

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav románských studií

Diplomová práce

Bc. Dominika Beranová

Anglicismy v současné francouzštině užívané tzv. generací Z

Anglicisms in contemporary French used by the so-called Z
generation

Mé poděkování patří Mgr. et Mgr. Radce Mudrochové, Ph.D. za její odborné připomínky, velmi cenné rady, a především vstřícnost při vypracování této diplomové práce.

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu, a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 12. 5. 2022

Dominika Beranová

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá výskytem anglicismů v současné francouzštině užívaných tzv. generací Z. Teoretická část je věnována tématu jazykových přejímek obecně, dále se pak konkrétně zaměřuje na anglicismy. Stručně představuje historii vlivu angličtiny na francouzštinu, vzájemný vliv těchto dvou jazyků a také poměrně specifické postavení anglicismů v současném francouzském jazyce. Pozornost je také věnována klasifikaci anglických přejímek ve francouzském lingvistickém prostředí. Část praktická se opírá o data získaná ze sociálních sítí, blogů či jiných online platforem. Zkoumá anglicismy užívané francouzskými influencery patřící do tzv. generace Z, porovnává jejich mluvený a psaný projev sdílený na internetu.

Klíčová slova:

Lexikologie, jazykové výpůjčky, francouzština, anglicismy, generace Z, sociální sítě

Abstract

The thesis deals with the occurrence of anglicisms used by the so-called generation Z in the contemporary French language. The theoretical part provides a general look into the theme of loanwords in general and afterwards it is specifically focused on anglicisms. This part also provides a brief overview of history influence on English and French language and as well as their mutual influence on each other. Subsequently, a relatively specific position of anglicisms in the contemporary French and classification of loanwords in the linguistic field are presented as well. The practical part is based on the data obtained from the social networks, blogs, and other on-line platforms. It studies the anglicisms used by the French influencers belonged to the so-called generation Z, it also compares their spoken and written language shared on the Internet.

Key words:

Lexikology, loanword, French language, anglicism, generation Z, social networks

Obsah

Úvod	9
1 Jazykové přejímky	11
1.1 Definice a terminologie tykající se přejímek	11
1.1.1 Definice obecných jazykových slovníků	11
1.1.2 Definice vybraných lingvistů	12
1.1.3 Shrnutí definic a terminologie	13
1.2 Typologie přejímek	13
1.2.1 Rozdělení na základě motivace mluvčího	14
1.2.2 Rozdělení dle přejímaného materiálu	15
1.2.3 Rozdělení dle procesu vzniku	15
1.2.4 Rozdělení dle etymologie	16
1.2.5 Další typologie objevující se ve francouzském lingvistickém prostředí	16
1.2.6 Další typologie objevující se v českém lingvistickém prostředí	17
1.2.7 Shrnutí typologií	18
1.3 Typy jazykových kontaktů	19
1.4 Životní cyklus přejímky	20
1.5 Proces adaptace jazykových přejímek	21
1.5.1 Fonologická adaptace	22
1.5.2 Sémantická adaptace	22
1.5.3 Grafická adaptace	23
1.5.4 Morfologická adaptace	23
1.5.5 Shrnutí adaptací	23
2 Anglicismy	25
2.1 Postavení angličtiny ve světě	25
2.2 Uchopení anglicismů a jejich zastoupení ve francouzštině	26

2.3	Stručný přehled vztahu francouzštiny a angličtiny	27
2.4	Percepce anglicismů ve francouzštině	28
2.4.1	Franglais.....	30
2.4.2	Oficiální ekvivalenty anglicismů	30
2.5	Shrnutí části o anglicismech.....	32
3	Tzv. generace Z a její jazyk	34
3.1	Charakteristika generací X, Y a Z.....	34
3.1.1	Generace X	34
3.1.2	Generace Y	35
3.1.3	Generace Z.....	35
3.2	Jazyk generace Z	37
3.2.1	Angličtina, jazyk internetu a jazyk generace Z.....	37
3.2.2	Specifika jazyka internetu.....	38
3.3	Shrnutí části o generaci Z a jejích jazyku	40
4	Praktická část	41
4.1	Metodologie	41
4.2	Výzkumné hypotézy.....	42
4.3	Představení zdrojů zkoumaného korpusu.....	42
4.3.1	Instagram	42
4.3.2	YouTube	43
4.4	Selekce zkoumaných zástupců.....	44
4.5	Reprezentativní vzorek.....	46
4.6	Analýza korpusu ze sítě Instagram	47
4.6.1	Představení vzorku sítě Instagram	47
4.6.2	Slova s nejvyšším výskytem a lexikální pole	51
4.6.3	Definice, lexikografické značení a navrhované ekvivalenty obecných slovníků francouzského jazyka.....	52
4.6.4	Výskyt anglicismů v jazykovém korpusu	68

4.6.5	Míra adaptace anglicismů	71
4.6.6	Shrnutí analýzy	72
4.7	Analýza korpusu ze sítě YouTube	73
4.7.1	Představení vzorku sítě YouTube	74
4.7.2	Slova s nejvyšším výskytem a lexikální pole	78
4.7.3	Definice, lexikografické značení a navrhované ekvivalenty obecných slovníků francouzského jazyka.....	79
4.7.4	Výskyt anglicismů v jazykovém korpusu.....	96
4.7.5	Míra adaptace anglicismů	98
4.7.6	Shrnutí analýzy	98
4.8	Porovnání výsledků z mluveného a psaného vzorku	100
5	Závěr	101
	Résumé.....	103
	Seznam použitých zdrojů.....	105
	Seznam tabulek a grafů.....	109
	Přílohy.....	110

Úvod

Vztah francouzského a anglického jazyka má dlouhou historii. Jedná se o jazyky, jež se vzájemně po staletí ovlivňovaly, a jejichž vztah se neustále vyvíjí. Anglický jazyk je nazýván termínem *lingua franca*, má značný vliv na ostatní jazyky díky postavení anglofonních zemí, co by světových velmocí. Prostupuje do jiných jazyků, a především do běžné komunikace neanglofonních mluvčích, aniž bychom si to plně uvědomovali. Nejen ve francouzštině se tak objevují anglické přejímky, méně či více adaptované.

Přenos jazykového materiálu, tedy i vstupování anglicismů do francouzštiny a dalších jazyků je značně usnadněno sdílením informací a komunikací na internetu a sociálních sítích. Mladé generace tráví na internetu značnou část dne, i proto je jejich kontakt s angličtinou častější než u generací starších. Právě na tuto generaci bude zaměřena analytická část této práce, jejímž cílem bude představit problematiku jazykových přejímek a anglicismů ve francouzském jazyce. Tato diplomová práce se také pokusí představit generaci Z a charakterizovat její vyjadřovací schopnosti. Dále bude práce analyzovat vyjadřování vybraných zástupců generace Z na sociálních sítích, a to se zaměřením na použité anglicismy jak v psaném, tak v mluveném projevu.

Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Nejprve bude v části teoretické představeno téma jazykových přejímek, budou představeny definice české i francouzské, pozornost bude věnována jak lingvistickým, tak slovníkovým výkladům. Rovněž budou porovnány nesourodé terminologie z oblasti jazykových přejímek různých zdrojů, a to ve francouzštině, angličtině i češtině. Představena bude také typologie přejímek a proces jejich adaptace do cílového jazyka. Následně bude rozvinuto téma anglicismů. Bude vysvětleno, jaké postavení a roli má anglický jazyk ve světě, jaké postavení mají anglicismy ve francouzském jazyce a bude stručně shrnut také historický přehled vztahu těchto dvou jazyků. Krátce bude pojednáno o percepci anglicismů ve francouzštině, jazykové politice Francie a vytváření ekvivalentů.

Poté představíme generaci Z, vysvětlíme, jaké jsou její charakteristiky, její předchůdci a jaké jazykové tendence u ní můžeme pozorovat. Krátce bude pojednáno také o jazyku vyskytujícím se na internetu, jenž bude tvořit zdroj pro analýzu této práce.

Část praktická nejprve shrne metodologii použitou pro výzkum této práce, popíše zdroj dat pro následnou analýzu a představí hypotézy. Zkoumaná data budou dvojí: k dispozici bude jak psaný, tak mluvený projev zástupců francouzské generace Z získaný ze sociálních sítí.

Praktická část tak bude rozdělena do dvou samostatných analýz. Nalezené anglicismy budou nejprve vyhledány v obecných slovnících francouzského jazyka, z nichž budou prezentovány definice hledaných slov, lexikografické značky a důraz bude také kladen na vyhledání francouzských ekvivalentů. Rešerše anglicismů proběhne také v jazykovém korpusu. Nakonec bude ještě upřesněno, jakou míru adaptace lze u analyzovaných anglicismů pozorovat.

1 Jazykové přejímky

První kapitola teoretické části této práce se zabývá tématem jazykových přejímek. Nejprve se obecně zaměřuje na jejich definici, terminologii, charakteristiku, a nakonec i typologii. Také přibližuje motivaci mluvčích k přejímání cizích slov, dále představuje typy jazykových kontaktů, životní cyklus jazykových přejímek a jejich adaptaci v přijímacím jazyce. V další části se práce zaměřuje konkrétně na anglické přejímky ve francouzském kontextu. Stručně pojednává o vztahu těchto dvou jazyků z historického hlediska a také představuje současné postavení anglicismů ve francouzštině, dotýká se rovněž tématu francouzských ekvivalentů nahrazujících anglické přejímky.

1.1 Definice a terminologie tykající se přejímek

Jazykové přejímky jsou výsledkem jazykových kontaktů, jejichž historie sahá daleko do minulosti. Jejich oblast je však stále více vnímaným tématem moderní lexikologie a díky stále se zjednodušujícím prostředkům komunikace je dnes kontakt dvou cizích jazyků běžnější a snazší. Jedná se o velmi důležitou součást neologie, která významně přispívá k evoluci jazyka.

Jazykové přejímky, výpůjčky, slova přejatá či převzatá. V českém jazyce objevujeme všechny tyto názvy, jež nesou označení pro lingvistický materiál (slova, fráze, idiomy, ale i materiál syntaktický, fonetický či sémantický a další) přejatý jazykem A z jazyka B. Jazyk A můžeme označit termíny *replikující*, *cilový*, *přebírající*, nebo *přijímací* jazyk, či ve francouzském jazyce *langue emprunteuse*, *cible* či *réceptrice* (CARTIER, 2019: 145). Jazyk B bývá nazýván jazykem *modelovým* (též *výchozí*, *zdrojový*, ve francouzštině *langue source*). Jednoduše bychom mohli shrnout definici přejímek takto: „Jedná se o lingvistickou přejímku, pokud řeč A používá, a nakonec integruje lingvistickou jednotku či rys, který dříve existoval, v řeči B (nazývané zdrojový jazyk), a kterým řeč A nedisponovala. Jednotka nebo jazykový rys jsou nazývány přejímkami.“¹ (DUBOIS et al., 2007: 177).

1.1.1 Definice obecných jazykových slovníků

Pro detailnější rozbor terminologie přejímek nahlédneme nejdříve do slovníků jazyka českého. Z těch je patrné, že užívání názvosloví není zcela jednotné. Slovník *CzechEncy (Nový encyklopedický slovník češtiny)* staví vedle sebe názvy *výpůjčka* a *prejímka* jako synonyma, zároveň však zmiňuje také výraz *prejatý materiál* nebo také *slova převzatá*. Slovník tedy kombinuje všechny výše uvedené názvy. Jedná se však o slovník

¹ Vlastní překlad.

encyklopedický, může tedy obsahovat více informací než slovníky obecné. Pro příklad, *Slovník spisovné češtiny*, neobsahuje odkaz na lingvistický význam slov *výpůjčka* ani *přejímka*, výrazy pouze obecně definuje jako například „odebrání do vlastních rukou“, přičemž v tomto významu mohou být výrazy použity i pro lingvistické účely. Při konzultování online slovníku *Wikislovník* nenalzáme žádné výsledky při hledání výpůjčky, avšak nalzáme zde výskyt *přejímky*, která uvádí také lingvistický význam: „slovo, sousloví či fráze přejaté z jiného jazyka“. Jako synonymum jsou pak uvedeny výrazy jako je právě *výpůjčka* či *přejaté slovo*. Výraz *přejaté slovo* nalezneme jako samostatný výskyt například na stránce *Wikipedia*, v ostatních slovnících tento název nalezneme pouze při hledání adjektiva *přejatý*, kde je již odkaz na lingvistický kontext uveden.

Pro ucelení terminologie a pro účely této práce je rovněž důležité uvést ekvivalenty přejímky v jazyce francouzském a anglickém. Ve francouzském jazyce nalzáme výhradně výraz *emprunt*. V případě slovníků *Le Petit Robert* i *Larousse* nalzáme odkaz na lingvistický kontext tohoto slova, kdy je *emprunt* označeno jako proces, kterým jeden jazyk přejímá elementy jiného jazyka, ale i jako výsledek neboli produkt tohoto procesu – slovo přejaté. V angličtině se pak můžeme setkat se slovy jako je *loanword*, *borrowing*, *transfer* nebo pouze *loan*. Ve slovnících anglického jazyka se však nejčastěji setkáme pouze s *loanword* (například *Oxford Dictionary*, *Cambridge Dictionary* nebo *Wiktionary*), ojediněle pak nalezneme lingvistický odkaz při vyhledávání výrazu *borrowing*.

Zdá se tedy, že zejména český jazyk je s přihlédnutím k synonymům přejímek naleznutých slovníků češtiny velmi rozmanitý a užívání terminologie nelze zcela jednoduše vymezit na jediný výraz, jako bychom mohli učinit v případě francouzštiny či angličtiny.

1.1.2 Definice vybraných lingvistů

Nyní se zaměříme také na definice vybraných českých, francouzských a anglických lingvistů. Lingvistka Diana Svobodová volí ve svých studiích termín *slovo přejaté*, případně *přejímky* (eventuálně *cizojazyčné přejímky*), které označuje za neutrální a vhodné. Naproti tomu za nevhodný termín považuje výraz *výpůjčka*, který je sice ekvivalentem anglického *loanword/borrowing*, nicméně konotace naznačující proces vrácení, je zde dle autorky příliš významná (SVOBODOVÁ, 2009: 26). Stejný přístup pak má také Martincová (2004: 189), která navíc považuje termín *výpůjčka* za pouze příležitostně užívaný. Opačnou tendenci však můžeme pozorovat například v práci Františka Čermáka, *Jazyk a jazykověda* (2013: 160), kde se autor věnuje tématu výpůjček a jako synonymum k nim řadí právě přejímky. S termínem výpůjčka pracuje například také jeden z autorů slovníku *Encyklopedický slovník češtiny*

(NEKULA, 2004: 263). Termíny *slovo přejaté* či *přejímání* pro označení lingvistického procesu jsou užity například v práci *Česká mluvnice* (HAVRÁNEK, JEDLIČKA, 1981: 521), přičemž stejný postoj je zaujat i v případě publikace *Čeština – řeč a jazyk* (ČECHOVÁ et al., 2011: 83).

V případě francouzských konzultovaných lingvistických studií je terminologie zcela jasná, nejhojněji užívaným výrazem zůstává *emprunt*, jako tomu bylo i v případě francouzských slovníků. Odchytkou je však problematika vymezení tohoto pojmu, kdy *emprunt* označuje nejen přejaté slovo, ale i proces přejímání (DEROY, 1956: 21). Na nedostatečné rozlišení procesu přejímání a přejatého materiálu narážíme také u J. Rey-Debove (1973: 107), která pojmem *emprunt* rozumí proces, jímž jazyk L1 přejímá jazykový materiál z jazyka L2.

V případě studií anglických narážíme na stejnou problematiku jako v případě české lingvistiky. Lingvisté pracují s termíny *borrowings*, *loanword*, či méně často *transfer* (MATRAS, 2009: 166), avšak poukazují na nepřesné pojmenování, které s sebou nese konotaci stejnou, jako výpůjčka v češtině čili značí, že dojde k procesu navracení (JOHANSON, 2002: 8). Dle Matrase (2009: 146) je v anglickém jazyce termín *borrowing* užíván nejčastěji pro označení procesu (tento termín ve francouzštině naopak chybí).

1.1.3 Shrnutí definic a terminologie

Jazyková přejímka označuje lingvistický materiál převzatý přijímacím jazykem z jazyka zdrojového. V této oblasti však narážíme na absenci jednotného pojmenování. Výše uvedená terminologie značí, že v oblasti přejímek neexistuje v případě českého jazyka zcela jednotné pojmenování užívané jak českými slovníky, tak českými lingvisty. Rozdíly v pojmenování se však objevují nejen při porovnávání slovníků a lingvistických studií, ale i mezi lingvisty samotnými. Obecně nejčastějšími názvy jsou *přejímka*, *vypůjčka* nebo *slovo přejaté*, všechna tato označení budou v případě této práce chápána jako synonyma. Jazyková přejímka bude označovat výsledek kontaktu dvou jazyků, tedy materiál přejatý jazykem přijímacím z jazyka zdrojového. Tomuto procesu pak říkáme přejímání. Ve francouzském i anglickém jazyce však narážíme na absenci rozlišení procesu a výsledku, ve francouzštině se setkáváme s *emprunt*, v anglickém jazyce pak s *loanword*. Bude tedy nutné zaměřit se vždy na kontext a určit, zda se jedná o přejatý materiál či proces přejímání.

1.2 Typologie přejímek

Jazykové přejímky můžeme klasifikovat dle nejrůznějších kritérií. Vybranými typologiemi se pokusíme odpovědět na otázky proč, odkud, jak a jaký jazykový materiál přejímáme. Vybrané typologie zahrnují například motivaci mluvčího pro používání přejímek,

typ přejímaného jazykového materiálu nebo proces vzniku přejímek. Představíme si také typologie některých vybraných lingvistů zabývajících se tématem jazykových přejímek.

1.2.1 Rozdělení na základě motivace mluvčího

Jedním z kritérií pro vymezení typologie jazykových přejímek může být například motivace mluvčího. Motivací pro přejímání cizích slov je například absence lexika v přijímacím jazyce, mluvčí jsou tak nuceni cizí slovo přijmout do svého jazyka, tedy zde přejímka plní denominativní funkci. Nejčastěji jsou si těchto „nedostatků“ vědomi bilingvní nebo semi-bilingvní mluvčí, kteří nachází v cizím jazyce výraz, jenž dobře koresponduje s tím, co chtějí vyjádřit. Aby se tedy mluvčí mohl vyjádřit přesně tak, jak zamýšlí, zvolí právě pojmenování z „lépe vybaveného jazyka“ (MATRAS, 2009: 145). Larousse toto využívání přejímku označuje jako *emprunt de nécessité* (tedy „výpůjčku z nutnosti“ jejímž příkladem může být výraz *whisky*)². Konkrétním příkladem této motivace pro využívání přejímek mohou dle Matrase být například tzv. *cultural loans*, tedy *kulturní výpůjčky*, které často označují například komunitní funkce či instituce, ve španělštině *al-calde* (starosta) z arabského *al-qādī* (MATRAS, 2009: 150).

Jako jednu z dalších motivací zmiňuje Matras prestiž. Tato hypotéza předpokládá, že mluvčí napodobuje elementy cizího (v jeho očích sociálně silnějšího) jazyka s vidinou získání lepšího sociálního statusu. Dle Larousse se jedná o tzv. *emprunt de luxe* (tedy výpůjčku „luxusní“, která není nezbytně nutná, například *night club*)³. V těchto případech však na rozdíl od absence lexika v přijímacím jazyce často existuje ekvivalent, jenž je ale nahrazen přejímkou. Tyto přejímky jsou užívány specifickou sociální vrstvou. Nicméně je nutné upřesnit, že přejímání cizích slov z konkrétního jazyka nemusí nutně značit jeho nadřazenost. Je pravdou, že často je jazyk zdrojový politicky a sociálně výše postavený a mnohdy se jedná o jazyk konkrétní elity v dané oblasti, což je zapříčiněno tím, že tato elita řídí nejrůznější instituce, přináší technologické inovace i módní trendy. Avšak i sociálně silnější angličtina přejímá cizí slova, například pro označení tropického ovoce (*mango* z portugalského *manga*, které samo vychází z malajského *mangga*, přejatého z tamilského *mankay*).

² *Encyclopédie Larousse*, Éditions Larousse Société, [online], Paříž, [cit. 21. 11. 2020]. Dostupné z: <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/emprunt/187233>.

³ *Encyclopédie Larousse*, Éditions Larousse Société, [online], Paříž, [cit. 21. 11. 2020]. Dostupné z: <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/emprunt/187233>.

1.2.2 Rozdělení dle přejímaného materiálu

Jazykové přejímky lze dělit také dle typu vypůjčeného jazykového materiálu, jak je dělí například québecký slovník *Colpron*, který se zaměřuje konkrétně na anglicismy. Ve slovníku nalezneme rozdělení na přejímky:

- *sémantické* (přebírá se význam označovaného)
- *lexikální* (přebírá se slovo v podobě, ve které se objevuje ve zdrojovém jazyce)
- *syntaktické* (přebírá se syntaktická skladba)
- *morfologické* (přebírá se slovo tvorné prvky, jako například přípony)
- *fonetické* (přebírá se například výslovnost)
- *grafické* (přebírá se grafická podoba jazyka)

1.2.3 Rozdělení dle procesu vzniku

Dalším kritériem může být také proces, jakým přejímka vzniká. Přijímací jazyk často nejrůzněji upravuje a přizpůsobuje cizí slova a formuje tak budoucí přejímku. Typy mechanismů, které formují lexikální přejímku, navrhané Emmanuelem Cartier (2019:145-146) zahrnují čtyři skupiny vycházející z typologie představené J.-F. Sablayrollem (2016):

- *překlad (traduction)*: lexikum zdrojového jazyka existující v přijímacím jazyce je přeloženo, vliv je zde sémantický (například slovo *mouse* (počítačová myš) > *souris*, vlivem anglického jazyka francouzština doslovně výraz přeložila a přijala jeho sémantiku), někdy se mluví o sémantickém kalku.
- *morfologický kalk (calque morphologique)*: jedná se o překlad každého morfému složeného slova, tedy vlastně o morfematickou kopii struktury přejímaného slova, například v případě *skyscraper* > *gratte-ciel* (mrakodrap).
- *falešná přejímka (allogénisme nebo faux emprunt)*: označuje slova, jejichž protějšek neexistuje v pomyslném zdrojovém jazyce. Tato slova jsou tvořena například pomocí afixů, či celých lexémů z cizího jazyka a budí tak dojem slova pocházejícího z cizího jazyka (např. *tennisman* ve francouzštině, ale *tennis player* v angličtině). Častým jevem jsou také hybridní spojení – tedy kombinace lexému domácího a cizího (např. *serial menteur*). Tento typ přejímek bývá nazýván také *pseudopřejímka* (SVOBODOVÁ, 2009: 29). John Humbley (2004: 122) pak pracuje s pojmem *pseudo-loan* (HUMBLEY, 2004: 122). V roce 2016 (42) však Humbley

upřesňuje, že falešné přejímky nelze řadit mezi přejímky, neboť nebyly převzaty z pomyslného zdrojového jazyka. Obrací se také k termínu *allogénisme*, který představuje lexikum tvořené pouze z cizojazyčných elementů. Allogenismy pak mohou být také tzv. hybridy, jež jsou tvořeny jak za pomoci domácích, tak cizích prvků.

- *neologická syntéza* (*synthèse néologique, trou comblé*): tvorba těchto slov může být vysvětlena pouze sémantickým vlivem druhého jazyka (např. *whistleblower* v angličtině a *lanceur d'alerte* ve francouzštině).

1.2.4 Rozdělení dle etymologie

Poměrně jednoznačnou a pro tuto práci zásadní klasifikací přejímek je rozdělení dle původu přejatého slova. Jazykové přejímky tak můžeme dělit například na *anglicismy*, *germanismy*, *romanismy* nebo také *evropeismy* a *internacionalismy* (SVOBODOVÁ, 2009: 28).

1.2.5 Další typologie objevující se ve francouzském lingvistickém prostředí

Vzhledem k mnohým způsobům uchopení klasifikace přejímek se zde kromě výše uvedených typologií zaměříme i na jednotlivé skupiny přejímek objevující se ve francouzském lingvistickém prostředí.

Klasifikace představená E. Cartierem zahrnuje tři skupiny⁴ (CARTIER, 2019: 145-146):

- a. *skutečné lexikální přejímky*
- b. *vytváření ekvivalentů*
- c. *další neologické formy vystavené cizímu vlivu, kde však převažuje vliv tzv. matrice interne*

Jean-François Sablayrolles (2000: 392-394) přichází se zaměřením na rozšíření užití slova a dělí přejímky na:

- *jednoduché přejímky* (*emprunts simples*): motivované přejímky odkazující na kontext zdrojového výrazu (např. *french connection* neboli *francouzská spojka* pro označení nelegálního toku drog přes stát Francie), přejímka přenáší informace

⁴ Ve francouzském originále: *les emprunts lexicaux véritables, les créations d'équivalents, d'autres formes néologiques subissant une influence étrangère mais où une l'une des matrices internes prédomine.*

zdroje a vzniká tak nový výraz (např. *Nagoya connection*, nelegální import vepřového masa japonským přístavem Nagoya)

- *přejímky s přebíráním významu* (v orig. *emprunts avec phénomène d'irradiation*): přejímka, kdy je změněn vztah mezi *signifiant* (označujícím) a *signifié* (označovaným), jenž přebírá význam celku (např. -gate z Watergate přebírá význam politického skandálu a dává tak vzniknout přejímkám Irangate, Yomagate nebo Monicagate)

Sablayrolles dále zmiňuje například typ zdroje jako možné rozlišení přejímek a uvádí např. přejímky z živých jazyků, ze starých jazyků, z dialektům apod.

Další přístup představil také Pierre Guiraud (1965: 99-100). Zmiňuje přejímku jména i označovaného (do jazyka tak přichází název ve své původní podobě i konkrétní jev, např. *mazurka*), přejímku jména bez označovaného (např. *christmas-pudding*), přejímku označovaného bez jeho názvu (z italského *autostrada* > *autoroute*), pofrancouzštění názvu (z anglického *bowling-green* > *bouligrin*) a pofrancouzštění označovaného (z anglického *to realise* > *réaliser* = *se rendre compte*).

John Humbley (2004: 121) dělí anglicismy ve francouzštině (upřesňuje však, že dělení je možné aplikovat i na ostatní jazyky) na:

- *přejímky (borrowing)* neboli lingvistický materiál, který nebyl adaptován a je stále chápán jako cizí
- *nahrazování (replacement)*, které představuje překlad
- *pseudopřejímky (pseudo-loans)*, které falešně odkazují na jazykový model jiného jazyka

S dalším rozdělením přicházejí také Pulcini et al. (2012: 6), kteří do typologie přejímek zahrnují také kalky. Přejímky dělí na *přímé* a *nepřímé*. Přímé přejímky zahrnují přejímku, falešnou přejímku a hybridní přejímku. Ty nepřímé pak dělí na kalky a sémantické přejímky.

1.2.6 Další typologie objevující se v českém lingvistickém prostředí

V českém prostředí se rovněž setkáme s mnohými způsoby uchopení klasifikace přejímek. Svobodová (2009: 25-27) zmiňuje jako jedno z kritérií například etymologický původ přejímky (viz část d) výše). Kromě toho však také zmiňuje zcela základní dělení na *slova cizí* (v angličtině *foreign words*, chápána a používána jako slova cizího původu) a *slova přejatá* (*loan words*, považovaná za integrovaná). Nalezneme zde také zmínku

o termínu *xenismus* (prvky vymykající se normám platným v daném jazyce a budící tak dojem cizosti).

Poměrně rozsáhlou klasifikaci nabízí *Nový encyklopedický slovník češtiny (CzechEncy)*⁵ a dělí přejímky na dvě hlavní skupiny:

- *replika materiálu*: přejímky *lexikální* (dále rozdělené na *přímé* = přejímka bez využití afixů a *deriváty* = přejímka s využitím afixů), *fonetické*, *fonologické*, *grafemické*, *morfemické*
- *replika vzorů*: *kalky*, *slovotvorné výpůjčky*, *morfosyntaktické*, *syntaktické*, *pragmatické*, *sémantické*

Také zde nalezneme rozdělení dle etymologie, kromě již výše zmíněných typů přejímek nacházíme například: *bohemismy*, *galicismy*, *hispanismy*, *hungarismy*, *italianismy*, *jidišismy* aj.

Oproti tomu lingvista Kadlec (2003: 61) dělí přejímky jednoduše na dvě skupiny: *přímé* (dále rozdělené na přejímky beze změny výslovnosti nebo pravopisu a na přejímky se změnou) a *kalky* (dělicí se na sémantické a lexikální).

Jan Lazar (2019: 121) přejímky dělí dle stupně adaptace na *výpůjčky zcela adaptované* (*accordéon*>*akordeon*), *výpůjčky částečně adaptované* (*étude*>*etuda*) a *výpůjčky neadaptované* (*croissant*).

1.2.7 Shrnutí typologií

Typologie jazykových přejímek je velmi komplexní a klasifikovat můžeme přejímky dle mnohých kritérií. Ve francouzském prostředí narážíme na rozdělení přejímek dle motivace mluvčího, tedy dělíme je na *emprunts de luxe* či *emprunts de nécessité* podle toho, zda mluvčí volí přejímku z důvodu absence výrazu v jeho rodilém jazyce či se používáním jazykové přejímky snaží o jistou prestiž nebo se jedná například o specifické lexikální pole, kterému dominuje cizí terminologie. V empirické části této práce budeme s tímto rozlišením pracovat čili budeme se snažit určit, zda je používání dané jazykové přejímky nutností či spíše svobodnou volbou mluvčího. Jazykové přejímky také dělíme například dle přejímaného materiálu na sémantické, syntaktické, morfologické či lexikální, které jsou nejčastější, a na něž se budeme zaměřovat.

⁵ Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VÝPŮJČKA>, [cit. 10. 6. 2021].

Jedním z dalších kritérií je také proces vzniku, kdy se může jednat o doslovné překlady, morfologické kalky (*skyscraper* > *gratte-ciel*) nebo také falešné přejímky, které však ve zdrojovém jazyce doopravdy neexistují. V českém prostředí se setkáváme také s označením *pseudopřejímka*, které se objevuje rovněž v anglofonní lingvistice (*pseudo-loan*). Narážíme zde i na terminologii přejímek dle toho, z jakého jazyka je jazykový materiál přejímán (anglicismy, hispanismy, italianismy aj.). Pro naše účely budeme pracovat s lexikálními přejímkami anglického původu, tedy anglicismy a rozdělením na *emprunts de luxe* a *emprunts de nécessité*, abychom mohli určit důvody pro jejich používání. Do našeho výzkumu zařadíme jak kalky, tak falešné přejímky, protože se domníváme, že rovněž poukazují na vliv jednoho jazyka na druhý.

1.3 Typy jazykových kontaktů

Pro vymezení pojmu přejímky je nutné představit také formy kontaktů, jež mezi dvěma jazyky můžeme pozorovat. Emmanuel Cartier (2019: 145-146) zmiňuje ve své studii tři typy jazykových kontaktů, které závisí na vztahu mezi nimi.

a. **code-mixing**: jedná se o míchání dvou jazyků, které se objevuje u bi- či multilingvních skupin mluvčích, a dává často vzniknout kreolským jazykům. V tomto případě například francouzský mluvčí během svého projevu náhodně používá určité jazykové prostředky jazyka anglického.

b. **code-switching**: stejně jako u předchozího bodu, i zde se jedná o jev objevující se u multilingvních mluvčích, kteří vědomě či nevědomě přechází z jednoho do druhého jazyka. Je zde tedy předpoklad, že druhý jazyk má mluvčí dobře osvojen a je schopen produkovat celé věty či pasáže v cizím jazyce.

c. **přejímka**: v tomto případě zůstávají oba jazyky – přijímací i zdrojový – nedotčeny a jazykový materiál zdrojového jazyka je jasně ohraničen.

