

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV ROMANISTIKY**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Strategie v používání lexikálních jednotek v mezinárodních časopisech o módě (srovnání verze španělské, české a anglické)

Vedoucí práce: Mgr. Miroslava Aurová, Ph. D.

Autor práce: Bc. Klára Olivová

Studijní obor: SJn

Ročník: 2.

2014

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

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

České Budějovice 12. 4. 2014

.....

Ráda bych poděkovala vedoucí mé diplomové práce Mgr. Miroslavě Aurové, Ph. D., za téma diplomové práce, za podněty, všestrannou podporu při řešení této práce a za skvělé rady. Dále bych chtěla poděkovat přáteli a rodině, za jejich podporu a trpělivost.

ANOTACE

Bc. Klára Olivová

Strategie v používání lexikálních jednotek v mezinárodních časopisech o módě (srovnání verze španělské, české a anglické)

Předložená diplomová práce se věnuje strategii v používání lexikálních jednotek v mezinárodních módních časopisech (*Elle*, *Grazia*, *Company magazine*). Srovnává verze těchto magazínů, a to verze anglické, španělské a české. Zabývá se především užitím pojmenování názvů módního oblečení současné doby. Zkoumá též anglicismy, výpůjčky a kalky. Stranou zájmu nezůstanou ani podrobné informace o módních magazínech a persvazivní funkce jazyka spojená s reklamou.

Vedoucí práce: Mgr. Miroslava Aurová, Ph. D.

ANNOTATION

Bc. Klára Olivová

The thesis is about strategy of using the lexical item in international journals (*Elle*, *Grazia*, *Company magazine*). It contains the comparism of the English, Spanish and Czech versions of the above mentioned fashion magazines. The thesis deals with the contemporary usage of naming the parts of clothes. It also deals with anglicisms, loanwords and loan translations. At the end I will also mention some information about the magazines and the persuasive function of the language, which is closely connected to advertising.

Supervisor: Mgr. Miroslava Aurová, Ph. D.

OBSAH:

1. Úvod.....	8
2. Jazyk módy	10
2.1 Historie módy	10
2.2 Módní časopisy.....	13
2.3 Módní terminologie	14
2.4 ELLE magazín.....	17
2.5 Grazia magazín.....	19
2.6 Company magazín	19
3. Výpůjčky, kalky, neologismy a jiné.....	20
3.1 Výpůjčky	20
3.1.1 Klasifikace dle Bloomfielda.....	21
3.1.2 Klasifikace formalistická.....	24
3.1.3 Lingvistická klasifikace výpůjček.....	25
3.2 Od výpůjček ke kalkům	26
3.3 Neologismy	28
3.3.1 Typy neologismů.....	28
3.3.2 Neologismus vs. neologie	31
3.3.3 Derivace - prefixace	33
3.3.4 Suffixace.....	33
3.3.5 Infixace a interfixace.....	35
3.3.6 Kompozice	35
3.3.7 Zkratky a akronymy	38
3.4 Anglicismy	39
3.4.1 Klasifikace anglicismů	41
3.4.1.1 Lexikální anglicismy.....	41
3.4.1.2 Syntaktické anglicismy	44
3.5 Pragmatika	45

3.6.1 Persvaze	46
4. Vlastní analýza.....	53
4.1 Specifikace módních magazínů.....	53
4.2 Vstupní analýza sebraného vzorku módní terminologie	54
4.2.1. Anglický jazyk a jeho role	55
4.2.2 Španělský jazyk a jeho role.....	57
4.2.3 Český jazyk a jeho role	59
4.2.4 Analýza patnácti kategorií.....	60
4.2.4.1 První sekce – módní doplňky	60
4.2.4.2 Druhá sekce – typy brýlí	61
4.2.4.3 Třetí sekce – pokrývky hlavy	62
4.2.4.4 Čtvrtá sekce – kabelky	62
4.2.4.5 Pátá sekce – trička	64
4.2.4.6 Šestá sekce - vesty, svetry a mikiny	66
4.2.4.7 Sedmá sekce – bundy	67
4.2.4.8 Osmá sekce – kalhoty.....	67
4.2.4.9 Devátá sekce – overaly.....	68
4.2.4.10 Desátá sekce – obleky	69
4.2.4.11 Jedenáctá sekce – kraťasy	69
4.2.4.12 Dvanáctá sekce – plavky	70
4.2.4.13 Třináctá sekce – šaty	70
4.2.4.14 Čtrnáctá sekce – sukně.....	71
4.2.4.15 Patnáctá sekce – obuv	72
4.3 Terminologická a grafická analýza	75
4.3.1 Derivace – prefixace a sufixace	76
4.3.2 Kompozice	77
4.3.3 Zkratková slova.....	81
4.3.4 Persvaze v názvosloví	81
5. Závěr	83

1. Úvod

Ve své bakalářské práci jsem se zabývala *Španělským módním průmyslem a jeho místem ve světě*, kde jsem v úvodu nahlédla do historie Španělské módy a módy obecně. V této diplomové práci bych se chtěla z části inspirovat tím, co jsem již započala v mé bakalářské práci, tj. především španělskou módou. Představím jazyk módy, se kterým je spjatá částečně historie, dalším zásadním a důležitým prvkem jsou módní časopisy, které jsou zdrojem módní terminologie. Právě samotná módní terminologie, především pojmenování módního oblečení, bude předmětem této diplomové práce. Pokusím se na vybraném vzorku slov analyzovat výpůjčky, kalky a neologismy, poukázat na shodná a rozdílná fakta. Dále představím proces a tendence tvorby módní terminologie a též poukáži na hlavní zdroj módní terminologie; tj. který jazyk vytváří nejvíce termínů a proč tomu tak je. Stranou zájmu nezůstane ani persvazivní funkce jazyka. V praktické části se pokusím podrobněji analyzovat nalezený vzorek terminologie.

Samotná praktická část této diplomové práce bude vycházet ze sběru módní terminologie právě z mezinárodního časopisu *ELLE* (UK, Španělsko a české *ELLE*) a dále doplním sběr terminologie i o termíny pocházející z několika vydání britského *Company magazine* a španělské a anglické verze časopisu *GRAZIA*. Každý časopis má i své specifické zaměření, avšak společným znakem, je jejich prestiž a světová uznávanost. *ELLE* se ve svých článcích a trendech zaměřuje na velmi drahé módní značky, na druhé straně *Company* a *Grazia* poukazují na *high street fashion*, na kopie drahých modelů, které se dají koupit v obchodech typu sítě Inditex, *Topshopu*, *Mangu* a jiných celosvětově známých obchodech. Díky nadnárodnosti těchto časopisů je zde i patrný jistý spojovací prvek, a to aktuální trend. Tyto módní časopisy zachycují směsici módních záležitostí a hlavně novinek, které v každém jazyce potřebují své pojmenování. Jelikož se jedná o mezinárodní časopisy, dá se i očekávat, že jistý článek se v jiné či podobné podobě vyskytne u téhož časopisu avšak v jiném jazyce. Zůstává však terminologie všude stejná? Přizpůsobí si každý jazyk svou vlastní variantu? Poupraví se „originální termín“ například koncovkou, aby zněl více španělsky? Na to vše se podívám a budu se především v této diplomové práci zabývat strategií používání slovní zásoby v módních mezinárodních časopisech, a to s ohledem na pojmenování

módního oblečení. Stranou nezůstane ani sémantického pole, množství a charakteristiky výskytu výpůjček, neologismů a kalků, a pokusím se také objasnit proč tomu tak je. Dopodrobna též budu analyzovat sebraný vzorek, který si rozdělím na několik sekcí, které budou vykazovat stejné prvky. V každé sekci poukáži na tendence překlada, a to mezi třemi jazyky.

2. Jazyk módy

2.1 Historie módy

Důležitým zlomem v odívání byl nástup módy *Prêt-à-porter* (neboli „připraveno na nošení“), která jednoznačně ve velké míře vykořistila do té doby bezkonkurenční vysokou módu (francouzsky *Haute Couture*). Rozdíl mezi *Haute Couture* a *Prêt-à-porter* je naprosto zásadní. *Haute couture* vytvářejí prestižní módní návrháři a každý jejich výtvar je jistým ikonickým kusem a originálem. Móda *Prêt-à-porter* z části potlačuje *Haute Couture* ve 40. letech 20. století a vytváří tak konfekční oblečení ve standardizovaných velikostech. Nástup *Prêt-à-porter* znamenal v Evropě sice jistou demokratizaci a finanční zpřístupnění módy, ale také úpadek vysokého krejčovství (španělsky *Alta Costura*), a to nejenom ve Španělsku, nýbrž v celé Evropě.¹

Od osmdesátých let je Španělsko také jednou ze zemí, která může používat štítky „Made in Spain“ díky vydatnému ekonomickému vzestupu a vzniku mnoha španělských firem od *Inditexu*, přes *Mango*, *Desigual* atd. Vedle nich se objevují samostatná jména módních návrhářů a módní domy s několikaletou tradicí, které se opět dostávají do popředí. Situace se tedy vyvažuje v poměru konfekce vs. originál.²

Představení módy *Haute Couture* a *Prêt-à-porter* je důležité především v kontextu této práce. Díky znalostem těchto dvou termínů můžeme nastínit historický vývoj a dále rozvést koncept těchto dvou módních „konceptů“ až do dnešní doby, a tak díky krátkému prohloubení znalostí módního světa se můžeme dostat právě k „lingvistické módě“. Dnešní doba je kombinací obou výše zmíněných „konceptů“. Nelze říci, že by převládalo jedno nebo druhé, není zde ani vyvážený poměr, je zde něco, co můžeme považovat za určitou směsici konceptů. Na jedné straně existují stovky prestižních módních návrhářů a značek, mezi nimiž probíhá neustálá spolupráce. Prestižní návrháři po několika letech mění módní domy, přecházejí například z *Chanelu* k *Dioru* a jiným tradičním *Haute Couture* značkám. Každý návrhář drží tradici daného módního domu či

¹ Carlos HORCAJO, *España de moda*, Segovia, 2003, s. 25; Klára OLIVOVÁ, *Španělský módní průmysl a jeho postavení ve světě* (BP), ČB, 2012, s. 14.

² Carlos HORCAJO, *Opus.cit.*, s. 27, 28.; Paul Julian SMITH, *Contemporary Spanish Culture*, Cornwall 2003, s. 40-43; Klára OLIVOVÁ, *Opus.cit.*, s. 15.

značky, ale v každé kolekci ji určitým směrem obohatí o svou vlastní tvorbu, kreativitu a originalitu.³

Na druhé straně jsou zde tisíce, možná miliony značek obchodů, vytvářející řetězce či přímo sítě. Význačují se především velkým počtem měnicích se konfekčních kolekcí za sezonu, tedy cenově dostupné módy *Prêt-à-porter*. Svět se ale neustále vyvíjí a s ním i ten módní. Není zde tedy jenom koncept A a koncept B (*Haute Couture* a *Prêt-à-porter*) je zde i C. Koncept C znamená směsici *fashion* značek (uvedu-li na příkladu prestižního celosvětového fenoménu, a to švédskou značku *H&M*)⁴ a módních návrhářů vysokého krejčovství, například Alber Elbaz (kreativní ředitel módního domu *LANVIN*)⁵, módní návrhářka Consuela Castiglioni pro značku *MARNI*⁶ či světoznámá návrhářka Isabela Marant, zastupující svoji vlastní značku *Isabela Marant*.⁷ Koncept typu C znamená spolupraci například výše zmíněných *Haute Couture* návrhářů se značkou *H&M*. V současné době se tyto spolupráce konají jednou za rok, kdy prestižní módní domy či návrháři vytvoří limitovanou edici pro *H&M*, která je sice několikanásobně dražší než oblečení, které značka *H&M* běžně nabízí. Stále je však toto limitované zboží pod značkou *H&M* dostupnější než u samotného návrháře. Tímto způsobem se spřístupňuje *Haute Couture* a pozvedne se *Prêt-à-porter* na vyšší úroveň. Tato spolupráce jde ruku v ruce jednoznačně s úspěchem pro obě strany.⁸

³ Laura PAÉZ CASTAÑEDA, 2010, *Laboratorio de conceptos: El lenguaje de la moda* [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <http://www.arturotejada.com.co/wp/wp-content/uploads/Laura_Paez_-_El_lenguaje_de_la_moda_pantalla.pdf>, s. 30.

⁴ Klára OLIVOVÁ, *Opus.cit.*, s. 37, 38.

⁵ Jessica BUMPUS, *Lanvin for H&M* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.vogue.co.uk/news/favourites-of-vogue/2010/11/lanvin-for-h-and-m>>

⁶ Lauren MILIGAN, *Marni Bidders* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.vogue.co.uk/news/2011/11/29/marni-for-hm-collection---pictures--news>>

⁷ Ella ALEXANDER, *Isabel Marant for H&M: See all the pictures* [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.vogue.co.uk/news/2013/09/25/isabel-marant-h-and-m---full-collection-photos-2013>>; *Isabel Marant přináší do H&M svůj francouzský cit pro módu* [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.protisedi.cz/video/isabel-marant-prinasi-do-hm-svuj-francouzsky-cit-pro-modu>>

⁸ Eliška TOUŠOVÁ, *Módní kolaborace jsou na vzestupu* [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.mdls.cz/clanek/4437-modni-kolaborace-jsou-na-vzestupu>>; Delicate PUNX, *Isabel Marant pour H&M* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.bngr.cz/isabel-marant-pour-hm>>; *H&M collaborations* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.vogue.co.uk/topic/hm-collaborations>>; *History* [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://about.hm.com/en/About/facts-about-hm/people-and-history/history.html>>

Pokud známe koncept A, B i C a můžeme pokročit ke složitější a hlubší analýze módy a jejího jazyka. Vedle těchto třech módních konceptů je i koncept D, představující kopírování vysoké módy do „obyčejných“ obchodů s konfekčními velikostmi, kdy se daná značka snaží co nejdokonaleji okopírovat jistý *fashion trendy model* a nalákat tak mnoho zákazníků ke koupi „téhož modelu“, ale s několikanásobně nižší cenou. Koncept typu D tedy tvoří kopie s přídavkem nějakého „svého“ prvku, či prvku typického pro danou značku. Nutno však podotknout, že se jedná především o nekvalitní materiály, které jsou cenově dostupné, či různé potisky, změny střihů, které ale nejsou ručně šité, a tak cena může být velmi nízká, ale konfekčně vyrobený prototyp v několika tisícových nákladech pak nikdy nemůže odpovídat ručně šitému výrobku a následně jeho opravdové kvalitě.

Haute Couture, Prêt-à-porter, spolupráce značek a kopie nás posunou do další fáze módního světa, a to do sekce propagace a reklamy zhotovených modelů / kolekcí. Například vůbec první španělské módní přehlídky se konaly po roce 1940 s otevřením prvního módního *Salónu španělské módy v Barceloně*, kdy novinářům bylo dovoleno psát si malé poznámky o nadcházejících kolekcích, jak se již zmiňuji v mé bakalářské práci; důležitým dodatkem je, že pokud by si novinář dělal jisté náčrty, byl by hned vyloučen ze *Salónu*.⁹

Dnešní doba je naprostým opakem zmíněné citace, kdy je samozřejmostí, že všichni novináři, fotografové i známé osobnosti mají dovoleno (či přímo musejí) pořizovat snímky, videa, dělat si poznámky, náčrty, a co v nejkratší době sdílet vše na internetu. A tak se koneční uživatelé přímo stávají účastníky prestižních módních přehlídek, díky sdílejícímu VIP publiku, které používá rozvíjející techniku chytrých telefonů a tabletů, ve kterých mají nezbytné aplikace doby, jako jsou *Facebook*, *Instagram* či jiné. Dnešní doba módní tvorby si díky těmto všem aplikacím přímo žádá o kopírování modelů.

Význačnou roli v propagaci hrají jak pozvané osobnosti na módní přehlídky, které sdílejí své dojmy (dá se říci přímo) okamžitě na internetu, tak i módní redaktori nejrozličnějších magazínů, kteří ale informují své čtenáře v podstatě až s měsíčním zpožděním, či internetoví redaktori módních článků a blogů, kteří ale mají výhodu

⁹ Carlos HORCAJO, *Opus.cit.*, s. 23; Klára OLIVOVÁ, *Opus.cit.*, s. 13, 14.

oproti tištěné formě v tom, že mohou zobrazit mnohem větší množství fotografií a textů než dovolují módní časopisy.

2.2 Módní časopisy

Módní časopis je psané médium zachycující nejnovější trendy a tendence v módě. Tyto časopisy se dají dělit do několika skupin, jak na módní časopisy pro mladé náctileté dívky, které svůj obsah zaměřují na klasickou cenově velmi nízkou konfekci, tak i na specializované *Haute Couture* magazíny pro vyšší sociální třídu žen. Avšak nejvíce módních časopisů se zaměřuje na průměrnou střední třídu společnosti, které prezentují kombinaci *Prêt-à-porter* a *Haute Couture*. Dle zacílení na jistý druh čtenářů módy mají časopisy i svůj specifický obsah. Nejdražší módní trendy a především luxusní *Haute Couture* zachycuje mezinárodní časopis *Vogue*. Hlavou amerického vydání je nejznámější módní šéfredaktorka světa Anna Wintour.¹⁰ Pod prestižním časopisem *Vogue* se nachází celosvětově velmi oblíbený časopis *ELLE*, který představuje jak *Haute Couture*, tak i levnější varianty oblékání. Tyto dva časopisy jsou jedny z nejprestižnějších a celosvětově uznávaných módních magazínů. Dále pak existuje mnoho dalších mezinárodních či národních módních časopisů jako je *Cosmopolitan*, *Harper's Bazar*, *Grazia*, (tyto tři jsou mezinárodní magazíny) a *Porter, Company magazine* atd. Především mezinárodní časopis *Grazia* a britský časopis *Company magazine* představují cenově velmi dostupnou módu, a proto jsou také jedny z nejprodávanějších.

¹⁰Anna Wintour [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.vogue.com/voguepedia/Anna_Wintour>

2.3 Módní terminologie

Módní terminologie je složitá soustava pojmenování nejrůznějších typů oblečení a doplňků. Byla tu odjakživa, s prvními římskými „gladiátorkami“ přes pojem minisukně, která se neobjevila dříve než v šedesátých letech v Londýně na *Carnaby Street* (nejmódnější ulice s butiky propagující nejnovější módní trendy dané doby).¹¹ Módní ikonou, která v roce 1955 vytvořila minisukni (nebo spíš zkrátila tehdejší délku sukně a považuje se díky tomu za zakladatelku tohoto trendu) je britská návrhářka Mary Quantová, narozená v roce 1934. V roce 1955 si otevřela butik BAZAAR, v ulici King's Road, kde odstartovala minisukňový „boom“. (Minisukně prý vznikla kvůli tomu, aby dívky mohly dobíhat autobusy / resp. doubledeckery.) Vráťim-li se k pojmu „gladiátorky“, tento termín pochází již ze samotné antiky. *Slovník antické kultury* v originále nazývá dnes známé „gladiátorky“ jako sandály, přikládá i několik obrázků s typy těchto sandálů. „Gladiátorky“ jsou snad jediným módním kusem oděvu, který se nosí již od antiky, možná zde přetrvaly kvůli své pohodlnosti, flexibilitě při chůzi (nemají podpatek) a nadčasovosti designu. Nosili je zápasníci v aréně s pískem, (jelikož jim umožňovali snazší pohyb po písku), a odtud je známé pojmenování „gladiátorské sandály“. Dříve byly vyráběny pouze z kůže, avšak módní Římané vytvářeli hned několik barev, například válečníci nosili tyto sandály v barvě červené.¹² Dle webové stránky *Wordpress* „gladiátorské sandály“ představují sílu a moc tehdejších dob, která však ani v dnešní době nikdy nevyjde z módy.¹³

Vráťim-li se zpátky k módní terminologii, je třeba uvést, že právě módní návrháři zhmotňují své představy a nápady, a tak vytváří jedinečné modely. Pro budoucí reklamu a světoznámost jistého modelu je však zapotřebí velmi výstižný název. Každé autorovo dílo spadá do jistého stylu, ať už do klasického, retro, ethno, extravagantního či jiného. Někdo se inspiruje historií, a tak vytvoří novodobé romantické šaty s volánky (např.

¹¹ Klára OLIVOVÁ, *Opus.cit.*, s.14,15.; *Biography of Mary Quant* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.maryquant.co.uk/aboutmary/biography/index.html>>; *Mary Quant* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.vam.ac.uk/page/m/mary-quant/>>

¹² Designerclothing, *Gladiator sandals, Roman fashion survives?* [online].[citováno 20.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://designerclothing.hubpages.com/hub/Gladiator-Sandals-Roman-Fashion-Survives>>

¹³ Václav BAHNÍK, *Slovník antické kultury*, Praha, 1974, s. 421, 425, 427; *Gladiator sandals* [online].[citováno 20.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://gladiatorsandal.wordpress.com/2011/11/09/gladiator-sandals/>>

John Galiano), jiný návrhář / návrhářka se inspirovala hudbou – například světoznámá návrhářka Vivienne Westwood, která po celý svůj život tvoří extravagantní modely inspirované rockem, punkem a britskou monarchií. Někdo potlačí ženskost a do ženského šatníku zahrne maskulinní sako, výrazné boty, které ale nemají podpatky, z ženy udělá muže, ale přesto je to stále žena; návrhář, který představuje výše popsání, a neváhá obléknout modelky do luxusních korzetů, avšak bez sukňe, nýbrž s kalhotami od kostýmu, je Jean Paul Gautier. Další skupina návrhářů se zabývá futurismem, tvoří moderní modely z nových materiálů, kombinují nové technologie. Nebo jsou tu jiní, kteří vyznávají styl ethno (např. *Kenzo*) či tvoří modely, které jsou jen stěží popsitelné (*Agatha Ruiz de la Prada*). Každý módní návrhář chce být slavný, každý návrhář si přeje, aby se o jeho modelech mediálně hovořilo a psalo se o nich ve všech módních časopisech, o to více si též přeje, aby se jeho modely dostaly „na ulici“ k lidem, kupovaly se, nosily se, byly něčí každodenní součástí. Když ale návrhář vytvoří velmi specifický abstraktní model, který je těžko popsitelný, má šanci být propagován?¹⁴

Je tedy logické a přirozené, že veškerá módní pozornost a jazyk módy se řídí pravidlem co nejstručněji a nejvýstižněji popsat model tak, aby ho čtenáři a uživatelé na první pohled rozpoznali, či si ho připomněli. Módní jazyk nepoužívá dlouhé slovní názvy či věty. Naopak, módní jazyk používá slovní spojení, nejčastěji jen přídavné jméno (či více přídavných jmen) v kombinaci s podstatným jménem. Uvedu-li příklad na tričku, které je široké, stylem připomínající osmdesátá léta, září neonovými barvami, je podivně ustřižené pod prsy, nemá rukávy, avšak má kytičkový potisk a přes něj dvě číslice. Pokud bychom použily „běžný“ jazyk, klasicky bychom asi popsali tričko přesně tak, jak je uvedeno v příkladu. Módní jazyk však nepopisuje veškeré detaily, které se na výše zmíněném tričku nachází, módní jazyk musí být stručný a výstižný, jinak by nikdo módní magazíny nečetl. Čtenáři by si raději prohlíželi modely na fotografiích v magazínech, než četli obsáhlé popisky, které vlastně nepotřebují, ale přitom jsou pro používání módní terminologie nezbytné. Tyto popisky slouží k přenosu specifické informace z módního světa. Jazykovým řešením jsou tedy neologismy, výpůjčky a kalky, které mluvčímu pomáhají k co nejstručnějšímu vyjádření a charakteristice daného modelu. Příklad by jasně odpovídal čistě a stroze výstižnému

¹⁴ Laura PAÉZ CASTAÑEDA, *Opus. cit.*

termínu *cropped top*, v popisnějším detailu by zde možná bylo uvedeno *flower print cropped top / neon cropped top*.

Módní jazyk podléhá neustálým změnám, dle měnících se sezón a trendů. To co je v dané sezóně módní jako *cropped top*, může být příští rok úplně zapomenuto. Terminologie se neustále vyvíjí, prolíná, vychází se základních módních pojmenování, která se specificky definují.

