

Univerzita Karlova v Praze  
Pedagogická fakulta  
Katedra českého jazyka

**ZNAJÍ ŽÁCI ZÁKLADNÍCH A STŘEDNÍCH ŠKOL VÝZNAM NOVĚ  
PŘEJATÝCH ANGLICISMŮ?**

DO PUPILS OF PRIMARY AND SECONDARY SCHOOLS KNOW MEANING OF NEWLY BORROWED  
ANGLICISMS?

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Pavla Chejnová, Ph.D.  
Autorka diplomové práce: Bc. Jana Jindřichová  
Olštýnská 607/1  
Praha 8 – Troja  
181 00  
N Aj – Čj  
prezenční

Rok dokončení diplomové práce: 2014

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury.

Prohlašuji, že odevzdaná elektronická verze DP je identická s její tištěnou podobou.

Praha, 19. června 2014

.....

Jana Jindřichová

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala PhDr. Pavle Chejnové, Ph.D., za odborné vedení a vstřícný přístup při zpracovávání této práce. Dále bych ráda poděkovala zúčastněným školám zapojeným do mého výzkumu.

V Praze dne 19. června 2014

Jana Jindřichová

# Obsah

<b>OBSAH</b> .....	<b>4</b>
<b>ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>8</b>
<b>1. SLOVNÍ ZÁSoba ČEŠTINY</b> .....	<b>9</b>
1.1. VRSTVY VE SLOVNÍ ZÁSobĚ.....	9
<b>2. SLOVNÍ ZÁSoba VYMEZENÁ ČASOVOU PLATNOSTÍ</b> .....	<b>11</b>
2.1. NEOLOGISMY.....	11
<b>3. PŘEJÍMÁNÍ SLOV</b> .....	<b>13</b>
3.1. VRSTVA SLOV CIZÍCH.....	13
3.2. ADAPTACE SLOV PŘEJATÝCH.....	17
3.2.1. <i>Ortograficko-ortoepická adaptace</i> .....	19
3.2.2. <i>Morfologická a slovněparadigmatická adaptace</i> .....	19
<b>4. ANGLICISMY V ČEŠTINĚ</b> .....	<b>20</b>
4.1. KULTURNÍ A JAZYKOVÉ KONTAKTY.....	20
4.2. ANGLIČTINA JAKO PROSTŘEDNÍK JINÝCH JAZYKŮ.....	21
4.3. ANGLICISMY PODLE DOBY PŘEVZETÍ.....	21
4.4. ANGLICKÉ PRVKY V ČESKÝCH TEXTECH.....	22
4.5. VÝPŮJČKY Z ANGLIČTINY.....	22
4.6. VÝSLOVNOSTNÍ / PRAVOPISNÁ ADAPTACE A INOVACE.....	24
4.7. MORFOLOGICKÁ ADAPTACE A INOVACE.....	25
4.8. SLOVOTVORNÁ ADAPTACE A INOVACE.....	26
4.9. VÝZNAMY VÝPŮJČEK.....	27
4.10. NEJNOVĚJŠÍ VLIVY ANGLIČTINY NA ČEŠTINU.....	28
<b>5. DOSAVADNÍ VÝZKUM</b> .....	<b>34</b>
<b>PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>38</b>
<b>6. METODOLOGIE</b> .....	<b>39</b>
6.1. METODOLOGIE VÝZKUMU.....	39
6.2. VÝZKUMNÝ VZOREK.....	39
6.3. POUŽITÉ ZKRATKY.....	42
<b>7. DEFINOVÁNÍ IZOLOVANÝCH ANGLICISMŮ</b> .....	<b>43</b>
7.1. NOVĚ PŘEJATÉ ANGLICISMY ZAZNAMENANÉ VE SLOVNÍCÍCH.....	44
7.2. NEJNOVĚJI PŘEJATÉ ANGLICISMY.....	54
<b>8. DOPLŇOVÁNÍ ANGLICISMŮ DO KONTEXTU</b> .....	<b>61</b>

<b>9.</b>	<b>AKTIVNÍ ZNALOST ANGLICISMŮ – NAHRAZENÍ ČESKÉHO SLOVA PŘEJATÝM .....</b>	<b>81</b>
<b>10.</b>	<b>ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ DLE SLEDOVANÝCH PROMĚNNÝCH.....</b>	<b>92</b>
10.1.	VYHODNOCENÍ DLE POHLAVÍ RESPONDENTŮ .....	92
10.2.	VYHODNOCENÍ DLE VĚKU RESPONDENTŮ .....	94
10.3.	VYHODNOCENÍ DLE NAVŠTĚVOVANÉHO TYPU ŠKOLY .....	95
<b>ZÁVĚR.....</b>		<b>97</b>
<b>POUŽITÉ ZDROJE.....</b>		<b>99</b>
LITERATURA.....		99
ELEKTRONICKÉ ZDROJE:.....		101
<b>RESUMÉ.....</b>		<b>103</b>
<b>KLÍČOVÁ SLOVA .....</b>		<b>105</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>		<b>106</b>

## Úvod

Český jazyk není statickým útwarem, nýbrž se stále vyvíjí. Nejvíce změn můžeme pozorovat v rovině lexikální, která tak reflektuje sociální a technický vývoj společnosti. Pokud v daném jazyce neexistuje pro novou skutečnost vhodné pojmenování, dochází mj. k výpůjčce z cizího jazyka. Do češtiny proniklo mnoho slov z klasických jazyků, jakými jsou latina a řečtina, z jazyků slovanských a vzhledem ke geografické poloze také z němčiny, ale i italštiny a francouzštiny. Jazyk, který ovlivňuje v současné době naši mateřštinu nejvíce je jazyk anglický. S tímto trendem se setkáváme i v jiných jazycích a často bývá angličtina nazývána „*linguaou francou*“ moderní doby. Mnohá anglická slova se v češtině již plně adaptovala, jiná se objevila teprve v nedávné době. Anglicismy již dávno nejsou pouze součástí terminologie, ale setkáváme se s nimi v rámci každodenní reality v médiích, v reklamě, při práci s moderními technologiemi, v gastronomii, v názvech pracovních pozic či obchodních společností. Fenomén nově přijímaných anglicismů nás zaujal již při zpracovávání bakalářské práce věnované časopisům pro dívky. Rozhodli jsme se tedy v práci magisterské propojit oba aprobační předměty a zaměřit se na porozumění nově přejímaným anglicismům. Za nově přejaté anglicismy budeme považovat ty, které byly uvedeny v některém ze slovníků neologismů, či v Databázi Neomat<sup>1</sup>, případně se často vyskytují v médiích i běžné komunikaci a nejsou žádným slovníkem ještě zachyceny. Za cílovou skupinu jsme zvolili tu, kterou bychom měli jako budoucí učitelé nejvíce ovlivňovat a vést ke správnému použití jazyka, tedy žáky základní školy a studenty gymnázia.

Práce je rozdělena do dvou hlavních kapitol. V první části, teoretické, se budeme zabývat slovní zásobou češtiny a jejími vrstvami. Zaměříme se na slova vymezená časovou platností, především na neologismy. Dále se budeme zabývat přejímáním slov v rámci jednoho jazyka i z jazyků cizích. Uvedeme, z jakých jazyků přijímá čeština nová slova a jak probíhá jejich adaptace. Největší část věnujeme přejímání slov z anglického jazyka, tedy anglicismům. Pokusíme se nastínit problematiku anglicismů v češtině z historického hlediska až po nejnovější vlivy na češtinu. Podrobněji rozebereme způsob adaptace anglicismů v češtině.

Ve druhé části, praktické, nejprve představíme použitou metodologii. Jako hlavní výzkumnou metodu jsme zvolili dotazníkové šetření provedené mezi žáky 6. a 9. ročníků

---

<sup>1</sup> Databáze Neomat je elektronický neologický archiv ÚJČ AV ČR, v.v.i, pokrývající zpracovaný materiál od roku 1991. Dostupný z [www.neologismy.cz](http://www.neologismy.cz).

pražské základní školy a mezi studenty primy a kvarty opavského gymnázia. Celkem se do výzkumu zapojilo 140 respondentů. V dotazníku se zaměříme na pasivní i aktivní znalost anglicismů. Pasivní znalost budeme zkoumat pomocí dvou úloh. V první z nich bude úkolem respondentů zvolit z nabídky čtyř možností správnou definici izolovaného výrazu. Ve druhé úloze budou respondenti vybírat vhodný anglicismus doplňující kontext. Aktivní znalost anglicismů budeme zjišťovat pomocí úlohy zaměřené na schopnost nahradit český výrazu ve větě vhodným anglicismem.

V další podkapitole představíme zpracované výsledky dotazníkového šetření. Rozhodli jsme se získané výsledky porovnat z hlediska pohlaví, věku a typu navštěvované školy. Pro větší výpovědní hodnotu budeme porovnávat procentuální úspěšnost jednotlivých skupin při řešení jednotlivých úloh. Předpokládáme vyšší úspěšnost žáků starších než mladších a také vyšší úspěšnost studentů gymnázia oproti žákům základní školy. Dále se domníváme, že úspěšnost správných odpovědí dle pohlaví respondentů bude taktéž ovlivněna oblastí použití daného výrazu. Předpokládáme, že chlapcům by mohli být bližší výrazy z oblasti moderních technologií, zatímco dívkám spíše výrazy týkající se vztahů, gastronomie či módy.

## **Teoretická část**



## 1. Slovní zásoba češtiny

Podle Zdeňky Hladké (2003, s. 92–93) tvoří slovní zásobu (lexikon) určitého jazyka souhrn všech jeho lexikálních jednotek, tj. jednovýznamových i vícevýznamových (polysémiích) slov a ustálených slovních spojení. Jejich počet není v žádném jazyce přesně zjistitelný a neustále se mění. Přibližnou představu o slovní zásobě podávají slovníky. Např. náš nejrozsáhlejší výkladový slovník (Příruční slovník jazyka českého, 1935–1957) obsahuje zhruba 250 000 heslových slov, ani on však nezachycuje lexikální bohatství češtiny v úplnosti. Slovní zásoba jednotlivce je pochopitelně podstatně menší. Odhaduje se, že aktivní individuální slovník (tj. slovní zásoba, kterou jedinec aktivně užívá ve svých mluvených a písemných projevech) tvoří zhruba 5 000–10 000 slov (samozřejmě v závislosti na mentálních schopnostech, vzdělání, sociálním zařazení apod.; množství slov může být i menší nebo větší), pasivní slovník (tj. slovní zásoba, které jedinec rozumí, ale aktivně ji neužívá) u středoškolsky vzdělaného člověk představuje přibližně 40 000 slov (tomu zhruba odpovídá rozsah Slovníku spisovné češtiny pro školu a veřejnost).

Centrem slovní zásoby každého jazyka je určité jádro. Obsahuje slova, která pojmenovávají nejdůležitější skutečnosti běžného života, a jsou proto nepostradatelná pro komunikaci (např. *syn, voda, slunce, hlava, pes, dům, sůl*). Jádrová slova patří většinou k vývojově nejstarším a zároveň nejstabilnějším jednotkám v celém slovníku. Z hlediska synchronního jsou většinou nemotivovaná, ale sama se stávají základem pro vytváření slov odvozených. Bývají to pojmenování neutrální, bez citové a jiné příznakovosti. Jejich počet není v jazyce velký, mají však vysokou frekvenci výskytu. Protipól slovníkového jádra představují málo frekventované lexikální jednotky stojící z nějakého důvodu na periferii lexikálního systému (např. slova zastarávající: *batalion, kaprál* apod.).

### 1.1. Vrstvy ve slovní zásobě

Slovní zásoba netvoří jednolitý celek. Dle Hausera (1980, s. 18–19) tvoří naprostou většinu slovní zásoby spisovného jazyka slova s funkcí pojmenovavací bez zvláštních vedlejších příznaků. Možno jich použít v různých oblastech vyjadřování, jsou to slova neutrální.

Menší počet slov má vedle své pojmenovací funkce další příznaky slohové nebo citové, jiná se pocitují jako zvláštní pro svůj původ, příslušnost k jiným útvarům národního jazyka, nebo z hlediska dobového.

Tak se ve slovní zásobě vytvářejí vrstvy charakterizované:

1. příslušností k jiným útvarům národního jazyka (slova nářeční, obecná, slangová, argotická)
2. původem (slova cizí a přejatá)
3. časovou platností (archaismy a neologismy)
4. frekvencí užití (slova řídká a ojedinělá)
5. slohovými příznaky (slova knižní, hovorová, poetismy, termíny)
6. citovostí (slova s kladnými a zápornými citovými příznaky)

V naší práci jsme se zaměřili na část slovní zásoby, která v Hauserově dělení spadá do vrstev uvedených pod body dva a tři.

## 2. Slovní zásoba vymezená časovou platností

Hladká (2003, s. 94–95) z aspektu časového ve slovní zásobě vyděluje dvě příznakové vrstvy stojící na periférii lexikálního systému: slova zastarávající a slova nová. Mezi slovy zastaralými rozlišuje tzv. **archaismy** (pojmenování ustupující jinému pojmenování novějšímu, které se stalo běžnějším, např. *drahný (čas) X dlouhý*, regiment *X pluk*, *anžto X protože*) a **historismy** (pojmenování zaniklých historických skutečností, např. *halapartna*, *cech*, *tolar*, *dráb*, *verbíř*; *vuml*, *kádrovák*). Archaismů se užívá především jako stylistických synonym, historismů se užívá především v odborné i beletristické historické literatuře.

Neologismy definuje Hladká (2003, s. 95) jako slova relativně nová, která dosud pevně nezakotvila v povědomí všech mluvčích nebo jsou alespoň ještě jako nová pocíťována. Postupně tento příznak novosti ztrácejí, začínají se vyskytovat ve větší frekvenci a stávají se platnou součástí lexikálního systému (např. *chlebánek*, *sjetina*, *zviditelnit*, *zohlednit*). Tento proces může být různě rychlý, některé neologismy však v jazyce nezakotví vůbec a zaniknou (srov. např. zánik četných obrozenských neologismů: *zpěvořečnost* – ‚básnictví‘, *člověkosloví* – ‚antropologie‘, *páchnidlo* – ‚voňavka‘; též např. poválečné (slangové) *sonyboj* – ‚policista‘ aj.). V současné době velký počet neologismů představují slova přejatá z jiných jazyků, především z angličtiny.

### 2.1. Neologismy

V naší práci jsme se zaměřili na znalost anglicismů do češtiny přejatých nově. Lexikální jednotka, která se ve vztahu k existujícím jednotkám slovní zásoby současného jazyka vyznačuje novostí, a to jak z hlediska vzniku, tak z hlediska funkčního (funkčně systémového, komunikačního, stylistického) se dle Encyklopedického slovníku češtiny nazývá **neologismus**. (2002, s. 284–285) Neologismy vznikají z potřeby pojmenovat nové věci, jevy i z potřeby nahradit dosavadní výrazy prostředkem přesnějším nebo výraznějším. Vznikají též jako výsledek záměrného hledání (citově, intelektuálně) působivého vyjádření. Bývají i výsledkem spontánního tvoření. Neologismy vznikají ve všech komunikačních sférách a útvarech národního jazyka. V tvoření neologismů se mohou projevovat jak obecnější vývojové tendence, tak i ty lexikálněsémantické nebo slovtvorné procesy, které nejsou v dané době ještě patrné. Neologismy se nejenže účastní procesů strukturace a restrukturační slovní zásoby, ale také výsledky těchto procesů za

příhodných podmínek stabilizují. Neologizace slovní zásoby patří k obecným procesům v jazyce.

Při určování konkrétních jednotek jako neologismů se uplatňuje obvykle kritérium časové, tj. doba vzniku, dále kritérium jazykové variety (útvary), v níž neologismy vznikají a v níž se uplatňují (spisovný jazyk, běžná mluva, slang atp.), kritérium strukturní, které se zakládá na vztahu formy a obsahu, kritérium lexikalizace (zapojení nové jednotky do lexika) a uzualizace (zobecnění v úzu). V některých koncepcích neologismů se klade značný důraz na kritérium psychologické (pocit'ování novosti ze strany uživatelů).

V rámci neologismů se zpravidla rozlišuje mezi vlastními, **lexikálními neologismy** a mezi pojmenováními tvořenými a užitými příležitostně, tj. **okazionalismy**.

Existující klasifikace neologismů odrážejí nejen různé stránky nových výrazů, ale také různé možné přístupy k neologickým jevům. Podle Encyklopedického slovníku češtiny (2002, s. 285) se nejčastěji uplatňuje třídění neologismů z hlediska strukturního a funkčního:

Mezi neologismy z hlediska strukturního se řadí:

- a) slovotvorné neologismy (*bazénář, hladovkář, stánkař; videozáznam, videokavárna; ekozboží, ekoznačka*)
- b) přejatá slova (*gambler, snowboard*)
- c) slova s novým významem, tzv. neosémantismy (*divize – „oddělení, skupina, úsek určité organizace, podniku“, hvězdný – „vynikající, špičkový“*)
- d) víceslovná (sdružená) pojmenování (*sametová revoluce, divoká karta, mobilní telefon, daň z přidané hodnoty*)
- e) frazémy (*být stejné krevní skupiny, být mimo mísu*)

Z hlediska funkčního se za neologismy mj. považují ty jednotky, jejichž užití – původně vázané na pracovní, zájmové, sociální prostředí atp. – se mění a spolu s tím se přehodnocuje jejich původní (odborná, profesní, slangová atp.) příznakovost.

Platnost neologismu mají i jednotky, které se kdysi přestaly užívat, ale po určité době se jejich užívání obnovuje (*radní – „člen obecní rady“*).

### 3. Přejímání slov

Slovní zásoba se mění také přejímáním slov, a to i mezi vrstvami jednoho **národního jazyka**, ale především z jazyků **cizích**. Přejímky v rámci jednoho jazyka dělí Hladká (2003, s. 100) na přejímání z lexikálních vrstev specifikovaných:

- a) místně (např. rozšíření dialektismu *dědina*)
- b) dobově (např. obohacování češtiny o prvky staročeské v době národního obrození: *touha, látka, ješitný*)
- c) funkčně (např. novodobé rozšíření odborného termínu *ekologie* do běžného slovníku)

Přejímání slov cizojazyčného původu je podmíněno politickými, ekonomickými a kulturními kontakty mezi jazykovými společenstvími. Přejatá slova přicházejí s novými skutečnostmi (*telefon, raketoplán, computer*), případně označují předměty a jevy typické jen pro určitý prostor nebo čas (*bóra, vádí, tomahavk, reconquista*), mohou však mít také funkci stylistického synonyma (*rozsudek – ortel* kniž.; *jaro – vesna* bás.; *obchod – kšeft* ob. expr.), eufemistického synonyma (*tlustá – korpulentní*), eventuálně mohou být pouze módní záležitostí (srov. v současné době nadměrné užívání významově posunutého slova *filozofie*, např. z denního tisku: *filozofie benzinových pump*). Nejčastěji se cizí slova objevují v oblasti terminologické, pro niž jsou výhodná mezinárodní srozumitelností, nezátížeností druhotnými významy a často též větší schopností vytvářet odvozeniny (srov. např. derivační možnosti přejatého termínu *adjektivum* a domácího opisného pojmenování *přídavné jméno*).

#### 3.1. Vrstva slov cizích

Největší část slovní zásoby tvoří slova domácího původu. Kromě nich jsou tu však zastoupena i slova cizího původu. Podle Hausera (1980, s. 51) není tato vrstva jednotná a vnitřně se rozčleňuje podle:

- a) přizpůsobení slovům domácím
- b) stáří přijetí
- c) jazyků, z kterých bylo slovo přejato
- d) funkce

Zdeňka Hladká (2003, s. 100 – 102) vyděluje přejatá slova pouze do dvou skupin, a to:

**a) Typy přejatých slov podle způsobu a míry přizpůsobení**

Pro češtinu je charakteristická tendence začleňovat přejímaná slova co nejúplněji do domácího jazykového systému, a to jak po stránce hláskoslovné, tak morfologické.

Podle míry přizpůsobení lze rozlišovat:

1. lexikální jednotky citátové (slova a především slovní spojení zachovávající si původní pravopis, většinou též výslovnost a nepřejímající české koncovky, např. *science fiction, fair play, status quo*; patří sem i přejatá tzv. okřídlená slova, tzn. citáty různých rčení i skutečných výroků: *omnia mea mecum porto, cherchez la femme* apod.);
2. lexikální jednotky částečně přizpůsobené (slova dosud pocit'ovaná jako cizí, po stránce formální – zejména pravopisné – často kolísající, např. *computer* i *komputer, marketing* i *marketink, briefing* i *brífink*);
3. lexikální jednotky zcela zdomácnělé (přizpůsobené českému jazykovému prostředí natolik, že se vytratilo povědomí o jejich cizím původu, např. *košile, anděl, vzduch*).

Zvláštním případem přejímání z cizích jazyků je tzv. **kalkování**, tj. přesné napodobení cizího vzoru s využitím domácích jazykových prostředků. Kalky mohou být a) **slovotvorné** (vznikají překladem slovotvorných částí, např. *sub/scribere – pode/psat, mytho/logia – báje/sloví, selbst/verständlich – samo/zřejmý*); b) **frazeologické** (vznikají překladem frazému (*im Bilde sein – být v obraze*); c) **sémantické** (vznikají připojením dalšího významu podle cizího vzoru, např. slovo *zámek* – ‚zařízení na zamykání‘, získalo druhý význam ‚palác‘ pod vlivem německého *Schloß*, které znamená obojí).

Spojují-li se v slově prvky domácího a cizího jazyka, vznikají **slova hybridní**. Často jde o vytváření nového domácího slova s použitím abstrahované složky cizí, např. *motosoučástka, fotosoutěž, maxisukně*. Hybridní slova mívají někdy slangový charakter (*slibotechna*), mohou však být i odbornými termíny (*supravodivý*).

## b) Přejatá slova podle původu

Do češtiny byla jako do většiny tzv. kulturních jazyků přejímána zejména řada slov **latinských** a **řeckých** (z řečtiny např. *demokracie, parabola, patos, typ*; z latiny *doktor, kříž, herbář, speciální, termín* apod.).

Z územně blízkých jazyků přejímala čeština díky historickým kontaktům nejvíce slov z **němčiny**, případně němčina zprostředkovala přejetí z jazyků jiných (např. *brýle, knedlík, šunka, taška*; mnoho výrazů bylo přejato v oblasti řemeslnického názvosloví a řemeslnických slangů, např. *fortel, hoblík, klempíř, ponk, šichta*; v nespisovném jazyce zakotvila také řada přejatých sloves: *lajsnout, majznout, fantazírovat, linýrovat* apod.).

Čeština má rovněž řadu výpůjček ze **slovanských jazyků**, a to zejména v důsledku jejich programového přejímání v období národního obrození (nejvíce z **polštiny**: *báje, otvor, půvab, věda*; z **ruštiny**: *chrabý, příroda, šije, vzduch*; ze **slovenštiny**: *zástava, zbojník*; ze **srbocharvátštiny**: *junák, snacha* atd.). Z **ruštiny** přejala čeština řadu slov také ve 20. století (např. *bezpříjní, kulak, polárník, sovět*).

Do češtiny se přejetím dostala slova i z řady dalších evropských a často i neevropských jazyků (např. z **italštiny** hudební terminologie: *duet, forte, soprán, virtuos*; z **angličtiny** terminologie sportovní, dnes též počítačová, dále slova z civilizační vrstvy apod.: *fotbal, sport, tenis, trénink; computer/ komputer, byte/ bajt, drive/drajv, hardware, software*; z **francouzštiny** slova týkající se módy: *baret, blůza, fazóna, manžeta*; z **exotických jazyků**, např. z **arabštiny** slova *alkohol, káva, trafiká*; z **turečtiny** *jogurt, klobouk, tasemnice*; z **hindštiny** *džungle, jóga*; z **čínštiny** např. přes ruštinu *čaj*, přes angličtinu *kečup*; z **indiánských jazyků** *potlach, squaw, vigvam* apod.).

