

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je ucelit pohled českých gramatik a dalších prací na jazykovou problematiku skloňování posesivních adjektiv a zjistit, jak se čeští novináři pracující ve vybraných komerčních médiích orientují v této jazykové kategorii. V teoretické části jsme se pokusili shrnout, jaký je obraz o posesivních adjektivech v současné české jazykovědě, v praktické části jsme vyložili, jak jsme přistupovali k tvorbě dotazníku na téma užívání přivlastňovacích adjektiv publicisty metodou dotazníku a výsledky našeho průzkumu. Hlavním zjištěním bylo, že respondenti mají tendenci odpovídat spisovně a upřednostňují posesivní adjektiva před genitivu. Tato práce je přínosem, protože sumarizuje znalosti uvedené v gramatikách na dané téma a ukazuje, jak se čeští publicisté vybraných periodik orientují v problematice přivlastňovacích přídavných jmen.