Největší vliv na módní terminologii pochází právě z Velké Británie. Především Londýn už několik let (ne-li desítek let) udává módní trendy a s nimi i módní terminologii. Například severské země, Německo, Francie, Španělsko a Itálie přijímají tuto módu především díky britským módním řetězcům, které mají zastoupení právě i v těchto zemích a jiných částech Evropy (a světa). Módní kolekce jsou pak prezentovány ve stejném čase jak v Británii, tak i v Berlíně, v Praze, v Madridu atd. Internacionalismus je tak rychlý, že jeden den se uvede nová „revoluční“ kolekce v *Topshopu* v Londýně na *Oxford street* (například prezentující *dungarees*, nebo-li laclové kalhoty, jako největší trend dané sezóny). Poté se ve velmi krátkém čase objeví tyto *dungarees* v pražském *Topshopu*, a s volným obchodním trhem, se móda dostává i do ulic Berlína a jiných evropských měst. Aktuální trend Londýna má tedy vliv na odívání v Berlíně. Samotný Berlín se prezentuje veletrhem *Bread & Butter*, který je celosvětově proslulý, vysoce úspěšný a je jedním z nejnavštěvovanějších. Koná se dvakrát do roka, v lednu a v červenci. Pravidelnými účastníky jsou módní redaktoři, blogeri, majitelé butiků, obchodních řetězců, a to nejenom z Evropy. Na tomto veletrhu nenaleznete módu *Haute Couture* v pravém slova smyslu, nýbrž firmy, které ručně vytvářejí své výrobky (džíny, boty, šperky), či nejnovější sítě zabývající se *fashion* kabelkami atd. Pointou veletrhu je, že většina prezentujících firem pochází z Velké Británie (jelikož udává módní trendy). Další prezentující značky jsou španělské, například *Desigual*, severské, italské atd. Berlín jednoznačně žije britským stylem oblékání, a to díky expanzi britských značek do berlínských butiků. Tento trend je podporován britskými turisty v samotném hlavním městě Německa.

Móda dnešní doby je velmi svobodná (dovoluje kombinaci všech stylů), spojuje národy (ať už svými módními veletrhy či turisty), avšak nejdůležitějším slovem charakterizující módu dnešní doby, je jednoznačně rychlost (technologí – aplikace, internacionalismus atd.). K propagaci módních „výstřelků“ pak slouží právě módní

časopisy, webové stránky a blogy, které informují čtenáře o nejnovějších módních událostech, kolekcích, vytvářejí reportáže z módních veletrhů a FASHION WEEKŮ (New Yorský, Londýnský, Milánský, Pařížský atd.), přinášející čtenářům exkluzivní rozhovory s módními tvůrci, ikonami, modelkami a všemi, co v módě něco znamenají. Právě k výše zmíněnému je potřeba jazyka, specifického jazyka, a to jazyka módy a módní terminologie s ním spjaté. Jen pravidelní čtenáři módy či její milovníci se mohou snadno orientovat v záplavě nové terminologie, kterou přináší každá nadcházející módní událost či kolekce. Jen díky dlouholeté studii módního jazyka se vybraní lidé mohou pohybovat v jiném jazykovém sektoru, psát o něm (ať už profesionálně či třeba na blog, Facebook atd.), nebo o něm hovořit (v televizních pořadech, seriálech či běžných konverzacích.)

2.4 *ELLE* magazín

Internetový módní portál *Worn* zveřejnil zajímavý článek o historii magazínu *ELLE*.¹⁵ Elle z francouzštiny znamená „ONA“, tento časopis je původem z Francie, vznikl v roce 1945 jako týdeník. Jeho zakladateli jsou Pierre Lazareff a Heléne Gordon (Lazareffová). V šedesátých letech měl více jak 800 tisíc čtenárek měsíčně. V osmdesátých letech byl odkoupen společností *Hachette magazines*, která *ELLE* zachránila od jistého úpadku. V roce 1985 vznikla první titulka britské *ELLE* (v současné době má britská verze okolo 813 000 čtenárek měsíčně).¹⁶ V devadesátých letech se začala vydávat ve Spojených státech amerických a dále pak ve 25 zemích světa. V celém světě pak *ELLE* vychází jednou za měsíc. V současné době je více jak 43 mezinárodních vydání v 60 zemích. Průměrné čtenářky dosahují věku 18-49 let. V České republice letos *ELLE* slaví dvacáté narozeniny. Dá se řadit mezi *lifestylový* magazín zabývající se módou, krásou a zdravím. *ELLE* však není jenom módní časopis, má i své přízněné „sestry“ *ELLE Decore* (zabývající se bytovým designem), která také vychází v České republice a *ELLE girl* a *ELLE Cuisine*, které zde bohužel nejsou

¹⁵ *Elle, módní pojem* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.worn.cz/encyklopedie/modni-pojem/Elle/>>

¹⁶ *Brands template* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.hearst.co.uk/magazines/Elle/5-magazine.htm>>

dostupné. Veškeré informace jsou však k nalezení na webu www.elle.cz či jiných zahraničních variantách.¹⁷

Historie vůbec prvního módního magazínu je opravdu zajímavá a stojí za krátkou zmínku. Jak již bylo výše zmíněno, první dámou *ELLE* byla Francouzka Héléne Lazareffová, která byla velmi nadaná. Svým původem byla z Ruska, odešla do Paříže, kde se učila francouzsky, anglicky, chodila tančit a vyznávala extravaganci. Při studiu na Sorbonně se seznámila se šéfredaktorem *Paris-Soir* Pierrem Lazareffem. Vzhledem k židovskému původu museli v roce 1939 odejít do USA, kde Héléne začala pracovat jako módní redaktorka. Po návratu do Paříže vydala první vydání *ELLE* 21. listopadu roku 1945. Tato doba nebyla příznivá pro vydání prvního barevného časopisu o módě, jelikož Francie byla zpustošená válkou. Héléne však měla jasnou představu o tom, že peníze zachraňují životy, a že i v těžkých dobách je potřeba krásy. Díky svému snu realizovala první vydání (a hlavně díky svému manželovi), ve kterém byly typy jak přešít staré oblečení, aby vypadalo módně. Paní Lazareffová též objevovala talenty, například nafotila jako první ještě tmavovlasou Brigitte Bardot. Její pracovní doba neměla pevně stanovený čas, pracovala v podstatě stále (pozn. v jejích stopách jde i šéfredaktorka amerického *Vogue* Anna Wintour), kvalitní práci vyžadovala nejenom od sebe, ale také od svých zaměstnanců. Ať se nacházíme v jakékoli období, Héléno heslo přetrvává do dnes: „Protože touhu, krásu a sny potřebujeme v každé době“, a proto možná i *ELLE* si drží jistý půvab a prestiž i dnes, jelikož se stane chvilkou oddechu každé čtenářky.¹⁸

¹⁷ *Elle* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <www.elle.cz>

¹⁸ Při vytváření této diplomové práce vyšlo březnové číslo (2014) magazínu *ELLE*, které vydalo velmi zajímavý článek o První dámě *ELLE*, Héléne Lazareffové. Jeho autorkou je redaktorka Barbora Šťastná. Úplné znění článku je dostupné na stránkách 92 a 93, kde je připojena i obrázková dokumentace samotné zakladatelky a časopisu *ELLE*.; *Elle* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.worn.cz/encyklopedie/modni-pojem/Elle/>>

2.5 *Grazia* magazín

Časopis *Grazia* je ještě starší než samotná *ELLE*. První vydání bylo uveřejněno v Itálii v roce 1936. Původem tento italský časopis má také své mezinárodní verze např. ve Francii, Španělsku, Anglii, Polsku, Německu, Thajsku, Chorvatsku atd. *Grazia* vychází jednou týdně, zabývá se především módou, celebritami a novými informacemi z jejich života. Britská edice byla poprvé vydána v roce 2005. *Grazia* je finančně velmi dostupná, jelikož se její cena pohybuje v přepočtu okolo 34-60 korun. (Zatímco *ELLE* začíná na částce 100 korun, britská verze činí 4£, tedy 120 korun.) Cílová skupina čtenářek dosahuje věku od 25 let do 45let. Profil tohoto magazínu je mnohem vyšší než u samotného *Vogue* či *ELLE*, díky čtyřem vydáním v měsíci (v porovnání jednoho vydání za měsíc), velmi nízké ceně a dle statistiky i toho, že tento časopis si ze 72% kupují zaměstnané ženy.¹⁹

2.6 *Company* magazín

Posledním módním časopisem je britský *Company magazine*, který vychází více jak 36 let a jeho obsahem je také móda, zdraví, krása a *lifestyle*. Zajímavostí je, že tento magazín uveřejňuje na své titulky výhradně známé osobnosti místo modelek. Tento magazín nejenom udává trendy, ale vzbuzuje v mladých čtenářkách originalitu, lásku k módě a především je podporuje, jelikož každé číslo mohou sami čtenářky obohatit svým článkem či módní fotostory. *Company* magazín prezentuje v menší míře celebrity, ale za to více se věnuje britským „fashionistkám“, a také ukazuje svým čtenářkám, jak se dá s módou pracovat a nebýt jen „otrok módních diktátů“. Ve Velké Británii dosahuje počtu 478 000 čtenářek za měsíc. *Company magazine* vychází pouze měsíčně.²⁰

¹⁹ *Grazia magazine* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.mondadori.com/Group/Magazines/Italy/Grazia>>

²⁰ *Brands template* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://www.hearst.co.uk/magazines/Company/5-About.htm>>

3. Výpůjčky, kalky, neologismy a jiné

Módní jazyk je velmi živý, neustále se mění a vyvíjí. Proto je potřeba nové věci definovat; pojmenovat je. Nová slova, která proniknou do španělského jazyka bývají většinou *préstamos lingüísticos* nebo-li jazykové výpůjčky. Španělština především v módní terminologii přejímá neologismy a lexikální prvky z jiných jazyků (nejvíce z angličtiny, francouzštiny, italštiny). Ve španělském jazyce jsou též výrazně zastoupené anglicismy, a je zde patrný i velký vliv angličtiny nejenom na španělský jazyk, ale i na ostatní evropské jazyky. Pokud se výpůjčky z cizího jazyka nijak nepozmění (a jsou prakticky přeloženy doslovně), nemluvíme tedy o výpůjčkách, nýbrž o cizích slovech (*extranjerismos*).²¹

Veškerá nová módní terminologie, neologismy atd. je zvláštní právě tím, že ji nenalezneme ve slovnících. Občas vzniká a zaniká tak rychle, že se ani nestačí zaznamenat. Proto je velmi variabilní, podléhá častým změnám a obměnám.²²

3.1 Výpůjčky

Dnešní doba je obdobím rychlého vývoje, založeném na nových technologiích, internacionalismu rozšířeného pomocí medií. A také je to doba, ve které se jednotlivé kultury mísí, prolínají, obohacují. Na španělský jazyk působí nadřazenější jazyk, tedy jazyk ovládající celý svět, a tím je angličtina. Angličtina pojmenovává nové technologie, nové věci, nové termíny. Jiné jazyky poté přejímají tyto termíny do svého vlastního jazyka jako výpůjčky. Tyto výpůjčky z jiných jazyků jsou důležité proto, aby právě daný jazyk mohl být schopen pojmenovat či vyjádřit nejrůznější a nejmodernější fakta či věci, a mohl tak jít „s dobou“. Je zřejmé, že výpůjčky vždy pocházejí ze země, která vládne buď ekonomicky, nebo vědecky, nebo v jiném silném oboru.²³

²¹ María Isabel MONTOYA, *El lenguaje sectorial de la moda* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: < <http://dfe.uab.es/neolcylt/images/stories/estudios/pdf/Montoya.pdf> >

²² María Isabel MONTOYA, *Opus.cit.*, s. 252.

²³ Juan Gómez CAPUZ, *Préstamos del español: Lengua y sociedad*, 2004, s. 9; Gloria Guerrero RAMOS, *Neologismo en el español actual*, Madrid, 1997, s. 37; Javier Medina LÓPEZ, *El anglicismo en el español actual*, Madrid, 1996, s. 9.

Pro rozdělení výpůjček jsem použila dělení dle Juana Gómeze Capuze (2004), který již v úvodu čtenáře seznamuje s několika tradicemi, které dělí výpůjčky podle různých kritérií. Prvotní dělení je dle severoamerické a evropské tradice.²⁴

Severoamerická tradice („tradición norteamericana“) se především zabývá vlivem anglického jazyka na ostatní jazyky (evropské). Dá se také charakterizovat jako diglosie, kde angličtina má nadřazenější roli než jazyk imigrantů. V tomto kontextu zmíním vnitřní výpůjčku (*préstamo íntimo*). Na druhé straně je zde tradice evropská („tradición europea“), která studuje výpůjčky mezi evropskými jazyky, především mezi angličtinou, francouzštinou, němčinou, italštinou a španělštinou. Není zde nadřazenost jako u severoamerické tradice, jelikož evropské země mají podobný status. V této evropské tradici je zřejmé, že pokud se kultura dané země zabývá například více určitým odvětvím (pro nás je v této práci důležité téma módy, kterou se ve velké míře zabývá Velká Británie), poté výpůjčky ve španělském jazyce budou pocházet z angličtiny. Jedná se především o kulturní výpůjčky, v tomto případě o jazyk módy a výpůjčky z tohoto jazyka. Jako další typ zmíním kulturní výpůjčku (*préstamo cultural*), která je také předmětem studia stylistiky, dialektologie a romanistiky. Tyto dvě tradice prezentuje Gómez Capuz v knize *Préstamos del español: Lengua y sociedad*, 2004.²⁵

3.1.1 Klasifikace dle Bloomfielda

Etnologická a sociolingvistická klasifikace dle Gómeze Capuze vychází z Bloomfieldovi klasifikace (Leonardo Bloomfield, 1933) a dělí výpůjčky (*préstamos*) na tři typy:

- 1) kulturní výpůjčku (*préstamo cultural*)
- 2) vnitřní výpůjčku (*préstamo íntimo*)
- 3) dialektickou výpůjčku (*préstamo dielactal*)

²⁴ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 10-11.

²⁵ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 13-15.

Tyto tři typy výpůjček se dále větví na další podtypy. Nejdůležitější je pro Bloomfielda výpůjčka kulturní, kterou považuje za základní typ výpůjčky a zbylé dva typy výpůjčky vnitřní a dialektickou staví k prvnímu typu jako protiklad.²⁶

Kulturní výpůjčka (*préstamo cultural*) vzniká vlivem jednoho národa na druhý.²⁷ Zahrnuje anglicismy, italianismy atd. V případě kulturní výpůjčky můžeme též hovořit o ne tak jasném rozdělení na výpůjčku a *extranjerismo*. Slovník Španělské královské akademie definuje výpůjčku (španělsky *préstamo*) jako: „Elemento, generalmente léxico, que una lengua toma de otra“ (DRAE, 2014), tedy výpůjčka je prvkem, který si jeden jazyk vypůjčí z jiného jazyka. Termín „extranjerismo“ nebo-li *palabra extranjera*, který jazyk také používá z jiného jazyka, se definuje ve slovníku Španělské královské akademie takto: „Voz, frase o giro que un idioma toma de otro extranjero“²⁸ neboli slovo nebo fráze, který si jazyk převezme z jiného cizího jazyka. Výsledkem je buď asimilace, nebo neprostoupení do slovního lexika daného jazyka.

Pod kulturní výpůjčky spadají historické výpůjčky (*préstamos históricos*), jedná se o slovní zásobu, která se do španělského jazyka dostala například díky kolonizaci, válkám, obchodu s jinými národy, znovudobývání Španělska atd. Z našeho sektoru módy bude užitečné rozdělit tyto historické výpůjčky dle jazyků/národů, ze kterých pocházejí. Nejdůležitější pro módní slovní zásobu byly v historii slova ze staré němčiny a francouzštiny. Ze všech příkladů jsem vybrala z uvedené publikace pouze tyto, jelikož se přímo týkají tématu práce:²⁹

Kulturní výpůjčky – historické výpůjčky

- Předřímská slovní zásoba (*voces prerromanas*) - (např. slovo *braga* – podprsenka, *camisa* – košile)

²⁶ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s.17.

²⁷ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 17.

²⁸ Ida MELANDER, *Préstamos en el ámbito de la moda española*, 2012, s.; Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s.37; *El Diccionario de la lengua española* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://lema.rae.es/drae/?val=pr%C3%A9stamo>>; *El Diccionario de la lengua española* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://lema.rae.es/drae/?val=extranjerismo>>

²⁹ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 19.

- Slova ze staré baskičtiny (*vasquismos antiguos*) – (např. *boina* – rádiovka)
- Slova ze staré němčiny (*germanismos antiguos*) – (např. *ropa* – prádlo, *falda* – sukně, *blanco* – bílý), germanismy obohatily španělštinu mimo jiné i o názvy oblečení
- Arabismy (*arabismos*) – arabismy obohatily španělštinu o typy látek, a také oblečení (např. *algodón* – bavlna, *azul* – modrá)
- Slova přejatá ze staré francouzštiny (*galicismos antiguos*) – (např. *moda* – móda, *pantalón* – kalhoty, *chaqueta* - bunda, *blusa* – blůza)
- dalšími jazyky a převzatá slova pocházejí z: okcitanštiny (*occitanismos*), katalánštiny (*catalanismos antiguos*), italštiny (*italianismos antiguos*), indiánských jazyků (*indigenismo*) atd.³⁰

Novodobé výpůjčky pocházejí z jazyka anglického, francouzského, italského, německého, katalánského, galicijského, baskického, ruského, japonského atd. Pro jazyk módy jsou ale nejdůležitější anglicismy a také slova ze staré francouzštiny, které však více pronikají do angličtiny než do španělštiny. O anglicismech ve španělském jazyce se podrobněji zmíním v kapitole 3.4, následující po kapitole o neologismech.

Kulturní výpůjčky – nedávné výpůjčky španělštiny (*préstamos recientes del español*)

- *anglicismos* (anglicismy jsou v dnešní době nejdůležitější pro módní terminologii; obohatily španělštinu například o tyto slova: *bermudas, bikini, blazer, blue-jeans, body, cárdigán, jersey, pull-over, slip, shorts, smoking/esmoquin* atd.)³¹

Vnitřní výpůjčka vzniká v zemi, kde se vyskytuje situace diglosie. Jazyk, který je nadřazenější propůjčuje jazyku podřazenému výpůjčky. Španělským jazykem se mluví nejenom ve Španělsku, ale i v Latinské Americe. Nejenže se zde mluví španělsky, ale

³⁰ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s.20-23.

³¹ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*,s. 23-28.

také jsou zde jiné jazyky, které buď mají stejný status či nižší (někdy dialektologický). Ve Španělsku je hlavním jazykem kastilština, nebo-li evropská španělština, mluví se zde ale i katalánštinou, galicijštinou, baskičtinou či různými dialekty například araněštinou. V Latinské Americe se zároveň také mluví kečujštinou, ajmarštinou, guaranštinou, aztéčtinou a mayštinou atd. V obou případech je nadřazeným jazykem španělština a podřazenými jsou dialekty či domorodé jazyky.³²

Kulturní výpůjčka je tedy mezi dvěma jazyky, ale výpůjčka dialektická vzniká uvnitř jednoho jazyka mezi dialekty. Také se jí říká výpůjčka interní (*préstamo interno*). Může se dále dělit na výpůjčku diatopickou /dialektickou (*préstamo diatópico/dialectal*), výpůjčku diatechnickou (*préstamo diatécnico*) a výpůjčku diastratickou (*préstamo diastrático*). Pro krátké představení těchto třech typů uvedu stručné vysvětlení každého z nich;

Diatopická výpůjčka - používá variace jazyka, například andalucismy, amerikanismy.

Diatechnická výpůjčka - používá technicismy z daných oborů.

Diastratická výpůjčka - používá lexika různých skupin či společenských vrstev (slang, žargot atd.)³³

3.1.2 Klasifikace formalistická

Juan Gómez Capuz dělí výpůjčky do třech typů, první typologie je již zmíněná Bloomfieldova, druhá je formalistická, která vychází z německé filologie z první poloviny 20. století, a to díky Werneru Betzovi. Tato formalistická typologie dělí lexikální výpůjčku na:³⁴

³² Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*,s.28-29.

³³ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 32-33.

³⁴ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*,s. 35-37.

- 1) Integrovaná výpůjčka (*préstamo integral*), obsahující *extranjerismos* a *préstamos*
- 2) Lexikální / strukturální výpůjčku (*préstamo léxico/estructural*), která se dále dělí na literární kalk (*calco literal*), přibližný kalk (*calco aproximado*) a na kalk volný / konceptuální (*calco libre/conceptual*)
- 3) Sémantická výpůjčka (*préstamo semántico*), se také dělí na dva typy, na výpůjčku externí a interní (*préstamos externos a internos*)

O cizích slovech (*extranjerismos*), výpůjčkách a kalcích bude následovat kapitola s lingvistickou typologií výpůjček, která rozvede myšlenky formalistů.

3.1.3 Lingvistická klasifikace výpůjček

Další dělení je například na typy jazykových výpůjček, ve kterých jsou výpůjčky rozděleny dle změn formálních (fónických nebo-li hláskových a grafických), morfologických, sémantických, lexikálních, syntaktických a frazeologických. V tomto případě termín kulturní výpůjčka přímo odpovídá termínu lexikální výpůjčka. Formální výpůjčka (*préstamo formal*) je ovlivněna například angličtinou, kdy do španělského jazyka prostoupí anglicismy, a slovo se pak nevyslovuje dle španělské výslovnosti, ale podle výslovnosti anglické. Více o anglicismech v kapitole 3.4.³⁵

Do morfologických změn patří morfemická výpůjčka (*préstamo morfémico*) a morfologická výpůjčka (*préstamo morfológico*). Morfemickou změnu můžeme chápat tak, že do španělského slova vstoupí anglická koncovka, a tak se vytvoří slovo napůl španělské a napůl anglické. Pro tuto změnu je velmi příznaková anglická koncovka *-ing*, která se vyskytuje například ve slově *puenting*; avšak není to jen anglický jazyk, který přináší tyto morfémy, na druhé straně se uvnitř španělských slov i hojně vyskytují francouzské sufixy jako *-age>-aje* ve slově *kilometraje*. Zajímavé je, že tyto morfemické změny z velké části též mění jednotné číslo na množné číslo a především

³⁵ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 41-44.

k těmto výpůjčkám se pak přidává koncovka *-s* pro označení množného čísla. Morfologické výpůjčky mohou také ovlivňovat rod.³⁶

Na druhé straně se morfologické výpůjčky již na první pohled vyznačují předponami (*prefijación*), příponami (*sufijación*), kompozicemi (*composición*), složeninami a zkratkami, které opět pocházejí z velké části z angličtiny. Pro jazyk módy, jak uvidíme dále, je velmi příznakové užití předpon typu *mini-*, a *super-*. Při sufixaci se přidává například koncovka *-al*; kompozice může obsahovat různé kombinace podstatného jména, přídavného jména a slovesa, například dvě podstatná jména nebo podstatné jméno a přídavné jméno či naopak. Složeniny a zkratky se tvoří ze dvou a více slov, ze kterých se například vyjme začátek každého slova, který vytvoří slovo nové. O prefixech, sufixech a jiné slovotvorbě bude zmínka v další podkapitole 3.3 s názvem Neologismy.³⁷

3.2 Od výpůjček ke kalkům

Ze sémantických výpůjček vycházejí i sémantické kalky. Lexikální kalk (*calco léxico*) je dobře znatelný na příkladu *fin de semana*, jelikož je doslovně přeložený z anglického jazyka – *weekend*. Dalším typickým příkladem je *rascacielos* z anglického *skyscraper*, české varianty *mrakodrap*. Kalky pracují s originálním pojmenováním a doslovně ho přeloží do odpovídajícího slova v cílovém jazyce. Pro práci s kalky je potřeba dvou ekvivalentů v obou jazycích, jelikož kalk potřebuje podobnou strukturu na to, aby mohl být přeložitelný. V kontextu sémantických výpůjček se dá také hovořit o dělení na paronyma (*paróminos*), ve kterých se hovoří o *false friends*, tedy dvojicích slov, přeložených z anglického jazyka do španělského, avšak s jiným či rozšířeným významem. *False friends* mohou na první pohled vypadat jako dvě úplně podobná slova, a též by se očekávalo, že obsah bude v obou jazycích stejný, avšak není. Mohou

³⁶ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 44-45.

