvláště nesklonná) mají své místo v domácím jazyce (Němec 1968, s. 140). Dále zde zkoumá vliv mimojazykové skutečnosti na tvoření nových pojmů a uvádí, že nová skutečnost dává vznik novým slovům a upozorňuje, že činitelem lexikálních změn nejsou jen změny skutečnosti, ale i změny v jejím chápání, změny v znalostech skutečnosti (Němec 1968, s. 140).

Opakovaný výskyt výpůjčky vypovídá o určitém stupni integrace. Časté opakování vede k zdomácnění cizích slov a k jejich adaptaci ortograficko-ortoepické, morfologické a slovněparadigmatické¹⁸.

¹⁸ Vycházíme z názvosloví a členění Jitky Mravinacové - studie *Přejímání cizích lexémů*, Praha 2005, s. 190. Slovněparadigmatickou adaptaci definuje Mravinacová jako „proces postupného rozvíjení slovtvorných vztahů přejatých lexikálních jednotek (dále jen LJ) k dalším LJ“ (Mravinacová, 2005, s. 203). Dále pak uvádí, že „přejaté LJ mohou být vázány slovtvornými vztahy a) k LJ přejatým nezávisle na nich (v minulosti, současně, popř. v budoucnosti); b) k LJ, které byly přejaty současně s nimi (ve vzájemné závislosti); c) k nově utvořeným LJ, jejichž vznik samy motivovaly.“ (Mravinacová 2005, s. 203) U některých námi analyzovaných lexémů bychom mohli slovtvorné vztahy odhadnout, ale naše tvrzení by byla příliš nepřesná, proto se touto formou adaptace dále nebudeme zabývat.

5.1. Ortograficko-ortoepická adaptace

Formální počešťování lexikálních anglicismů znamená zvukovou a grafickou adaptaci. „Ortograficko-ortoepická adaptace zahrnuje dva procesy, adaptaci pravopisnou a adaptaci výslovnostní, které neprobíhají izolovaně, ale vzájemně se ovlivňují, přičemž postupně dochází k přiblížení pravopisné a výslovnostní podoby přejatých lexémů na základě fonologického pravopisného principu uplatňovaného v češtině. Dopravení tohoto procesu bývá známkou pokročilejšího stupně integrace přejímek“ (Mravinacová 2005, s. 190).

Mluvená a psaná forma anglického jazyka je kvalitativně jiná než v češtině, proto v některých případech mohou vznikat neobvyklé skupiny hlásek – neexistující anglické hlásky se v češtině nahrazují českými (*drajv, džeksn, dýdžejka, skejt*). Zatímco Tejnor¹⁹ v roce 1979 upozorňuje, že rozdíl mezi grafickou a zvukovou podobou slov přejímaných z angličtiny se odstraňuje buď ustálením výslovnosti podle grafické podoby (*fotbal*), nebo úpravou grafické podoby podle výslovnosti (*džentlmen*), Kučera o šestnáct let později konstatuje, že „tendence k počešťování sice stále působí, ale není už zdaleka tak výrazná jako dříve“ (Kučera 1995, s. 81).

Pro nově přejímané anglicismy excerpované v našich materiálech je příznačné akceptování původní pravopisné podoby, což jistě souvisí s rozšiřující se znalostí anglického jazyka v české populaci. Tato tendence není však jednoznačná. Nacházíme vedle sebe tvary adaptované i tvary v původní grafické podobě, v určitém okamžiku jsou používány dvě, někdy i tři a výjimečně i čtyři grafické podoby jednoho slova

¹⁹ Více viz Tejnor, A. *Anglicismy v češtině*, Praha 1979, s. 207 - 212.

showbusiness i *showbyznys* x *šoubyznys*²⁰ i *šoubusiness*. Najdeme zde adaptovaná slova, u nichž základem je původní grafická podoba, které se přizpůsobí výslovnost: Např. *surf*, *basketbal*, *superstar*, *stylista*, ale i slova, u nichž se naopak přizpůsobuje grafická podoba výslovnosti: *šoubyznys*, *stejk*, *sprej*, *byznysmen*, *sportsmen*, *splín*, *displej*, *kola*, *kokakola*. Volba tvaru závisí na autorovi, ale vysledovali jsme také, že nejčastěji jsou ve výslovnosti přizpůsobována substantiva užívaná v *Cosmo Girl*, což přisuzujeme snaze přiblížit se mluvě mladých.

J. Mravinacová uvádí, že mnoho současných přejímek setrvává v původní hláskové podobě, ale přesto u řady cizích slov ortograficko-ortoepická adaptace probíhá. Pravopisné adaptaci podléhají zejména slova, jejichž výslovnostní a pravopisná podoba se příliš neliší... (Mravinacová, 2005, s. 191).

5.2. Morfologická adaptace

J. Mravinacová definuje morfologickou adaptaci jako proces, v jehož průběhu se forma přejímaných lexémů podle potřeby transformuje, přizpůsobuje pomocí tvaroslovných a slovotvorných formantů, jimiž se v češtině vyjadřují kategorie slovních druhů a další morfologické kategorie, které jsou s příslušnými slovními druhy spojeny. Z toho vyplývá, že lexémy, jejichž forma zůstává po morfologické stránce původní, jsou na nejnižším stupni integrace.²¹

²⁰ tyto tvary byly doloženy v bakalářské práci Dolínková, K. *Analýza anglicismů a galicismů v časopisech pro mladé ženy a dívky*, Olomouc 2006.

²¹ Podrobněji Mravinacová, J. Přejímání cizích lexémů. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 192.

Naše analýza časopisů se společenskou tematikou potvrzuje názor I. Bozděchové, že se morfologická adaptace týká převážně substantiv a adjektiv.²²

Snahou adaptace je dosáhnout formální podobnosti se slovy domácími a začlenit přejatá slova do morfologického systému češtiny. Většinu substantiv anglického původu začleňujeme podle zakončení v nominativu singuláru k některému z českých vzorů. Přijetí české koncovky je znakem ztráty cizosti, původní anglické substantivum se přizpůsobuje flektivní češtině.

Bez problémů jsou morfologicky adaptována životná substantiva rodu mužského zakončená sufixem *-er/ér*. Skloňujeme je podle vzoru *pán: rocker, rapper, manažer, punker, skater, skinhead, snowboardák, skejťák* apod. Rodu mužského neživotného podle vzoru *hrad* se skloňují substantiva *tester, thriller, energizer* aj.

Velmi časté je počešťování původně anglické přípony *-ing*, která je nahrazována českou variantou *-ink*, například *strečing/strečink*, nebo *doping/dopink*. Pouze s původní anglickou příponou *-ing* se vyskytují slova novější: *jumping, bowling, carving, casting*. Přiřazení těchto substantiv k českým vzorům je bezproblémové. Verbální substantiva se zakončením *-ing/-ink* skloňujeme podle vzoru *hrad: floating, hostesing, skating, kiting, lifting, marketing* apod. Počeštěnou koncovku *-ink* najdeme u starších výpůjček: *strečink, trénink*.

V některých případech jsou zaznamenány dublety: *coaching/koučing*. V excerpovaných materiálech je doložen jedenkrát tvar *coaching*, a to v kompozitu *videocoaching (po večeri je nejzajímavější videocoaching)*. Také další substantiva

²² Bozděchová, I. Vliv angličtiny na češtinu. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha 1997, s. 274.

zařazujeme k rodům a vzorům: Rod mužský, neživotný, vzor *hrad*: *muffin – muffiny, outfit – k super outfitu, peeling – oškrábněte tělo peelingem, polaroid – při focení polaroidů jsem poznala...*, *pool – Jurda ve strašidelném poolu* nebo *snowjam – malá lekce ze snowjamu* apod.