Zvláštní skupinu přejatých slov tvoří slova **mezinárodní (internacionalismy)**, užívaná ve většině evropských a v části neevropských jazyků. Jsou to především nadnárodní lexikální jednotky řeckého nebo latinského původu, často uměle vytvořené z řeckých či latinských slovních základů (např. *automobil, magnetofon, televize*). Patří k nim velká část mezinárodní odborné terminologie (např. názvy vědních disciplín: *biologie, filozofie, geografie*). Charakteru internacionalismů nabývají dnes i slova přejímaná z jednotlivých národních jazyků, např. italská hudební terminologie, anglická sportovní a počítačová terminologie (viz výše) apod. K internacionalismům lze řadit i slova vázaná na určité místní nebo časové prostředí (např. *vigvam, ostrakismus*), dále některá tzv. okřídlená slova a některá apelativizovaná propria.

K tématu internacionalizmů Čermák (2010, s. 221) dodává: „*Většina dnešních přejímek má obecně především povahu internacionalismů a obě kategorie se tedy překrývají. Jen v malé míře k nim náležejí i lexémy jasně konkrétního národního původu (resp. jazyka), které se silně rozšířily do mnoha jiných jazyků (srov. dolar, kafe, kimono, krokodýl, ombudsman, ražniči, rupie, sauna, savana, tundra, whisky a jazyky stojící za nimi).*“

Přejímky stále nové se uskutečňují plynule a záleží při nich jak na momentální dobové potřebě nové nominace, tak na nabídce zdrojového jazyka. Není sporu, že jím je v posledních letech nová lingua franca angličtina. „*Rozbor nové vrstvy slovní zásoby češtiny potvrzuje dnes všeobecně známou skutečnost, že na obohacování lexika češtiny se významně podílejí přejímky a že mezi nimi mají v současnosti zcela výsadní postavení anglicizmy. Ukazuje se, že počet přejímek pocházející z jiných jazyků než z angličtiny je v poměru k anglicizmům velmi nízký a že i mnohé z těchto původem neanglických výrazů, majících většinou ráz internacionalizmů, se do češtiny dostaly právě prostřednictvím angličtiny.*“ (Mravinacová 2005, s. 187) Přestože se i dnes objevují novodobí puristé, je dle Františka Čermáka (2010, s. 221) pošetilé proti přejímkám z ní protestovat: „*Narozdíl od lidí, kteří by rádi jazyk plánovali a regulovali (preskriptivisté), což je počínání jak absurdní tak směšné (jazyk je svým vývojem podobný živému organismu, který si monopolně nemůže přivlastnit a ovládat jedna skupinka lidí), a jazyk si v této oblasti snadno poradí sám: co je skutečně zapotřebí, si ponechá, a co není, odvrhne a v zásadě k tomu nepotřebuje ani ředitele ani rádce, ať už amatérské, politické či pseudolingvistické. Je známo, že ty přejímky, které se ujaly, v zásadě jazyk vždy obohacují, nikdy v něm nic nezdujují (jak se může někdy dočasně zdát) a nejsou tedy, jak si naivní lidé myslí, zbytečné.*“ Ne všichni lingvisté však toto nadšení sdílejí. Někteří se k masivnímu přejímání slov z angličtiny vyjadřují opatrněji. Příkladem je bohemista Robert Adam, který se dle vlastních slov „*rovněž cítí být přítelem angličtiny, anglosaské kultury a anglosaských společenských zvyklostí*“. V článku *Anglicizace češtiny a českého komunikačního prostoru* (2012) mimo jiné uvádí, že „*Není pochyb o tom, že v současnosti je vliv angličtiny na češtinu mnohonásobně větší než vliv kteréhokoli jiného jazyka, ba než vliv všech ostatních jazyků dohromady. Pravděpodobnost, že se bude v budoucnosti oslabovat, je mizivá; je proto mylné označovat současné anglicizační tendence v češtině za projev jazykové módy – móda je totiž z podstaty dočasná. Podle F. Daneše je vliv angličtiny dokonce nejvýraznějším rysem pohybu v současné češtině. Projevuje se na všech jazykových*



*rovinách i v pravopise.*“ Adam dále zmiňuje, že většina důležitějších politických stran odmítá jazykový zákon a v závěru své stati vyslovuje hypotézu, že řada rodilých Čechů, včetně tvůrců veřejných sdělení, přisuzuje angličtině vyšší prestiž než národnímu jazyku a že „*Čeština se pro mnoho z nás, v mnoha komunikačních či funkčních oblastech a v mnoha žánrech komunikátů stává neprestižním, ba nepreferovaným komunikačním kódem.*“ (ibid)

### **3.2. Adaptace slov přejatých**

Podle Hausera (1980, s. 51–53) se cizí lexikální prvky rozvrstvějí na ose, jejímiž krajními póly jsou slova zcela přizpůsobená a slova zcela nepřizpůsobená. První z nich, slova přizpůsobená formou, hláskovou stavbou a mluvnicky, nazývá slovy zdomácněnými. Proces přizpůsobení u nich zašel tak daleko, že si uživatelé cizost jejich původu vůbec neuvědomují (*škola, kalendář, cihla, banka, plech, barva*).

Do středu mezi obě krajnosti Hauser (ibid) řadí slova, která sice patří k běžným prostředkům lexikálním, avšak která si podržují určitý rys cizosti. Cizí původ se prozrazuje jejich formální stránkou, a to ve zvukové a grafické podobě. V hláskové stavbě se objevují hlásky, které se v neutrálních českých slovech nevyskytují: *g – guma, generál, sága, gymnázium; f – fyzika, fráze, asphalt, nafta*. Odlišné jsou i kombinace hlásek: *automobil, pneumatika, koalice, biologie*. V podobě psané jsou signálem cizosti: písmeno *x: praxe, box, existence, taxa, xylofon*; psaní *i/y* pro česká slova: *kritika, rival, diktát, politika*; psaní *ú* uprostřed slova a na konci: *ragú, skútr, kúra*, psaní *ó: chór, balón, sólo, nivó*.

Po stránce mluvnické se objevují odchylky při skloňování: *datum – data, téma – tématu*; nesklonnost: *relé, kupé, plató, byró, kari*.

U mnoha slov této skupiny však z jejich formy cizost patrna není. Prozrazuje ji jen zkoumání původu slova: *motor, republika, panel, kanál, parta, leporelo, ropa*. Rozhoduje to, že je u nich cizost stále pocíťována, na rozdíl od skupiny první, kde si ji uživatelé již neuvědomují.

Slova zdomácnělá a slova přizpůsobená mohou příslušet i k jádru slovní zásoby, (*škola, kabát, košile, peníze; milión, beton, republika, elektrina*).

Na druhém krajním pólu jsou slova, která Hauser (ibid) označuje jako slova nepřizpůsobená, tedy taková, která se stále pocíťují a chovají jako cizí. Tvoří je

pojmenování cizích reálií a slova citátová. Cizí reálie si udržují svůj výlučný ráz pro těsné sepětí s nezvyklou skutečností. Užívá se jich ve vztahu k cizímu prostředí. Jedná se např. o pojmenování cizí měny (*rubl, dolar, libra*), oděvu a jeho částí (*kimono, sari, sombrero*), jídel a nápojů (*saké, maté, curacao, whisky*) či titulů a postavení (*sir, lord, markýz, samuraj*).

Jestliže se cizí věci rozšíří v domácím prostředí nebo vejdou v širší známost, pozbývají jejich názvy příznaku cizosti, resp. výlučné cizosti (srov. např. *kánoe, kajak, kakao, makaróny, špagety, džem, džez, koňak*).

Z těchto důvodů je zřejmé, že hranice mezi slovy zčásti přizpůsobenými a nepřizpůsobenými je plynulá. Proces přizpůsobování cizích slov domácím je živý a stále se prosazuje. Po mluvnické stránce zůstávají nepřizpůsobenými pouze slova nesklonná: *žervé, šodó, lady*. Většina cizích slov i nově přejatých se přizpůsobuje slovům domácím a vřazuje se do skloňovací soustavy. Některá si podržují zvláštnosti, např. *téma – tématu*, avšak časem je ztrácejí: *cirkus – cirkusu*.

Mravinacová (2005, s. 189) chápe přejímání cizojazyčných lexémů jako *proces integrace převzatého prvku do slovní zásoby přebírajícího jazykového útvaru, přičemž aktivní úlohu sehrává přebírající útvar*. Poukazuje však na fakt, že ne všechny elementy cizího jazyka, které účastníci komunikace v češtině použijí, jsou do české slovní zásoby integrovány. Mnohé z nich zůstanou na úrovni příležitostných „výpůjček“, což bývá v textu signalizováno např. uvozovkami, kurzívou apod. (*fast-walking, fat-free, hot pants, youth-hostel, official time* atd.)

Na rozdíl od nich cizí lexémy, které do češtiny přejímané jsou, vykazují určitý stupeň integrace. Prvním signálem je jejich opakovaný výskyt při komunikaci.

Příznakem nízkého stupně integrace bývá to, že přejaté lexémy nejsou součástí morfologických a slovtvorných paradigmat a svou slovnědruhovou povahu a gramatické významy jako pád, číslo a rod vyjadřují pouze prostřednictvím syntagmatu. Nízký stupeň integrace se dále projevuje na způsobu začlenění cizích prvků do syntagmatických vztahů. Syntaktická struktura se přizpůsobuje tak, aby se přejímané lexémy objevovaly ve jmenných pozicích, které jsou vhodné pro objasnění jejich sémantiky – slovesné významy bývají prezentovány prostřednictvím verbálních substantiv (např. význam slovesa *carvovat* se prezentuje prostřednictvím substantiva *carving*).

### 3.2.1. Ortograficko-ortoepická adaptace

Podle Mravinacové (2005, s. 190) ortograficko-ortoepická adaptace zahrnuje dva procesy, adaptaci pravopisnou a adaptaci výslovnostní, které neprobíhají izolovaně, ale vzájemně se ovlivňují, přičemž postupně dochází k přiblížení pravopisné a výslovnostní podoby přejatých lexémů na základě fonologického pravopisného principu uplatňovaného v češtině. Mravinacová považuje dovršení tohoto procesu za známku pokročilejší integrace přejímek.

Hauser (1980) charakterizuje pravopisné přizpůsobení slov cizího původu jako komplikovanější. Za pravopisné přizpůsobení nepovažuje podřízení českým pravidlům v případech jako např. psaní *z* ve slovech: *kolize*, *amfaze*, *aposiopéze* a psaní *t* místo původního *th*: *parenteze*, *patos*. Výrazné pravopisné přizpůsobení nachází Hauser při fonetickém psaní slov anglického a francouzského původu: *ofsajd*, *buly*, *hokej* (místo *of side*, *bully*, *hockey*); *angažmá*, *parfém*, *žervé* (místo *engagement*, *parfum*, *gervais*). V tomto případě považuje psanou podobu za známku přizpůsobení. Dále též podotýká, že se kodifikace zpožďuje za rozšířením slova a jeho průnikem do slovní zásoby, neboť se v Pravidlech pravopisu kodifikuje psaná podoba.

### 3.2.2. Morfologická a slovněparadigmatická adaptace

Podle Mravinacové (2005, s. 210) pozorujeme výraznou tendenci k adaptaci v rovině morfologické, neboť mezi přejímkami převládají substantiva, která se skloňují nebo směřují ke skloňování, mezi adjektivy cizího původu převažují odvozená nad nesklonnými a u sloves, která jsou po tvaroslovné stránce vždy přizpůsobená, lze zaznamenat sklon vytvářet vidové korelace. Výraznou tendenci k přizpůsobení shledává i v rovině slovtvorné (slovtvorné formanty se podílejí na morfologické adaptaci některých přejímek a přejatá slova se stávají východiskem systémových slovtvorných procesů).

Adaptaci anglicismů se věnujeme blíže v následující kapitole.

## 4. Anglicismy v češtině

V souladu s Novým akademickým slovníkem cizích slov (2005) chápeme anglicismus jako „jazykový prvek přejatý z angličtiny do jiného jazyka nebo podle angličtiny v něm vytvořený“. V naší diplomové práci se zaměříme na anglicismy přejaté do češtiny.

### 4.1. Kulturní a jazykové kontakty

Anglicismy v češtině jsou výsledkem jazykového kontaktu češtiny s angličtinou, resp. americkou variantou angličtiny. Kontakty českých zemí s anglofonními zeměmi sahají až do středověku. Nekula (2005) se odvolává na historika Josefa Polišenského a uvádí příklady těchto kontaktů od roku 1201 (Robert Angličan – notář Přemysla Otakara I.) až do současnosti.

Po vzniku Československa v roce 1918, které se politicky opíralo o Francii a Velkou Británii, se posílily i kulturní a hospodářské vazby k těmto zemím. Významným způsobem se o rozvíjení česko-britských kulturních vztahů zasloužil i Vilém Mathesius, první profesor anglistiky na české univerzitě a zakladatel Pražského lingvistického kroužku. Jazykově se prohloubení vzájemných kulturních vztahů odrazilo především ve slovní zásobě v oblasti sportu, filmu i ve vědě a technice.

Totalitní režimy let 1939–1945 a 1948–1989 násilně potlačovaly kulturní i jazykový kontakt s anglosaským světem. Výrazné uvolnění přinesla 60. léta 20. století, zásadní zlom však nastal až po r. 1989. Angličtina se v českém prostředí stává jazykem vědy, publicistiky, managementu i módním jazykem spojeným s hudbou, sportem, filmem a novými technologiemi, z nichž se odvíjí moderní životní styl zvláště mladší generace.

Postavení angličtiny po r. 1989 kontinuálně sílí i ve školství, a to zvláště od veřejné debaty vedené v r. 2000 a 2001 o roli angličtiny ve vzdělávacím systému. Po roce 1989 byl po negativních zkušenostech s všeobecně povinnou ruštinou zaveden princip svobodné volby cizích jazyků. Podle Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání, obecně závazného od školního roku 2005/2006, se první cizí jazyk na ZŠ vyučuje od 3. třídy, druhý cizí jazyk od 7. třídy, přičemž jedním z nich by měla být angličtina. Tím je angličtina de facto ustanovena jako hlavní cizí jazyk. „Počet žáků

českých základních a středních škol učících se angličtině rok od roku stoupá a je více než dvojnásobný ve srovnání s počtem žáků učících se všem ostatním cizím jazykům dohromady. Vyrůstají generace Čechů, kteří budou umět alespoň částečně anglicky všichni.“ (Nekvapil, 2010, s. 23 cit. podle Adam, 2012)

Podle Nekuly (2005) se antiamerikanismus a antiglobalismus dnes projevuje jen v odporu k mezinárodním institucím a produktům amerických globálně operujících koncernů, nikoli v odporu k angličtině a anglickým pojmenováním.

## **4.2. Angličtina jako prostředník jiných jazyků**

Nekula (2005) zmiňuje, že Warmbrunn (*Englisch lexikalische Entlehnungen im Wortschatz der tschechischen Gegenwartssprache*, 1994) ve své práci zaznamenal pro češtinu 3240 lexikálních výpůjček z angličtiny (bez výpůjček sémantických), zatímco etymologický slovník Holuba a Leyera z roku 1967 zaznamenal jen 448 anglicismů. Tato zjištění jsou srovnatelná s údaji o rozšíření anglicismů v jiných středoevropských jazycích jako např. v němčině. Proces obohacování angličtinou není zdaleka uzavřen.

Zprostředkování anglicismů přes jiný jazyk, doložitelné zvl. v 19. stol., ale i později, je spíše zřídka, což svědčí o tom, že kontakty byly až na výjimky přímé. Rozšíření anglicismů, včetně názvů výrobků na bázi angličtiny (*walkman*, *computer*, *alwaysky*, *pampersky* aj.), je výsledkem šířící se globalizace. Anglická terminologie proniká i do označení domácích produktů a firem (*Škoda pick-up*, *Sazka on-line*).

## **4.3. Anglicismy podle doby převzetí**

Čeština se přirozeně anglicismy neobohacuje až ve 20. stol. Nekula (2005) zmiňuje výraz „bil“ (z anglického *bill* = návrh zákonů), kterého užíval už Karel Havlíček Borovský. Už v 19. stol. se objevují anglicismy jako „manšestr“ aj. Přesto se většina anglicismů dostala do češtiny až ve 20. stol. Anglicismy tak mají s ohledem na dobu převzetí rozdílný charakter. Podoba výpůjček z angličtiny z počátku 20. stol. jako např. *foťbal* (football), *volejbal* (volleyball) aj. naznačuje, že znalost anglické výslovnosti nebyla obecně rozšířena, resp. že výpůjčka se řídila „českým čtením“ psané podoby slova ve výchozím jazyce, která následně dostala českou psanou podobu.

Zvláště starší, výrazně adaptované výpůjčky z angličtiny jako např. *svetr*, *šála* aj. tak již nejsou mluvčími běžně pocíťovány jako cizí slova. Novější výpůjčky nicméně vcelku více respektují angl. výslovnost nejen při výslovnosti, ale i při zápisu (*trénink* z *training*, *mítink*, *mečbol*).

Minimální rozdíl mezi zvukovou a psanou podobou výrazu preferovala ‚Pravidla českého pravopisu‘ z r. 1957, dnes se naopak při psaní v češtině často užívá původního anglického pravopisu při relativním zachování původní výslovnosti: *briefing*, *lobbying* aj.

Zvláště v 70. letech 20. století se objevuje ideologicky motivovaný purismus vedoucí ke vzniku domácích pojmenování pro již rozšířené anglicismy. (*hot dog* – párek v rohlíku, *handbal* – česká házená). Pronikají-li v této době anglicismy do češtiny, pak bezpečnou cestou přes ruštinu (*kombajn* – combine, *chuligán* – hooligan, *dispečer*,...).

#### **4.4. Anglické prvky v českých textech**

Výskyt anglických prvků v českých textech je motivován různě. Jde o odkazy k okolnímu světu prostřednictvím osobních a místních jmen, citace, užití výstižného pojmenování, které v češtině chybí, sociální identifikaci, ohled na nerodilého mluvčího češtiny apod. Nejde ovšem o jev vázaný výhradně na dnešní dobu. Nekula připomíná např. „Válku s mloky“ Karla Čapka.

Ke spontánním ad hoc výpůjčkám dochází při střídání kódů. Střídání kódů a bilingvní situace ovšem není nutným předpokladem výpůjček. Anglická citátová slova a obraty i ostatní výpůjčky užívají i mluvčí bez znalostí angličtiny.

Hlavním důvodem pronikání anglicismů do češtiny je pojmenovávací potřeba – ať už jde o pojmenování nové skutečnosti, prestiž módních výrazů, identifikaci s určitou skupinou nebo stylizaci do určitého způsobu života apod.

#### **4.5. Výpůjčky z angličtiny**

Anglická slova a morfémy se při převzetí začleňují do české věty, resp. českého textu a přizpůsobují se systému cílového jazyka na rovině zvukové, grafické, tvaroslovné i slovtvorné, syntaktické i významové. Charakter pronikání anglicismů do češtiny a způsob jejich adaptace lze s ohledem na znalosti systému angličtiny a češtiny a

jejich subsystémů do jisté míry předvídat. Srovnáním obou systémů se – na typologickém pozadí – zabývá česko-anglická kontrastivní lingvistika, která má v českých zemích dlouhou tradici (Mathesisus, Vachek, Trnka, Dušková aj.) Na podobu adaptace anglicismů v češtině má vedle systému obou jazyků vliv i frekvence anglicismů v českých textech, konkurence s českými výrazovými prostředky apod.

Dle míry adaptace na český systém i integrace do něho se výpůjčky pohybují na ose mezi citátovým slovem a slovem plně adaptovaným. (Nekula 2005, str. 268)

K **citátovým slovům** se počítají jednak sousloví, která intelektualizují promluvu (*fair play, happy end*), jednak konverzační obraty jako *no comment, sorry, O.K.* a jiné módní výrazy a obraty typu *free, cool, guru*, resp. výrazy, pro něž v češtině neexistuje neutrální synonymní ekvivalent: *teenager, happening, rock'n'roll*. Citátová slova se zpravidla vyznačují tím, že se graficky neadaptují, a tím, že si ponechávají původní přízvuk, a to i tam, kde není – jako v češtině – na první slabice. Při výslovnosti citátových slov se ovšem adaptace někdy dotýká např. aspirace u *p, t, k*, bilabiálního *w* nebo otevřeného *æ*. Třebaže se uvádí, že tzv. citátová slova netvoří odvozeniny a jsou nesklonná, některé z výrazů mohou mít pádové koncovky, např. *film skončil happy endem*.

Původní pravopis se u novějších anglických výpůjček v češtině zachovává zvláště u slov, jejichž výslovnost se výrazně liší od jejich psaného obrazu jako *outsider, interview, puzzle* apod., zatímco starší výpůjčky jako *svetr* (sweater), *víkend* (weekend), *byznys* (business), *ofsajd* (offside), *džus* (juice) jsou již výslovnostně, pravopisně i morfologicky plně adaptovány.

Míru cizosti výpůjčky může indikovat i kolísání rodu, např. u substantiv *show* (n./f.), *fair play* (n./f.), *image* (m./f.) apod., či odvozování prostřednictvím cizích, neobvyklých či modifikovaných afixů (Nekula uvádí ke srovnání příklad *drama, dramatik, dramatisovat*), zatímco adaptovaná slova zpravidla využívají afixů českých, srov. *stopovat/stopnout, mailovat/mailnout, céděčko, fotbálek* aj.

Vedle různě a různou měrou adaptovaných výpůjček jako *make-up/mejkap, scanner/skener, comics/komiks* aj. existují i překladové, sémantické výpůjčky jako *počítač* (komputer), *myš* (mouse), *horká linka* (hot line), *horské kolo* (mountain bike) aj.

#### 4.6. Výslovnostní / pravopisná adaptace a inovace

Při výslovnostní adaptaci výpůjček z angličtiny do češtiny dochází vzhledem k rozdílnosti fonologického systému – zčásti i u tzv. citátových slov – k mnoha změnám. Nekula (2005, s. 268–269) je formuluje takto:

1. ztrácí se vedlejší přízvuk a mění se postavení přízvuku hlavního: *recyklace* z angl. *recycling*
2. dochází k asimilaci znělosti u znělých souhlásek na konci slova či morfému *job* [džop],
3. nedochází k redukování koncových slabik: *Regan, Wilson, transfer, tandem*
4. plně se realizuje souhláska *r*: *párty, park, parkovat, Carter, skateboard*
5. ztrácí se aspirace hlásek *p, t, k* v počáteční pozici: *párty, park; tenis, tým; koks, kompjuter* aj.
6. ztrácejí se, resp. jinak realizují specifické fonémy, zvl.:
  - a. *-th /θ/* na počátku slova jako *t* i *s*, srov. *Thacherová* [tečerová], *thriller* [triler], na konci lexikálního morfému jako *s*, srov. *Smith* [smis]; podobně i hláska [ð] jako [d] např. v *madrbórd* (motherboard).
  - b. bilabiální */w/* jako labiodentální */v/*, srov. *Wilson, whisky, víkend* (weekend), sendvič (sandwich)
  - c. *a* v zavřené slabice, v angličtině realizované jako */æ/*, se v češtině vyslovuje jako [e] nebo [a]; *džentlmen* (gentleman), *handbal, tramp/tremp*
7. v češtině okrajové fonémy a varianty */dž/, /ou/, /ó/* a velární */ŋ/* se ve výpůjčkách z angličtiny pomíjejí ve prospěch fonémů z centra českého fonologického systému: *dis(k)žokej* (jockey), *jacket*, ale *jazz, jeep, džem; gól* (goal), *rolovat* (roll), *kompost, rostbíf* (roastbeef); *handbal*

Anglické */ŋ/* v *-ing* se v češtině adaptuje v [-ŋk], popř. nověji [ŋ]: *controlling, body building, modeling/ modelling, screening*. Preference formy – *incích* (lok. pl. substantiv) reflektuje skutečnost, že přinejmenším frekventovaný nom. a ak. sg. substantiv se vyslovuje [-iŋk]. Naproti tomu u adjektiv a adverbíí odvozených od výrazů s *-ing* se v pravopisu i výslovnosti preferuje podoba s [-g-]: *marketingový, dopingový*.