³⁷ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 45-46.

také budít stejný zvukový dojem, liší se však ve většině případů právě stránkou obsahovou. „Kalkovat“ se dá jak forma a obsah, tak i struktura.³⁸

Sémantické kalky (*calcos semánticos*) jsou termíny přeloženými z výchozího jazyka do jazyka cílového, kde se cizí termín přeloží odpovídajícím termínem, který již existuje v cílovém jazyce. Tento nový termín je pak obohacený o nový či rozšířený význam a někdy také nabývá metafory. Nejběžnějším příkladem je slovo *ratón*, označující myš jako hlodavce, a také myš jako součástku počítače.³⁹

V souvislosti s výpůjčkami a kalky můžeme rozšířit tuto skupinu o tzv. Hybridy (*Híbridos*), které si nejprve vypůjčí slovo a posléze jej z části nahradí a z části okalkují. Vzniklý novotvar je označován jako hybrid. Viditelné změny jsou patrné na příkladu *footballer* > *futbolista*, *bus escuela* < *school bus*. Lexikální kalk se dá také chápat jako typ lexikální výpůjčky, který je založen na překladu (například výše zmíněný příklad s mrakodrapy – *rascacielos*). Existuje mnoho typů, za zmínku jistě stojí *calco literal* a *calco aproximado*. Literární kalk je charakteristický tím, že je doslovně přeložený z výchozího jazyka. Většinou se jako výchozí jazyk považuje angličtina, a tak, když se tyto termíny překládají do španělštiny, často se stává, že se pořádek překládaných slov v termínu mění. Anglický pořádek slov preferuje určující prvek (označované) s určitým prvkem (označujícím); (*determinante* + *determinado*); avšak ve španělském pořádku slov se tyto pozice vymění. Příkladem mohou být tato slova: *weekend* > *fin de semana*, *fast food* > *comida rápida*. Zajímavostí je, že termín užívaný v první kapitole, tj. *haute couture* > *alta costura* (španělsky) je literárním kalkem, pochází z francouzštiny a pronikl do španělštiny mezi 18. - 20. stoletím. Kalk se dá též dělit na kalk přibližný (*calco aproximado*), ve kterém je překlad poněkud volnější a na kalk kontrahovaný a expandovaný (*calcos contraídos y expandidos*), a také na kalk volný /konceptuální (*calco libre o conceptual*).⁴⁰

V dnešní době se kalkování týká především sloves, které do španělského jazyka přicházejí z angličtiny.

³⁸ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 46-50; José Joaquín MONTES GIRALDO, *Calcos recientes del inglés en español*, 1985, s. 18-22.

³⁹ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 50 – 51.

⁴⁰ Juan Gómez CAPUZ, *Opus.cit.*, s. 51-56; Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 37.

3.3 Neologismy

Pro typologii neologismů jsem vybrala několik zajímavých dělení od Glorie Guerrery Ramose, *Neologismos en el español actual*, 1997. Neologismy zaujímají v jazyce podstatnou část, jelikož díky nim je jazyk živý, moderní a schopen pojmenovat nejnovější věci, stavy a procesy. S vyvíjející se kulturou, technikou a dobou je potřeba i nových pojmenování. Nová slova jsou důležitá pro označení nových věcí ve světě, který nás obklopuje. Neologismy, jako úplně nová slova, bývají většinou vědeckého či technického rázu.⁴¹

Neologismy vznikají trojím typem. Za prvé, může vzniknout úplně nové slovo, které lexikum daného jazyka ještě nikdy neobsahovalo. Tento typ se nazývá formální neologismus (*neologismo formal*), za druhé, si jazyk může osvojit cizí termín z jiného jazyka (v tomto případě hovoříme o výpůjčkách – *préstamos*), a za třetí, se může rozšířit význam již existujícího termínu či slova, tedy *neologismo semántico* nebo-li sémantický neologismus.⁴²

3.3.1 Typy neologismů

Můžeme rozlišit dva typy neologie, a to denominativní neologii (*neología denominativa*) a stylistickou neologii (*neología estilística*). Stylistická neologie se snaží přesně vyjádřit nové myšlenky a naleznout pro ně úplně nová pojmenování, nebo přeložit myšlenky novým způsobem, jiným či novým ekvivalentem. Tento proces se dá též nazvat jako vyjádření / projev jednotlivce. Denominativní neologie se zabývá pojmenováním nových skutečností / věcí / technologií atd. Také hledá nejvýstižnější název pro vše nové, jelikož se snaží vyhnout dvojznačnosti.⁴³

⁴¹ Manuel Alvar EZQUERRA, *El neologismo español actual*, Madrid, s. 11, 13.

⁴² Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 7-8,19.

⁴³ Manuel Alvar EZQUERRA, *El neologismo español actual*, Madrid, s. 15.

Neologismus také definoval G.Matoré jako: „aceptación nueva introducida en el vocabulario de una lengua en una época determinada“. Určil také tyto tři následující podmínky:

1. Vznik nového slova (*palabra nueva*) je motivován například onomatopoicky (motivované slovo *tic-tac*, *cucú* atd.) nebo tzv. *ex nihilo* (například slovo *gas*, avšak tento způsob není častý, jelikož nové slovo vytváří přímo tvůrce daného objevu/věci atd.) nebo jako pojmenování osobnosti (*zepelín*); poměrná část též vzniká sufixací, prefixací, kompozicí nebo derivací, či je vypůjčena z jiných jazyků.⁴⁴
2. Neologismus nemusí vznikat jenom z nového slova, nýbrž ze slova, které se již v jazyce používá (*palabra ya empleada*). K vybranému slovu, které již v jazyce existuje, se však přidá nový význam. Jedno slovo může ve stejném čase užívání v jazyce označovat dvě a více odlišných věcí.
3. A na konec se u existujícího slova může změnit gramatická kategorie a vznikne tak slovo nové (*cambio de categoría gramatical*).⁴⁵

Další dělení je dle Augera a Rousseau, kteří vytvořili následující typologii:⁴⁶

- 1) Neologie formy (*Neología de forma*), která vytváří nové lexikální jednotky.
- 2) Neologie významu (*Neología de significado*), která použije již existující výraz a přidá mu nový sémantický obsah.
- 3) Neologie výpůjčky (*Neología de préstamo*), která je založená na výpůjčkách z jiných jazyků.

⁴⁴ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 24-25.

⁴⁵ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 18-19.

⁴⁶ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 19-20.

Další možné dělení je dle tradičního konceptu (*concepción tradicional*) a strukturalistické perspektivy (*perspectiva estructuralista*). Tradiční koncept bere v úvahu neologismy jako izolované jednotky. P.Guiraud, citovaný u Guerrero Ramose, dělí strukturalisticky neologismy do 4 kategorií: na typ onomatopoický, morfologický (do této skupiny řadí derivaci, kompozici atd.), sémantický (poukazuje na změny významu atd.) a alogenický (řeší výpůjčky nejenom z cizího jazyka, ale též i mezi dialekty, sociolekty atd.).⁴⁷

Klasifikace dle Guilberta je v podstatě velmi podobná té Guiraudově. Také rozdělil neologii do čtyř typů: na fonologickou, syntagmatickou (která řeší i morfosyntax), sémantickou a neologii výpůjček.⁴⁸

J. Rey-Debove, kterého opět cituje Guerrero Ramos, rozlišuje nový a existující koncept (*concepto existente, concepto nuevo*), kde existující koncept zahrnuje tyto následující tři položky:⁴⁹

- 1) Úpravu formy (např. *influir / influenciar* od slovesa *influir*).
- 2) Podobná forma s jiným slovem (např. *belleza / estética* od slova *belleza*).
- 3) Přidání nové formy (např. *solucionar* od slova *resolver*, *chao* od slova *adiós*).

Nový koncept pak obsahuje tyto části:

- 4) Přidání nového významu (např. *complejo* znamenající *complicado* a také s významem *sentimiento de inferioridad*).
- 5) Přidání nového slova (např. *petroquímica* znamenající *química de petróleo*, *parking* znamenající *lugar público para aparcar los coches*).

⁴⁷ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 20-21

⁴⁸ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 22.

⁴⁹ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 22-24.

A poslední dělení neologismů v této kapitole je následující:⁵⁰

- 1) Přeměna předložkového syntagmatu, které se skládá z předložky a podstatného jména, na adjektivum. Tento typ se především týká publicistického jazyka a jazyka administrativního. Příkladem může být slovo *boletín de información* > *informativo*.
- 2) Změna se týká zpodstatnění adjektiva – například *cementera* nahradila slovo *industria cementera*. Nominalizace adjektiv je v jazyce velmi populární.
- 3) Třetí postup je obrácený postupu druhému, kdy se z podstatného jména stane přídavné jméno – například *posición clave*.
- 4) V tomto postupu se vytvoří z přídavného jména příslovce. Tento jev se hojně vyskytuje v publicistické sféře a v domácích promluvách, příkladem mohou být tyto neologismy – *hablar claro*, *jugar limpio*.
- 5) Poslední bod zahrnuje vytvoření příslovce z podstatného jména. Například – *lo siento horrores* (*horrores* ve významu *mucho*).

3.3.2 Neologismus vs. neologie

Samotný termín *neologismus* a jeho věda *neologie* je *neologismem*. *Neologismus* je novým termínem sloužící k pojmenování nových slov a vědy, která se tímto zabývá. Definice *neologismu* ve Slovníku španělské královské akademii (DRAE) říká, že *neologismus* je: „Vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua“, tedy novým slovem v jazyce. Termín *neologie* se vysvětluje následně takto: „Proceso de formación de neologismos“ nebo druhou definicí: „Estudio de los neologismos“, tedy neologie studuje nová slova v jazyce.⁵¹ Avšak je logické, že termíny *neologismus* a druhý termín popisující vědu *neologii*, zde nebyly odjakživa. Termín *neologismus* vznikl v 18. století,

⁵⁰ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 40.

⁵¹ *El Diccionario de la lengua española* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://lema.rae.es/drae/?val=neologismo>>; *El Diccionario de la lengua española* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <<http://lema.rae.es/drae/?val=neolog%C3%ADa>>; Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 9.

aby označil nová vyjádření či označení mluvčích. *Neologie* pak byla jistým uměním, která inovuje rozvoj myšlenek. *Neologie* vs. *neologismus* se staví do opozice jako *proces* vs. *produkt*. *Neologismy*, tedy produkty *neologie*, jsou nové lexikální jednotky, zatímco *neologie* je jakýmsi systémem. Je to systém pravidel a podmínek, díky kterým se vytvářejí, rozšiřují a používají. Neologismy slyšíme každý den, pomocí neologismů si rozšiřujeme slovní zásobu, abychom byli schopni popsat nové skutečnosti, pocity, tendence a věci. Pokud neologismus zachytíme v paměti, začneme ho také i používat. Poté už jen záleží na síle oblíbenosti tohoto termínu. Někdy se neologismus dostane do každodenních projevů (především díky mediím a publicistice) a po nějakém čase je možné, že se stane klasickým slovem, které bude možné vyhledat ve slovníku, někdy je to jen „módní termín“, který jak rychle vznikl, tak i rychle zanikl. Někdy se jazyk utváří velmi rychle a během krátké doby vznikne mnoho neologismů, na druhé straně je zde i tendence pomalého vývoje jazyka, kdy vznik neologismů je minimální.⁵²

Neologismem může být jako slovo skládající se z jednoho slova (*palabra simple*) nebo slovo složené (*palabra compleja*). Právě tato slova nahrazují dlouhé popisující definice na něco, co doposud nemělo své vlastní jméno či pojmenování. Pokud vezmeme v úvahu lexikum jazyka, v dané chvíli můžeme s jistotou prohlásit, že v dané době svého vzniku bylo úplně každé slovo, které jazyk používá a zaznamenává do slovníků, neologismem. Pokud je nově vzniklé slovo velmi příznakové, přesně definuje podstatu toho, co má popisovat, poté se ve velmi krátké době rapidně rozšíří a stane se každodenně používaným slovem. Následně se již nejedná o neologismus, jelikož se nové slovo adaptovalo velmi rychle, ale postupem času je z něho spíše archaismus, jelikož ho nahradí jiné ekvivalenty. Neologismy jsou jistým „začarovaným kruhem“, v okamžiku vzniku se o nich nějaký nějaký čas dá hovořit jako o neologismech, poté jsou jakýmsi územím, a po nějaké době se již stávají archaismem. Tento koloběh se neustále opakuje.⁵³

⁵² Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s.10-11.; Manuel Alvar EZQUERRA, *El neologismo español actual*, Madrid, s. 13,19; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 7.

⁵³ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 12-13.

3.3.3 Derivace - prefixace

K vytváření nových slov jazyk používá prefixaci, sufixaci, infixaci a interfixaci, což jsou typy derivace. Jedním z nejdůležitějších procesů v neologii je bezesporu prefixace již existujících slov. Předpona se může týkat jak podstatných jmen (*super-hombre*), tak přídavných jmen (*super-fácil*) nebo sloves (*super-valorar*). Předpony však nemění gramatickou kategorii. Nová slova se díky prefixaci tvoří takto:⁵⁴

- 1) použije se předpona z jiného jazyka (například předpona *pro-*)
- 2) je zde možná obměna variant, jak knižních, tak populárních (např. *entre-/inter-, sobre-/super-*)
- 3) nebo se obnoví dříve užívané předpony z latiny či španělštiny (např. *contra-, extra-, supra-, ultra-, maxi-, mini-, multi-, pluri-, hiper-, micro-, poli-*)

Některé předpony mohou označovat množství (*multi-, uni-, bi-, tri-*), jiné mohou označovat sílu (*super-, mini-, micro-, sub-*), předčasnost a následnost (*ante-, pre-, post-*) nebo opozici (*anti-, contra-*). Předpony, které označují něco prospěšného (*pro-*), něco vylučujícího (*des-*), které něco negují (*in-, i-*). Dále jsou zde předpony (*co-*), (*re-*); předpona *re-* se především používá pro vyjádření znovu učiněného procesu, např. *reeditar, remodelación*, a také předpony (*neo-*) a (*auto-*), které hojně rozšiřuje v současné neologii právě angličtina, ačkoliv jsou tyto předpony původu řeckého.⁵⁵

3.3.4 Suffixace

Druhý neologický proces se nazývá suffixace, která ke slovu přidá příponu a někdy může i změnit gramatickou kategorii slova – například slovo *formal* (obsahuje příponu *-al*, z něho se pak další sufixací dá vytvořit slovo *formalizar*). Někdy se také stává, že nové slovo může vzniknout nejenom díky prefixaci nebo sufixaci, nýbrž

⁵⁴ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 26; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 31, 57.

⁵⁵ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 17, 27-29; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 8-9, 17, 58; Manuel Alvar EZQUERRA, *El neologismo español actual*, Madrid, s. 14.

kombinací obou procesů. Příkladem může být slovo *superrealista*, které je vytvořeno z předpony *super-* a přípony *-ista*. Předpona i přípona jsou v tomto případě nahraditelné, jelikož můžeme místo předpony *super-* použít předponu *hiper-* a máme nové slovo *hyperrealista*. Tento stejný princip můžeme aplikovat i na příponu výše zmíněného slova *superrealista*, ze kterého uděláme *superactivista*. Jev prefixace a sufixace najednou se nazývá *parasíntesis*.⁵⁶

Sufixaci, nebo-li přidání přípony k již existujícímu slovu, můžeme dělit na tři typy, na sufixaci slovesnou (*sufixación verbal*), jmennou (*sufixación nominal*) a adjektivní (*sufixación adjetival*). Vytváření nových sloves (*sufixación verbal*) se děje pomocí 1. konjugace. Například ze slova *influir* vznikne slovo *influcidar*. Nejčastějšími příponami u sloves jsou tyto: *-ionar* (sloveso *anejar* bylo nahrazeno *anexionar*), *-izar* (které nahrazuje dříve užívaná slovesa končící na *-ar*, například *valorar* nahradilo *valorizar*). Ze sloves končících na *-izar* nebo *-ificar* se pak odvozují podstatná jména, například ze slovesa *revitalizar* se vytvoří podstatné jméno *revitalización* a *revitalizador*.⁵⁷

Jmenná sufixace vytváří nová podstatná jména především pomocí přípony *-ción* (*globalización, digitalización* atd.). Ve španělštině se též hojně užívají následující přípony: *-ado* (*etiquetado*), *-aje* (*reciclaje*). Díky tomuto trendu se mohou objevit tzv. dublety, které umožní určitému slovu například dvě odlišné koncovky, dvě verze tohoto slova, které se ale používají stejně – například *etiquetado / etiqueataje*. Hojně užívanými příponami jsou i *-ismo* a *-ista* (*ensayo, ensayista*). Tyto dvě koncovky se nejvíce vyskytují v politice, například *felipismo, franquismo, franquista, sandinista, guerrista* atd. Navíc slova obsahující příponu *-ista* mohou v jazyce zastávat jak funkci podstatného jména, tak i přídavného jména. Poslední nejpoužívanější přípona je *-dad*, která popisuje abstrakci – například *linealidad, fiscalidad* atd.⁵⁸

Adjektivní sufixace je nejčastější s příponou *-al*, která vyjadřuje vztah či náležitost (například *educacional*), další sufix je *-ano*, který je velmi populární jelikož se odvozuje od významných osobností – například *thacheriano* odvozené od Margaret

⁵⁶ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 29-30; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 20, 44.

⁵⁷ Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 41-43, 49 -50.

⁵⁸ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 30-31; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 49-50.

Thatcherové. Koncovku *-ico* nalezneme například ve slově *emblemático*. Produktivními sufixy jsou i následující: *-oide*, *-able* a *-ivo*.⁵⁹

3.3.5 Infixace a interfixace

Infixace a *interfixace* bezprostředně souvisí s derivací. Pokud se na začátek slova připojí nějaký morfém, mluvíme o prefixaci. Pokud se morfém přidá na konec slova, tento jev se nazývá sufixace. Infixace a interfixace znamená, že určitý morfém vložíme doprostřed slova. Příkladem může být vlastní jméno Carlos, ze kterého se stane *Carl-it-os* pomocí infixu. Pokud do nějakého slova vložíme interfix, je vždy nepřízvučný a sám o sobě nemá žádný význam. Příkladem jsou zdvojnásobky slova *café* na *cafe-t-ito*, *cafe-c-ito*, *cafe-l-ito*, kde *-t-*, *-c-*, a *-l-* jsou interfixy, které jsou samostatně bezvýznamné.⁶⁰

3.3.6 Kompozice

Po prefixaci, sufixaci, infixaci, interfixaci je zde i neologismus pomocí kompozice, který se tvoří složením dvou slov nebo částí jejich slov. Benveniste rozlišuje dva typy kompozit: konglomeráty (*conglomerados*), které jsou tvořeny již dvěma existujícími slovy – například *auto+stop=autostop* a synapsí (*sinpasis*), což jsou dvě samostatná slova, které mají svůj význam, ale když se spojí dohromady, vzniká tak význam nový – například *piráta informático*.⁶¹

Pro typologii kompozit jsem si vybrala tyto publikace: *La formación de palabras en español* od Alavara Ezquerry (1999), dále *La formación de palabras en español* od Bartoše a Valíkové (2002) a také *Morfología léxica: La formación de palabras* od Varela Ortegy (2005). Dále jsem také nahlédla do bakalářské práce

⁵⁹ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 31-32; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 49-50.

⁶⁰ Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 34-35.

⁶¹ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 32; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 73-74.

Veroniky Živné, která se též zabývala neologismem. Různé postupy kompozit jsou tedy následující:⁶²

- 1) Synapse (*sinapsis*) – je charakterizována jako: „spojení dvou nebo více lexikálních jednotek z hlediska syntaktického, nikoli morfologického“
Význam obou jednotek, pokud jsou oddělené, je jiný, než když se tyto jednotky vyskytují spojené. Nejčastěji se vyskytuje předložka:

- a. *-de (letra de cambio, máquina de escribir)*
- b. *-a (olla a presión, mando a distancia)*
- c. *-con (café noc leche)*
- d. *-sobre (hockey sobre hielo)*
- e. *-en (tres en raya).*

Soledad Varela Ortega tuto skupinu označuje jako složeniny s předložkou (*compuestos preposicionales*). Dále dodává příklad *piel de gallina*, kde každé slovo nese určitý význam, ale právě díky kombinaci těchto dvou slov dohromady vznikne význam třetí, jedinečný.

- 2) Disjunkce (*disjunción*) – se dle Živné nejvíce objevuje ve vědecké oblasti označující druhy zvířat a rostlin. Dále se většinou jedná o spojení podstatného jména a přídavného jména (*cajero automático Guerra civil*) nebo také podstatného jména s podstatným jménem (*pájaro mosca*).
- 3) Kontrapozice (*contraposición*) spojuje lexikální jednotky pomlčkou. Dále se většinou jedná o spojení dvou podstatných jmen (*café-teatro, sofá-cama*) nebo podstatného jména s přídavným jménem (*franco-alemán, catalano-francés*).
- 4) Juxtapozice (*yuxtaposición*) je spojení dvou či více lexikálních jednotek. Tento způsob kompozice je nejčastější. Spojovat se mohou podstatná jména, přídavná jména, slovesa a příslovce. Různé varianty spojení jsou následující:

⁶² Veronika ŽIVNÁ, *Španělská slovní zásoba ze sémantické oblasti "finanční krize": analýza zpráv denního tisku*, Bakalářská práce, ČB, 2014, s. 16-18.

- a. Podstatné jméno + Podstatné jméno = S + S (např. *casatienda*)
- b. Podstatné jméno + Přídavné jméno = S + A (např. *pelirrojo*)
- c. Podstatné jméno + i + Přídavné jméno = S + i + A (např. *boquiabierto, guardacivil*)
- d. Přídavné jméno + Podstatné jméno = A + S (např. *mediodía, cortometraje*)
- e. Přídavné jméno + Přídavné jméno = A + A (např. *grecorromano*)
- f. Sloveso + Sloveso = V + V (např. *duermevela*)
- g. Sloveso + Příslovce = V + ADV (*mandamás*)
- h. Sloveso + Podstatné jméno = V + S (např. *buscapersonas*)
- i. Příslovce + Podstatné jméno = ADV + S (např. *bienadanza*)
- j. Příslovce + Přídavné jméno = ADV + A (např. *bienaventurado*)
- k. Příslovce + Sloveso = ADV + V (např. *menospreciar*)

Soledad Varela Ortega tuto skupinu označuje jako kompozita juxtaponovaná (*compuestos yuxtapuestos* – jmenná nebo adjektivná (*nominales o adjetivales*), dodává, že mohou být v apozici (druhé slovo definuje slovo první) či v souřadnosti. Tento typ je též důležitý pro módní sektor, jelikož se zde vyskytují příklady jako: *pantalón campana* (definující slovo v apozici vytváří slovo nové, tedy v překladu „zvonáče“). Souřadně umístěná dvě slova, která vytvoří slovo nové, jsou například *falda-pantalón*, v překladu kalhotová sukně. Dalším typem Soledad Varela Ortega uvádí složeniny vyjadřující barvy – *amarillo limón, verde botella*.⁶³

V kontextu kompozit zmíním i *composición culta*, která vytváří mnoho vědeckých a technických pojmenování. Tato podstatná jména jsou většinou rekompozita. *Composición culta* se vyznačuje tím, že si z původní slovní zásoby latiny či řečtiny

⁶³ Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 80-84.

vybere slova, která již byla jednou složená nebo je rozloží, tzv. rekompozituje, rozdělí je, a jednomu kmeni slova přiřadí kmen jiný – například *antropología*.⁶⁴

3.3.7 Zkratky a akronymy

Poslední skupinou jsou *acortamientos*, *siglas*, tedy zkratková slova a akronymy (*acrónimos*). Některá slova v jazyce mají tu vlastnost, že se dají zkrátit, a vytvoří tak jistý neologismus pomocí zkratky. Většinou jsou v delších slovech vynechány slabiky či fonémy; ponechává se tedy jen samotný význam slova. Toto vynechání se nazývá apokopa. Typickým příkladem je slovo *grande*, které se zkracuje před podstatným jménem na *gran*, dalšími příklady jsou například *bueno* na *buen*, *Santo* na *San* atd. Tomuto jevu se ve španělské terminologii říká *palabra acortada* nebo-li *acortamiento*. Většinou se tento jev týká mluveného jazyka, kdy si mluvčí snaží mluvu co nejvíce zjednodušit, aby co k největšímu vyjádření použil minimální počet jednotek. Dalšími známými příklady jsou: *peque* jako *pequeño*, *profe* jako *profesor*, *cole* jako *colegio*. Pokud se vyskytne apokopa na konci slova, vznikají tak zkratky typu *bici* ze slova *bicicleta*, *poli* od slova *policía*. Pokud odpadne počátek slova, vznikají zkratky typu *bus* ze slova *autobus*. Dalšími běžně užívanými příklady jsou slova *moto*, *foto*, *cine*, *metro*, *taxi*.⁶⁵

Další zkratková slova se nazývají *siglas*. Jsou to například počáteční písmena názvu, která po spojení vytvoří slovo nové. Typickým příkladem je *PSOE* nebo-li *Partido Socialista Obrero Español*.⁶⁶ V mluveném jazyce módy se zkratky hojně vyskytují, v psaném jazyce už záleží na typu módního magazínu. O zkratkách v módních časopisech se zmíním v kapitole 4.0 – Vlastní analýza.