Také Svobodová (2009: 117) se věnuje tématu míšení kódů (*code-mixing*), který definuje jako „fenomén, kdy jsou v rámci jednoho komunikátu intencionálně užity prvky dvou (jen výjimečně většího počtu) jazyků“. Jako typický příklad zmiňuje reklamu, kde se code-mixing objevuje velmi hojně (např. *Rimmel: The London Look*). Další oblastí s častým výskytem míšení kódů je dle Svobodové internet (chaty, blogy,...), kde zejména mladí používají dva různé kódy, velmi často se jedná o celoanglické věty (např. *take care, hi man* apod. Matras (2009: 101) pak definuje *code-switching* (dle *CzechEncy* označováno jako *střídání kódů*) jako přepínání, střídání dvou jazyků. Upozorňuje, že někdy bývají termíny

code-switching a *code-mixing* zaměňovány, dle něj však míšení kódů zahrnuje pouze vkládání slov či vět v jiném jazyce, nikoli kompletní střídání dvou jazyků.

Pojmy *code-mixing* a *code-switching* budou jistě zásadní pro empirickou část této práce. Jak zmiňuje Cartier (viz výše), ve francouzském jazyce se objevuje často míšení jazyků, a to zejména s jazykem anglickým.

1.4 Životní cyklus přejímky

Výsledkem kontaktů dvou jazyků může být přijetí cizího slova a potenciální vznik přejímky. Dovězení toto procesu však není ve všech případech zaručené a novotvar prochází různými fázemi předtím, než je klasifikován jako přejímka. Stejně jako ve výše uvedené typologii, ani zde neexistuje jednotná terminologie. E. Cartier (2019: 147) shrnuje jednotlivé pojmy týkající životního cyklu přejímek na základě Sablayrollovy studie:

xénisme: cizí slovo odkazující na neznámou, cizí realitu, která je specifická pro zdrojový jazyk a nutně odkazuje na metalingvistickou realitu, jež se neobjevuje v jazyce přijímacím. V této fázi je tedy pro cizí slovo v mnohých případech nemožné plně se integrovat do přijímacího jazyka kvůli jakémusi kulturnímu bloku (existují však taková slova: sushi, glasnost, jazz). V této fázi integrace často zůstávají např. názvy pokrmů či receptů. Tento výraz nalézáme také u českých lingvistů (viz výše Svobodová, slovník *CzechEncy*). Dle jiných lingvistů (HUMBLEY, 2019: 43) však termín *xenismus* může v neologii fungovat pouze za předpokladu, že bude jednoznačně a jasně definován.

pérégrinisme: pojem, který nebyl jasně a jednoznačně definován. Označován jako synonymum pojmu *xénisme* (např. Louis Deroy nebo *TLFi*) avšak také užíván pro označení druhé fáze integrace cizího slova do přijímacího jazyka, kdy *xénisme* je fáze první bez možnosti překonání hranice další fáze (Louis Guilbert), nebo vymezuje slova, jež odkazují na metalingvistickou realitu stejně jako *xénisme*, ale jejich význam je pro mluvčí známý (Olivia Guérin vycházející ze studií Jeana Dubois). Sablayrolles však na závěr své studie shrnuje, že tento pojem v lingvistice nenachází svou užitečnost a není tedy nutné ho pro denominaci neologismů používat. V obecných slovnících francouzského jazyka (*Larousse*, *Le Petit Robert*) výraz nenacházíme, najdeme ho však ve slovníku *TLFi*, kde je ale označen jako synonymum

xenismu⁶.V českém jazyce tento termín nenacházíme jak v obecných slovnících, tak ani v konzultovaných lingvistických studiích.

přejímka (*emprunt*): označuje pokročilou fázi integrace slova. Jedná se o integraci lingvistického materiálu existujícího ve zdrojovém jazyce do jazyka přijímacího. Chybí zde na rozdíl od anglického názvosloví pojmenování zvláště pro proces přejímání (*borrowing*) a pro jeho výsledek – výpůjčku, přejímku (*loanword*).

Svobodová zmiňuje tři základní fáze, ke kterým dochází při převzetí jazykového prvku. Opírá se přitom o studie lingvisty Furdíka. Nejprve můžeme pozorovat proces **interference** mezi dvěma jazyky a tehdy dochází k převzetí jazykových prvků. Tento proces však nemusí nutně znamenat, že dojde k jakémukoli přijetí nového prvku ze zdrojového jazyka. Druhou fází je **adaptace** neboli přizpůsobení systému cílového jazyka, nicméně zde hraje roli také sociální, psychologické, ekonomické a jiné faktory. Poslední fází tohoto procesu přejímání jazykového materiálu je **integrace**. Ta však záleží na několika faktorech. O přejímkách a jejich následném fungování v přijímacím jazyce rozhodují dle Svobodové tyto vlivy: prvním je typová vzdálenost výchozího a přijímacího jazyka (důležitou roli hraje odlišnost přejatého prostředku, jeho mluvené a psané podoby, morfologické rozdíly), sémantická závažnost a ustálenost významu, slovotvorné vlastnosti (je důležité, aby přejímka byla slovotvorná a bylo možné z ní tvořit deriváty), frekvence užití (čím vyšší frekvence, tím spíše se přejaté slovo adaptuje do přijímacího jazyka) a dále typ uživatelů (pokud se jedná o výraz používaný odborníky, slovo hůře proniká do přijímacího jazyka).

1.5 Proces adaptace jazykových přejímek

Proces adaptace je, jak jsme viděli výše, fází, kterou přejatý jazykový materiál prochází poté, co dojde k interferenci dvou jazyků. V této fázi je přejímka osvojována mluvčími, často dochází k fonologickým, morfologickým, sémantickým, či jiným změnám. V případě přejímání slov do francouzského jazyka mluvíme o procesu takzvaného pofrancouzštění (*francisiation*). Dále se budeme věnovat se především změnám, ke kterým dochází ve francouzštině s přihlédnutím k adaptaci anglických slov, doplněny budou však i příklady adaptací v jazyce českém.

⁶ Dostupné z: <https://www.cnrtl.fr/definition/pérégrinisme>, [cit. 10. 6. 2021].

1.5.1 Fonologická adaptace

Prvotním a typickým jevem adaptace vypůjčeného jazykového materiálu je v případě francouzštiny změna přízvuku a adaptace na francouzský hláskový systém. Duběda (2020: 328) shrnuje hlavní principy fonologické adaptace anglicismů ve francouzštině:

Fonologická aproximace: náhrada cizích fonémů za francouzské, např. anglické fan club /'fænkɫʌb/ je ve francouzštině adaptováno jako /fanklœb/. Ty fonémy, které se rovněž nacházejí v cílovém jazyce jsou přejaty beze změny, fonémy ostatní (æ, ʌ) jsou nahrazeny jejich nejbližšími protějšky.

Grafická výslovnost: slovo je víceméně vysloveno tak, jak je psáno ve zdrojovém jazyce. Například anglické laser /'leɪzə/ je ve francouzštině vyslovováno /lazeʁ/.

Původní výslovnost: imitace původní fonetické podoby.

Analogie se zdrojovým jazykem: nesprávná aplikace výslovnostních pravidel existujících ve zdrojovém jazyce, například v případě vlastního jména Robert /'rɒbət/ vyslovovaného jako /rœubr/ místo správného /robr/.

Analogie s cílovým jazykem: kontaminace domácím či zdomácnělým výrazem.

Vliv třetího jazyka: v případě nepřímých přejímek může být výslovnost ovlivněna tranzitním jazykem.

Vliv univerzálií: ovlivnění obecně platnými, jazykově nespécifickými fonologickými tendencemi, například francouzské tartelette /tɑʁt(ə)lɛt/ je v českém jazyce tartaletka /tartaletka/, kde přítomnost vokálu a ve druhé slabice může být vysvětlena vokálovou harmonií.

Nejasně motivovaná výslovnost (anomálie): fonologické změny, které nelze zcela jasně vysvětlit jedním z výše uvedených principů.

1.5.2 Sémantická adaptace

Obvykle přejímky přinášejí do cílového jazyka i svou původní sémantiku. Substantivum *businessman* tedy nese ve francouzštině i v češtině původní význam zdrojového jazyka, angličtiny. Může však dojít i k zúžení, pozměnění či rozšíření významu slova (VIERECK, 2005: 273). Příklad je slovo *star*, anglicismus označující ve francouzštině i v češtině známou osobnost, avšak ve zdrojovém jazyce označující mimo jiné také hvězdu na obloze. Přejata byla tedy pouze část významu. Naproti tomu v českém jazyce se setkáváme s výrazem *soda*

označující perlivou vodu. V jazyce anglickém však soda označuje jakýkoli nealkoholický sladký šumivý nápoj⁷.

1.5.3 Grafická adaptace

Některá přejatá slova plně přebírají grafickou podobu ze zdrojového jazyka⁸. Takovou tendenci pozorujeme například u slov *business*, *hippie*, *hipster*, a to jak ve francouzském, tak v českém jazyce. V případě českého jazyka však například u *business* můžeme pozorovat snahu o počeštní. Objevují se pravopisné varianty jako je například *byznys*. Narazit můžeme také na zápis anglických slov podle výslovnosti. V českém jazyce tak vzniká *display* > *displej*. Grafický zápis slova však může postupovat rovněž dle chybné výslovnosti (například *volleyball* > *volejbal*), která odráží nedostatečnou znalost zdrojového jazyka v době přejímání výrazu. Rozdílnou grafickou podobu můžeme také pozorovat v případě psaní velkých počátečních písmen (obecně v angličtině se velký počáteční písmena objevují více než v češtině, ke zcela radikální změně pak dochází v případě německých přejatých podstatných jmen), spojovníků apod.

1.5.4 Morfologická adaptace

Přejatá slova je často třeba adaptovat do cílového jazyka tak, aby v něm mohla naplno fungovat. V případě anglických přejímek je třeba určit rod podstatných jmen, který se v angličtině nevyskytuje coby mluvnická kategorie. Substantiva tak přejímají rod podle rodu přirozeného (například rozlišení u maskulin životných a neživotných – *businessman* vs. *airbag*). V jiných případech (např. *image* dle mužského vzoru *stroj*, ale i dle ženského vzoru *píseň*) však určení rodu není zcela jednoznačné, v češtině tak dochází ke kolísání rodu. Důležitou součástí morfologické adaptace je také slovtvorba. Z přejímek tak pomocí sufixů či prefixů mohou vznikat nová slova. Z anglického *chat* tak vzniká sloveso *chatter* (stejně tak *facebook* > *facebookisation*, *facebookeur*, *se défacebooker*...). Stejně tak v češtině funguje například slovo *mailovat*.

1.5.5 Shrnutí adaptací

Po interferenci dvou či více jazyků může docházet k procesu přejímání jazykových rysů jednoho jazyka do jazyka druhého. Slovo či jiný jazykový materiál pak prochází osvojováním mluvčími přijímacího jazyka a mnohdy dojde ke změnám spojeným s adaptací. Může se jednat

⁷ Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/soda>.

⁸ Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ADAPTACE%20VÝPŮJČEK>.

o adaptaci fonologickou, sémantickou, grafickou nebo například morfologickou. Tyto nejrůznější druhy adaptace se mezi sebou mohou mísit, není však podmínkou, že přejaté slovo musí některou z adaptací projít. Avšak v případě, že je přejímka vyslovována, zpravidla u ní ke změnám dochází a mluvčí ji modifikují dle jejich výslovnosti hlásek v rodném jazyce.

2 Anglicismy

Tato kapitola se zaměří na anglicismy, zejména pak na anglicismy ve francouzském jazyce. Přestože anglicismy řadíme mezi jazykové přejímky, jedná se o obsáhlé téma a také stěžejní téma této práce, bude mu tedy věnována samostatná kapitola. Stručně se zaměříme na důležitost anglického jazyka ve světě, dále nastíníme stručný pohled do historie vztahů mezi francouzštinou a angličtinou. Pozornost bude věnována také postavení anglicismů ve francouzštině a jejich vnímání. Na závěr představíme oficiální ekvivalenty navrhované za účelem substituce anglicismů ve francouzském jazyce.

2.1 Postavení angličtiny ve světě

Angličtina jakožto *lingua franca* je nejen v Evropě jazykem vědy, techniky, mezinárodního obchodu, ale v dnešní době i diplomacie. Se svými 1,3 biliony mluvčích po celém světě a přibližně 380 miliony rodilých mluvčích je bezpochyby nejběžněji používaným jazykem⁹. Detailnější data pro porovnání s ostatními jazyky jsou uvedena v tabulce.

Tabulka 1: Světové jazyky a počty jejich mluvčích

Jazyk	Počet mluvčích celkem (miliony)	Počet rodilých mluvčích (miliony)	Procentuální zastoupení mluvčích*
Angličtina	1 348	378	17,28 %
Francouzština	267	77	3,42 %
Mandarínská čínština	1 120	918	14,36 %
Hindština	600	340	7,69 %
Španělština	543	480	6,96 %

* Bere v potaz světovou populaci 7,8 miliard.

Z tabulky 1 je patrné, že anglický jazyk má nejvyšší počet mluvčích, a přestože není jazykem s nejvyšším počtem rodilých mluvčích, je prvním jazykem, který si populace vybírá jako svůj druhý jazyk. Data úřadu Eurostat¹⁰ z roku 2016 dokazují, že až 80 % populace Evropské Unie v produktivním věku zná více než jeden jazyk a dle statistik

⁹ Eberhard, David M., Gary F. Simons, and Charles D. Fennig (eds.), 2021. *Ethnologue: Languages of the World. Twenty-fourth edition*, [online]. Dallas, Texas: SIL International. [cit. 20. 1. 2021]. Dostupné z: www.ethnologue.com.

¹⁰ Data dostupná z: <https://ec.europa.eu/eurostat>. [cit. 20. 1. 2021].

z roku 2018 se 96 % evropských studentů vyučovalo právě anglickému jazyku. Angličtina je tak nedílnou součástí komunikačních dovedností současné populace.

2.2 Uchopení anglicismů a jejich zastoupení ve francouzštině

Slova cizího původu obecně mají ve francouzštině významné zastoupení. Nejvíce francouzština přejímala z itaštiny, arabštiny, španělštiny, ale také z angličtiny. Právě anglicismy jsou francouzskými lingvisty diskutovaným fenoménem již dlouhá staletí. Historie těchto dvou jazyků sahá až do středověku a stále je živým předmětem lingvistických studií.

Pro účel této práce je nutné vymezit pojem anglicismus. Dle slovníku *Trésor de la langue française* pojem anglicismus zahrnuje nejen samotné slovo pocházející z angličtiny, ale také význam a syntaktický obrat, jenž do přijímacího jazyka pronikl: „*Mot, sens ou tour syntaxique anglais introduit dans le vocabulaire ou la syntaxe d'une autre langue.*“¹¹. Pro účel této práce budeme pracovat s anglicismy pocházejícími jak z britské, tak z americké angličtiny tak, jak je pojmají Josette Rey-Debove a Gilberte Gagnon v *Dictionnaire des anglicismes : les mots anglais et américains et français*¹² (REY-DEBOVE, GAGNON, 1998: 7). Anglicismy se nejčastěji objevují v mluveném projevu, jenž často nese prvky pouze spisovného jazyka. Angličtina mnohdy propůjčuje francouzštině slova či syntaktické skladby, které spadají do familiárního registru: *to pay cash = payer en liquide*, ale přejímkou vzniká složený francouzský výraz *payer cash*, spadající již do nespisovného jazyka¹³ nebo také: syntaktické vazby příslovce *peut-être + S + V*¹⁴, jejíž gramatická správnost je narušena anglickým kalkem. Z anglického *Maybe Peter will arrive tomorrow* se tak stává *Peut-être Pierre arrivera demain* namísto jedné z korektních variant například s inverzí podmětu: *peut-être + N + V + reprise pronominale du sujet: Peut-être Pierre arrivera-t-il demain.*¹⁵

Významné zastoupení anglicismů vyzdvihuje Henriette Walter a uvádí, že přejímky tvoří ve francouzštině 14,3 % z celkových 60 000 slov. Jedna čtvrtina těchto přejímek se pak řadí mezi anglicismy (WALTER, 1997: 56). Můžeme však očekávat, že počet anglicismů od vydání těchto dat stoupl vzhledem k tendenci posledních let.

¹¹ ATILF: *Centre national de ressources textuelles et lexicales*, [online], ATILF – CNRS & Université de Lorraine, [cit. 31. 1. 2021]. Dostupné z: <http://atilf.atilf.fr>.

¹² „... un mot qui appartient à la langue anglaise (d'Angleterre ou d'Amérique)“

¹³ ATILF: *Centre national de ressources textuelles et lexicales*, [online], ATILF – CNRS & Université de Lorraine, [cit. 31. 1. 2021]. Dostupné z: <http://atilf.atilf.fr>.

¹⁴ S = sujet; V = verbe

¹⁵ *Dire, ne pas dire*, [online], Académie française, Paris, [cit. 2. 2. 2021]. Dostupné z <http://www.academie-francaise.fr/dire-ne-pas-dire/neologismes-anglicismes>.

Dle platformy *Néoveille*, která se zaměřuje na neologismy ve francouzském jazyce a pracuje s webovým korpusem shromažďujícím data z posledních desetiletích, je přejímka obecně třetí (po prefixaci a kompozici) nejdůležitější matice pro vytváření nových slov ve francouzštině. Ještě podstatnější je však počet výskytů v případě neologismů vytvořených pomocí přejímky – dle dat shromážděných mezi roky 2015 a 2017 patří 18,19 % všech neologických výskytů mezi přejímky. Zastoupení anglicismů v této skupině je zcela zásadní, ze všech přejímek je 91 % převzato z právě angličtiny. Autoři tuto tendenci vysvětlují skrze prestiž anglického jazyka a přejímky z nutnosti vzhledem k ekonomickému kontextu. Přejaté lexikum tvoří z více než 80 % substantiva, následují adjektiva a slovesa. Je však důležité zmínit i přejímání sufixu *-ing* (*parking*) nebo například prefixu *e-* (*e-marché*)¹⁶.

Nakladatelství *Le Robert*, jenž na svých stránkách prezentuje nová slova objevující se ve slovníku *Le Petit Robert 2021*, uvádí neologismy, mezi nimiž je patrná role anglického jazyka: *cloud*, *brainstormer*, *blacklister*, *spammer*, *story*, *veggies*¹⁷. Zdá se tedy, že přítomnost anglicismů ve francouzském jazyce zůstává i nadále významná.

2.3 Stručný přehled vztahu francouzštiny a angličtiny

Dlouhá historie vzájemného vlivu francouzského a anglického jazyka sahá až do 11. století počínaje normanskou invazí do Anglie v roce 1066. Po podmanění Anglie Normany se francouzština poprvé významně dostává do anglického jazyka a zanechává zde své stopy. Dnes díky tomuto vlivu nacházíme v angličtině slova jako např. *easy*, odvozené z francouzského *aisé*, *gentleman*, složené z francouzského *gentil* a německého *man*. Angličtina i v následujících stoletích byla jazykem přijímacím francouzské lexikum, z nichž početně nejúspěšnější je století čtrnácté, kdy dle Oxford Dictionary bylo anglickým jazykem přejato až 306 francouzských slov. Kromě normanské invaze uvádí Jean-Paul Kurtz (2013: 36) i jinou příčinu hojného přejímání galicismů, totiž přirozenou chuť Angličanů cestovat a snadno přijímat vše nové, a to nejen v oblasti lexika. Tento vývoj se pomalu mění až v 18. století, kdy se mění směr vlivu – francouzština se z jazyka zdrojového stává v tomto vztahu jazykem přijímacím.

¹⁶ CARTIER, Emmanuel, SABLAYROLLES, Jean-François, BOUTMGHARINE, Najet, HUMBLEY, John, BERTOCCI, Massimo, JACQUET-PFAU, Christine, KÜBLER, Nathalie, TALLARICO, Giovanni, *Détection automatique, description linguistique et suivi des néologismes en corpus : point d'étape sur les tendances du français contemporain*, [online], Actes du Congrès Mondial de Linguistique Française, Mons (Belgique), 9-13 juillet 2018, [cit. 2. 2. 2021], str. 9-11
a 15. Dostupné z: <https://tal.lipn.univ-paris13.fr/neoveille/html/login.php?action=login#>.

¹⁷ Éditions LE ROBERT, *Le Petit Robert 2021 et ses mots nouveaux*, [online], Paříž, [cit. 2. 2. 2021]. Dostupné z: <https://www.lerobert.com/mots-nouveaux-petit-robert.html>.

S přicházejícím obdobím Osvícenství je obdiv směřován k Anglii. Vliv monarchie se manifestuje napříč všemi oblastmi: věda díky Newtonovi, filozofie díky Lockovi, literatura díky Shakespearovi, ale i zcela běžné sféry jako gastronomie, móda a koníčky jsou postihnuty anglomanií, jak toto období historici mnohdy označují¹⁸. V tomto období přejímá francouzština slova jako *budget*, *jury*, *spleen*, *gentleman* (přestože jak již bylo vysvětleno výše, toto slovo bylo původně složeno z francouzského *gentil*), *humour*, *romantique*, *bifteck*, *club*¹⁹. V době Velké francouzské revoluce se pak ve francouzštině hojně objevují anglické kalky: *lune de miel* (*honeymoon*), *liberté de la presse* (*freedom of the press*, dříve *liberty of the press*), *hors-la-loi* (*outlaw*) (WALTER, 1997: 184-185).

Vývoj vztahu francouzštiny a angličtiny zůstával i v nadcházejících obdobích obdobný, jazyky byly i po první světové válce rovnocenné, francouzština zůstávala i nadále jazykem diplomacie (např. mírová smlouva ve Versailles byla sepsána v obou jazycích). Významnou vlnu anglicismů přineslo období druhé světové války a také poválečných let, kdy Spojené státy americké ovlivňovaly dění v západním bloku Evropy. Od té doby se postavení Spojených států amerických postupně umocňuje až do bodu, kdy představuje první politickou, ekonomickou i kulturní velmoc. Angličtina se tak, především díky silnému mocenskému postavení v oblasti kultury (hudba, literatura, film), velmi snadno dostává do povědomí populace.

Vliv anglického jazyka, nejen na francouzštinu, je navíc výborně podpořen moderními, často původem americkými sociálními médii, komunikačními technologiemi, včetně sociálních platforem, online webů s nabídkou filmů a dalších internetových serverů, jež jsou neodmyslitelnou součástí dnešní populace. Dle statistik úřadu Eurostat, 70 % francouzské populace používá internet na denní bázi, přičemž 90 % aktivity připadá právě na konzumaci obsahu²⁰.

2.4 Percepce anglicismů ve francouzštině

Francouzský jazyk, mnohem více než jazyky jiné, historicky představuje součást národní identity, spatřujeme v něm proslulý francouzský patriotismus. Pronárodní francouzské smýšlení se do lingvistického prostředí významně promítá v roce 1635, kdy je kardinálem Richelieu založena Francouzská akademie mající za cíl „...*pečlivě a pilně pracovat na*

¹⁸ Například Claude Nordmann či Laurence Hélix.

¹⁹ PRUVOST, Jean, *La langue française : une longue histoire riche d'emprunts*, [online], Université de Cergy-Pontoise. [cit. 20. 1. 2021]. Dostupné z: <https://www.canalacademie.com>.

²⁰ Data dostupná z : <https://ec.europa.eu/eurostat>.

stanovení určitých pravidel pro náš jazyk a učinit ho čistým, přesvědčivým a schopným uchopit umění a vědu...“^{21, 22} (vlastní překlad). V roce 1994 přichází v platnost tzv. *Loi Toubon*, zákon, který má tři hlavní cíle: obohacení francouzského jazyka, povinnost používání francouzského jazyka (v oficiální komunikaci) a ochrana francouzštiny jakožto jazyka republiky. Zákon tak reguluje používání cizích výrazů a zároveň předkládá ekvivalenty, kterými jsou třeba nahrazovat²³. Snaha chránit „čistotu“ francouzského jazyka pokračuje až do dnešních dní – Francouzská akademie pracuje s tímto cílem i dále, a na svých webových stránkách dokonce řadí neologismy a anglicismy do sekce *Dire, ne pas dire* (Říkat, neříkat), kde pravidelně uvádí nová slova, nejčastěji anglicismy, kterým bychom se měli vyhnout a zároveň uvádí jejich francouzské ekvivalenty, zaměřuje se však i na přejímky syntaktické. Dalším příkladem ochrany francouzštiny je *FranceTerme*²⁴, projekt ministerstva kultury pod *Commission d'enrichissement de la langue française* založený roku 1996, jenž shromažďuje nejnovější neologismy a uvádí jejich ekvivalenty. Již na hlavní stránce jejich webu je patrná snaha o nahrazování anglicismů francouzskými výrazy (například užití „*infolettres*“ namísto velmi hojně užívaného anglicismu „*newsletter*“ nebo „*données ouvertes*“ pro „*open data*“).

Významnější a purističtější přístup je praktikován v kanadské francouzštině, kde angličtina představuje ještě větší jazykovou velmoc. V Québecu o čistotu francouzštiny usiluje *Office québécois de la langue française*, jenž vytvořil *Grand dictionnaire terminologique* dostupný široké veřejnosti, který v případě anglicismů vždy uvádí *terme privilégié* a *terme déconseillé* (výraz tedy nespadá do sociolingvistické normy quebecké francouzštiny)²⁵. Jako v případě francouzštiny užívané na území Francie, anglicismy jsou velmi často řazeny do neoficiálního či nespisovného jazyka. Navrhovaným ekvivalentům anglicismů se budeme věnovat níže.

²¹ *L'Histoire de l'Académie française* [online], Académie française, Paris, [cit. 2. 2. 2021]. Dostupné z: <http://www.academie-francaise.fr/linstitution/lhistoire>.

²² „... *La principale fonction de l'Académie sera de travailler avec tout le soin et toute la diligence possibles à donner des règles certaines à notre langue et à la rendre pure, éloquente et capable de traiter les arts et les sciences...*“

²³ Dostupné z: <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/1994/94345DC.htm>.

²⁴ Korpus neologismů a další lexikologické studie jsou dostupné online z: <http://www.culture.fr/franceterme>.

²⁵ Slovník je dostupný z: <http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca>.

2.4.1 Franglais

Specifické postavení zaujímá tzv. *franglais*. Jedná se způsob vyjadřování, kdy jsou míchány jazykové prvky angličtiny a francouzštiny. Do povědomí tento termín uvádí René Étiemble svou knihou *Parlez-vous franglais ?* v roce 1964. Étiemble se v ní zaměřuje na kritiku tohoto způsobu vyjadřování, kritizuje například užívání zkratky *Mr.* namísto *M.* pro *monsieur*. Upozorňuje na *zbytečné* nadužívání anglicismů ve francouzštině a hravým způsobem ukazuje mnohdy až na jejich úsměvné použití²⁶. Vyjadřuje tak obavy ze stoupající nadvlády angličtiny.

K tomuto tématu přispívá i Pierre Guiraud (1965: 114-123) a ve své knize odpovídá na otázku *Parlons-nous franglais ?*²⁷. Taktéž uznává, že pod nátlakem *American way of life* je četnost anglicismu vyšší, než by bylo nutné. Největší problém vidí v oblasti informací, tedy v tisku, rádiu, jejichž zdroj je často cizojazyčný – anglický – a novinář je nucen texty překládat. Vznikají tak kalky lexikální i syntaktické. Problém pak Guiraud vidí především v roli těchto informačních zdrojů, protože průměrný čtenář či posluchač je vnímá jako vzor nebo model a tyto kalky pak přejímá.

Situace je dnes však zásadně jiná (navíc jazyková interference je mnohem snazší díky inovacím v oblasti informatiky) a *franglais* se dnes běžně vyskytuje typicky například v rapu českém i francouzském, který je velmi často inspirovaný americkým rapem. Tento trend je kopírován i v jiných oblastech, kde je anglo-americký model vnímán jako symbol modernosti a nových trendů (PODHORNÁ-POLICKÁ, 2009: 299-301). Jak zmiňuje Podhorná-Polická, například přejímky v argotu mladé generace se dnes více opírají o angličtinu než o regionální jazyk, jak tomu bylo dříve²⁸. Často se ve francouzštině objevují například anglické vulgarismy a jiné pejorativní výrazy, jež jsou užívány zcela náhodně. Jedná se například o: *bitch, shit, bullshit, motherfucker, to fuck*, ale také o lexikum drog: *ganja, joint, trip*.

2.4.2 Oficiální ekvivalenty anglicismů

Jazykové přejímky mohou, jak již bylo zmíněno, vznikat kvůli nedostatečnému či nepřesnému pojmenování v přijímacím jazyce, ale i kvůli určité prestiži cizího jazyka nebo připodobnění se k určité sociální skupině. V případech, kdy je možné cizí slovo nahradit

²⁶ Například první kapitola s názvem *Histoire pas drôle*, kdy stylem jazyku *franglais* vypráví příběh.

ekvivalentem, je institucemi jako je *Francouzská akademie* či *Office québécois de la langue française* doporučováno jeho užívání. Vedle oficiálních ekvivalentů můžeme zmínit také tzv. spontánní, které nejsou spojeny s lingvistickou politikou, ale pramení ze spontánní tvorby novotvarů mluvčími.

Tabulky níže představují výběr z anglicismů z oblasti módy, informačních technologií a ekonomie v sloupci prvním, v druhém sloupci je uveden oficiální francouzský ekvivalent a v posledním sloupci nalezneme ekvivalent quebecký. Korpus slov byl vybrán na základě, již výše zmíněné webové stránky *FranceTerme*, která umožňuje všechna vyhledat slova či výrazy patřící do nejrůznějších oblastí. Je tak možné vyfiltrovat například slova spadající do lexikálního pole módy. Ze získaných seznamů pak vždy byli vybráni čtyři zástupci, jejichž francouzský ekvivalent byl získán ze stejného zdroje, ekvivalent quebecký byl poté doplněn ze slovníku *Le grand dictionnaire terminologique* zmiňovaného výše.

Tabulka 2: *Anglicismy z oblasti módy*

Anglicismus	Francouzský ekvivalent	Quebecký ekvivalent
<i>trendsetter</i>	faiseur, -euse de mode / lanceur, -euse de mode	faiseur, -euse de tendance / tendancier, -euse / lanceur, -euse de mode, influenceur, -euse
<i>fast fashion</i>	mode express	mode éphémère / mode éclair / mode accélérée
<i>street fashion</i>	mode de la rue	mode de la rue
<i>super model</i>	mannequin vedette	mannequin vedette / mannequine vedette

Tabulka 3: *Anglicismy z oblasti IT*

Anglicismus	Francouzský ekvivalent	Quebecký ekvivalent
<i>podcast</i>	audio / audio à la demande	balado / fichier balado
<i>e-mail</i>	courriel	courriel
<i>newsletter</i>	lettre d'information	lettre d'information
<i>chat</i>	dialogue en ligne	clavardage / bavardage-clavier / cyberbavardage

Tabulka 4: *Anglicismy z oblasti ekonomie a řízení podniku*

Anglicismus	Francouzský ekvivalent	Quebecký ekvivalent
<i>businessman</i>	homme d'affaires	homme d'affaires
<i>lobbying</i>	manœuvres de couloir / travail d'influence	lobbyisme / lobbysme
<i>start-up</i>	jeune pousse	jeune pousse / jeune entreprise / entreprise émergente, en démarrage, naissante
<i>low cost</i>	à coûts réduits / à bas coûts	à coûts réduits

Z výše uvedených dat je patrná usilovná snaha francouzských a quebeckých institucí snažících se o čistotu francouzského jazyka. V mnohých případech je dokonce uváděno více doporučených ekvivalentů, zejména quebecké ekvivalenty jsou poměrně početné.

Vytváření ekvivalentů však nutně neznamená vymýcení anglicismů z francouzského jazyka. Přijetí oficiálních doporučení závisí od francouzských mluvčích, kteří ekvivalent buď přijmou, nebo raději zvolí slovo přejaté. Výhodou anglických přejímek může být například údernost daného slova či výrazu (*low cost* x *à coûts réduits*) nebo příhodnější označení, jež lépe zapadá do lexikálního pole dané oblasti (*businessman* x *homme d'affaire*). Tuto tendenci můžeme pozorovat v případě ekvivalentu klíčového slova sociálních sítí – *hashtag*. Oficiálním doporučením je výraz *mot-dièse*. Dle studie *La famille morphologique de hashtag en français et en tchèque* (MUDROCHOVÁ, LIPSKÁ, 2020) je četnost výskytů výrazu *hashtag* několikanásobně vyšší (844 000 ku 23 000) než jeho ekvivalentu. Dalším, ve 21. století nezbytným slovem je *email* (z anglického *e-mail/mail*). Ve francouzském jazyce je od roku 2003 oficiálně doporučovaným ekvivalentem výraz *courriel*, složený ze slov *courrier* a *électronique*. Při konzultování korpusu *Araneum Francogallicum Maius*²⁹ pak zjišťujeme, že počet výskytů *courriel* je výrazně vyšší než anglického originálu (17 096 ku 2 355).