Specifický je zvláštní způsob **reprodukce podoby jazykového výrazu v písmu**.

V případě anglicismů se do češtiny přejímá:

1. angl. pravopisná forma s angl. výslovností (*laser, feature, business, hobby, hippie,...*),
2. angl. pravopisná forma s částečně adaptovanou výslovností (*handicap, jazz, jam, scanner, image, cartridge...*),
3. český zápis angl. výslovnosti (*displej, sejf, sejnout, kempovat, skener, byznys, hoby, džez, džem, imidž [imič], kartridž,...*)
4. český zápis české (chybné) výslovnosti angl. pravopisné formy (*volejbal, žokej, grepfrujt...*)

Přechod mezi 1. a 2. skupinou a 3. a 4. skupinou je neostrý, u 3. a 4. skupiny může navíc jedno slovo patřit do obou skupin.

#### **4.7. Morfologická adaptace a inovace**

Morfologická adaptace se podle Nekuly (2005, s. 270–272) týká především substantiv, zatímco v případě adaptace adjektiv a sloves se uplatňují slovotvorné sufixy, které umožňují pravidelnou českou deklinaci a konjugaci.

Anglická **substantiva** přijímají v češtině **rod** podle přirozeného rodu, včetně rozlišení na životné a neživotné u maskulin, a/nebo podle příslušného zakončení v základním tvaru: angl. *businessman* jako čes. *byznysmen* (m. živ.), čes. *airbag* (m. neživ.) aj. Důsledkem stanovení rodu podle (výslovnostního) zakončení v základním tvaru bývá kolísání rodu jako v *image/imidž* (m.,f. popř., neskl. n.). Jistou roli zde hraje i analogie podle významově blízkých či nadřazených výrazů: *story* f./n. podle ‚povídka‘/‚povídání‘.

Také **způsob skloňování** podle příslušného deklinačního vzoru se řídí **podle zakončení**: *dealer, outsider, hitmaker* jako ‚pán‘, *diskžokej, dýmej, gay* jako ‚muž‘, *bar, baseball, laptop* jako ‚hrad‘, *hokej, sprej, displej* jako ‚stroj‘ apod. Zakončením se rozumí zakončení podle výslovnosti, *Shakespeare* se skloňuje podle vzoru ‚pán‘. To se projevuje i v nepřímých pádech: gen. *Shakespeara*, gen. *Wilda* (od Wilde). Důsledkem může být – právě s ohledem na nepřímé tvary – prosazení pravopisu podle výslovnosti: *game, -u* >*gem, -u* apod.

**Nesklonná slova** jako *blues* aj. či slova se zakončením na *-i/-y* (v češtině nezvyklým), popř. *-e* jsou většinou rodu středního: *kiwi, chilli, skóre, nescafé*. Nesklonné jsou i výrazy mužského a ženského rodu jako *profi m., miss f.*, kde je rod dán přirozeným rodem, nebo citátově užití výrazy typu *action (v tom filmu byla jenom jedna super action podle akce)*.

Na způsob skloňování má vliv i **významová analogie**, např. *gamesa* z pl. angl. *game(s)* podle ‚hra‘.

Pod vlivem angličtiny se vedle (slovotvorně) adaptovaných **adjektiv** typu *férový/fairový (>fair)* stále více šíří nesklonné neadaptované výpůjčky typu *byla tam super nálada, byla jsem na live koncertu, to je ale cool oblečení, koupil jsem si novou hi-fi věž* aj.

Podobně jako u výpůjček sloves z jiných jazyků se uplatňuje při výpůjčkách z angličtiny nejvýrazněji sufix *-ova-* např. *mailovat/majlovat/mejlovat*, takže časování je pravidelné v analogii k ostatním slovesům na *-ova-*. Takto přejatá slovesa bývají nedokonavá (popř. vidově neutrální), dokonavé protějšky se tvoří prefixy: *na-/od-/zamailovat*, případně sufixy: nedok. *klikat* x dok. *kliknout*.

#### **4.8. Slovtvorná adaptace a inovace**

V poslední době expanduje užívání prefixoidů, např. *fit-* (*-centrum, -kuchařka*), *multi-* (*-kino, -uživatelský*), *video -* (*-klip, -rekordér*). Šíří se také užívání sufixu *-ing*, např. ve firemních názvech jako *Stavening* aj.

Uplatnění domácích slovtvorných afixů u přejímaných cizích základů je velmi rozšířené. **Slovesa** a z velké části i **adjektiva** se z angličtiny nepřejímají bez připojení českého sufixu, využití slovtvorných prefixů u sloves (*odmailovat, nabootovat, vytřejdovat*) je omezeno jen sémantikou slovtvorného základu.

Také substantiva bohatě využívají prostředků svého slovtvorného inventáře. To platí pro nomina actoris i instrumentus (*snowbo(a)rd-ista, pank-áč*), přechýlená jména (*manažer-ka, model-ka*), deminutiva (*test-ík, buldoč-ek*), abstrakta (*sponzor-ství, sponzorován-í*) aj. Bohatě se slovtvorných možností češtiny využívá ve slangu, a to zvl. při univerbizaci: *grínpisák, sekáč* (second hand).

U přejatých morfémů je zřetelně silnější tendence k složeninám, které jsou buď přejímány jako celek (*callboy, peep show, airbag*), popř. jde o zdánlivé výpůjčky (*gólman* místo *goalkeeper, happy end* místo *happy ending, smoking* místo *smoking jacket*).

Případně se jedná o složeniny, u nichž se (nově) přejímá jen jeden element složeniny (*diskohudba, krimithriller, nealko nápoj, fitcentrum*).

V současné době se v reklamě a ve slangu mladé generace šíří morfémy *mega-*, *super-* nebo *ultra-* i ve spojení s českými základy: *ultralehký, superhvězdný, megalevný, megakonzert...* Ty se mohou osamostatnit a fungovat mj. jako adjektiva. Vzhledem ke své nesklonnosti se někdy v českém pravopisu reflektují oběma způsoby: *super ceny/ superceny...*

Roste také počet kvantitativních prefixoidů typu *makro-*, *mikro-*, *mini-*, *super-*, *hyper-*, *ultra-*, které se významně rozšířily díky angličtině, a prefixoidů jako *agro-*, *bio-*, *dia-* aj. Některé prefixoidy se osamostatňují: *auto, disko, elektro, info, krimi, makro, mikro, moto, porno, stereo, retro, video*.

Charakteristické je přejímání iniciálových **zkratek**, někdy včetně anglické výslovnosti (*O.K., DJ, PC, TV, BBC, IBM, FBI, SMS*, ale *USA, VHS, CD, DVD, HIV, CT*), z nichž v mluveném jazyce vznikají derivací a skládáním slangová slova (*PR akce, CD menu, písíčko/pécéčko, ajiemka, céderomka, cédečko, elpíčko, esemeska, dévédéčko...*). Zkratky typu *AIDS* [ejts, ajts], *BIOS, VIP, NATO, AutoCAD, PIN, UFO* nebo části zkratek jako *MS-DOS, CD-ROM* aj. se vyslovují v celku a přijímají koncovky podle zakončení podobně jako některá zkratková slova vzniklá zkracováním sousloví a slov, resp. jejich splynutím: *jeans* z *blue jeans*, *pool* ze *swimming pool*, *fitklub* z *fitness-club*, *bit* z *binary* a *digit*, *motel* z *motor* a *hotel*. Zkratková slova se adaptují také slovtvorně, jako neskl. *profi* v *profil*, jiná zůstávají neskloňná: *deo, disko, strip*.

Oblíbené jsou **složeniny se zkratkami**: *AIDS-pacient, C vitamin, HIV virus, RH-faktor/RH faktor, PR manažer, CD komplet, hi-fi nahrávka, HIV-pozitivní...*

#### 4.9. Významy výpůjček

Pro výpůjčky z angličtiny je dle Nekuly (2005, s.273) příznačné, že jen zřídka jde o převzetí výrazu jako formálního i významového komplexu se všemi významy: *internet, homebanking, walkman*. Spíše dochází k převzetí jen jednoho nebo jen některých významů: *mail* (elektronická pošta), (*hudební, filmová*) *star*, *body* (typ oblečení, typ cvičení), (*hudební, nákupní*) *hit, top* (typ oblečení), *coca-cola light* (lehká, méně slazená). Při přejímání může docházet k rozšíření, zúžení nebo pozměnění významu. Např. *drink* se v češtině zužuje na ‚nápoj s obsahem alkoholu‘. *Slipy* zase označují mužské spodní prádlo,

zatímco angl. *slip* označuje dámské spodní prádlo. *Marmeláda* rozšiřuje význam původního *marmelade* (pomerančová zavařenina). České *keksy* z angl. *cakes* ‚koláče‘ znamenají ‚(slané) sušenky‘. *Flirt* v angličtině znamená nejen flirtovat, ale i osobu, s níž se flirtuje, zatímco v češtině jde o označení aktu flirtování apod.

Výpůjčky z angličtiny jsou nezřídka synonymy českých výrazů, někdy vzniklých překladem: *computer* – počítač, *klient* – zákazník, *power* – síla, *bodyguard* – osobní strážce, *homepage* – domovská stránka aj. Důvody pro vytvoření takovýchto synonym jsou např. terminologické (*gól* – branka, *bek* – obránce), nebo módní povahy (*mountain bike* – horské kolo, *story* – povídka).

#### 4.10. Nejnovější vlivy angličtiny na češtinu

V případě dříve adaptovaných anglických slov lze vzhledem k prohlubujícím se znalostem angličtiny pozorovat výslovnostní, popř. i pravopisnou **reanglizaci** výpůjček. Dle Nekuly (2005, s. 273) zvláště mladší vzdělané vrstvy se nejen přiklání k „angličtější“ variantě výslovnosti u *puzzle* [pazl] místo hovorového [pucle], *surfovat* [serfovat] namísto hovorového [surfovat], *keyboard* [ki:bort] i [ˈki:bo:d] i [kejbort], *grapefruit* jako [ˈgreɪpfru:t] i [ˈgrefrujt], ale také citátové výslovnosti citátových slov typu *happy birthday* [ˈhæpiˈbɜ:θdeɪ] místo [ˈhepiˈbe:rsdej]. Adam (2005) poukazuje na situaci v českých médiích: „Mladší televizní a rozhlasoví novináři, kteří už umějí dobře anglicky a neovládají žádný jiný jazyk, čtou anglicky všechna cizí jména, jejichž výslovnost neznají z poslechu médií.[...]Ve zkratkách názvů anglosaských, globálních nebo nadnárodních organizací, institucí, firem apod. česká média vyslovují anglické názvy písmen (ou i sí dý), a to někdy i navzdory vžitému úzu (en ejč el – severoamerická Národní hokejová liga).“

Adam (2005) uvádí další vlivy angličtiny na český pravopis:

- a) V českých textech, i tištěných a profesionálně korigovaných, se šíří zvyk **oddělovat interpunkční čárkou příslovečné určení na začátku věty**, zvláště je-li rozvité. Je to v rozporu s českými interpunkčními pravidly, ale v souladu s anglickými.
- b) V nadpisech a zejména víceslovných názvech (zeměpisných i v názvech forem, institucí, uměleckých děl apod.) se šíří zvyk **psát každé slovo s velkým počátečním písmenem**, jako je to obvyklé v psané angličtině.

- c) Zatímco v českém pravopise je **spojovník** signálem souřadnosti (*Plívová-Šimková, ping-pong, česko-lotyšský*), v anglickém signalizuje spřahování. přejaté spřežky se v českých textech zhusta píší nesystémově, např. *in-line, on-line*.
- d) Navzdory po desetiletí vžitým, z hlediska českého pravopisného systému ústrojným a dobře fungujícím transkripčním pravidlům se v tisku, v odborné a jiné literatuře, v reklamách a pozvánkách na kulturní a sportovní akce, v televizních titulcích aj. běžně **píší v anglické transkripci vlastní jména z jazyků neužívající latinky**, tedy zejména Rusů, Ukrajinců, Číňanů, Arabů, japonských měst, himálajských velehor amnj. Čeští reprezentanti (v hokeji, ve fotbale...) nosí na zádech svá příjmení napsaná bez diakritiky (*Kovac, Zidlicky*), tedy deformovaně.
- e) O grafiku se opírá i jedno z gest, která rovněž v současnosti přejímáme do českého parajazyka, totiž **gesto vyjadřující, že si mluvčí plně nestojí za užitím nějakého výrazu** nebo jej užívá ve významu nikoli přímém: ""'. Gesto označuje uvozovky, jichž se v téže funkci užívá v písemné komunikaci – ovšem uvozovky anglické. Česky by to mělo vypadat takto: „“.

V oblasti morfolgie se podle Nekuly (2005) projevuje vliv angličtiny v ponechávání **koncovek plurálu** u přejímaných substantiv (*CDs, bójs; pokud se naši DJs prosazují v Evropě*), která tak nabývají citátový charakter. Autor též odkazuje na Kučeru (1995), který upozorňuje i na masivní rozšíření **nesklonných adjektiv** (*instant kakao /kaše /polévka* vedle sklonného *instantní, non-profit organizace / akce, top modelka / manažer / příležitost, hot jazz, light mléčné výrobky / cigarety / pivo, live pořad / nahrávka*) a **užívání substantiv v adjektivní pozici** jako nesklonných adjektiv (*fax papír, bonsai klub, disko večer, gay festival, money market účet, kolekce jeans oděvů...*). Zmíněná spojení lze ovšem chápat i jako složeniny (*disko večer* i *diskovečer, demo verze* i *demoverze*), popř. jako antepoňovaný nominativ jmenovací (*bonsai klub* místo *klub bonsai*).

Zřetelné je i posílení užití nezvratných **posesivních zájmen** navzdory shodě subjektu věty a subjektu přivlastňování (*dal jsem mu moje číslo, dala mu její číslo...*), které se ovšem v češtině objevovalo i dříve, rozšíření akuzativních vazeb jako *diskutovat něco* místo *diskutovat o něčem*, antepozice rozvitých adjektiv deverbativních aj. Zmíněné tendence jsou ovšem složitější. V případě posesivních zájmen svou roli sehrál vliv němčiny a jistý význam mají i pragmatické faktory.

Nejvýraznější je ovšem vliv angličtiny v oblasti **slovní zásoby a frazeologie**. Slovní zásoba totiž nejrychleji reaguje na poměry mimojazykové, sociální reality, v níž angličtina hraje v českých zemích ve 20. století, zvláště po roce 1989, tak významnou roli. Nejde jen o technické inovace spojované s anglosaským světem, ale i proměnu životního stylu v nejrůznějších oblastech sociální reality. Už v roce 1997 poukazuje Bozděchová na to, že anglická slova se objevují ve všech současných komunikačních sférách, přičemž *nejvíce, nejčastěji, nejsnáze a nejrychleji se přejímají (a zároveň nejvíce tolerují) v odborném, příp. poloprofesionálním a slangovém vyjadřování* (s. 227). I proto jsou anglicismy rozšířeny nejen ve specifických profesních doménách (*být v červených/černých číslech*), ale jsou rozšířeny obecně: *imidž, být in/ out, dramatické sucho, on-line/ online, to není můj šálek čaje (one`s cup of tea), je to o tom (sth. is about sth.), (ne)mám s tím problém* aj. Příznačná je v této souvislosti zvláště exploze konverzačních obrátů typu *hi, bye, sorry, no comment, thanks, please*, v korespondenci *See you soon, Love*. Adam (2005) dále zmiňuje velký výskyt anglicismů v některých sociolektech. Hovoří např. o „kancelářském newspeaku“, reklamě či názvech pracovních pozic v inzerátech (*junior event manager, sales and marketing specialist*). Vedle terminologizace a slangizace veřejného komunikačního prostoru jsme dle Adama (2005) svědky i proprializace a zejména „brandizace“: *Firmy (nejen ty, které vyrábějí hmotné předměty, ale i banky apod.) chápou své produkty (jejich typy, značky, série, modely, produktové řady) jako jedinečné entity a dávají jim jména. Ani proprializace se neobejde bez angličtiny. Tak třeba zmrzliny, které si kupujeme u stánku na ulici, už nejsou označeny vždy jen obyčejným vztahovým adjektivem (např. vanilková), nýbrž jmenují se třeba „Cherry Mania“ (po staru by to byla „třešňová“). Kupující na tato pravidla přistupují a o „třešňovou“ si neříkají*. Dále zmiňuje též fenomén pojmenovávání některých typů akcí, institucí a objektů v českých zemích anglicky (*Prague Open, Handball cup, Česká pojišťovna cup*).

Podle Nekuly (2005, s.274–275) se anglicismy objevují např. v oblasti:

- **ekonomické**: *broker, byznys/byznysmen, dealer, job/džob, holding, konkurz, know-how, monitorovat, tendr, boom, marketing, teamwork, workshop, (top) management, manažer, logo, lobby, concern/koncern, lobby/lobbying, odrazit se ode dna, rating*;

- **bankovníctví:** *cheque/check/šek, credit card, cash, homebanking, telebanking, revolvingový vklad, spořicí účet (saving account), money market účet, PIN/pinkarta*

- **obchodu a služeb:** *music/sport/copy...shop, secondhand/secondhand/second-hand, supermarket, hypermarket, shopping centre, made in, leasing/leasingový/lízovat, dumping, dealer, sales manager;*

- **automobilismu a dopravy:** *airbag, ABS, spoiler, air-conditioning, Jeep/ džíp, off-road, on-road, pickup/ pick-up, truck, crash test, tankovat, airbus, tanker;*

- **módy a kosmetiky:** *džíny, manšestráky, slipy, svetr, šortky, body, top, legíny, blaze, bomber, stresové rifle, patchworkové doplňky, crazy móda, S – M – L - XXL (small – middle – large – extralarge); outfit, piercings, tatoo; aftershave, conditioner, styling, hairpainting, make-up/majkap, perlíny, roll-on deodorant, shampoo, spray;*

- **stravování:** *Big Mac, cheesburger, coca cola light, cornflakes/kornflejky, popcorn/popkorn, whisky, steak, ketchup, ice-tea, hot dog/hotdog, hamburger, fastfood, drink, dressing/dresink, fresh shakes, toastovač, pub, bar, klub/club, Macdonald's;*

- **telekomunikací, internetu a komputerových technologií a her:** *SMS/esemeska, mobil, displej, tarif Data Nonstop, ISDN produkty, SIM karta; server, provider, computer/komputer, no-name/noname, internet, e-mail/mail/mailovat, hacker, kurzor, fonty, reset, trackball, monitor, nabotovat, links/linky, doména, windowsy/okna, hard disk, klikat/kliknout, homepage, laptop, notebook, on-line, scanner/skener, software, hardware, freeware, hypertext, modem, display, toner, chat/chatovat, RAM, bit, byte/bajt, fulltextové vyhledávání, setup, surfovat, (od)entrovat, digitalizovat, deletovat, implementovat, konvertovat, resetovat, firewall, driver, koš (trash), myš (mouse), strom (tree);*

**- publicistiky a politiky:** *balík zákonů, patová situace, katastrofické scénáře, jednobarevná vláda, neprůchodný návrh, prohlásit návrh, signály, ošetřit věc zákonem, kongres či konference místo sjezd, leader/lídr, summit, praní špinavých peněz (money laundering), špička ledovce (tip of iceberg), výprodej rodinného stříbra (sell of the family silver), jít vládě po krku, brífink, press-foyer, round table, monitoring zpráv, peacekeeping, top ten (týdne), editorial, news room/newsroom, boom, timing, (talk) show, feature/fičr, copywriter, (Water-, Írán-, ropa-, Wallis-, záliv-) gate, startovat proces;*

**- reklamy:** *poster, teleshopping, billboard, storyboard, ideamaker, imagemaker, signmaking, public relations, PR akce, promotion, spot, poster;*

**- filmu, televize a médií:** *action, casting, clip/klip, happy end, sitcom, peoplemet(e)r, western/eastern, remake, talk show, teleshopping, jackpot, spíkr, soap opera;*

**- hudby:** *blues, country, cover versions, DJ/dýdžej, elpičko, cédečko, kompakt, evergreen(s), fan club, front man/frontman, hitmaker, bigband, folk, gospel, soul, sound, hard-rock, hitparáda, mainstream, pop-music, pop-song, pop-star, protestsong, showbyznys, showman, playback, jam session, muzikál, punk/punker/pankáč, heavy metal/heavymetalový, hip hop/hiphopový, jazz, jazzrock, rock and roll, song, sound, feeling, remix, singl, klip, soundtrack, sampl/sampler, oldies, playback, promoter, reggae, rap/rapování, raver, break dance/breakování, keyboard, comeback;*

**- literatury a umění:** *bestseller, host-writer, copyright, paperback, story, horror, science-fiction/sci-fi, thriller, fantasy; pop art, body-designer, painting, airbrush, performance/performer, happening, event, pop-art, one-man show/one-woman show, festival, high-light výstavy;*

**- označení sociálních jevů a skupin:** *establishment, greenpeace/grínpisák, hippies, teenager, yuppie, squatter, sprejer, grafitti/grafťák,*



*tagger/teger, gambler, skinheadi, rowdies, hooligans, homeless/houmlesák, babybsitting, workholik/workholik, freak, new age, beatlemanie, singl;*

**- konzumace drog:** *clean, trip, dealer, extáze, point, speed, crack;*

**- sportu:** *sponzor, manažer, couch, ternér, fotbal, gól, gólman, bek, hattrick, offside/ofsajd, ; aerobic, supremový povrch, shorttenis, baseball, breakball, bowling, bungee jumping/bungee-jumping, parasailing, jogging, in-line skater, skateboard/skate, joyrobik, aerobik, strečink, jump, beachvolejbal, nohejbal, paintball, streetball, kick-box, squash, paragliding, rafting, skating, squash, wrestling, windsurfing, jet-skiing, curling, rugby, dream team, snowboard(ing)/prkno, body building/bodybuilding místo kulturistika; hockey/hokej, puk, buly, NHL, scout/skaut, draft/draftovat, play-off, power-play; singl, skif, mountain bike/horské kolo, superbike, trekking, skrečovat, timing, Grand Slam.*

Zvláště ve slanzích dochází k intenzivnějšímu využívání výpůjček i k jejich dalšímu kreativnímu rozvíjení jazykovou hrou. Zřetelné je to především u **počítačového slangu**, jehož obec se v poslední době výrazně rozrostla.

Stále větší význam nabývá angličtina v českých zemích také v oblasti **vědy a vzdělávání**, v níž se prosazuje jako hlavní komunikační jazyk. To se odpovídajícím reflektuje ve vědecké terminologii, tzv. anglosaském stylu vědeckého pojednání, ve výpůjčkách v běžné profesní komunikaci (*akreditace, grant, elongace, kampus, handout/hand-out, gender studia* aj.) i na internetových stránkách českých univerzit (Nekula, 2005).