⁶⁴ Gloria Guerrero RAMOS, *Opus.cit.*, s. 35-36; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 73-74, 79.

⁶⁵ Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 89-91.

⁶⁶ Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 93-95.

3.4 Anglicismy

V této poslední teoretické kapitole následuje po typologii výpůjček, kalcích a neologismech, poslední část, která nás opět zavede do anglického jazyka, jelikož španělštinu jednoznačně nejvíce ovlivňuje právě angličtina. Anglicismy jsou ve španělském jazyce jistou samozřejmostí. Jak již bylo zmíněno výše, je to díky nadřazenosti jazyka, protože anglický jazyk nejenom používají rodilí mluvčí z USA, Velké Británie, Irska a Austrálie, ale také miliardy mluvčích, kteří používají angličtinu jako jazyk druhý (ať už mateřský či ho studují). Lidé z celého světa se snaží tímto jazykem hovořit, dorozumět se, studovat jazyk, který ovládá celý svět. Angličtina je pro nás jistou samozřejmostí, vídáme ji v médiích a publicistice. Slova anglického původu řadíme do každodenních promluv. Angličtina je tedy jediným univerzálním jazykem (nebo se také označuje jako standardní jazyk), který spojuje všechny národy, informuje celý svět a celý svět ji také rozumí.⁶⁷

Obecně lze konstatovat, že ve španělském jazyce převládají anglicismy především těchto odvětví: sport, móda, doprava a turismus, dále pak z oblasti tisku, profesí, politiky, technologie, obchodu atd. Anglicismy spojené s módní terminologií se týkají materiálů a pojmenování módního oblečení (*chiffon, denim, mohair, patchwork, stretch, bustier, culotte, envasé, fashion, hot pants, t-shirt* atd.)⁶⁸

Nejvíce zastoupených anglicismů je také v publicistice, která informuje, přesvědčuje, propaguje. Dalším odvětvím je právě móda, která je spojená s publicistikou a propagací. Školy a vědecké instituce též vyzdvihují anglický jazyk, jelikož ho vyučují většinou jako jazyk druhý. Bez angličtiny se neobejde ani celý počítačový a internetový jazyk. Avšak nejenom ten, ale i veškeré nastavení a pojmenování týkající se faxu, e-mailu atd. vzešlo právě z anglického jazyka.⁶⁹

⁶⁷ Javier Medina LÓPEZ, *El anglicismo en el español actual*, Madrid, 1996, s. 9,11-13; Soledad Varela ORTEGA, *Opus.cit.*, s. 8.

⁶⁸ Manuel Alvar EZQUERRA, *El neologismo español actual*, Madrid, s. 32.; Javier Medina LÓPEZ, *El anglicismo en el español actual*, Madrid, 1996, s. 28-29.

⁶⁹ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 29-34.

Faktem však zůstává, že angličtina ovládá celý svět teprve od 20. století. Vrátime-li se do historie, prvotní vliv na španělský jazyk, nehledě na latinu, měli například Vizigóti, Arabové a jiné národy, díky kterým se španělština obohatila o nová slova. Následně na španělštinu působila italština, a to nejvíce v době renesance, od 18. století pak francouzština, které působila nejenom na Španělsko, ale na celý svět (především díky revolucím, filozofickým hnutím, encyklopediemi a obchodními a společenskými vztahy). Poté převládala na Španělském poloostrově kastilština (vycházející z velké části z latinského slovního základu). Na přelomu 19. a 20. století už opouští francouzština prestižní vliv na španělštinu a nahrazuje ho internacionální jazyk pomalu ovládající celý svět – angličtina. Angličtina je jazyk, který informuje a produkuje nejdůležitější objevy a převraty, co se týče hudby (nespočet celosvětových hudebních skupin, které zpívají anglicky), filmu, módy, tisku, průmyslu, obchodu, ekonomiky, vědy a politiky, také turismu a především obrovského rozvoje komunikací – médií, internetu (především internetu vládne angličtina). Angličtina je bezesporu informačním jazykem světa.⁷⁰

V souvislosti s velkým vlivem angličtiny na ostatní jazyky hovoříme o termínu anglicismus v cizích jazycích. Anglicismus se může definovat jako přímý či nepřímý vliv angličtiny na jiný jazyk. Slovník španělské královské akademie definuje anglicismus v podstatě stejně, jako uvádí věta předchozí od Javiera Mediny Lópeze z knihy *El anglicismo en el español actual* (1996). Definice z DRAE zní: „Giro o modo de hablar propio de la lengua inglesa“ nebo „vocablo o giro de esta lengua empleado en otra“ nebo „empleo de vocablos o giros ingleses de distintos idiomas“.⁷¹

María Moliner ve svém slovníku *Diccionario de uso español* z roku 1966 definuje anglicismus podobně: „palabra o expresión inglesa usada en otra lengua“. Další definice anglicismu pocházejí například ze slovníků *El diccionario actual de la Lengua Española*, také z padesátých let od Howarda Stona, dále od Huykeho Freirí (1978), Chrise Pratta (1980), Lópeze Morales (1987) a Latorreho Ceballose (1991).⁷² Na jejich

⁷⁰ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 9,11-14.

⁷¹ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 15; *El Diccionario de la lengua española* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: < <http://lema.rae.es/drae/?val=anglicismo> >

⁷² Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s.15-16; *El Diccionario de la lengua española* [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: < <http://lema.rae.es/drae/?val=extranjerismo> >

definice nepoukazují, jelikož jsou velmi podobné. Ke svému vyjádření používají autoři těchto definic pouze jiné slovní zásoby či ekvivalentů k vyjádření v podstatě téhož.

3.4.1 Klasifikace anglicismů

Anglicismy můžeme v první řadě rozdělit na anglicismy lexikální (*anglicismos lexicales*) a anglicismy syntaktické (*anglicismos sintácticos*). Lexikální anglicismus znamená, že anglický jazyk obohatil španělský jazyk o nová slova – lexika ve slovní zásobě. Lexikální anglicismus se může dále dělit na několik podtypů, a to dle četnosti užití anglicismů ve španělském jazyce či dle lingvistických kritérií.

3.4.1.1 Lexikální anglicismy

K prvnímu typu, dle četnosti užití, se hned několik autorů vyjadřuje různě. Zmíním jen schémata dělení z několika hledisek, dle rozdílného vnímání od autorů Lopeho Blacha (1977), Antonia Quilise (1984) a Lópeze Moralese (1987).⁷³

Lope Blach zkoumal anglicismy na jazyce vzdělaného obyvatelstva Mexika a vytvořil tak dělení anglicismů (v mexickém jazyce) na pět typů:⁷⁴

- 1) Anglicismy obecného použití (*Anglicismos de uso general*), které používali dotazované osoby.
- 2) Anglicismy velmi běžného použití (*Anglicismos muy usuales*), avšak v některých případech se anglicismus obměňoval běžným slovem ze španělské slovní zásoby.

⁷³ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 20-21.

⁷⁴ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 21.

- 3) Anglicismy polovičního použití (*Anglicismos de uso medio*), částečně odpovídá bodu 2).
- 4) Anglicismy ne tak častého použití (*Anglicismos poco usados*); termíny, které se vyskytly u méně jak poloviny dotazovaných.
- 5) Anglicismy ojedinělého použití (*Anglicismos esporádicos*), tyto anglicismy použil jeden či dva dotazovaní.

Antonio Quilis analyzuje anglicismy ve španělském jazyce vzdělaného obyvatelstva Madridu na tyto:⁷⁵

- 1) Anglicismy použité všemi mluvčími (*Anglicismos utilizados por todos los hablantes*), například anglicismy, které použili všichni dotazovaní, byly: *bar*, *cheque*, *fútbol*...
- 2) Anglicismy použité ve více jak 50% (*Anglicismos empleados por más del 50-100*), použití slov jako: *barman*, *jeep* 'todo terreno' ...
- 3) Anglicismy použité mezi 25% až 50% (*Anglicismos empleados entre 25 y 50 por 100*) *handicap* 'obstáculo' ...
- 4) Anglicismy použité mezi 12% až 18% (*Anglicismos empleados entre 12 y 18 por 100*), *slips* 'pantaloncito corto', *ticket* 'billete', *hall* 'vestíbulo' ...
- 5) Anglicismy použité pouze jedním respondentem (*Anglicismos empleados por un solo informante*), *basketball* 'baloncesto', *cardigan* 'chaqueta', *reportero* 'comentarista' ...

Dále jsem vybrala typologii anglicismů od Lópeze Moralese, jelikož učinil výzkum anglicismů ve španělském jazyce vzdělaného obyvatelstva pocházejícího ze San Juanu v Portoriku:⁷⁶

⁷⁵ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 21-22.

- 1) Anglicismy pravidelně používané (*Anglicismos de uso regular*) - *home, whisky...*
- 2) Anglicismy velmi používané (*Anglicismos muy usuales*) - *cóctel, hello, cash...*
- 3) Anglicismy středně používané (*Anglicismos de uso medio*) - *part time 'jornada parcial'...*
- 4) Anglicky málo používané (*Anglicismos poco usados*) - *full time 'tiempo completo'...*
- 5) Anglicismy ojediněle použité (*Anglicismos esporádicos*) - *jacket 'chaquetón'...*

Následující dělení je dle jazykových kritérií, které představil Emilio Lorenzo (1987):⁷⁷

- 1) Anglicismy nezměněné (*Anglicismos crudos*), které si zachovávají stejnou grafickou podobu, či se stejně jako v angličtině vyslovují – např. *golf, lord, club, shorts...*
- 2) Anglicismy v době svého svého přizpůsobení (*Anglicismos en período de aclimatización*); v této kategorii anglicismů se někdy může stát, že se píše či vyslovují dle španělštiny – např. *fútbol, club, folclore...*
- 3) Anglicismy již přizpůsobené (*Anglicismos totalmente asimilados*); jsou takové anglicismy, které se ve španělském jazyce vyskytují velmi dlouho, a tak do španělského jazyka úplně pronikly, asimilovali se s ním – např. *inglés, chutar, interviú...*
- 4) Kalky (*Calcos*), např. *relaciones públicas* pocházející z anglického *public relations...*

⁷⁶ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 22-23.

⁷⁷ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 23.

- 5) Sémantické kalky (*Calcos semánticos*), např. *héroe* 'protagonista', *audiencia* 'auditorio, público'...

María Vaquero (1990) také vytvořila typologii anglicismů; tyto anglicismy sesbírala především z tisku v San Juanu v Portoriku, a dělí je na:⁷⁸

- 1) Sémantické anglicismy (*Anglicismos semánticos*)
- 2) Anglicismy ve významu a / nebo v gramatické formě (*Anglicismos en el significado y/o en la forma gramatical*)
- 3) Výpůjčky (*Préstamos (lexías, calcos)*)
- 4) Interference, které se projevují v určitých syntaktických kombinacích, především u sloves (*Interferencias manifestadas en determinados combinaciones sintácticas, sobre todo, de verbos*)
- 5) Slova, která se používají s vedlejším významem ve španělském jazyce; interference spočívá v upřednostňování těchto vedlejších významů (*Palabras usadas con significados que en español son secundarios: la interferencia consiste en favorecer estas acepciones*)

3.4.1.2 Syntaktické anglicismy

Do kategorie syntaktických anglicismů spadají typy anglicismů vytvořené pomocí pasivní konstrukce se slovesem *ser* (*voz pasiva con ser*), dále se tvoří pomocí sloves s předložkami, samotnými příslovci nebo předložkami. První skupina je nejvíce ovlivněna anglickým jazykem. Tento fenomén do španělštiny pronikl díky anglické próze a žurnalistice. Další podobnou konstrukcí je *estar + siendo + participio* nebo *ser + participio* (z anglických originálů – *be loved, was given atd.*). Druhá skupina sloves s předložkami se vyznačuje tím, že v některých případech se změní předložka, která je přímo přeložená z angličtiny; z anglické vazby slovesa s předložkou – např. *hablar – de, con, entre, hasta, por...* Třetí skupina jsou příslovce, která se z anglického jazyka mylně překládají do jazyka španělského. Výsledkem pak mohou být příslovce typu –

⁷⁸ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 23-24.

inmediatamente z anglického *immediety*, která se používají na místo španělských příslovcí typu *tan pronto como* nebo *en el momento que*. Předposlední skupinou jsou předložky, které jsou většinou okalkovány z angličtiny do španělštiny, tedy přeloženy doslovně. Někdy se jedná o chybný překlad. Například anglické *consist of* je chybně přeloženo na *consistir de* na místo *consistir en*. Poslední skupinu zaujímá tvoření množného čísla, které ve španělském jazyce způsobuje jisté morfologické problémy. Například anglické slovo v jednotném čísle *barman*, se převede do čísla množného jako *barmen*. Tento jev si však španělštině převede do svého jazyka chybně jako *barman/barman*. Slova, která se přímo týkají módní terminologie, tj. španělské singuláry a plurály anglicismů z módního odvětví, jsou například tyto: *esmoquin/esmóquines* od anglického slova *smoking*, dalším příkladem jsou *jean/jeans* z anglického pomnožného slova *jeans* a poslední příklad, který bych v tomto kontextu chtěla zmínit je *pullover/pulóveres* z anglického originálů *pullover/pullovers*.⁷⁹

3.5 Pragmatika

V této části bych se chtěla krátce zmínit o pragmatice, která úzce souvisí z následující podkapitolou, týkající se persvazivní funkce jazyka. Na rozdíl od sémantiky, která zkoumá význam slov, však pragmatika zkoumá i intence mluvčího, tedy záměr s jakým svou promluvu pronáší. Pragmatika zkoumá jazyk v konkrétních promluvách. Jejím předmětem studia je i též interpretace, funkce kontextu, vztahy mezi významy, vztah mezi jazykem, společností a kulturou atd.⁸⁰ Pragmatiku v této podkapitole zmiňuji kvůli úzké souvislosti s reklamou a persvazí, kterou též pragmalingvistika studuje. V poslední době se pragmatika prezentuje jako teorie o vytváření a interpretaci významů (gramatizovaných i negramatizovaných).⁸¹

⁷⁹ Javier Medina LÓPEZ, *Opus.cit.*, s. 41-48.

⁸⁰ Graciela REYES, *Opus.cit.*, s. 36.

⁸¹ Graciela REYES, *El abecedé de la pragmática*, Madrid, 1995, s. 7-8, 19, 24.

Graciela Reyes cituje Stalnakera, který označuje pragmatiku jako: „*el estudio de los actos lingüísticos y de los contextos en que se realizan [que] abarca los aspectos del significado que dependen del contexto*“.⁸² Tato definice jasně ukazuje, že je pragmatika úzce spojená se sémantikou.

Některá slova mají význam pouze v kontextu, jsou jimi například *yo, este, allá, mañana*. Jedině v kontextu se dá pochopit pravý význam, tedy kdy se přesně myslí *zítra*, která osoba je *já*, či co bylo umístěno *tam* a co slovo *tam* označuje za přesné místo. A tímto se právě zabývá pragmatika.⁸³

3.6.1 Persvaze

Velmi důležitou podkapitolou, která také úzce souvisí s touto prací, je právě téma persvaze, která je jednoznačně propojena s pragmatikou. Jaklová ve svém článku „Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech“, který byl vydán v časopise *Naše řeč*, zveřejnila velmi zajímavou definici. V kontextu jejího článku chápe persvazi obecně a definuje jí jako: „[...] funkce přesvědčovací, získávací, ovlivňovací, vybízecí, hodnotící a uvědomovací.“⁸⁴ Dále také určuje cíl persvaze, kterým je: „[...] formování vědomí recipientů a působení na veřejné mínění.“⁸⁵ Ve svém článku též uvádí, že persvaze se především vyskytuje v publicistice, kde se neustále rozrůstá, a také se vyskytuje v hojně míře v masových médiích, díky kterým může využít jak verbálních tak neverbálních prostředků.

⁸² Graciela REYES, *Opus.cit.*, s. 25.

⁸³ Graciela REYES, *Opus.cit.*, s. 9

⁸⁴ Alena JAKLOVÁ, Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech, *Naše řeč*, roč. 85, č. 4, 2002, s. 169 – 170.

⁸⁵ Alena JAKLOVÁ, *Opus.cit.*, s. 169 – 170.

Aby byly verbální prostředky persvazivní, dle Jaklové musí splňovat následující dvě funkce:⁸⁶

- 1) Srozumitelnost: „jestliže má recipient přijmout příznivě žurnalistický text, musí být tento text snadno srozumitelný i při nesoustředěné pozornosti“.
- 2) Kredibilita dle Jaklové označuje předpoklad důvěryhodnosti. „Kredibility se dosahuje volbou významově adekvátních výrazových prostředků, včetně užití neverbálních prostředků...“

Na druhé straně zde nejsou jen prostředky verbální, důležitou roli hrají i prostředky neverbální, které jsou ve výše zmíněném článku děleny na dva typy:⁸⁷

- 1) Prostředky ideografické: zahrnují „fotografie, ilustrace, karikatury a obrazový materiál vůbec; tyto prostředky mají především funkci informační...“ Ideografické prostředky se přímo týkají této práce – jazyka módy v módních časopisech, ve kterých přibližně $\frac{3}{4}$ zaujímají fotografie a krátké popisky.

Obrazový materiál tvoří základ módních časopisů, popisky a krátké články ho jen doplňují.

- 2) Prostředky grafické: zahrnují „různé typy titulků, nadtitulků a podtitulků, jejich typografické ztvárnění a barevné provedení (hlavní funkcí titulku je zajistit přehlednost stránky, upoutat pozornost recipientů a nakonec i podporovat prodej, interpunkční znaménka (vykřičníky, různé typy závorek, středníky, dvojtečky, tři tečky), členění textu na odstavce, volba šířky sloupců, výběr různých písmen...“⁸⁸ Grafickým prostředkům bude věnována samostatná podkapitola v kapitole Vlastní analýza, jelikož v módních časopisech tvoří další důležitou část, hned po fotografiích nebo-li po ideografické stránce.

⁸⁶ Alena JAKLOVÁ, *Opus.cit.*, s. 170-171.

⁸⁷ Alena JAKLOVÁ, *Opus.cit.*, s. 170-171.

⁸⁸ Alena JAKLOVÁ, *Opus.cit.*, s. 169 – 170.

Všechna tato výše zmíněná typologie je pro jazyk módy velmi důležitá. Dalo by se říci, že v podstatě módní časopisy jsou z velké míry persvazivními časopisy. Kromě článků a rozhovorů, které se zde vyskytují, je celý zbytek o módě, tedy persvazivní. O tomto tématu bude podrobnější podkapitola v následující kapitole s názvem Vlastní analýza.

V souvislosti s tématem této diplomové práce je i zajímavá citace o persvazi, která zní: „Charakter persvaze je v současných českých publicistických textech velice různorodý, a to v mnoha ohledech. Základní rozdíl spočívá ve formě, intenzitě i explicitnosti persvaze je dán již samotným typem periodika. Zjednodušeně lze říci, že v tomto ohledu nejnápadnější rozdíl existuje mezi publicistikou seriózní a publicistikou bulvární.“⁸⁹ Módní časopisy se dají dělit hned na několik typů, od těch bulvárnějších až po velmi seriózní a prestižní výtisky. Pro tuto práci jsem vybrala top magazíny pro vyšší vrstvu společnosti, tedy s publicistikou seriózní, ve které bude persvaze zastupována jinými jazykovými prostředky než u publicistiky bulvární. Mohu tedy s jistotou konstatovat, že například vulgarismy v těchto módních magazínech se nevyskytují.

Jaklová se též zmiňuje o slovotvorných prostředcích v publicistických textech. Řadí do nich odvozeniny utvořené podle některého sufixálního modelu, neologická kompozita a také výrazy s neobvyklým posunem významu. Tvrdí o nich, že jejich frekvence v těchto textech není vysoká. Na druhé straně musím dodat, že především v anglických magazínech (v největší míře zastoupených časopisem *Company magazine*) se tyto slovotvorné prostředky vyskytují velmi často. Dávají tím najevo především modernost. Použitím neologismů se snaží být „v módě“ se svými čtenáři, články jsou díky této slovotvorbě barvitě, zábavné, snadno čitelné a velmi čtivé. Dále bych chtěla upozornit, že zvláště *Company magazine*, hojně využívá ve svých člancích zkratky. To co je dále též typické, a Jaklová se o těchto typičnostech také zmiňuje, jsou právě lexikální prostředky. Říká o nich, že nejčastějšími lexikálními prvky persvazivní funkce v publicistických textech jsou hodnotící adjektiva či adverbia. Expresivitu textu může také podpořit nespisovný jazyk. Kraus ve svém článku „Nápaditá studie o reklamní češtině“, *Naše řeč*, uvádí recenzi na jednu knihu, ve které dodává, že se zde vyskytuje velký počet podstatných jmen, také se shoduje s Jaklovou, jelikož má stejný

⁸⁹ Alena JAKLOVÁ, *Opus. cit.*, s. 171.

názor na užívání hodnotících přídavných jmen a jako jediný ještě dodává důležitost číslovk.⁹⁰

Posledním dodatkem Jaklové, který se týká persvaze, je následující citace: „Mezi jazykovými prostředky stimulující persvazivní funkci je nutno uvést také nejrůznější výrazy exkluzivní (například lexikální výpůjčky z cizích jazyků, které slouží ke zvýšení autentičnosti publicistického textu a svou sémantikou sugerují pozitivní, nebo negativní hodnocení), postojové výrazy nebo celé výpovědi, které doplňují věcnou informaci obsaženou v textu o subjektivní prvek, a různé typy apelů.“⁹¹ V módních člancích jde právě především o vychválení daného trendu, výrobku či stylu do takové míry, aby se z něho stal masivní „boom“, lidé se jím řídili a podle daného trendu, značky nebo stylu se také oblékali. Cíl však není vtisknout čtenářům módních časopisů jen jeden styl či trend, ba naopak, co měsíc či sezónu ho změnit, a to nejlépe od základů, aby recipient, nazveme-li ho i konzumentem módy, zanechal odívání svého dosavadního oblečení a pořídil si oblečení nové. Záměr je tedy vyčerpat čtenářovi finance na nákup nových modelů, aby byl někým lepším, novým, dokonalým, jak uvádějí módní články.

3.6.1.1 Reklamní persvaze

O persvazi nepíše jenom Jaklová, ale i Pravdová a jiní autoři zajímavých článků, uveřejněných v lingvistickém časopise *Naše řeč*. Pravdová se zabývá persvazí především v reklamě, a to ve svém článku *K povaze reklamního diskurzu*, uveřejněným v časopise *Naše řeč*. Pokládá si zde otázku, jaká lingvistická a komunikační kritéria lze užít pro vymezení a systematizaci reklamy. Hned vzápětí na ni odpovídá z pohledu lingvisty, který ji definuje jako: „veřejné neosobní sdělování [...], zaměřené na šíření informací s cílem dosáhnout dlouhodobé nebo trvalé změny povědomí adresátů nebo ovlivnit dlouhodobě jejich postoje a chování [...], a to s využitím kanálů (především

⁹⁰ Alena JAKLOVÁ, *Opus. cit.*, s. 172 – 174; Jiří KRAUS, Nápaditá studie o reklamní češtině, *Naše řeč*, 2007, roč. 90, č. 3, s. 149.