Méně častá jsou substantiva skloňovaná podle vzoru *stroj*: *rokáč – zapářit někam do rokáče, toastovač – i toustovač, squash*.

K paradigmátům rodu ženského jsou přiřazena substantiva typu: *potterovka – natáčení potterovek, rockotéka – tuhle věc pouštěl DJ na rockotéce, storka – tuhle storku, flash disc – flashka* aj. Příslušnost k ženskému rodu je zde naznačena přechýlením pomocí přípony *-ka*: *punkerka, rapperka, skejťáčka, trendačka*, ale i *waterproofka* - ve spojení *nečekej žádnou waterproofku* apod.

Další substantiva rodu ženského se objevují méně často: *show* kolísá mezi neutrem a feminimem a je nesklonné. Ve spojení *nedělej tady show* – můžeme pocíťovat substantivum *show* jako neutrum i feminimum. Substantivum *image* se vyskytuje v rodě ženském i mužském, ale nově, v případě, že se substantivum používá jako nesklonné, bylo doloženo i začlenění k rodu střednímu. V analyzovaných časopisech převládá použití v rodě ženském.

Začlenění substantiva k rodu neznamena, že je substantivum zařazeno také k deklinačnímu typu. Mnohá zůstávají nesklonná. Jedná se především o neživotná substantiva, která se v zakončení neshodují s žádným českým deklinačním typem: *image, know-how, handsfree, road show*. Jak uvádí J. Mravinacová: „Nesklonná zůstávají často jména s neobvyklým zakončením, a to na všechny dlouhé vokály a na

krátké *-i* a *-u* – *story, hobby, talkshow*. Jejich gramatické významy vyplývají ze syntaktické pozice a z tvarů kongruentních větných členů. V rámci syntagmatu mají tato substantiva často střední rod, který se chápe jako neutrální“ (Mravinacová 2005, s. 194).

Substantiva středního rodu se vyskytují řídce, v našich excerptech jsou zastoupena lexémy *fitko, dívídičko*. Skloňujeme je podle vzoru *město*.

Některá substantiva jsou zařazována k rodu nikoliv podle zakončení, ale podle tzv. přirozeného rodu: *playmate, cowgirl, snowgirl, barbie* apod. Po určitou dobu zůstávají nesklonná, postupně jsou počešťována: *playmatka, barbína* apod.

Časté je také přejímání substantiv v původní plurálové formě s koncovkou *-s*. Užívají se jako nesklonná podstatná jména v množném čísle, k rodu se přiřazují podle rodu českého ekvivalentu nebo přirozeného rodu daného substantiva. V excerpovaných časopisech nebyl tento tvar nalezen. Pro češtinu je typické přidávání české plurálové koncovky *-y*. Excerpovali jsme tvary: z původního anglického slova *jeans* [dži:nz] bylo vytvořeno adaptované substantivum *džínsy* používané i ve tvaru *džíny*. Frekvence tvaru *džíny* je mnohem vyšší než tvaru *džínsy*. Slovo *džíny* bylo v časopisech nalezeno devětaosmdesátkrát, *džínsy* pouze jednou. Podobně podstatné jméno *chips* je původním tvarem množného čísla, v češtině je používán jako tvar singuláru a v množném čísle se připojuje česká plurálová koncovka *chips – chipsy* i *čipsy*.

S původními podobami anglicismů se setkáváme častěji v odborné sféře. V publicistice je patrná tendence

k počešťování, ale v zájmu vytváření image tiskoviny jsou používány i anglicismy v původní podobě.

Někdy bývají počešťovány jen části lexikálních jednotek: *megastar – megahvězda, emo boy – emo kluk*. Některá substantiva si ponechávají svou původní grafickou podobu. Jedná se především o složeniny, sousloví a složeniny citátového charakteru: *second hand, come-back, make-up, on-line, push-up, e-mail* a slova, u nichž by přepisem vznikla nezvyklá podoba např. *interview* [intervjú].

K používaným výpůjčkám se derivací tvoří slova nová, často expresivní: *gauč - gaučák, top - topíky, snowboard - snowbordák, sex - sexošsky, fitness - fitka, skejt - skejták*.

Mezi adjektivními excerpty byla nalezena četná adjektiva v původním tvaru, která se při převodu do češtiny nijak neupravují a zůstávají nesklonná: *singl, cool, hot, free, trendy*. Vedle toho byla analyzována celá řada adjektiv s českými příponami (*trendový, debutový* apod.).

J. Mravinacová ve své studii *Přejímání cizích lexémů* uvádí: „Adjektiva cizího původu, jež jsou od počátku zformována českými sufixy, nelze jednoznačně považovat za adaptovaná přejatá adjektiva. Většina z nich tvoří adjektiva relační, jež se formálně a obsahově vztahují k přejatým substantivům“ (Mravinacová 2005, s. 196). Např.: *street - streetový, skate - skejtový, teleshopping - teleshoppingový* apod. Podle jejího názoru není mnohdy jasné, zda nesklonné výrazy užívané ve funkci substantiv a zároveň v přívlastkových pozicích je možno považovat za (přejatá) adjektiva. V analyzovaných časopisech je doloženo příklady: *emo styl, emo kauza*, ale i *přežiješ emo, být emo...*J. Mravinacová považuje tyto lexémy za nevyhraněné. Syntagmata, v nichž

fungují jako přívlastky (např. *squash centrum*) lze chápat i jako spojení podstatných jmen. Od substantiva *squash* se vytvořilo v češtině adjektivum *squashový*.

Mnohá přejímaná adjektiva zůstávají nesklonná a používáme je v původním grafickém tvaru: *trendy - trendy mobility, slavnostní styl s trendy topem*. Najdeme však i adaptovanou podobu - *trendové botky*.

Kvalitativní adjektiva *cool, top, super* jsou používána výhradně jako nesklonná: srov. např. *bylo to hrozně cool, svoji cool módu nejčastěji hledá v sk8 shoppech; top song, top potraviny; v super džínách, k super outfitu, rande bylo super*.

K některým nesklonným adjektivům se postupně tvoří i adaptované formy: *in-line brusle - in-linový, hrála on-line hry - on-linové*. V našich materiálech nebyly však tyto adaptované formy doloženy.

U slov anglického původu je mnohdy velmi složité určit, zda přejatá výpůjčka je původně sloveso či substantivum. Ve slovníku je u lexémů, které mají stejný tvar pro sloveso i substantivum, na prvním místě uvedeno sloveso. U sloves musí proběhnout adaptace vždy. Znamená to tedy, že všechna slovesa se na rozdíl od substantiv a adjektiv přizpůsobují české tvaroslovné soustavě. Jejich morfologická adaptace je pro použití slovesa v češtině nezbytným předpokladem.

U přejatých sloves je typickým znakem obouvidovost. V kontextu tato slovesa získávají vid dokonavý nebo nedokonavý (*faxovat, mailovat, chatovat, skenovat*). Setkáváme se však i s připojováním českých předpon k cizím slovním základům. Vytváříme tak dokonavá slovesa typu: *naskenovat, nafxovat, zasurfovat, zaflirtovat, namixovat, nastylovat,*

nastylizovat. Perfektivizace sloves cizího původu je součástí procesu morfologické adaptace sloves.