## 5. Dosavadní výzkum

Lingvistický výzkum zaměřený na přejatá slova uskutečnil již v roce 1970 Antonín Tejnor a jeho výsledky zveřejnil v článku *Přejatá slova a veřejné mínění* (1972). Zúčastnilo se jej 630 respondentů, kteří byli vybíráni podle kvótních znaků. Dotazník obsahoval celkem 40 otázek, z nich 18 směřovalo k tomu, aby se zjistilo, jaké jsou postoje k přejatým slovům, 15 otázek bylo zaměřeno na zjištění, jak uživatelé přejatým slovům rozumějí a 7 otázek sloužilo k tomu, aby byly získány demografické údaje o dotázaných. Bylo zjištěno, že 60 % dotázaných považuje za vhodný zdroj pro přejímání cizích slov řečtinu a latinu, mnohem zdrženlivější byl postoj k západním jazykům (pouze 30 % kladných odpovědí), ale také k jazykům slovanským (34 %). Z cizích jazyků, které respondenti aktivně či pasivně ovládali jich 67 % uvedlo slovenštinu, 51 % ruštinu, 46 % němčinu a pouhých 11 % angličtinu. A jak uvádí Tejnor „*V těchto údajích lze vidět i zdrženlivý postoj větší části příslušníků našeho jazykového společenství ke stále zesilující vlně nově přicházejících anglicismů.*“ (1972) Tejnor testoval aktivní i pasivní znalost cizích slov a výsledky porovnával s jejich výskytem v knize J. Jelínka, J. V. Bečky a M. Těšitelové *Frekvence slov, slovních druhů a tvarů v češtině* z roku 1962. V některých případech však dospěl k názoru, že *mezi frekvencí slov v jazykových projevech (jak ji zachycují frekvenční slovníky) a mírou, jak jsou slova vlastní uživatelům jazyka, není přímá závislost.* (Tejnor, 1972) Celkově tedy z výzkumu vyplývá, že přejatá část slovné zásoby, která je sice součástí slovní zásoby spisovné češtiny, už zčásti zdomácněla, avšak v podvědomí uživatelů jazyka si uchovává příznak cizího původu a v procesu jazykového dorozumívání působí potíže dosti značného rozsahu. Tejnor (ibid) poukazuje také na fakt, že dochází k nadužívání cizích slov autory textů v hromadných sdělovacích prostředcích, čímž jsou z jazykového dorozumívání vyloučeny rozsáhlé skupiny obyvatel, především ty s nižším vzděláním.

Výzkumem znalosti cizích slov u cílové skupiny žáků 2. stupně se zabývala Chejnová (2005). Mimo jiné se v části tohoto výzkumu soustředila i na znalost nově přejatých anglicismů. Pasivní znalost byla testována formou otázek se třemi chybnými a jednou správnou odpovědí. V tomto typu testování dosáhly lepších výsledků u většího počtu úloh dívky, avšak u ostatních úloh chlapci předstihli dívky o mnoho procent. Chejnová také zaznamenala stoupající úspěšnost v závislosti na věku. V některých

oblastech, jako např. živá latinská slova či právo, přesáhl rozdíl 30 %. Naopak nejmenší rozdíly byly zaznamenány v oblasti anglicismů. Velmi malé rozdíly se projevily mezi školami (účastnily se tři pražské základní školy a jedno osmileté gymnázium). Ukázalo se, že výsledek testu se zhoršuje u žáků s horším známkovým průměrem, avšak rozdíly nebyly příliš výrazné. Autorka nepovažuje školní úspěšnost za jediný faktor a uvádí, že v současnosti hrají větší roli média a společnost, ve které žáci vyrůstají. Tomu odpovídá i srovnání úspěšnosti v jednotlivých oblastech. Nejlepší výsledky byly zaznamenány u slov z oblasti kultury a společnosti a na druhém místě u výrazů nově přejatých z angličtiny. Téměř všichni znali slovo *piercings*, dobře znali i slova *dressing* a *casting*, naopak *babysitting* zná jen polovina respondentů. Nejméně úspěšní byli v oblasti živých latinských spojení.

Z analýzy slohových prací žáků 2. stupně a nižšího gymnázia bylo zjištěno, že při užívání slov cizího původu jsou žáci spíše opatrní (43 % ve své práci nepoužilo žádné). Důvodem nemusí být jen neznalost slova, ale i strach z jeho pravopisné stránky, nebo snaha vyjadřovat se jen pomocí mateřského jazyka.

Aktivní znalost cizích slov byla testována doplňováním slov do kontextu (vět z deníku Metro). To se projevilo jako snazší (nejslabší výsledek se blížil 70 %). Respondenti zde mohli spoléhat na odposlechnutou formální stránku slova, aniž by mu porozuměli či znali přesný význam. Někdy tak volili nejfrekventovanější variantu, bez ohledu na to, zda se hodí do kontextu. I v této úloze bylo prokázáno, že se stoupajícím věkem se znalost cizích slov zvyšuje. Neprokázala se však korelace výsledků se školními známkami, ani se neukázaly rozdíly mezi chlapci a dívkami ani mezi jednotlivými školami.

Výzkum anglicismů vzhledem ke kulturně politické situaci v naší zemi probíhá především až od 90. let 20. století. Zlínská lingvistka Silke Gester, která se věnuje především vlivům angličtiny na němčinu, zpracovala v roce 2001 disertační práci, která byla publikovaná jako *První empirická analýza recepce anglicismů v českém jazyce*. Zde autorka zkoumala deset konkrétních anglicismů nejen z hlediska porozumění jejich významu, ale také vlastních konotací a názorů na jejich používání. Výsledky vykazují jakousi rozpolcenost v otázkách zaměřených na prospěšnost či nadužívání anglicismů v češtině se pro i proti vyjádřilo zhruba stejné procento dotázaných. Gester dává výsledky do souvislosti s historií České republiky jako země bývalého východního bloku, což se projevuje i v odlišném postoji k angličtině mezi generacemi. Mladí lidé, kteří přicházejí s angličtinou do styku velmi často, se přiklánějí k jednomu či druhému extrému – buď vše

americké bezvýhradně přijímají, nebo striktně odmítají, propagující národní hrdost. Starší generace pak nevnímá anglicismy jako ohrožení, nýbrž jako obohacení mateřštiny.

Recepcí anglicismů se zabývá i diplomová práce Zdeňky Endrštové obhájená na Katedře anglického jazyka a literatury PedF UK *Czech Attitudes to English Lexical Borrowings*. Ta vychází jak z výzkumu Tejnorova, tak Gester. Do výzkumu se zapojilo 165 respondentů ve věku 16–70+ let. Celých 80 % z nich se domnívá, že jsou anglicismy v češtině nadužívány a pouze čtvrtina respondentů je považuje za přínosné. Přesto však považují přejímání z angličtiny za přínosné. Respondenti zastávají názor, že by měla být upřednostňována slova domácího původu a k anglicismům by se mělo sáhnout pouze v případě, že v češtině neexistuje žádný vhodný ekvivalent. Rozhodujícím kritériem je zde věk. Více než tři čtvrtiny mladých respondentů se považují za aktivní uživatele anglicismů, kdežto většina starších nepoužívá anglicismy vůbec. Starší generace též vyjádřila přání ochrany mateřštiny jazykovým zákonem.

Znalostí anglicismů u mládeže se okrajově věnuje také Kateřina Kadlecová (2007). Její publikace *Dívky a girls podle českých dívčích časopisů* se zaměřuje na diskurz časopisů pro dívky. V rámci dotazníkového šetření se zaměřila i na některé výrazy typické pro dívčí časopisy včetně anglicismu *outfit*, jehož znalost zkoumá i naše práce. Z celkového počtu 50 respondentek jich 62 % uvedlo, že tento výraz nezná. Pasivní znalost výrazu prokázalo 12 % dotázaných, ovšem aktivní používání přiznala pouze 4 % dotázaných.

Téma porozumění anglicismům přejímaných do češtiny přitahuje pozornost studentů pedagogických fakult a stává se tak tématem bakalářských i magisterských diplomových prací. Jako příklad můžeme uvést např. práce Aleny Urbánkové *Slovní zásoba a anglicismy u dětí vyšších ročníků 2. st. ZŠ* (2009) či Aleny Dostálové *Analýza anglicismů užívaných v časopisech pro mládež a jejich místo ve slovní zásobě žáků 2. stupně základních škol* (2012). Urbánková (2009) prováděla dotazníkový výzkum na čtyřech základních školách a zaměřila se na žáky 8. a 9. tříd. Výzkum ukázal, že znalost anglicismů souvisí s jejich frekvencí v jazyce. Vyšší úspěšnost tak byla zaznamenána u slov patřících již téměř do centra slovní zásoby. Nejlepších výsledků dosáhli respondenti ve cvičeních, v nichž měli nahradit anglicismus ve větě českým ekvivalentem a spojit anglicismus s jeho správným významem. Slabší výkony byly zaznamenány při vysvětlování významu slov či používání anglicismů ve větách. Zde se dle autorky projevila

nedostatečná slovní zásoba dnešních žáků základních škol, neboť téměř ve všech větách se objevovalo sloveso být. Oslovení žáci měli také možnost vyjádřit svůj názor na přejímání anglicismů. Z většiny odpovědí vyplynulo, že žáci považují přejímání za užitečné a usnadňující komunikaci. Autorka se také zabývala problematikou výuky anglicismů a shledala zastoupení látky v učebnicích českého jazyka jako nedostatečné. V kapitolách o přejímkách se hovoří o obohacování slovní zásoby prostřednictvím jiných jazyků. Z těchto důvodů sama navrhla několik cvičení vhodných pro výuku na základní škole.

Urbánková (2012) sestavila dotazník z vět citovaných z časopisů pro mládež a úkolem oslovených žáků bylo daný výraz vysvětlit, popřípadě se pokusit najít vhodný český ekvivalent, uvést situace, v nichž se anglicismus používá, a následně zvážit, jak často sami tento výraz používají. Z výsledků výzkumu poté vyvozuje závěry. Nejprve popírá trend stoupající úspěšnost se stoupajícím věkem respondentů, neboť v některých případech žáci šestých tříd předčili žáky devátých tříd. Dále uvádí, že fakt, že žák výraz zná, ještě neznamená, že jej i aktivně používá a naopak (např. téměř všichni označili, že používají výraz *teenager*, avšak málokdo dokázal použít definici se správných věkovým vymezením této skupiny). Autorka dále zaznamenala nárůst slangových výrazů v definicích uváděných žáky. To si vysvětluje tím, že anglicismy mnohdy zastávají funkci nespisovných expresivních výrazů a je tedy pro dotazované přirozenější snažit se je nahradit podobně zbarvenými českými ekvivalenty. Podle získaných dat respondenti nejčastěji používají v běžné řeči anglicismus *sorry*. Vůbec potom nepoužívají výraz *look*.

## **Praktická část**

## **6. Metodologie**

### **6.1. Metodologie výzkumu**

Porozumění nově přejatým anglicismům považujeme za živé a aktuální téma, které poskytuje široké pole pro lingvistický výzkum. Rozhodli jsme se navázat na dosud publikované práce a zaměřit se jak na anglicismy zmapované ve slovníku neologismů, tak na slova přejatá do češtiny teprve nedávno. Jako hlavní metodu jsme zvolili dotazníkové šetření. Dotazník je rozdělen do tří částí. První a druhá část je zaměřena na pasivní porozumění nově přejatým anglicismům. K testování bylo použito uzavřených otázek. V první části bylo zadáno celkem osm výrazů, k nimž měli dotazovaní vybrat správný výklad ze čtyř nabízených možností. Ve druhé části bylo úkolem respondentů zvolit nejvhodnější výraz pro doplnění výpovědi dle kontextu. Ve třetí části jsme testovali aktivní znalost anglicismů. Úkolem respondentů bylo nahradit v české větě podtržený český výraz vhodným anglicismem.

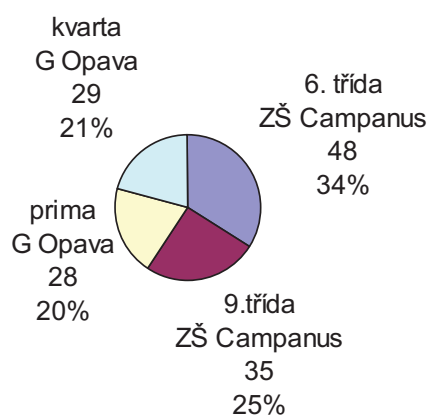
Zkoumané výrazy jsme excerpovali z časopisů pro mládež, z internetové formy časopisu pro mládež BRAVO [www.bravoweb.cz](http://www.bravoweb.cz) a z Českého národního korpusu. Nejprve bylo vybráno téměř sto výrazů, z nichž jsme zamýšleli do dotazníku zařadit 42 z nich. Pro samotné testování jsme nakonec zařadili pouze 21 výrazů, nejen z důvodů snazšího zpracování, ale také proto, že žáci nad kratším dotazníkem neztratí tak rychle pozornost a v neposlední řadě také proto, že delší dotazník více narušuje výuku.

### **6.2. Výzkumný vzorek**

Za cílovou skupinu našeho výzkumu jsme si zvolili žáky šestých a devátých tříd na základní škole a studenty primy a kvarty na osmiletém gymnáziu. Tyto ročníky jsme zvolili záměrně, abychom získali dostatečný věkový kontrast a zároveň ekvivalentní skupinu respondentů na odlišném typu školy. Výzkum byl proveden v měsíci dubnu roku 2014 a zúčastnilo se jej celkem 140 respondentů.

Graf č. 1

### Respondenti dle typu školy



Základní škola Campanus, se sídlem Jírovcovo náměstí 1782, je fakultní základní školou Univerzity Karlovy v Praze, Pedagogické fakulty, která letos oslaví 30. výročí svého trvání a nachází se na pražském sídlišti Jižní Město II – Chodov. Přestože se nejedná o školu s rozšířenou výukou jazyků, je zde kladen důraz na jazykové vzdělání žáků. Anglický jazyk je povinný již od první třídy. V 6. i v 9. třídě je hodinová dotace anglického jazyka tři hodiny týdně. Škola též nabízí anglickou družinu. Výzkumu se zúčastnily čtyři třídy, vždy po dvou z každého zkoumaného ročníku. Celkem se jedná o 83 žáků (48 žáků v 6. třídě a 35 žáků v 9. třídě).

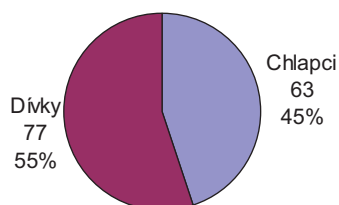
Mendelovo gymnázium Opava, se sídlem Komenského 5, je výběrovou školou s tradicí delší než 130 let. I zde je kladen důraz na výuku anglického jazyka. Studenti primy mají dotaci výuky angličtiny pět vyučovacích hodin týdně, žáci kvarty tři hodiny. Nabízí jak čtyřleté, tak osmileté studium. Pro lepší srovnání jsme zvolili jako respondenty žáky primy a kvarty, tedy osmiletého studia. Na nižším gymnáziu žáci studují v každém ročníku pouze v jedné paralelce. Celkem se zde našeho výzkumu zúčastnilo 57 studentů (28 studentů primy a 29 studentů kvarty).

Každou odpověď jsme se pokusili vztáhnout k pohlaví, věku a typu studované školy. Celkově se výzkumu zúčastnilo 77 dívek a 63 chlapců.



Graf č. 2

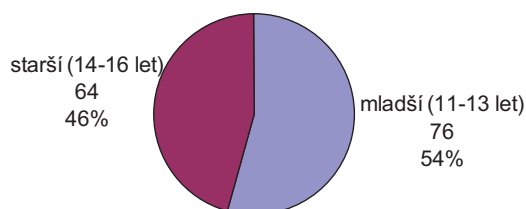
Respondenti dle pohlaví



V kategorii věk jsme zaznamenali zástupce všech věkových kategorií od 11 let do 16 let. Pro lepší porovnání jsme pro další použití v naší práci vytvořili kategorie mladší a starší žáci (případně mladší a starší respondenti), přičemž kategorie “mladší” zahrnuje žáky 6. tříd a studenty primy s průměrným věkem 11,85 roku (celkem 76 respondentů) a kategorie “starší” zahrnuje žáky 9. tříd a studenty kvarty, jejich průměrný věk je 14,75 roku (celkem 64 respondentů).

Graf č. 3

Respondenti dle věku



Dále jsme zjišťovali, jak dlouho se respondenti učí anglický jazyk. Z odpovědí vyplynulo, že mladší žáci se učí anglicky 3–8 let, starší žáci 5–11 let. Průměrná délka

studia anglického jazyka je však u mladších žáků 5, 88 roku a u žáků starších činí 7, 28 roku.

Protože se jedná o proporcionálně nevyrovnané skupiny, rozhodli jsme se v našem výzkumu zaměřit na úspěšnost v rámci každé skupiny (všichni respondenti, dívky, chlapci, mladší, starší, žáci základní školy a studenti gymnázia) a tu pak vzájemně porovnávat. Do každé kapitoly jsme zařadili graf úspěšnosti odpovědí na danou otázku pro celkový zkoumaný vzorek. Grafy k dílčím porovnáním dle jednotlivých kategorií tvoří přílohu této práce.

### **6.3. Použité zkratky**

Zejména v prvních dvou částech praktické části používáme k vysvětlení významů zvolených výrazů tyto publikace:

Nový akademický slovník cizích slov (dále jako NASCS)

Nová slova v češtině 1 (dále jako NS 1)

Nová slova v češtině 2 (dále jako NS 2)

Nový slovník cizích slov pro 21 . století (dále NSCS)

Velký anglicko-český slovník (dále jako VAČS)

## 7. Definování izolovaných anglicismů

V první části dotazníku jsme testovali pasivní znalost nově přejatých anglicismů pomocí otázek s výběrem z více odpovědí (*multiple choice*). Výběr testovaných výrazů byl proveden na základě excerpce časopisů pro mládež (Bravo), časopisů věnovaných moderním technologiím (Počítač pro každého), webového portálu pro mladé ([www.bravoweb.cz](http://www.bravoweb.cz)) a též na základě vlastní zkušenosti z každodenní komunikace s dospívajícími.

Celkem bylo vybráno osm slov. Kritéria pro jejich výběr byla dostatečná frekvencovanost užití, střední obtížnost a jasné vymezení významu. Testované výrazy bychom mohli zařadit do několika kategorií: odborná pracovní terminologie (*workshop*, *callcentrum*), móda (*outfit*), moderní technologie (*hoax*, *Blu-ray*), zábava (*adventura*, *selfie*) a gastronomie (*smoothie*).

U každého slova jsme nabízeli pouze jednu správnou odpověď a tři distraktory (nesprávné odpovědi). Tam, kde to bylo možné, jsme čerpali správná vymezení významů z tištěných slovníků. Pouze jediný výraz, *workshop*, je definován v *Novém akademickém slovníku cizích slov* (NASCS) z roku 2005, proto jsme k vyhledání definic využili též Fronkův *Velký anglicko český slovník* (VAČS) a oba díly slovníku *Nová slova v češtině: slovník neologizmů* (NS 1 a NS 2). Výrazy, pro něž jsme nenašli definice v žádném z těchto tištěných slovníků, jsem označili jako „Nejnověji přejaté anglicismy“ a zařadili do samostatné podkapitoly. Definice výrazů označených jako „nejnověji přejaté“ jsme se pokusili vyhledat v relevantních elektronických zdrojích (internetových slovnících a článcích), které mohou rychleji reagovat na změny ve slovní zásobě než tištěné publikace.

Výklady uvedené jako distraktory označují podobně znějící cizí slova, případně se blíží doslovnému překladu.

## 7.1. Nově přejaté anglicismy zaznamenané ve slovnících

### 7.1.1. workshop

Zadání úkolu:

**workshop**

a) *seminář, pracovní konference*

b) úřad práce

c) obchod se zbožím pro kutily

d) člověk závislý na práci

VAČS

[ˈwɔ:k ˌʃɔp]n

1 dílna, provozovna

2 [*training session*] kurs, soustředění; seminář, workshop [verkšop]

NS 1

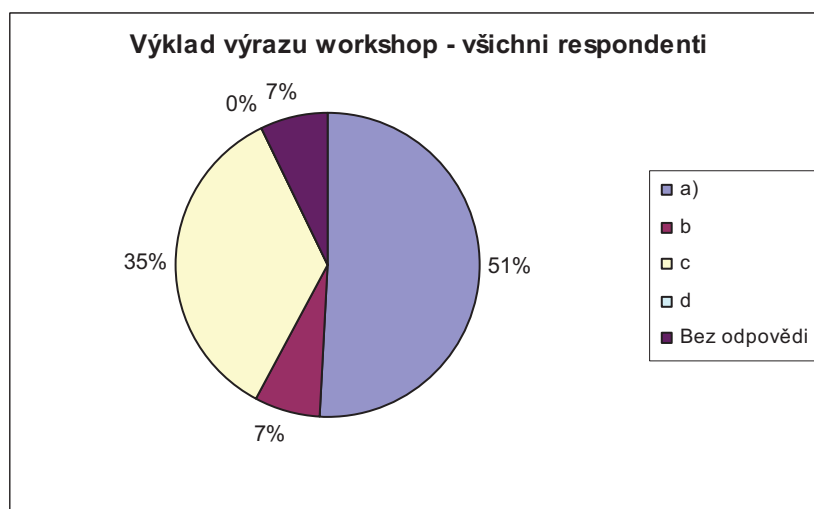
[verkšop] –u m. <z angl.>

*seminář, pracovní konference, kurz*; vystoupit s oznámením na workshopu; uspořádat workshop cestovního ruchu, uspořádat podnikatelský workshop; workshop architektů

NASCS

[verkšop], –u m <a> odb. pracovní seminář, kurz, konference

Graf č. 4



Slovo workshop patří k neologismům, které se v jazyce objevují již poměrně dlouho, avšak patří spíše do slovní zásoby zaměstnaných dospělých než mládeže, což se projevilo na výsledcích našeho průzkumu. Správnou odpověď vybralo 51 % testovaných žáků. Za povšimnutí též stojí velké procento (35 %) odpovědí u možnosti c (obchod se zbožím pro kutily). Tento výsledek si vysvětlujeme velkou oblibou obchodních domů se zbožím pro kutily, tzv. hobbymarketů, a jejich výraznou propagací v médiích.

Mírně vyšší procento správných odpovědí jsme dle očekávání zaznamenali u starších žáků. Správnou možnost zvolilo mezi staršími žáky 56 %, zatímco mezi mladšími pouze 45 %. Vliv pohlaví se na výběr správné odpovědi v této otázce neprojevil a výsledky v obou skupinách reflektují výsledek celkový. Dívky vybraly správnou možnost v 51 % případů, chlapci v 49 %. Naopak propastný rozdíl ve znalosti slova workshop jsme zaznamenali mezi žáky základní školy a gymnázia. Správnou odpověď uvedlo pouze 36 % žáků základní školy. Gymnazisté odpovídali správně v 70 % a lze se domnívat, že s tímto termínem už někdy pracovali ve výuce.