⁹¹ Alena JAKLOVÁ, *Opus. cit.*, s. 175.

médií), které si příslušná firma zjevně platí.“⁹² Tato lingvistická definice reklamy (nejenom lingvistická, ale i jiné), bere reklamu jako neosobní typ komunikace.

Pravdová rozděluje hned několik etap reklamy, které mají za cíl:⁹³

- 1) Přilákání pozornosti
- 2) Vzbuzení zájmu
- 3) Vyvolání touhy
- 4) Vedení k činu

Cílem těchto čtyř bodů je co nejvyšší účinnost persvaze; především aby si čtenář koupil dané zboží, o kterém reklama pojednává; v lepším případě, aby si zapamatoval i značku nabízeného zboží.

Dalším důležitým bodem persvaze, který řeší Pravdová, je tento: „Pro průběh reklamní komunikace z hlediska komunikačních partnerů je příznačný interpersonální charakter. Pro produktora reklamního sdělení je důležitá znalost perspektivy recipienta, přičemž nejde jen o znalost adresátových skutečných potřeb, ale především o to, jak v něm požadované potřeby teprve vyvolat. Reklama má od počátku jasný komunikační záměr a „odpovědí“ adresáta, jeho postoj, rozhodování, chování – do jaké míry se nechá reklamním sdělením přesvědčit nebo ovlivnit.“⁹⁴ Dále Pravdová uvádí, že „reklama neprodává jen výrobky, ale také nové postoje a hodnoty, nový životní styl“⁹⁵ Reklama též vytváří iluzi, v podobě skutečnosti, že všechno co nabízí je krásné a dokonalé, a také že díky koupi dané věci, bude zákazníkům život lepší, ne-li perfektní. Pravdová dále dodává, že k oblíbenosti a prodeji značky přispívá atraktivnost a reklamní sdělení (tedy persvazivní komunikace) o dané značce. Reklama se tedy masivně snaží působit na své čtenáře módních časopisů, ale dělá to velmi skrytě, neboť jejím cílem je, aby si čtenář myslel, že zrovna daná reklama je určena právě pro „něj“; jakoby mu byla „šitá na míru.“ Každému se líbí něco jiného a reklama se právě snaží naleznout společný prvek,

⁹² Markéta PRAVDOVÁ, K povaze reklamního diskurzu, *Naše řeč*, 2002, roč. 85, č. 4, s. 177 – 178.

⁹³ Markéta PRAVDOVÁ, *Opus.cit.*, s. 178, 180

⁹⁴ Markéta PRAVDOVÁ, *Opus.cit.*, s. 178-181.

⁹⁵ Markéta PRAVDOVÁ, *Opus.cit.*, s. 178-181.

kterým by zapůsobila na cílové recipienty. Už jen nepřímý fakt, že veškerý obsah módních časopisů tvoří vlastně jenom reklama; reklama na všechno, a to velmi draze placená reklama. Málokdy si módní časopisy mohou vybírat zboží, které chtějí nabízet. Většinou fungují tak, že módním časopisům je dáno mnoho módních trendů, doplňků atd. a jejich cílem je co nejvíce, nejlépe a nejvýstižněji je „prodat“, tj. vytvořit jim takovou „reklamu“, která by ve svých čtenářích zbudila vášeň a touhu, aby si daný „model“ koupili, nebo si alternativně pořídili „model“ jemu podobný.

Zajímavým postřehem z článku Pravdové je i následující citace: „Reklama musí počítat i s tím, že vnímatel není zpravidla primárně naladěn na její vnímání. [...] Reklama užívá široké škály jazykových prostředků k vyjádření 2. osoby – v titulcích, osloveních a celém textu vůbec.“⁹⁶ V módních magazínech je reklama nejčastěji vyjádřena provokativně, ať už kompozicí fotografie, texty či barvami. Často se stává, že čtenáři módních magazínů si náhodně vybírají různé magazíny, které si chtějí zakoupit. Většina z nás má jen malou chvíli na rozhodnutí mezi desítkami časopisů, a tak prolistujeme v krátkosti magazin, a právě reklamy, které nás nejvíce zaujmou, rozhodují o potencionální koupi magazínu. Zjednodušeně řečeno, reklama je to, co se nám na módních časopisech líbí nejvíce, protože poukazuje na novinky a nadcházející trendy. Módní časopisy si většina čtenářů vybírá tedy podle nejlepších reklam, grafických provedení, inovativních nadpisů článků a dokonale zpracovaných módních fotografií atd.

„Styl reklamního sdělování se ovšem od šedesátých let vyvíjel a zvláště v letech devadesátých prošel velkými změnami. Zdá se, že dnešní reklama nemá zapotřebí recipienty informovat, jejím jediným cílem je účinek, persvaze.“⁹⁷ Což se právě stává jistým opakem dob minulých, například jak již bylo zmíněno v podkapitole o magazínu *ELLE*, jedny z prvních vydání *ELLE* se zabývaly například přešíváním šatů, aby v poválečné době mohly ženy vypadat dle poslední módy. Dnes se taková témata typu DIY (*do it yourself*, v překladu „udělej si sám“) neřeší, ba naopak popírají se. Proč by se někdo měl zajímat o recyklaci oblečení? To by bylo však bylo v rozporu se vším doposud zmíněným. Cílem reklamy a persvaze je v podstatě začarovaný kruh. Vlastnit

⁹⁶ Markéta PRAVDOVÁ, *Opus.cit.*, s. 183.

⁹⁷ Markéta PRAVDOVÁ, *Opus.cit.*, s. 185.

něco, zbavit se toho v co nejkratší době na úkor něčeho nového a lepšího; po krátkém čase se tento koloběh neustále opakuje.

Na závěr této kapitoly používá Pravdová ve svém článku i citaci od Johna Salmona (celoživotního pracovníka v oblasti reklamy), který říká, že: „Skutečně účinná reklama je o myšlenkách a vizuální představivosti; slova jsou potřebná k formulaci myšlenek, které budou lidi motivovat. Myšlenky neexistují, dokud je někdo nezformuluje do slov.“⁹⁸

⁹⁸ Markéta PRAVDOVÁ, *Opus.cit.*, s. 185.

4. Vlastní analýza

4.1 Specifikace módních magazínů

Pro tuto práci jsem si vybrala několik čísel španělské *ELLE*, a to tyto vydání: **červnové** (číslo 321), **červencové** (číslo 322) a **srpnové** (číslo 323) z roku 2013, dále jsem si na přelomu srpna a září zakoupila speciální vydání *ELLE FASHION BOOK* podzim / zima 2013-14. Jelikož Anglie udává celosvětové trendy a přichází s nimi jako první, dá se říci že je před ostatními zeměmi v módě o krok „napřed“, a tak jsem se studiem terminologie již začala od dubnové *ELLE* 2013, dále jsem pracovala se **srpnovým** (2013) a lednovým (2014) vydáním Britské *ELLE UK*. Českou *ELLE* již několikátým rokem odebírám, a tak jsem prostudovala celoroční vydání a zaměřila se především **na letní čísla**, která jsem označila napříč výčtem magazínů tučně, aby bylo patrné, že největší počet termínů pochází právě z letních vydání magazínů.

Dále jsem pracovala s těmito vydáními španělského *GRAZIA* España – číslo 017 – **červen**, číslo 020 – **červen** a číslo 042 – listopad, všechny rok 2013. Z anglického vydání *GRAZIA* jsem měla k dispozici tato čísla - duben, **červenec** a prosinec 2013.

Z britského *Company magazine* jsem využila tato vydání – speciální edici *HIGH-STREET EDIT* jaro/léto 2013, dále duben, květen, **srpen**, (2013) a leden 2014 + speciální edice *HIGH-STREET EDIT* leden 2014.

4.2 Vstupní analýza sebraného vzorku módní terminologie

Z výše zmíněných vydání jsem pro tuto práci sesbírala více jak 1000 slov, tvořící pojmenování módního oblečení, a to zahrnující všechny části oblečení. Od módních doplňků, kabelek, triček, sukní, kalhot až po obuv. Sebraný vzorek termínů jsem rozdělila přesněji do 15 kategorií s některými podkategoriemi:

- 1) Módní doplňky – šperky, pásky, šátky, hodinky, peněženky
- 2) Typy brýlí - sluneční, dioptrické
- 3) Pokrývky hlavy – čepice, klobouky, kšiltovky
- 4) Kabelky – tašky, kabelky, psaníčka, batohy
- 5) Trička – halenky, košile, tuniky, kimona, roláky
- 6) Vesty, svetry a mikiny
- 7) Bundy – saka, kabáty
- 8) Kalhoty – legíny, džíny
- 9) Overaly – laclové kalhoty
- 10) Obleky
- 11) Krat'asy
- 12) Plavky
- 13) Šaty
- 14) Sukně
- 15) Boty – sandály, tenisky, kozačky atd.

Ze sebraných termínů ze španělských, anglických a českých módních magazínů, jsem vytvořila seznam ekvivalentů jednoho termínu ve třech jazycích. Na základě tohoto autentického seznamu termínů bych chtěla demonstrovat výše zmíněnou teorii a převést ji tak do praktické části a také názorně ukázat tendence neologismů v jazyce módy. Kompletní seznam je přiložený v příloze. Je důležité zmínit, že termíny, které tento seznam obsahuje, jsou sebrány ze všech stránek magazínů, tedy i z úvodníku, vyjma reklamních stránek parfémů či jiných typů jednostranných či dvoustranných reklam. Termíny pocházejí především z módních *photo story*, kde doplňují například fotografii o popis daného kusu oděvu s názvem značky a cenou. Další termíny jsou sebrány z kontextů módních článků atd. Tučně vyznačené termíny jsou ekvivalenty, které jsou v některých částech seznamu dopsány, aby bylo patrné, že zde není lakuna; tedy že daný termín existuje, jenom se nevyskytl ve výše zmíněných magazínech. Dále je potřeba zmínit, že některé časopisy uvádějí trendy až s několika měsíčním zpožděním; terminologie daného trendu se liší se zemí, ve které jsou módní magazíny vydávány. Jako zajímavost bych chtěla uvést vydání britské a české *ELLE*, ve které se naprosto shodovala titulní strana s tím, že v britské originální verzi tento výtisk byl vydán v dubnu 2013, a tatáž titulní strana se objevila v české *ELLE* až v červenci 2013. Obsahově byly tyto dva výtisky v podstatě totožné. Fotografie tohoto zajímavého příkladu s titulními stranami přikládám též v příloze. Je tedy jasné, že termíny sebrané z posledních magazínů z mého sběrného období nemusí mít ekvivalenty ve všech třech jazycích, díky výše zmíněnému a vysvětlenému tzv. internacionálnímu zpoždění (někdy totiž neexistují, jindy se zase v daném vydání magazínu neobjevily, ale přesto existují).

4.2.1. Anglický jazyk a jeho role

Podíváme-li se na výše detailně popsaný vzorek z módních magazínů, na první pohled je patrné, že angličtina jednoznačně udává trendy nejen módní, ale i terminologické. Jako jediná obsahuje v porovnání s češtinou a španělštinou největší možný počet pojmenování módního oblečení a v podstatě částí oblečení, tj. názvů. Angličtina se přímo specializuje na rozmanitá pojmenování. Velmi dobře je tento jev patrný v sekci číslo 4 – obsahující typy kabelek, kde se angličtina neopakuje jako španělština se svým termínem *bolso*, též není „chudá“ jako čeština, která používá

v zásadě pouze dvě pojmenování *taška, kabelka*. Angličtina je natolik explicitní, že využívá jak kompozit (někdy je oddělení několika slov provedeno pomocí čárky), tak i předpon, přípon atd. Angličtina se do svého pojmenování jednoznačně snaží obsáhnout veškeré slova popisující daný kus oděvu, snaží si vytvořit co nejuvýstižnější slovo, které by zároveň přesně odpovídalo danému oblečení, bylo libozvučné a snadno se používalo. K této tvorbě je zapotřebí brilantně vybraných adjektiv, tj. variabilních adjektiv, málo se opakujících adjektiv, která určují vlastnosti daného oděvu. Také je zde typická pasivizace, a to díky přidání anglické koncovky *-ed*, a to v následujících příkladech *oversized sunglasses, printed rafia clutch, fringed kimono, beaded top, embroidered top, a pair of high-waisted trousers, snow washed jeans, ripped jeans, stretch-twill tapered trousers, skinny and akwardly-cropped trousers, high-waisted pencil skirt, open-sided skirt* a také *heeled ankle boots*. U většiny těchto výše zmíněných příkladů je neologismus vytvořen pomocí kompozice, která je oddělena pomlčkou. Jedná se většinou o kompozici dvou adjektiv.

Nejvyskytovanějšími předponami jsou na první pohled napříč jazyky předpony *mini-*, *maxi-* a také předpona *super-*. Anglický jazyk též disponuje neuvěřitelně bohatou slovní zásobou v oblasti obuvi, což je patrné v poslední sekci číslo 15. Zkratky, odvozeniny a zdobněliny jsou viditelné pouze u anglického jazyka. Na první pohled je to patrné v sekci 2 – v příkladech *sunnies* (z originálu *sunglasses*), *glasses* (vychází z kompozita *sunglasses*, které označuje nejenom brýle sluneční, ale i dioptrické), *tee* (zkratka ze slova *t-shirt*), *cardie* (ze slova *cardigan*), *trench* (ze slova *trenchcoat*), *tux* (ze slova *tuxedo*), *sneaks* (ze slova *sneakers*) a posledním příkladem je zkratka *OKB* označující typ boty – tedy *over knee boots* – vysoké kozačky nad kolena.,

Angličtina si tedy jednoznačně vytváří svoji vlastní slovní zásobu v oblasti módy, vytváří si svá specifická pojmenování módního světa, a španělština s češtinou ji mohou jen následovat, tedy kopírovat; někdy zdárně jindy nikoliv. Největší vliv je patrný na výpůjčkách, kalcích a neologismech, které právě ve španělském a českém jazyce pocházejí z jazyka anglického.

4.2.2 Španělský jazyk a jeho role

Na španělštině je v seznamu termínů patrné, že obsahově hlavní termín si převede do svého jazyka, například slovo *bolso*, ale specifikaci daného slova již ponechá angličtině – například *bolso – satchel / tote / clutch*. V největší části vytváření módního pojmenování používá kompozici, viz. příklad slova *bolso*. Pro španělštinu je typická jednoduchá slovní zásoba z oblasti módy, označující kusy oděvu, která se skládá z následujících 7 základních slov: *bolso, camisa, chaqueta, pantalón, vestido, falda a botas*. Tato slova se pak následně specifikují, a tím pádem si z největší části slovotvorby vytvářejí kompozita. Ve španělském jazyce převládají dvouslovná kompozita nad jednoslovnými. Španělština se tedy nesnaží ani pojmenovat celou škálu, kterou zaujímá módní terminologie; v jejím podání jsou popisky poněkud nezáživné, uvážíme-li stránku módního časopisu ve kterém se hovoří o nejnovějším trendu typů kabelek, a ve španělských popiscích se pokaždé vyskytne počáteční slovo *bolso*, někdy definované *bolso de deporte, bolso en rafia, bolsa de viaje* na rozdíl od anglického *satchel, tote, shopping bag, clutch* atd. Pokud se španělština snaží přiblížit anglickému trendu variability termínů, i zde je však patrné jisté selhání. V tendenci vytvořit podobný termín se španělština pokouší o základní pojmenování s přidáním velmi dlouhého popisu, který by charakterizoval daný model. Není ani zapotřebí daný model popsat z hlediska barvy nebo materiálu, který je na první pohled z daných *photo story* či fotografií vidět. Z mého seznamu je patrné jediné zdárné východisko, a to použití výpůjček, které španělský jazyk někdy označuje v uvozovkách, závorkách, jindy v kurzívě a někdy zde označení není vůbec žádné.

V jedné zajímavé studii o prestižním časopisu *Vogue*, která se zabývala výpůjčkami z angličtiny, které analyzovala pouze v jednom čísle tohoto magazínu, vyšla podkapitola týkající se právě tématu *préstamo mercado*, tj. graficky označených výpůjček pomocí uvozovek, různých typů závorek či kurzívy. S tímto jevem jsem se při samotném sběru módní terminologie setkala častokrát. Kdybych bývala věděla dříve, že tato práce existuje, rozhodně bych termíny, které byly takto označeny, zanesla do seznamu sebraných módních slov i s jejich uvozovkami, závorkami či kurzívou. Jediné, co se v mém vzorku objevilo, jako příklad z této kategorie, jsou následující slova: *bolso “clutch” en rafia, ‘cropped tops’, cazadora ‘biker’, cazadora ‘bomber’, “shorts” negros troquelados con bolsillos laterales, zapatillas con suela blanca z „print“ salvaje...* Právě

takto se ve španělských módních časopisech označují výpůjčky, především z angličtiny, a dle těchto grafických ukazatelů se i snadno vyhledávají. Nejtypičtější jsou tedy dvojité uvozovky nahoře, jednoduché uvozovky nahoře či uvozovky nahoře a dole. Dalším poznávacím znamením, jak vyhledat výpůjčky, jsou právě slova psaná kurzívou. V celém seznamu jsem našla pouze jedinou poznámku o kurzívě, která mě též zaujala, a to u slova *shorts*. Ostatně slovo *kratásy* ve španělštině je jediným příkladem z mého vzorku, u kterého se vyskytují jak uvozovky, kurzíva, tak i nulové označení. Všechny tyto grafické prvky ukazují právě to, že slovo v nich označené je cizího původu a jedná se ve většině případů právě o výpůjčku – ať už ponechanou v originální formě jako anglicismus, nebo částečně přizpůsobenou.

(1) **shorts (kurzívou)** odpovídají též *pantalones cortos*, vycházející z anglického *shorts*; český ekvivalent tvoří slova *šortky* nebo *kratásy*

(2) „**shorts**“ (v **uvozovkách**) *negros troquelados con bolsillos laterales* odpovídají anglickému *lace shorts*; český ekvivalent nebyl v módních magazínech zmíněn, nejedná se ale o lakunu, jelikož termín existuje – *krajkové šortky*

(3) **shorts (bez označení)** *vaqueros* odpovídají *denim shorts*, v českém ekvivalentu *džínové šortky*

(4) **(dvojité závorky)**

Na těchto třech příkladech je ve španělském jazyce patrná výpůjčka z anglického jazyka, a to slovo *shorts*, které se vyskytlo v módních magazínech jak v kurzívě, tak s uvozovkami či bez. Jedná se přímo o anglicismus. Poslední typ, který jsem bohužel nezaznamenala, jsou právě závorky, především dvojité hranaté, které se v zahraničních časopisech používají místo uvozovek v přímé řeči. Označení přímé řeči však není jejich jediná funkce, též se používají k označení výpůjček a mají stejný status jako kurzíva či uvozovky. V textu jsem se s nimi setkala hned několikrát, a to při samotné četbě módních článků, bohužel jsem je nezaznamenala, abych je mohla posléze uvést do příkladu číslo (4) obsahující právě například slovo *shorts* ve dvojitých závorkách, které by se v textu vyskytlo takto: <<shorts>> nebo <shorts>. Závorky se nejčastěji vyskytují v delších člancích o módě, uvozovky v popisích módních kousků oblečení,

nejčastěji ve *photo story* či kolážích, kurzíva je pak nejčastější v nadpisech a titulcích či úryvcích. Je však samozřejmé, že výpůjčka se může vyskytnout jak v kurzívě nebo závorkách či uvozovkách. Tyto grafické ukazatele se mohou s každou stránkou měnit, záleží také na typu magazínu, například *ELLE* používá více závorcky a kurzívu, naopak *GRAZIA* zase uvozovky.

4.2.3 Český jazyk a jeho role

Čeština je na první pohled strohá, dokonce více než španělština, takže zaujímá poslední příčku v originalitě a tvorbě pojmenování módní reality. Jako španělština má i čeština své základní názvy jako *brýle, klobouk, taška / kabelka, tričko / košile, svetr, bunda, kalhoty, šaty, sukně*, avšak jediná kategorie, ve které je český jazyk schopen explicitnějšího a variabilnějšího pojmenování, jsou právě *boty*. Boty jsou z velké části inspirovány anglickým jazykem, avšak stále je anglická slovní zásoba rozmanitější než jen použitím univerzálního slova *boty*. V popiscích se většinou uvádí jen část oděvu, která je vyjádřena výše zmíněnými slovy, pro oživení a především díky internacionalizaci magazínů též čeština používá anglicismy a výpůjčky pro specifikaci daného modelu. Španělská i česká módní terminologie je velmi jednoduchá, v porovnání s anglickou terminologií obsahuje velmi málo specifických termínů. České názvy tvoří jakousi „těžkopádnou“ variantu, avšak teprve kombinace češtiny a angličtiny může název termínu odlehčit. Češtinu zachraňuje v atraktivnosti pojmenování kusů oblečení právě jen angličtina, o kterou se může čeština tzv. řádně opřít. Pokud španělština byla v popiscích strohá, čeština však umí být ještě strožší, někdy totiž neuvede ani název kusu oblečení, ale rovnou jen značku a cenu. K uzavření této vstupní analýzy bych zhodnotila angličtinu jako jazyk, který obsahuje velkou variabilitu pojmenování módních kusů oblečení.

Z prvopočátku jsem se soustředila jen na samotný název kusu oblečení, posléze mě ale zaujala i samotná charakteristika, kdy samotný název doplňují ještě další členy a při dokončování sběru jsem si začala všimnout i charakteristických závorek, uvozovek, kurzív, díky kterým se označují cizí slova v jazyce.

4.2.4 Analýza patnácti kategorií

V této podkapitole představuji výsledky analýzy patnácti kategorií, ve kterých bych chtěla vyzdvihnout nejdůležitější prvky a především rozdíly. Každá kategorie je něčím specifická, a právě proto bych nechtěla vytvořit analýzu z celého vzorku, ale právě z částí toho vzorku. Ráda bych také okomentovala některé prvky, které jsou nejvýraznější z každé části vzorku. Posléze svou analýzu budu směřovat na konečné shrnutí počtu výskytů výpůjček, kalků, neologismů, zkratk atd., které v průběhu analýzy částí vzorku již budu okrajově zmiňovat. V samotném závěru vlastní analýzy se zamyslím nad nejpoužívanější strategií v oblasti neologie a pokusím se také shrnout, proč tomu tak je.

4.2.4.1 První sekce – módní doplňky

Analýza první sekce bude velmi krátká, týká se doplňků a šperků. Jak je na první pohled vidět, všechny tři jazyky mají vlastní slovní zásobu pro tuto sekci, která vychází z dávného pojmenování těchto doplňků a není zde žádné přejímání. Španělština obsahuje v celé první sekci celkově 8 kategorií, ve kterých mají 4 termíny dvě varianty. 2 varianty se vyskytují u těchto následujících slov:

(1) <i>Pulsera, brazalete</i>	<i>bracelest, bangles</i>	(náramek)
(2) <i>Monedero, cartera</i>	<i>purse, wallet</i>	(peněženka)
(3) <i>Collar, gargantilla</i>	<i>necklace, chain</i>	(náhrdelník, řetízek)
(4) <i>Pañuelo, fulares</i>	(scarf)	šála, šátek
(5) <i>Pendientes, maxiaros</i>	(earrings)	(náušnice)

V angličtině se vyskytly tytéž ekvivalenty, tedy 8 odpovídajících termínů, kde 3 slova mají dvě varianty, tuto skutečnost jsem zanesla to výše zmíněných příkladů. Český jazyk obsahuje všech 8 paralel, které jsem našla v módních časopisech, ve dvou případech obsahuje jeden termín dvě varianty. Španělština je tedy v tomto daném

případě explicitnější se slovní zásobou doplňků, a to v poměru termínů 13 (esp) – 11 (eng) – 9 (cz).

4.2.4.2 Druhá sekce – typy brýlí

Druhá sekce zabývající se brýlemi je charakteristická tím, že španělština má pro slovo brýle svůj termín *gafas*, a k popsání specifikuje toto slovo pomocí výpůjčky. Klasické brýle jsou *gafas*, sluneční brýle se pak nazývají *gafas de sol*. Ke slunečním brýlím přidá španělština ještě popisek vzhledu či vlastnosti těchto brýlí, aby vyjádřila daný typ – například *gafas de sol tipo aviador con montura metálica*. Angličtina však dokáže vyjádřit různé typy jen jedním slovem – například *glasses, aviators, shades, frames*. Čeština se částečně chová jako španělština, protože se snaží daný typ brýlí definovat adjektivem – například *brýle typu aviador, zrcadlové brýle, plastové brýle, sluneční / dioptrické brýle*. V češtině je tedy patrná juxtaopozice pomocí spojení adjektiva s podstatným jménem pro vyjádření typu brýlí.