2.5 Shrnutí části o anglicismech

Angličtina má významný vliv v celém světě a je jazykem mnoha různorodých oblastí včetně vědy, techniky, diplomacie i obchodu. Její mluvčí jsou zároveň nejpočetnější, což její

²⁹ Benko, V., *Araneum Francogallicum Maius*, verze 15.03. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2015. Dostupný z: <http://www.korpus.cz>, [cit. 20. 6. 2021].

nadřazenost ještě více umocňuje. S francouzským jazykem má mnohem významnější vztah, než by se na první pohled mohlo zdát. Historicky sahá vliv francouzštiny na angličtinu až do 11. století, kdy angličtina započala markantní přejímání slov do svého jazyka. Tato tendence se zásadněji mění až v 18. století, kdy se vztah těchto dvou jazyků obrací a francouzština je naopak jazykem přejímající anglické lexikum především kvůli technologickému pokroku anglofonních zemí.

Slova anglického původu, tedy anglicismy, tvoří v určitých studiích slov přejatých do francouzštiny až 90 %, je tedy patrné, že jejich zastoupení ve francouzském jazyce (a s největší pravděpodobností i v dalších jazycích) roste. Přejímání anglicismů do francouzštiny však není zcela dobře vnímáno. Ve francouzštině tak vznikají oficiální ekvivalenty, které by měly zamezit používání původem cizích slov a chránit tak čistotu francouzského jazyka, o niž usiluje zejména Francouzská akademie. Nelze však zcela jednoznačně říci, že ekvivalenty vždy vstoupí do užívání a anglicismy opravdu nahradí.

3 Tzv. generace Z a její jazyk

Tato kapitola se zaměřuje na téma tzv. generace Z, která bude stěžejní pro empirickou část práce. Představí tedy charakteristiku generace Z, její hlavní zájmy a postoje, ale také její předchůdce, tedy generace X a Y, pro ucelení komplexního přehledu. Zaměří se rovněž na jazyk této generace a vlivy, které na něj působí, zejména pak jazyk internetu.

3.1 Charakteristika generací X, Y a Z

Generace v obecném významu představuje v demografickém pojetí určitou biologickou reprodukci lidí. Jednoduše řečeno se tedy jedná o generace dětí, rodičů a prarodičů, mezi kterými je obvykle věkový rozdíl zhruba 20 let (KOLESÁROVÁ, SAK, 2012: 35). Z hlediska sociologického je však generace vymezena spíše jako skupina lidí ovlivněna stejnými životními zkušenostmi spojenými například s kulturním, politickým či ekonomickým děním (TUČEK, 2003: 21). Jedince může rovněž spojoval podobný životní styl, životní cíle, postoj k pracovnímu životu, ale také osobní priority a hodnoty.

Dnes již široce známý a hojně užívaný pojem *generace X* byl uveden do povědomí kanadským spisovatelem Douglasem Couplandem v jeho novele *Generation X: Tales for an Accelerated Culture* publikované v roce 1991. Poprvé se však název objevuje již v roce 1964 díky britské novinářce Jane Deverson, která tak pojmenovala generaci soudobých teenagerů. Pojmenování dalších generací se pak dále rozšiřovalo a v roce 1993 se již objevuje *generace Y*, poprvé v časopise *Advertising Age* zabývajícím se novinkami a analýzami v oblasti marketingu a médií. Pojem *generace Z* pak pouze v této nomenklatuře pokračuje a populárním se stává zejména po roce 2010³⁰.

3.1.1 Generace X

S definicí a vymezením populace generace X přichází v roce 1991 američtí autoři Neil Howe a William Strauss. Ve studii *Generations: the history of America's future* definují a pojmenovávají jednotlivé generace na základě historie Spojených států amerických. Generaci X zde označují jako *třináctou generaci (13th generation)* a vymezují její populaci na jedince narozené mezi lety 1961 a 1981. V českém kontextu tuto generaci mnohdy označujeme jako *Husákovy děti*. Tato populace žila v době zásadních kulturních i politických změn jako byla například studená válka, nárůst kriminality nebo změna postavení

³⁰ Dictionary.com, LLC, [cit. 10. 10. 2021]. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/generation-z>.

žen ve společnosti a s ní související míra rozvodovosti (HORVÁTHOVÁ, BLÁHA, ČOPÍKOVÁ, 2016: 137). Generace X je často vnímána jako pesimističtější, opatrnější se sklony k šetření finančních prostředků (příčina vyšší míry nezaměstnanosti). Zástupci této generace tak často mají stálé zaměstnání, práci považují za velmi důležitou a Howe a Strauss (1991) je označují jako pragmaticky založené, nedůvěřivé a vyčerpané.

3.1.2 Generace Y

Dalším nástupcem je generace Y, kterou v českém kontextu autoři vymezují na populaci narozenou mezi lety 1976 a 1995 (HORVÁTHOVÁ, BLÁHA, ČOPÍKOVÁ, 2016: 132). Je však nutné zmínit, že vymezení generací se geograficky liší a někteří autoři uvádí v souvislosti s generací Y narození v rozmezí let 1976-1999 (MERIAC, WOEHR, BANISTER, 2010: 318). Generace Y je mimo jiné nazývána také „mileniálové“, nebo také „internetová generace“, v českém kontextu bychom pak tuto generaci mohli označit jako *Havlovy děti*. Charakteristické pro tuto populaci je vliv nových technologií, zejména pak rozšíření internetu a digitalizace obecně. V porovnání s předchozí generací X je generace Y více zaměřena na osobní život a rozvoj, avšak práce pro ni není mezi hlavními prioritami, alespoň ne za každou cenu. Také by zástupci generace Y měli být méně pokorní a stabilní, jak uvádí Howe a Strauss (2000). Bortí se zde také tradiční pojetí manželství nebo rodiny, jejíž založení mnohdy generace Y odkládá.

3.1.3 Generace Z

Generace Z je klíčová pro empirickou část této práce. Jedná se o populaci narozenou mezi lety 1996 až přibližně 2014. I pro název této generace existují ekvivalenty, a to například „zoomers“³¹. Tento název je pravděpodobně složeninou označení *boomer* (*baby boomer* je označení generace po 2. světové válce, předchůdce generace X³²) a označení Z (*z generace Z*). Tato generace tvoří významnou část populace, ve Francii generace Z tvoří v roce 2021 minimálně 16 % celkové populace počítáme-li obyvatele Francie s věkem přibližně mezi 7 a 25 lety³³. Jedná se o populaci, která jako první od dětství vyrůstá s přístupem k internetu a ten ji také z velké části definuje. Generace Z je neodmyslitelně spojena s digitálně přenosnými médii, skrze která jsou její příslušníci propojeni, a mohou tak sdílet své zážitky, pocity a názory v reálném čase. Doba, v níž generace Z žije, je

³¹ Dictionary.com, LLC, [cit. 10. 10. 2021]. Dostupné z: https://www.dictionary.com/e/slang/zoomer/?itm_source=parsely-api.

³² Dictionary.com, LLC, [cit. 10. 10. 2021]. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/baby-boomer>.

³³ Data dostupná z: <https://fr.statista.com/>.

tedy velmi rychlá, avšak paradoxně se tato populace v posledních letech snaží své životy spíše zpomalit, častěji oddaluje ukončení studií či zakládání rodiny. Evidujeme u ní tak méně případů těhotenství v období adolescence a stejnou tendenci sledujeme i v míře konzumace alkoholu, která je rovněž nižší než u generace Y³⁴. Naopak markantní tendenci nárůstu u generace Z evidujeme zejména v čase stráveném na elektronických zařízeních (počítače, chytré telefony, tablety, aj.). Nejvíce času pak generace Z stráví na sociálních sítích. Motivací jim je především možnost sebevyjádření, ale i jakýsi únik z reálného světa či vytváření online deníku pro sebe samé. Mnohdy je uváděno, že s nárůstem času stráveného na internetu je spojen pokles času věnovaný četbě literatury, který ovlivňuje jazyk a vyjadřovací schopnosti současné mládeže³⁵.

Z pohledu pracovního trhu je generace Z formována v období nejnižší míry nezaměstnanosti od roku 2000 (6,7% nezaměstnanost v Evropě v roce 2019, avšak 8,4 % nezaměstnaných bylo ve Francii a pouze 2 % v České republice)³⁶, přestože hodnoty v roce 2020 mírně stouply v důsledku globální pandemie COVID-19. Generace Z je však i v pracovní sféře ovlivněna online prostředím a naučila se z internetu velmi dobře těžit. Díky inovacím jako jsou například sociální platformy, 3D tiskárny nebo snadná dostupnost přepravy zboží, mohou zástupci generace Z také snadněji odstartovat podnikání a nabízení svých služeb či produktů. Mohou tak získávat finance díky virtuálnímu světu bez nutnosti fyzicky být v zaměstnání. Typickým příkladem může být výdělek skrze placenou reklamu na sociální síti Instagram, kde nejčastěji zástupci právě generace Z prezentují výrobky za finanční odměnu (MARWICK, 2015: 140)³⁷.

Internet a sociální sítě obecně však přináší generaci Z také negativní aspekty. Dle studie zaměřené na vliv používání chytrých telefonů (CLAYTON, LESHNER, ALMOND, 2015: 122-128) jsou u populace pozorovány poruchy pozornosti vyvolané konstantním sledováním online dění, objevuje se však také tzv. kyberstres, jehož spouštěčem je například nefunkční internetové připojení či vybité zařízení. Nadměrné sledování sociálních sítí pozorované u mladé generace

³⁴ CHANDLER-WILDE, Helen, *The future of Gen Z's mental health: How to fix the 'unhappiest generation ever*, The Telegraph, 2020, [cit. 11. 10. 2021], dostupné z: <https://www.telegraph.co.uk/health-fitness/mind/future-gen-zs-mental-health-fix-unhappiest-generation-ever/>.

³⁵ SLIWA, Jim, *Teens Today Spend More Time on Digital Media, Less Time Reading*, American Psychological Association, 2020 [cit. 11. 10. 2021], dostupné z: <https://www.apa.org/news/press/releases/2018/08/teenagers-read-book>.

³⁶ Data Eurostat, [12. 10. 2021], dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tps00203/default/table?lang=en>

³⁷ MARWICK, Alice, *Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy*, 2015, [12. 10. 2021], dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/276250101_Instafame_Luxury_Selfies_in_the_Attention_Economy.

je dnes dokonce zkoumáno jako závislost stejného druhu jako např. gamblerství (TUREL a kol., 2014: 687). Dalším negativním projevem jsou také poruchy spánku, které se u generace Z projevují častěji než u jejich předchůdců. Jedním z vlivů je dle pediatřičky Sujay Kansangry (2020) nadměrné sledování obrazovek elektronických zařízení vydávajících modré světlo. Nedostatek spánku pak často vyvolává deprese a jiné mentální problémy.

Jako každá populace, i generace Z je ovlivněna především dobou, ve které žije. Rozvoj nových technologií, a především rychlost jejich rozmachu, v mnoha směrech generaci Z definuje. Její zástupci bývají spojováni zejména s internetem přinášejícím nesporné výhody, jimiž předchozí generace nedisponovaly. Mezi ně beze sporu patří snadný přístup k informacím díky rozšíření internetu, ale především přenosným elektronickým zařízením jako jsou například chytré telefony. Generace Z je tak neustále v kontaktu s děním kdekoli na světě, ale také s kýmkoli bez ohledu na jeho vzdálenost. Virtuální svět mění pravidla v mnoha sférách, ať se jedná o oblast pracovní, oblast zdraví nebo také způsob vyjadřování a vývoj jazyka.

3.2 Jazyk generace Z

Stejně jako ostatními oblastmi, i tou jazykovou je generace Z specifická a inovátorská. S rychlostí světa, ve kterém žije, jeho internacionalizací díky internetu a novým médiím, se stejným trendům přizpůsobuje i jazyk. Generace Z je aktivním přispěvatelem na sociální média, skrze komunikační kanály pak interaguje s ostatními jak psanou, tak mluvenou formou (například nahrávání hlasových zpráv, natáčení videí na internetové platformy, ...). V mluvě generace Z, která je velmi hravá, nacházíme nejrůznější slovtvorné procesy, přejímky, zejména pak anglicismy, objevují se také slangy používané ve specifických skupinách, vulgarismy aj. Typická je také familiární jazyková rovina. Jazyk generace Z tak přináší specifika především skrze svou převažující elektronickou komunikaci, jejímž hlavním rysem je rychlost a vzorem pak anglický jazyk (CRYSTAL, 2003:117). Lexikum generace Z se pak zároveň neobjevuje v obecných jazykových slovnících či slovnících neologismů, je tedy složité takový jazyk definovat (FIÉVET, 2010: 986).

3.2.1 Angličtina, jazyk internetu a jazyk generace Z

Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole o anglicismech, angličtina má významný vliv na ostatní jazyky. Nadpoloviční (zhruba 63%³⁸) zastoupení anglicky psaných webových stránek na internetu navíc přispívá k rozšiřování angličtiny především mezi uživatele internetu, kde

³⁸ Data dostupná z: https://en.wikipedia.org/wiki/Languages_used_on_the_Internet, [cit. 10. 11. 2021].

generace Z tráví dle společnosti Adobe až 10,6 hodin denně, z čehož 5,9 hodin tráví na mobilních aplikacích³⁹. Kontakt s angličtinou je tedy vzhledem k jejím návykům pro generaci Z prakticky nevyhnutelný.

Na anglicismy narážíme hned při přihlédnutí k největším sociálním platformám internetu používaným generací Z. Původem americký internetový server YouTube je dnes největší platformou s videy, na jejímž příkladu pozorujeme důležitou roli angličtiny jakožto modelového jazyka. Přestože dnes je YouTube k dispozici ve více než 70 jazycích, stále zde narážíme na mísení jazyků, a to jak v názvech videí, která uživatelé serveru publikují, nebo již v samotných uživatelských jménech (například název videa „*Visite d'un Camping-car de Luxe à 2 000 000 \$ avec un Garage Secret pour Supercars*“⁴⁰ či název kanálu *Food Story*, který je navzdory svému anglickému názvu zcela ve francouzštině⁴¹). Název této platformy pak dal vzniknout například substantivu *youtuber*, ve francouzštině *youtubeur*, které se dnes již objevuje ve slovnících⁴². Dalšími takovými příklady jsou sociální sítě jako je Facebook nebo Instagram, dnes již neodmyslitelně patřící nejen ke generaci Z. Obě tyto americké platformy rovněž ovlivnily jazyk, a tak se dnes objevují neologismy odvozené od jejich názvů, například *facebookiser* či *instagramiser* (CARTIER, 2018: 13). Mezi další takové výrazy spojené s používáním sociálních sítí patří také anglicismus *selfie*, který je dnes globálně rozšířen především právě díky chytrým telefonům a sociálním platformám. Uživatelé sítě Instagram pak používají přejaté *hashtag*, jehož četnost je vyšší než četnost výskytu jeho francouzského ekvivalentu, jak jsme již viděli v předchozí části o anglicismech. Často se objevuje také anglicismus *stories* označující příspěvek sítě Instagram, který bude viditelný pouze 24 hodin. Setkáme se také s výrazem *influenceur*, jehož význam rovněž pochází z anglického jazyka a označuje osobu vystupující na sociálních sítích mající vliv na své publikum⁴³. Těmto platformám se budeme podrobněji věnovat v empirické části této práce.

3.2.2 Specifika jazyka internetu

Klíčový vliv má na jazykové prostředky generace Z internet. Internetové texty či mluvené slovo sdílené skrze nová média přejímají jiné prostředky než běžné normované texty. Typická je pro ně zejména stručnost, expresivnost, neustálá aktuálnost či dokonce

³⁹ Dostupné z: <https://marcommnews.com/adobe-reveals-gen-z-are-the-uks-biggest-content-consumers-engaging-with-over-10-hours-of-online-content-a-day/>, [cit. 10. 11. 2021].

⁴⁰ Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=YW_MCJruPqM, [cit. 29. 11. 2021].

⁴¹ Dostupné z: https://www.youtube.com/channel/UCzyN_JSs95aDgDFrOxagEw, [cit. 29. 11. 2021].

⁴² Wiktionnaire, dostupný z: <https://fr.wiktionary.org/wiki/youtubeur>, [cit. 29. 11. 2021].

⁴³ Slovník Larousse dostupný z: <https://www.larousse.fr/>, [cit. 29. 11. 2021].

emotikony (DEJOND, MERCIER, 2002: 19). V lingvistice se téma jazyka užívaného na internetu objevuje častěji zejména v posledních dvou desetiletích. Ve francouzštině se pro jazyk internetu objevuje více označení, setkáváme se například s výrazem *cyberlangue* (DEJOND, MERCIER, 2002), se zkratkou *CMO* pro *Communication médiée par ordinateur* (CHOVANCOVÁ, 2008) odkazující přímo na online komunikaci mezi dvěma a více mluvčími. Panckhurst (2006)⁴⁴ pak definuje tzv. *DME* (*Discours électronique médié*), který má oproti *CMO* globální charakter a představuje nový typ diskurzu. V souvislosti s jazykem užívaným na internetu se objevuje také pojem *argot internet*, který je užíván například francouzskou lingvistickou organizací CNRTL (*Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*). Stejný pojem používá také Wiktionnaire a označuje jím zkratky vyskytující se v online komunikaci, díky nimž se jazyk stává ještě rychlejším (akronym *MDR* označuje *mort de rire* neboli *mrtvý smích*)⁴⁵.

Specifickou změnou prochází jazyk internetu z hlediska morfosyntaktického. Zde často není dodržována jazyková norma, ve francouzském jazyce se například vytrácí shoda v čísle mezi substantivy a adjektivy (LAZAR, 2012: 63 a CHOVANCOVÁ, 2008: 96), čímž se autor snaží o úsporu času i počtu znaků. Chovancová dále zmiňuje například substituci slovesa *est* spojkou *et*, přičemž autor zde využívá stejné výslovnosti obou těchto slov. Častá je dle ní také substituce sufixu *-ment* u adverbii, která jsou zjednodušována na *-man* (např. *vraiment* > *vraiman*).

Velmi frekventovaně užívané jsou pak zkratky, akronymy, objevují se také tzv. *squelettes consonantiques*, které zkracují jedno či více slov v několik po sobě jdoucích konsonantech, například *beaucoup* > *bcp*, *s'il te plait* > *stp*.

Součástí internetového jazyka jsou také tzv. emotikony či také *smileys* z anglického *to smile*. Autorem prvního emotikonu „;-)“ z roku 1982 je Američan S. E. Fahlman, který otevřel novou cestu vyjádření mimiky, sentimentu či nálady skrze grafickou stránku. Emotikony dnes již nejsou skládány pouze z interpunkčních znamének, ale jsou rovněž v obrázkové, barevné podobě.

Jazyk internetu je však specifický také z pohledu lexika a zejména jazykových přejímeč. Právě této oblasti bude věnována praktická část této práce.

⁴⁴ Dostupné z: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00286914>, [cit. 30. 11. 2021].

⁴⁵ Dostupné z: <https://fr.wiktionary.org/wiki/mdr>, [cit. 30. 11. 2021].

3.3 Shrnutí části o generaci Z a jejich jazyku

Generace Z je populace narozená přibližně mezi lety 1996 až 2014 (avšak data jednotlivých sociologů se vždy o pár let liší) a představuje přibližně 16 % francouzské populace. Tato generace je následovníkem generací X a Y, od kterých se zásadně odlišuje přístupem k životu, ale zejména podmínkami, v nichž žije, a které ji do značné míry definují. Generace Z vyrostla v době nových technologií jako je internet, ke kterému má přístup prakticky celý svůj život. Internet má zásadní vliv na způsob života i volný čas zástupců generace Z. Přináší mnohá pozitiva i negativa, zrychluje přenos informací, které jsou sdíleny v podstatě v reálném čase. Rychlost komunikace s sebou nese také vývoj jazyka odlišný od předchozích generací. Jazyk internetu, na němž generace Z dle studií tráví až jednu třetinu svého dne, se rovněž snaží být rychlý, narážíme tu tedy na zkratky nebo familiární výrazy. Dominantním jazykem internetu je pak angličtina, která se díky němu velmi snadno šíří. Anglicismy se skrze něj tak snadněji dostávají do jazyka generace Z.

4 Praktická část

Tato část diplomové práce bude věnována zkoumání anglicismů užívaných francouzskou generací Z. Praktická část se bude opírat o metodologii popsanou v následující podkapitole. Představí také výzkumné hypotézy a korpus, na kterém bude analýza probíhat. Cílem výzkumu bude zjistit, jaké anglické přejímky se objevují v jazyce vybraných zástupců generace Z a zda se jejich používání liší v případě psaného a mluveného jazyka.

4.1 Metodologie

Praktická část této diplomové práce bude založena na psaném i mluveném korpusu. Zdrojem pro reprezentativní vzorek budou zástupci francouzské generace Z sdílející na svých sociálních sítích či serverech s videy příspěvky ve francouzském jazyce. Vzorek populace bude vybrán na základě seznamu nejvíce sledovaných francouzských instagramových účtů, který byl zveřejněn marketingovou agenturou *Influence 4YOU*. Tato společnost vytváří databáze s influencery a instagramovými účty a nabízí pak společnostem hledajícím kandidáty pro propagaci jejich produktů. Ze seznamu 50 nejsledovanějších účtů bude vybráno pět profilů, které budou odpovídat daným kritériím. Prvotní selekce proběhne dle věku vlastníka účtu, který musí být mezi 7 a 25 lety. Následně je nutné ověřit, zda se jedná o zástupce generace Z pocházejícího z Francie, do této studie tedy nebudou patřit vzorky quebecké či jiné frankofonní účty. Do korpusu pak budou zařazeny pouze takové účty, které přispívají ve francouzském jazyce, tedy nezahrneme ty, jenž sdílí videa či příspěvky pouze v angličtině či jiném jazyce. Aby byl korpus co možná nejrůznorodější, je nutné, aby vybraní zástupci nebyli pouze reprezentanti jednoho pohlaví a nesoustředili se pouze na jednu sféru (reprezentativní vzorek nesmí obsahovat pouze sportovce nebo například modelky či účty zaměřené na veganství aj.), lze totiž očekávat, že v případě určité homogenní skupiny zástupců bychom se setkávali s opakujícími se výrazy a výsledky by tak nebyly vypovídající. Posledním požadavkem pak bude, aby daný zástupce přispíval na svých účtech jak psané texty, tak mluvené slovo.

Po selekci reprezentativních zástupců generace Z se nejprve zaměříme na jejich příspěvky na síti Instagram. Zde se budeme věnovat posledním příspěvkům v nichž bude sledováno používání anglicismů, pro každého zástupce pak do našeho vzorku zařadíme 20 objevených anglicismů, celkem jich tedy budeme mít k dispozici 100. Bude vyhodnoceno, zda se jedná o *emprunts de luxe* či *emprunts de nécessité*, případně se pokusíme najít anglicismus ve slovnících francouzského jazyka (online slovníky *Le Petit Robert*, *Larousse*, *Wiktionnaire*,

FranceTerme, Le Grand Dictionnaire Terminologique). Ověřena bude také přítomnost v jazykovém korpusu Araneum. V další fázi se zaměříme na YouTube videa publikovaná těmito reprezentanty. Zde budeme pracovat s nejnovějšími videy a zaznamenáme objevené anglicismy, jejichž počet bude stejný jako v případě psaného projevu, tedy 20 od každého zástupce. Opět ověříme její přítomnosti ve slovnících a v korpusu. U nalezených anglicismů z obou zdrojů se pokusíme také zařadit slovo do oblasti dle lexikálního pole, do kterého patří a rovněž je rozdělíme dle jejich slovních druhů. Bude také vyhodnoceno, zda se většinou jedná o tzv. *emprunts de luxe* a zda existují francouzské ekvivalenty těchto anglicismů.

4.2 Výzkumné hypotézy

Pro empirickou část této práce jsou stanoveny následující hypotézy, jejichž pravdivost bude ověřena výsledky výzkumu.

- 1) Reprezentativní vzorek anglicismů bude většinou obsahovat *emprunts de luxe*
- 2) Reprezentativní vzorek anglicismů bude většinou obsahovat substantiva
- 3) Reprezentativní vzorek anglicismů bude většinou spadat do lexikálního pole módy a terminologie spojené se sociálními sítěmi

4.3 Představení zdrojů zkoumaného korpusu

Reprezentativní vzorek výzkumu této práce bude založen na psaném a mluveném korpusu. Pro sestavení korpusu budeme využívat sociální síť Instagram pro psaný jazyk a internetový server s videy YouTube pro jazyk mluvený. Nyní si krátce představíme obě tyto platformy.

4.3.1 Instagram

Americká sociální síť Instagram byla poprvé spuštěna v roce 2010 a hned o rok později získává ocenění aplikace roku. Jejím vlastníkem je v současné době společnost Meta Platforms, dříve známá jako Facebook, Inc. Jedná se o platformu disponibilní ve 32 jazycích, kde její uživatelé sdílejí fotografie, videa či spolu komunikují skrze chat. Tato síť je určena především pro chytrá mobilní zařízení, avšak v určitém omezeném rozsahu je k dispozici i na webových prohlížečích. Uživatelé, kteří si na Instagramu založí profil, mohou sledovat jiné uživatele, komentovat jejich příspěvky nebo vyjádřit podporu příspěvku tím, že ho označí srdíčkem. Počet aktivních uživatelů v roce 2022 přesahuje 1,3 bilionu, je však třeba brát v potaz, že určité zastoupení zde mají také profily věnované obchodu, reklamě, podnikání nebo různým

specializovaným tématikám (např. módní inspirace, zdravé recepty, fitness, aj.)⁴⁶. Platforma Instagram je s těmito výsledky v současnosti čtvrtou nejpoužívanější po síti Facebook, WhatsApp a serveru YouTube. S Instagramem se pojí několik důležitých pojmů, které budeme při našem výzkumu používat, proto je nyní důležité je definovat.

Instagram stories (Příběh): Jedná se o příspěvky, fotografie, videa či text, sdílený pouze po dobu 24 hodin. Tyto příspěvky jsou časově limitované, jejich trvání je maximálně 15 vteřin.

Highlights (Výběr): Pokud chce uživatel na svém profilu ponechat přidané příběhy, uloží je do tzv. výběru, který se zobrazí na horní části profilu. Uživatelé je mohou třídit do různých kategorií a ty také pojmenovat.

Hashtag: Pomáhá uživatelům objevovat více příspěvků s konkrétní tematikou. Příspěvatelé používají ve svých příspěvcích znak #, za nějž přepíší konkrétní jednoduché heslo. Postupem času pak uživatelé Instagramu vytvořili trendy působící mezinárodně, nejčastěji používané jsou tedy hashtagy v anglickém jazyce, například *#MotivationMonday*, *#selfie*, *#fashion*.

Bio: Zkratka od slova *biography* označuje úvodní popisek profilu, kde uživatel zadává základní informace o něm samém a o jeho profilu.

Instagram Direct: Uživatelé sítě Instagram spolu mohou také chatovat skrze zprávy, jejichž prostředí se nazývá *Instagram Direct*. Často se také objevuje *direct message*.

Feed: Jedná se o profil uživatele, kde se nachází základní informace, které o sobě uživatel sdílí a také obsah, jenž publikoval, tedy souhrn videí a fotografií.

Reels: Instagram neustále vyvíjí možnosti sdílení a často přidává nové uživatelské funkce. Od roku 2019 jsou k dispozici tzv. *reels*, tedy krátká zábavná videa o délce maximálně 30 vteřin. Většinou jsou doplněna hudbou a vloženým textem.

4.3.2 YouTube

YouTube je americká platforma působící od roku 2005 umožňující sdílet video obsah, jejímž vlastníkem je společnost Google. Tento server určený primárně pro webové prohlížeče, rovněž však disponuje aplikací pro mobilní zařízení. V roce 2022 je druhou nejpoužívanější sociální platformou, největší video platformou a druhou nejnavštěvovanější webovou stránkou hned po vyhledávači Google.com. Uživatelé sítě YouTube dle dat z roku 2017 strávili denně

⁴⁶ Dostupné z <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, [cit. 7. 1. 2022].

celkem bilion hodin sledováním videí online videí⁴⁷. Na rozdíl od sítě Instagram, kde uživatelé mohou sdílet jak foto, tak videoobsah, YouTube umožňuje sdílet pouze videa. Nalezneme zde hudební videoklipy, zábavná videa, zprávy nebo krátké filmy či dokumenty. Dalším rozdílem v porovnání se sítí Instagram je odměna za sdílení obsahu. Od určitého počtu zhlédnutí totiž mohou uživatelé svá videa zpoplatnit, přidat do něj reklamy a získávat pak od YouTube za svůj obsah odměnu. Zpeněžení obsahu je pro tvůrce, influencery motivací pro natáčení videí v určité pravidelnosti, mnozí se pak tímto obsahem živí. Platforma neustále přichází s novými funkcemi, a tak dnes jsou k dispozici například automatické titulky, které pomáhají uživatelům při sledování cizojazyčných videí.

4.4 Selekce zkoumaných zástupců

Na základě představené metodologie jsme vybrali pět francouzských zástupců generace Z. Ověřili jsme jejich věk, národnost, jejich profil na síti Instagram, který musí být veden ve francouzském jazyce. Rovněž jsme ověřili, zda zástupce aktivně přispívá také na server YouTube. Nyní si krátce vybrané zástupce představíme.

michou_yt

Věk: *20 let*

Pohlaví: *muž*

Původ: *Albert, region Hauts-de-France*

Počet sledujících na síti Instagram: *3,9 milionu*

Název YouTube kanálu: *Michou*

Počet odběratelů kanálu: *7,1 milionu*

Zaměření sdíleného obsahu: *videohry, zábavná videa, hudba, reakční kanál*

Michou, vlastním jménem Miguel Mattioli, se narodil v regionu Hauts-de-France v roce 2001. Na síti YouTube působí již od svých 13 let, z počátku se věnuje především videohrám. Postupem času se začal věnovat hudbě, vydal několik vlastních písní. V současné době má jedno video sdílené na jeho kanálu v průměru několik milionů shlédnutí. Jedná se o mezi jeho francouzskými vrstevníky známou osobnost, které je také věnována stránka na Wikipedia.fr.

⁴⁷ Data společnosti YouTube, dostupné z: <https://blog.youtube/news-and-events/you-know-whats-cool-billion-hours/>, [cit. 7. 1. 2022].

romy

Věk: *23 let*

Pohlaví: *žena*

Původ: *Montpellier*

Počet sledujících na síti Instagram: *1,6 milionu*

Název YouTube kanálu: *ROMY*

Počet odběratelů kanálu: *1,5 milionu*

Zaměření sdíleného obsahu: *móda, životní styl, kosmetika*

Vlastním jménem Romane, Romy se narodila v Rouenu v roce 1998. V online světě působí od roku 2014. Již od začátku se věnuje především módě, kosmetice a tématům, která jsou běžná pro dospívající dívky. Její videa na síti YouTube mají v průměru nejméně přes 100 000 zhlédnutí. V roce 2019 vydala tři autobiografické knihy.

Squeezie

Věk: *25 let*

Pohlaví: *muž*

Původ: *Vitry-sur-Seine*

Počet sledujících na síti Instagram: *7,5 milionu*

Název YouTube kanálu: *SQUEEZIE*

Počet odběratelů kanálu: *16,6 milionu*

Zaměření sdíleného obsahu: *videohry, reakční videa, hudba*

Lucas Hauchard vystupující pod pseudonymem Squeezie se narodil v roce 1996. S natáčením videí a jejich publikací na síť YouTube začal již v roce 2008, pod tímto názvem vede svůj kanál od roku 2011. Již od začátku se zabývá videohrami, později se věnuje psaní komixů, hudbě, natáčení reakcí na jiná videa. Videá kanálu Squeezie mají v průměru 5 milionů zhlédnutí.