Pohyb ve slovní zásobě je zcela patrný. Zatím co v roce 2006 jsme zaznamenali nejčetnější slovotvorné hnízdo se základem *snowboard* – *snowboarding*, *snowboardista*, *snowboardistka*, *snowboardřák*, *snowboardřačka*, v roce 2007 se tato slova objevují jen ojedinele. Se změnou společenských a kulturních skutečností se mění i frekvence užívaných anglicismů. V roce 2006 - 2007 bylo používání derivátů slova *snowboard* spojeno nejen s novým sportovním odvětvím, ale zejména v souvislosti s filmem *Snowboardřáci*. Slovo *snowboard* se v našich excerptech z časopisů ročníku 2007 vyskytuje pouze sedmkrát. Vedle toho jsme excerpovali adjektivum *snowboardový* a sloveso *snowboardovat*. Substantivum *snowboard* bylo zařazeno do *Nového akademického slovníku cizích slov A-Ž* (2005, s.735) a přesunulo se tak stejně jako jeho odvozeniny do centra slovní zásoby, i když výskyt derivátů není tak frekventovaný. Podobně bychom mohli mluvit o substantivu *SuperStar* (*Nový akademický slovník cizích slov A-Ž* 2005, s. 759), které z časopisů ročníku 2007 téměř vymizelo.²³ Zajímavý je také posun v používání lexému *spešl*. V roce 2006 jsme jej analyzovali patnáctkrát, *spešl* bylo téměř vše: *spešl antiakné*, *spešl podšívka*, *spešl rubrika*, *spešl soutěžka*, *spešl sprejky*, *spešl schůdky* i *spešl taneční kurzy*. V časopisech se stejnou tematikou ročník 2007 se tvar *spešl* vyskytuje pouze jedenkrát, a to ve spojení *spešl postroje*.

²³ Pro zajímavost uvádíme: slovo *SuperStar* nebo *superstar* jsme zaznamenali v analyzovaných časopisech ročníku 2007 celkem sedmkrát. V excerptech k bakalářské práci 2006 se vyskytlo substantivum *SuperStar* osmadvacetkrát a jednou adjektivum *superstarskou*.

Přejímání slov je důsledkem sociálních kontaktů a přirozeným trendem. Nejvíce se přejímání cizích slov projevuje v terminologii, odtud mnohá slova přecházejí do běžného jazyka (*mail, web, weblog* apod.). Rychlé životní tempo souvisí s rychlým přejímáním nových skutečností a nutností jejich pojmenování. Mnohá cizí slova nemají český ekvivalent, ale mnohá jsou používána účelově, ve snaze ukázat „světovost“ pisatele nebo mluvčího. Přehnané užívání cizích slov může ztížit porozumění a, jak dokazuje i náš průzkum, někdy čtenáři smysl nepochopí vůbec. Souhlasíme s J. Filipcem a F. Čermákem, kteří konstatují: „... je třeba rozlišovat mezi cizími prostředky významově a stylisticky potřebnými a cizími prostředky postradatelnými, mezi těmi, za které domácí náhrada je, a těmi, za něž není...“ (Filipec - Čermák 1985. s.121). Zdá se, že i v českém jazyce euforie z angličtiny pomalu pomíjí, přejímání anglicismů se omezuje. Některá slova se posunula z periferie do centra slovní zásoby, mnohá, použitá příležitostně, vymizela.

ZÁVĚRY

Zkoumání slovní zásoby moderních lifestyleových časopisů přineslo určité výsledky v analýze anglicismů používaných v současné publicistice. Slovní zásoba reaguje na společenský vývoj, změny v ní mají progresivní charakter.

Tato diplomová práce analyzuje aktuální anglické výpůjčky v lifestyleových časopisech *Cosmopolitan*, *Cosmo Girl* a *Tina* ročníku 2007. Celkově bylo excerpováno přes 2000 slov a slovních spojení, z nichž bylo pro další práci vybráno 1947. Nejvíce anglicismů se objevuje v měsíčníku pro mladé dívky *Cosmo Girl*, který je mutací amerického originálu. Nejméně anglických výpůjček bylo analyzováno v českém týdeníku pro ženy *Tina*. Všechny sledované časopisy se zabývají stejnými tématy (móda, vztahy, sex, celebrity, životní styl), proto je také slovní zásoba omezená a celá řada anglicismů se opakuje. Srovnání v tabulce na straně 11 ukazuje, že zatímco v *Cosmo Girl* a *Tině* najdeme opakovaně více jak 36% použitých anglických výpůjček, v *Cosmopolitanu* je toto procento výrazně nižší. Opakuje se pouze 19 % anglicismů použitých v souvislých textech.

Zajímavé výsledky přinesl i malý průzkum porozumění anglicismům, který jsme provedli na dvou základních a jedné střední škole. Na vzorku 200 respondentů můžeme doložit, že s přibývajícím věkem a znalostí angličtiny roste porozumění textu. Všeobecně jsou známá slova, která se přesunula do centra slovní zásoby *džob*, *second-hand*, méně slova užívaná okazionalně a slova spojovaná s novými jevy, například *zorbíng*.

Doklady analyzované v této diplomové práci ukazují, že jednotlivé anglické výpůjčky jsou na různém stupni formální adaptace.

Můžeme konstatovat:

1. Anglické výpůjčky se podílejí významně na obohacování slovní zásoby českého jazyka.
2. Nejvíce excerpovaných anglicismů tvoří anglická substantiva, méně často jsou přejímána slovesa a adjektiva.
3. Anglicismy se přizpůsobují flektivní češtině. Začlenění cizího lexému do české slovní zásoby závisí také na jeho schopnosti stát se základem odvozování.
K nejproduktivnějším způsobům obohacování slovní zásoby patří sufixální derivace, od původních anglických výpůjček tvoříme četné odvozeniny.
4. Prefixace se u substantiv používá méně často než sufixace. Podíl prefigovaných substantiv je v našich materiálech malý, prefixace se více využívá u sloves a adjektiv.
5. Významnou část tvoří substantiva odvozená přechodnými morfémy – prefixoidy. Moderní je používání internacionálních prefixoidů a sufixoidů. V publicistickém stylu je častá intenzifikace vyjádření prostřednictvím *mega-*, *maxi-*, nebo naopak zeslabení pomocí *mini-*. Stejně tak je módní užívání *super*, a to ve všech podobách - jako prefixoidu, kořenného morfému i jako samostatného slova.
6. Podíl adjektiv je v našich excerptech malý. Celá řada adjektiv s českou příponou patří k adjektivům relačním. Jsou odvozena od podstatných jmen: *street* - *streetový*,

skate - skejťový apod. Mnohá adjektiva se vyskytují ve speciálních tvarech: *celeb úlet, spešl rubrika* apod.

7. Nejproduktivnější slovesnou příponou je sufix *-ovat*: *stylingovat, zorbovat, testovat, surfovat, chatovat*, z novějších *manažovat*. Ke slovesům jsou připojovány české prefixy, vznikají tak vidové korelace typu: *resetovat - zresetovat, chatovat - zachatovat (si)*. Četné anglické slovesné výpůjčky jsou příznakové. Původně byly používány v mluveném projevu například uživatelů počítačů nebo mobilních telefonů: *textnout - ‚poslat textovou zprávu‘, prokliknout*, nebo z oblasti sportu *frístajlovat - ‚jezdit na skateboardu volným stylem‘*.
8. I když kompozice v českém jazyce není tak častá jako například v němčině, na základě analýzy lexika obsaženého v excerpovaných časopisech lze pozorovat zřetelný nárůst kompozit. Skládáním se tvoří zejména nová substantiva a adjektiva, méně často se kompozice uplatňuje u sloves a adverbii. Přibývají hybridní kompozita i kompozita tvořená spojením dvou anglicismů. Některá z nich se v českém jazyce adaptují částečně, jiná jako celek. Kompozita jsou často jednoslovným ekvivalentem slovních spojení. V publicistickém stylu jsou kompozita používána z důvodu ekonomie vyjadřování, ve snaze zhuštit text, podat na malém prostoru co nejvíce informací.
9. Ze stejného důvodu jsou používány i mnohé zkratky. Některé zkratky se objevují okazionálně - *V.Y.P - very young people*, v ročníku 2007 analogicky vytvořená abreviatura *D.I.Y. - do it yourself*.