Španělština vyjadřuje typy brýlí kompozicemi, angličtina má své specifické termíny a čeština se opět snaží termín popsat pomocí kompozice ADJ + S. Na první pohled 6x opakující se počátek termínu *gafas (de ...)*, v angličtině jistá variabilita *sunnies, glases, aviator, shades, funglasses, statement frames*, v češtině pak varianty popisu *brýlí (velké, maxi, zrcadlové, plastové, černé, sluneční či dioptrické brýle)*. Čeština svou slovní zásobou dokáže jeden termín popsat i třemi ekvivalenty; například:

(6) *gafas de sol tipo aviador [...]* - *aviators - pilotky, brýle typu aviator*

(7) *Gafas de sol XL - oversized sunglasses - velké / maxi / oversize brýle*

(8) *x - acetate sunglasses - plastové brýle / obroučky / obruby / rámečky*

V této kategorii je patrná kompozice pomocí synapse s předložkou *de (gafas de sol [...], gafas de pasta)*. Španělština tedy používá 1 termín, angličtina 6 termínů a čeština pouze také 1. Ve druhé sekci je angličtina opět explicitnější, avšak čeština dokáže vytvořit několik variant popisu jednoho termínu, a tak je celkový počet nalezených ekvivalentů 7 (esp) – 9 (eng) – 16 (cz).

4.2.4.3 Třetí sekce – pokrývky hlavy

Třetí sekce popisující pokrývky hlavy je zajímavá tím, že naopak angličtina si vystačí s dvěma názvy, a to *cap* a *hat*, ke kterým přiřadí určující adjektivum, které mění typy pokrývky hlavy; především se změni materiály (slaměný, plstěný, kovbojský klobouk, kšiltovka či čepice). Angličtina nejčastěji používá složeniny například (*boho+hat*, kde *boho* vychází ze slova *bohemian* (bohémský), *sun+hat*). Český jazyk využívá nejčastěji juxta pozici ADJ + S (například *kovbojský / slaměný / bohémský / plstěný klobouk*). Španělština je v této sekci nejexplicitnější, co se týče odlišných názvů, a to s termíny *gorra*, *borsalino*, *visera*, *sombrero*. Pro specifikaci typu používá španělština *sombrero tipo* + popis klobouku / nebo název materiálu. Celkově má španělština 4 termíny, angličtina 2 a čeština také 2. V poměru nalezených ekvivalentů a způsobu vyjádření je poměr 7 (esp) – 4 (eng) – 6 (cz).

4.2.4.4 Čtvrtá sekce – kabelky

Větší rozdíly již nalezneme v sekci čtyři, která je velmi výrazná, jelikož se zabývá variabilitou pojmenování různých typů kabelek. Španělština ze 17 nalezených výskytů použije v 11 výskytech slovo *bolso*, tedy ve více jak 64%; opět je zde výrazná kompozice pomocí juxta pozice, a to S + S (*bolso satchel*, *bolso tote*, *bolso "clutch"*, *bolso sobre*), S + A (*bolso modelo „cabo“ en color teja*), A + S (*maxibolso*) a také se zde objevuje i kompozice pomocí synapse s předložkami *de* (*bolso de deporte*, *bolsa de viaje*), *en* (*bolso en rafia*) a s předložkou *a* (*bolso a juego*). Zajímavý je i příklad *bolso estilo saco*, kde je předložka *de* (*bolso de estilo saco*) vynechána. Mimo označení *bolso* zde ještě nalezneme označení *bandolera*, *bag*, *bolsa*, *petate*, *limonsera*, *mochila*. Angličtina v této sekci používá kompozita pomocí kontrapozice, která jsou ve většině případů oddělená pomlčkou. V kontrapozici se nejdříve vyskytne hodnotící nebo určující adjektivum, či dvě a více adjektiv, a následně až označovaný prvek. Například *printed rafia clutch*, *clutch bag*, *'it bag'*, *statement bag*, *cane-handle bag*, *tassle / fringed bag*, *cross body bag*, *shoulder bag*, *Chanel bag*. V těchto případech je název kusu doplňku uveden ve finální pozici a jeho specifikace pomocí adjektiv se umisťuje

před ním. V anglickém jazyce se tedy pro rozlišení kabelek používá specifikace se slovy *satchel*, *tote*, *clutch*, *shopper*, *bag*, *backpack*, *rucksak*. Někdy se využívá pouze jedna část kompozita, a to slovo jako: *shopper* označující *shopper bag*, *satchel* označující *satchel bag* a *tote* označující *tote bag*. Zajímavý je i nulový nalezený ekvivalent mezi termíny *bolsa de viaje* – *x* – *cestovní taška*. Samozřejmě, že zde není lakuna, ba naopak, tyto termíny existují, jsou jimi *travelling bag* a velmi zajímavé a módní slovo (neologismus) *overnighter*, které se v češtině ani španělštině nepoužívá, ale v anglickém jazyce je v současné době jistým fenoménem. Pokud bychom chtěli tento termín přeložit, nebylo by to zrovna nejlepší a nejjednodušší řešení, protože doslovný překlad by nebyl přijatelný. Nedokáží si představit, že by se o „ouvrnajturu“ hovořilo jako o „tašce na jednu noc“, či „přespávací tašce“. Její anglický neologismus je naprosto perfektní, jelikož vystihuje materiál a velikost dané tašky, která není cestovní, ale ani to není kabelka. Je to taška, která může být z různých materiálů, avšak pevných, aby se mohla použít například na víkend strávený mimo domov. Tento termín bych označila jako vysoce originálním neologismem v současném jazyce módy.

Podíváme-li se na českou variantu, ve většině případů nalezneme kompozici pomocí juxtapozice (*sportovní / slaměná / plážová / velká / maxi /cestovní taška* nebo *kabelka*). Zajímavé je také pozorovat výpůjčku na příkladu *ruksak* z anglického *rucksak*. Anglicismus je patrný u slova *tote*, podobná výpůjčka je u slov *satchel* a *Chanel bag*, která se do češtiny překládají jako *satchelka* a *Chanelka*. Velmi zajímavým prvkem je i neologismus v podobě jakéhosi pojmenování kabelky slovem ‚*it bag*‘, která se v angličtině označuje jako *statement bag*, nebo také v angličtině či španělštině jako *it bag*. Termínem „ta kabelka“ se označuje nejmódnější kousek, který je celosvětově známý a řadí se jako nejlepší kabelka roku. Pro upřesnění, slovem *it bag* se myslí (doufám, že při tvorbě této práce to ještě stále platí) kabelka roku 2013, kterou byla zvolena *Céline luggage tote*. Druhé významné slovo v módním světě, které mě zaujalo je po *overnightru* i slovo *statement*, které se v kontextu naší práce vyskytuje v příkladu *statement bag* = *it bag*. Dalo by se říci, že slovo *statement* + dané substantivum, funguje s jakoukoliv kategorií. Nejčastěji se dozvídám v módních časopisech o *statement necklace*, *statement shoes*, *statement earrings*. Slovo *statement* je novodobým neologismem pro již upadající frázi *must-have* nebo *in*. Pokud milovník módy vlastní módní kus oděvu či doplňku, který je označen slovem *statement*, vždy se pak jedná o ikonický kus, který je jedinečný a upoutá pozornost. Jako *overnighter*, je i *statement*

bag / necklace / earrings / shoes vyčnívající prvek daného *outfitu*. Právě také toto slovo nemá definici, nedá se doslovně přeložit; každý, kdo vnímá módu a její poslední trendy však s jistotou ví, co tento výraz znamená, co definuje a jak na první pohled poznat *statement* doplňky či oděvy.

Vrátím-li se k závěrečnému hodnocení termínů, ve španělském jazyce se vyskytnou 7x, v anglickém jazyce 13x a v českém jazyce pouze 6x. Poměr nalezených ekvivalentů je následovný: 18 (esp) – 16 (eng) – 18 (cz).

4.2.4.5 Pátá sekce – trička

Pátou sekci tvoří dohromady sběr terminologie triček, košil, halenek a blůzek. Jako i u kategorie předešlé i zde španělština vychází ze základního pojmenování *camisa*, *camiseta*, *blusa*. Opět je zde viditelná kompozice pomocí synapse s předložkou *de* (*camisa de cuadros*, *camisa de seda estampada*, *camiseta de manga corta con rayas marineras*, *chaqueta de estilo oriental*) a s předložkou *con* (*camisa con estampado de cuadro*). Zajímavé jsou tyto příklady:

(9) *camisa de cuadros / con estampado de cuadro*, *camiseta grung - x - kostkovaná košile*, *grungeová košile*

(10) *camiseta de manga corta con rayas marineras - stripe top - námořnické tričko*, *pruhované námořnické tričko*

V příkladu číslo (9) je patrné popsání dané košile třemi způsoby – pomocí vzoru (*de cuadros*), potisku (*con estampado de cuadros*), či hudebního stylu grunge. Příklad číslo (10) též poukazuje na dlouhý popisek anglicky jednoduše vyjádřeného *stripe top*, kde španělský jazyk možná i komplikovaně popisuje – střih trička (*de manga corta*), vzor (*de rayas*) a barvy (*marineras*).

Ze sebraných výrazů mě dále zaujaly tyto termíny:

(11) *polo - polo shirt - polo tričko, tričko s límečkem*

(12) *top - top - top*

(13) *top crop, 'cropped tops', camiseta cortada, camisas micro - crop top / shirt - crop top*

Na těchto termínech vidíme anglicismy, kalky a výpůjčky vytvořené kompozicí. Naprosto čistý anglicismus se vyskytuje v příkladu (12), další anglicismy se vyskytují v příkladech (11) a (13). Na příkladu číslo (13) je viditelná přizpůsobitelnost cizího termínu v jazyce, kde samozřejmě španělština používá originální kalk z angličtiny *top crop*, graficky označenou výpůjčku *'cropped tops'*, ale také se snaží si tento termín přiblížit popisem *camiseta cortada, camisas micro*. Čeština v tomto případě jednoznačně používá anglicismus *crop top*.

Podívejme se také na následující příklady:

(14) *blusa estampada - x - halenka, blůza*

(15) *blusón estampado - tunic top, tunic, loose fit shirt - tunika*

(16) *chaqueta kimono / de estilo oriental, quimono oriental - fringed kimono - kimono*

Na těchto příkladech je vidět z hlediska českého jazyka tři různé střihy svršku – volnou halenku, či blůzu z jemných materiálů, tuniku, která je ještě delší a volnější než halenka a kimono, které je výrazné svými rukávy, zavazováním a délkou. V češtině tedy 3 termíny se 4 variantami, v angličtině 2 termíny, které se autenticky vyskytly v textech, ale se 4 variantami a španělština použije kompozici *blusa, blusón, chaqueta + specifikace*.

Angličtina v této sekci používá velmi variabilní slovní zásobu, a to: *t-shirt, tee* (což, je zkratkou slova *t-shirt*), *shirt, blouse, top, polo shirt, tunic, kimono, polo neck, turtleneck*. V této sekci je velmi patrná juxtapozice, a to v 16-ti případech z 18-ti. Angličtina též rozlišuje několik typů *topů*, a to *beaded, embroidered, monochrome* atd.

Český jazyk je překvapivě v této sekci terminologie poměrně bohatý na vyjádření různých svršků, a to: *triko, košile, halenka, blůza, tričko, top, crop top, tílko, tunika, kimono*. Zajímavý je dvakrát zmíněný následující ekvivalent:

(17) *camiseta de seda estampada - silk blouse - halenka, blůza*

(18) *blusa estampada - x - halenka, blůza*

Ve španělštině se halenka = blůza dá vyjádřit dvěma způsoby, a to: hedvábným tričkem (*camiseta de seda estampada*) nebo potištěnou blůzou (*blusa estampada*), pravděpodobně vzorovanou. V angličtině už samotné *blouse* dá najevo materiál, a to hedvábí, a čeština se odproštuje od všech specifikací na *halenku* nebo *blůzu*. Závěrečné shrnutí v terminologii je následující: 7 (esp) – 8 (eng) – 7(cz). Největší variantu ekvivalentů obsahuje právě angličtina.

4.2.4.6 Šestá sekce - vesty, svetry a mikiny

Španělský jazyk v této sekci používá čtyři termíny (*chaleco, jersey, cárdigan, sudadera*), kde je na první pohled viditelný anglicismus ve slově *cárdigan*, který se používá též v češtině jako anglicismus viz. (19):

(19) *cárdigan - cardie / cardigan - cardigan / svetr*

V angličtině je též na první pohled patrné zkrácené slovo *cardie*. Anglický jazyk je bohatý na variabilitu termínů, a to na *vest, waistcoat, jumper, sweater, cardigan, sweatshirt, hoodie*. Čeština je v této terminologii strohá, jelikož obsahuje pouze tři termíny: *vesta, svetr, mikina (popř. rolák)*. V angličtině jsou zajímavé pojmenování typů svetrů, které čeština nerozlišuje. Svetry jsou v anglickém jazyce rozlišovány na svetry na knoflíky, na zip, přes hlavu, se stojáčkem; dle těchto kritérií se pak označují dané kusy oděvu jako *jumper, sweater, roll-neck jumper, cardigan*. Další termín je *mikina*, která v češtině nerozlišuje, jestli daný kus oděvu je z pevnějšího materiálu, jestli je na zip, nebo přes hlavu, zda-li má kapucu či ne. Angličtina je v tomto ohledu specifitější s termíny *swetshirt* a *hoodie*. V poměru termínů: 4(esp) – 7(eng) – 3(cz).

4.2.4.7 Sedmá sekce – bundy

Sedmá sekce nabídne ještě větší rozdíly v terminologii. Španělština používá tyto termíny: *chaqueta, gabardina, trench, blazer, bomber, cazadora, abrigo, parka*. Kde nejčastěji používaným slovem je *chaqueta*, která je dále definovaná. Anglicismus je patrný ve slově *trench, blazer, bomber* a *parka*, který je ve všech třech jazycích stejný.

Angličtina používá tyto termíny: *jacket, trench, coat, parka*. V angličtině je nejvýraznější užití kompozice pomocí kontrapozice, která může být také oddělená čárkou (*super-slim-fit jacket*). Kontrapozice se vyskytuje v těchto slovech (*leather/ biker / cotton twill / super vintage / denim jacket*).

Čeština používá tyto jednoslovné termíny: *bunda, kabát, trenčkot, sako, blazer, parka*. V češtině převládá užití slova *bunda* a anglicismy jako *trenčkot, blazer, bomber, parka*.

4.2.4.8 Osmá sekce – kalhoty

V osmé sekci bych chtěla vyzvednout masivní nepoměr i poměr terminologie. Španělština má v této sekci omezenou slovní zásobu, jelikož používá pouze tři termíny *pantalón (pantalones), leggings* a *jeans*, které jsou anglicismem.

Anglická slovní zásoba kalhot je rozšířená na *trousers, pants, jeans, leggings*, a také nejvýrazněji definuje a specifikuje různé typy *jeans* a *trousers*. Ke specifikaci využívá opět kompozice pomocí kontrapozice, a to ve všech dvou a více slovních výrazech (*a pair of high-waisted / stretch – twill tapered / „wide-leg“ / printed brocade / skinny and awkwardly-cropped trousers + lightwash / snow washed / boyfriend / ripped jeans*).

Čeština je v této sekci poměrně terminologicky bohatá: *kalhoty, džíny, legíny, denim, jogg jeans, „mrkváče“, zvonáče*. Asimilovanou výpůjčkou z angličtiny jsou *džíny, legíny* a anglicismem jsou *jogg jeans*. Český jazyk je v této kategorii velmi bohatý, především ve specifikaci a množství nalezených ekvivalentů, jelikož je zde několik adjektivních specifikací, a to v následujících příkladech, kde je vidět, jak španělština se svojí slovní zásobou naprosto selhává:

(20) *pantalones de talle alto - a pair of high-waisted trousers - kalhoty s vysokým sedem*

(21) *x - lightwash jeans - bleděmodré džíny*

(22) *x - snow washed jeans - plísňové džíny*

(23) *x - boyfriend jeans - jogg jeans*

(24) *x - ripped jeans - roztrhané džíny*

(25) *x - stretch – twill tapered trousers - ‚mrkváče‘*

(26) *x - ‚wide-leg‘ trousers - zvonáče, široké kalhoty*

Na těchto příkladech je i vidět diferenciaci překladu, není zde totiž kalk. K překladu se používá jiné specifikace než „lehce opraných / sněhově opraných / chlapeckých džínů“. Jediný kalk se vyskytuje v příkladu číslo (24) a také (26).

4.2.4.9 Devátá sekce – overaly

Devátá sekce mě zaujala jediným španělským termínem – *mono*, kde angličtina je opět explicitnější a rozlišuje hned čtyři termíny - *dungarees*, *overalls*, *jumpsuit*, *playsuit*. Angličtina rozděluje tyto overaly na 4 termíny kvůli rozdílnému střihu a materiálu. *Dungarees* přímo odpovídá našemu termínu *džínové lacláče*, ale zbylé tři termíny čeština schová pod termín *overall*, i když jsou zde značné rozdíly. *Jumpsuit* se vyznačuje svou dlouhou délkou nohavic, *playsuit* má délku kratší, většinou „šortkovou“. *Overalls* je hyperonymem, tedy jejich obecným označením, u kterého se ale také dají rozlišit materiály (bavlna, hedvábí, polyester atd.)

4.2.4.10 Desátá sekce – obleky

Desátá sekce je velmi krátká, jelikož španělština používá pro pojmenování obleku anglicismus *esmoquin* nebo též termíny *traje* či *conjunto de seda*. Angličtina nejčastěji používá zkratkové slovo *tux* ze slov *tuxedo*. Čeština též používá kalk *smokink / smoking*, ale má i ekvivalenty *oblek* nebo *kostým*. Poměr ekvivalentů je: 3 (esp) – 1 (eng) – 3(cz)

4.2.4.11 Jedenáctá sekce – kraťasy

Jedenáctá kategorie ve španělském jazyce používá nejčastěji výpůjčku graficky označenou uvozovkami, kurzívou či neoznačením anglicismu *shorts*. Kromě 3 případů z 10 španělština pokaždé použije tento anglicismus v jeho originálním pomnožném čísle *shorts*. Jen jedenkrát se v mém seznamu vyskytlo slovo *short*, tedy v jednotném čísle. Tři případy, ve kterých se neobjevil tento anglicismus, byly okalkovány na *pantalónes cortos*, *cullote* (extranjerismus z francouzského jazyka) a *bermudas*.

Angličtina používá v 6 případech ze 7 slovo *shorts*, sedmý případ poukazuje též na extranjerismus z francouzštiny slova *cullotes*. Angličtina nejvíce používá kompozice pomocí kontrapozice, které též často odděluje pomlčkou (*polka-dot shorts*, *micro denim cut-off shorts*, *micro-mini shorts* atd.) Český jazyk používá tři ekvivalenty, a to *šortky*, *kraťasy* a *bermudy*.

Španělština používá kompozici pomocí synapse (*shorts de lunares*), juxtaopozice S + A, S + S, (*shorts vaqueros*, *shorts denim deshilachados*, „*shorts*“ *negros troquelados con bolsillos laterales*, *microshorts*). Zajímavé je, že v této sekci se poprvé vyskytly předpony *micro-*, *micro-mini-*, *mini-*. Také se tyto předpony objeví ještě v následujících dvou sekcích o šatech a sukních, kde k nim navíc přibude předpona *maxi-*, *midi-*.

V této sekci je tedy prostoupen anglicismus *short(s)* - *shorts* - *šortky*, a to ve všech jazycích.

4.2.4.12 Dvanáctá sekce – plavky

Dvanáctá sekce je velmi podobná té předchozí, a to díky prostoupení anglicismu *bikini* do všech třech jazyků. Španělština používá hned několik variant tohoto anglicismu a těmi jsou: *bikini / bikinis / biquini, trikini / triquini* dále *bañador stretch, trajes de baño*. Angličtina má hyperonym *swimsuit* a dále ho rozlišuje na *bikini, sportkini*. Čeština používá slovo *plavky*, které specifikuje na *sportovní, dvoudílné, v celku*.

4.2.4.13 Třináctá sekce – šaty

Španělština používá na označení šatů termín *vestido*, někdy samotné *vestido* i vynechá a upozorní jen na potisk daných šatů (*estampado exótico, estampado con volantes*). U slova *vestido* + specifikace je jedná o kompozici tvořenou synapsí (*vestido de tirantes / con cuello camisero*), či kompozici S + A (*vestido trampantojo, vestido bohemio, vestido largo*). V této sekci mě zaujal následující příklad:

(27) *el clásico L.B.D, little black dress, el vestido negro de corte simple - LBD - malé černé šaty / koktejlky*

U tohoto příkladu je vidět anglicismus prostupující ve všech jazycích s tím, že angličtina běžně používá pouze zkratku těchto šatů, a to *LBD*, která znamená *little black dress*, v češtině překládané jako *malé černé*. Španělština se v tomto případě snaží být vysoce explicitní a nejenom že použije v názvu zkratku těchto šatů, ale také je doplní o označení „klasické šaty“, či použije anglicismus nebo rozepíše zkratku *LBD* na „černé šaty krátkého střihu“ (*el vestido negro de corte simple*).

Angličtina používá slovo *dress*, které definuje adjektivy jako (*slip / shirt / denim / boho / maxi / retro button-up / cocktail / evening dress*), které označují buď materiál, styl či příležitost, ke které se nosí. Zajímavý je neologismus *frock* označující například šaty 50's stylu, kde se jedná o pouhý jeden kus oblečení. O tomto termínu bych se chtěla zmínit, jelikož po slovech *overnighter* a *statement*, je též jedním z nejpoužívanějších slov především v *Company magazine*. Slovník, který jsem si zakoupila v Anglii

s názvem *The Language Of Fashion Dictionary And Digest Of Fabric, Sewing and Dress* od autorky Mary Brooks Picken, říká o slově *frock* následující: „*Dress of any type. Often one of simple style. In fashion language, considered smarter term than dress.*“ Z této definice vyplývá, že slovo *frock* tedy není neologismem, jelikož označuje to samé co slovo *dress*, tedy *šaty*. Avšak jeho užití v současné době je velice módní a tak časté, že se v okruhu jazyka módy dá jednoznačně považovat za aktuální neologismus, tedy oživlý archaismus.

4.2.4.14 Čtrnáctá sekce – sukně

Předposlední sekce se týká sukní, kde španělský jazyk nepoužívá jiné slovo než své vlastní, a to *falda*. Angličtina a čeština jsou na tom obsahově stejně, tedy s termíny *skirt* a *sukně*. Na první pohled je zde vidět i hojné užití předpon *mini*, *maxi*, *midi*, *super*. Čeština je v této sekci nejexplicitnější, jelikož nabízí skoro u každého termínu sukně dva ekvivalenty. Jediné dva termíny, které jsem nenalezla ani u španělštiny či angličtiny jsou tyto: *zavinovací a tylová sukně*. Zajímavé jsou tyto příklady:

(28) *maxifalda - floor-length skirt, maxi skirt, supersize skirt - dlouhá sukně*

(29) *mini falda - mini skirt - mini sukně, krátká sukně*

Na příkladu (28) i (29) je vidět jednoznačná variabilita anglických termínů. Ve všech třech jazycích je patrný kalk *douhé sukně*, avšak anglický jazyk si ještě umí zábavněji vytvořit dva ekvivalenty, a to se *sukní dlouho až na zem (floor-length skirt)* a *supervelkou sukni (supersize skirt)*. Anglicismus, který prostoupil do všech třech jazyků je patrný v příkladu (29). Když už jsem zmínila předpony *maxi-* a *mini-*, nemohu vynechat i následující příklad s předponou *midi-*, označující střední délku.