## 7.1.2. outfit

### Zadání úkolu:

#### outfit

- a) člověk ve špatné fyzické kondici
- b) tělocvična s posilovacími stroji
- c) člověk vyřazený ze společnosti
- d) **celkový vzhled někoho tvořený kombinací oblečení, bot a doplňků**

#### VAČS

[ 'aut , fit ]

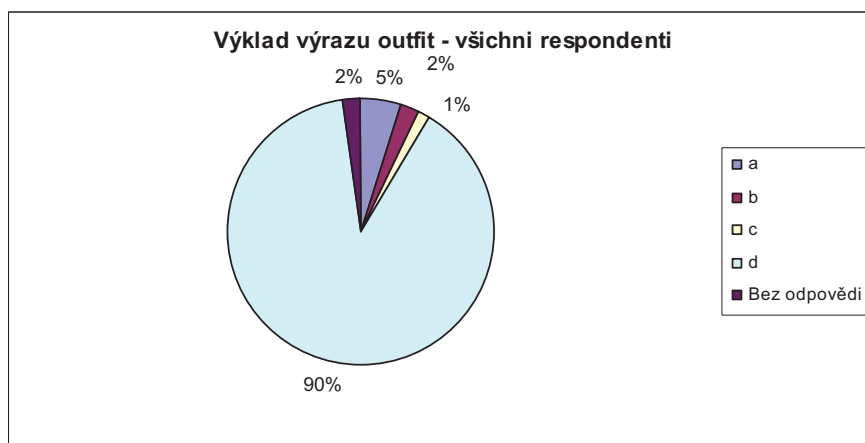
- 1 [ *equipment: tools* ] náradí; (*for camping, riding*), výstroj, výzbroj, potřeby, vybavení; repair o. brašna s náradím
- 2 [ *set of clothes* ] souprava, šaty, outfit [aut-], ohoz, vohoz; (*for sports*) úbor, dres; výstroj, [ *uniform* ] unifroma; baby's o. dětská výbavička
- 3 neformálně [ *group* ] skupina, parta, banda

#### NS 2

[aut-] –u m. <z angl.>

- 1. *vhodný oděv, oblečení, šaty; celkový vzhled někoho tvořený kombinací oblečení, bot a doplňků*: večerní outfit dostal novou podobu: k šifonovým plesovým šatům si můžete vzít pletený svetr; zpěvačka byla sexy oblečená, její outfit zdůrazňoval každou křivku jejího těla [...] V oblasti módy
- 2. (*celkový*) *vzhled, podoba něčeho*: nový outfit firemního portálu Peníze.cz

Graf č. 5



Slovo outfit se objevuje velmi často v časopisech pro mládež, především v rubrikách o módě. Z tohoto důvodu jsme předpokládali vyšší povědomost o jeho významu především ve slovní zásobě dívek. Tato hypotéza se potvrdila. Správnou odpověď zvolilo 97 % dotazovaných dívek. Avšak ovšem rozdíl mezi procentem správných odpovědí děvčat a chlapců nebyl příliš velký. Hoši odpověděli správně v 79 % případů.

Lepší znalost zkoumaného výrazu se projevila u starších žáků, správnou odpověď „d“ vybralo 98 % respondentů, mezi mladšími žáky tuto odpověď zvolilo 82 %

Opět jsme se setkali s vyšší mírou správných odpovědí u studentů gymnázia oproti žákům základní školy. Gymnazisté vybrali správnou odpověď v 96 % případů, zatímco žáků navštěvujících základní školu odpovědělo správně jen 85 %.

Slovo outfit má omezené sémantické pole a proniklo do jazyka později než první zkoumané slovo (je zaznamenáno až ve 2. dílu Slovníku neologismů), přesto pasivní znalost jeho významu prokázalo 90 % respondentů.

### 7.1.3. hoax

#### Zadání úkolu:

#### hoax

- a) přenosný počítač
- b) nevyžádaná poplašná zpráva**
- c) program umožňující internetovou komunikaci
- d) inzerát

VAČS

[həuks]

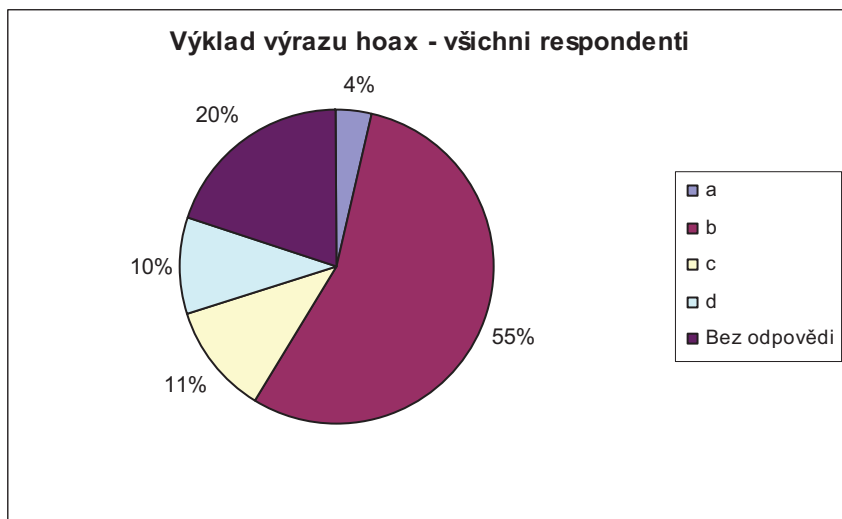
podfuk, bouda, švindl; *[practical joke]* kanadský žertík, kanada; novinářská kachna; hoax [houks], hoaxová zpráva [houks-]; *false news* falešná zpráva. mystifikace; *[false alarm]* falešný poplach

SN 2

[houks] –u m. <z angl.>

poč. *nevyžádaná zpráva (email) zprav. s informací o neexistujícím počítačovém viru, s nabídkou na rychlé zbohatnutí, s reklamní nabídkou aj.*: mezi klasické hoaxy patří i oznámení o novém sledovacím programu umožňujícím získat až 800 dolarů měsíčně

Graf 6



Slovo hoax proniklo do češtiny s vývojem elektronické komunikace. Označuje její specifický druh, který se zprvu šířil prostřednictvím elektronické pošty a poté se rozšířil i



do instant messagingu<sup>2</sup> a na sociální síti. Internet jako komunikační medium je mládeži blízké a bezpečnost na internetu je velmi diskutovaným tématem. Osvětu mezi mládež šíří školy, knihovny, ale i tiskoviny zaměřené na náctileté čtenáře. Předpokládali jsme tedy, že termín hoax budou respondenti dobře znát. O něco vyšší procento úspěšnosti jsme očekávali u chlapců, neboť se domníváme, že jim jsou informační technologie bližší.

První hypotéza se nám nepotvrdila. Správnou odpověď zvolilo pouze 54 % dotazovaných. Pětina dotazovaných nedokázala zvolit žádnou z nabízených odpovědí.

Značné rozdíly ve znalosti slova hoax jsme zaznamenali především ve srovnání odpovědí mladších a starších respondentů. Správnou odpověď zvolilo mezi mladšími dotazovanými pouze 31 %, zatímco starší respondenti odpověděli správně v 82 % případů. Můžeme se domnívat, že starší respondenti jsou také zkušenějšími uživateli internetu a služeb poskytovaných online.<sup>3</sup>

Rozdíl se projevil i v navštěvovaném typu školy. Správné odpovědi gymnazistů jsme zaznamenali v 65 %, zatímco správné odpovědi žáků základní školy pouze v 47 %. Bohužel nemáme dostupné informace o tom, jakým způsobem se liší výuka informačních technologií na obou školách.

Vyhodnocení dotazníku potvrdilo hypotézu předpokládající lepší znalost chlapců. Chlapci volili správnou odpověď v 63 % případů, dívky v 49 %.

---

<sup>2</sup> Instant messaging (IM), v češtině se nejvíce používá výraz „kecákové“, je formou elektronické komunikace, která umožňuje dvěma a více uživatelům komunikaci v reálném čase. Zpráva dorazí příjemci ihned po odeslání a příjemce je na ní ihned upozorněn. Příjemce si tedy, na rozdíl od emailu, nemusí hlídat, zda se mu ve schránce neobjevila pošta. (Kolafa, 2010)

<sup>3</sup> Některé online služby, jako například ICQ či Facebook umožňují registraci až od 12 či 13 let.

#### 7.1.4. aventura

**Zadání úkolu:**

**aventura**

**a) akčně laděná počítačová hra s dobrodružným námětem**

b) společnost zajišťující určité služby

c) předehra

d) mučení, týrání (především za účelem dosáhnout doznání obviněného)

SN 2

-y, ž.

*akčně laděná počítačová hra s dobrodružným námětem, spojená s řešením zadaných úkolů*

*a hádanek: adventuru tvoří dobrodružný příběh, v němž má hráč přesně určenou roli a plní předem zadané úkoly, např. stane se zlodějem a plánuje přepadení banky; aventura volně inspirovaná cyklem fantasy románů podle angl. *adventure**

VAČS

adventure [əd' venče(r)] n.

1 [*exciting experience*] dobrodružství, dobrodružný zážitek; **look for a.** vyhledávat dobrodružství; **a life full of a.** dobrodružný život

2 spirit of a. dobrodružnost, touha po dobrodružství

3 [*risky undertaking*] dobrodružný či riskantní podnik

Graf č. 7



Výraz *adventura* patří ke slangu hráčů počítačových her. Z tohoto důvodu jsme předpokládali nízkou znalost tohoto slova mezi náctiletými mluvčími. Tato hypotéza se nepotvrdila a z celkového počtu dotázaných dokázalo vybrat správnou odpověď 61 % z nich. Nezanedbatelná skupina respondentů (32 %) zvolila definici nabízenou pod písmenem „b“ *společnost zajišťující určité služby*. Jedná se o definici podobně znějícího slova *agentura* tak, jak jí uvádí první svazek Nových slov v češtině. Důvodem, proč dotazovaní zvolili tento distraktor, může být mnohem častější užívání slova *agentura* v médiích i běžné komunikaci. Pro některé respondenty mohla být též matoucí existence cestovní kanceláře nesoucí název CK Adventura ([www.adventura.cz](http://www.adventura.cz)), jež se specializuje na zážitkovou turistiku. Možnost „b“ volila především mladší děvčata (konkrétně 47 % z dotazovaných dívek). U této otázky jsme očekávali převahu správných odpovědí především mezi hochy a výsledky dotazování náš předpoklad potvrdily. Úspěšnost správných odpovědí mezi chlapci dosáhla 78 %, zatímco mezi dívkami neodpověděla správně ani polovina dotázaných (47 %).

Míra správných odpovědí stoupá i s věkem dotazovaných. Zatímco ve skupině mladších žáků zvolilo správnou odpověď 47 % žáků, ve skupině starších to bylo již 77 %. Poměrně markantní rozdíl v množství správných odpovědí jsme zaznamenali i mezi zkoumanými školami. Správnou odpověď vybralo 54 % žáků základní školy a 72 % gymnazistů.

### 7.1.5. callcentrum

Zadání úkolu:

**callcentrum**

a) *středisko poskytující na zavolání informace*

b) prodejna mobilních telefonů

c) pobočka telefonního operátora

d) soutěžní telefonní linka

VAČS

**call centre** [ˈko:l ,sentə(r)]n.

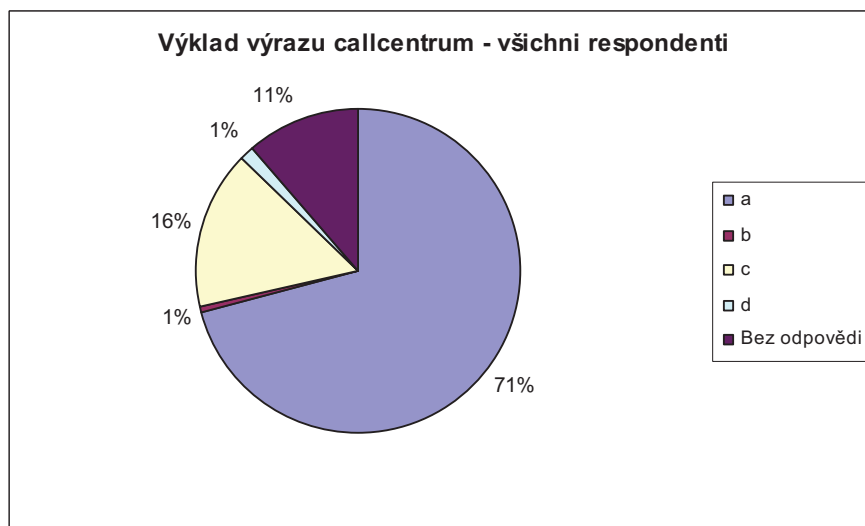
call [kól] centrum, callcentrum, informační středisko

NS 2

**call centrum** [kól] call centra, **callcentrum** [kól-] –ra s.

*středisko poskytující na zavolání informace ap.:* při spuštění call centra si uživatel bude moci vybrat, zda bude chtít hovořit s živým člověkem nebo mu postačí hlasový počítač

Graf č. 8



Výraz callcentrum nepatří do běžné slovní zásoby teenagerů, přesto jsme předpokládali vyšší procento znalosti, neboť se tento výraz vyskytuje často v mediích i reklamních nabídkách. Většina mládeže používá mobilní telefony, a tudíž jsme předpokládali, že se alespoň někdy ocitli v situaci, kdy museli zavolat callcentrum (informační linku) svého mobilního operátora. Tento faktor se mohl promítnout do většího

množství odpovědí „c“ (16 %, *pobočka telefonního operátora*) a „b“ (11 %, *prodejna mobilních telefonů*). Správnou odpověď „a“ zvolilo 71 % z celkového počtu respondentů.

Callcentra hojně zaměstnávají své operátory na částečný úvazek a mnohá z nich nabízejí brigády již od 15 let věku, proto jsme očekávali vyšší míru znalosti tohoto výrazu u starších žáků, u nichž se předpokládá nejen vyšší míra využívání služeb callcenter, ale také zájem o nabídky letních brigád. Tato hypotéza se potvrdila. Starší žáci zvolili správnou odpověď v 83 % případů. Skupina mladších žáků vykazala nižší procento správných odpovědí, přesto se přehoupla do nadpoloviční většiny (61 %).

Rozdíly mezi chlapci a dívkami, a dokonce ani rozdíly mezi typem navštěvované vzdělávací instituce, se v tomto případě neprojeví. Mezi dívkami volilo správnou odpověď 70% dotázaných, chlapci vybrali správnou odpověď v 72 % případů. Stejně procentuální vyjádření jsme zjistili i v porovnání škol. Správně odpovědělo 70 % žáků ZŠ a 72 % gymnazistů.

## 7.2. Nejnověji přejaté anglicismy

### 7.2.1. smoothie

Zadání úkolu:

#### smoothie

- a) kosmetický přípravek určený k odstraňování odumřelých, zrohovatělých buněk z povrchu pokožky
- b) *nápoj hustší konzistence z mixovaného čerstvého ovoce či zeleniny, často doplněný ledem, jogurtem či smetanou*
- c) symbol vytvořený pomocí grafických znaků nebo obrázků sloužící pro vyjádření pocitů, duševních stavů, užívaný v písemné elektronické komunikaci
- d) pánský společenský oblek

VAČS

**smoothie** nebo **smoothy** [ 'smu : ði ]n (pl –**thies**)

1 neformálně lichotník, krasořečník; Amer. také elegán; **he is a s.** je hladký jako had nebo úhoř

2 Americká angličtina [*milk-shake*] mléčný koktail s ovocem

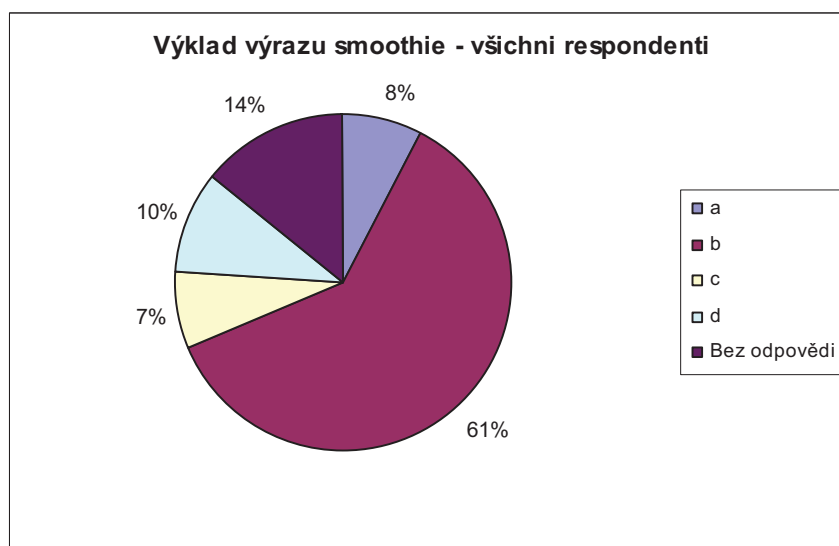
NS 1, 2

neuveдено

Výraz smoothie patří k anglicismům, které do českého jazyka pronikly teprve v nedávné době. Nenajdeme jej ani ve slovníku *Nová slova v češtině* a dokonce ani na internetovém slovníku *ABZ Slovník cizích slov* provozovaném společností ABZ Knihy, a.s., kam přispívají nejen tvůrci webu, ale též široká veřejnost pod licencí Creative Commons – Uveďte autora 3.0 Česko, a který umožňuje reagovat na vývoj slovní zásoby pružněji než tištěné publikace. Přesto se domníváme, že se jedná o výraz rozšířený. Internetový vyhledávač Google vyhledá cca 276 000 výskytů tohoto slova na českých internetových stránkách. Většinou se jedná o recepty na tento nápoj. Do češtiny tedy přešel význam, který Fronkův slovník uvádí až na druhém místě, a to v nepřesné formě. Milk-shake je v našich podmínkách známý již poměrně dlouho a jeho základem je zmrzlina. Většinou jej nabízejí fast foody. O smoothie se naopak píše ve spojitosti se zdravým životním stylem a redukčními dietami. Dle Blanky Kubíčkové se smoothie skládá

ze tří složek: „vybraného druhu tekutiny (zeleninové šťávy, ovocného džusu, mléka nebo jogurtu), ovoce či zeleniny a ledu. Pokud se používá mražené ovoce nebo zelenina, led zapotřebí není“ (2014). Cílovými konzumenty jsou především ženy, případně sportovci. Z těchto důvodů jsme předpokládali vyšší procento správných odpovědí u děvčat než u hochů.

Graf č. 9



Správnou odpověď vybralo z nabídky 61 % dotazovaných, z čehož usuzujeme, že tento výraz proniká úspěšně do naší mateřštiny. Z celkového počtu respondentů jich 14 % nedokázalo přiřadit výraz smoothie k žádné z nabízených odpovědí (přičemž celých 11 % tvoří mladší žáci základní školy).

Výraz se nachází v povědomí spíše starších respondentů. Ti byli úspěšní ze 77 %, zatímco mezi mladšími dotazovanými neznala správnou odpověď ani polovina z nich (přesněji 47 %).

Poměrně překvapivě se zde neprojevil rozdíl mezi gymnazisty a žáky základní školy. Výsledky obou skupin odpovídají celkovému výsledku. Úspěšnost žáků ZŠ byla 60 %, v případě gymnazistů 63 %.

Výzkum potvrdil náš předpoklad vyšší úspěšnosti mezi dívkami. Na tuto otázku odpovědělo správně 70 % dotázaných dívek, mezi chlapci byla úspěšnost pouze 51%.

## 7.2.2. Blu-ray

### Zadání úkolu:

#### Blu ray

- a) styl country hudby pocházející z Kentucky
- b) formát optických disků, který se používá k ukládání videí a her ve vysokém rozlišení**
- c) dobře obchodovatelné akcie společností s dobrou obchodní pověstí
- d) technologie bezdrátového přenosu dat na krátkou vzdálenost

Blu-ray, přesněji Blu-ray disk (též BD) patří mezi nejmodernější technologie v oblasti vizuálních medií. Její definici jsme nenalezli v žádném z použitých slovníků. Definice použitá v dotazníku pochází z webových stránek jednoho z největších výrobců elektroniky podporující přehrávání formátu BD. Společnost Samsung na svých webových stránkách definuje formát Blu-Ray takto:

#### **Co je formát Blu-ray?**

*Blu-ray je formát optických disků, který se používá k ukládání videí ve vysokém rozlišení a také her. Tyto disky jsou další generací disků DVD, které poskytují kvalitu obrazu s rozlišením Full HD, a vzhledem k tomu, že vypadají přesně jako standardní disky DVD, používají se stejně jednoduše. Pravděpodobně nejdůležitější informací je skutečnost, že nabídky jsou podobné v případě obou formátů a že na přehrávačích Blu-ray můžete přehrávat celou svou sbírku stříbrných disků, ať jsou to disky CD nebo DVD. (2011)*

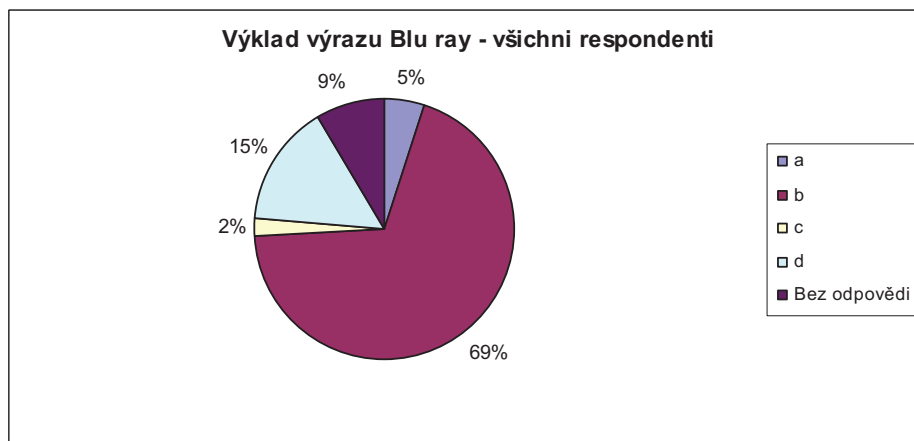
Formát Blu-ray se poprvé objevil v roce 2000, první přehrávač pak o tři roky později. „V roce 2003 představila **první Blu-ray přehrávač s názvem BDZ-S77 společnost Sony**. Byl určen pouze pro japonský trh a celý rok trvalo, než si zbytek světa mohl tuto novinku pořídit. Hlavním důvodem zdržení byla absence ochrany proti kopírování, na kterou poukazovala hollywoodská studia a nechtěla tak mít s tímto formátem nic společného.“ (Letko, 2011)

Úplně první film na Blu-ray disku vyšel v ČR 16. 4. 2007. (Bontonfilm, 2008)

U této otázky jsme předpokládali vysokou úspěšnost, neboť se domníváme, že současná mládež se zajímá o moderní technologie a ráda je využívá. Přestože na trhu stále zůstává ve velké míře zastoupen formát DVD, neměl by být formát BD pro mladé respondenty neznámým.



Graf č. 10



Výsledky našeho výzkumu předpoklad potvrdily. Téměř tři čtvrtiny dotázaných vybraly správnou možnost definující výraz Blu-ray. Zájem mládeže o techniku můžeme vyčíst i z nejčastěji volené chybné odpovědi „d“. *Technologie bezdrátového přenosu dat na krátkou vzdálenost se nazývá bluetooth a nachází se ve většině mobilních telefonů, tabletů a přenosným počítačů.* Překvapivým výsledkem pro nás byla téměř vyrovnaná úspěšnost dívek i chlapců. Správnou odpověď zvolilo 71 % dívek a 75 % chlapců. Zanedbatelný je i rozdíl v úspěšnosti žáků pražské ZŠ (68 % správných odpovědí) a opavského gymnázia (71 % správných odpovědí).