Néo & Swan

Věk: *10 let a 16 let*

Pohlaví: *muži*

Původ: *Lyon*

Počet sledujících na síti Instagram: 726 000 a 782 000⁴⁸

Název YouTube kanálu: *Swan & Néó*

Počet odběratelů kanálu: *5,8 milionu*

Zaměření sdíleného obsahu: *obsah pro děti, výzvy, hračky*

Néo & Swan je YouTube kanál dvou bratrů, mladšího Swana (10 let) a staršího Néa (16 let). Jejich společný kanál existuje již od roku 2015, tedy od zhruba tří let věku mladšího z bratrů. Z počátku je veden především jejich matkou, rovněž přispívající na síť YouTube skrze vlastní kanál. Jejich tvorba se zaměřuje především na dětské publikum, hry, výzvy, hračky a jiný pro děti zábavný obsah.

Lena Situations

Věk: *24 let*

Pohlaví: *žena*

Původ: *Paříž*

Počet sledujících na síti Instagram: *3,5 milionu*

Název YouTube kanálu: *Lena Situations*

Počet odběratelů kanálu: *2,1 milionu*

Zaměření sdíleného obsahu: *móda, životní styl*

Léna Mahfouf pocházející z Paříže se věnuje módě od roku 2012, kdy poprvé začíná sdílet na svůj blog rady ohledně módních trendů. V módním odvětví má také vzdělání. Vydala knihu věnovanou seberozvoji, která ve Francii oslavila v roce 2020 úspěch a stala se nejprodávanější knihou měsíce října téhož roku.

4.5 Reprezentativní vzorek

Dle zvolené metodologie byly sestaveny dva korpusy představující reprezentativní vzorek jak pro psaný, tak pro mluvený jazyk. Oba korpusy obsahují 100 výrazů, které se vyskytují u vybraných zástupců francouzské generace Z. Přílohy této práce zahrnují tabulky, jež jsou souhrnem nalezených anglicismů, vždy je v nich uvedeno, který ze zástupců je autorem, uveden je také kontext, v němž se výraz objevuje. Také jsme se snažili anglicismus zařadit dle slovního druhu, popřípadě je uvedeno, zda se jedná o slovní spojení složené z několika anglicismů. Posledním údajem je pak zdroj, v případě sítě Instagram uvádíme datum

⁴⁸ Každý z bratrů má vlastní profil na síti Instagram. Společně pak mají kanál na síti YouTube.

zveřejnění zdrojového příspěvku, v případě sítě YouTube uvádí odkaz na video, v němž se výraz objevuje. V tabulkách jsou uvedeny zkratky:

sub: substantivum

adj: adjektivum

verb: verbum

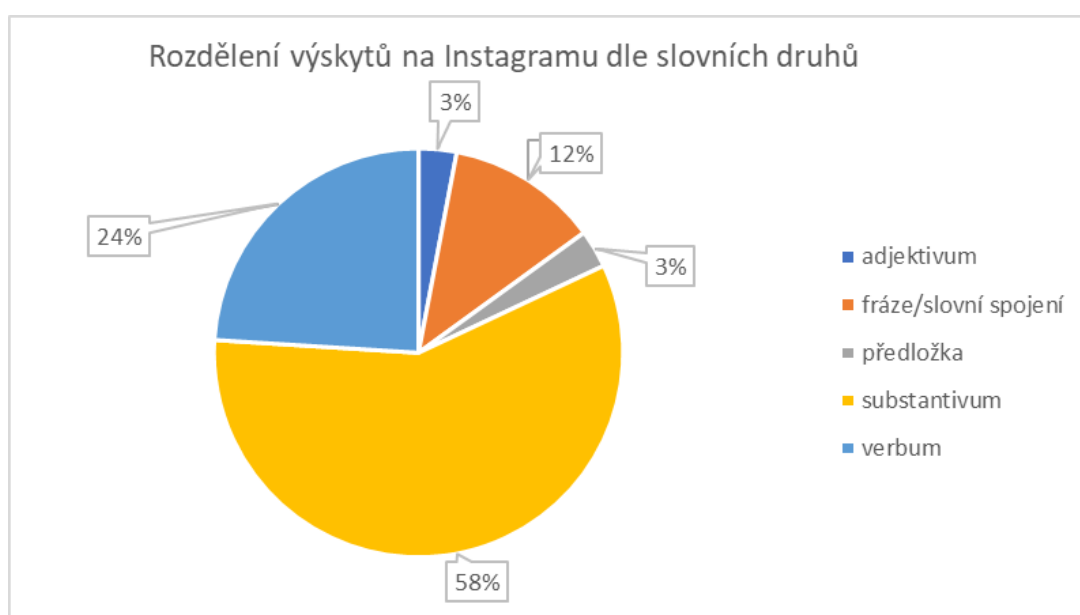
předl: předložka

4.6 Analýza korpusu ze sítě Instagram

Reprezentativní vzorek získaný ze sítě Instagram obsahuje celkem 100 anglicismů vyskytujících se v psané francouzštině francouzské generace Z. Objevují se v něm jednotlivá slova, ale i slovní spojení či celé fráze. V této části se zaměříme na analýzu nalezených anglicismů. Budeme se věnovat definicím slov v obecných slovnících francouzského jazyka, jejich lexikografickému značení, budeme se také snažit zjistit, pro jaká slova nabízí slovníky francouzské ekvivalenty. Nakonec se budeme věnovat zastoupení anglicismů v jazykovém korpusu a jejich adaptaci do francouzského jazyka.

4.6.1 Představení vzorku sítě Instagram

Reprezentativní vzorek získaný ze sítě Instagram byl v tabulce přílohy 1 rozdělen dle slovního druhu, k němuž slovo patří. V případě, že se jednalo o slovní spojení (např. substantivum a adjektivum) nebo celou část věty, pozdrav aj., byl výskyt zařazen do kategorie *fráze/slovní spojení*. Níže uvedený graf znázorňuje právě toto rozdělení dle slovních druhů.



Graf 1: Rozdělení výskytů na Instagramu dle slovních druhů

Substantiva reprezentativního vzorku

Z grafu je patrné, že největší zastoupení v korpusu sítě Instagram mají substantiva. Jejich podíl v celém reprezentativním vzorku je 58 %, tedy nadpoloviční, jak jsme předpokládali. Mezi těmito substantivy se nachází několik repetitivních výskytů a jedná se o následující:

anglicismus	počet opakování
<i>bag</i>	2
<i>clips</i>	2
<i>drop</i>	3
<i>fan</i>	2
<i>look</i>	2
<i>looks</i>	2
<i>post</i>	3
<i>shooting</i>	2
<i>story</i>	3
<i>top</i>	2

Tabulka 5: *Opakující se substantiva v korpusu Instagram*

Celkem čtyři substantiva (*bag*, *look*, *looks*, *shooting*, *top*) pak souvisejí s módou, objevují se unikátně u ženských zástupkyň, které se věnují především módě a životnímu stylu. Další tři patří do oblasti hudby (*clips*, *drop*, *fan*) a jsou použita unikátně zástupci, kteří se hudbě na svých profilech věnují. Poslední dvě podstatná jména (*post*, *story*) patří do lexika spojeného se sociální sítí Instagram, v tomto případě jsou pak slova objevována napříč vybranými zástupci bez rozdílu na zaměření jejich sociálních sítí.

Všechna substantiva tohoto vzorku se objevují ve své původní anglické podobě, nejsou nijak graficky pozměňována, pouze v jednom případě výskytu *storys* narazíme na tvoření plurálu substantiva, kdy zástupce namísto anglického *stories* použil tento tvar. Jedná se však o jediný výskyt, který stejný zástupce používá i ve anglickém tvaru beze změn. Z pohledu grafické adaptace anglicismů tedy lze říci, že substantiva zachovávají svou původní podobu. Z pohledu morfologického je pak možné sledovat pouze tvoření plurálu, jenž je vždy tvořen připojením -s.

Dalším převažujícím rysem substantiv tohoto korpusu je mužský rod. V případech, kde lze díky kontextu (člen, shoda s adjektivem nebo přičestí minulé) určit rod substantiva,

narážíme téměř vždy na maskulinum. Dvě výjimky tvoří slova *party* a *story*, která jsou používána jako feminina.

Slovesa reprezentativního vzorku

Druhým slovním druhem s nejvyšším podílem jsou slovesa s 24% zastoupením. Nalezená slovesa se v porovnání se substantivy velmi často opakují, celkem se objevuje pouze jedenáct sloves, která se ve vzorku opakují v různých tvarech.

anglicismus	počet výskytů lemmatu
<i>follow</i>	2
<i>go</i>	2
<i>check</i>	2
<i>liker</i>	4
<i>loser</i>	1
<i>pranker</i>	1
<i>reposter</i>	1
<i>swipe</i>	2
<i>tag</i>	6
<i>featuring</i>	2

Tabulka 6: Výskyty sloves v korpusu Instagram

Z pohledu sémantického lze všechna slovesa zařadit do stejného lexikálního pole (vyjma slovesa *go*). Jedná se o výrazy, které se pojí se sociálními sítěmi, a to buď přímo, protože díky nim vznikly nebo získaly nový význam (*follow*, *liker*, *tag* aj.), či nepřímo, neboť se jedná o slova často se na sociálních sítích objevující (*pranker*, *check*).

Na první pohled zde lze vidět větší rozmanitost tvarů než u substantiv, některá slovesa jsou časována dle francouzské normy (*liker*), u jiných je možné pozorovat odchylky a nepravidelnosti (*tag*). Na rozdíl od substantiv zde také tvoří větší zastoupení sloves, která prošla morfoloogickou i grafickou adaptací. Unikátně v původní anglické podobě se zde objevují pouze slovesa *follow*, *go*, *swipe*, všechna ostatní se objevují v různých, více či méně adaptovaných variantách.

Fráze a slovní spojení vzorku

Do této kategorie představující 12 % reprezentativního vzorku byly zařazeny všechny výskyty, které nebylo možné kategorizovat dle slovního druhu. Jedná se o pozdravy, slovní

spojení, celé části vět či ustálené fráze. V tomto případě lze jednoznačně říci, že motivací k používání těchto anglicismů není nutná potřeba výraz použít nebo jeho absence ve francouzském jazyce. Bezpochyby tuto kategorii lze zařadit mezi tzv. *emprunts de luxe*.

Nejčastěji se jedná o spojení substantiva a adjektiva, a to celkem ve čtyřech případech, v dalších dvou se k těmto druhům přidává ještě přivlastňovací zájmeno. Nalezeny tu byly také prvky familiární angličtiny, například citoslovce *yo*, který se ve slangové angličtině používá na začátku věty, kdy mluvčí tímto oslovuje či upozorňuje posluchače, že mu něco sdělí, může také nahradit pozdrav. Jedná se o výraz, který není nezbytně nutný, ve francouzském jazyce by mohl jeho funkci plnit například pozdrav *salut*, citoslovce *hé, ho* aj. Nespisovnou angličtinu pak pozorujeme také v případech výskytů *holyfuck, ur fav duo* či *my big bro*.

Výskyty v této kategorii se objevují mezi všemi reprezentativními zástupci, nejedná se tedy o jedince, který by tuto kategorii tvořil sám. Lze se tedy domnívat, že náhodné používání a vkládání anglických slov či slovních spojení do francouzského jazyka je u generace Z běžné.

Předložky reprezentativního vzorku

Předložky představují v analyzovaném vzorku 3 %. Ačkoli se jedná o sekundární slovní druh, má stejné zastoupení jako adjektiva. Je však nutné upřesnit, že tato kategorie se vyskytuje pouze u dvou z pěti zástupců. Nelze tedy s přesností říci, že používání anglických předložek je u generace Z stejně rozšířené jako užívání anglických adjektiv, protože se může jednat o ojedinelý styl vyjadřování jedinců.

Celkem tři výskyty předložek jsou představovány dvěma slovy: *by* a *from*. Dva výskyty evidujeme u předložky *by*, kterou je možné nahradit francouzským *par*, jenž je téměř stejně dlouhý. Nelze tedy s určitostí uvést, že motivací pro použití anglicismu je ekonomie anglického výrazu v porovnání s jeho francouzským protějškem. V tomto případě se spíše přikláníme k použití z důvodu prestiže. Druhou předložkou je *from*, tedy *od, z*. Také tuto předložku lze nahradit francouzským ekvivalentem, dokonce kratším *de*. Pokud se zaměříme na kontext, jedná se však o použití slova ve smyslu *od někoho*, tedy ve francouzštině *de la part de quelqu'un*. Znovu tedy se objevuje upřednostnění kratšího anglického výrazu před delším výrazem francouzským.

Adjektiva reprezentativního vzorku

Slovní druh adjektiv zaujímá v reprezentativním vzorku 3% podíl, je tedy spolu s předložkami nejméně zastoupeným slovním druhem. Adjektiva se objevují u třech zástupců a jedná se vždy o ojedinelý výskyt. Ve vzorku slov nalezneme slova *top, KO* a *dumb & dumber*.

4.6.2 Slova s nejvyšším výskytem a lexikální pole

Tabulka níže představuje počty nejvýše zastoupených slov v různých tvarech. Každý lexém pak byl zařazen do příslušného lexikálního pole.

lexém	lexikální pole	počet výskytů
<i>tag</i>	sociální sítě	6
<i>look</i>	móda	5
<i>story</i>	sociální sítě	5
<i>like</i>	sociální sítě	4

Tabulka 7: *Lexémy s nejvyšším výskytem – Instagram*

Maximální počet výskytů jednoho lexému se objevuje u slovesa *tag*, které ve vzorku nalezneme šestkrát. Dalším nejvíce se objevujícím slovem je substantivum *look* s pěti výskyty, stejný počet výskytů má i další substantivum *story*. Čtvrtým anglicismem s nejvyšším počtem výskytů je sloveso *like*, které evidujeme čtyřikrát.

Zaměříme-li se na lexikální pole, do nichž lze nejvíce se opakující anglicismy zařadit, je patrné, že výrazně převažuje lexikum spojené se sociálními sítěmi. Slova *tag*, *story*, *like* sice existují i v jiných významech a mohou se tak řadit i do jiných oblastí, nicméně v analyzovaných kontextech ve všech případech odkazují na prostředí online světa. Vysvětlením pro tuto převahu může být původ sociálních sítí obecně. Největší sociální sítě a platformy (Facebook, Instagram, YouTube) jsou vlastněny a vyvíjeny téměř výhradně anglofonními zeměmi, jejich terminologie je tedy angličtinou do značné míry ovlivňována i v dalších jazycích, a to i přesto, že jsou platformy většinou překládány. Příkladem může být výraz *story* používaný na síti Instagram. Tento anglický název dokonce není ve francouzské verzi Instagramu nijak nahrazován, je tedy pochopitelné, že se v prostředí sítě tento anglicismus objevuje.

Dalším lexikálním polem, které se objevuje je móda. Přestože v tabulce 9 zaznamenáváme pouze jednoho zástupce této oblasti, substantivum *look*, téma módy se zejména u zástupkyň generace Z objevuje opakovaně. Jedná se o slova s méně výskyty, avšak lexikum spojené s módou je velmi časté. Tabulka 8 představuje seznam všech anglicismů spjatých s módou.

anglicismus z oblasti módy	počet výskytů
<i>#diorvibe</i>	1
<i>bag</i>	2

<i>boots</i>	1
<i>hoodie</i>	1
<i>look</i>	5
<i>pull crop</i>	1
<i>shooting</i>	2
<i>shopping</i>	1
<i>sneakers</i>	1
<i>top</i>	2
<i>wearing</i>	1

Tabulka 8: *Anglicismy z oblasti módy*

Celkem bylo nalezeno 11 anglicismů z oblasti módy, jejich výskyty však dosahují počtu 17. Z celkového reprezentativního vzorku slov je tedy dohromady 17 % všech analyzovaných anglicismů z oblasti módy. Rovněž je ale nutné zmínit, že všechna tato nalezená slova se objevují pouze u dvou zástupkyň, jejichž profily jsou z části zaměřeny právě na módu, módní trendy aj.

4.6.3 Definice, lexikografické značení a navrhované ekvivalenty obecných slovníků francouzského jazyka

Tato část se zaměří na definice zkoumaných anglicismů nabízené vybranými online dostupnými slovníky francouzského jazyka. Bude upřesněno, zda se anglicismus ve slovních objevuje, zda slovník nabízí definici a také jakou lexikografickou značku u něj lze nalézt. Rovněž budou představeny francouzské ekvivalenty navrhované konzultovanými slovníky. Vybranými slovníky budou *Larousse* (LAR), *Le Petit Robert* (Le PR), *FranceTerme* (FT), *Wiktionnaire* (WIK) a quebecký *Le Grand Dictionnaire Terminologique* (Le GDT)⁴⁹. Níže uvedená tabulka shrnuje výsledky konzultace obecných slovníků francouzského jazyka a uvádí, zda slovník výraz obsahuje, jakou lexikografickou značku a definici u výrazu nalezneme.

⁴⁹ Slovníky byly konzultovány 25. 2. 2022.

ANGLICISMUS	LAR	Le PR	FT	WIK	Le GDT
AWARD	-	-	-	prix, prime	récompense pour honorer une personne, un animal ou une chose en raison de son mérite
BAG	-	-	-	sac, sachet	valise, bagage
BLACKFRIDAY	-	-	-	angl.; journée de shopping qui suit Thanksgiving	journée du vendredi qui suit le quatrième jeudi de novembre, date de l'Action de grâce aux États-Unis, au cours de laquelle les commerçants offrent des rabais importants pour marquer le coup d'envoi des achats de Noël
BOOTS	masc., anglais, botte courte s'arrêtant au dessus de la cheville	fém., angl., bottes courtes s'arrêtant au-dessus de la cheville	-	x	emp., botte courte de sport ou de ville
BY	-	-	-	chez, parmi, sur, par, da'près, selon, en	préposition; par; 2019
BYE, BYE	interjection, anglais, fam., adieu, au revoir	interjection, anglais, fam., au revoir, salut	-	de l'anglais, fam., au revoir, salut, à plus	x
CLIP	court-métrage, tourné le plus souvent en vidéo, qui illustre une chanson, présente le travail d'un artiste	angl., film vidéo, assez court, réalisé pour promouvoir une chanson	-	faux angl., vidéo musicale	x

CYBORGS	mot anglo-américain; personnage de science-fiction ayant une apparence humaine, composé de parties vivantes et de parties mécaniques	personnage de science-fiction dont les capacités physiques sont décuplées par des éléments mécaniques, électroniques.	-	angl.; androïde mi-robot, mi-humain; 1960	personnage de fiction, généralement humain, dont les habiletés physiques ou mentales ont été améliorées au-delà de la normale par l'intégration de composants mécaniques ou électroniques à son corps
DUMB & DUMBER	-	-	-	dumb = idiot, stupide	-
FAN	admirateur enthousiaste, passionné de quelqu'un, de quelque chose	angl., fam., admirateur, admiratrice enthousiaste (d'une vedette)	-	emp., admirateur, admiratrice enthousiaste d'une personne ou d'une chose	personne qui éprouve un sentiment d'enthousiasme envers quelqu'un ou quelque chose
FEATURING	participation d'un artiste à l'album d'un autre artiste, donnant forme à un duo, sur un ou plusieurs titres	-	-	-	-
FOLLOW	-	-	-	angl., fam.; suivre sur un réseau social	s'abonner au compte d'un utilisateur d'un réseau social ou à une page d'adeptes dont on souhaite voir les publications en temps réel
FROM	-	-	-	préposition, de, depuis	-
FUN	angl., fam.; plaisir, amusement	angl.; plaisir, amusement	-	angl., fam.; amusant	-
GIGA BOSS	américain, fam.; chef	angl., fam.; patron, chef, singe	-	angl., fam.; patron, chef, personne de grande valeur, excellent, de première qualité (argot)	personne physique détenant, en tout ou en partie, le pouvoir de diriger le travail de subordonnés dans la production d'un bien ou la fourniture d'un service

GLAM TEAM	glam: abréviation de l'anglais glamour	-	-	apocope de gla mour	emp. intégral à l'anglais; charme sophistiqué
GO	-	angl., interjection indiquant le signal du départ. 1, 2, 3, go !	-	angl., interjection	x
GOOD LUCK	-	-	-	locution interjective; bonne chance	-
HAIR	-	-	-	cheveu	cheveu, 2016
HITS	fam.; succès de quelque chose	fam.; chanson à succès	Œuvre remportant un succès commercial momentané	emp. à l'anglais	Œuvre remportant un succès commercial momentané
HOODIE	-	-	-	angl.	chandail à capuchon, chandail à capuche, molleton à capuchon, molleton à capuche; 2014
CHECK	-	-	-	contrôler, vérifier	effectuer un contrôle en vue de s'assurer du caractère approprié d'une inscription comptable ou du bon fonctionnement d'une structure, d'un service ou d'un système
CHECKER	-	-	-	emp. à l'anglais; vérifier, regarder, évaluer	terme critiqué; contrôler, vérifier
KO	-	-	-	fam., par extension, fatigué	x

LIKER	de l'anglais; signifier qu'on apprécie ou qu'on approuve un contenu (texte ou image) sur un site Web en cliquant sur le bouton dédié	angl., indiquer que l'on apprécie (un contenu) sur Internet en cliquant sur le bouton prévu à cet effet	-	de l'anglais; montrer son soutien, son approbation, son lien, son appréciation, ou bien le fait d'aimer un site ou quelque chose en cliquant sur un bouton virtuel ad'hoc portant un nom éponyme de type I like (« j'aime »)	-
LIVE	se dit d'un spectacle, d'une émission ou d'un disque enregistrés non pas en studio mais sur une scène devant un public	angl.; en direct	-	emp. à l'anglais; diffusion en direct	x
LOOK	fam.; se dit d'un spectacle, d'une émission ou d'un disque enregistrés non pas en studio mais sur une scène devant un public	angl.; allure, apparence, style	-	angl.; aspect, apparence, style, allure	image extérieure d'une personne ou d'une chose, souvent inspirée par une mode; allure, style, aspect, apparence
MY BIG BRO	-	-	-	bro = frerot, mec	-
PARTY	-	-	-	de l'anglais; fem.; fête de moyenne ou de grande envergure organisée dans un but de détente et de divertissement	réunion informelle à laquelle prennent part plusieurs personnes, organisée dans le but de s'amuser, de se divertir et, souvent, de célébrer un événement spécial
POST	message (texte, liens, images) publié sur un blog ou un forum	angl.; message, sur un forum ou un blog	-	angl.; article, billet de blog/blogue	message, image ou vidéo que l'on fait paraître dans un réseau social, un blogue ou un forum

PYJAMA PARTY	-	-	-	de l'anglais, fém.	-
RESPOTEZ	-	-	-	poster de nouveau; publier des informations via un formulaire sur internet	-
SHOOTING	-	angl.; prise de vue(s) photographique	-	angl.; séance pendant laquelle un modèle (ou plus souvent un mannequin) est photographié autour d'un thème défini par un photographe professionnel	action d'enregistrer une image sur un support photographique en l'exposant à un rayonnement
SHOPPING	action de se rendre dans les magasins pour regarder les vitrines, les étalages et faire des achats	ait d'aller de magasin en magasin pour regarder et acheter	-	angl.; action d'aller dans les magasins pour y effectuer des achats et observer les différents produits vendus	emp.; action de visiter des magasins pour comparer ou acheter des produits
SHOW	anglais; spectacle de variétés centré sur une vedette	angl.; spectacle de variétés centré sur une vedette, prestation (d'une personnalité)	-	angl.; spectacle	représentation (théâtrale, musicale, cinématographique, etc.) présentée au public et destinée à le divertir
SNEAKERS	mot anglais; chaussure légère, basse ou montante, à tige en toile et à semelle de caoutchouc	-	-	vêtement, basket, tennis	chaussure de gymnastique
SOS	fam.; demande d'aide, de secours et, en particulier, demande pressante d'argent	appel à secourir d'urgence des personnes en difficulté	-	signal de détresse et demande d'assistance immédiate	signal de détresse émis par radiotélégraphie, signaux lumineux ou tout autre moyen de transmission à grande distance

SPOILER ALERT	-	-	-	avertissement qu'un élément scénaristique va être dévoilé juste après	-
STARS	anglais; vedette	angl.; personne célèbre, très en vue	-	angl.; grande vedette, en particulier dans le monde du spectacle	acteur ou actrice souvent célèbre, qui joue un rôle important dans un film
STORE	-	-	-	angl.; boutique en ligne d'applications	-
STORY	-	angl.; image ou brève vidéo publiée par un internaute sur un réseau social et visible pendant une courte durée	vidéo de format très court, mise en ligne pendant une période limitée, qui est utilisée sur les réseaux sociaux pour mettre en récit la vie quotidienne de son auteur	de l'anglais; image verticale utilisée sur des médias sociaux pouvant contenir image, vidéo et texte et associée à un profil, vidéo de 5 à 10 secondes diffusée par Internet	vidéo de format très court, mise en ligne pendant une période limitée, qui est utilisée sur les réseaux sociaux pour mettre en récit la vie quotidienne de son auteur
STORYS	-	pluriel de story depuis 1990	-	pluriel de story depuis 1990	-
STREAMING	anglo-américain; diffusion en flux	angl.; technique de diffusion et de lecture en ligne et en continu de données multimédias, qui évite le téléchargement des données et permet la diffusion en direct	se dit de la diffusion. de la réception par l'internet de contenus audio/vidéo, selon un mode de transmission permettant une lecture en continu sans téléchargement	angl.; lecture en continu, diffusion en flux, lecture en transit, diffusion en continu, sans sauvegarder un fichier entier	technique de diffusion de fichiers audio ou vidéo par laquelle ceux-ci sont transmis en un flux continu de données sur un réseau, afin de permettre leur lecture en temps réel, à mesure qu'ils sont transférés d'un serveur à un poste client, sans attendre leur téléchargement complet

SWIPE	-	-	-	angl.; interaction avec un écran tactile en déplaçant rapidement son doigt sur celui-ci; verbe swiper	déplacer de manière rectiligne un ou plusieurs doigts à la fois sur un écran tactile afin de naviguer sur l'interface graphique ou d'effectuer une action relative à un logiciel d'application donné
TAGGER	-	-	-	ajouter un tag, une étiquette utilisé pour catégoriser des données; plus courant taguer	emrunt; établir l'identité d'une personne sur une photo, généralement en associant à son visage une étiquette d'identification
TAGUE	-	mentionner le nom de (qqn, qqch.) dans un tag	-	ajouter un tag, une étiquette utilisé pour catégoriser des données	emrunt; établir l'identité d'une personne sur une photo, généralement en associant à son visage une étiquette d'identification
THREAD	-	-	dans les échanges au sein d'un forum ou entre utilisateurs du courrier électronique, enchaînement des commentaires à un article donné	angl.; suite de messages (généralement des courriels) contenant des informations étroitement associées et que l'on peut isoler facilement des autres messages	-
TOP (SUB.)	petit haut féminin, généralement léger	x	-	angl.; haut, débardeur, habit qui couvre le haut du corps	-
TOP (ADJ.)	x	angl.; fam.; supérieur, excellent, super	-	angl.; le meilleur, excellent	-

VLOG	de l'anglais; blog diffusant principalement des vidéos, souvent postées dans un second temps sur les réseaux sociaux	angl.; blog dont le média est la vidéo	-	angl.; blogue qui utilise la vidéo comme support principal de son contenu	blogue dont le contenu est composé essentiellement d'enregistrements vidéo, accompagnés ou non d'une courte description et pouvant être commentés
YO	-	-	-	de l'anglais, argot; interjection qui a la signification de salut	-

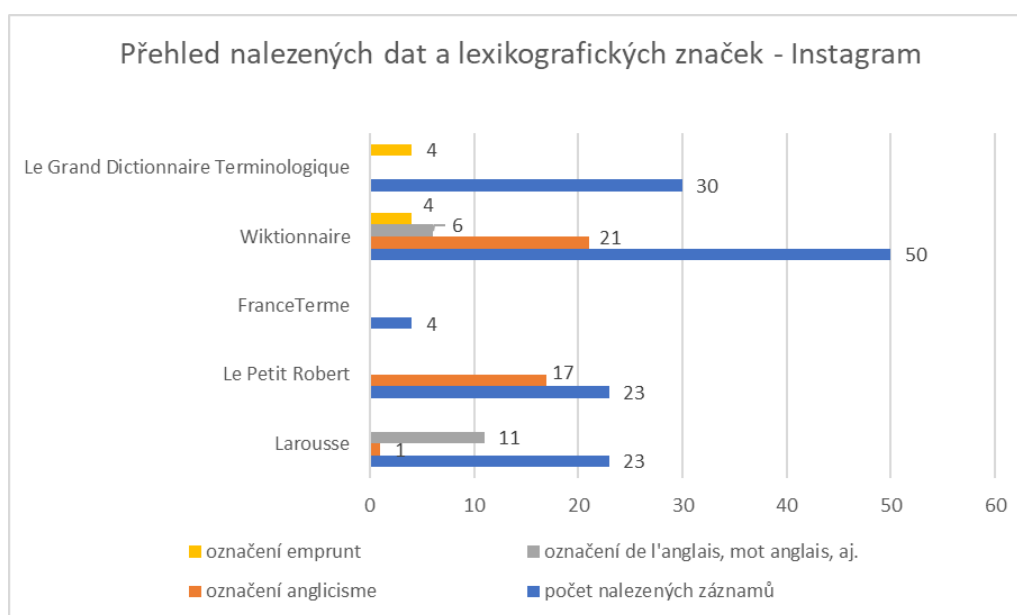
Tabulka 9: *Definice a lexikografické značení v obecných slovnících francouzského jazyka – Instagram*

- *nevyskytuje se*
- x *nevyskytuje se v kontextu shodném se získaným vzorkem*
- fam. *familier*
- angl. *anglicisme*
- emp. *emprunt*

Ve výše prezentované tabulce se neobjevují anglicismy, jež nebyly v konzultovaných slovnících zahrnuty. Jedná se o následující: *diorvibe, holyfuck, giga king, pranker, pull crop, say hello to, set design, top ou flop, ur fav duo, wearing, to you, drop, eshop, family time, loser*. Jedná se buď o slovní spojení a části vět, které běžně nejsou ve slovnících obsažené (*say hello to, to you*), nebo také o nespisovné výrazy (*ur fav duo, holyfuck*). V další části bude ověřeno, zda se tato slova objevují ve francouzském jazykovém korpusu.

Z analyzované vzorku bylo vyhledáno celkem 65 výrazů (35 zbývajících výrazů byly duplicity, vícekrát se opakující anglicismy). V 52 případech byl nalezen záznam alespoň v jednom z konzultovaných slovníků. Ve slovníku Larousse byl nalezen záznam ve 23 případech, stejný počet je evidován i v případě konzultace slovníku Le Petit Robert. FranceTerme nabídl definici anglicismu pouze ve čtyřech případech. Rešerše byla velmi úspěšná v případě slovníku Wiktionnaire, jež poskytl záznam celkem v 50 případech, druhý se v počtu nalezených slov umístil slovník Le Grand Dictionnaire Terminologique se 30 nalezenými záznamy.

Z pohledu lexikografických značek se setkáváme s označením *anglicisme* především u slovníků Le Petit Robert (v 17 případech), pouze jednou se s označením setkáváme ve slovníku Larousse, mnohem častěji se objevuje *de l'anglais*, *mot anglais*, *mot anglo-américain*. Wiktionnaire obě tato označení kombinuje, používá jak *anglicisme* (v 21 případech), tak *de l'anglais* (6 výskytů), přidává také označení *emprunt* (4 případy). Označení *anglicisme* se u konzultovaných výrazů neobjevuje ani v jednom případě ve slovníku Le Grand Dictionnaire Terminologique. Slovník volí termín *emprunt*. Posledním konzultovaným slovníkem byl FranceTerme, při jehož konzultaci nebyla objevena žádná lexikografická označení. Tyto výsledky jsou shrnuty v níže zobrazeném grafu.



Graf 2 Přehled nalezených dat a lexikografických značek – Instagram

Kromě označení původu slova se objevuje také upřesnění jazykových registrů. V 16 případech je evidováno označení *familier*, a to u slovníků Larousse, Le Petit Robert a Wiktionnaire, kde bylo nalezeno také označení *argot*.