10. Celá řada anglických výpůjček prochází procesem adaptace. Některé anglicismy přetrvávají v původní hláskové podobě, jiné, zejména ty, jejichž výslovnostní a pravopisná podoba se příliš neliší, se pravopisně přizpůsobují češtině.
11. Morfologická adaptace se týká převážně substantiv a adjektiv. Přijetí české koncovky je znakem ztráty cizosti. Původní anglické substantivum se přizpůsobuje flektivní češtině, některá substantiva však zůstávají nesklonná (*know-how, handsfree*).

Se změnou společenských a kulturních skutečností se mění i frekvence užívaných anglicismů. Přejímání cizích slov je přirozeným trendem, nejvíce se projevuje v terminologii. Odtud mnohá slova přecházejí do běžného jazyka (*mail, web, weblog* apod.). Mnohé anglické výpůjčky, zejména termíny z oblasti počítačů, komunikace, médií apod., se stávají internacionálními a jsou srozumitelné jak odborníkům, tak laické veřejnosti.

Přejímání cizích lexémů je otevřený a trvalý proces. Mnohé lexémy jsou používány dočasně a časem se z českého jazyka ztrácí, jiné procházejí procesem formální adaptace a přesouvají se trvale do centra české slovní zásoby.

ANOTACE

Vypracovala: Kristýna Dolínková

Fakulta: Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra: Katedra bohemistiky

Název: Anglicismy v současné české publicistice (na materiálu společenských časopisů pro ženy)

Vedoucí práce: prof. PhDr. Edvard Lotko, CSc.

Počet znaků: 118 098 (včetně poznámek pod čarou a vysvětlivek)

Počet příloh: 7

Počet titulů použité literatury: prostudovaná 46, citovaná 27

Klíčová slova: publicistický styl, derivace, abreviace, adaptace morfologická, adaptace ortografická, adaptace ortoepická, kompozice, neologismus, anglicismus, okazionalismus, kompozitum, abreviatura

Tato diplomová práce se zabývá anglicismy v publicistickém stylu, zejména problematikou jejich přejímání do českého jazyka. Analyzuje aktuální anglické výpůjčky v lifestylových časopisech *Cosmopolitan*, *Cosmo Girl* a *Tina* ročníku 2007. Pojednává o adaptaci anglicismů v češtině, slovtvorné stavbě anglicismů, kompozici a abreviaci. Snaží se srovnat četnost anglicismů v časopisech ročníku 1999 a 2007.

PŘÍLOHA 1

1. Které časopisy pro dívky čteš? OZNAČ x	Dívka
Top Dívky	Bravo
Cosmo Girl	Jiné:
2. jak rozumíš těmto slovům	NAPIŠ ČESKÝ VÝZNAM
Snowboard	Shoppovat
Remix	Oldschoolový
second-hand	Zorbing
Soundtrack	scrub
Cool	beauty
3. Jak rozumíš těmto spojením:	NAPIŠ ČESKÝ VÝZNAM PODTRŽENÝCH SLOV
<i>dělala v Anglii <u>aupair</u></i>	
<i>Že ho protáhneš do <u>backstage</u> (článek o skateboardu)</i>	<i>potom mě <u>bookerka</u> ze všech stran fotila</i>
<i>kde se koná <u>casting</u> k <u>omparsu</u></i>	<i>najdeš si <u>džob</u></i>
<i>Spraví to nezdravý <u>fast food</u></i>	<i>vzali jsme si na mušku Lukema, <u>frontmana</u> oblíbené pražské kapely</i>
<i>všestranné řešení <u>zip-in-zip-out</u> umožňuje odepnout vnitřní vestu</i>	<i>tohle cvičení je fakt trochu <u>hardcore</u></i>
<i>dáváme "<u>on-line rande</u>"</i>	<i>poslední <u>outdoor sk8 závody</u></i>
<i>Ve stejném <u>outfitu</u> tedy pak nepotká dalších x lidí</i>	<i>rozbila svůj <u>sweet look</u> rockerským sáčkem a fialovým topem</i>
<i>nové modely <u>lifestyle</u></i>	<i><u>vo co go?</u></i>

místo:

třída:

věk:

PŘÍLOHA 2

Souhrn výsledků průzkumu porozumění

	ST/7	ST/8	ST/9	B/8	B/9	KY/1ZA	KY/1SS	KY/1ZL	KY/2ZA	KY/2ZL	SUMA	%
RESPONDENTI	10	15	32	23	24	21	14	27	18	16	200	
čtené časopisy												
Bravo	6	8	17	14	11	11	4	9	6	1	87	44
Top Dívky	4	6	13	8	11	10	6	9	9	2	78	39
Jiné	0	0	0	10	9	11	8	17	11	10	76	38
Cosmo Girl	2	2	5	5	8	5	5	4	7	8	51	26
Elle	0	0	0	0	3	0	2	5	10	1	21	11
Bravo Girl	1	1	3	2	8	1	2	2	1	0	21	11
Slova												
shoppovat	5	6	14	23	22	20	14	26	18	16	164	82
snowboard	3	5	11	23	23	20	14	27	18	16	160	80
beauty	3	3	8	22	20	18	12	23	16	15	140	70
cool	3	3	8	20	19	19	13	20	16	16	137	69
second-hand	1	1	3	19	23	19	14	22	18	16	136	68
oldschoolový	1	1	3	15	16	17	12	17	17	14	113	57
soundtrack	1	1	3	17	15	12	10	20	16	16	111	56
zorbing	1	1	3	4	6	9	2	2	10	7	45	23
remix	0	0	0	5	3	5	5	7	7	8	40	20
scrub	0	0	0	4	2	0	0	0	3	1	10	5
slovní spojení												
vo co go?	7	9	20	22	22	21	14	27	18	16	176	88
džob	4	5	12	23	23	21	14	27	18	16	163	82
fast food	2	2	5	22	23	17	13	24	18	14	140	70
hardcore	2	2	5	19	12	14	13	22	16	15	120	60
aupair	2	2	6	9	13	15	14	24	18	15	118	59
lifestyle	1	1	3	12	13	17	8	22	17	11	105	53
outdoor sk8	2	2	5	15	12	14	11	14	16	13	104	52
casting v komparzu	1	1	3	14	14	16	12	13	15	7	96	48
sweet look	2	2	5	10	12	8	8	18	15	12	92	46
on-line rande	3	3	8	13	11	11	2	18	7	12	88	44
frontmana	1	1	3	8	7	9	10	15	16	13	83	42
zip-in-zip-out	1	1	3	13	11	7	11	14	11	7	79	40
outfit	1	1	2	10	6	3	10	19	14	4	70	35
backstage	0	0	0	7	11	0	0	4	8	5	35	18
bookerka	0	0	0	1	1	3	1	2	2	1	11	6
Σ ÚSP. ODPOVĚDÍ	47	53	133	350	340	315	237	427	348	286	2536	
ÚSPĚŠNOST												
%	18,8	14,1	16,62	50,9	57	60	57,7	53,25	77,3	71,5		51

Vysvětlivky:

Střílky, 7. roč.	ST/7
Střílky, 8. roč.	ST/8
Střílky, 9. roč.	ST/9
Brno, 8.roč.	B/8
Brno, 9.roč.	B/9
Kyjov, 1. roč. zdravotnický asistent	Ky/1ZA
Kyjov, 1. roč. sociální služby	Ky/1SS
Kyjov, 2. roč. zdravotnický asistent	Ky/2ZA
Kyjov, 2. roč. zdravotnické lyceum	Ky/2ZL