Rozdíl v procentuální úspěšnosti jsme zaznamenali mezi skupinami mladších a starších žáků. Mladší žáci volili správnou odpověď v 58 % případů, starší žáci zaškrtnli správnou definici v 83 % případů. Tento jev neodpovídá našemu předpokladu, neboť současná mládež se s moderními technologiemi setkává od útlého dětství. Děti sami dokáží vložit disk s pohádkou do přehrávače či používat mobilní telefon ještě před nástupem do základní školy. Vliv na tento výsledek může mít již zmiňovaná velká rozšířenost staršího formátu DVD, případně velká popularita přehrávání videí přímo na internetu.

### 7.2.3. selfie

#### Zadání úkolu:

#### selfie

- a) *typ fotografického autoportrétu, pořízeného z ruky*
- b) propagace sebe samého, své vlastní firmy
- c) člověk, který vlastním úsilím dosáhl významného postavení
- d) sebezpozorování

Výraz selfie je nejmladším ze zkoumaných nově přejatých anglicismů v našem výzkumu. K rozšíření jeho výskytu došlo v posledním roce. Z těchto důvodů se nenachází v žádném z tištěných slovníků, s nimiž jsme pracovali. Samotný výraz i jeho denotát se stali v posledních měsících velmi oblíbenými. O tom svědčí například i stránka na internetové otevřené encyklopedii Wikipedia. Zde se můžeme setkat s definicí, které bylo v upravené podobě použito i v dotazníku.

*„Selfie je typ fotografického autoportrétu, pořízeného z ruky za pomoci digitálního fotoaparátu či chytrého telefonu. Ve slovníku Oxford Dictionaries Online je popsán jako „fotografie sebe sama, běžně pořízená chytrým telefonem nebo webkamerou a nahrána (sic) na sociální síť“. Selfies jsou často určena<sup>4</sup> (sic) pro publikování na sociálních sítích a sítích pro sdílení fotografií online, jako jsou Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest a Snapchat. V Koreji se často používá termínu selca (zkratka pro „self camera“). Selfies jsou většinou neformální snímky pořízené „z ruky“ či před zrcadlem. Na snímcích je zobrazen buď fotograf sám, nebo fotograf a tolik lidí, kolik se jich vejde do záběru.”*  
(Wikipedia, 2014)

Wikipedie dále uvádí, že slovo selfie existovalo na periferii anglické slovní zásoby mnohem dříve. První fotoportréty využívající odrazu v zrcadle byly známy již kolem roku 1900. Samotné označení selfie se ovšem začalo používat až o sto let později. K jeho šíření docházelo průběžně od roku 2005 na různých sociálních sítích. V roce 2013 bylo slovo selfie zařazeno do online slovníku Oxford English dictionary a bylo vyhlášeno slovem roku. (2014)

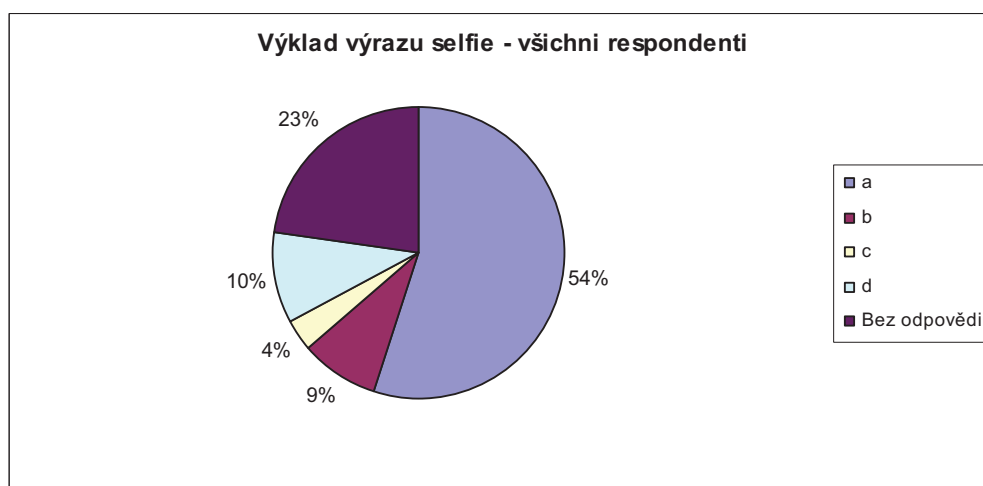
---

<sup>4</sup> Tento tvar považujeme za chybu autora stránky, neboť nikde jinde jsme se nesetkali s jiným použitím, než v ženském rodě, kromě stránky Bravoweb.cz, kde je zveřejněna definice ve stejném znění ovšem bez uvedeného zdroje.

V češtině je slovo selfie používáno nejčastěji v ženském rodě, patrně analogií ke slovu fotografie, a je nesklonné. (*Hledá se hvězdná selfie., Vyfoťte slušivou selfie.*) Plurál je tvořen podle angličtiny příponou –s. Výraz selfie je též používán jako adjektivum (*selfie fotka, selfie fotografování*).

Přestože se výraz selfie objevuje v češtině po velmi krátkou dobu, očekávali jsme jeho častý výskyt v pasivní slovní zásobě náctiletých respondentů, neboť se jedná o módní výraz, který se v současné době hojně objevuje na stránkách časopisů pro mládež, v bulvárním tisku i na internetu, často ve spojení s celebrity a teenagerovskými idoly, kterým by se čtenáři rádi vyrovnali svým vzhledem a které rádi napodobují na svých vlastních fotografiích, sdílených na sociálních sítích. Z tohoto důvodu jsme očekávali o něco vyšší procento správných odpovědí mezi děvčaty než mezi chlapci.

Graf č. 11



Jak je patrné z grafu, naše hypotéza se potvrdila pouze částečně. Správnou odpověď v celkovém zkoumaném vzorku zvolila nadpoloviční většina dotázaných, avšak téměř čtvrtina respondentů nedokázala vybrat žádnou z nabízených možných vymezení. Nezodpovězenou otázku zanechalo 42 % mladších žáků, naopak mezi staršími žáky nezůstala tato otázka bez odpovědi ani jednou. Zdá se, že starší žáci se pohybují více v prostředí, kde se mohou s tímto výrazem setkat, než jejich mladší spolužáci. Mezi mladšími žáky znala správnou odpověď pouze čtvrtina. Žáci devátých tříd, respektive kvarty, vybrali správnou odpověď v 91 % případů.

Očekávání velkého rozdílu v úspěšnosti mezi odpověďmi děvčat a chlapců se nenaplnila. Děvčata sice byla úspěšnější, avšak rozdíl není příliš markantní. Mezi odpověďmi dívek tvořily ty správné 61 %, ve skupině chlapců se správná odpověď vyskytla na 51 % dotazníků.

Naprosto zanedbatelný je rozdíl mezi navštěvovanými školami. Respondenti ze základní školy znali správnou odpověď v 56 % případů, respondenti navštěvující gymnázium zvolili správnou odpověď v 54 % případů.

## 8. Doplnování anglicismů do kontextu

Ve druhém cvičení, jehož cílem bylo testování pasivní znalosti nově přejatých anglicismů, měli respondenti za úkol doplnit vybrané anglicismy do kontextu. Na rozdíl od prvního cvičení tedy nepracovali s izolovanými slovy, ale s větami z reálného textu. Pro jejich získání jsme využili dva zdroje.

Prvním z nich byly webové stránky časopisu BRAVO, přístupné na webové adrese [www.bravoweb.cz](http://www.bravoweb.cz). Časopis BRAVO je tištěné periodikum, vychází každé dva týdny a je určen mládeži, a to jak děvčatům, tak i chlapcům. Mezi pravidelná témata patří informace ze světa showbyznysu (populárních herců, zpěváků, okrajově též sportovců či spisovatelů), módy a kosmetiky. Nechybí zde poradny, v nichž odpovídají nejen odborníci, ale v elektronické verzi též formou chatu sami čtenáři. Z tohoto zdroje pochází testované věty číslo 1, 2, 7 a 8 (výrazy *smartphone*, *stalker*, *sexting* a *BFF*).

Druhým zdrojem byl Český národní korpus<sup>5</sup>. Z tohoto zdroje pochází věty označené čísly 3 až 6 (*look*, *hacker*, *flipchart*, *online*).

Pro testování jsme vybírali jednoduché věty a nekomplikovaná souvětí odpovídající předpokládané věkové úrovni zkoumané cílové skupiny. Podle Chejnové (2005) existuje několik možností, jak děti mohou v tomto typu cvičení slovo správně doplnit, aniž by ho opravdu znali:

1. správným tipováním
2. na základě formální znalosti spojení některých slov bez znalosti jejich významů,
3. vyloučením slov, jejichž významy děti znají, ale která se do kontextu nehodí.

Z těchto důvodů jsme se snažili pečlivě volit distraktory tak, abychom alespoň částečně eliminovali možnost pouhého tipování. Jako distraktory jsme většinou volili slova začínající stejným písmenem či patřící do stejného sémantického pole.

Otázky byly řazeny nahodile, avšak zkoumaná slova se od sebe tematicky liší. Převažují slova související ať přímo (*smartphone*, *online*) či nepřímo (*stalker*, *hacker*,

---

<sup>5</sup> **Český národní korpus** (ČNK) je akademický projekt zaměřený na budování rozsáhlého počítačového korpusu především psané češtiny. Pracuje na něm **Ústav Českého národního korpusu** na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚČNK). Od svého založení roku 1994 má ÚČNK na starosti budování ČNK, jeho rozvoj a rovněž činnosti související, zvláště v oblasti výuky a pěstování oboru korpusová lingvistika.

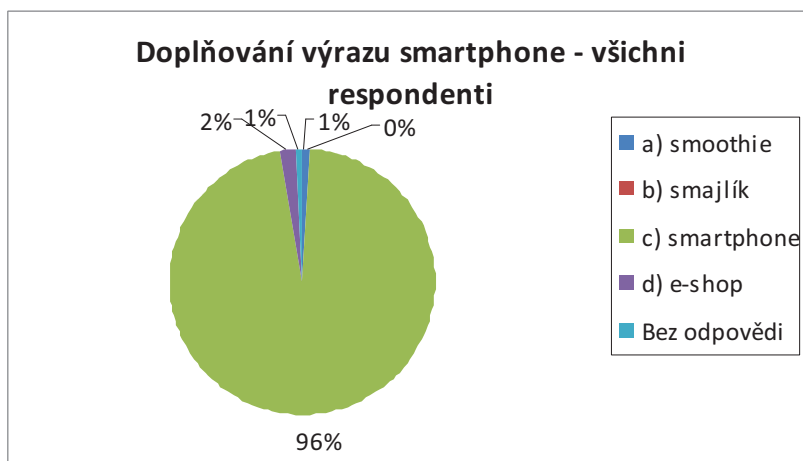
*sexting*) s moderními informačními technologiemi. Jednotlivé úlohy jsou seřazeny z hlediska celkové úspěšnosti od nejlepších výsledků po nejslabší. Správná odpověď je vždy vyznačena podtržením. Významy správných odpovědí jsme porovnali s hesly ve Velkém anglicko českém slovníku (VAČS), v obou dílech slovníku Nová slova v češtině (NS 1 a NS 2) a Novém slovníku cizích slov pro 21. století (NSCS), případně s informacemi v relevantní webových zdrojích.

## 8.1. Úloha číslo 1 (celková úspěšnost 96 %)

Pokud máš ..... s iOS nebo Androidem, tak najdeš aplikaci Instagram volně ke stažení na AppStoru nebo Android Marketu!

a) smoothie    b) smajlík    c) smartphone    d) e-shop

Graf č. 12



Přestože výraz smartphone neobsahuje žádný z námi použitých tištěných slovníků, výzkum prokázal, že je běžnou součástí pasivní (a z výsledků též usuzujeme, že i aktivní) slovní zásoby respondentů.

Ověřenou definici výrazu smartphone jsme našli v databázi online slovníku cizích slov *ABZ Slovník cizích slov*:

smartphone, smart phone

[smá:tfoun]

(angl. doslova 'chytrý telefon', žert. kalk 'chytrofon') mobilní telefon s pokročilým operačním systémem a aplikačním rozhraním

Pro srovnání ještě uvádíme definici ze slovníku britské angličtiny na Cambridge dictionaries online

smartphone

noun [C] /smɑ:t fəʊn/

a mobile phone that can be used as a small computer and that connects to the internet (mobilní telefon, který může sloužit jako malý počítač a který disponuje možností připojení k internetu – pozn. překlad autorky)

Takto vysoké procento úspěšnosti odpovědí si vysvětlujeme tím, že pro respondenty ve věku 11 – 16 let je *smartphone* v podstatě synonymem pro mobilní telefon. Mobilní telefon již v současné době patří mezi věci denní potřeby většiny školáků. Jak uvádí Vokáč (2012), první chytrý mobilní telefon byl představen 2. listopadu 1992, tedy dávno před rokem narození respondentů z našeho zkoumaného vzorku.<sup>6</sup> Rozšíření *smartphonů* mezi běžné uživatele nastává v polovině první dekády nového milénia a pokračuje dodnes. V současné době *smartphonům* konkurují tablety (přístroje s velkým dotykovým displejem nahrazující přenosné počítače, sloužící především k práci s multimediálními soubory) a také zařízení označovaná některými výrobci a distributory jako „*phablety*“ (blend ze slov *phone* a *tablet*, čili zařízení větší než mobilní telefon, ale menší než tablet).

Rozdíly mezi respondenty při porovnávání výsledků z hlediska věku, pohlaví i školy se téměř neprojeví a pokud ano, nebyly příliš výrazné. Protože se jedná o výraz z oblasti informačních a komunikačních technologií, očekávali jsme rozdílnou úspěšnost správných odpovědí mezi chlapci a dívkami. Výsledek nás překvapil. Rozdíl mezi oběma skupinami byl pouze v desetinách procent (96,1 % správných odpovědí u dívek a 96,8 % správných odpovědí u chlapců).

Mladší žáci přesáhli o tři procenta úspěšností správně zodpovězené otázky hranici 90 % , starší žáci byli se svými odpověďmi 100%.

Nevelký rozdíl jsme též zaznamenali v úspěšnosti respondentů z různých typů škol. Ta v obou případech též překročila 90 %. Správně odpovědělo 95 % žáků základní školy a 98 % studentů nižšího gymnázia.

---

<sup>6</sup> Rozpětí dat narození respondentů, dle věku uvedeného v dotazníku je 1998 – 2003.



## 8.2. Úloha číslo 6 (Celková úspěšnost 95 %)

Zájemci, kteří by si chtěli pejska z útulku pořídít, ale nemají čas se tam zastavit osobně, si mohou fotografie psů prohlédnout .....

a) outfit      b) single      c) online      d) look

VAČS

**online, on-line** [ , on ' laɪn] adj Comput. on-line [onlajn], on-linový [onlajn-], sprážený; [on the Internet] připojený na Internet

adj (customers, discussion, service, users) on-line

adv on-line [onlajn]; **be o.** být připojen online; **order sth o.** (ticket, holiday) objednat co online [-lajn] or prostřednictvím Internetu; **pay sth o.** [bills] platit co on-line; **shop o.** nakupovat online

NS 1

**on-line** [onlajn] příd. <z angl.>

poč. *přímo, aktuálně propojený (s řídicím systémem); ve stavu aktivace, připravenosti přijímat data:* on-line zapojený terminál; peněžní automaty pro majitele karet VISA jsou připojeny on-line; databáze je zpřístupněna on-line

NS 2

**on-line**\*<sup>7</sup> [-lajn] přísl.

*prostřednictvím Internetu:* Američan ví, že za televizi objednanou on-line zpravidla zaplatí méně než v kamenném krámu; nákup lze uskutečnit on-line; platit účty, nakupovat a objednávat lístky online Psáno též *online*

NSCS

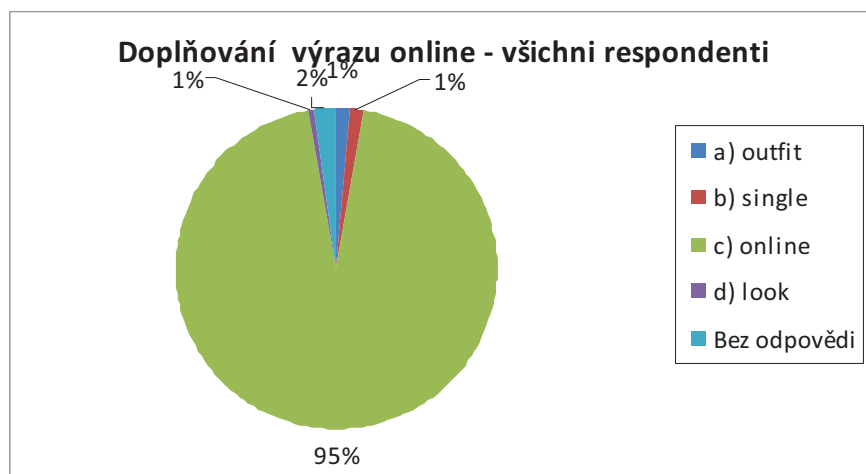
on-line, online [-lajn]

IT spojený s řídicím systémem n. počítačovou či jinou sítí

---

<sup>7</sup> V NS 2 obsahuje značku čtverečku, označující neosémantizmy, zde nahrazujeme hvězdičkou.

Graf č. 13



Výraz online proniká již několik let z periferie do centra slovní zásoby, podobně rychle jako se šíří připojení na internet mezi obyvateli České republiky. Podle informací Českého statistického úřadu bylo v roce 2011 62 % domácností v ČR připojeno na internet. Porovnáním definic z obou dílů Slovníku neologismů jsme zjistili rozšíření významu pojmu online od technického termínu k označení každodenní reality.

Mezi zkoumanými skupinami jsme v tomto případě nepozorovali téměř žádné rozdíly. Výsledky odpovídají našim předpokladům, že se jedná o známý a rozšířený výraz, a tudíž jsme očekávali velmi vysoké procento úspěšnosti. Dále jsme očekávali mírnou převahu hochů nad děvčaty a studentů gymnázia nad žáky ZŠ. I když se jedná o výraz z oblasti techniky, je pro naše respondenty natolik známý, že děvčata i hoši dosáhli velmi vysoké úspěšnosti přes 90 %. V tomto případě dokonce děvčata vykazují vyšší úspěšnost než hoši, avšak pouze nepatrně. Mezi děvčaty bylo zaznamenáno 96,1 % správných odpovědí, mezi hochy 93,7 %. Největší rozdíl se projevil mezi věkovými kategoriemi. Zatímco mladší respondenti odpověděli správně v 91 % případů, mezi staršími jsme zaznamenali dokonce 98,5 % správných odpovědí (pouze jediná chybná odpověď). Jednu jedinou chybnou odpověď v úloze číslo 6 jsme též zaznamenali mezi studenty opavského gymnázia, zatímco žáci pražské základní školy se zmýlili sedmkrát (z toho šestkrát žáci šestých tříd). Vyjádřeno v procentech, bylo zaznamenáno 98,3 % správných odpovědí mezi gymnazisty a 91,7 % správných odpovědí mezi žáky základní školy.

### 8.3. Úloha číslo 8 (Celková úspěšnost 85 %)

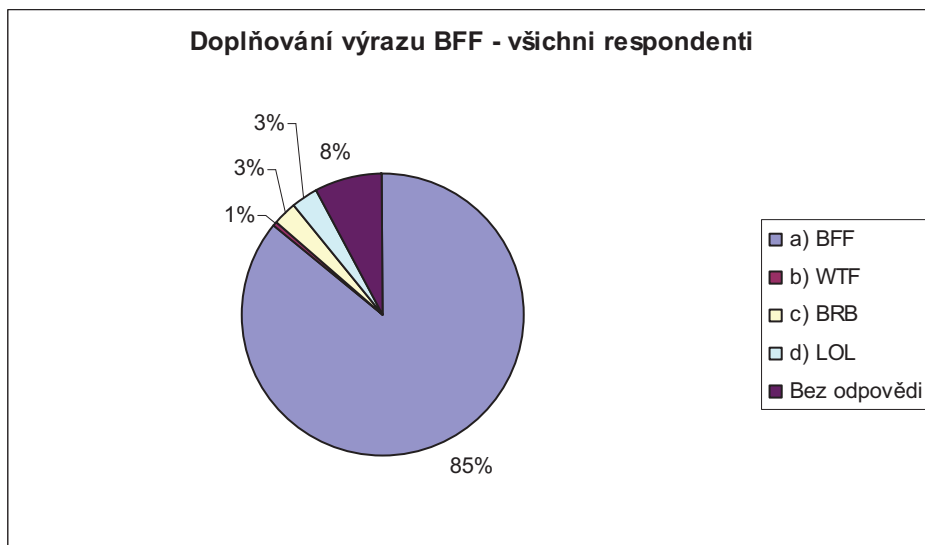
Ahoj BRAVO, moje kámoška mě a mou ..... pomlouvá proto, že se nám líbí Justin Bieber a Austin Mahone.

a) BFF      b) WTF      c) BRB      d) LOL

Rozšíření komunikace formou krátkých textových zpráv (sms) přes mobilní telefony, komunikační program a chatovací web s sebou přineslo množství zkratek. Nejprve cizojazyčných přejímek, poté i českých. Zkratky pomáhají uživatelům lépe využít omezený počet znaků pro jednu zprávu. Přestože ceny za posílání sms i přenos dat výrazně klesly, je používání zkratek v elektronické komunikaci stále velmi populární a nezdá se, že použití zkratek pronikne i do komunikace tváří v tvář. Zkratku, jejíž znalost jsme testovali, vybrala autorka záměrně, neboť ji jako zkušená uživatelka elektronických komunikačních nástrojů před studiem článků v časopisech pro mládež sama neznala. Na základě osobní zkušenosti jsme předpokládali nižší obeznámenost s touto zkratkou i mezi respondenty. Jedná se spíše o módní záležitost a v textech vyjadřuje více konotace dívčího přátelství než chlapeckého, a proto jsme předpokládali vyšší úspěšnost správných odpovědí mezi dívkami.

Význam zkratky BFF jsme nenalezli v žádném z tištěných slovníků, s nimiž jsme pracovali, a bez kontextu by byl téměř neodhalitelný. Iniciály BFF zastupují sousloví „best friends forever“, neboli „nejlepší kamarádi/ky navždy“. Zajímavostí je, že v českém kontextu označuje většinou kamarádství dívek, zatímco v cizojazyčném kontextu se užívá i pro označení nerozlučného přátelství chlapců. Dále je také zajímavé, že ačkoli se jedná o neslabičnou iniciálovou zkratku, často na sebe váže atributy, které se pak skloňují analogií podle slova kamarádka. To je patrné z našeho zadání testové otázky: *moje kámoška mě a mou BFF pomlouvá*, ale takovýchto příkladů najdeme více, např. *bavím se s mou bývalou BFF, našla si jinou BFF místo mě*. Přiřazení ke vzoru žena (kamarádka) je patrné i ve spojení s přísudkem v minulém čase: *co by jste udělali kdyby na vás vaše BFF byla naštvaná kvůli tomu že jste dali přednost klukovi* ?[sic] (Bravoweb.cz, 2014)

Graf č. 14



Celková úspěšnost správných odpovědí překvapivě přesáhla hranici 80 %. Respondenty příliš nezmátly ani nabízené distraktory, které zahrnovaly zkratky používané v elektronické komunikaci o něco déle než zkratka BFF. Zkratka WTF zastupuje anglické „what the fuck“ (Co to sakra má být?). Zkratka BRB se užívá pro „be right back“ (Hned se vrátím. – myšleno k počítači, abych mohl po krátké přestávce, pokračovat v konverzaci). Zkratka LOL zastupuje sousloví „laughing out loud“ (hlasitě se směji) a v konverzaci často nahrazuje emotikony<sup>8</sup>.