Níže uvedená tabulka uvádí ekvivalenty nabízené konzultovanými slovníky pro jednotlivé anglicismy, případně rok jejich uvedení.

ANGLICISMUS	LAR	Le PR	FT	W	Le GDT
AWARD	-	-	-	prix, prime	prix, rémunération
BAG	-	-	-	sac, sachet	valise, bagage; 2016
BLACKFRIDAY	-	-	-	vendredi fou	Vendredi fou; 2017
BOOTS	-	-	-	-	bottillon; 2003

BY	-	-	-	chez, parmi, sur, par, da'près, selon, en, près de	préposition; par; 2019
BYE, BYE	adieu, au revoir	au revoir, salut	-	au revoir, salut, à plus	-
CLIP	-	vidéoclip	-	vidéo-clip, clip vidéo	-
CYBORGS	-	-	-	-	organisme cybernétique, 2019
DUMB & DUMBER	-	-	-	dumb = idiot, stupide	-
FAN	admirateur enthousiaste	admirateur, inconditionnel, fana, fondu, groupie	-	adepte, admirateur, inconditionnel, groupie	adepte, admirateur, amateur; 2021
FEATURING	en présence de	-	-	-	-
FOLLOW FROM	-	-	-	suivre	suivre, 2018
FUN	-	-	-	de, depuis	-
GIGA BOSS	plaisir, amusement chef	plaisir, amusement patron, chef, singe	-	amusant	-
GLAM TEAM	chef	patron, chef, singe	-	patron, chef, personne de grande valeur, excellent, de première qualité	patron, employer; 1984
GO	glamour	-	-	glamour	charme sophistiqué
GOOD LUCK	-	-	-	partez !	-
HAIR	-	-	-	bonne chance	-
HITS	-	-	-	cheveu	cheveu; 2016
HOODIE	-	tube	tube, 2005	tube	tube; 2005
CHECK	-	-	-	pull à capuche, sweat à capuche	chandail à capuchon, chandail à capuche, molleton à capuchon, molleton à capuche; 2014
CHECKER	-	-	-	contrôler, vérifier	contrôler, vérifier, 2006
KO	-	-	-	vérifier, regarder, évaluer	contrôler, vérifier
LIVE	-	-	-	vanné	-
LOOK	-	en direct	-	diffusion en direct	-
	-	allure, apparence, style	-	aspect, apparence, style, allure	allure, style, aspect, apparence

MY BIG BRO PARTY POST	-	-	-	frérot, mec	-
	-	-	-	fête	fête; 2021
	-	-	-	-	publication; 2018
PYJAMA PARTY SHOOTING	-	-	-	soirée pyjama	-
	-	prise de vue(s) photographique	-	séance photo, prises de vue	prise de vue; 2001
SHOPPING	chalandage	courses, achats, emplettes, magasinage	-	chalandage, courses, emplette, lèche-vitrine, magasinage	magasinage, chalandage
SHOW	spectacle	spectacle, exhibition, numéro, représentation, revue	-	spectacle	spectacle
SNEAKERS	-	-	-	-	chaussure de gymnastique
SOS	-	-	-	CQD (au début du XX ^e siècle)	-
STARS	vedette	célébrité, étoile, vedette	-	étoile, idole	vedette; 2015
STORY	-	-	microrécit vidéo; 2021	-	microrécit vidéo; 2021
STREAMING	diffusion en flux	(en) flux	(en) flux; 2015	-	diffusion en continu, diffusion continue, diffusion multimédia en continu; 2017
SWIPE TAGGER	-	-	-	-	balayer; 2020
	-	-	-	-	identifier, étiqueter, identiqueter
TAGUE	-	-	-	-	identifier, étiqueter, identiqueter
THREAD	-	-	fil de discussion; 1999	fil de discussion, d'intérêt	-
TOP (ADJ.)	-	supérieur, excellent, super	-	le meilleur, excellent	-
VLOG	-	-	-	vlogue, vidéoblogue, carnet vidéo, vidéocarnet	vidéoblogue, blogue vidéo, vlogue, vidéocarnet

Tabulka 10: Francouzské ekvivalenty navrhované vybranými slovníky – Instagram

Zaměříme-li na používání anglicismů s ohledem na jejich kontext, je patrné, že v drtivé většině případů se jedná o tzv. *emprunts de luxe*, tedy přejímky, které přinášejí mluvčímu spíše jakousi prestiž. Jedná se o výrazy, které ve francouzštině disponují ekvivalentem, není tedy nutné je nahrazovat anglickým výrazem. Pro část výrazů však francouzský ekvivalent nenacházíme, ze substantiv se jedná se o slova *top*, *store* nebo spojení *spoiler alert*, slovesa *liker* či *reposter* a citoslovce *yo*.

Top je zde použito ve významu dámského krátkého svršku, jehož ekvivalent nenalzáme v žádném z konzultovaných slovníků, Wiktionnaire uvádí pouze definici tohoto slova. *Store* odkazuje na online obchod s aplikacemi pro chytrá zařízení, opět ho je nalezen pouze ve slovníku Wiktionnaire, stejně je tomu v případě slovního spojení *spoiler alert*, které odkazuje na varování před vyzrazením zásadní informace. I v případě slovesa *reposter* se definice objevuje pouze ve slovníku Wiktionnaire – znovu publikovat příspěvek na internetu, citoslovce *yo* označuje pozdrav v argotu. U slovesa *liker* se neobjevuje sice francouzský ekvivalent, ve slovnících Larousse, Le Petit Robert a Wiktionnaire však je nalezena definice: vyjádřit podporu, obdiv vůči něčemu na internetu skrze kliknutí na tlačítko „*j’aime*“ (v čj *to se mi líbí*).

Pro zbytek substantiv francouzský ekvivalent byl nalezen, ačkoli někdy ne zcela přesný. Výraz *bag* lze ve francouzštině v oblasti módy nahradit výrazem *sac à main*, pro výraz *clip* pak slovník Larousse uvádí jako *vidéoclip*. Substantivum *drop* se v našem vzorku objevuje v souvislosti s hudbou. V tomto použití se jedná spíše o slangový výraz, který je dle slangového slovníku anglického jazyka *Urban Dictionary*⁵⁰ v mluvě mládeže spojen například publikací, zveřejnění hudby. Objeveno je však *drop* jakožto sloveso, v souvislosti s hudbou nalezneme například větu „*The new album dropped last week*“. S přihlédnutím k použití slova *drop* v reprezentativním vzorku lze tedy usoudit, že bylo použito ve významu *nově zveřejněný videoklip* (*check le dernier drop*). Ve slovnících Larousse a FranceTerme žádné informace nejsou k dispozici. Slovník Le Petit Robert nabízí pouze výraz související s rugby, Wiktionnaire pak sice předkládá definic více, žádná se však nevztahuje k našemu případu ani přímo nepředkládá ekvivalent. Pro slovo *fan* uvádí slovníky hned několik ekvivalentů: *admirateur enthousiaste* (Larousse), *admirateur, inconditionnel, fana, fondu, groupie* (Le Petit Robert), *adepte, admirateur, inconditionnel, groupie* (Wiktionnaire), *adepte, admirateur, amateur* (Le GDT).

⁵⁰ Urban Dictionary LLC, San Francisco, [cit. 23. 2. 2022]. Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=drop>.

Termín *look* ve spojení s módou nebyl nalezen ve slovnících Larousse, Le Petit Robert, Wiktionnaire i Le Grand Dictionnaire Terminologique, uváděny jsou ekvivalenty *allure, apparence, style, aspect*. Výraz *post* se objevuje ve všech slovnících s upřesněním, že se jedná o zprávu publikovanou na fóru, blogu. V kontextu, který máme k dispozici je však slovo použito výhradně pro síť Instagram, v českém jazyce se používá označení *příspěvek*, který se jeví jako přesnější než označení *message*. Le Grand Dictionnaire Terminologique uvádí ekvivalent *publication*, který se rovněž objevuje ve francouzské verzi sociální sítě Instagram, lze ho tedy považovat za používaný francouzský ekvivalent. Francouzský protějšek slova *shooting* také nalezneme pouze ve slovníku Le Grand Dictionnaire Terminologique, který uvádí *prise de vue*. V souvislosti s módou byl nalezen termín *hoodie*, jenž je nahrazován slovníkem Wiktionnaire výrazem *pull à capuche*, popřípadě *sweat à capuche*, tedy mikina s kapucí. Slovník Le Grand Dictionnaire Terminologique uvádí hned několik francouzských ekvivalentů: *chandail à capuchon, chandail à capuche, molleton à capuchon, molleton à capuche*, nahrazuje tedy i původem anglické *pull* či *sweat*.

Všechna tato získaná anglická substantiva s největší pravděpodobností profitují ze svého krátkého tvaru. V pozorovaných případech se jedná o krátká slova umožňující rychlý zápis, jenž je v internetové komunikaci stěžejní. Zaměříme-li se na oficiální francouzské ekvivalenty, je na první pohled patrné, že počty hlásek jsou výrazně vyšší (*bag* vs *sac à main, fan* vs *admirateur, hoodie* vs *pull à capuche*). V jiných případech přesný ekvivalent ve francouzském jazyce neexistuje, mluvčí by tedy musel použít opis, který pro online komunikaci není vyhledávaný.

Týkající se sloves, nejvíce výskytů, šest, je evidováno u anglického slovesa *to tag*. Je užíváno na sociálních sítích, v českém jazyce *označit (někoho)*, a znamená akci, kdy uživatel sítě označí ve svém příspěvku, komentáři či na fotografii jiný profil vyskytující se na dané síti. V tomto významu se objevuje ve slovníku Le Petit Robert sloveso *taguer* s definicí *mentionner le nom de (qqn, qqch.) dans un tag*, tedy zmínit jméno někoho či něčeho v tagu/označení. Slovník Wiktionnaire pak uvádí také variantu *tagger*, která se objevuje i v reprezentativním vzorku, rovněž uvádí spojitost se sociálními sítěmi. Le Grand Dictionnaire Terminologique rovněž sloveso řadí do lexika sociálních sítí a na rozdíl od předchozích slovníků uvádí hned tři ekvivalenty: *identifíer, étiquetter, identiqueter*. FranceTerme sloveso neuvádí.

Sloveso *tagger* či *taguer* se však ve vzorku objevuje v různých tvarech. Nalézt je možné také infinitiv *tagger*, imperativy *taggez, tague*, ale i *tag*. Poslední tvar imperativu je ve druhé osobě, sloveso však bylo ponecháno v původní anglické podobě, a to ve dvou případech. Tvar

odvozený od infinitivu *taguer* je použit pouze jednou, v případě *tagger* nalézáme tři výskyty. V tradičních slovnících se objevuje pouze první varianta.

Druhým nejvíce zastoupeným slovesem reprezentativního vzorku je *liker*. Je odvozeno od anglického *to like*, tedy mít rád, líbit se. Slovo dnes nedomyšlitelně patří k sociálním sítím se rozšířilo díky síti Facebook, kde uživatelé poprvé mohli kladně reagovat na zde sdílený obsah pomocí tzv. *to se mi líbí*, z anglického *like*. Přestože se jednalo o termín specificky určený pro síť Facebook, označení se rozšířilo a je užíváno i na síti Instagram. Slangové sloveso *liker* bychom tak přeložili jako *dát to se mi líbí*, nebo také *olajkovat*. V případě francouzštiny se objevoval překlad *j'aime*, který se stále objevuje i na síti Instagram. Stejně jako v češtině bylo z *like* odvozeno nové sloveso adaptované na lokální slovo tvorbu. V případě francouzštiny dochází derivací k morfologické adaptaci slova přidáním pro tvorbu sloves typické přípony *er*.

Konzultované tradiční slovníky tvar *liker* sice ve svých databázích uvádí, avšak nenalezneme v nich navrhovaný ekvivalent, databáze FranceTerme, Le Grand Dictionnaire Terminologique sloveso neuvádí vůbec. Nabízel by se ekvivalent vytvořený stejným procesem, tedy opisně uvádět *mettre j'aime*, nicméně objevuje se zde stejný problém jako při analýze substantiv – francouzský ekvivalent má více znaků. Při zpětné konzultaci zkoumaných profilů nebyl nalezen jediný výskyt tohoto opisného tvaru.

Dalším slovesem je *to follow*, rovněž sloveso spjaté se sociálními sítěmi označující akci, při níž uživatel začne odebírat, sledovat jiný profil pomocí tlačítka. Sloveso se objevuje unikátně ve své původní anglické podobě, v obou případech jsem o imperativ. Tradiční slovníky výraz vůbec neuvádí, Wiktionnaire nabízí ekvivalenty *suivre* a *s'abonner*, Le Grand Dictionnaire Terminologique uvádí pouze *suivre*. Oficiálním překladem objevující se v aplikaci sítě Instagram je *s'abonner*.

Pouze ve svém původním tvaru se objevuje také *swipe*. Jedná se o potáhnutí prstem přes obrazovku mobilního zařízení. Sloveso a jeho ekvivalent nacházíme v Le Grand Dictionnaire Terminologique, který dává přednost výrazu *balayer*. Druhým slovníkem obsahující *swipe* je pak Wiktionnaire, kde se objevuje adaptované *swiper*.

Anglický slovesný tvar *featuring* se objevuje mezi výskyty dvakrát, v jednom případě se jedná o zkrácený tvar *ft*, který se však v angličtině běžně píše s tečkou (*ft.*), nejčastěji se pak setkáme spíše s *feat*. Jedná se o sloveso využívané velmi často ve spojení s hudbou, a i v těchto dvou případech tomu tak je. Za slovem obvykle následuje název kapely či osoby, v českém jazyce bychom ho mohli nahradit například spojením *ve spolupráci s*. Termín nalézáme pouze

ve slovníku Larousse a Wiktionnaire, z nichž oba odkazují právě na hudbu. Vhodný ekvivalent však nabídnut není, objevuje se pouze *en présence de*. I v tomto případě tedy narážíme na limit v počtu znaků. Anglický výraz je mnohem kratší a například při uvádění autorů hudby se jeví jako vhodnější.

Zbývající slovesa lze zařadit do jedné skupiny. Jedná se o derivovaná slovesa vytvořená za pomoci přípony *er* bez jakýchkoli dalších odchylek. Jedná se o *checker*, *loser*, *pranker*, *reposter*. Slovník Wiktionnaire nabízí ekvivalent slovesa *checker*: *vérifier*, *regarder*, případně *contrôler*, které však už neodpovídá kontextu sociálních sítí. V tradičních slovnících Larousse a Le Petit Robert se však neobjevuje vůbec. Sloveso *loser* se neobjevuje v žádném ze slovníků, jedná o ojedinělý výskyt a s největší pravděpodobností jde spíše o tzv. *jeux de mots* než o přejatý termín. Ve francouzštině lze zvolit ekvivalent *perdre*. Dalším z této skupiny je *pranker*. Jedná se o slangový výraz objevující se v online prostředí zejména u mládeže a znamená dělat naschvály jinému člověku. Žádný z konzultovaných slovníků termín neobsahuje, nalezen je pouze ve slovníku Wiktionnaire, jenž nabízí ekvivalenty *blaguer*, *plaisanter*. Tyto návrhy se nám však nejeví jako přesné a slovník sám uvádí, že výrazy se užívají v tomto smyslu spíše zřídka.

Předložka *from* se objevuje pouze ve slovníku Wiktionnaire, uváděn je však pouze význam časový (odkdy dokdy) nebo místní (od A do Z), objevují se v něm překlady *de*, *depuis*.

Dalším zastoupeným druhem jsou adjektiva. *Top* jako adjektivum je v analyzovaném kontextu použito ve smyslu *nejlepší*. Jako adjektivum se výraz objevuje pouze ve slovníku Le Petit Robert, kde jsou uvedeny ekvivalenty *supérieur*, *excellent*. Slovník Wiktionnaire pak nabízí dle nás vhodnější francouzský protějšek *le meilleur* s upozorněním, že se jedná o familiární výraz. V ostatních slovnících buď *top* vůbec není, případně se v nich objeví pouze jako substantivum, kterému věnujeme výše. Druhým adjektivem je *KO*, někdy uváděné jako *K.O.* Jedná se o anagram dnes již světově rozšířeného, původem anglického *OK*. Stejně jako v předešlém případě, i toto adjektivum může být zařazeno mezi substantiva s významem *knock-out* z prostředí boxu. Rozšířením významu je však *KO* používáno pro vyjádření únavy, tedy „*jsem KO*“ = „*jsem unavený*“. V tomto významu však termín byl nalezen pouze ve slovníku Wiktionnaire s označením *familiární*. Dále se pak vyskytuje pouze ve slovníku Grand Dictionnaire Terminologique, kde je uveden pouze jako substantivum ve významu *knock-out*. Wiktionnaire pak nabízí francouzský familiární ekvivalent *vanné*. Poslední výskyt adjektiv v reprezentativním vzorku by bylo možné zařadit rovněž do kategorie fráze a slovní spojení, neboť se jedná o dvě adjektiva *dumb* a odvozený komparativ *dumber*. Pravděpodobně

se jedná o narážku na americký film s názvem *Dumb and Dumber* (*Blbý a blbější*), který se i ve francouzštině pod tímto názvem objevuje. V quebecké francouzštině byl však film uveden pod názvem *La Cloche et l'Idiot*. V žádném ze slovníků adjektiva nenalezneme.

Slovník Larousse nabídl francouzský ekvivalent celkem v deseti případech, při rešerši ve slovníku Le Petit Robert jsme získali 14 francouzských ekvivalentů, FranceTerme nabídl pouze čtyři. Velmi dobrým zdrojem francouzských protějšků pro analyzované anglicismy byl slovník Le Grand Dictionnaire Terminologique, který navrhoval ekvivalenty celkem ve 29 případech. Navíc uváděl často uváděl i rok, v němž ekvivalent byl navrhnut. Ačkoli se jedná o slovník quebecký, bylo důležité ho mezi konzultované slovníky zařadit. Quebecká francouzština je purističtější, jak již bylo zmíněno v části o přejímkách. Nabízí tak často ekvivalenty anglických slov, které ve francouzských slovnících nenalézáme (například *swipe* = *balayer*, *cyborg* = *organisme cybernétique*, aj.). Velmi často se pak shodoval se slovníkem Wiktionnaire, v němž nám bylo poskytnut ekvivalent celkem ve 34 případech.

Obecně lze říci, že zejména slovník Wiktionnaire nabízí velmi obsáhlé informace o daném slovu, uvádí příklady použití ve frázích, definice, ekvivalenty, slova odvozená, etymologii, u sloves nalezneme také časování. Také je mnohdy jediným slovníkem, jenž hledaný výraz obsahuje (*spoiler alert*, *pyjama party*, *reposter*, *KO*, *store*, ...). Wiktionnaire navíc často uvádí několik sémantických rovin pro daný výraz, rovněž uvádí nespisovné výrazy či definici v přeneseném významu. Zdá se tedy, že nejlépe reflektuje rychle se vyvíjející jazyk.

Detailní definice poskytuje také slovník Le Grand Dictionnaire Terminologique, který je výrazně zaměřen na francouzské ekvivalenty. Slovník FranceTerme naproti tomu neobsahoval většinu z hledaných výrazů. Zaměřoval se ve většině případů na složené výrazy, například při vyhledávání *show* byly nabídnuty výsledky *fashion show*, *car show*, *one-man show* aj., ale samotné slovo nalezeno nebylo. Slovníky Larousse a Le Petit Robert nabídly přibližně stejný počet informací, v některých případech byl slovník Le Petit Robert podrobnější se zaměřením na použití v konkrétních frázích.

4.6.4 Výskyt anglicismů v jazykovém korpusu

Nyní budou prezentovány výsledky získané z francouzského jazykového korpusu *Araneum Francogallicum Maius*⁵¹. Všechny anglicismy reprezentativního vzorku psaného

⁵¹ Benko, V.: *Araneum Francogallicum Maius*, verze 15.03. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2015, [cit. 30. 3. 2022]. Dostupný z: [www.http://www.korpus.cz](http://www.korpus.cz).

jazyka francouzské generace Z byly vyhledány v korpusu a jejich počty výskytů byly zaznamenány do tabulky níže.

anglicismus	počet výskytů	poznámka
top	45 574	z náhodného vzorku o 250 výskytech nebyl ani jeden spojen s oblečením, všechny výskyty odkazují na <i>excellent</i> nebo <i>meilleur</i>
fan	26 597	
live	20 517	
post	19 935	filtrována pouze substantiva, lemma <i>post</i> má více než 45 tisíc výsledků
go	19 508	
show	15 347	
by	14 726	
tag	12 074	
stars	11 509	
store	10 978	
shopping	10 125	
fun	9 699	
streaming	9 504	
KO	7 923	
party	7 060	
from	6 452	
SOS	6 387	
story	5 877	z náhodného vzorku o 250 výskytech nebyl ani jeden spojen se sociálními sítěmi
clips	4 570	
award	4 047	
check	2 291	korpus však neobsahuje sloveso <i>check</i> ; nejčastěji se objevuje substantivum <i>check list</i>
Yo	2 214	
looks	1 757	
hits	1 736	
shooting	1 702	
boots	1 619	
stories	1 257	
bag	1 221	
follow	1 183	

drop	1 178	
hair	1 091	
cyborgs	900	
thread	705	
sneakers	683	
liker	572	
ft	540	
checker	497	
featuring	493	
tague	411	
eshop	354	
to you	281	
tagger	182	
good luck	164	
likez	92	
pyjama party	55	
swipe	51	
hoodie	49	
vlogs	41	
wearing	37	
spoiler alert	26	
Top ou flop?	17	
taggez	10	
say hello to	10	
BlackFriday	9	
respotez	8	
dumb & dumber	7	odkazuje vždy na název filmu
storys	3	
Set design	2	
pull crop	1	

Tabulka 11: Počty výskytů v korpusu *Araneum Francogallicum Maius – Instagram*

Slova a výrazy, které nebyly v korpuse obsaženy: *ur fav duo, loser, holyfuck, diorvibe, glam team, my big bro, family time, pranker, bye, bye, giga boss, giga king.*

Slova v tabulce byla seřazena od nejvyššího počtu výskytů po počet nejnižší. Nejvíce zastoupeným slovem je *top* s více než 45 tisíci výskyty. Vyfiltrovaný náhodný vzorek

obsahoval unikátně *top* (adjektivum) ve významu *nejlepší, skvělý*. Substantiva nebyla ve vzorku zahrnuta.

Výsledky se shodují s výsledky získanými ze slovníků francouzského jazyka v několika případech. Výraz *holyfuck, giga king, pranker, ur fav duo* nebyly nalezeny ani ve slovnících, korpus je rovněž neobsahuje. V případě výrazů *set design a pull crop* nacházíme v korpusu maximálně dva výskyty, ve slovnících nejsou zahrnuty vůbec.

Objevují se však také rozdíly. Dle výsledků korpusu není preferovaný tvar plurálu *storys*, jak uvádí slovníky. V korpusu byly nalezeny pouze dva výskyty, v případě plurálu *stories* nalézáme výskytů 1 257. Pro porovnání byly vyhledány také obě varianty anglického slovesa *to tag*, které se v analýze objevily: *taguer a tagger*. Varianta *taguer* má v korpusu 458 výskytů, *tagger* se objevuje ve 182 případech.

Jazykový korpus také lépe pracuje se slovními spojeními či celými částmi vět, lze tedy předpokládat, že korpus bude zahrnovat výskyty víceslovných spojení spíše než jazykový slovník. Přestože v jazykových slovnících nenalezneme například *say hello to*, jazykový korpus obsahuje 10 výskytů. Stejnou tendenci lze pozorovat také v případě *top ou flop*, korpus obsahuje 17 výskytů, slovníky spojení vůbec nezahrnují.

Je však nutné brát v potaz, že korpusová data nelze omezit pouze na výsledky pocházející z promluv či textu produkovaného generací Z. Je také limitovaný a nemusí vždy reflektovat vývojové jazykové tendence posledních let.

4.6.5 Míra adaptace anglicismů

Analyzovaný vzorek ze sítě Instagram zahrnoval převážně anglická slova v jejich původní podobě. Po stránce morfologické bylo evidováno pouze na několik případů, u nichž bylo možné adaptaci do francouzského jazyka pozorovat. Prvním z nich je sloveso *checker* přejaté z anglického *to check*. Bylo vytvořeno za pomoci přípony *-er*, avšak sloveso *check* se zde objevuje i ve své původní podobě. Zcela stejný postup byl převzat i u slovesa *to like*, z nějž bylo odvozeno *liker*. To se však na rozdíl od předešlého případu vyskytuje pouze ve své adaptované formě, původní anglický tvar *like* nebyl nalezen. Dle stejného vzoru je tvořeno i další sloveso *reposter* z anglického *to repost*. Dalším případem je jediný výskyt slovesa *loser* odvozeného z anglického *to lose*, rovněž za pomoci přípony první slovesné třídy francouzských sloves *-er*. Výskyt v analyzovaném vzorku je však ojedinělý a neevidujeme ani jeden výskyt v konzultovaném korpusu. Stejným příkladem je sloveso *pranker* tvořené dle stejného principu, i zde však nenalzáme více než jeden výskyt. Po stránce adaptace je zajímavější případ sloves

tagger a *taguer*. Obě byla odvozena od anglického *to tag*, v případě prvním bylo nutné zdvojení souhlásky *g*, jenž umožňuje ve francouzském jazyce výslovnost dle anglického zdrojového slovesa [tage]. V případě slovesa *taguer* byla vložena hláska *u*, aby bylo dosaženo stejné výslovnosti. Tato varianta je dle výsledků z konzultovaných slovníků doporučována, dokládá tak rovněž Nový francouzský pravopis (*La Nouvelle Orthographe*). Z výsledků získaných z jazykového korpusu vyplývá, že je rovněž preferovanější. Posledním případem adaptace anglického výrazu je plurál substantiva *story*. Objeven byl totiž jak anglický tvar *stories*, tak adaptovaná varianta *storys*. Tento tvar plurálu je od 1990 normovaný Francouzskou akademií. V reprezentativním vzorku byl nalezen od každého tvaru jeden výskyt, jazykový korpus však obsahuje výrazně větší počet výskytů tvaru *stories* (1257 vs 3 výskyty *storys*).

Z hlediska syntaxe není patrná odluka od francouzského slovosledu, vždy je respektováno pořadí SVO (*sujet-verbe-objet*), například *on vous offre une journée shopping*. Anglická substantiva přejímají nejčastěji maskulinní rod, výjimkou je *pyjama party* objevující se ve femininu. Tvoření plurálu substantiv je kromě jedné výjimky popsané výše (*storys*) tvořeno vždy pomocí přidání koncového *-s*, shoda v rodě a čísle je vždy respektována. Slovesa si při časování z části ponechávají svůj anglický tvar beze změn (*follow*, *go*, *swipe*), některá jsou časována dle první slovesné třídy (*liker*, *reposter*, *checker*).

4.6.6 Shrnutí analýzy

Korpus složený z příspěvků vybraných pěti zástupců generace Z na sociální síť Instagram obsahuje celkem 100 anglicismů objevujících se v psaném projevu. Tento reprezentativní vzorek byl podroben detailnější analýze. Převažujícím slovním druhem s 58% zastoupením jsou substantiva, 24 % představují slovesa, 12% podíl mají ve vzorku fráze a slovní spojení, po 3 % mají adjektiva a předložky.

Analyzovaná substantiva se ve většině případů objevují ve své původní anglické podobě bez větší míry adaptace. Většina těchto substantiv je používána v mužském rodě, plurál je tvořen připojením *-s* v souladu s anglickými morfologickými pravidly. Po konzultaci francouzských slovníků včetně slovníků zaměřených na ekvivalenty lze říci, že většinově se jedná o anglicismy používané spíše z důvodu prestiže, nikoli z nutnosti. Většina použitých anglicismů totiž má ve francouzštině svůj ekvivalent, avšak anglický výraz nabízí značnou úsporu v počtu znaků. Převažujícím lexikálním polem je pak lexikum spojené se sociálními sítěmi a také s módou, ta se však objevuje zejména u dvou zástupkyň generace Z.

Na rozdíl od substantiv se kategorie sloves jeví jako více adaptovaná. Většina analyzovaných sloves je časována (vyjma *follow, go, swipe*) dle pravidel první slovesné třídy, k anglickému slovesu je přidávána koncovka *-er*. Rovněž grafická adaptace je u sloves patrnější, například z anglického *to tag* se ve francouzštině dostáváme k *taguer*. Z hlediska sémantiky, je patrné, že nejčastěji jsou zastoupena slovesa z oblasti sociálních sítí. Zkoumané anglicismy, stejně jako u substantiv, profitují především díky počtu znaků, a které v porovnání s jejich francouzskými ekvivalenty umožňují značnou úsporu. V několika případech však vhodné ekvivalenty vůbec nebyly nalezeny.

Další analyzovanou kategorií byly fráze a slovní spojení. Sem byly zařazeny mimo jiné také pozdravy nebo nadávky. Jedná se především o spojení substantiv a adjektiv, velmi často se také jedná o familiární jazyk. V tomto případě můžeme jednoznačně říci, že anglicismy nebyly používány z nutnosti, jedná se spíše o jakousi prestiž či styl vyjadřování.

Také poslední dvě kategorie adjektiva a předložky mají své vhodné ekvivalenty ve francouzském jazyce, rovněž se tedy jedná o použití anglicismů motivovaném spíše prestiží.

Analýza psaného projevu tedy spíše naznačuje, že generace Z není nucena k používání anglicismů. Jedná se o jakýsi styl vyjadřování, anglický jazyk zde představuje prestiž a jakýsi modelový jazyk. Objevuje se zde také velmi málo adaptace anglicismů v cílovém jazyce, nejčastěji jsou anglická slova beze změn vkládána do francouzských vět, lze tedy mluvit o tzv. code-mixing, vědomém mísení jazyků objevujícím se u jedinců mluvících dvěma a více jazyky.

4.7 Analýza korpusu ze sítě YouTube

Mluvený korpus získaný se sítě YouTube představuje reprezentativní vzorek o 100 výskytech anglicismů zaznamenaný v příloze 2. Celková délka všech použitých videí je 218 minut, průměrně se tedy anglicismus objevuje každé 2,2 minuty. Nutné je však zmínit, že anglicismy se neobjevovaly u všech zástupců rovnoměrně, a tak pro získání vzorku 20 anglicismů od každého zástupce bylo třeba zhlédnout rozdílně dlouhé záznamy. Tabulka níže uvádí přesnější data.

zástupce	délka shlédnutých videí	věk	zaměření obsahu tvorby
Squeezie	42 min	25 let	videohry, reakční videa, hudba
Romy	15 min	23 let	móda, životní styl, kosmetika

Swan & Néó	75 min	10 a 16 let	obsah pro děti, výzvy, hračky
Léna Situations	32 min	24 let	móda, životní styl
Michou	54 min	20 let	videohry, zábavná videa, hudba, reakční kanál

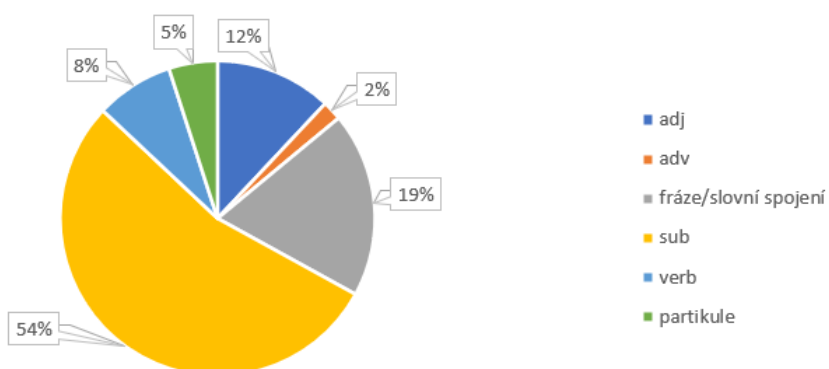
Tabulka 12: *Délka shlédnutých videí dle jednotlivých zástupců*

Tabulka 12 ukazuje počty minut videí zhlédnutých na síti YouTube nutných k získání vzorku 20 anglicismů od každého z vybraných zástupců. Vidíme, že nejkratší dobu pro získání vzorku jsme strávili u zástupkyně Romy, která se věnuje především módě a životnímu stylu. V jejím případě se dostáváme na frekvenci 1,33 vysloveného anglicismu za minutu. Na druhém místě je pak Léna Situations, která se věnuje velmi podobným tématům. Zde bylo zhlédnuto 32 minut záznamů, objevuje se tedy zhruba 0,6 vysloveného anglicismu za minutu. Dalším v pořadí je zástupce Squeezie zaměřující se na videohry, zábavná a reakční videa, z jehož tvorby bylo zhlédnuto 42 minut. Počet použitého anglicismu se pohybuje zhruba okolo 0,5 za minutu. Ze stejné skupiny sdíleného obsahu je pak zástupce Michou, u kterého bylo nutno zhlédnout 54 minut videí (zhruba 0,4 anglicismu za minutu). Zástupci z kanálu Swan & Néó byli v tomto vzorku jednoznačně *nejpurističtější*. Jejich videa obsahovala mnohem menší počet použitých anglicismů za minutu (0,26), délka zhlédnutých videí dosahuje 75 minut. Jedná se o nejmladší zástupce generace Z, které zkoumaný korpus zahrnuje. Je však nutné zmínit, že ve videích vystupuje rovněž matka obou bratrů a celý obsah pravděpodobně režíruje. Přestože se nezdá, že by vystupující chlapci měli naučené dialogy, není možné určit, do jaké míry je obsah veden jejich matkou. Do analyzovaného vzorku jsme vybírali pouze slova vyslovená jedním z chlapců, repliky matky byly zcela vynechány, neboť nespádá do zkoumané generace.