(30) *x - midiskirt - midi sukně, sukně s délkou pod kolena, sukně ke kolenům*

Další okalkované struktury jsou patrné na následujících příkladech:

(31) *falda lápiz - pencil skirt - pencil sukně, pouzdrová sukně*

(32) *falda de cintura alta - high-waisted pencil skirt - sukně do pasu*

(33) *falda plisada - x - plisovaná sukně*

4.2.4.15 Patnáctá sekce – obuv

Patnáctá sekce je ze všech sekcí nejrozsáhlejší, obsahuje největší počet terminologie a variant ve všech třech jazycích. Na první pohled je patrné, že veškerá terminologie bude mít i své ekvivalenty; jen málo termínů je nemá. Nejpoužívanějšími slovy v oblasti bot ve španělském jazyce jsou tyto: *sandalias* a *botas*. Angličtina nejvíce používá *boots* a čeština *boty*. Značná variabilita terminologie je v anglickém jazyce, a to díky velmi zajímavým specifikacím bot. Terminologie je velmi rozmanitá, a to většinou v jednoslovných termínech: *platforms, wedges, espadrilles, flats, loafers, slippers, heels, flatforms, brogues, trainers, sneakers* atd. Španělština kromě *alpargatas, chandales, mocasín, slippers, flats, bailarinas, salones, cangrejas, botines, deportivas, chanclas* a *zapatos* vždy použije *sandalias / botas* + specifikaci. Čeština je v této poslední sekci také velmi rozmanitá, co se týče jednoslovných názvů. S ekvivalenty vůči anglické terminologii je na tom o mnoho lépe než španělština.

V následujících příkladech bych chtěla demonstrovat zajímavé fakty:

(34) *alpargatas - x - x*

(35) *Sandalias peep toes - x - x*

(36) *x - x - plátěňky*

U příkladů (34)-(36) se vyskytly „lakuny“ ve dvou případech ze tří. Zajímavé je, že termín *alpargatas* se vyskytuje pouze ve španělštině. *Sandalias peep toes* je kompozice pomocí anglicismu, který v seznamu termínů také nemá dva ekvivalenty. Angličtina totiž nerozlišuje otevřené a uzavřené špičky u vysokých podpatků; v českém jazyce by existoval ekvivalent, který jsem ale nalezla na webových stránkách www.elle.cz, a to

střevíce na podpatku s úzkou otevřenou špičkou. Podobný termín jako *alpargatas* je i náš termín *plátěnky*, který nemá v angličtině ani španělštině svůj ekvivalent. Možná je to proto, že *plátěnky* nahradily nazouvací boty (*slip-ons*) *Vans* a nebo *converse shoes* či *trainers*.

Doslovný překlad slova *geisha* se vyskytuje v následujícím příkladě. Rozdíl tohoto termínu ve třech jazycích spočívá v různém označení samotné obuvi, kde španělština použije *sandály*, angličtina *boty* a čeština možná nejuvýstižněji *vietnamky*.

(37) *sandalia geisha - geisha shoes - geisha vietnamky na vysokém podpatku*

Příklady (38)-(41) zahrnují anglicismy a jejich varianty u slov *slippers*, *flats*, *oxford shoes* a *sneakers*, které jsou z velké části vyjádřeny jednoslovným názvem.

(38) *mocasín, estética mocasín, slippers - loafers, velvet slippers, silk slips - mokasíny*

(39) *flats, bailarinas - flats - flat sandálky, baleríny*

(40) *zapatos oxford - brogues (oxford shoes) - oxfordky, polobotky, šněrovací boty*

(41) *sneakers - sneakers (sneaks) - x*

Nelze ani opomenout nejdůležitější boty módních časopisů, a to boty na podpatcích. V příkladu (42) pro ně existuje několik pojmenování. Příklad (43) jsem vybrala záměrně v kategorii lodiček, kvůli odlišnému chápaní nejluxusnějších bot mezi národy. Zde je patrné, že za nejluxusnější obuv Španěl radí legendární boty od Manolo Blahnika.⁹⁹ Angličtí *fashionisté* jsou v tomto směru otevřenější všem návrhářům a módním tendencím, jelikož ve svých módních časopisech nepíší nejčastěji o botech typu *x* či *y*. Angličané si váží všech módních návrhářů, a tak nevyzvihují napovrch jen jednu značku obuvi. Orientují se na kvalitu a množství, aby svým čtenářům mohli každý týden či

⁹⁹ Legendární Španěl Manolo Blahnik a jeho podpatky jsou proslavené díky americkému kultovnímu seriálu *Sex and the city*, kde je denně nosí a kupuje hlavní představitelka *Carrie Bradshaw*. Po zveřejnění několika sérií tohoto newyorského seriálu, propukl jistý „boom“ a Blahnikovy boty se staly kultovní záležitostí a značkou módního luxusu.

měsíc nabídnout mnoho módních novinek, produktů, faktů atd. V britských magazínech by se tedy mohly vyskytnout termíny jako *Loubotine shoes*, *Blahnik heels* atd., ale angličtina si zachovává originalitu a otevřenost, a tak se nezaměřuje jen na jeden jediný termín. Naproti tomu se v české ELLE nejčastěji vyskytují podpatky od Loubotina.

(42) *los tacones, salones - heels - vysoké jehly, lodičky, boty na podpatku*

(43) *Zapatos de ante con tacón de Manolo Blahnik - x - (Loubotinky)*

V dalších výskytech chybí španělský ekvivalent (44)-(47), který možná ještě v blízké budoucnosti může vzniknout, jelikož následující označení typů bot je v současné době nejmódnějším a nejdiskutovanějším. *Boots* v angličtině většinou označují plně kožené boty. Mohou být jak černé, hnědé či jiné jednobarevné barvy, většinou jsou u kotníku volnější a mohou být až do poloviny lýtek, někdy končí již nad kotníkem. K popsání slova *boots* nestačí český ekvivalent *boty*. Čeština se v této kategorii velmi snaží popsat nejnovější trendy, ale stále jaksi s terminologií tzv. „pokulhává“.

(44) *x - platform boots - kožené boty*

(45) *x - chelsea boots - chelsea boots, pérka, kožené boty*

(46) *x - ankle boots - kotníčkové boty*

(47) *x - biker boots - biker boots*

(48) *botas camperas, botas - cowboy boots - kovbojské boty*

Platform boots nejsou jen kožené boty, tyto boty se vyznačují hlavně tím, že mají po celé své délce platformu neboli podpatek. *Chelsea boots* se již v Čechách adaptovali na naše velmi dobře známá *pérka*, u kterých je u této kotníkové boty specifická špička a guma po straně, jelikož se tyto boty nazývají, tedy se nezapínají ani nešněrují. *Ankle boots* jsou v češtině přeloženy doslovným kalkem a *biker boots* jsou v českém jazyce stále ještě anglicismem. Jako poslední příklad jsem do této skupiny *boots* zahrнула i termín *cowboy boots*, který je též vypůjčen do jiných jazyků.

U příkladu (49) je také vidět jistá motivace tvoření ekvivalentů. *Deportivas* jako odvozenina od slova *deporte* (*sport*), *trainers* od slovesa *train* (*cvičit*) a náš český ekvivalent *tenisky* (*tenis*). Všechny tyto termíny propojuje sport.

(49) *deportivas, zapatillas deportivas - trainers - tenisky*

Naprosto odlišné pojmenování třech typů obuvi je vidět v následujícím posledním příkladu:

(50) *zapatillas con suela blanca y „print“ salvaje - slip-ons - x*

(51) *chanclas - flip-flops - žabky, vientamky*

(52) *botas de agua - welly boot - holinky*

4.3 Terminologická a grafická analýza

Tato poslední závěrečná podkapitola pojednává o terminologické a grafické analýze. Ráda bych ve stručnosti chtěla zhodnotit a shrnout všechny nalezené jevy, zařadit je terminologicky do kategorií a dané rozdíly vyjádřit procentuálně v grafech. Budu-li postupovat dle mnou určené a výše seřazené terminologie, je třeba zmínit, že veškeré výpůjčky nalezené a umístěné v mém terminologickém seznamu se řadí dle Gómeze Capuze do tradice evropské, a to díky kulturním výpůjčkám, které pocházejí z angličtiny a jen v jednom případě ze 179 španělských termínů, který pocházel z francouzštiny (slovo *culotte*).

Dle klasifikace Bloomfielda je jasné, že veškeré výpůjčky v jazyce módy pocházejí z kulturní výpůjčky. V tomto kontextu jsem zmínila historické výpůjčky, u kterých jsem vybrala několik příkladů, které se také objevily v mém seznamu. Z předřímské slovní zásoby se vyskytují i v mém seznamu módní terminologie např. tato slova: *camisa*, ze staré germánštiny slovo *falda*, a ze staré francouzštiny pak *moda*, *pantalón*, *chaqueta* a *blusa*. Jak již bylo patrné v analýze patnácti kategorií, ze současných výpůjček je to právě angličtina a její anglicismy ve španělském jazyce, a to: *bikini*, *blazer*, *jeans*, *cardigan*, *jersey*, *shorts*, *smoking* / *esmoquín* a mnoho dalších.

V předešlé analýze jsem se setkala i s morfologickými výpůjčkami, které byly především utvořeny pomocí předpon *mini-*, *midi-*, *maxi-*, *super-*. Představila jsem i několik neologismů, a to slova *overnighter*, *statement* a *frock*.

4.3.1 Derivace – prefixace a sufixace

Z derivace jsem ve španělském jazyce zaznamenala tato slova s předponami, celkově je termínů s prefixem 7 ze 177 španělských termínů:

- 1) *MAXI* (*maxiaros*, *maxibolso*, *maxifalda*)
- 2) *MICRO* (*microshorts*, *camisas micro*)
- 3) *MINI* (*minivestido*, *minifalda*)

V angličtině se prefixace vyskytla více a jsou zde i dvě nové kategorie; celkově je termínů s prefixem 13 ze 174:

- 1) *MAXI* (*maxidress*, *maxi skirt*, *boho maxidress*, *flowing maxis*)
- 2) *MIDI* (*midi skirt*)
- 3) *MICRO* (*micro-denim cut off shorts*, *micro-mini short*)
- 4) *MINI* (*minidress*, *mini skirt*, *mini kilt*)
- 5) *SUPER* (*super size skirt*, *super-slim-fit jacket*, *super vintage jacket*)

V češtině se anglicismy nebo dvouslovná kompozita vyskytla s těmito předponami, celkově je termínů s prefixem 6 ze 190 všech českých termínů:

- 1) *MAXI* (*maxi brýle*, *maxi kabelka*)
- 2) *MIDI* (*midi sukně*)
- 3) *MINI* (*mini šortky*, *mini šaty*, *mini sukně*)

Sufixace se ve španělštině vyskytla nejčastěji ve specifikaci daného termínu. Pro ilustraci uvedu několik příkladů:

- 1) Jmená sufixace s příponou *-ado(s) /ada(s)* - *Gafas polarizadas, Shorts denim deshilachados, „shorts“negros troquelados con bolsillos laterales, Falda troquelada, camiseta de seda estampada, blusa anudada,*
- 2) Ajektivní sufixace s příponou *-al* - *chaqueta de estilo oriental, quimono oriental*

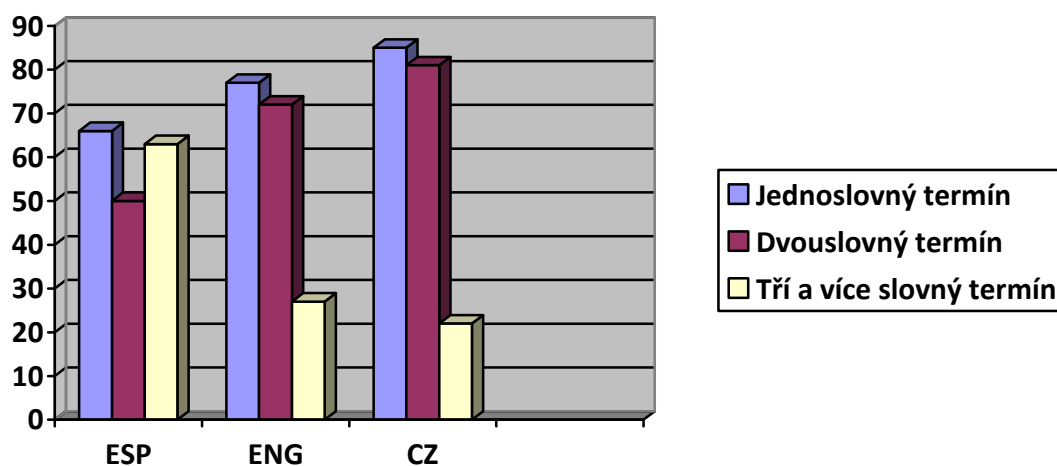
4.3.2 Kompozice

Pro tuto práci je však nejdůležitější kompozice, která se v seznamu terminologie vyskytla velmi často. Nejprve jsem roztřídila veškeré termíny na jednoslovné, dvouslovné a dvou a více slovné termíny, dále jsem je roztřídila dle postupů, a to dle synapse, disjunkce a juxtapozice. Disjunkce se v této oblasti módy nevyskytla. Také se zde objevilo hned několik zkratkových slov, které též zohledním do procentuelního poměru.

- 1) Jednoslovné termíny se z celkého počtu 543 termínů vyskytly 228x, což je 42,1% z celkového počtu všech nalezených termínů ze seznamu módní terminologie.
 - a) španělština obsahovala 66 jednoslovných termínů (12,2%)
 - b) angličtina obsahovala 77 jednoslovných termínů (14,2%)
 - c) čeština obsahovala 85 jednoslovných termínů (15,7%)
- 2) Dvouslovné termíny se z celkového počtu 543 termínů vyskytly 203x, což je 37,3% z celkového počtu všech nalezených termínů.
 - a) španělština obsahovala 50 dvouslovných termínů (9,2%)
 - b) angličtina obsahovala 72 dvouslovných termínů (13,2%)
 - c) čeština obsahovala 81 dvouslovných termínů (14,9%)

- 3) Tři a víceslovné termíny se z celkového počtu 543 termínů vyskytly 112x, což je 20,6% z celkového počtu všech nalezených termínů.
- španělština obsahovala 63 tří a více slovných termínů (11,6%)
 - angličtina obsahovala 27 tří a více slovných termínů (4,9%)
 - čeština obsahovala 22 tří a více slovných termínů (4,1%)

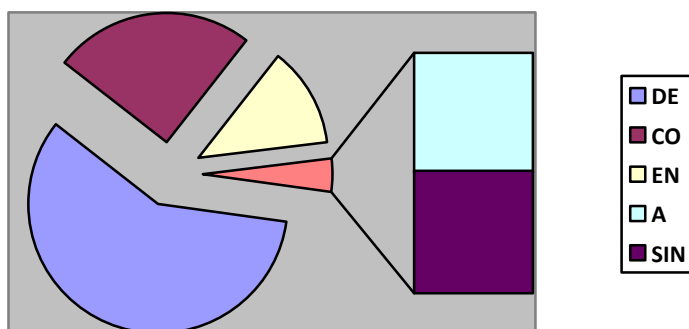
Shnující graf termínů z celkového počtu 543 termínů:



Synapse se vyskytla s předložkami *de*, *con*, *en*, *a*, *sin* a též se vyznačuje tím, že veškeré termíny obsahují tři a více slov.

- DE* – synapse pomocí předložky *de* obsahovala 28 termínů
- CON* – synapse pomocí předložky *con* obsahovala 12 termínů
- EN* – s předložkou *en* jich bylo 6
- A* – s předložkou *a* pouhý jeden, a to: *bolso a juego*
- SIN* – s předložkou *sin* také jeden výskyt: *botas planas sin medias*

Shrnující graf nejméně používané kompozice pomocí synapse:



Dále jsem pod synapsi zařadila skupinu tří a více slovních termínů, která v pojmenování daného oděvu použila název a přirovnání (*tipo, modelo, estilo*). Tyto termíny jsem zde zařadila kvůli elidované předložce. Kdyby se zde místo slov *tipo, modelo, estilo* objevila předložka, následně by se jednalo o více zmíněnou synapsi.

- 1) *TIPO* (*sombrero **tipo** cowboy, sombrero **tipo** panameño, chaqueta **tipo** esmoquín*)
- 2) *MODELO* (*bolso **modelo** „cabo“, pantalones **modelo** capri barroco*)
- 3) *ESTILO* (*bolso **estilo** saco*)

Poslední skupina, které též obsahuje tři a více slov, je následující a obsahuje tyto termíny: *sandalias peep toes, it bag tricolor, chaqueta reducida a la mitad, chaqueta militar vintage, pantalón pitillo tobillero, shorts denim deshilachados con bolsillos laterales, el clásico L.B.D, little black dress*.

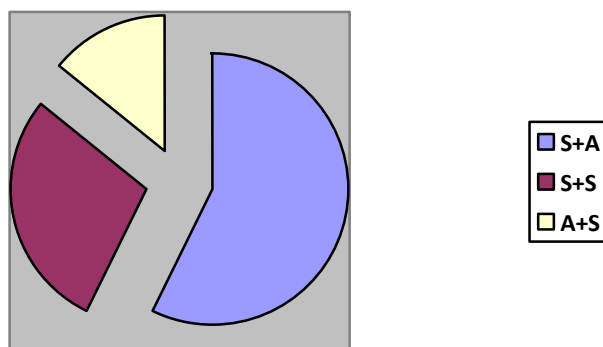
Kontrapozice se ve španělské terminologii nevyskytla, zato u angličtiny byla velmi častá, například spojením dvou slov: *cane-handle bag, polka-dot shorts, high-waisted pencil skirt, open-sided skirt, roll-neck jumper*, nebo spojením třech slov: *super-slim-fit jacket*. V češtině se tento jev nevyskytl.

Juxtapozice se vyskytla v mém seznamu módní terminologie nejčastěji, a to v následujících třech kombinacích:

- 1) S + A → *gafas polarizadas, petate navy, limonsera étnica, pantalónes cortos, shorts vaqueros, shorts vintage, bañador stretch, vestido trampantojo, vestido bohemio, estampado exótico, vestido largo, falda plisada, falda recta, falda envasé, falda troquelada, falda patinadora, camiseta básica, top crop, camiseta cortada, camisas micro, blusa estampada, blusa anudada, blusón estampado, quimono oriental, cazadora corta, pantalón vaquero, zapatillas deportivas, botas camperas, botas étnica, zapato cerrado, sandalias bajas, sandalias planas*
- 2) A + S → *maxiaros, maxibolso, microshorts, mini corsé, minifalda, maxifalda, 'cropped tops', mini vestido*
- 3) S + S → *bolso satchel, bolso tote, bolso „clutch“, bolso sobre, mono denim, falda lápiz, camiseta grung, tank top, chaqueta kimono, 'cazadora biker', cazadora 'bomber', cazadora denim, sandalia geisha, estética mocasín, zapatos oxford, it shoes*

Na první pohled je patrné, že největší počet termínů tvořených juxtapozicí je díky spojení substantiva s adjektivem, a to ve 32 případech ze všech dvouslovných termínů, kterých je ve španělštině 56. Jako druhé nejpoužívanější kompozitum pomocí juxtapozice je tvořeno spojením dvou substantiv, a to v 16 případech z 56. Na posledním místě je spojení adjektiva a substantiva, kterých je pouhých 8 z 56.

Graf juxtapozice je následující:



4.3.3 Zkratková slova

Zkratková slova se v seznamu terminologie vyskytla pouze v anglickém jazyce, a to ve dvou případech. Samotné zkratky, nebo-li *siglas*, se vyskytly u dvou termínů: *L.B.D* a *OKB*, kde *L.B.D* i *OKB* znamená zkratku následujících třech slov: *little black dress* a *over knee boots*.

Jak jsem již zmínila výše, především v anglickém jazyce jsou typické zkrácené termíny (*palabras acortadas*), kterými jsou: *glasses* od slova *sunglasses*, *tee* od slova *t-shirt*, *tux* od *tuxedo*. Dalšími zjednodušenými termíny jsou následující: *sunnies* od *sunglasses*, *shoppper* od *shopper bag*, *satchel* od *satchel bag*, *tote* od *tote bag*, *tunic* od *tunic top*, *cardie* od *cardigan* a *sneaks* od slova *sneakers*.

4.3.4 Persvaze v názvosloví

Persvaze v názvosloví je na první pohled patrná z prefixu *super*, který se vyskytl v těchto případech: *super-slim-fit jacket*, *super vintage jacket* a *super size skirt*. Prefix *super* v tomto kontextu označuje něco skvělého, nového či novodobě (jinak) ušitého klasického modelu. Dalším prefixem je *perfecto*, který se vyskytl v následujícím příkladě: *Perfecto en cuero*. Opět je zde expresivní označení „toho nejdokonalejšího modelu“, a to černé kožené bundy, která je v dnešní době považována za nejlepší a nejdokonalejší kus oděvu.

Dále bych do persvazivní funkce jazyka zahrнула následující příklady, které jsem našla ve španělských magazínech: *Shopping bag de verano*, *bolso “clutch“*, *it bag tricolor*, *biquini*. Persvazivní funkce jazyka je zde vytvořena pomocí anglicismu, který na první pohled čtenáře zaujme především po grafické stránce. Anglicismy ve španělském jazyce působí „svěže“ a dodávají jistou eleganci jednoduché španělské terminologii.

V anglickém jazyce jsem z persvazivní funkce jazyka zahlédla tyto příklady: *Shades*, *satchel*, *tote*, *shopper*, *cardie*, které se též vyskytly u jiných druhů oblečení či doplňků i v českém jazyce: *pilotky*, *chanelka*, *křivák*, *koktejlky*. Společným znakem

těchto termínů je právě zkratkové slovo, kdy základní termín většinou odpadá a termín se používá pomocí vyjádření pouze dané specifikace.

Do persvazivní funkce jazyka bych zařadila ještě velmi originální pojmenování: *funglasses*, *two bags in one*, *cane-handle bag*, *boyfriend jeans*, *pencil skirt*. Tato terminologie zaujme již na první pohled. Ve většině případů se jedná o neologismus, například *funglasses* znamenající *brýle pro pobavení okolí* anebo *boyfriend jeans*, které nesou význam: *panské džíny nošené dámou*. Všechny tyto „details“ hrají velmi důležitou a při tom skrytou persvazivní roli. Jsou originální, jiné, a proto čtenáře módních časopisů na první pohled zaujmou.

5. Závěr

Historie módy zažila důležitý zlomový bod ve 40. letech 20. století, kdy módu *Haute Couture* střídá *Prêt-à-porter*. V této práci jsem se od tohoto mezníku posunula až do současné doby a módního světa současnosti, především ke spolupracím velkých módních jmen s obchodními sítěmi (např. H&M, Lindex atd.). Poukázala jsem na současné tendence módy, které jsou zachycovány na módních blozích, webových stránkách a především v módních časopisech. Právě tyto módní magazíny odrážejí nejnovější trendy, a proto jsem se v této diplomové práci rozhodla pro analýzu neaktuálnější módní terminologie, tj. názvů oblečení a doplňků napříč třemi jazyky (španělštinou, češtinou a angličtinou). Z nepřeberného množství módních magazínů jsem zvolila internacionální vydání, na kterých jsem zkoumala jazykové změny, a to v časopisech *ELLE*, *Grazia* a *Company magazine*. Tyto časopisy jsou mými oblíbenými, především pak jejich zahraniční verze, které se od té „naší“ verze liší v mnoha ohledech; ať už variabilitou módních tvůrců, velmi kvalitním zpracováním módních *photostory*, záživnými informacemi ze světa módy, až po nejnovější kosmetické trendy a produkty, které se v České republice většinou nedistribují. Na módních termínech z výše zmíněných magazínů jsem studovala především změny v terminologii napříč třemi jazyky. V těchto mezinárodních časopisech jsem po dobu půl roku zaznamenávala terminologii a nejdůležitější pro mě byla letní vydání všech magazínů. Vše se totiž odvíjí od jara, kdy se již představují letní trendy, následně v létě je obrovský „letní módní boom“ a u některých vydání se i první podzimní čísla zabývají prodlouženým létem a „last minute“ dovolených, kde je stále ještě letních trendů potřeba. Sesbírala jsem více jak 2000 slov; užitečný mi byl počet 543 termínů, tyto termíny jsem seřadila do 15 kategorií, které jsou následující: doplňky (obsahující šperky, brýle, čepice, klobouky...), kabelky, trička a košile, vesty a svetry s mikinami, bundy a kabáty, kalhoty, speciální kategorie s overaly, speciální kategorie se společenskými obleky, kraťasy, plavky, šaty, sukně, boty. Těchto 15 kategorií obsahuje španělský název a dále pak anglickou a českou variantu (některé ekvivalenty však neexistují). Na těchto trojjazyčných termínech jsem analyzovala poměr výpůjček, kalků a neologismů. Poukázala jsem na výskyt derivace a především kompozice, tvořené z největší části juxta pozicí a také synapsí.