Mezi staršími žáky byla úspěšnost dokonce 98 %. Zdá se, že tato zkratka patří do běžné slovní zásoby dnešní mládeže. Úspěšnost mladších žáků byla nižší, přesto však stále na vysoké úrovni 75 % správných odpovědí.

I na této otázce se potvrdilo, že studenti gymnázia dosahují vyššího procenta úspěšnosti oproti svým vrstevníkům ze základní školy. Gymnazisté volili správnou odpověď v 93 % případů, žáci ZŠ v 81 % případů.

Vyhodnocení výsledků potvrdilo naši hypotézu o vyšší úspěšnosti dívek, ovšem rozdíl v úspěšnosti mezi dívkami a chlapci není tak markantní, jak jsme předpokládali. Správnou odpověď zvolilo mezi dívkami 94 % dotazovaných, ovšem také hoši dosáhli v množství správných odpovědí vysoké úspěšnosti (81%). Lze předpokládat, že se s touto zkratkou mládež nejen setkává v mediích orientovaných na dospívající čtenáře, ale také ji aktivně používá ve vzájemné komunikaci.

<sup>8</sup> Významy zkratk často používaných v elektronické komunikaci je možno nalézt na webu [www.zkratky.cz](http://www.zkratky.cz).

#### 8.4. Úloha číslo 4 (Celková úspěšnost 84 %)

Gang ..... pravděpodobně pronikl do systému, který zpracovává karetní transakce z platebních terminálů a bankomatů.

a) hackerů    b) stalkerů    c) frontmanů    d) smartphonů

VAČS

hacker

[ 'hækə(r)]

průnikář, hacker [hekr, heker], haker, nabourávač

NS 1

**hacker** [hekr, heker], **haker** –a m. <z angl.>

poč. kdo neoprávněně (buď pro zábavu nebo s úmyslem škodit) proniká do chráněných počítačových systémů, programů, dat; průnikář: činnost hackerů rozšířila oblast počítačové kriminality

V odborných slovnících z oblasti výpočetní techniky se uvádí výraz *hacker* též ve významu 'počítačový fanda'

NSCS

hacker

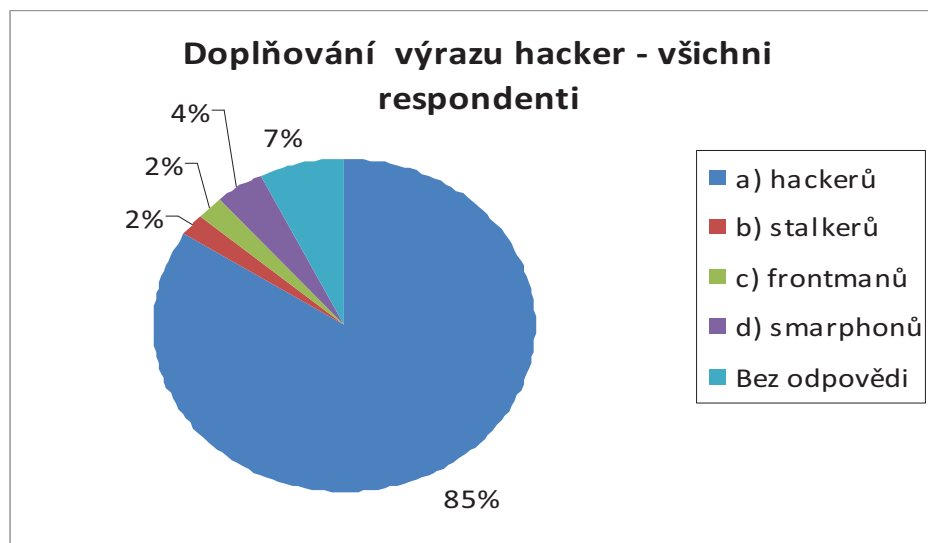
[hekr]

osoba, která nezákonně narušuje počítačové sítě

*IT* obecně odborník na práci s počítačovými programy

U slova hacker jsme předpokládali vysoké procento správných odpovědí, neboť problematika počítačové kriminality je velmi často zmiňována v médiích určených široké veřejnosti. Taktéž předpokládáme, že s tímto termínem byli žáci konfrontováni v rámci informačního vzdělávání zařazeného do školní výuky, případně se s ním sami setkali v nějakém osvětovém materiálu na internetu.

Graf č. 15



Jak je patrné z grafu, výzkum naši hypotézu potvrdil. Slovo hacker tak přešlo ze slovní zásoby odborníků do slovní zásoby laiků a zdá se, že se v ní ujalo daleko lépe než jeho české ekvivalenty zaznamenané ve Slovníku neologismů. Vyšší obeznámenost s tímto výrazem prokázala, dle našich očekávání, skupina starších žáků. Nemýlilo se 93 % z nich. Ve vzorku dotazovaných mladších žáků zvolily správnou odpověď tři čtvrtiny respondentů. Narozdíl od svých starších spolužáků také nezanedbatelná část, konkrétně 13 %, nedokázala vybrat žádnou z nabízených odpovědí jako vhodné doplnění kontextu. Z bližší analýzy vyplynulo, že otázku číslo 4 zanechala bez odpovědi především mladší děvčata (90 % z nich). Výraz hacker patří do terminologie pokročilejších uživatelů informačních technologií a příznivců práce s moderními technologiemi, z čehož se dá usuzovat na vyšší rozšíření ve slovní zásobě chlapců. V celkovém vyhodnocení úspěšnosti v rámci skupiny stejného pohlaví jsme však nezaznamenali výrazné rozdíly. Míra úspěšných odpovědí mezi dívkami dosáhla 81 %, hoši byli mírně úspěšnější, správnou odpověď jich zvolilo 89 %.

Nezanedbatelný je i rozdíl mezi žáky základní školy a gymnazisty. Gymnazisté vybrali správnou odpověď v 93 % případů, žáci navštěvující základní školu se v úspěšnosti dostali těsně pod hranici 80 %.

## 8.5. Úloha číslo 3 (Celková úspěšnost 67 %)

I tento rebelský ..... může působit elegantně a žensky.

- a) cool                      b) catering      c) look                      d) billboard

VAČS

**look** [luk] n.

1 [*glance*] pohled

2 [usu sg] [*appearance, expression*] vzhled, look\* [luk]

3 [pl] ~s vzhled, vzezření

4 [*fashion*] (módní) linie, **the new l.** nová módní linie

Přestože je tento výraz běžně používán v médiích, především v časopisech pro dívky a ženy, nenašli jsme jeho význam v žádném z použitých tištěných slovníků neologismů.

Uvádíme alespoň definici z elektronického ABZ Slovníku cizích slov:

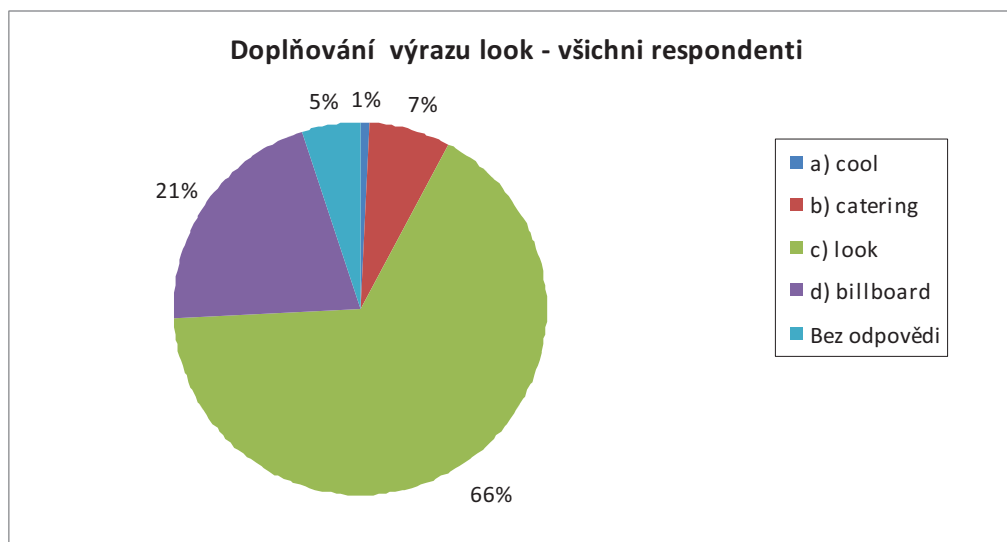
**look**

Výslovnost: luk

Význam: vzhled, vzezření, zevnějšek

Výraz look se v češtině používá ve spojení s módou a líčením, z tohoto důvodu jsme očekávali nejvyšší úspěšnost ve skupině starších děvčat. Tento předpoklad se nám po vyhodnocení odpovědí potvrdil. Z celkového zkoumaného vzorku vybralo správnou odpověď pouze 67 % dotázaných. Pětina respondentů zvolila odpověď „d) billboard“. Slovo billboard je patrně pro mládež mnohem známější, s billboardy se setkávají denně takřka na každém kroku. Přestože doplnění výrazu billboard do testované věty zní trochu krkolomně, není úplně nelogické. Jistě by se našel sortiment služeb či zboží, který by byl propagován v rebelském stylu a působil žensky či elegantně.

Graf č. 16



Nejnižší procento správných odpovědí jsme zaznamenali ve skupině žáků šestých tříd pražské základní školy. Správnou odpověď zde zvolilo pouze 33 % dětí. Častěji volili možnost „d“ billboard. Tuto variantu zaškrtnulo 42 % šestááků. Naopak tři čtvrtiny opavských primánů zvolili na této otázce správnou variantu. Výsledky skupiny starších žáků (tj. devátááků a kvartánů) se dle předpokladu vyznačují vysokou úspěšností. Procento správných odpovědí v této skupině dosáhlo 89 %.

Z výše uvedených údajů je patrné, že se tyto výsledky promítly i do srovnání výsledků z hlediska navštěvovaného typu školy. Mezi studenty opavského gymnázia zvolilo správnou odpověď 86 % z nich, mezi žáky základní školy byla úspěšnost pouze 55 %.

Velké rozdíly ve znalosti slova „look“ jsme také zjistili při porovnání úspěšnosti výběru správné odpovědi mezi skupinou děvčat a skupinou hochů. Děvčata byla v tomto případě mnohem úspěšnější a potvrdila tak naši hypotézu, že tento výraz spadá do jejich povědomí na základě většího zájmu o líčení a odívání, než je tomu u chlapců. Mezi dotazovanými dívkami jich zvolilo správnou odpověď 84 %. Z odpovědí hochů usuzujeme, že jim tento výraz není příliš blízký. Správnou odpověď jsme zaznamenali pouze ve 45 % dotazníků vyplněných chlapci. Nezanedbatelná skupina chlapců (37 %) označila jako správnou odpověď výraz „billboard“.



## 8.6. Úloha číslo 7 (Celková úspěšnost 65 %)

Skoro čtvrtina britských rodičů si myslí, že jejich dospívající děti posílají po internetu zprávy se sexuálním obsahem, tzv.....

a) chat b) VoIP c) kyberstalking d) sexting

Výraz sexting se v češtině objevil teprve nedávno a i v angličtině jej můžeme stále chápat jako neologismus označující nově vzniklou skutečnost. Žádný z námi použitých slovníků tento výraz neuvádí, pouze NS 2 uvádí jako heslo „sex-“, objevující se jako část složených slov.

**sex-**

první část složených slov mající význam

1. *vztahující se k sexu* v nových výrazech, např. sexaféra, sexpilulka
2. *mající sexuální, erotickou tematiku* v nových výrazech, např. sexfestival, sexstory
3. *související se sexuálními službami* v nových výrazech, např. sexbar, sexklub

Kolísání *sex* mezi funkcí první části složených slov a mezi platností přídavného jména se projevuje v některých případech psáním dohromady, se spojovníkem, popř. zvlášť. V některých případech se uplatňuje variantní podoba *sexy-*.

I v tomto případě jsme vyhledali definici v online slovníku cizích slov ABZ:

**sexting (angl.)**

sextování, tj. elektronické rozesílání textových zpráv, fotografií, obrázků, videí se sexuálním obsahem

Podobnou definici uvádí i Cambridge Dictionaries Online

**sexting**

*noun* [U] /'seks.tɪŋ/

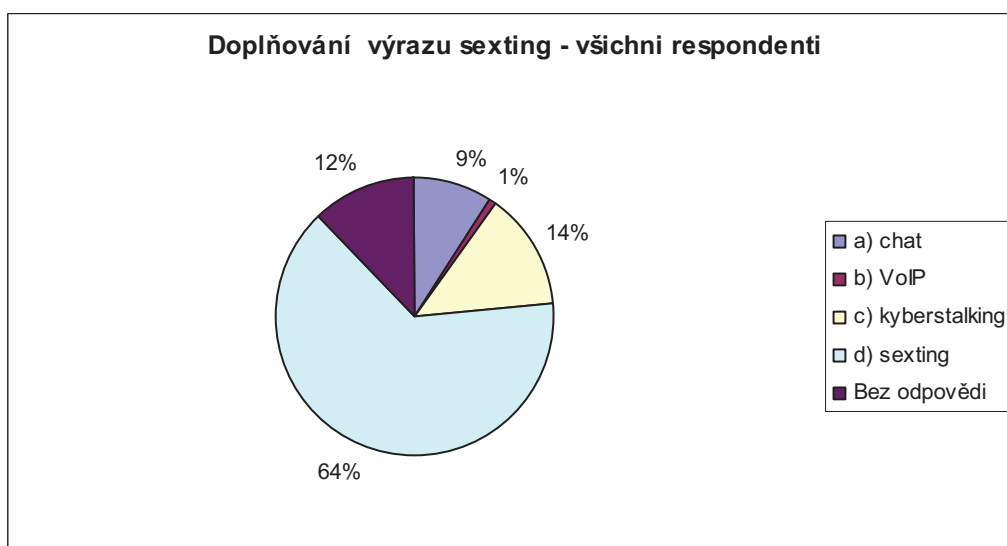
the activity of sending text messages that are about sex or intended to sexually excite someone (zasílání textových zpráv se sexuální tematikou či záměrem někoho sexuálně vzrušit – pozn. překlad autorky)

Analyzovaný výraz na první pohled vypadá, že spadá pouze do slovní zásoby dospělých. Bohužel, sexting vždy neprovozují pouze zletilí jedinci. To je patrné i z věty,

kteřou jsme použili v našem dotazníku. V knize *Bezpečnost dětí na internetu* popisuje Lenka Eckertová, co je to sexting a jaké je jeho nebezpečí, takto:

*„Pojem ‚sexting‘ je složeninou slov SEX a TEXTING. Označuje zasílání či sdílení vlastních odhalených fotografií, videozáznamů nebo textů (např. sms, e-mailů) s erotickým a sexuálníím podtextem, prostřednictvím moderních komunikačních technologií. Tyto materiály vytváří samy děti. Buďto je umístí na Internet – např. do profilu na sociální síti, anebo je přímo odešlou – např. mobilním telefonem chlapec dívce, o kterou má zájem. Sexting probíhá nejčastěji mezi vrstevníky. Ojediněle není ani zasílání odhalených fotografií neznámým lidem, např. z chatu nebo seznamky, za úplatu. [...] Dospívající mladí lidé objevují sexuální vztahy, experimentují. Neuvědomují si, že se v důsledku sextingu vystavují vysokému riziku vydírání, zneužívání a veřejného posměchu.“ (2013, s. 68–69)*

Graf č. 17



V současné době, kdy se klade důraz na informační vzdělávání a osvětu mezi uživateli internetu, nás zajímalo, zda-li termín z této oblasti zná i mládež, která se může stát velmi lehce obětí činů zneužívajících informační technologie. Věta, kterou měli respondenti doplnit, pocházela z Bravowebu a byla v podstatě vysvětlením hledaného výrazu. I přes toto usnadnění vybralo správnou možnost odpovědi pouze 64 % dotazovaných, přičemž není vyloučeno, že výraz sexting někteří respondenti zvolili pouze proto, že první část této složeniny působí na mladistvé atraktivně, bez ohledu na to, znají-li význam celého slova.

Všechny tři přidané distraktory souvisí s elektronickou komunikací a především možnosti „a“ a „c“ dokázaly respondenty odvést od správné odpovědi. Možnost „a“, kterou zvolilo 9 % dotázaných, není v zásadě špatně, neboť chat je jedním z kanálů, kudy se sexting může přenášet, ovšem neslouží výlučně komunikaci s erotickou tematikou. Možnost „c“ mohla být dotazovaným povědomá z médií či z osvětové přednášky ve škole. O stalkingu bude řeč v následující sekci, na vysvětlenou uvádíme, že o kyberstalkingu hovoříme, pokud stalker „při svém jednání využívá především Internet (např. e-maily, sociální sítě) a mobilní telefon (telefonáty, sms)“ (Eckertová, Dočekal, 2013, s. 67) Je zajímavé, že 58 % žáků, kteří uvedli odpověď „c“, tvoří studenti primy z opavského gymnázia.

V celkovém porovnání úspěšnosti odpovědí na jednotlivých školách však výsledky nijak nevybočily. Žáci základní školy Campanus odpověděli správně v 66 % případech, studenti opavského gymnázia zaznamenali úspěšnost o málo nižší (61 %).

Vyhodnocení úspěšnosti v této otázce odpovídá úměrně informovanosti a nárůstu uživatelských schopností mládeže v práci s informačními technologiemi. Mezi mladšími respondenty jsme zaznamenali pouze 50% úspěšnost (nejčastěji volená špatná odpověď gymnazistů byl kyberstalking, zatímco žáci základní školy raději nechali otázku nezodpovězenou). Naopak ve skupině starších dětí přesáhla úspěšnost odpovědí přes hranici 80 %.

Zajímavé vyhodnocení přineslo srovnání úspěšnosti odpovědí mezi pohlavími. Úspěšnost děvčat dosáhla pouhých 58 %, zatímco dotazníky vyplněné hochy vykázaly úspěšnost správné odpovědi v 71 %. Tento výsledek si vysvětlujeme několika způsoby. Chlapci mají blíže k práci s informačními technologiemi (pokud termín neznali, mohli lépe vyloučit matoucí odpovědi) a méně se stydí v komunikaci o tabuizovaných tématech.

## 8.7. Úloha číslo 2 (Celková úspěšnost 56 %)

Šílený....., který pronásledoval Sel, se svému psychiatrovi svěřil, že ji chce zabít.

a) stalker      b) babysitter      c) dealer      d) rapper

VAČS

**stalker** [ˈsto:kə(r)] n.

osoba, která obsedantně někoho sleduje a vnucuje mu svou přítomnost

NS 1, 2

výraz neuveden

NSCS

uvádí pouze sloveso, od něž je daný výraz odvozen:

**stalking** [stɔl-]

dlouhodobé systematické obtěžování jiného člověka sledováním, nežádoucím stykem

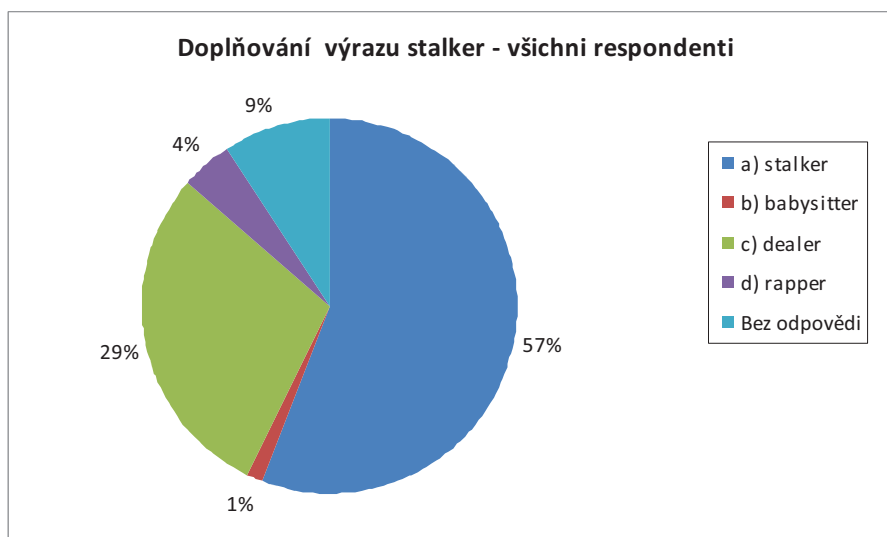
Eckertová k tomuto tématu uvádí:

*„Při ‚stalkingu‘ pachatel svoji oběť dlouhodobě pronásleduje, omezuje a obtěžuje ji. Zpočátku může jít o opakované projevy přízně, které však mohou vyústit ve vyhrožování. ‚Stalker‘ (slidič) významně narušuje soukromí své oběti a vyvolává v ní strach a úzkost. Konkrétní osobu může kontaktovat osobně, elektronicky, posílat jí dopisy a poštovní zásilky atd. Svoji pozornost může agresor zaměřit také na rodinu oběti, její příbuzné a přátele.[...] ‚Stalkerů‘ pochází z různých společenských vrstev. Jejich aktivity mohou trvat i několik let a oběti se může stát kdokoli, bez vlastního zavinění. (2013, s. 67)*

Slova stalker a stalking jsme považovali za módní a známé z médií. Neobjevují se pouze ve zpravodajských relacích, ale také v časopisech pro mládež, neboť populární osobnosti mají své horlivé fanoušky a pronásledovatele, kteří se k nim snaží dostat co nejblíže. Pokud se taková akce vydaří, objevuje se populární osobnost v bulváru, kde si nad pronásledováním zoufá, ale nenápadně též obecnstvu sděluje, že je o ni zájem. Věta vybraná do našeho dotazníku, pochází z článku na Bravowebu, který informuje o

pronásledování americké zpěvačky Seleny Gomez před třemi lety. Náповědou mělo být sloveso „pronásledoval“. Přesto správnou odpověď zvolilo pouhých 57 % dotázaných. Téměř jedna třetina respondentů zvolila možnost „c“ dealer, jenž dospívající znají ze spojení „drogový dealer“, případně jako pouliční či podomní prodejce služeb (např. mobilních operátorů či distributorů energií).

Graf č. 18



Významnou proměnnou, která ovlivnila výsledky této úlohy, je věk respondentů. Ve skupině mladších žáků (šestáci a primáni) zvolilo správnou odpověď pouhých 26 % dětí. Celých 50 % se přiklonilo k možnosti „c“ dealer, která je pro tuto věkovou kategorii z médií a osvětových akcí známější než výraz stalker a v kontextu daného souvětí nepůsobí nelogicky. Dalších 16 % nevedlo žádnou odpověď. Naopak devátákům a kvartánům tato úloha nečinila větší obtíže a správnou odpověď uvedlo 89 % z nich.

Vyvážené výsledky jsme zaznamenali v porovnání úspěšnosti děvčat (57 % úspěšných odpovědí) a chlapců (52 % úspěšných odpovědí).

V porovnání úspěšnosti odpovědí dle navštěvovaného typu školy jsme zaznamenali mírně vyšší úspěšnost u studentů gymnázia. 60 % gymnazistů uvedlo správnou odpověď, oproti žákům základní školy, kteří zvolili správnou odpověď jen v 52 % případů.