4.7.1 Představení vzorku sítě YouTube

Stejně jako při analyzování psaného korpusu i tento vzorek bude rozdělen dle slovních druhů, i zde budou fráze, slovní spojení, části vět, pozdravy a další nezařaditelné výskyty řazeny do skupiny *fráze/slovní spojení*. Jednotlivé zastoupení slovních druhů v tomto vzorku znázorňuje graf 3 zobrazený níže.

Rozdělení výskytů na YouTube dle slovních druhů



Graf 3: Rozdělení výskytů na YouTube dle slovních druhů

Nalezneme tu podobné složení jako u předchozího vzorku, v pořadí od největšího zastoupení pozorujeme: substantiva, fráze/slovní spojení, adjektiva, slovesa, nově se objevující druhy částice a adverbia.

Substantiva

Substantiva reprezentativního vzorku získaného ze sítě YouTube představují 54 %. Stejně jako v případě psaného jazyka (58 %) se tedy jedná o nejpočetnější slovní druh analyzovaného korpusu. I v tomto případě se potvrzuje hypotéza předpokládající převažující většinu právě substantiv.

Mezi analyzovanými substantivy nacházíme repetitivní slova, která se objevují opakovaně v různých tvarech.

anglicismus	počet opakování
<i>boss</i>	2
<i>fan</i>	3
<i>challenge</i>	2
<i>look</i>	3
<i>round</i>	2
<i>shooting</i>	2
<i>shopping</i>	2
<i>show</i>	2
<i>vlog</i>	2
<i>youtubeur, youtubeuse</i>	2

Tabulka 13: Opakující se substantiva v korpusu YouTube

Tabulka 13 zobrazuje opakující se substantiva ve vzorku získaném ze sítě YouTube a počet jejich opakování. Nejčastěji se objevujícími výrazy jsou *fan* a *look*, u obou výrazů nalezneme tři výskyty. Zde je možné pozorovat určitou paralelu se vzorkem získaným ze sítě Instagram, kde se substantivum *look* vyskytovalo čtyřikrát, bylo tedy rovněž nejvíce zastoupeným slovem korpusu. Také substantivum *fan* se v psaném korpusu objevuje, a to celkem dvakrát. Dalším substantivem objevujícím se v obou korpusech je *shooting*, v obou případech byly nalezeny dva výskyty. Mezi opakujícími se výskyty nalezneme také substantivum *vlog*, kterému se rovněž věnovala část analýzy předchozího vzorku. Pokud bychom shrnuli existenci ekvivalentů nejčastěji se vyskytujících substantiv, je třeba říci, že až na označení *vlog*, nabízí slovníky francouzského jazyka francouzské varianty těchto slov. Nejedná se tedy o přejímky motivované absencí lexika ve francouzštině nýbrž spíše o otázku stylu vyjadřování a určité prestiže. Zároveň je patrné, že anglické výrazy jsou oproti jejich francouzským protějškům krátké a výstižné.

Nyní se zaměříme na lexikální pole, do nichž bychom mohli získaná substantiva mluveného vzorku rozřadit. V tabulce č. 12 jsme uvedli, že nejčastěji se objevujícím slovem je lexém *look*. Stejně jako v předchozí analýze psaného korpusu ho řadíme mezi lexikální pole módy. Ke stejnému poli pak můžeme přiřadit slova další: *boots*, *baskets*, *shooting*, *shopping*, *shoppeur*, *dressing*, *swag*, *pull*. Pokud bychom oblast rozšířili ještě o téma kosmetiky, zařadili bychom navíc: *make-up*, *skincare*. Celkově tedy patří 18 z 54 výskytů substantiv analyzovaného vzorku do oblasti módy a kosmetiky. Dalších 6 výskytů patří do oblasti lexika sociálních sítí, například *call*, *hashtag*, *vlog*, *youtubeur*, *youtubeuse*. U zástupců generace Z jsme také našli několik lexémů týkajících se jídla: *brownies*, *cookies*, *smoothie*. Zařazení dalších výskytů do ucelených lexikálních polí však už nebylo možné, neboť se jedná o spíše ojedinělá a různorodá substantiva.

Fráze a slovní spojení vzorku

Kategorie pojmenovaná fráze a slovní spojení představuje v analyzovaném vzorku 20 % výskytů. Sem byly zařazeny všechny výskyty, které nebylo možné kategorizovat dle slovního druhu. V porovnání s předchozím, psaným vzorkem je pozorován nárůst zastoupení této kategorie (v korpusu ze sítě Instagram představovala 12 %). Jedná slovní spojení, celé části vět, ustálené fráze či pozdravy. Můžeme jednoznačně říci, že motivací k používání těchto anglicismů absence jeho vhodného ekvivalentu ve francouzském jazyce. Bezpochyby tuto kategorii lze zařadit mezi tzv. *emprunts de luxe*.

Jednu pětinu této kategorie tvoří anglická fráze *let's go* použita třemi různými zástupci generace Z, výskyt se tedy neobjevuje ojediněle u jednoho jedince. Slovní spojení jsou často tvořena kombinací substantiva a adjektiva. Takových příkladů v této skupině pozorujeme celkem sedm (například *lucky man, fashion week, bad trip*, aj.). Stejně jako u předchozí analýzy, i zde byly nalezeny výskyty anglických pozdravů, v jednom případě se jedná o *bye bye*, v případě druhém je pozdrav doplněn ještě anglickým familiárním oslovením *hello guys*.

Kategorie frází a slovních spojení se objevuje plošně u všech vybraných zástupců. I v mluveném vzorku se tedy potvrzuje, že zástupci generace Z mají tendenci náhodně vkládat fráze, slovní spojení či celé části vět do svých francouzských promluv, a právě v mluveném vzorku byla tato tendence ještě markantnější.

Adjektiva

Třetí nejzastoupenější kategorií tohoto vzorku jsou adjektiva. Tvoří celkem 12 % výskytů, pozorujeme zde tedy nárůst oproti předešlému vzorku, kde tvořila pouze 3 %. Kromě dvou případů (*crinch* a *relooké*, kterým se budeme detailněji věnovat později) se jedná o běžně používaná adjektiva disponující vhodným protějškem ve francouzském jazyce (*hard, big, cute*). Téměř ve všech případech se také jedná o krátká, jednoslabičná adjektiva, můžeme tedy soudit, že jejich větší zastoupení je z části zapříčiněno potřebou rychle komunikovat (například *hard* vs *difficile*). Adjektivum *cool* se objevuje nejčastěji, celkem třikrát u různých zástupců.

Z pohledu syntaxe se anglická adjektiva chovají stejně jako ta francouzská, respektují pozici ve větě dle francouzské normy. V 11 případech pozorujeme adjektiva v postpozici, antepozici pozorujeme pouze v jednom z případů (*un big changement*). Často se setkáváme také s vazbou *c'est* + anglické adjektivum (*c'est crinch, c'est hard, c'est trop cute*). Nebyl nalezen ani jeden výskyt, kde by byla patrná shoda substantiva s adjektivem. Kromě jednoho výskytu přejatého *relooké* se všechna adjektiva objevují ve své původní anglické podobě.

Slovesa

V porovnání se vzorkem psaného jazyka ve vzorku ze sítě YouTube bylo evidováno pouze 8 výskytů sloves (vs vzorek ze sítě Instagram 24 výskytů). Slovesa se objevují v jednoduchých tvarech, nejčastěji v přítomnosti nebo infinitivu. Nejvíce zastoupeným v této kategorii je sloveso *go*, jehož výskyt byl zaznamenán také na síti Instagram. Objevuje se unikátně ve své původní anglické podobě. Bez náznaku adaptace do francouzského jazyka nalezneme také sloveso *help*. Narazíme zde na případ adaptovaného slovesa v participiu *relooké*. Slovo tvorným procesům pozorovatelných u tohoto slovesa se budeme detailněji

věnovat v další části. Dalším slovesem, jehož odvozený tvar *reposter* byl obsažen již v předchozím analyzovaném vzorku je infinitivní tvar *poster*. Sloveso odkazuje na sociální síť, stejně je tomu v případě slovesa ve větě *un mec vlogue*. Příbuzné substantivum *un vlog* bylo rovněž analyzováno v předchozí části. Zdá se, že slovesa, ačkoli méně zastoupená než ve vzorku sítě Instagram, mají s předešlým vzorkem mnohé společné.

Částice

Novým slovním druhem, který nebyl nalezen v předchozím vzorku, jsou částice. Nejedná se o hojně zastoupenou kategorii, k dispozici jsou pouze čtyři výskyty, jež jsou repetitivní. Ve třech případech se jedná o *yes*, v jednom o *no*. Zároveň je možné tyto výskyty řadit rovněž k druhu citoslovcí, v polovině z případů se totiž jedná o zvolání či pokřik. Tato kategorie byla ze $\frac{3}{4}$ pozorována pouze na jednom kanálu sítě YouTube, a to u nejmladších zástupců generace Z v souvislosti s plněním úkolů nebo správným zodpovězením otázek ve videu.

Adverbia

Posledním slovním druhem zastoupeným v získaném vzorku byla adverbia. Byly nalezeny pouze dva výskyty, v obou případech se jedná o anglický výraz *live* použit jako příslovečné určení. V případě první předchází adverbium předložka *en*, v případě druhém předložka *dans*. Anglické *live* se objevuje u dvou různých zástupců.

4.7.2 Slova s nejvyšším výskytem a lexikální pole

Tabulka zobrazená níže představuje počty nejvýše zastoupených slov v získaném vzorku mluveného jazyka generace Z v různých tvarech. Nejčastěji zastoupena byla fráze *let's go*, která se ve vzorku o 100 výskytech vyskytovala celkem pětkrát. Druhým nejvíce zastoupeným bylo anglické *ano*, tedy *yes*. V této tabulce, stejně jako při předchozí analýze (tam bylo zaznamenáno pět výskytů), nalezneme také substantivum *look* představující celkem tři výskyty z celého vzorku. Stejný počet pak nalezneme u adjektiva *cool*.

anglicismus	počet výskytů
<i>let's go</i>	5
<i>yes</i>	4
<i>look</i>	3
<i>cool</i>	3

Tabulka 14: *Anglicismy s nejvyšším výskytem – YouTube*

Na rozdíl od předchozího vzorku, zde není možné zcela jednoznačně určit lexikální pole, do nichž by bylo možné nejčastěji zastoupené anglicismy zařadit. Pokusíme se tedy shrnout lexikální pole zastoupená ve vzorku ze sítě YouTube obecně, na základě celého vzorku.

Slova, která bylo možné do lexikálních polí zařadit, byla rozdělena do kategorií móda, sociální sítě, jídlo. Lexikální pole módy zahrnuje rovněž lexikum spojené s nakupováním (pokud plyne z kontextu, že se jedná o nákup oblečení, doplňků, kosmetiky), modelingem, fotografováním outfitů apod. Kategorie módy tak představuje celkem 19 výskytů, tedy 19 % z celého vzorku. Další hojně zastoupenou skupinou je lexikum spojené se sociálními sítěmi, například *vlog*, *youtubeur*, *poster*, *call*, *hashtag*, aj. Tato kategorie představuje celkem 13 % nalezených anglicismů. Posledním lexikálním polem, do něž bylo možné zařadit více než jeden výskyt je kategorie jídla, která zahrnuje *cookies*, *brownies* a *smoothie*.

Velmi podobných výsledků bylo dosaženo i v případě analýzy lexikálních polí ve vzorku psaného jazyka. Pozorujeme paralelu případně zastoupení lexika z oblasti módy a sociálních sítí, jež tvoří nejpočetnější lexikální skupiny. V případě anglicismů spjatých se sociálními sítěmi se nabízí vysvětlení v podobě původu majority z nich. Většina sociálních platform rozšířená globálně pochází z anglofonních zemí, tedy i lexikum s nimi spjaté je velmi často přejímáno do dalších jazyků. Je patrné, že lexikum se přizpůsobuje dle toho, na jaké platformě reprezentant vystupuje. V případě, že zástupce vystupuje na síti Instagram, používané lexikum, jenž se vztahuje právě k této síti (*story*, *liker*, *swipe*), v případě YouTube se lexikum pojí zejména k této platformě a videím: *vlog*, *youtubeur*, *live*, aj.

Nejvíce zastoupené lexikální pole módy se stejně jako v případě předchozího vzorku objevuje zejména u dvou zástupkyň věnujících se především módě, životnímu stylu, aktuálním trendům, několik výskytů nalezneme i u mužského zástupce. Pokud se zaměříme na anglicismy používané třemi mužskými zástupci, nemůžeme je přesně kategorizovat. Většinou se jedná o různorodá slova, která mají ve francouzském jazyce vhodný ekvivalent, velmi často se také objevují pozdravy, lexikum vyjadřující povzbuzení či radost (*let's go*, *yes*, *go*).

4.7.3 Definice, lexikografické značení a navrhované ekvivalenty obecných slovníků francouzského jazyka

Stejně jako při předchozí analýze se pokusíme vyhledat slova a slovní spojení reprezentativního vzorku sítě YouTube v obecných slovnících francouzského jazyka. Tabulka prezentovaná níže představuje výskyty objevující se v reprezentativním vzorku, nejsou zde zahrnuty duplicitní výrazy, jež byly objeveny na síti Instagram, a které již byly analyzovány

v části 5.6. Jedná se o následující: *boss, boots, fan, fun, go, live, look, vlog*. V tabulce rovněž nejsou uvedeny výrazy, pro které v konzultovaných slovnících neexistují žádné záznamy. Jedná se o následující: *banger, fashion week, flour challenge, full black, hello guys, lucky man, ok boy, weekly vlog* a *league of legends*. Konzultovanými slovníky byly stejně jako při předchozí analýze online dostupné slovníky Larousse (LAR), Le Petit Robert (Le PR), FranceTerme (FT), Wiktionnaire (WIK) a Le Grand Dictionnaire Terminologique (Le GDT).

ANGLICISMUS	LAR	Le PR	FT	WIK	Le GDT
BAD TRIP	-	-	-	angl.; intoxication aiguë liée à la prise de drogue, pouvant se caractériser par les symptômes suivants: angoisse, phobie, paranoïa, panique, psychose	-
BASKETS	chaussure à tige haute en toile renforcée	chaussure de sport assez souple, à semelle et rebords de caoutchouc	-	pseudo-angl. (de l'anglo-normand)	chaussure décontractée, généralement faite de matériaux synthétiques, à la semelle adhérente et sans talon, que l'on porte pour le sport ou pour la détente, les loisirs de plein air
BROWNIES	petit gâteau traditionnel d'Amérique du Nord composé d'un biscuit au chocolat de forme carrée, garni de noix de pecan.	angl.; gâteau fondant au chocolat et aux noix de pécan, qui se sert découpé en carrés	-	de l'anglais; gâteau fondant au chocolat.	pâtisserie moelleuse à base de chocolat et souvent garnie de noix, qui est généralement servie découpée en carrés; terme utilisé carré au chocolat

BULLSHIT	-	-	-	emp. de l'anglais américain; populaire; paroles menteuses ou absurdes qui servent à persuader l'interlocuteur par la manière assurée de leur élocution plutôt que leur bien-fondé; mensonges	-
BUSINESS	angl.; aussi bizness; familier: activité consacrée aux affaires financières et commerciales; travail	angl.; fam.; commerce, affaires	-	angl.; familier; affaires, commerce, variante: bizness	ensemble cohérent d'activités industrielles, commerciales, financières ou agricoles, assumées par un individu ou par une entreprise pour son propre compte ou pour le compte d'autrui (agent d'affaires)
CALL	-	-	-	appel	-
CASH BACK	de l'anglais; technique commerciale qui consiste à rembourser au consommateur une petite partie du montant de ses achats, directement sur son compte bancaire	-	remise proposée à un client sur un achat ultérieur	angl.; réduction proposée en ligne chez des marchands partenaires, via l'affiliation	emp.; pratique qui consiste à effectuer chez un commerçant, par un moyen électronique, un règlement qui dépasse le prix de l'achat afin de recevoir la différence en espèces

CLEAN	anglais, fam.; qui est net, strict, sans débraillé	angl., familier: qui a un air propre, soigné; sain moralement; qui ne prend pas ou plus de drogue	-	de l'anglais; argot: propre, sans saleté; figuré argot: qui n'est pas ivre et qui n'a pas consommé de produit hallucinogène; moralement pur; exécuté correctement	-
CLIQUE	presser puis relâcher le bouton d'un dispositif de pointage (souris de micro- ordinateur, écran tactile, etc.	angl.; actionner le bouton d'une souris pour effectuer une sélection sur l'écran d'un ordinateur	terme recommandé de click; enfoncer et relâcher le bouton- poussoir (ou cliquet) d'une souris ou d'un dispositif similaire; 1998	enfoncer et relâcher le bouton-poussoir (ou cliquet) d'une souris ou d'un dispositif similaire	emp., terme privilegié; appuyer sur un bouton de la souris ou d'un dispositif analogue et le relâcher pour faire une sélection, commander une action ou activer un hyperlien
CONTROL FREAK	-	-	-	angl., argot; personne qui veut tout diriger d'une façon précise; tyran, manipulateur	-
COOKIES	mot anglais; petit gâteau sec comportant des éclats de chocolat, de fruits confits, etc	angl.; biscuit rond, dont la pâte comporte des éclats de chocolat, de fruits secs	X	angl.; biscuit rond et relativement gros, d'origine états-unienne, contenant souvent des pépites de chocolat	biscuit sec et rond dont l'intérieur est moelleux, qui contient des éclats de chocolat; biscuit aux pépites de chocolat, biscuit aux brisures de chocolat

COOL	angl.e, familier; calme, décontracté, détendu; par extension: tolérant, arrangeant	fam. (intensif): agréable, excellent, sympathique; familier (personnes) calme et détendu	-	angl., fam.; calme, détendu, qui n'est pas du genre à s'angoisser ni à s'énerver (en parlant d'une personne); agréable, qui procure du plaisir	X
CRASH TEST	mot anglais; série de tests de collision réalisés en laboratoire sur un véhicule, afin d'en éprouver la résistance et d'évaluer ainsi la sécurité des passagers en cas d'accident	angl.; essai de chocs réalisé en laboratoire sur un véhicule, pour en tester la résistance	-	angl.; essai de choc d'une automobile à des fins de mesure de la sécurité à une vitesse donnée	emp.; simulation d'accident permettant d'éprouver la résistance au choc d'un véhicule automobile
CRINGE	-	-	-	fam.; malaisant	-
CRUSH	-	-	-	angl., néologisme; attirance, désir, pulsion, personne que l'on désire, personne par laquelle on est attiré	informal; brusque emballement pour quelqu'un, quelque chose
CUTE	-	-	-	angl.; mignon	-
DRESSING	anglais; petite pièce placée près d'une chambre à coucher et aménagée pour ranger des vêtements et s'y habiller	angl.; petite pièce installée pour ranger les vêtements	-	pseudo-angl.	action de mettre des vêtements
FEELING	fam.; manière de ressentir telle ou telle situation, intuition	angl., fam.; manière de ressentir une situation	-	angl.; ressenti, intuition, sentiment	-
GLOW	-	-	-	lueur	X
HARD	anglais, fam.; difficile, pénible, violent	angl.; excessif et violent	-	angl.; pénible, particulièrement difficile	-

HASHTAG	mot anglais; mot-clé cliquable, précédé du signe dièse (#), permettant de faire du référencement sur les sites de microblogage	angl.; mot-clé précédé du signe #, permettant de retrouver tous les messages d'un microblog qui le contiennent	suite signifiante de caractères sans espace commençant par le signe # (dièse), qui signale un sujet d'intérêt et est insérée dans un message par son rédacteur afin d'en faciliter le repérage	de l'anglais; mot-clef utilisé sur les réseaux sociaux ; le mot-clef est préfixé par un croisillon	mot-clé, précédé d'un croisillon, sur lequel on peut cliquer pour retrouver toutes les publications portant sur le même sujet
HELP	-	-	-	aider	-
CHALLENGE	angl., emp.; situation difficile, se présentant à quelqu'un ou à un groupe, et constituant pour lui un défi à relever ; le défi lui-même	angl.; situation où la difficulté stimule; défi, challenge	épreuve sportive au cours de laquelle le détenteur d'un titre est l'objet d'un défi ; par extension, trophée récompensant le vainqueur ou les vainqueurs de certaines épreuves; défi	angl.; défi, épreuve	emp.; activité, entreprise ou situation qui se présente comme une épreuve à réussir
JOGGING	angl.; course à pied pratiquée pour l'entretien de la forme physique, sur les terrains les plus variés	angl.; course à pied pratiquée à titre d'exercice physique	-	angl.; course à pied à un rythme lent, qui sert d'exercice cardiopulmonaire	emp.; activité de course à pied qui consiste à courir à petites foulées sur terrains variés, à un rythme adapté à sa capacité; terme privilégié: jogging
KICK	X	X	-	coup de pied	-
LET'S GO	-	-	-	allons-y	-
LIFE	-	-	-	de l'anglais, argot; vie	-

MAKE UP	-	-	-	emp., populaire; ensemble des éléments servant à embellir son visage, au moyen de fard, mascara	ensemble de produits appliqués sur le visage ou le corps des interprètes à l'aide de techniques particulières afin d'adapter leur apparence aux exigences de la scène à tourner
NO	-	-	-	non	-
NUMBER ONE	-	-	-	meilleur dans sa catégorie	-
OPEN	X	X	-	angl., fam.; ouvert (d'esprit)	-
PACKAGE	anglais; ensemble de marchandises ou de services, proposés groupés à la clientèle sans qu'il soit possible de les dissocier	ensemble de prestations constituant un programme complet, et assuré pour un prix forfaitaire	ensemble de prestations proposées à la vente à un prix global	angl.; forfait, groupe de services offert avec un seul accord	ensemble de prestations proposées à la vente à un prix global
PACKAGINGS	angl.; étude des techniques de l'emballage et du conditionnement, du point de vue de la publicité ; l'emballage lui-même	angl.; technique d'emballage qui soigne la présentation dans une perspective publicitaire	emballage destiné à assurer la protection, la conservation et le transport d'un produit, ou encore servant à le mettre en valeur	angl., néologisme; mot générique qui recouvre tout le secteur de l'emballage et de la présentation d'un produit	emp.; ensemble des matériaux destinés à contenir et à protéger un produit, depuis sa fabrication jusqu'à sa consommation
PERFECT	-	-	-	parfait	-
POSTER	X	envoyer (un message) sur un forum, un blog	-	angl.; publier des informations via un formulaire sur internet	emp. hybride; faire paraître un message, une image ou une vidéo sur un fil d'actualité dans un réseau social, un blogue ou un forum

PULL	X	tricot de laine ou de coton couvrant le haut du corps, qu'on enfle par la tête	-	pull-over	emp.; vêtement chaud fait de fibres textiles disposées en mailles, à manches longues, qui couvre le haut du corps et qui s'enfile par la tête
RELOOKÉ	de l'anglais, fam.; modifier l'aspect de quelqu'un, de quelque chose	fam.; donner une nouvelle apparence, un nouveau look à	-	pseudo-angl., fam.; restyler, changer l'aspect visuel, dans le but d'améliorer l'image	-
RELOOKING	-	-	-	pseudo-angl.; action de relooker	étude de l'apparence physique d'une personne dans le but de redéfinir son image corporelle et de lui donner un nouveau style, une nouvelle allure en recourant à certains choix esthétiques comme la coiffure, le maquillage et la tenue vestimentaire
ROUND	X	X	-	angl.; tour d'un match, en particulier dans la boxe	-
SHOOTS	X	X	-	de l'anglais; séance de pose photographique	X
SHOPPER	-	-	-	acheteur	personne qui magasine
SKINCARE	-	-	-	-	ensemble des soins mis en œuvre pour entretenir l'hygiène et l'esthétique de la peau

SMART	X	X	-	intelligent	-
SMOOTHIE	mot anglais; boisson mousseuse et onctueuse à base de fruits et/ou de légumes frais, mixés et mélangés à des jus de fruits, du yaourt, de la glace pilée, etc	boisson onctueuse à base de fruits mixés (avec du lait, du yaourt...)	-	boisson faite principalement à base de fruits frais mixés ou en jus, selon les fruits, parfois mélangés à du yaourt, lait, fromage blanc ou de la glace pilée	boisson onctueuse à base de fruits frais ou congelés, de jus de fruits et généralement de glace pilée, passés au mélangeur
SWAG	-	-	-	angl.; qui a du style, qui est charismatique	X
TEAM	-	-	équipe, 2000	équipe, ensemble de personnes engagées dans une même activité	groupe de salariés qui exécutent un travail en commun, group de sport
UN STRIKE	-	-	-	fait de faire tomber toutes les quilles en un seul coup au bowling	le quilleur renverse les 10 quilles avec sa première boule
YES	-	-	-	angl., fam.; mot qui s'utilise pour marquer sa joie au moment où on constate ou on apprend que quelque chose qu'on espérait s'est produit	-
YES MAN	-	-	-	personne étant toujours d'accord avec son employeur ou son supérieur hiérarchique	-
YOUTUBEUR	-	personne qui publie ses propres vidéos (sketchs, tutoriels...) sur le site YouTube	-	utilisateur qui publie des vidéos sur YouTube	vidéaste qui diffuse, essentiellement sur le Web, les documents vidéo qu'il produit

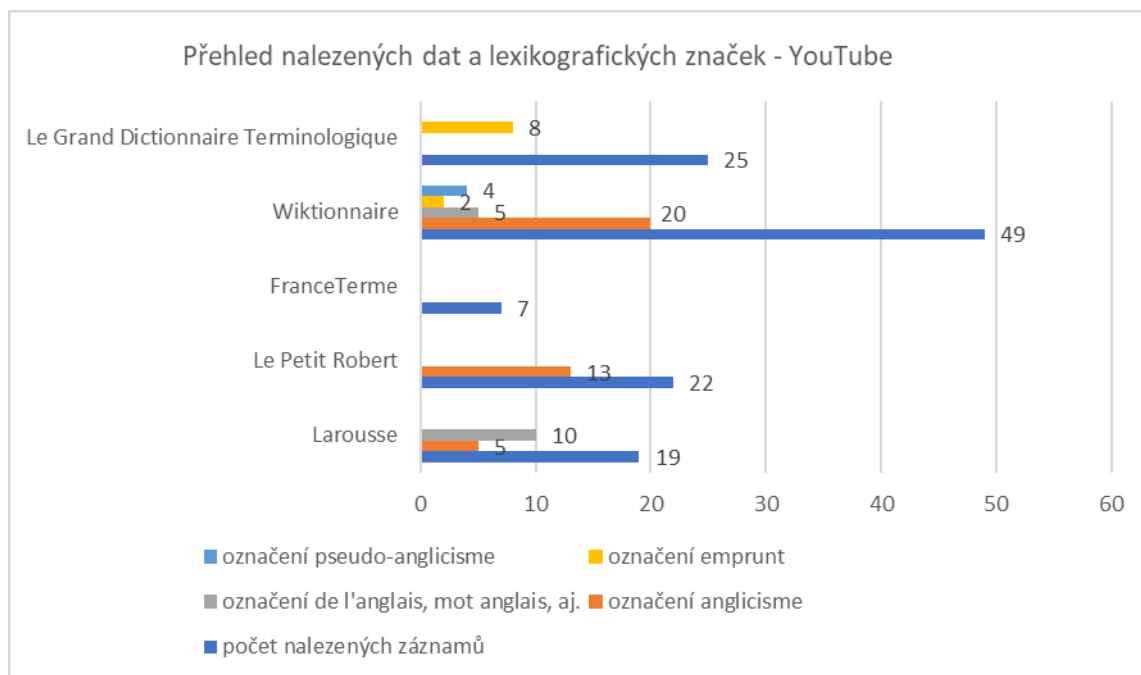
YOUTUBEUSE	-	personne qui publie ses propres vidéos (sketchs, tutoriels...) sur le site YouTube	-	utilisatrice qui publie des vidéos sur YouTube	vidéaste qui diffuse, essentiellement sur le Web, les documents vidéo qu'il produit
-------------------	---	--	---	--	---

Tabulka 15: Definice a lexikografické značení v obecných slovnících francouzského jazyka – YouTube

- *nevyskytuje se*
- x *nevyskytuje se v tomto kontextu*
- fam. *familier,*
- angl. *anglicisme*
- emp. *emprunt*

Výše uvedená tabulka shrnuje výsledky konzultace obecných slovníků francouzského jazyka a uvádí, zda slovník výraz obsahuje, jakou lexikografickou značku a definici u výrazu nalezneme. Definicím se ve vybraných případech budeme věnovat níže.

Do vyhledávání bylo zařazeno celkem 58 slov a slovních spojení, osm výrazů bylo analyzováno již v předchozí části, ve zbylých případech se jednalo o opakující se výrazy. Žádný záznam nebyl nalezen pro devět hledaných slov a slovních spojení. Ve slovníku Larousse byl nalezen záznam pro 19 anglicismů, v pěti případech bylo použito označení *anglicisme* (anglicismus) v deseti případech byl výraz označen jako *mot anglais* (anglické slovo), nebo zde bylo uvedeno *de l'anglais* (z angličtiny), případně pouze *anglais*. Srovnatelný, avšak lepší výsledek pozorujeme u dat slovníku Le Petit Robert, který nabídl definici celkem ve 22 případech, z nichž ve 13 případech nacházíme označení *anglicisme*. FranceTerme obsahoval záznam pouze v sedmi případech, nevidujeme zde žádnou lexikografickou značku spojenou s původem hledaného výrazu, slovník uvádí vždy pouze genericky označení *mot étranger* (cizí slovo). Velmi dobré úspěšnosti pak bylo dosaženo při konzultaci slovníku Wiktionnaire, kde je nalezen záznam ke 49 hledaným výrazům. Ve 20 záznamech pak bylo nalezeno označení *anglicisme*, v pěti případech je uvedeno *de l'anglais*, dvakrát bylo evidováno označení *emprunt*. Poprvé se zde setkáváme také s označením *pseudo-anglicisme*, jež je uvedeno u výrazů: *baskets, dressing, relooké, relooking*. Posledním konzultovaným slovníkem byl Le Grand Dictionnaire Terminologique, který obsahoval záznam ke 25 analyzovaným anglicismům. Osmkrát zde nalezneme označení *emprunt*, případně *emprunt de l'anglais*. Tyto výsledky shrnuje graf prezentovaný níže.



Graf 4: Přehled nalezených dat lexikografických značek – YouTube

Slovníky rovněž uvádí informace k jazykovým registrům jednotlivých výrazů. Slovník Larousse uvádí ve čtyřech případech označení *familier*, Le Petit Robert takto označuje pět z nalezených výrazů. FranceTerme ani quebecký Le Grand Dictionnaire Terminologique značení neuvádí. Slovník Wiktionnaire nabízí rozmanitější značení a nalezneme v něm následující označení jazykového registru: *familier* (6 případů), *argot* (3 případy), *populaire* (2 případy).