PŘÍLOHA 3

Následující tabulka chce ukázat posun v užívání některých zkratk. V prvním sloupci uvádíme, kolikrát byl výraz excerpován v ročníku 2007, ve druhém sloupci excerpované slovo, ve třetím sloupci jsou uvedena slova, která byla excerpována v časopisech ročníku 2005 nebo 2006. Pokud je slovo uvedeno ve druhém i třetím sloupci, znamená to, že bylo excerpováno v ročníku 2007 i 2005 nebo 2006. Tabulka nesrovnává frekvenci, ale dokladuje, že zkratky jako *DVD*, *DC*, *SMS* jsou běžně používány a staly se součástí české slovní zásoby.

	ročník 2007	ročník 2005-2006
frekvence	slovo	
1	<i>cédo</i>	
1	<i>spešl</i>	
1	<i>BMP</i>	
1	<i>BMX park</i>	
1	<i>DíVídí</i>	
1	<i>dívídíčko</i>	
		<i>dýdžejka</i>
		<i>dýdžejovat</i>
1	<i>emo- teenager</i>	
1	<i>ishop</i>	
1	<i>JPGE</i>	
1	<i>káefko</i>	
1	<i>KFC</i>	
1	<i>oukej</i>	
1	<i>rock'n'rollová</i>	
1	<i>sk8 shop</i>	
1	<i>sk8ový</i>	
1	<i>Smska</i>	<i>smska</i>
1	<i>SMSka</i>	
1	<i>snb-shop</i>	
1	<i>WMA</i>	
1	<i>XXL</i>	
2	<i>D.I.Y.</i>	

2	<i>www</i>	<i>www</i>
3	<i>GPS</i>	
3	<i>MP3</i>	
4	<i>LCD</i>	
4	<i>sci-fi</i>	<i>sci-fi</i>
5	<i>DJ</i>	<i>DJ</i>
5	<i>O.K.</i>	<i>O.K.</i>
5	<i>r'n'b</i>	
6	<i>cédéčko</i>	<i>Céřečko</i>
6	<i>VIP</i>	<i>VIP</i>
		<i>V.Y.P</i>
8	<i>SNB</i>	
9	<i>Icq</i>	<i>Icq</i>
9	<i>iPod</i>	
10	<i>esemeska</i>	<i>Esesmeska</i>
		<i>SMSkovat</i>
14	<i>e-mail</i>	<i>e-mail</i>
14	<i>SMS</i>	<i>SMS</i>
21	<i>CD</i>	<i>CD</i>
29	<i>DVD</i>	<i>DVD</i>

PŘÍLOHA 4

Slova nalezená v Novém akademickém slovníku cizích slov A-Ž (Praha 2005)

1	<i>baseballový</i>
1	<i>basket</i>
1	<i>basketballový</i>
1	<i>beach volejbal</i>
2	<i>bestseler</i>
1	<i>bigbeatový</i>
1	<i>billboard</i>
5	<i>blejzr</i>
1	<i>blues</i>
1	<i>bodyguard</i>
1	<i>bowle</i>
1	<i>bowling</i>
1	<i>box</i>
1	<i>bungalov</i>
1	<i>bungee jumping</i>
1	<i>byznys</i>
1	<i>carving</i>
10	<i>casting</i>
21	<i>CD</i>
21	<i>celebrita</i>
1	<i>cereálie</i>
3	<i>cool</i>
1	<i>cornflakes</i>
1	<i>country-popový</i>
2	<i>cover girl</i>
1	<i>dabing</i>
1	<i>dandy</i>
1	<i>demo</i>
17	<i>design</i>
1	<i>designérka</i>
6	<i>digitální</i>
1	<i>discman</i>

1	<i>disk</i>
3	<i>disko</i>
8	<i>diskotéka</i>
1	<i>diskotékový</i>
5	<i>displej</i>
5	<i>DJ</i>
2	<i>doping</i>
2	<i>dread</i>
4	<i>dresink</i>
8	<i>drink</i>
29	<i>DVD</i>
4	<i>džinovina</i>
14	<i>džínový</i>
1	<i>džínsy</i>
89	<i>džíny</i>
4	<i>džob</i>
2	<i>džus</i>
14	<i>e-mail</i>
4	<i>ex</i>
1	<i>expert</i>
3	<i>expřitel</i>
1	<i>ex-přitel</i>
9	<i>extra</i>
8	<i>fashion</i>
1	<i>fax</i>
2	<i>fér</i>
1	<i>filler</i>
1	<i>finiš</i>
18	<i>fit</i>
1	<i>fitcentrum</i>
6	<i>fitness</i>
3	<i>fitness centrum</i>
1	<i>fitness-centrum</i>
2	<i>fitness-studio</i>
1	<i>fixovat</i>
3	<i>flip</i>
1	<i>floating</i>
8	<i>frontman</i>
2	<i>funk</i>

3	<i>gang</i>
1	<i>garden party</i>
1	<i>gay</i>
2	<i>gelový</i>
1	<i>girl</i>
1	<i>gólman</i>
1	<i>grilovačka</i>
6	<i>hamburger</i>
1	<i>handicap</i>
1	<i>happy</i>
1	<i>hi-fi</i>
13	<i>hip hop</i>
1	<i>hippies</i>
11	<i>hit</i>
5	<i>hitparáda</i>
1	<i>HIV/AIDS</i>
2	<i>hobby</i>
7	<i>hosteska</i>
1	<i>hypermarket</i>
1	<i>hypermoderní</i>
13	<i>chat</i>
2	<i>chatování</i>
2	<i>chatovat</i>
1	<i>chips</i>
12	<i>chipsy</i>
14	<i>image</i>
8	<i>in</i>
18	<i>internet</i>
1	<i>interview</i>
1	<i>investigativní</i>
1	<i>joystick</i>
2	<i>kemp</i>
1	<i>kemperka</i>
1	<i>kempovat</i>
2	<i>kickbox</i>
1	<i>kick-box</i>
5	<i>klip</i>
1	<i>know-how</i>
1	<i>kokakola</i>

5	<i>koktejl</i>
3	<i>kola</i>
1	<i>kondicionér</i>
1	<i>kontejner</i>
1	<i>kreditní</i>
1	<i>label</i>
1	<i>laptop</i>
1	<i>late show</i>
6	<i>legíny</i>
5	<i>lifting</i>
4	<i>light</i>
1	<i>logo</i>
7	<i>love story</i>
4	<i>mail</i>
1	<i>mailovat</i>
1	<i>mainstream</i>
12	<i>make-up</i>
1	<i>managment</i>
1	<i>manažer</i>
5	<i>manažerka</i>
2	<i>manažerský</i>
2	<i>marketing</i>
6	<i>marketingový</i>
1	<i>mediálně</i>
1	<i>mediální</i>
6	<i>mega</i>
1	<i>megastar</i>
1	<i>metalový</i>
4	<i>mikina</i>
1	<i>miss</i>
2	<i>mix</i>
1	<i>mixování</i>
5	<i>mixovat</i>
18	<i>mobil</i>
2	<i>mobilní</i>
12	<i>modeling</i>
1	<i>modeman</i>
5	<i>moderátor</i>
6	<i>moderátorka</i>