RESÚMEN:

Este trabajo trata sobre la terminología en el ámbito de la moda actual. Mi tesina está dividida en dos partes, la primera parte cuenta con la teoría y la segunda es práctica. En el primer lugar hay que presentar la historia de la moda española (especialmente las diferencias significativas entre *Haute Couture* y *Prêt-à-Porter*) y desde la historia se puede mover hasta ahora y presentar algunas tendencias contemporáneas en la moda de hoy. Ni se puede olvidar la diferencia entre *Haute Couture* y *Prêt-à-porter* que forma la base de este trabajo. Al empezar es muy importante revivir su significado, la historia, la influencia y su posición actual. También es muy destacado mencionar a los diseñadores de la Alta Costura.

La moda contemporánea está presentada en las revistas de moda. En este trabajo he introducido brevemente la historia de las revistas escogidas. Me interesaron las revistas como *Elle*, *Grazia* y *Company magazine*, y de ellas tomé la terminología de los nombres de los vestidos. Con la terminología (los términos) de moda en tres lenguas podía hacer una comparación de su origen, y como he investigado, que la única lengua que influye en casi todo, es inglés. La lengua inglesa es muy poderosa porque nombra los términos de la moda, también nombra la lengua de internet. Se puede afirmar, que el inglés es una lengua universal. Una información añadida a esta tesina es el análisis de la cuestión ¿por qué la Inglaterra y especialmente Londres influye en la moda del mundo entero? También me interesó el caso de las ferias (especialmente la feria *Bread&Butter*), internacionalismo de las tiendas, revistas internacionales, turistas que aumentan la influencia de la moda y *fashionistas* en la internet (las redes sociales) que tienen su blog, páginas de internet y ellos son los que también van ampliando la terminología de moda.

He dividido la teoría en ciertas partes, en la parte práctica – en préstamos, calcos, neologismos y cada uno tiene su división específica. He investigado también que significa la neología y he continuado con la división de la derivación – en la sufijación, prefijación, interfijación, etc. También he añadido el capítulo sobre la composición, acortamientos y siglas. Lo más importante para este trabajo fueron los anglicismos. Otro tema significativo fue la publicidad, la función persuasiva de la lengua que está estrechamente conectada con las revistas de moda y su terminología.

El objeto de esta tesis son los préstamos, calcos, anglicismos y neologismos en la lengua de moda. He coleccionado más de 1000 términos que he dividido en 15

categorías, según sus rasgos comunes – en las categorías como: Accesorios, Gafas, Gorras, Bolsos, Camisetas, Cárdigans, Chaquetas, Pantalones, Monos, Esmoquines, Shorts, Bikinis, Vestidos, Fladas y Zapatos. Cada categoría tiene los rasgos comunes, que presentan el objeto de mi estudio. En esta tesis analicé cada categoría, sus rasgos, diferencias, tendencias y especialmente los nombres de la ropa, su historia, si son los préstamos, los anglicismos, si hay algunos calcos o neologismos y qué significan.

La última parte trata de la conclusión final, con los gráficos, resúmenes y curiosidades. La lista completa de mi investigación de los términos, que coleccioné de las revistas españolas, inglesas y checas, está adjuntada en la última parte de este trabajo. En los resultados finales he visto que hay una variedad en la manera de nombrar los vestidos. Los más usuales fueron los préstamos y los anglicismos, porque la lengua inglesa, como la lengua de las revistas internacionales influye en la terminología de todo el mundo (en las revistas españolas y checas hay casi todas las palabras con algún elemento inglés). Hay también una grande variedad de las palabras que aparecen en las revistas. Muchas veces ocurrió que un término tenía más que una sola expresión.

SEZNAM LITERATURY:

- ALVAR EZQUERRA, Manuel.: *La formación de palabras en español*, nakl. Arco Libros, 1999.
- BAHNÍK, Václav.: *Slovník antické kultury*, nakl. Svoboda 1974.
- Baudot, François.: *La moda del siglo XX*, Barcelona 2008.
- BAUDOT, François.: *Móda století*, nakl. Ikar, 2001.
- BUXBAUM, Gerda.: *The Icons of fashion – The 20th century*, nakl. Prestel Publishig, 1999.
- BROOKS PICKEN, Mary.: *The Language Of Fashion Dictionary And Digest Of Fabric, Sewing and Dress*, nakl. Mary Brooks Picken School, 2013.
- CUMMING, Valerie.: *The dictionary of the fashion history*, nakl. Bloomsbury Academic, 2010.
- FUKAI, Akiki.: *Fashion History*, nakl. Taschen, 2006.
- GÓMEZ CAPUZ, Juan.: *Préstamos del español: lengua y sociedad*, nakl. Arco Libros, 2004.
- GUERRERO RAMOS, Gloria.: *Neologismos en el español actual*, nakl. Arco Libros, 1997.
- HORCAJO, Carlos.: *España de moda*, nakl. Artec, 2003.
- JONES, Tery.: *Fashion now 2*, nakl. Taschen, 2008.
- JONES, Tery.: *Současní módní návrháři*, nakl. Slovart, 2006.
- LAVER, James.: *Breve historia del traje y la moda*, nakl. Catedra 1988.
- MACKENZIE, Mairi.: *...ismy: jak chápat módu*, nakl. Kosmas 2010.
- MÁCHALOVÁ, Jana.: *Dějiny odívání – Móda 20. století*, nakl. Kosmas 2003.
- MEDINA LÓPEZ, Javier.: *El anglicismo en el español actual*, nakl. Arco Libros, 1996.
- MONTES, José Joaquín.: *Calcos recientes del inglés en español*, nakl. Thesaurus, 1985.
- OLIVOVÁ, Klára.: *Španělský módní průmysl a jeho postavené ve světě (BP)*, ČB, 2012.
- PALOMO-LOVINSKI, Noël.: *Nejvlivnější světoví módní návrháři*, nakl. Kosmas 2011.

- PLAZA ORELLANA, Rocio.: *Historia de la moda en España*, nakl. Almuzara 2009.
- REYES, Graciela.: *El abecé de la pragmática*, nakl. Arco Libros, 1995.
- SMITH, Paul Julian.: *Contemporary spanish culture*, nakl. Polity, 2003.
- VARELA ORTEGA, Soledad.: *Morfología léxica: La formación de palabras*, nakl. Gredos, 2005
- ŽIVNÁ, Veronika.: *Španělská slovní zásoba ze sémantické oblasti "finanční krize": analýza zpráv denního tisku*, (BP), ČB, 2014.

ČLÁNKY A PDF DOKUMENTY:

- JAKLOVÁ, Alena.: Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech, *Naše řeč*, roč. 85, č. 4, 2002
- KRAUS, Jiří, Nápaditá studie o reklamní češtině, *Naše řeč*, 2007, roč. 90, č. 3
- PRAVDOVÁ, Markéta, K povaze reklamního diskurzu, *Naše řeč*, 2002, roč. 85, č. 4
- ALVAR EZQUERRA, Manuel, 2007, *El neologismo español actual* [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: http://lear.unive.it/bitstream/10278/293/1/Atti-6-1s-Alvar_Exquerra.pdf
- PAÉZ CASTAÑEDA, Laura, 2010, *Laboratorio de conceptos: El lenguaje de la moda* [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: http://www.arturotejada.com.co/wp/wp-content/uploads/Laura_Paez_-_El_lenguaje_de_la_moda_pantalla.pdf
- MELANDER, Ida, 2012, *Préstamos en el ámbito de la moda española*. [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW: <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:533260/FULLTEXT01.pdf>
- MONTOYA, María Isabel, *El lenguaje sectorial de la moda* [online]. [citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: <http://dfe.uab.es/neolcyt/images/stories/estudios/pdf/Montoya.pdf>

MÓDNÍ MAGAZÍNY:

ŠPANĚLSKÉ:

Elle, Madrid, Hearst magazines España, 2013, 321

Elle, Madrid, Hearst magazines España, 2013, 322

Elle, Madrid, Hearst magazines España, 2013, 323

Elle fashion book, Madrid, Hearst magazines España, otoño/invierno 2013/2014

Grazia España, Madrid, Prisma publicaciones, 2013, N°17

Grazia España, Madrid, Prisma publicaciones, 2013, N°20

Grazia España, Madrid, Prisma publicaciones, 2013, N°42

ANGLICKÉ:

Company magazine, London, Hearst magazines UK, 2013, – duben, květen, srpen 2013, leden 2014

Company magazine High-street-edit, London, Hearst magazines UK, 2013, spring/summer 2013

Company magazine High-street-edit, London, Hearst magazines UK, 2013, winter 2013

Elle, London, Hearst magazines UK, 2013, april 2013

Elle, London, Hearst magazines UK, 2013, august 2013

Elle, London, Hearst magazines UK, 2014, january 2014

Grazia, London, Bauer Media, 2013, 15 april 2013

Grazia, London, Bauer Media, 2013, 22 july 2013

Grazia, London, Bauer Media, 2013, 30 december 2013

ČESKÉ:

Elle, Praha, Burda media, 2013, leden 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, únor 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, březen 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, duben 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, květen 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, červen 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, červenec 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, srpen 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, září 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, říjen 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, listopad 2013

Elle, Praha, Burda media, 2013, prosinec 2013

Elle, Praha, Burda media, 2014, leden 2014

INTERNETOVÉ ZDROJE:

Anna Wintour [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:

http://www.vogue.com/voguepedia/Anna_Wintour

Biography of Mary Quant [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:

<http://www.maryquant.co.uk/aboutmary/biography/index.html>

Brands template [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW:

<http://www.hearst.co.uk/magazines/Company/5-About.htm>

Brands template [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW:

<http://www.hearst.co.uk/magazines/Elle/5-magazine.htm>

Delicate PUNX, *Isabel Marant pour H&M* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z

WWW: <http://www.bngr.cz/isabel-marant-pour-hm/>

Designerclothing, *Gladiator sandals, Roman fashion survives?* [online].[citováno

20.2.2014] Dostupné z WWW: [http://designerclothing.hubpages.com/hub/Gladiator-](http://designerclothing.hubpages.com/hub/Gladiator-Sandals-Roman-Fashion-Survives)

[Sandals-Roman-Fashion-Survives](http://designerclothing.hubpages.com/hub/Gladiator-Sandals-Roman-Fashion-Survives)

El Diccionario de la lengua española [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z

WWW: <http://lema.rae.es/drae/?val=pr%C3%A9stamo>

El Diccionario de la lengua española [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z

WWW: <http://lema.rae.es/drae/?val=extranjerismo>

El Diccionario de la lengua española [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z

WWW: <http://lema.rae.es/drae/?val=neologismo>

El Diccionario de la lengua española [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z

WWW: <http://lema.rae.es/drae/?val=neolog%C3%ADa>

El Diccionario de la lengua española [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z

WWW: <http://lema.rae.es/drae/?val=anglicismo>

El Diccionario de la lengua española [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z

WWW: <http://lema.rae.es/drae/?val=extranjerismo>

Eliška TOUŠOVÁ, *Módní kolaborace jsou na vzestupu* [online] . [citováno 10.1.2014]
Dostupné z WWW: <http://www.mdls.cz/clanek/4437-modni-kolaborace-jsou-na-vzestupu>

Ella ALEXANDER, *Isabel Marant for H&M: See all the pictures* [online] . [citováno 10.1.2014]
Dostupné z WWW: <http://www.vogue.co.uk/news/2013/09/25/isabel-marant-h-and-m---full-collection-photos-2013>

Elle [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.worn.cz/encyklopedie/modni-pojem/Elle/>

Elle [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW: www.elle.cz

Elle, módní pojem [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.worn.cz/encyklopedie/modni-pojem/Elle/>

Gladiator sandals [online].[citováno 20.2.2014] Dostupné z WWW:
<http://gladiatorsandal.wordpress.com/2011/11/09/gladiator-sandals/>

Grazia magazine [online].[citováno 17.2.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.mondadori.com/Group/Magazines/Italy/Grazia>

H&M collaborations [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.vogue.co.uk/topic/hm-collaborations>

History [online] . [citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:
<http://about.hm.com/en/About/facts-about-hm/people-and-history/history.html>

Isabel Marant přináší do H&M svůj francouzský cit pro módu [online] . [citováno 10.1.2014]
Dostupné z WWW: <http://www.protisedi.cz/video/isabel-marant-prinasi-do-hm-svuj-francouzsky-cit-pro-modu>

Jessica BUMPUS, *Lanvin for H&M* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.vogue.co.uk/news/favourites-of-vogue/2010/11/lanvin-for-h-and-m>

Lauren MILIGAN, *Marni Bidders* [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.vogue.co.uk/news/2011/11/29/marni-for-hm-collection---pictures--news>

Mary Quant [online].[citováno 10.1.2014] Dostupné z WWW:
<http://www.vam.ac.uk/page/m/mary-quant/>

PŘÍLOHA:



Následující fotografie zachycují stejnou titulní stranu (česká vs. britská) s odstupem třech měsíců (zpoždění). Více informací viz. podkapitola 4.2.

ACCESORIOS

ACCESSORIES / JEWELLERY

1)

Pulsera / brazaletes	bracelet / bangles	náramek
Anillos	ring	prsten
Monedero / cartera	purse (wallet)	peněženka
Reloj	watch	hodinky
Collar / gargantilla	necklace/ chain	náhrdelník
Pañuelo / fulares	scarf	šála / šátek
Cinturón	belt	pásek
Pendientes /maxiaros	earrings	náušnice

2)

Gafas (de sol)	sunglasses/ sunnies	(sluneční) brýle
Gafas	glasses	brýle
<i>Gafas de sol tipo aviador con montura metálica -</i>	<i>aviators</i>	<i>pilotky / brýle typu aviator</i>
Gafas de sol XL	<i>oversized sunglasses</i>	<i>– velké brýle/maxi brýle /oversize brýle</i>
Gafas polarizadas / gafas de sol con cristales tipo espejo	<i>x</i>	<i>zrcadlové brýle</i>
<i>x</i>	<i>Acetate sunglasses</i>	<i>plastové brýle / obroučky /obruby /rámečky</i>
<i>x</i>	<i>Shades</i>	<i>černé brýle typu wayferer</i>
<i>x</i>	<i>Funglasses</i>	<i>x</i>
<i>x</i>	<i>Statement frames</i>	<i>(sluneční/dioptrické brýle s výraznými obroučky)</i>
<i>gafas de pasta</i>	<i>x</i>	<i>x</i>

3)

Gorra	cap	kšiltovka
Borsalino	Fedora hat	klobouk
Visera	x	x
Sombrero tipo „cowboy negro con cuerda y apliques plateados“ - x -		kovbojský klobouk
Sombrero tipo panameño tricolor /		
pamela en rafia y print / el sombrero de paja – sunhat -		slaměný klobouk /slamák
<i>x</i>	<i>Bohohat</i>	<i>bohémský klobouk</i>
<i>x</i>	<i>x</i>	<i>plstěný klobouk</i>

4)			
Bolso satchel	satchel		aktovka
Bolso tote	tote		tote
Bolso de deporte	x		sportovní taška
Bolso en rafia/ bandolera en rafia	printed rafia clutch		slaměná kabelka
Bolso modelo „cabo“ en color teja	x		plážová taška
Shopping bag de verano / maxibolso	(shopper)		velká taška / maxi kabelka
Bolsa de viaje	x		cestovní taška
Petate navy	x		x
Limonsera étnice / bolso estilo saco x			taška na uzel
Bolso "Clutch" / bolso sobre/Bolso a juego /pochette	- clutch bag -		psaničko
Mochila	backpack/ rucksak		batoň /ruksak
It bag tricolor - (statement bag, it bag)	-,it bag´(céline luggage tote –		zvolena kabelkou 2012)
x	Two bags in one		x
x	Cane-handle bag		ladybag/kabelka - (do ruky)
x	Tassel /fringed bag		(třásňová kabelka)
x	Cross body bag		
x	Shoulder bag		kabelka přes rameno
x	(Chanel bag)		Chanelka

5)			
Camiseta	t-shirt/ tee		triko
Camisa de cuadros / camiseta con estampado de cuadro/ camiseta grung	x		kostkovaná košile / tartan/ grungeová košile
Camiseta básica	(basic shirt)		(obyčejné tričko)
Camiseta de seda estampada	silk blouse		halenka / blůza
Camiseta de manga corta noc rayas marineras	- stripe top –námořnické tričko/pruhované (námořnické)tričko		
Polo	poloshirt		polo tričko / tričko s límečkem
Top	top		top
Top crop//cropped tops´/ camiseta cortada/camisas micro-	crop top /crop shirt		crop top
Tank top	top shirt		tílko
Blusa (estampada)	x		halenka /blůza
Blusa anudada	tie-up shirt		x
Blusón estampado	tunic top / tunic / loose fit shirt -		tunika
Chaqueta kimono /chaqueta de estilo oriental / quimono oriental -	Fringed kimono		kimono
x	Beaded top		x
x	Embroided top		x
x	Monochrome top		x
x	Poloneck / turtle neck		x

6)			
Chaleco	vest /waistcoat		vesta / vestička
Jersey	jumper / sweater		svetr
Jersey de punto fino	sweater		svetr
x	Roll-neck jumper		x
x	Angora sweater /mohair cardigan		svetr
(cárdigan)	cardie/cardigan		cardigan / svetr
Sudadera	sweatshirt /Hoodie		mikina

7)		
Chaqueta/cazadora/chaqueta reducida a la mitad/ cazadora corta/perfecto en cuero	jacket	bunda
Chaqueta de cuero / cazadora 'biker' / cazadora de cuero negro tipo Perfecto/ perfecto en negro	leather / biker jacket	křivák / bunda
Chaqueta corta con doble botonadura	x	x
Chaqueta militar vintage	cotton twill jacket	(army bundička)
Gabardina /trench	the trench	kabát/trenčkot
Blazer con solapas de esmoquín	blazer /super-slim-fit jacket	sako / blazer
Bomber/cazadora 'bomber'	bomber / super vintage jacket	bomber / bunda
Abrigo	coat	kabát
Parka de inspiración militar	parka	parka
Cazadora denim	denim jacket	džínová bunda

8)		
Pantalón/los vaqueros	trousers/ pants	kalhoty
Pantalón vaquero /jeans	jeans	džíny
Pantalones de talle alto	a pair of high-waisted trousers	kalhoty s vysokým sedem
Leggings	leggings	legíny
x	Lightwash jeans	bleděmodré džíny
x	x	Tmavomodrý denim
x	Snow washed jeans	plísňové džíny
x	Boyfriend jeans	jogg jeans
x	Ripped jeans	roztrhané džíny
x	Stretch – twill tapered trousers	„mrkváče“
x	„wide-leg“ trousers	zvonáče, široké kalhoty

Pantalones modelo Capri barroco		
	-printed brocade trousers / skinny and akwardly-cropped trousers - x	
Pantalón pitillo tobillero	x	x

9)		
Mono denim	dungarees /overalls	džínové lacláče
Mono en seda	Jumpsuit	overall
x	Playsuit	x

10)		
Traje / esmoquin / chaqueta tipo esmoquin	-x- oblek /kalhotový kostým / smokink, smoking	
Conjunto de seda	tux/wool tuxedo jacket	x

11)			
Shorts / pantalónes cortos -	shorts		šortky / krat'asy
Shorts vaqueros	denim shorts		džínové šortky
Shorts de lunares	polka-dot shorts		(puntikaté šortky)
Shorts denim deshilachados -	micro denim cut-off shorts		x
„shorts“ negros troquelados noc bolsillos laterales – lace shorts			(krajkové šortky)
Microshorts	micro-mini shorts		mini šortky
Short vintage	x		x
Cullote -	cullotes		x
Bermudas	x		(bermudy)

12)			
Bikini /bikinis /biquini/ bañador stretch			
/ trajes de baño	bikini/swimsuit		plavky/bikiny/dvoudílné plavky
Trikini / triquini	x		plavky v celku
x	sportkini		sportovní plavky

13)			
el clásico L.B.D /little black dress /			
el vestido negro de corte simple/	LBD		malé černé(šaty /koktejlky)
vestido de tirantes	slip dress		šaty na ramínka
vestido trampantojo	shirt dress/denim dress		košilové šaty
vestido con cuello camisero	(collar dress)		x
vestido bohemio	boho maxidress		bohémské šaty
minivestido	(mini dress)		(mini šaty)
estampado exótico	retro button-up sundress		(letní šaty)
estampado con volantes	x		x
x	frock		x
(vestido largo)	maxidress/floathy/flowing maxis		dlouhé šaty
x	coctail dress		kokejlky
x	evening dress		večerní róba / šaty
x	x		zavinovací šaty
(mini corsé)	x		korzetové šaty

14)			
Falda de cintura alta	high-waisted pencil skirt		sukně do pasu
Falda plisada	x		plisovaná sukně
Falda recta	x		x
Falda envasé	A-line skirt		(kolová sukně)
Falda troquelada	jacquard skirt		x
Falda patinadora	x		x
Falda lápiz	pencil skirt	pencil	sukně /pouzdrová sukně
Minifalda	mini skirt		mini sukně/ krátká sukně
Maxifalda	floor-lenght skirt/maxi skirt/ supersize skirt		dlouhá sukně
x	Midiskirt	midi	sukně / sukně s délkou pod kolena
x	Open-sided skirt		x
x	Plaid skirt /mini kilt		tartanová sukně / sukně
x	Irridescent skirt /lamé skirt		metalická sukně
x	Camo kilt – army kilt		(kilt)
x	x		Zavinovací sukně
x	x		Tylové sukně
x	x		Sukně ke kolenům

15)			
Sandalia de cuña	- Platforms / Wedges -		Boty na platformě, ultravysoké platformy
Sandalias con cuña en rafia / sandalia planaforma en corcho y esparto	-Espadrilles /Flats -		Espadrilly – boty se slaměnou podrážkou / (slaměné boty)/ alpargatas
Sandalias con tachuelas / sandalias con tachas -/ cangrejas -x-			Sandálky/boty se cvoky
Sandalias bajas /sandalias planas	flat sandals		x
Sandalias de tacón medio	x		x
Sandalias peep toes	x -		(střevíce na podpatku s úzkou otevřenou špičkou)
Sandalias con borlas	tasseled loafers		sandály
Sandalias de tiras en charol	x		(páskové boty, sandálky na podpatku)
	x		(gladiators) gladiátorky
Sandalia geisha	(geisha shoes)		(geisha vietnamky na vysokém podpatku)
Chandales	x		x
Mocasín / estética mocasín/ slippers	loafers /velvet slippers /silk slips		Mokasíny
Flats /bailarinas	Flats		Baleríny, flat sandálky
Los tacónes, salónes	Heels -		(vysoké jehly, boty na podpatku), Lodičky, jehly
Zapatos de ante con tacón de Manolo Blahnik – x-			Loubotinky
Cangrejas con plataforma	Platforms		platformy
Botines	Heeled ankle boots		kotní(č)kové boty
	x		Platform boots
	x		Chelsea boots (Pérka) = kožené boty, chelsea boots
	x		Ankle boots
	x		Kotníčkové boty
Zapato oxford	Brogues (oxfordky)		biker boots
			Polobotky, oxfordky, šněrovací boty
Deportivas /zapatillas deportivas	trainers		tenisky
sneakers	sneakers / sneaks		x
	x		converse shoes
Zapatillas con suela blanca y „print“ salvaje-	Slip-ons		conversky
Chanclas	flip-flops		x
Botas de agua	welly boot		žabky / vietnamky
Botas planas sin medias	Knee-high boots /OKB		holinky
Botas camperas / botas	Cowboy boots		Vysoké kozačky
Botas étnica	x		Kovbojské boty
			x
Zapato cerrado	x		x
it shoes	x		x
sandalias	plastic shoes		plastové boty
	x		plátěnký
	x		dancing shoes