Stejně jako v případě analýzy předchozího vzorku se i zde kromě definic a lexikografických značek bude část věnována ekvivalenci. Pro větší přehlednost níže je uvedena samostatná tabulka věnovaná pouze ekvivalentům nabízeným v konzultovaných slovnících. Výrazy, pro něž francouzský protějšek nebyl nalezen, nejsou v tabulce uvedeny. Jedná se o následující: *fashion week*, *flour challenge*, *full black*, *hello guys*, *lucky man*, *ok boy*, *round*, *shoots*.

Tabulka 16: *Francouzské ekvivalenty navrhované vybranými slovníky – YouTube*

ANGLICISMUS	LAR	LE PR	FT	WIK	LE GDT
BAD TRIP	-	-	-	mauvais délire	-
BASKETS	-	-	-	chassure de sport	chaussure de sport, chaussure sport, 2012
BIG BOSS	-	-	-	grand patron	-
BROWNIES	-	-	-	-	terme privilégié brownie
BULLSHIT	-	-	-	baratin, boullie pour les chats, foutaise	-
BUSINESS	les affaires	affaires, commerce, négoce, bizness	-	affaire	affaires, 2006
CALL	-	-	-	appel	-
CASH BACK	retour d'argent	-	remise différée, 2011	remise en argent	retrait d'espèces à l'achat; 2021
CLEAN	propre	-	-	-	-
CLIQUE	-	-	terme recommandé de click; 1998	-	terme privilégié; 2017
CONTROL FREAK	-	-	-	tyran, manipulateur	-
COOKIES	-	-	-	-	biscuit aux pépites de chocolat, biscuit aux brisures de chocolat; 2016
COOL	-	-	-	super, génial, sensas, formidable, stylé	-
CRASH TEST	essai de choc	essai de choc	-	essai de choc	essai de choc, essai de collision
CRINCH	-	-	-	malaisant	-
CRUSH	-	-	-	coup de foudre	coup de cœur
CUTE	-	-	-	mignon	-
DRESSING	vestiaire	penderie, vestiaire, garde-robe	-	penderie, garde-robe	habillage
FEELING	-	-	-	ressenti, intuition, sentiment	-
GLOW	-	-	-	lueur	-

HARD	difficile, pénible, violent	pénible	-	dur, difficile, pénible, fort	-
HASHTAG	mot-clic, mot-dièse	mot-clic, mot-dièse	mot-dièse, 2013	mot-clic, mot-dièse, étiquette	mot-clic (2011), mot-dièse (2013)
HELP	-	-	-	aider	-
CHALLENGE	défi, gageure	défi, challenge	défi	défi, épreuve	défi
JOGGING	-	course	-	course à pied	jogging
KICK	-	-	-	coup de pied	-
LET'S GO	-	-	-	allons-y	-
LIFE	-	-	-	vie	-
MAKE UP	-	-	-	maquillage	maquillage, 2015
NO	-	-	-	non	-
NUMBER ONE	-	-	-	premier, numéro un	-
OPEN	-	-	-	ouvert (d'esprit)	-
PACKAGE	achat groupé, forfait	forfait	forfait, 2007	forfait	forfait, 2007
PACKAGINGS	emballage, conditionnement	conditionnement	conditionnement, 2000	emballage	emballage, 2021
PERFECT	-	-	-	parfait	-
POSTER	-	publier	-	-	publier, 2018
PULL	-	chandail, tricot	-	pull-over	tricot, chandail, 2016
RELOOKÉ	moderniser	donner une nouvelle apparence, un nouveau look à	-	modifier, refaire, donner une apparence nouvelle	-
RELOOKING	-	-	-	relookage	restylage, 2002
SHOPPER	-	-	-	acheteur	magasineur, 2004
SKINCARE	-	-	-	-	soins de la peau, soins pour la peau, 2016
SMART	-	-	-	intelligent	-
SMOOTHIE	-	-	-	frappé aux fruits	frappé aux fruits, smoothie, 2017
SWAG	-	-	-	stylé	-
TEAM	-	-	équipe, 2000	-	équipe, 2000
UN STRIKE	-	-	-	-	abat, fauchage; 1987
YES MAN	-	-	-	béni-oui-oui	-

YOUTUBEUR	-	-	-	-	vidéaste Web, webvidéaste, cybervidéaste, 2016
YOUTUBEUSES	-	-	-	-	vidéaste Web, webvidéaste, cybervidéaste, 2016

Zaměříme-li se nejprve na substantiva, prvním substantivem se dvěma výskyty je označení *boss*. V obou výskytech se objevuje jako spona přísudku jmenného ve spojení se slovesem *être* (*t'es boss*, *vous êtes des boss*). Larousse uvádí příklad familiárního významu slova *boss*, jehož ekvivalentem je *chef*. Slovník Le Petit Robert přidává ještě ekvivalent patřící do skupiny argotu, *singe*. V tomto významu se rovněž jedná o označení *šéf*. FranceTerme slovo vůbec neobsahuje, k zajímavé a pravděpodobně v našem případě správné definici slova se dostáváme ve slovníku Wiktionnaire. Ten uvádí rovněž argotický význam slova, který však znamená *být v něčem dobrý*, případně *slavný*. Rovněž dodává, že *boss* existuje rovněž ve formě adjektiva s významem *skvělý*, je tedy možné, že se v prvním případě výskytu slova (*t'es boss*) může jednat o sponu v podobě adjektiva. Vhodný a přesný ekvivalent však není uváděn.

Dalším z výrazů je *challenge*, který se objevuje celkem dvakrát, jednou v singuláru, podruhé v plurálu. Přestože slovo ve francouzštině existuje, ve slovních dokonce byl nalezen stejný význam, tedy *výzva*, zástupci (objevuje se u dvou zástupců) ho vyslovují jako anglické slovo, tedy ['tʃælɪndʒ]. Slovník Larousse však doporučuje používání francouzských ekvivalentů *défi* a *gageure*. Ke stejnému se přiklání Le Petit Robert, který nabízí ještě variantu *chalenge*. FranceTerme a Wiktionnaire s tímto tvarem rovněž pracují, uvádí pak už pouze ekvivalent *défi*. Wiktionnaire dále přidává odvozené sloveso *challenger* (*défier*). Grand Dictionnaire Terminologique pracuje pouze s *défi*.

Dva výskyty byly nalezeny u substantiva *show*. V obou případech používáno v maskulinu a singuláru. Ve všech konzultovaných slovnících byl nalezen shodný ekvivalent *spectacle*. Le Petit Robert navíc uvádí ještě termín *prestation*.

Jedněmi z mála adaptovaných slov jsou substantiva *youtubeur* a *youtubeuse*. Jedná se o derivace z názvu sítě YouTube označující přispěvatele, -telky svým obsah na síť YouTube. Slovníky Larousse a FranceTerme ani jedno ze substantiv neobsahují, slovník Le Petit Robert uvádí pouze definici bez možných francouzských ekvivalentů. Naproti tomu Le Grand Dictionnaire Terminologique přichází s francouzským označením *vidéaste Web*, *webvidéaste*,

cybervidéaste. Všechny tři termíny se však zdají být méně jasné a výstižné než právě anglické označení *youtuber*, které odkazuje přímo na síť YouTube. V případě nabízených ekvivalentů se může jednat o tvůrce videí přispívajícího na jakoukoli internetovou platformu. Další nespornou nevýhodou se může jevit délka slov i jejich méně prestižní znění. Přesný ekvivalent nenalezneme ani ve slovníku Wiktionnaire nabízejícím rovněž nepřesná hyperonyma *vidéaste* a *vlogueur*.

Stejnou derivaci lze pozorovat u substantiva *shoppeur*. Slovo je odvozeno od anglického *shopper*, nicméně v žádném z konzultovaných slovníků se neobjevuje. Ve slovníku Wiktionnaire nalezneme anglickou variantu *shopper* bez navrhovaných ekvivalentů. Slovník Le Grand Dictionnaire Terminologique jako jediný nabízí vhodnou alternativu, a to *magasineur, magasinouse*.

V analyzovaném vzorku se dále objevuje mnoho každodenně používaných anglických slov z běžného prostředí, například *boy* (chlapec), *feeling* (pocit), *round* (kolo), *life* (život) nebo *package* (balíček), jež jsou vkládána do vět náhodně přestože existují jejich vhodné francouzské překlady.

Oproti tomu lze pozorovat i několik specifických slov, jejichž význam a použití se pokusíme blíže upřesnit. Prvním substantivem je *banger* používaný jako maskulinum, u něhož nebyl zaznamenán jediný výskyt. Slovo není vyslovováno dle anglických pravidel, ale je foneticky adaptováno a pozměněno na [bãgɛr]. V samotném anglickém jazyce *banger* funguje jako familiární výraz pro párek, rachotinu, kraksnu, ale také jako označení pro dělobuch, petardu. V analyzovaném kontextu (*c'est un banger absolu*) se však takový význam nejeví jako správný. Při konzultaci slovníku Wiktionary zjistíme, že slangově je *banger* používáno pro označení něčeho skvělého, velmi dobrého. Takový význam již v analyzovaném videu zní lépe. Slovo se však v žádném francouzském slovníku neobjevuje. Pro zajímavost jsme anglicismus vyhledali i ve slovnících českých, nalezen byl například ve slovníku Čeština 2.0 s definicí: „dobrá písnička, často o rapovém songu; používá se i počestěná varianta *bengr*“⁵². Tato definice se zdá jako správná, neboť i v našem případě se zástupce generace Z vyjadřuje k hudební tvorbě. Není však vyloučeno, že se význam nerozšířil a slangově neoznačuje dobrou kvalitu obecně. Dalším specifickým výrazem je *swag*. Substantivum nalezneme pouze ve slovníku Wiktionnaire, kde je uvedeno, že termín označuje styl nebo charisma. Rovněž uvádí, že může být použito jako adjektivum, jehož význam by mohl být přeložen jako *stylový*,

⁵² Čeština 2.0 - slovník, který tvoříte vy od roku 2008, [cit. 10. 3. 2022]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/banger/>.

charismatický. Stejně jako v případě substantiva *banger* se jedná o slangový termín nespisovného jazyka. Této informace se dostává i při konzultaci anglického slovníku Wiktionary.

Další analyzovanou kategorií byly fráze či slovní spojení. Z této skupiny byla nalezena definice pro *fashion week*, *full black*, *hello guys*, *weekly vlog*, *luck man*, *ok boy*. Je však nutné brát v potaz, že obecné slovníky většinou nepracují s takto specifickými spojeními, pokud se nejedná například o ustálenou vazbu. V následující části však bude výskyt anglicismů ověřen také v jazykovém korpusu, jenž by mohl limity slovníků odstranit.

Slovní spojení *control freak* se objevuje pouze ve slovníku Wiktionnaire, jenž upřesňuje, že se jedná o výraz argotu a označuje osobu, jenž má sklony vše vést dle jasných pravidel, uvádí francouzské ekvivalenty *manipulateur*, *tyran*, které se však nejeví jako zcela přesné. Rovněž nesplňují stejný jazykový registr jako původní anglické spojení, neboť navrhované ekvivalenty do argotu nepatří. Anglicismus *crash test* se vyskytuje ve všech konzultovaných slovnících vyjma FranceTerme, dle definic se jedná o sérii testů za účelem simulace nehody automobilů. Všechny slovníky nabízí shodný ekvivalent: *essai de choc*, slovník Le Grand Dictionnaire Terminologique navíc uvádí také *essai de collision*. Jak je možné vidět, anglicismus v tomto případě vítězí v počtu slabik, čímž může mluvíci k jeho používání motivovat. Nejvíce zastoupená fráze *let's go* byla nalezena pouze ve slovníku Wiktionnaire, kde byl uveden francouzský protějšek *allons-y*. Vzhledem k výši zastoupení této fráze v analyzovaném vzorku lze předpokládat, že výskyt v jazykovém korpusu bude vyšší. Podobnými příklady jsou výskyty spojení *number one*, které se objevuje rovněž pouze ve slovníku Wiktionnaire, v tomto případě se objevuje také ekvivalent *numero un*, *premier*. Výraz *yes man*, označující člověka, jenž vždy souhlasí se svým zaměstnavatelem nebo hierarchicky výše postavenou osobou je rovněž definován pouze slovníkem Wiktionnaire, uveden je zde francouzský ekvivalent *béni-oui-oui*.

Kategorie sloves zahrnuje několik sloves z oblasti sociálních sítí. Příkladem je sloveso *cliquer* definované všemi pěti konzultovanými slovníky. FranceTerme a Le Grand Dictionnaire Terminologique uvádějí, že se jedná o doporučený výraz, žádný francouzský ekvivalent uveden není. Anglické sloveso *help* se objevuje v analyzovaném vzorku pouze jednou, jeho francouzský překlad uvádí slovník Wiktionnaire. Ve vzorku mluveného jazyka nalezneme také sloveso *poster*, z něhož derivované sloveso *reposter* již bylo analyzováno v části o slovesech vzorku psaného jazyka. Anglicismus se objevuje ve slovnících Le Petit Robert, Wiktionnaire a Le Grand Dictionnaire Terminologique, *poster* znamená publikovat zprávu, obrázek, video na

sociální síť, blog nebo fórum. Le Petit Robert a Le Grand Dictionnaire Terminologique uvádí také francouzský ekvivalent *publier*.

Zajímavý případem jsou slovesné tvary *relooké, relooking* (v našem vzorku použit jako substantivum, rovněž se tak objevuje ve slovnících) spojené s módou. Jedná se o familiární výraz pocházející z anglického jazyka s významem *dát nový vzhled, styl, upravit vzhled něčeho/někoho*. Sloveso *relooker* je zahrnuto ve slovních Larousse, Le Petit Robert a Wiktionnaire, tvar substantiva pak obsahuje Wiktionnaire a Le Grand Dictionnaire Terminologique. Wiktionnaire dále uvádí, že se jedná o derivaci slovesa *looker* (jenž je samo derivací z anglického *look* za použití přípony typické pro tvorbu sloves *-er*) za pomoci předpony *re-*. Rovněž uvádí další odvozená slova: *relookage, relookeur* a upozorňuje, že používání slovesa je od roku 2016 kritizováno Francouzskou akademií, která navrhuje ekvivalenty *modifier, refaire, donner une apparence nouvelle*. Sám Wiktionnaire nabízí sloveso *restyler*. Slovník Larousse uvádí ekvivalent *modernier*, Le Petit Robert nabízí spíše opisnou verzi *donner une nouvelle apparence, un nouveau look à*. Pro substantivum *relooking* byly nalezeny doporučené ekvivalenty *relookage* (Wiktionnaire) a *restylage* (Le Grand Dictionnaire Terminologique, 2002).

Adjektiva obsažená v analyzovaném vzorku se v konzultovaných slovnících příliš neobjevují. Byla objevena téměř výhradně ve slovníku Wiktionnaire, jenž plní spíše překladovou než výkladovou funkci. Nabízí tak francouzské překlady k adjektivům *perfect, cute, crinch*. Jedním z příkladů, kdy se objevuje zmínka i v ostatních slovnících (Larousse, Le Petit Robert) je adjektivum *clean* označené jako familiární, případně spadající do argotu. Uveden je přenesený význam ve smyslu *morálně čistý* a pro označení někoho, kdo nekonzumuje drogy. Ve stejných slovnících se vyskytuje také adjektivum *hard* s francouzskými protějšky *difficile, pénible, dur, fort*.

Slovník Larousse nabídl francouzský ekvivalent celkem v jedenácti případech, při rešerši ve slovníku Le Petit Robert jsme získali 12 francouzských ekvivalentů, FranceTerme nabídl ekvivalentů pouze 6. Velmi dobrým zdrojem francouzských protějšků pro zkoumané anglicismy byl slovník Le Grand Dictionnaire Terminologique, který navrhoval ekvivalenty celkem ve 23 případech. Stejně jako při analýze předchozího vzorku byly evidovány anglicismy, pro něž jsme našli francouzský ekvivalent pouze v tomto quebeckém slovníku (*youtubeur, skincare, cookies*). Slovník Wiktionnaire i při této rešerši vykazoval nejlepší výsledky, ekvivalent jsme našli celkem ve 39 případech.

4.7.4 Výskyt anglicismů v jazykovém korpusu

Tato podkapitola se zaměří na výsledky získané z francouzského jazykového korpusu *Araneum Francogallicum Maius*⁵³. Všechny anglicismy reprezentativního vzorku mluveného jazyka francouzské generace Z byly vyhledány v korpusu a jejich počty výskytů zaznamenány do tabulky níže. Seznam hledaných výrazů byl zredukován o duplicitní výskyty shodné s výsledky získanými ze sítě Instagram. Počty výskytů výrazů: *boots, fan, fun, go, live a look* je možné konzultovat v tabulce 17.

anglicismus	počet výskytů	anglicismus	počet výskytů
no	45 689	smoothie	1 172
business	32 296	fashion week	1 077
open	19 713	kick	1 068
cool	17 312	strike	873
challenge	17 036	cute	608
big	16 671	packagings	550
team	16 229	brownies	535
poster	15 233	crush	420
cookies	13 000	relooké	369
life	10 049	glow	304
hard	9 825	number one	285
boss	8 336	shoots	282
clique	6 606	bad trip	262
smart	6 084	bullshit	234
pull	5 302	league of legends	197
call	4 724	swag	187
crash	3 600	cash back	154
round	3 194	youtubeuses	98
package	3070	banger	58
yes	2844	yes man	54
baskets	2790	youtubeur	50
dressings	2 747	control freak	28
clean	2564	skincare	24
feeling	2282	full black	11

⁵³ Benko, V.: *Araneum Francogallicum Maius*, verze 15.03. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2015, [cit. 30. 3. 2022]. Dostupný z: [www.http://www.korpus.cz](http://www.korpus.cz).

jogging	2264	let's go	6
make up	1588	lucky man	5
help	1568	hello guys	4
perfect	1543	shoppeur	2
relooking	1425	vlogue	2
hashtag	1303		

Tabulka 17: Počty výskytů v korpusu *Araneum Francogallicum Maius – YouTube*

Slova a výrazy, jež nebyly v korpuse obsaženy: *crinch, flour challenge, ok boy, weekly vlog*.

Slova v tabulce byla seřazena od nejvyššího počtu výskytů po počet nejnižší. Nejvíce zastoupeným slovem je *no* s více než 45 tisíci výskyty. Nelze však říci, že se jedná ve všech případech o částici, tedy anglické *ne*, objevuje se totiž velký počet výskytů, kde *no* představuje zkratku pro *numéro*. Také nalezneme *no* ve formě záporného zájmena. Velký počet výskytů byl také pozorován u substantiva *business* (přibližně 32 000 výskytů), podobné výsledky s počtem kolem 20 000 výskytů jsou pak zaznamenány u slov *open, cool, challenge*.

V porovnání s výsledky získanými při konzultaci francouzských slovníků byla nalezena shoda v případě některých hledaných výrazů. Korpus, stejně jako konzultované slovníky, neobsahuje žádné záznamy pro spojení *flour challenge, ok boy, weekly vlog*. Korpus také neobsahoval žádný výskyt adjektiva *crinch*, to však bylo nalezeno ve slovníku Wiktionnaire. Rozdílné výsledky se však objevily v případě substantiva *banger*, k němuž slovníky nenabízí žádné informace, jazykový korpus *Araneum* však obsahoval 58 výskytů. Při detailnější studii kontextu, v němž se slovo vyskytuje, byly nalezeny pouze dva záznamy, kde se objevuje ve významu spojeným s muzikou (více k významu *banger* v části 5.7.3).

Zajímavý rozdíl je patrný při porovnání v korpusu méně zastoupených výrazů s porovnáním s výsledky získaného vzorku, například *let's go*. Je evidováno pouze 6 výskytů na celý korpus, avšak pouze v našem reprezentativním vzorku se objevuje celkem pětkrát a je tak nejvíce zastoupeným anglicismem z celého vzorku mluveného jazyka. Malý počet výskytů pak je pak evidován pro anglicismy *vlogue, shoppeur, hello guys*. Slovníky neobsahovaly žádné záznamy pro výrazy *full black, lucky man, league of legends*, avšak korpus výskyty těchto anglicismů nabízel.

Je nutné pracovat s těmito výsledky s vědomím, že korpusová data nelze omezit na promluvy a text produkovaný výhradně generací Z, zároveň se jedná o korpus psaný. Řeč

francouzské generace Z se tak může v mnohých tendencích lišit a korpus nemusí vývoj posledních let reflektovat.

4.7.5 Míra adaptace anglicismů

Analyzovaný vzorek získaný ze sítě YouTube obsahoval převážně anglická slova v jejich původním tvaru. Objevuje se pouze na několik morfologických adaptací, při tvoření slovesných tvarů za pomoci francouzské přípony *-er* typické pro tvoření sloves (*poster*). Stejný slovotvorný proces byl pozorován i v případě analýzy předchozího vzorku, který obsahoval sloveso *resposter*. Z této skupiny je možné dále zmínit například sloveso *cliquer* nebo *relooker* vytvořené derivací slovesa *to look*. Další slovesa (*help*, *go*) se však objevovala pouze ve svých původních anglických tvarech.

V případě substantiv je patrná odchylka od anglické normy používání plurálu, při použití výrazu *control freak* předchází neurčitý determinant *des*, avšak plurál u substantiva *freak* zcela chybí. Adaptované substantivum *shoppeur* z anglického *shopper* bylo upraveno pomocí přípony *-eur* typické pro maskulinní substantiva. Francouzský mluvčí se tak vyhne záměně substantiva za sloveso a přípona pak umožní pofrancouzštění slova.

Další adaptace anglických slov se objevuje z hlediska fonologie. Anglická slova jsou mnohdy vyslovována dle francouzských pravidel. Fonémy jsou velmi často nahrazovány jejich nejbližšími protějšky vyskytujícími se ve francouzštině. Například slovo *fan*, je vyslovováno jako /fan/ namísto anglicky korektního /fæn/. Rovněž není respektována anglická výslovnost plurálu, zejména koncového *-s* u substantiv, kde francouzští mluvčí místo \vlagz\ vyslovují \vlog\. Plurál identifikovatelný pouze z výslovnosti se tak zcela ztrácí, pokud neznáme kontext, do něž byl zasazen. Těchto případů lze citovat více: *stars*, *shoots*, *fans*. Poměrně evidentní adaptací je záměna fonému anglické aproximanty [ɹ] za francouzskou uvulární frikativu [ʁ], rovněž běžnou adaptací je přizpůsobení francouzskému přízvuku. Studium výslovnosti v jednotlivých případech se jeví jako zajímavé téma pro další výzkum.

4.7.6 Shrnutí analýzy

Korpus složený z příspěvků vybraných pěti zástupců generace Z na síti YouTube obsahuje celkem 100 anglicismů objevujících se v mluveném projevu. Tento reprezentativní vzorek byl podroben detailnější analýze. Převažujícím slovním druhem byla stejně jako v případě psaného vzorku substantiva s 54% zastoupením, potvrzuje se tedy hypotéza předpokládající většinové zastoupení tohoto druhu. Druhou nejvíce zastoupenou kategorií byly

fráze a slovní spojení tvořící 20 %, následovala adjektiva s 12 % výskytů. Na čtvrtém místě skončila v počtu výskytů slovesa s 8 %, dále pak byly nalezeny částice (4 %) a adverbia (2 %).

Při analýze bylo zjištěno, že většina zkoumaných substantiv se objevovala ve svém původním tvaru bez známek adaptace do francouzského jazyka. Výjimky tvořilo několik morfologicky adaptovaných slov (*youtubeur, shoppeur*, aj.), v několika případech při použití plurálu patrném z kontextu množné číslo chybělo v mluveném jazyce (*vlog* vs *vlogs*). Substantiva respektovala pořadí větných členů dle francouzské normy. Jejich většinovou část bylo možné dohledat v konzultovaných slovnících, rovněž bylo možné nalézt vhodné ekvivalenty, výjimku tvořilo například slovo *banger*, Lze tedy shrnout, že anglicismy nebyly použity z nutnosti, jedná se tedy spíše o *emprunt de luxe*. Z hlediska sémantického byla nejčastěji objevena substantiva z oblasti lexika módy a sociálních sítí.

V případě frází a slovních spojení nebylo dosaženo stejně dobré úspěšnosti při konzultaci francouzských slovníků. Mnohdy se jednalo o náhodné části vět, které se objevovaly v angličtině mezi francouzskými částmi, bylo tedy možné očekávat, že vyhledávání ve slovnících nebude úspěšná. Některé výrazy lze velice snadno přeložit do francouzského jazyka: *let's go, number one, hello guys* aj. V dalších případech však francouzský ekvivalent nebyl nalezen (*weekly vlog, fashion week*). I výskyty v této kategorii je možné zařadit k anglicismům používaným spíše z prestiže.

Adjektiva analyzovaná v této části mohou být bez větších potíží nahrazena francouzskými protějšky, velmi často se objevují krátká anglická adjektiva typu *hard, smart, clean, big*. Nejsou nijak adaptovaná, objevují se ve své původní anglické podobě a ve větě se chovají jako adjektiva francouzská, přičemž nejčastěji byla nalezena ve větách *c'est + adj.*

Analyzovaná slovesa je možné většinově zařadit k lexiku sociálních sítí a internetu. Objevují se ve svých původních tvarech (*help, go*), ale mnohem častěji pak časovaná dle první francouzské slovesné třídy. Ke slovesům *post, vlog, look* je tak přidáván sufix *-er*. Použitá slovesa se objevují pouze v infinitivu, případně v přítomném, v jednom případě bylo nalezeno *passé composé*.

Nejmenší zastoupení měla v analyzovaném vzorku adverbia a částice. Oba druhy se vyskytovaly ve svých původních anglických tvarech bez náznaku adaptace. Všechna slova zároveň disponují ve francouzštině vhodným ekvivalentem.

Výsledky této analýzy naznačují velmi podobný závěr jako vzorek psaného jazyka. Francouzská generace Z volí anglické výrazy spíše z vlastní vůle, ve většině případů totiž

mohou být slova nahrazena francouzskými protějšky. Velmi často se objevuje lexikum spojené s módou a sociálními sítěmi. To je možné vysvětlit odůvodněním, že anglofonní země jsou modelem určujícím trendy, v módě, technologiích nebo životním stylu. Trendy zároveň přinášejí nové lexikum promítající se i do dalších jazyků. Je také důležité zmínit, že generace Z používá code-mixing, náhodně vkládá běžně se vyskytující slova (např. *boy*) do francouzského kontextu.

4.8 Porovnání výsledků z mluveného a psaného vzorku

Výsledky analýzy psaného a mluveného vzorku mají velmi podobný charakter. V první řadě je zastoupení jednotlivých slovních druhů velmi podobné. V obou vzorcích substantiva reprezentují více než polovinu anglicismů. Dále se ve zhruba podobných počtech objevují fráze a slovní spojení, ve vzorku mluveném jsou početnější adjektiva, naopak vzorek ze sítě Instagram nabízí pouze tři výskyty. Na síti YouTube byly také nalezeny částice a adverbia, která ve vzorku psaného jazyka nebyla zastoupena.

Dalším shodným rysem je přítomnost familiárních, případně argotických výrazů, v obou vzorcích se objevují i vulgarismy. Opakují se také stejná lexikální pole, v obou vzorcích má velké zastoupení lexikum spojené s módou a sociálními sítěmi. Je tedy zřejmé, že francouzská generace Z je ovlivněna trendy v oblasti módy a lexika internetu pocházejícími z anglofonních zemí. Používání těchto anglicismů v psaném i mluveném jazyce také naznačuje, že jsou skutečně rozšířeny. Mezi slova objevující se na obou sítích patří například *boots*, *vlog*, *live*, *look*.

Z hlediska informací poskytnutých konzultovanými francouzskými slovníky je možné říci, že množství informací bylo při obou analýzách velmi podobné. Nejvíce výrazů bylo možné dohledat ve slovníku Wiktionnaire, jenž rovněž velmi dobře refletoval definice, přenesený význam aj. Ověření existence francouzských ekvivalentů v případě obou analýz potvrdilo, že používané anglicismy jsou převážně tzv. *emprunts de luxe*, mluvčí tedy není motivován a nucen k jejich použití z důvodu absence výrazu ve francouzském jazyce. Často se objevuje code-mixing, tedy náhodné mísení dvou jazyků.

5 Závěr

Tématem této diplomové práce byly anglicismy používané současnou francouzskou generací Z. Část teoretická se nejprve zaměřovala na jazykové přejímky v obecné rovině. Charakterizovala přejímku na základě lingvistických a slovníkových definic, byly popsány rozdíly v jednotlivých terminologiích ve třech jazycích (češtině, francouzštině a angličtině), přičemž nejméně homogenní nomenklatura byla pozorována při analýze českého názvosloví. Dále se tato část zaměřila rovněž na typologii přejímek, typy jazykových kontaktů, životní cyklus přejímek, a nakonec také na jejich adaptaci do cílového jazyka. Další část již byla zaměřena na anglicismy. Bylo představeno důležité postavení angličtiny ve světě, ale i její významné zastoupení ve francouzském jazyce. Stručně byla nastíněna historie vzájemného vlivu těchto dvou jazyků, následně byla vysvětlena francouzská jazyková politika, percepce anglicismů a vytváření francouzských ekvivalentů pro anglické výrazy. Závěrem teoretické části byla charakterizována generace Z, popsány byly také charakteristické rysy jazyka této generace a jazyka internetu.

Cílem této práce bylo analyzovat vyjadřování vybraných zástupců generace Z na sociálních sítích, a to se zaměřením na použité anglicismy jak v psaném, tak v mluveném projevu. Pro tento výzkum byly stanoveny tři hypotézy: reprezentativní vzorek anglicismů bude většinou obsahovat substantiva, reprezentativní vzorek anglicismů bude většinou obsahovat *emprunts de luxe*, reprezentativní vzorek anglicismů bude většinou spadat do lexikálního pole módy a terminologie spojené se sociálními sítěmi.

V praktické části byla nejprve představena metodologie výzkumu. Bylo vybráno pět zástupců francouzské generace Z působících na sociální síti Instagram a platformě YouTube. Analyzovány byly psané příspěvky na síti Instagram, z níž bylo získáno celkem 100 výskytů anglicismů. Stejný počet anglicismů byl pak získán z videí, tedy z mluveného projevu, těchto zástupců. Analýza těchto dvou vzorků zahrnovala rozdělení anglicismů dle slovních druhů. Tímto byla potvrzena hypotéza první – oba vzorky obsahovaly téměř 60 % substantiv. Všechny anglicismy byly dále vyhledány v obecných slovnících francouzského jazyka se zaměřením na definice, lexikografické značky a ekvivalenty nabízené těmito slovníky. Mezi konzultovanými slovníky byly zaznamenány značné rozdíly v obsahovaných informacích, velmi dobrého výsledku při rešerši anglicismů bylo dosaženo v případě slovníku Wiktionnaire, jenž dobře reflektoval jazykové vývojové tendence posledních let. Získaná slovníková data dále potvrdila, že anglicismy používané generací Z mohou být ve většina případů nahrazeny francouzskými ekvivalenty, potvrdila se tedy i druhá hypotéza

předpokládající převahu tzv. *emprunt de luxe*. Dále bylo zjištěno, že se vybraní zástupci velmi často ubírají k náhodnému mísení angličtiny a francouzštiny, tedy code-mixingu. Při analýze získaného lexika z hlediska sémantického, bylo zjištěno, že nejzastoupenějším lexikálním polem byla móda, následovalo lexikum spojené se sociálními sítěmi. Výsledky mohou být vysvětleny tím, že anglofonní země představují model nejen pro trendy jazykové, ale i další, například svět módy. Anglofonní země jsou navíc původem pro nejpoužívanější sociální sítě, tedy i terminologie těchto platforem je přejímána do zbytku světa. Oba vzorky, psaný i mluvený, vykazovaly stejné výsledky. Reprezentativní vzorky byly také podrobeny analýze z hlediska adaptace do francouzského jazyka, při níž bylo zjištěno, že nejčastěji se objevují slova neadaptovaná, tedy ve své původní anglické podobě. Dalším pozorovaným shodným rysem obou vzorků, jenž potvrzuje aplikovatelnost této teorie i pro širší použití, byl také vyskytující se familiární jazykový registr při používání anglicismů.