1	<i>moderovat</i>
7	<i>módní</i>
1	<i>mop</i>
5	<i>muffiny</i>
1	<i>multifunkční</i>
3	<i>multimediální</i>
2	<i>nonstop</i>
4	<i>notebook</i>
5	<i>O.K.</i>
2	<i>on-line</i>
1	<i>oukej</i>
1	<i>pankáč</i>
20	<i>party</i>
1	<i>patchwork</i>
24	<i>peeling</i>
4	<i>peelingový</i>
3	<i>piknik</i>
1	<i>polaroid</i>
1	<i>pool</i>
5	<i>pop</i>
1	<i>pop-artový</i>
1	<i>pop-music</i>
1	<i>popový</i>
1	<i>producent</i>
3	<i>profi</i>
1	<i>profitrik</i>
2	<i>profi-trik</i>
2	<i>punk</i>
1	<i>punkerka</i>
3	<i>punkový</i>
1	<i>puzzle</i>
2	<i>raft</i>
2	<i>rafták</i>
2	<i>rap</i>
2	<i>rapový</i>
3	<i>rapper</i>
1	<i>rapperka</i>
4	<i>reality show</i>
1	<i>reggae</i>

1	<i>remake</i>
2	<i>remix</i>
1	<i>remixovat</i>
1	<i>reportérka</i>
1	<i>restartovat</i>
2	<i>riff</i>
7	<i>rock</i>
1	<i>rock'n'rollová</i>
4	<i>rocker</i>
1	<i>rockerka</i>
7	<i>rockový</i>
1	<i>roll-on</i>
1	<i>saidkára</i>
4	<i>sci-fi</i>
1	<i>scrabble</i>
1	<i>screeningový</i>
1	<i>scrub</i>
5	<i>second hand</i>
2	<i>secondhand</i>
5	<i>sendvič</i>
3	<i>server</i>
3	<i>set</i>
1	<i>sexappeal</i>
2	<i>sex-appeal</i>
2	<i>sexshop</i>
94	<i>sexy</i>
1	<i>shop</i>
3	<i>shopping</i>
10	<i>show</i>
8	<i>singl</i>
1	<i>sitcom</i>
1	<i>skateboard</i>
4	<i>skateboarding</i>
3	<i>skateboardový</i>
3	<i>skatepark</i>
1	<i>skater</i>
1	<i>skating</i>
13	<i>skejt</i>
1	<i>skejtař</i>

5	<i>skejtovat</i>
6	<i>skejtový</i>
2	<i>skinhead</i>
1	<i>skútr</i>
14	<i>SMS</i>
3	<i>snack</i>
7	<i>snowboard</i>
2	<i>snowboarding</i>
1	<i>snowboardista</i>
2	<i>snowboardový</i>
1	<i>softwarový</i>
5	<i>song</i>
3	<i>soundtrack</i>
1	<i>sparing</i>
1	<i>speaker</i>
1	<i>speed</i>
1	<i>spinning</i>
1	<i>splín</i>
4	<i>sprej</i>
1	<i>sprejer</i>
1	<i>sprejovat</i>
2	<i>squash</i>
2	<i>squatter</i>
3	<i>star</i>
5	<i>steak</i>
1	<i>steakový</i>
1	<i>story</i>
4	<i>strečink</i>
1	<i>street-style</i>
21	<i>stres</i>
2	<i>stresovat</i>
3	<i>stresující</i>
1	<i>striptérka</i>
6	<i>styling</i>
1	<i>stylista</i>
15	<i>stylistka</i>
1	<i>stylizovaný</i>
36	<i>super</i>
1	<i>Super Star</i>

1	<i>supermanka</i>
10	<i>supermarket</i>
1	<i>supermoderní</i>
6	<i>superstar</i>
1	<i>supr</i>
5	<i>surf</i>
1	<i>surfař</i>
5	<i>surfovat</i>
1	<i>swingový</i>
3	<i>talk-show</i>
7	<i>teenager</i>
1	<i>techno</i>
1	<i>tester</i>
1	<i>testovat</i>
3	<i>thriller</i>
16	<i>tip</i>
1	<i>toast</i>
20	<i>top</i>
1	<i>toust</i>
2	<i>toustovač</i>
38	<i>trend</i>
16	<i>trendy</i>
10	<i>trik</i>
1	<i>trip</i>
4	<i>twinset</i>
3	<i>underground</i>
1	<i>vicemiss</i>
5	<i>víkend</i>
1	<i>víkendový</i>
6	<i>VIP</i>
7	<i>virtuální</i>
1	<i>vytipovat</i>
1	<i>walkman</i>
1	<i>waterproofka</i>
5	<i>web</i>
12	<i>wellness</i>
3	<i>windsurfing</i>
1	<i>workoholička</i>
1	<i>workoholik</i>

2	<i>workoholismus</i>
1	<i>wrestling</i>
2	<i>www</i>
2	<i>zombie</i>
2	<i>žerzejový</i>
1382	

PŘÍLOHA 5

Slova nalezená ve slovníku *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 1* (Praha 1998)

5	<i>au pair</i>
1	<i>bikový</i>
6	<i>cérečko</i>
3	<i>comeback</i>
1	<i>disneyovka</i>
4	<i>fitko</i>
1	<i>hiphopově</i>
5	<i>hiphopový</i>
7	<i>internetový</i>
1	<i>kinohit</i>
1	<i>klipový</i>
1	<i>megaúspěch</i>
1	<i>Road Show</i>
1	<i>sexsymbol</i>
3	<i>skejťák</i>
6	<i>skejtování</i>
1	<i>snowboardák</i>
1	<i>snowpark</i>
1	<i>stepper</i>
5	<i>stylingový</i>
1	<i>supermodelka</i>
1	<i>toastovač</i>
57	

PŘÍLOHA 6

Slova nalezená ve slovníku *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 2* (Praha 2004)

1	<i>afterparty</i>
2	<i>anti</i>
1	<i>barbínovský</i>
1	<i>boarding</i>
1	<i>coaching</i>
1	<i>coming out</i>
1	<i>dvoudiskový</i>
1	<i>elektrosmog</i>
10	<i>esemeska</i>
1	<i>expartner</i>
1	<i>expartnerka</i>
1	<i>facelifting</i>
8	<i>fast food</i>
6	<i>freestyle</i>
1	<i>gou</i>
1	<i>grunge</i>
1	<i>hiphoper</i>
1	<i>hostesing</i>
9	<i>in-line skating</i>
1	<i>jednodiskový</i>
1	<i>kiting</i>
1	<i>last minute</i>
10	<i>look</i>
2	<i>mailový</i>
3	<i>mekáč</i>
5	<i>modelingový</i>
3	<i>MP3</i>
3	<i>multilíčidlo</i>
9	<i>net</i>
1	<i>nick</i>
1	<i>outdoor</i>
30	<i>outfit</i>

1	<i>paraglide</i>
3	<i>popcorn</i>
1	<i>potterovka</i>
1	<i>promo</i>
2	<i>rockotéka</i>
2	<i>skateshop</i>
1	<i>snowboardovat</i>
1	<i>snowrafting</i>
2	<i>streetový</i>
2	<i>superdlouhý</i>
1	<i>surfování</i>
1	<i>telemarketingový</i>
5	<i>topmodelka</i>
1	<i>track</i>
14	<i>trendový</i>
23	<i>walking</i>
4	<i>webový</i>
1	<i>zombík</i>
4	<i>zorb</i>
1	<i>zorbing</i>
1	<i>zorbovat</i>
191	