Výsledky analýz potvrdily, že anglický jazyk má mezi zástupci francouzské generace Z velmi významné postavení, představuje pro ni model, z něž generace čerpá. Práce analyzovala psaný i mluvený projev sdílený na internetových platformách, avšak jak vyplynulo v teoretické části, jazyk internetu není zcela stejný jako jazyk běžně používaný při osobním setkání. Nabízí se tedy ověření používání nalezených anglicismů také v běžné mluvě této, i jiných generací.

Résumé

Ce mémoire a porté sur les anglicismes utilisés par la génération Z française contemporaine. La partie théorique a tout d'abord présenté les emprunts linguistiques en termes généraux. Elle caractérise l'emprunt sur la base de définitions linguistiques et de dictionnaires, décrivant les différences de terminologie dans trois langues (anglais, français et tchèque). Cette partie a analysé également la typologie des emprunts, les types de contacts linguistiques, le cycle de vie des emprunts et, enfin, leur adaptation à la langue cible. La partie suivante était déjà concentrée aux anglicismes. Nous avons prouvé l'importance de l'anglais dans le monde, mais aussi leur grande représentation en français. L'histoire de l'interaction entre les deux langues a été brièvement présentée, suivie de l'explication de la politique linguistique française, de la perception des anglicismes et de la création d'équivalents français. Le dernier chapitre de la partie théorique a caractérisé la génération Z, les points spécifiques du langage de cette génération et les spécificités de la langue d'Internet.

L'objectif de ce mémoire était d'analyser des anglicismes trouvés dans le langage écrit et parlé de la génération Z française. La recherche a basé sur trois hypothèses : le corpus des anglicismes sera composé en majorité de substantives, le champ lexical le plus présent sera le lexique de la mode et des réseaux sociaux et dernièrement, le corpus des anglicismes analysés comportera principalement les emprunts de luxe.

On a sélectionné cinq représentants français de la génération Z, actifs sur les réseaux sociaux. Leurs publications écrites ont été analysées, à partir desquelles un corpus de 100 anglicismes a été obtenu. Le même nombre d'anglicismes a ensuite été obtenu à partir des vidéos, c'est-à-dire de discours parlé, de ces représentants. L'analyse de ces deux corpus a d'abord divisé les anglicismes d'après les classes de mot, ce qui a confirmé la première hypothèse : la classe prédominante dans le corpus ont été les substantifs. Ensuite, tous les anglicismes ont été recherchés dans les dictionnaires de langue française en mettant l'accent sur les définitions, les marques lexicographiques et les équivalents offerts par ces dictionnaires. Les dictionnaires consultés ont relevé des différences importantes dans la quantité des informations y proposées. Les données des dictionnaires acquises confirment en outre que les anglicismes utilisés par la génération Z peuvent dans la plupart des cas être remplacés par des équivalents français, confirmant ainsi la deuxième hypothèse supposant la prédominance des emprunts de luxe.

Il a été constaté que les représentants choisis utilisent souvent le code-mixing. En analysant les anglicismes acquis en termes sémantiques, on a constaté que le champ lexique

le plus représenté était la mode, suivi du lexique associé aux réseaux sociaux. Les deux corpus, écrit et parlé, ont donné les mêmes résultats. Les anglicismes représentatifs ont également fait l'objet d'une analyse en termes d'adaptation à la langue française. Cette analyse a montré que la plupart des anglicismes apparaît dans leur forme originale anglaise.

Les résultats de ce mémoire ont sans doute montré l'importance des anglicismes dans la langue écrite et parlée de la jeune génération Z française et le rôle de l'anglais qui sert d'une langue modèle.

Seznam použitých zdrojů

ATILF: *Centre national de ressources textuelles et lexicales*, [online], ATILF – CNRS & Université de Lorraine. Dostupné z: <http://atilf.atilf.fr>.

CARTIER, Emmanuel, *Emprunts en français actuel : étude linguistique et statique à partir de la plateforme Néoveille*, ed. *L'emprunt en question(s): conceptions, réceptions, traitements lexicographiques*, Limoges, Lambert-Lucas, 2019.

CARTIER, Emmanuel, SABLAYROLLES, Jean-François, BOUTMGHARINE, Najet, HUMBLEY, John, BERTOCCI, Massimo, JACQUET-PFAU, Christine, KÜBLER, Nathalie, TALLARICO, Giovanni, *Détection automatique, description linguistique et suivi des néologismes en corpus : point d'étape sur les tendances du français contemporain*, [online], Actes du Congrès Mondial de Linguistique Française, Mons (Belgique), 9-13 juillet 2018. Dostupné z: <https://tal.lipn.univ-paris13.fr/neoveille/html/login.php?action=login#>.

CRYSTAL, D., *English As A Global Language*, Cambridge University Press, Cambridge, 2003.

CzechEncy: *Nový encyklopedický slovník češtiny*, [online], Masarykova Univerzita, Brno, 2012-2018. Dostupné z: <https://www.czechency.org>.

DEJOND, Aurélia, MERCIER, Jacque, *La cyberl@ngue française*, Bruxelles: La Renaissance du Livre, 2002.

DESONAY, Fernand, *La vivante histoire du français*, Editions Baude Bruxelles, Bruxelles, 1947.

Dire, ne pas dire, [online], Académie française, Paris. Dostupné z <http://www.academie-francaise.fr/dire-ne-pas-dire/neologismes-anglicismes>.

EBERHARD, David M., Gary F. Simons, and Charles D. Fennig (eds.), 2021. *Ethnologue: Languages of the World. Twenty-fourth edition*, [online]. Dallas, Texas: SIL International. Dostupné z: www.ethnologue.com.

Éditions LE ROBERT, *Le Petit Robert 2021 et ses mots nouveaux*, [online], Paříž. Dostupné z: <https://www.lerobert.com/mots-nouveaux-petit-robert.html>.

Encyclopédie Larousse, Éditions Larousse Société, [online], Paříž. Dostupné z <https://www.larousse.fr/encyclopedie>.

GUIRAUD, Pierre, *Les mots étrangers*, Paris: Presses Universitaires de France, 1965.

- HORVÁTHOVÁ, Petra, Jiří BLÁHA a Andrea ČOPÍKOVÁ, *Řízení lidských zdrojů: nové trendy*, Praha: Management Press, 2016.
- HUMBLEY John, *La classification des faux emprunts : une question de point de vue* , in *Emprunts néologiques et équivalents autochtones en français, en polonais et en tchèque*, Lambert-Lucas, coll. « La Lexicothèque », Paříž, 2016.
- CHAURAND, Jacques, *Introduction à l'histoire du vocabulaire français*, Bordas études, Paříž, 1977.
- CHOVANCOVÁ, Katarína, *Les discussions en direct sur internet (Énonciation et graphie)*, Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2008.
- JACQUET-PFAU, Christine a Jean-François SABLAYROLLES, ed. *La fabrique des mots français: colloque de Cerisy*, Lambert-Lucas, Limoges, 2016.
- KACPRZAK, Alicja, Radka MUDROCHOVÁ a Jean-François SABLAYROLLES, ed. *L'emprunt en question(s): conceptions, réceptions, traitements lexicographiques*, Lambert-Lucas, Limoges, 2019.
- KANSAGRA, Sujay, *Sleep Disorders in Adolescents*, Pediatrics 145 (Supplement_2), Severní Carolina, Duke University Medical Center: 2020.
- KUBÁTOVÁ, Helena, *Sociologie životního způsobu*, Praha: Grada Publishing, 2010.
- KURTZ, Jean-Paul, *Dictionnaire étymologique, lexicologique et historique des anglicismes et des américanismes, Tome premier*, Paris 2013.
- LAZAR, Jan, *Techniques abrégatives du français tchaté*, Studia Romanistica 11, 2011.
- MATRAS, Yaron, *Language Contact*, University of Manchester, Cambridge University Press, 2009.
- MERCIAC, J., WOEHR, D., & BANISTER, C., *Generational Differences in Work Ethic: An Examination of Measurement Equivalence Across Three Cohorts*. Journal Of Business & Psychology, 25(2), 2010.
- MUDROCHOVÁ, Radka, LIPSKÁ, Karolína, *La famille morphologique de hashtag en français et en tchèque*, Univerzita Karlova, Praha, 2020.
- PANCKHURST, Rachel, *Le discours électronique médié : bilan et perspectives.. Lire, Écrire, Communiquer et Apprendre avec Internet*, Solal Éditeurs, 2006.

PODHORNÁ-POLICKÁ, Alena, FIÉVET, Anne-Caroline, *À la recherche de la circulation d'un néologisme identitaire: le cas de bolos*. In: *Standard et périphéries de la langue* / Łask, Leksem, 2009.

POLICKÁ, Alena, *Universaux argotiques des jeunes: analyse linguistique dans les lycées professionnels français et tchèques*, Brno: Masarykova univerzita, 2009.

PRUVOST, Jean a Jean-François SABLAYROLLES, *Les Néologismes. Quatrième édition*, Presses Universitaires de France/Humensis, Paris, 2019.

PRUVOST, Jean, *La langue française : une longue histoire riche d'emprunts*, [online], Université de Cergy-Pontoise. Dostupné z: <https://www.canalacademie.com>.

PULCINI, V., FURIASSI, C. a Rodríguez GONZÁLEZ, *The Lexical Influence of English on European Languages. From Words to Phraseology*, in *The Anglicization of European Lexis*, Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012. Dostupné z: <https://journals.openedition.org/praxematique/6367>.

REY-DEBOVE, Josette, GAGNON, Gilberte, *Dictionnaire des anglicismes: les mots anglais et américains en français*. Paris: Robert, 1988.

SABLAYROLLES, Jean-François, *La néologie en français contemporain: examen du concept et analyse de productions néologiques récentes*, Paris: Honboré Champion, 2000.

SAK, Petr a Karolína KOLESÁROVÁ, *Sociologie stáří a seniorů*, Praha: Grada, 2012.

SAUGERA, Valérie, *La fabrique des anglicismes*, Travaux linguistiques n° 75, De Boeck Supérieur, 2017, dostupné z: <https://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2017-2-page-59.htm>.

STRAUSS, William, Neil HOWE, *Generations: the history of America's future, 1584 to 2069*, New York: Quill, 1991.

TOURNIER, N., J. TOURNIER, *Dictionnaire de lexicologie française*, Paris: Ellipses, 2009.

TUČEK, Milan, *Dynamika české společnosti a osudy lidí na přelomu tisíciletí*, vyd. 1, Praha: Sociologické nakladatelství, 2003.

WALTER, Henriette a Gérard WALTER, *Dictionnaire des mots d'origine étrangère. 2^e édition*, Larousse, Paris, 2014.

WALTER, Henriette, *L'aventure des mots français venus d'ailleurs*. Praha: Éditions Robert Laffont, 1997.

WALTER, Henriette, *Le français dans tous les sens: grandes et petites histoires de notre langue*, Robert Laffont, Paris, 2016.

WALTER, Henriette. *L'Aventure des mots français venus d'ailleurs*. Paris: Robert Laffont, 1997.

Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: *Světové jazyky a počty jejich mluvčích*

Tabulka 2: *Anglicismy z oblasti módy*

Tabulka 3: *Anglicismy z oblasti IT*

Tabulka 4: *Anglicismy z oblasti ekonomie a řízení podniku*

Tabulka 5: *Opakující se substantiva v korpusu Instagram*

Tabulka 6: *Výskyty sloves v korpusu Instagram*

Tabulka 7: *Lexémy s nejvyšším výskytem – Instagram*

Tabulka 8: *Anglicismy z oblasti módy*

Tabulka 9: *Definice a lexikografické značení v obecných slovnících francouzského jazyka – Instagram*

Tabulka 10: *Francouzské ekvivalenty navrhované vybranými slovníky – Instagram*

Tabulka 11: *Počty výskytů v korpusu Araneum Francogallicum Maius – Instagram*

Tabulka 12: *Délka shlédnutých videí dle jednotlivých zástupců*

Tabulka 13: *Opakující se substantiva v korpusu YouTube*

Tabulka 14: *Anglicismy s nejvyšším výskytem – YouTube*

Tabulka 15: *Definice a lexikografické značení v obecných slovnících francouzského jazyka – YouTube*

Tabulka 16: *Francouzské ekvivalenty navrhované vybranými slovníky – YouTube*

Tabulka 17: *Počty výskytů v korpusu Araneum Francogallicum Maius – YouTube*

Graf 1: *Rozdělení výskytů na Instagramu dle slovních druhů*

Graf 2 *Přehled nalezených dat a lexikografických značek – Instagram*

Graf 3: *Rozdělení výskytů na YouTube dle slovních druhů*

Graf 4: *Přehled nalezených dat lexikografických značek – YouTube*

Přílohy

Příloha 1

Korpus anglicismů sítě Instagram

sub: substantivum

adj: adjektivum

verb: verbum

předl: předložka

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/kategorie	zdroj/datum zveřejnění příspěvku
check	xsqueezie	<i>check le dernier drop</i>	verb	bio
drop	xsqueezie	<i>check le dernier drop</i>	sub	bio
clips	xsqueezie	<i>Les clips sont sur YouTube</i>	sub	15. 11. 2021
hits	xsqueezie	<i>La suite des hits de l'été est en ligne</i>	sub	11. 11. 2021
clips	xsqueezie	<i>Sortie des clips Lundi 15 Novembre à 18h</i>	sub	11. 11. 2021
drop	xsqueezie	<i>nouveau drop 'Pachinko' disponible sur</i>	sub	4. 11. 2021
ft	xsqueezie	<i>ft @mehdimouse @legrandjd</i>	verb	29. 10. 2021
thread	xsqueezie	<i>thread horreur dans la vraie vie</i>	sub	29. 10. 2021
swipe	xsqueezie	<i>Swipe pour faire apparaître des animaux</i>	verb	17. 10. 2021
show	xsqueezie	<i>Ça y est, je peux vous partager la bande-annonce du nouveau show @primevideofr auquel j'ai pu participer</i>	sub	16. 10. 2021
drop	xsqueezie	<i>summer drop @yokoshop allez donc checker les nouvelles pièces elles sont excellentes</i>	sub	23. 8. 2021
checker	xsqueezie	<i>allez donc checker les nouvelles pièces elles sont excellentes</i>	verb	23. 8. 2021
ur fav duo	xsqueezie		fráze/slovní spojení	21. 8. 2021
loser	xsqueezie	<i>born à loser w/ @jasper_yaspeu</i>	verb	16. 8. 2021
by	xsqueezie	<i>by @omgchloerose</i>	předl.	15. 11. 2021
streaming	xsqueezie	<i>très heureux de vos retours sur SOS streaming</i>	sub	21. 7. 2021

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj/ datum zveřejnění příspěvku
SOS	xsqueezie	<i>très heureux de vos retours sur SOS streaming</i>	sub	21. 7. 2021
KO	xsqueezie	<i>oui on est tous les 3 KO sur la photo</i>	adj	21. 7. 2021
looks	lena situations	<i>mes looks</i>	sub	výběr
vlogs	lena situations	<i>vlogs d'Aout</i>	sub	výběr
party	lena situations		sub	výběr
dumb & dumber	lena situations	<i>dumb & dumber font du ski</i>	adj	23. 1. 2022
shooting	lena situations	<i>vosre trio favori s'est amusé à faire un shooting</i>	sub	16. 1. 2022
Light / Digital / post prod	lena situations	<i>Light / Digital / post prod</i>	sub	16. 1. 2022
Set design	lena situations	<i>Set design</i>	sub	16. 1. 2022
Hair	lena situations	<i>Hair:</i>	sub	16. 1. 2022
holyfuck	lena situations	<i>holyfuck</i>	fráze/ slovní spojení	9. 1. 2022
award	lena situations	<i>Les anniversaires, mon premier award et tellement d'autres soirées souhaite aussi vous habiller.</i>	sub	7. 1. 2022
tag	lena situations	<i>Tag 1 pote en commentaire</i>	verb	7. 1. 2022
#diorvibe	lena situations	<i>#diorvibe</i>	sub	6. 1. 2022
featuring	lena situations	<i>tenue du jour featuring le trou de mon pantalon sur les fesses</i>	verb	31. 12. 2021
shopping	lena situations	<i>on vous offre une journée shopping avec 1500 € de cartes cadeaux Etam & 1 nuit d'hôtel pour faire une pyjama party à deux dans un hôtel mystère à Paris</i>	sub	28. 12. 2021

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj/ datum zveřejnění příspěvku
pyjama party	lena situations	<i>on vous offre une journée shopping avec 1500 € de cartes cadeaux Etam & 1 nuit d'hôtel pour faire une pyjama party à deux dans un hôtel mystère à Paris</i>	sub	28. 12. 2021
follow	lena situations	<i>Follow le compte</i>	verb	28. 12. 2021
tague	lena situations	<i>tague la personne avec qui tu partageras ton lot</i>	verb	28. 12. 2021
good luck	lena situations	<i>Good luck à tous !</i>	fráze/ slovní spojení	28. 12. 2021
by	lena situations	<i>photos by</i>	předl.	27. 12. 2021
glam team	lena situations	<i>glam team</i>	sub	27. 12. 2021
wearing	lena situations	<i>wearing: @davidkomalondon @balenciaga</i>	sub	27. 12. 2021
from	lena situations	<i>Joyeux Noël from Mère Mahfouf to youuuuuu</i>	předl.	24. 12. 2021
to you	lena situations	<i>Joyeux Noël from Mère Mahfouf to youuuuuu</i>	fráze/ slovní spojení	24. 12. 2021
Yo	swanthevoice_officiel	<i>Yo tout le monde</i>	fráze/ slovní spojení	bio
my big bro	swanthevoice_officiel		fráze/ slovní spojení	bio
Family Time	swanthevoice_officiel	<i>Family Time</i>	fráze/ slovní spojení	12. 12. 2021
fun	swanthevoice_officiel	<i>trop de fun d'être ensemble</i>	sub	12. 12. 2021
top	swanthevoice_officiel	<i>c'était vraiment top</i>	adj	9. 11. 2021
vlog	swanthevoice_officiel	<i>Le vlog est en ligne sur notre chaîne YouTube</i>	sub	9. 11. 2021
liker	swanthevoice_officiel	<i>Liker ce post</i>	verb	7. 11. 2021
post	swanthevoice_officiel	<i>Liker ce post</i>	sub	7. 11. 2021

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/kategorie	zdroj/datum zveřejnění příspěvku
tagger	swanthevoice_officiel	<i>Tagger 3 ami(e)s en commentaires</i>	verb	7. 11. 2021
story	swanthevoice_officiel	<i>Partager ce concours en story</i>	sub	7. 11. 2021
swipe	swanthevoice_officiel	<i>Swipe si tu l'oses</i>	verb	31. 10. 2021
look	swanthevoice_officiel	<i>Mon look d'hier</i>	sub	30. 10. 2021
pranker	swanthevoice_officiel	<i>Je me suis bien fait pranker, qui a vu la vidéo ?</i>	verb	18. 9. 2021
likez	swanthevoice_officiel	<i>Likez cette photo</i>	verb	5. 9. 2021
taggez	swanthevoice_officiel	<i>Taggez 3 ami(e)s en commentaires</i>	verb	5. 9. 2021
respotez	swanthevoice_officiel	<i>Repostez en story</i>	verb	5. 9. 2021
story	swanthevoice_officiel	<i>Repostez en story</i>	sub	5. 9. 2021
fan	swanthevoice_officiel	<i>Swan est toujours aussi fan des figurines</i>	sub	28. 8. 2021
cyborgs	swanthevoice_officiel	<i>les mini créatures et les cyborgs des 4 univers</i>	sub	28. 8. 2021
tagger	swanthevoice_officiel	<i>tagger 2 ami(e)s en commentaires</i>	verb	11. 7. 2021
looks	romy	<i>romy looks</i>	sub	bio
go	romy	<i>go découvrir nos nouvelles pépites!</i>	verb	22. 1. 2022
eshop	romy	<i>lien du eshop</i>	sub	22. 1. 2022
say hello to	romy	<i>Say hello to la Romane de 2014</i>	fráze/slovní spojení	21. 1. 2022
bye, bye	romy	<i>Bye, bye la Romane blondinette</i>	fráze/slovní spojení	21. 1. 2022
look	romy	<i>Un look kawaiï comme je les aim</i>	sub	19. 1. 2022
store	romy	<i>je suis passée au popup store</i>	sub	16. 1. 2022
choppé	romy	<i>voici les pièces que j'ai choppé</i>	verb	16. 1. 2022
fans	romy	<i>Les fans vous êtes où ?</i>	sub	16. 1. 2022
look	romy	<i>Le look que vous avez préféré</i>	sub	16. 1. 2022
shooting	romy	<i>je portais pour le shooting @glace.studio</i>	sub	16. 1. 2022

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/kategorie	zdroj/datum zveřejnění příspěvku
boots	romy	<i>boots (-30%):</i> https://rstyle.me/cz-n/f6ju8pcc8mf	sub	13. 1. 2022
bag	romy	<i>bag:</i> https://rstyle.me/cz-n/f6jutscc8mf	sub	13. 1. 2022
bag	romy	<i>bag</i> https://bit.ly/3HLhqts	sub	10. 1. 2022
top	romy	<i>top @zara (co 2019)</i>	sub	10. 1. 2022
pull crop	romy	<i>pull crop @asos</i>	sub	10. 1. 2022
hoodie	romy	<i>hoodie</i> https://rstyle.me/cz-n/f585tkcc8mf	sub	10. 1. 2022
top	romy	<i>top @forloveandlemons</i>	sub	10. 1. 2022
Top ou flop?	romy	<i>Top ou flop?</i>	fráze/slovní spojení	6. 1. 2022
spoiler alert	romy	<i>spoiler alert: elles sont tout sauf confortables</i>	sub	6. 1. 2022
stars	michou_yt	<i>Finaliste de Danses avec les stars 2021</i>	sub	28. 11. 2021
sneakers	michou_yt	<i>10 000€ DE SNEAKERS À GAGNER</i>	sub	25. 11. 2021
fan	michou_yt	<i>fan de sneakers</i>	sub	25. 11. 2021
post	michou_yt	<i>10 x 500€ à remporter sous ce post</i>	sub	25. 11. 2021
like	michou_yt	<i>Like ce post</i>	verb	25. 11. 2021
follow	michou_yt	<i>Follow @wethenew et @michou_yt</i>	verb	25. 11. 2021
tag	michou_yt	<i>Tag 2 amis</i>	verb	25. 11. 2021
go	michou_yt	<i>Go voir ma vidéo</i>	verb	23. 11. 2021
BlackFriday	michou_yt	<i>profitez des réductions du BlackFriday</i>	sub	23. 11. 2021
giga boss	michou_yt	<i>vous êtes des giga boss</i>	fráze/slovní spojení	12. 11. 2021
live	michou_yt	<i>C'était incroyable ce live, première fois sur scène</i>	sub	30. 9. 2021
liker	michou_yt	<i>Liker la publication</i>	verb	20. 9. 2021
post	michou_yt	<i>Bonus: partager ce post en story</i>	sub	20. 9. 2021
story	michou_yt	<i>Bonus: partager ce post en story</i>	sub	20. 9. 2021
stories	michou_yt	<i>Allez regarder les stories du compte</i>	sub	20. 9. 2021
storys	michou_yt	<i>Merci d'être aussi nombreux à suivre mes storys</i>	sub	6. 9. 2021

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj/ datum zveřejnění příspěvku
giga king	michou_yt	<i>vous êtes les giga king</i>	fráze/ slovní spojení	6. 9. 2021
clip	michou_yt	<i>Trop content d'avoir pu participer au Clip « Dans Ma Folie »</i>	sub	18. 8. 2021
vlog	michou_yt	<i>Premier vlog de notre séjour</i>	sub	7. 8. 2021

Příloha 2

Korpus anglicismů sítě YouTube

sub: substantivum

adj: adjektivum

verb: verbum

předl: předložka

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj
cringe	xsqueezie	<i>parfois c'est cringe</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
let's go	xsqueezie		fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
control freak	xsqueezie	<i>vous êtes trop des control freak</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
clique	xsqueezie	<i>clique dessus</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
ok boy	xsqueezie		sub	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
en live	xsqueezie	<i>on m'a tué en live</i>	adv	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
show	xsqueezie	<i>on a un show la</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
number one	xsqueezie	<i>...restera number one dans tout ce qu'on a vécu</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
un strike	xsqueezie	<i>il fait un strike</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=z_B5WT_vOs0
league of legends	xsqueezie	<i>il n'y a pas de league of legends dans cette époque</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=U0KgC8fLG8Q
un banger	xsqueezie	<i>c'est un banger absolu</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=U0KgC8fLG8Q
hard	xsqueezie	<i>c'est hard</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=U0KgC8fLG8Q
bullshit	xsqueezie	<i>ça c'est du bullshit</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=U0KgC8fLG8Q

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj
bad trip	xsqueezie	<i>c'est ce qu'on appelle un bad trip</i>	fráze/ slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=U0KgC8fLG8Q
youtubeur	xsqueezie	<i>youtubeur blessé dans une flaque de sang</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=3SxLhx DzTcU
démonétiser	xsqueezie	<i>tout va bien si vous adorez les démonétiser</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=3SxLhx DzTcU
cool	xsqueezie	<i>très très cool</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=3SxLhx DzTcU
feeling	xsqueezie	<i>j'ai un vieux feeling basé sur rien</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=3SxLhx DzTcU
challenges	xsqueezie	<i>quand tu regardes les challenges</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=3SxLhx DzTcU
vlogue	xsqueezie	<i>un mec vlogue</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=3SxLhx DzTcU
hello guys	romy	<i>hello guys comment ça va</i>	fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
weekly vlog	romy	<i>j'ai oublié de faire introduction au programme dans ce weekly vlog</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
big	romy	<i>vous allez retrouver un big changement</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
skincare	romy	<i>changer ma routine skincare</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
shooting	romy	<i>dans le coulisses d'un shooting d'une marque</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
fan	romy	<i>je suis une grande fan</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
weekly vlog	romy	<i>je vous retrouve dans ce nouveau weekly vlog</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
packagings	romy	<i>tous les packagings ont été pensés la</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj
clean	romy	<i>c'est une marque qui se veut clean</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
glow	romy	<i>logiquement c'est sensé me faire un petit glow</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
cool	romy	<i>je pense que c'est très cool</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
crash	romy	<i>je suis trop ravi de ce crash test</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
call	romy	<i>je viens de finir les visio calls</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
business	romy	<i>pour parler business</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
help	romy	<i>help je suis paumée</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
shooting	romy	<i>on se retrouve pour le shooting</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
look	romy	<i>très min ce look</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
make up	romy	<i>on se trimballe avec le make up</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
let's go	romy	<i>let's go</i>	fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
cute	romy	<i>c'est trop cute</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=Kg_aSZsmXEA
fans	Swan & Néo	<i>salut fans</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=QcrY7hbV_jM
cool	Swan & Néo	<i>dégustation chinoise qui était très cool</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=QcrY7hbV_jM
go	Swan & Néo	<i>go go go go</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=QcrY7hbV_jM
fan	Swan & Néo	<i>je suis pas trop fan</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=QcrY7hbV_jM
bye bye	Swan & Néo	<i>bisous bye bye</i>	fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=QcrY7hbV_jM

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj
flour challenge	Swan & Néo	<i>vous faites aujourd'hui du flour challenge</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=2uAUNJEXkZ0
yes!	Swan & Néo		částice	https://www.youtube.com/watch?v=2uAUNJEXkZ0
round	Swan & Néo	<i>pour le dernier round on va gagner 10 points</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=2uAUNJEXkZ0
let's go	Swan & Néo		fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=2uAUNJEXkZ0
challenge	Swan & Néo	<i>c'est extrême comme challenge</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=9TXdEWz0eq4
round	Swan & Néo	<i>premier round</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=9TXdEWz0eq4
yes!	Swan & Néo		částice	https://www.youtube.com/watch?v=9TXdEWz0eq4
boss	Swan & Néo	<i>t'es boss</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=9TXdEWz0eq4
smoothie	Swan & Néo	<i>on va tout mélanger dans un smoothie</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=nQ0YUY7jBqc
yes	Swan & Néo	<i>tu dois dire yes ou no</i>	částice	https://www.youtube.com/watch?v=nQ0YUY7jBqc
no	Swan & Néo	<i>tu dois dire yes ou no</i>	částice	https://www.youtube.com/watch?v=nQ0YUY7jBqc
lucky man	Swan & Néo	<i>c'est parti, lucky man du coup</i>	fráze/ slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=nQ0YUY7jBqc
brownies	Swan & Néo	<i>il y des brownies ou cookies</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=nQ0YUY7jBqc
cookies	Swan & Néo	<i>il y des brownies ou cookies</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=nQ0YUY7jBqc
perfect	Swan & Néo	<i>ah perfect tu pourrais pas faire meilleur choix</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=nQ0YUY7jBqc
relooké	Lena Situations	<i>Gaëlle a relooké sur sa chaîne</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj
boots	Lena Situations	<i>toujours confortables avec des boots ou des baskets</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
baskets	Lena Situations	<i>toujours confortables avec des boots ou des baskets</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
look	Lena Situations	<i>transformer en parisienne au look assez inconfortable</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
fashion week	Lena Situations	<i>les scénaristes pensent que c'est la fashion week</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
shopping	Lena Situations	<i>c'est l'heure de faire le shopping</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
smart	Lena Situations	<i>shopping mais de façon smart</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
cash back	Lena Situations	<i>extension de cash back</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
dressings	Lena Situations	<i>il y a quelques vêtements qui viennent dans mon dressing</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
relooking	Lena Situations	<i>mon petit relooking</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
open	Lena Situations	<i>il faut que la population se sent encore plus open</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
yes!	Lena Situations		částice	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
youtubeuses	Lena Situations	<i>soirée des youtubeuses</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
vlogs	Lena Situations	<i>en commençant cette saison des vlogs j'étais un peu angoissée</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=6jfvQXCwoL8
poster	Lena Situations	<i>poster une vidéo par jour</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=dbztQ5w1nE4
life	Lena Situations	<i>refaire ma life en entier</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=dbztQ5w1nE4
swag	Lena Situations	<i>il y avait une pression de ton swag quant tu arrives à l'école</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=dbztQ5w1nE4

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj
look	Lena Situations	<i>passer l'épreuve du look de la rentrée scolaire</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=dbztQ5w1nE4
package	Lena Situations	<i>il y avait une sorte de package a avoir</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=dbztQ5w1nE4
shoots	Lena Situations	<i>stylistes sur les shoots</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=dbztQ5w1nE4
go	michou_yt	<i>la je vais lancer go</i>	verb	https://www.youtube.com/watch?v=LFFa1UHMhI
team	michou_yt	<i>tu nous manques dans la team</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=LFFa1UHMhI
crush	michou_yt	<i>en train de parler à son crush</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=LFFa1UHMhI
fun	michou_yt	<i>c'est pas fun</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=LFFa1UHMhI
show	michou_yt	<i>à la fin du show</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=LFFa1UHMhI
shopping	michou_yt	<i>j'ai envie de faire un peu de shopping</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
shoppeur	michou_yt	<i>tu vas être mon personnel shoppeur</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
relooké	michou_yt	<i>j'ai hâte d'être relooké</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
full black	michou_yt	<i>être en full black</i>	adj	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
pull	michou_yt	<i>le pull ne va pas</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
jogging	michou_yt	<i>j'aime bien jogging</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
live	michou_yt	<i>dans live</i>	adv	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
let's go	michou_yt		fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
kick	michou_yt	<i>un kick son coté</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI
hashtag	michou_yt	<i>hashtag hsm forever</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimIkvI

anglicismus	zástupce	kontext	slovní druh/ kategorie	zdroj
let's go	michou_yt		fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimlkvI
stars	michou_yt	<i>je vais envoyer un message aux stars américaines</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimlkvI
boss	michou_yt	<i>vous êtes des boss</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimlkvI
vlog	michou_yt	<i>c'est un vlog</i>	sub	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimlkvI
yes man	michou_yt	<i>un vlog un peu yes man</i>	fráze/slovní spojení	https://www.youtube.com/watch?v=UxLX XimlkvI