PŘÍLOHA 7

Slova nenalezená v žádném z výše uvedených slovníků

1	<i>anti-aging</i>
1	<i>anti-drip</i>
1	<i>antiromantik</i>
1	<i>antistresový</i>
1	<i>backcountry</i>
1	<i>backstage</i>
1	<i>bakeshop</i>
1	<i>banding</i>
1	<i>basketový</i>
1	<i>beauty</i>
1	<i>best trick</i>
1	<i>big</i>
1	<i>blading</i>
1	<i>blog</i>
1	<i>blogger</i>
1	<i>bloggerka</i>
1	<i>blokovat</i>
1	<i>BMP</i>
1	<i>BMX park</i>
1	<i>boardcross</i>
1	<i>bookerka</i>
1	<i>bowl</i>
1	<i>bowlingový</i>
1	<i>boyband</i>
1	<i>burger</i>
1	<i>cargo</i>
1	<i>cédo</i>
1	<i>celeb</i>
1	<i>celebs</i>
1	<i>cola</i>
1	<i>Cosmoboy</i>
1	<i>coversky</i>
1	<i>crosstrainer</i>
1	<i>D.I.Y.</i>

1	<i>designový</i>
1	<i>dip</i>
1	<i>dirty look</i>
1	<i>Dívídí</i>
1	<i>Dívídíčko</i>
1	<i>easyjet</i>
1	<i>elektropunkový</i>
1	<i>emař</i>
1	<i>emo</i>
1	<i>emo- teenager</i>
1	<i>emo-dekadence</i>
1	<i>emo-mánie</i>
1	<i>emotional hradcore</i>
1	<i>energizer</i>
1	<i>eskort</i>
1	<i>eyesshadow</i>
1	<i>flashka</i>
1	<i>fleece</i>
1	<i>fotoeditorka</i>
1	<i>fotomodeling</i>
1	<i>fotostory</i>
1	<i>fotostudio</i>
1	<i>Free Jump</i>
1	<i>freegirl</i>
1	<i>freeport</i>
1	<i>fresh</i>
1	<i>full and strong</i>
1	<i>funky</i>
1	<i>futureshape</i>
1	<i>garage</i>
1	<i>go</i>
1	<i>GPS</i>
1	<i>hardcore</i>
1	<i>heelflip</i>
1	<i>Hi-light</i>
1	<i>hitový</i>
1	<i>hollywoodský</i>
1	<i>home parties</i>
1	<i>house</i>

1	<i>hydrotreking</i>
1	<i>cheese</i>
1	<i>cheesecake</i>
1	<i>Icq</i>
1	<i>indie</i>
1	<i>indie-rockeři</i>
1	<i>in-liner</i>
1	<i>interkolový</i>
1	<i>iPod</i>
1	<i>ishop</i>
1	<i>jogalates</i>
1	<i>JPGE</i>
1	<i>káefko</i>
1	<i>KFC</i>
1	<i>klickflip</i>
1	<i>koktejly</i>
1	<i>komiksový</i>
1	<i>komp</i>
1	<i>konversky</i>
1	<i>LCD monitor</i>
1	<i>life styl</i>
1	<i>lightness</i>
1	<i>love hitparáda</i>
1	<i>modelína</i>
1	<i>moon bootsy</i>
1	<i>myspace</i>
1	<i>nastylizovat</i>
1	<i>nastylovat</i>
1	<i>nepankáč</i>
1	<i>neverending story</i>
1	<i>oldschool</i>
1	<i>oldschoolový</i>
1	<i>orestovaný</i>
1	<i>orestovat</i>
1	<i>out</i>
1	<i>outdooring</i>
1	<i>putletový</i>
1	<i>overpowered</i>
1	<i>parties</i>

1	<i>peel-of</i>
1	<i>photoshop</i>
1	<i>playlist</i>
1	<i>poprock</i>
1	<i>pop-rock</i>
1	<i>post-hardcorový</i>
1	<i>postpunk</i>
1	<i>power</i>
1	<i>Power Clean</i>
1	<i>punk-rockový</i>
1	<i>punky</i>
1	<i>relationship</i>
1	<i>R'n'b</i>
1	<i>rock'a'billy</i>
1	<i>rockersky</i>
1	<i>rockerský</i>
1	<i>rokáč</i>
1	<i>rozmixovat</i>
1	<i>screamo vokál</i>
1	<i>sekáčový</i>
1	<i>shop-párty</i>
1	<i>shoppování</i>
1	<i>shoppovat</i>
1	<i>shove-it</i>
1	<i>sisterpower</i>
1	<i>sk8</i>
1	<i>sk8 shop</i>
1	<i>sk8ový</i>
1	<i>skejtařka</i>
1	<i>skinset</i>
1	<i>smile</i>
1	<i>Smska</i>
1	<i>SMSka</i>
1	<i>SNB</i>
1	<i>snb-shop</i>
1	<i>snowgirl</i>
1	<i>snowjam</i>
1	<i>snowkiter</i>
1	<i>snowkiting</i>

1	<i>snowkitingový</i>
2	<i>snurfer</i>
2	<i>sparingpartnerka</i>
2	<i>spešl</i>
2	<i>spiderman</i>
2	<i>storka</i>
2	<i>strečový</i>
2	<i>streetpunk</i>
2	<i>stylingovat</i>
2	<i>stylově</i>
2	<i>stylový</i>
2	<i>superband</i>
2	<i>superčlánek</i>
2	<i>superholka</i>
2	<i>super-patka</i>
2	<i>supersavý</i>
2	<i>superšpion</i>
2	<i>supertip</i>
2	<i>surfařský</i>
2	<i>sweet</i>
2	<i>sweet look</i>
2	<i>šoubyznys</i>
3	<i>teenagerovsky</i>
3	<i>teenagerovský</i>
3	<i>teenagerský</i>
3	<i>termofixační</i>
3	<i>testnout</i>
3	<i>textnout</i>
3	<i>top styl designer</i>
3	<i>topík</i>
3	<i>topstar</i>
4	<i>trendař</i>
4	<i>trendařka</i>
4	<i>videocoaching</i>
4	<i>videoformát</i>
4	<i>videokabel</i>
4	<i>videomejdan</i>
4	<i>vintage</i>
4	<i>vystresovaně</i>

5	<i>vystresovaný</i>
5	<i>warning</i>
5	<i>weblog</i>
5	<i>webovky</i>
5	<i>weekend</i>
5	<i>WMA</i>
6	<i>Wow</i>
8	<i>X-ray</i>
9	<i>XXL</i>
9	<i>zafixovat</i>
1	<i>zip-in-zip-out</i>
1	<i>zmixovat</i>
317	

SEZNAM PROSTUDOVANÉ LITERATURY

- Čechová, M. a kol. *Stylistika současné češtiny*. Praha 1997.
- Čechová, M. a kol. *Současná česká stylistika*. Praha 2003.
- Čmejrková, S. *Reklama v češtině – čeština v reklamě*. Praha 2000.
- Čmejrková, S. – Daneš, F. – Kraus, J. – Svobodová, I. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha 1996.
- Daneš, F. K výslovnosti tzv. iniciálových zkratk. *Naše řeč*, roč. 72, 1989, s. 170 – 172.
- Daneš, F. a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha 1997.
- Dokulil, M. *Tvoření slov v češtině 1. Teorie odvozování slov*. Praha 1962.
- Filipec, J. Naše současná společnost, slovní zásoba a slovníky. *Naše řeč*, roč. 75, 1992, s. 1 - 11.
- Flídrová, D. Airbrush. *Naše řeč*, roč. 76, 1993, s. 105 -106.
- Hais, K. – Hodek, B. *Velký anglicko- český slovník*. Praha 1991.
- Hausner P. *Nauka o slovní zásobě*. Praha 1980.
- Hoffmannová, J. Pařani a gamesy. *Naše řeč*, roč. 81, 1998, s. 100 - 101.
- Holubová, V. Kustomizace. *Naše řeč*, roč. 83, 2000, s. 108 110.
- Jedlička, A. Dynamika současného spisovného jazyka a jeho stylová diferenciacie. In: *Československé přednášky pro VII. mezinárodní sjezd slavistů*. Praha 1973, s. 211-221.
- Kavková, Z. Bodybuilding nebo kulturistika? *Naše řeč*, roč. 80, 1997, s. 55 - 56.
- Knappová, M. Skloňují se jména jako Jessie? *Naše řeč*, roč. 71, 1988, s. 106 – 108.

- Knappová, M. Přechylování příjmení jako problém kodifikační a legislativní. *Naše řeč*, roč. 75, 1992, s. 12 – 21.
- Kocourek, V. *Cizí slova (nejen) pro děti*. Rychnov nad Kněžnou 2001.
- Lotko, E. Co odhaluje analýza neologismů v současné češtině? In: *Studia z filologii słowiańskiej ofiarowane profesor T.Z. Orłós*, Kraków 2000, s. 137 – 141.
- Lotko, E. *Lexikální negace v současné češtině*. Praha 1973.
- Lotko, E. *Nová víceslovná pojmenování a frazeologická spojení v češtině (na materiálu slovníku neologizmů)*. v tisku
- Lotko, E. O změnách ve slovní zásobě současné češtiny a jejich příčinách. In: *Słowiańszczyzna w kontekście przemian Europy końca XX. wieku. Język-tradycja-kultura*. Katowice 2001, s. 244 – 252.
- Lotko, E. O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách. In: *Studia Slavica*, Ostrava 2002, s. 7 – 15.
- Lotko, E. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. Olomouc 2003.
- Martincová, O. Předponová slovesa s cizími základy. In: *Nová slovní zásoba ve výkladových slovnících. Sborník příspěvků z konference*. Praha 2000, s. 105 – 113.
- Martincová, O. Vývojové procesy v současné české slovní zásobě. In: *Dynamika současné češtiny z hlediska lingvistické teorie a školské praxe*. Praha 1987, s. 105 – 112.
- Martincová, O. Neologismy v současné spisovné češtině. In: *Letní škola slovanských jazyků*. Praha 1995. s. 81 -85.

- Martincová, O. Dialektika motivačních vztahů a dynamika slovní zásoby. In: *Linguistica XVII/2, Funkční lingvistika a dialektika*. Praha 1988, s. 416 – 420.
- Martincová, O. Na okraj konkurence slovotvorných prostředků. *Slovo a slovesnost*, roč. 58, 1997, s. 161 – 164.
- Martincová, O. Nová víceslovná pojmenování. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 212 – 231.
- Martincová, O. – Savický, N. Hybridní slova a některé otázky obecné neologie. *Slovo a slovesnost*, roč.48, 1987, s. 124 – 138.
- Mejstřík, V. K zpracování nových kompozit ve výkladovém slovníku. In: *Nová slovní zásoba ve výkladových slovnících. Sborník příspěvků z konference*. Praha 2000, s. 28 – 34.
- Mleziva, E. Vliv společenských změn na vznik nových významů a výrazů v českém jazyce. *Slovo a slovesnost*, roč.57, 1996, s. 283 – 296.
- Mravinacová, J. K některým jevům morfologické adaptace anglicizmů. In: *Nová slovní zásoba ve výkladových slovnících. Sborník příspěvků z konference*. Praha 2000, s. 98 – 104.
- Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Praha 2005.
- Rejzek, J. K formální adaptaci anglicizmů. *Naše řeč*, roč. 76, 1993, s. 23 – 30.
- Savický, N. Pohyb ve slovní zásobě a neologii. In: *Konfrontační studium inovačních procesů ve slovanských jazycích*. Praha 1999, s. 3 -7.
- Sochová, Z. – Poštolková, B. *Co v slovnících nenajdete. Novinky v současné slovní zásobě*. Praha 1994.

- Svobodová, D. Anglické výrazy v českém publicistickém stylu. *Naše řeč*, roč. 79, 1996, s. 99 – 102.
- Svobodová, D. Anglicismy přejímané do češtiny v původní plurálové formě. *Naše řeč*, roč. 83, 2000, s. 55.
- Svobodová, D. Derivované anglicismy v české slovní zásobě. In: *Linguistica*, roč. 3, 1999, s. 203 – 209.
- Svobodová, D. Současné tendence ve vývoji české slovní zásoby. In: *Čeština - jazyk slovanský*. Ostrava 2001, s. 108 - 113.
- Tejnor, A. Přejatá slova a veřejné mínění. *Naše řeč*, roč. 55, 1972, s. 185 – 202.
- Tejnor, A. Anglicismy v češtině. In: *Aktuální otázky jazykové kultury v socialistické společnosti*. Praha 1979, s. 207 – 212.
- Uhlířová, L. E - mail. *Naše řeč*, roč. 77, 1994, s. 109 – 110.
- Voborská, M. Kamerawoman, nebo kameramanka? *Naše řeč*, roč. 80, 1997, s. 106.

SEZNAM CITOVANÉ LITERATURY

- Bozděchová, I. Vliv angličtiny na češtinu. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha. 1997a, s. 271 – 279.
- Bozděchová, I. *Tvoření slov skládáním*. Praha. 1994.
- Bozděchová, I. Diskosloženiny. *Naše řeč*, roč. 76, 1993, s. 103 – 104.
- Daneš F. – Dokulil, M – Kuchař, J. *Tvoření slov v češtině 2. Odvozování podstatných jmen*. Praha 1967.
- Dušková, L. a kol. *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*. Praha 1994.
- Filipec, J. – Čermák, F. *Česká lexikologie*. Praha 1985.
- Hausner, P. *Nauka o slovní zásobě*. Praha 1980.
- Janovec, L. – Rangelová, A. Suffixoidy a suffixoidní lexémy u substantivních kompozit. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 85 – 98.
- Kochová, P. Nové iniciálové zkratky. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 242 – 248.
- Kochová, P. Prefixace u nových substantiv. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 76 – 84.
- Kučera K. K nejnovějším vlivům angličtiny na český jazyk. In: *Přednášky z XXXIV. a XXXV. běhu LŠSS*. Praha 1995, s. 77 – 82.
- Lotko, E. Co odhaluje analýza neologismů v současné češtině? In: *Studia z filologii słowiańskiej ofiarowane profesor T.Z. Orłós*, Kraków 2000, s. 137 – 141.
- Martincová, O. a kol. *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 1*. Praha 1998.
- Martincová, O. a kol. *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 2*. Praha 2004.

- Martincová, O. Nová slovesná pojmenování. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 119-134.
- Mejstřík, V. Tzv. hybridní složeniny a jejich stylová platnost. *Naše řeč*, roč. 48, 1965, s. 1 -15.
- Mluvnice češtiny 1*. Praha 1986.
- Mluvnice češtiny 2*. Praha 1986.
- Mravinacová, J. Přejímání cizích lexémů. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 187 – 211.
- Němec, I. *Vývojové postupy české slovní zásoby*. Praha 1968
- Opavská, Z. Nová pojmenování osob. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 19 – 40.
- Opavská, Z. Nová pojmenování ženských osob. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 40-54.
- Opavská, Z. Komponenty e-, i-, m- v nové slovní zásobě. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 232 – 241.
- Svobodová, D. Anglická a hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace. *Naše řeč*, roč. 82, 1999, s. 122 – 126.
- Svobodová, D. *Internacionalizace současné české slovní zásoby*. Ostrava 2007.
- Světlá, J. *Nová adjektivní pojmenování*. In: *Neologizmy v dnešní češtině. Soubor studií*. Praha 2005, s. 99 – 119.
- Ziková, M. Substantivní neologismy a jejich parasystémový charakter. *Naše řeč*, roč. 84, 2001, s. 81 – 89.