## 8.8. Úloha číslo 5 (Celková úspěšnost 42 %)

*Průběh diskuse by měl určený člověk zapisovat na viditelné místo, oblíbené jsou tabule či ..... ( archy papíru na stojanu ) .*

a) covery      b) billboardy    c) flipcharty    d) hoaxy

Výraz flipchart jsme nenašli v žádném z použitých tištěných slovníků. Uvádíme zde alespoň definice ze dvou internetových slovníků. Prvním z nich je Cambridge Online Dictionaries:

### **flip chart**

*noun* [C]

a board standing on legs with large pieces of paper fixed to the top that can be turned over (tabule na stojanu, v horní části s připevněnými velkými archy papíru, kterými lze listovat překlad – pozn. autorky)

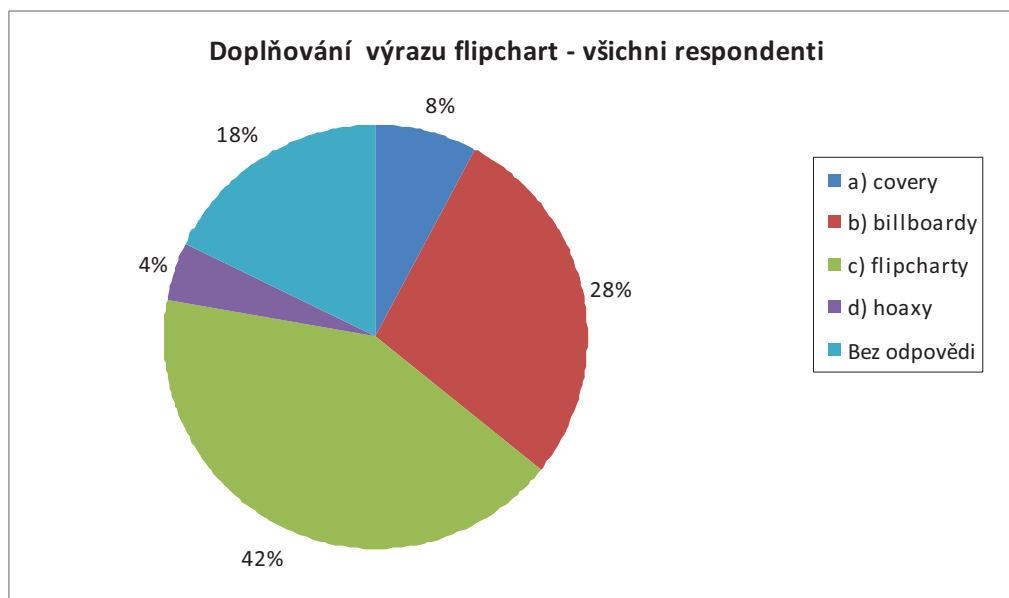
Druhá definice pochází z ABZ Slovníku cizích slov:

### **flip chart**

přenosná prezentační papírová (listovací) tabule

Výraz flipchart, jak je pro nově přejaté neologismy typické, nemá ustálenou podobu psaní. V českém kontextu se tak můžeme setkat jak s dvojslovnou podobou odpovídající původnímu výrazu, tak i s jednoslovnou, někdy též s dvojslovnou variantou se spojovníkem. Skloňuje se jako substantivum, neživotné maskulinum, podle vzoru hrad. Někdy se vyskytuje i v atributivní pozici ve spojení „flipchart tabule“.

Graf č. 19



S flipcharty se nejčastěji můžeme setkat v kancelářském prostředí. Své využití nacházejí především v zasedacích místnostech při poradách a školeních. Ovšem své využití nachází též v učebnách různých vzdělávacích institucí, včetně základních a středních škol. Jsme přesvědčeni, že i respondenti dotazníku se s flipchartem někdy setkali, avšak jak vyplynulo z výsledků našeho dotazníku, zdá se, že jim tento výraz není příliš blízký. Přestože zadaná úloha obsahovala nápovědu v podobě vysvětlení hledaného výrazu, správnou odpověď nezvolila ani polovina dotázaných.

Téměř třetina respondentů pak zvolila, podobně jako v úloze číslo tři, možnost b) „billboardy“. I zde si tento fakt vysvětlujeme tím, že billboard je pro dnešní mládež běžnou součástí všedního dne. Ke zvolení tohoto distraktoru je též mohla navést informace, že se jedná o „archy papíru“. Náročnost této úlohy potvrzuje i fakt, že téměř jedna pětina respondentů nedokázala vybrat žádnou z námi nabízených odpovědí.

Zajímavé výsledky přineslo i porovnání úspěšnosti odpovědí z hlediska pohlaví, věku a navštěvovaného typu školy. Procentuálně vyjádřená úspěšnost správných odpovědí ve skupině chlapců i děvčat v podstatě reflektuje celkový výsledek a nijak od sebe tyto dvě skupiny neodlišuje. Mezi dívkami jsme zaznamenali 42 % správných odpovědí, mezi chlapci 43 % správně zvolených odpovědí.

Výsledky potvrdily náš předpoklad, že by tento výraz mohli znát spíše gymnazisté než žáci základní školy a také spíše starší respondenti než ti mladší, u nichž se předpokládá, že s danou prezentační pomůckou již někdy pracovali. Rozdíly v úspěšnosti

sledovaných skupin jsou výrazné. Avšak ve všech případech se jedná o velice nízkou úspěšnost, což bylo patrné i celkových výsledků. Ve skupině mladších žáků zvolilo správnou odpověď pouhých 28 %. Starší respondenti byli úspěšní v 59 % případů.

Podobné hodnoty vykazuje i srovnání obou typů škol. Pouhých 33 % žáků pražské základní školy zvolilo v nabídce správnou odpověď. Dalších 34 % jejich spolužáků se přiklonilo k variantě „b)“ a 20 % respondentů navštěvujících základní školu nedokázalo zvolit žádnou z nabízených odpovědí. Naopak správné odpovědi gymnazistů dosáhly nadpoloviční úspěšnosti. Správnou odpověď označilo 56 % z nich.



## 9. Aktivní znalost anglicismů – nahrazení českého slova přejatým

Ve třetím cvičení jsme se zaměřili na testování aktivní znalosti anglicismů. Úkolem bylo nahradit český výraz odpovídajícím anglicismem. Testovaná slova nebyla zadávána izolovaně, ale v kontextu reálných vět získaných převážně z webu zaměřeného na mládež. Zdrojem pro získání relevantního materiálu se stal stejně jako v předchozím případě web časopisu BRAVO [www.bravoweb.cz](http://www.bravoweb.cz). (věty a – d) a také Český národní korpus (věta e). Slova byla volena tak, aby odpovídala věkovému zařazení respondentů, o nichž jsme předpokládali, že se s nimi mládež běžně setkává. Cvičení neobsahovalo žádné nápovědy, neboť naším cílem bylo zjistit, zdali jsou žáci vůbec schopni nahradit české výrazy anglickými a zda vybrané anglicismy vůbec patří do jejich slovní zásoby.

U tohoto úkolu jsme očekávali nejnižší procento správných odpovědí, neboť patří z celého dotazníku k nejnáročnějším. Respondenti museli uvést nejen anglický ekvivalent, ale také jej použít ve správném tvaru, nahradit český výraz stejným slovním druhem v angličtině a také anglicismus správně zapsat. Z tohoto důvodu jsme též očekávali vyšší procento otázek bez odpovědi.

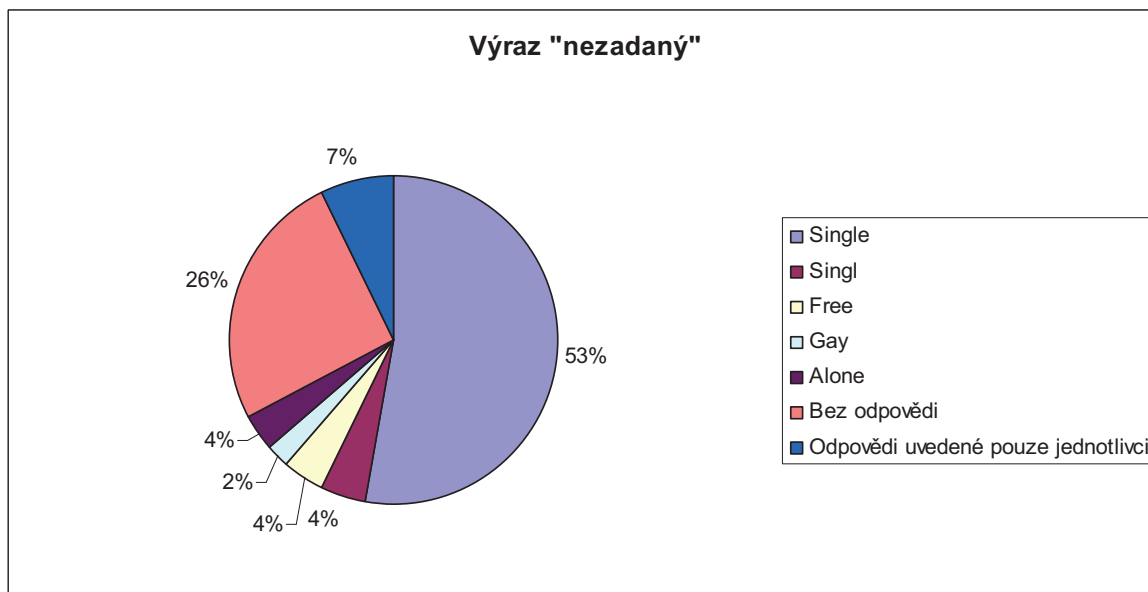
## 9.1. Věta a) (Úspěšnost 52 %)

**Zadání:** Niall z One Direction je aktuálně podle všeho **nezadaný**.

**Původní věta:** Niall z One Direction je aktuálně podle všeho **single**.

Další možné odpovědi: free, heart free, singl

Graf č. 20



Při řešení tohoto úkolu prokázali respondenti velkou kreativitu. Více než tři čtvrtiny z nich se pokusily na naši otázku alespoň nějak odpovědět a jak je patrné z výše uvedeného grafu, také více než polovina dokázala uvést správné synonymum. Přesto jsme při zadávání tohoto úkolu očekávali úspěšnost mnohem vyšší, neboť výraz *single*, ve smyslu nezadaný či svobodný, považujeme za poměrně běžný a často užívaný nejen v časopisech pro mládež. Ostatní odpovědi dosáhly pouze marginálních hodnot, přesto bychom mezi těmito odpověďmi našli takové, které svým významem vyjadřují synonymní vztah k uvedenému adjektivu. Mezi ně patří například výrazy *singl*, *free*, *heart free* či *not married*.

Respondenti v tomto případě zvolili několik různých strategií:

1. znali správnou odpověď
2. odpověděli opisem
3. odpověděli synonymem v češtině
4. odpověděli anglickým či českým výrazem odpovídajícím kontextu, bez ohledu na podtržené slovo

U této otázky jsme předpokládali vyšší úspěšnost správných odpovědí u dívek, neboť se jedná o slovo z oblasti mezilidských vztahů, o kterou se zpravidla zajímají více pubertální dívky než chlapci. Tato hypotéza se potvrdila. Správnou odpověď uvedlo 65 % děvčat. Mezi chlapci byla úspěšnost podstatně nižší, dosáhla pouze 37 %.

Zajímavé výsledky jsme získali vyhodnocením odpovědí mladších a starších respondentů. Podle očekávání byla úspěšnost správných odpovědí u mladších respondentů nižší než starších. Odpověď *single* tvořila u mladších respondentů 39 % ze všech odpovědí této skupiny. Ještě větší část, celkem 46 % mladších dotazovaných, neuvedlo žádnou odpověď. To v případě starších respondentů tvořily správné odpovědi již 67 % a 2 % odpověď na tuto otázku zcela vynechalo. Můžeme se tedy domnívat, že s vyšším věkem se tento výraz dostává více do povědomí mládeže, což může být způsobeno též vyšším zájmem o mezilidské vztahy.

V porovnání výsledků podle typu navštěvované školy jsme zjistili, že vyšší úspěšnosti dosáhli studenti gymnázia, a to s 63 % úspěšných odpovědí, na rozdíl od žáků základní školy, kteří dokázali zvolit správnou odpověď pouze ve 46 % případů. Gymnazisté též prokázali vyšší kreativitu, neboť bez odpovědi zanechalo tuto otázku pouze 5 % z nich, zatímco mezi žáky základní školy vynechalo odpověď na tuto otázku 40 % dotazovaných.

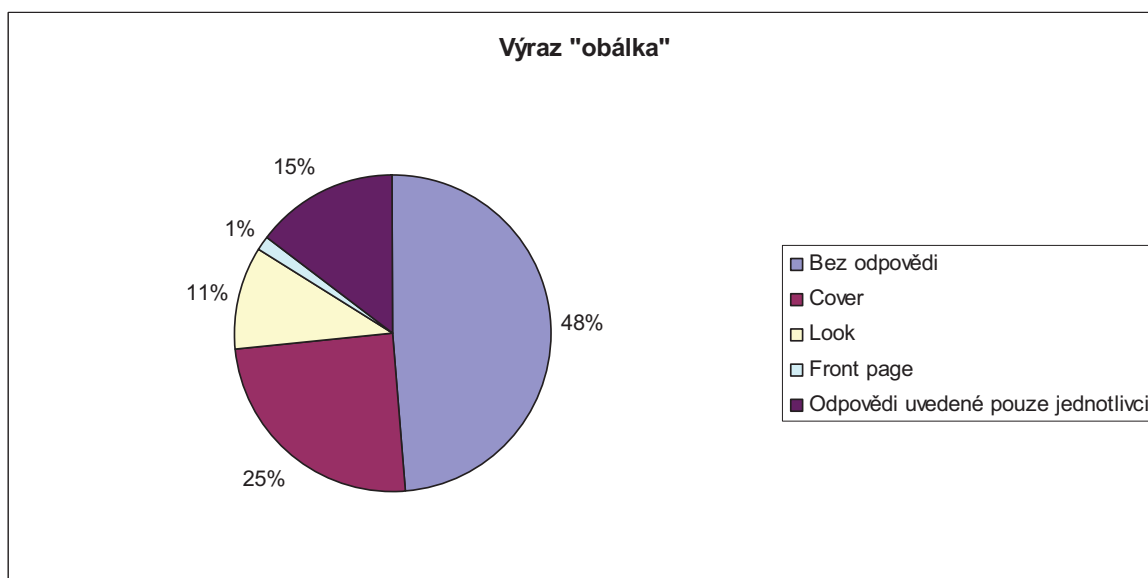
## 9.2. Věta b) (Úspěšnost 25 %)

**Zadání:** Máš jedinečnou možnost ovlivnit, jak bude vypadat příští **obálka** oblíbeného dívčího teen časáku!

**Původní věta:** Máš jedinečnou možnost ovlivnit, jak bude vypadat příští **cover** oblíbeného dívčího teen časáku!

Další možné odpovědi: front page, title page

Graf č. 21



Tato úloha se ukázala jako velmi těžká, a to i přesto, že věta v zadání pocházela z webu určeného výhradně mládeži. Správný výraz „cover“ dokázalo doplnit pouhých 25 % našich respondentů. Označení *cover* pro titulní stránku používá většina časopisů pro mládež, především pak ty určené dívkám. Domnívali jsme se též, že by dotazovaní mohli znát výraz „cover girl“<sup>9</sup>, který by jim mohl napomoci doplnit správné slovo do tohoto cvičení. Je však pravděpodobné, že respondenti z řad mládeže mají výraz *cover* v povědomí spíše ze spojení *cover verze*, který se používá v hudebním průmyslu pro nově nazpívanou či nahranou skladbu původně nahranou jiným interpretem. Téměř polovina dotázaných nedokázala slovo *obálka* v daném kontextu nahradit žádným jiným slovem.

<sup>9</sup> Jako cover girl označujeme dívku, často modelku či populární osobnost, jejíž fotografie se objeví na titulní straně (populárního) časopisu. Časopisy pro mládež někdy pořádají společně s modelingovými agenturami soutěže o nejkrásnější dívku a možnost stát se cover girl onoho magazínu.

Zbývající čtvrtinu odpovědí lze zařadit do několika kategorií. Někteří nejspíše hledali odpověď v nápovědách předchozích úkolů (dokonce 11 % respondentů uvedlo výraz *look*, dále jsme pak zaznamenali výrazy *flipchart(y)* či *smartphone*). Jiní zkoušeli alternativní označení (*frontpage*, *frontsite*, *frontside*). Další se pokusili přeložit výraz obálka v jeho dalším významu, čili obálka dopisní (*envelope*, *letter*), objevil se také pokus o vlastní neologismus vytvořený poangličtěním českého výrazu (*obaliton*), případně uvedli alespoň česká synonyma (*titulka*, *titulní strana*, *dopisní obálka*).

Také výsledky druhé otázky prokázaly, že aktivní používání nově přejatých anglicismů vyžaduje větší jazykovou zkušenost i zkušenost s mimojazykovou realitou. V našem vzorku dotazovaných, označovaném jako mladší respondenti, dokázalo slovo *obálka* nahradit výrazem *cover* pouhé 1 % dětí. Jeden z respondentů uvedl výraz v nesprávném tvaru jako *cavr*. Nejčastěji uváděnou odpovědí v této skupině byl výraz *look* (uvedlo jej 9 % dotázaných v této skupině). Více než tři čtvrtiny mladších respondentů však na tuto otázku nedokázaly uvést žádnou odpověď. Starší respondenti si v tomto úkolu vedli o mnoho lépe než jejich mladší protějšky. Požadovanou odpověď uvedlo 53 % z nich. Starší děti tak potvrdily předpokládaný větší rozhled i kreativitu, neboť odpověď u této otázky vynechalo pouze 17 % z nich.

Při porovnání výsledků podle pohlaví se ukázala vyšší úspěšnost děvčat oproti chlapcům. Správnou odpověď uvedla třetina děvčat, mezi chlapci dosáhla úspěšnost správných odpovědí pouze 16 %. Tento výsledek si vysvětlujeme rozšířeností posuzovaného výrazu především v dívčích časopisech. Předpokládáme, že ve věku respondentů počet dívek toužících stát se cover girl převyšuje počet chlapců obdivujících dívky na obálkách časopisů.

Úspěšnost odpovědí získaných žáky jednotlivých škol byla překvapivě vyrovnaná. Na obou zúčastněných školách uvedla správnou odpověď čtvrtina posuzovaného vzorku. Avšak zatímco žáci základní školy nechali v 60 % otázku nevyplněnou, mezi gymnazisty zůstala otázka nezodpovězena pouze v 33 % případů. Můžeme se tedy domnívat, že gymnazisté přistoupili k úkolu s vyšší mírou kreativity.

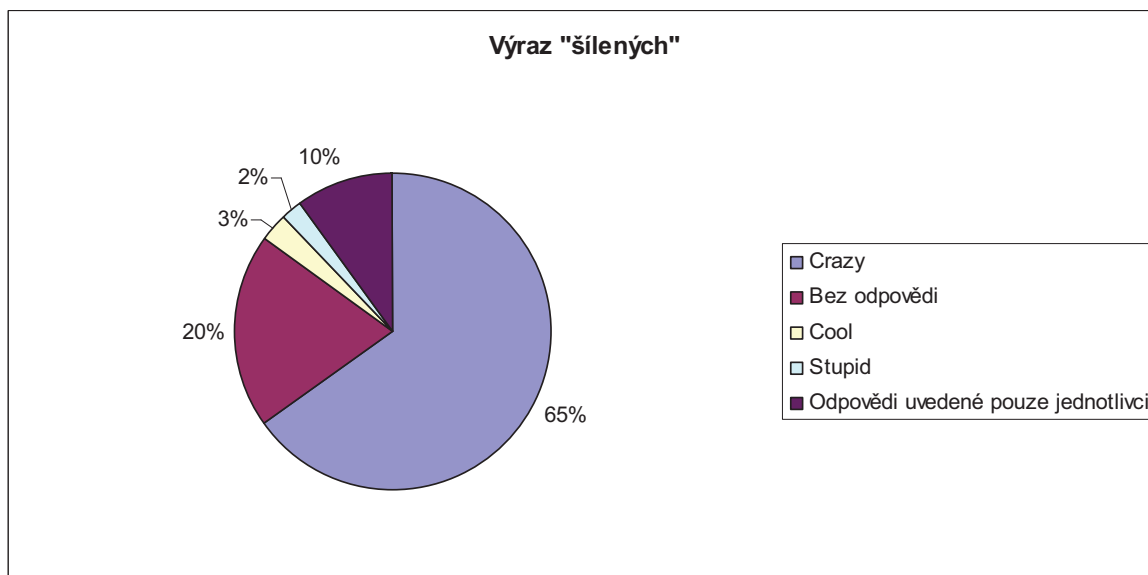
### 9.3. Věta c) (Úspěšnost 65 %)

**Zadání:** 10 šilenných momentů z nového klipu One Direction!

**Původní věta:** 10 crazy momentů z nového klipu One Direction!

Další možné odpovědi: mad, wild, foolish, insane

Graf č. 22



Výraz „crazy“ patří mezi výrazy, jež se hojně vyskytují v časopisech pro mládež. Od původního výskytu pouze ve spojení „crazy komedie“, se nyní vyskytuje i ve spojení s dalšími substantivy. „Crazy“ mohou být činnosti, oděvy a často též fotografie. Použitím výrazu mluvčí vyjadřuje nadsázku a pozitivní konotace k předmětu promluvy. Pokud je v češtině někdo nebo něco „crazy“, spíše než nebezpečným bláznem je někým či něčím obdivuhodným, poutajícím pozornost.

Dle našich předpokladů naši respondenti v této otázce dosáhli nejvyšší procentuální úspěšnosti v oddílu zaměřeném na aktivní používání anglicismů. Správnou odpověď „crazy“ uvedlo 65 % dotázaných. Další tři procenta respondentů pravděpodobně znala mluvenou podobu správné odpovědi, jen si nedokázala poradit psanou variantou (*Craizy, Crazies, Krejzy*). Několik dotazovaných též uvedlo jiné anglické výrazy s totožným či podobným významem (*mad, insane, freak*). V tomto úkolu jsme též zaznamenali nejnižší procento úplného vynechání odpovědi (20 %)

Porovnání úspěšnosti odpovědí z hlediska sledovaných proměnných (věk, pohlaví, navštěvovaný typ školy) koresponduje s většinou předchozích otázek. Téměř polovina z mladších respondentů odpověděla správně (49 %), z dotazníků vyplněných staršími

respondenty jsme získali nazpět více než čtyři pětiny (83 %) obsahující správnou odpověď na tuto úlohu.

Výrazné rozdíly jsme zaznamenali v používání tohoto výrazu i mezi sledovanými školami. Zatímco tři čtvrtiny gymnazistů uvedli správnou odpověď, žáci základní školy byli úspěšní jen z 57 %. Vliv na tento výsledek má především velmi malá úspěšnost žáků šestých tříd. Pokud se zaměříme pouze na tuto skupinu, zjišťujeme, že sice 38 % šestáků uvedlo správnou odpověď, ve správném tvaru, avšak téměř polovina z nich (48 %) neuvedla odpověď žádnou. V ostatních skupinách přitom dotazníky s vynechanou odpovědí tvořily zanedbatelnou část.

Faktor pohlaví se v tomto případě neprokázal jako rozhodující. Obě skupiny prokázaly podobnou úspěšnost odpovědí. Mírně vyšší procento odpovědí jsme zaznamenali mezi dívkami (70 % správných odpovědí mezi dívkami oproti 57 % procentům úspěšných odpovědí mezi chlapci). Z tohoto výsledku můžeme usuzovat, že výraz „crazy“ není spojován pouze s mediálním obsahem zaměřeným na dívčí a ženskou část populace, ale objevuje se i v kontextu známém a oblíbeném mezi hochy, jako jsou například počítačové hry či komiksy.

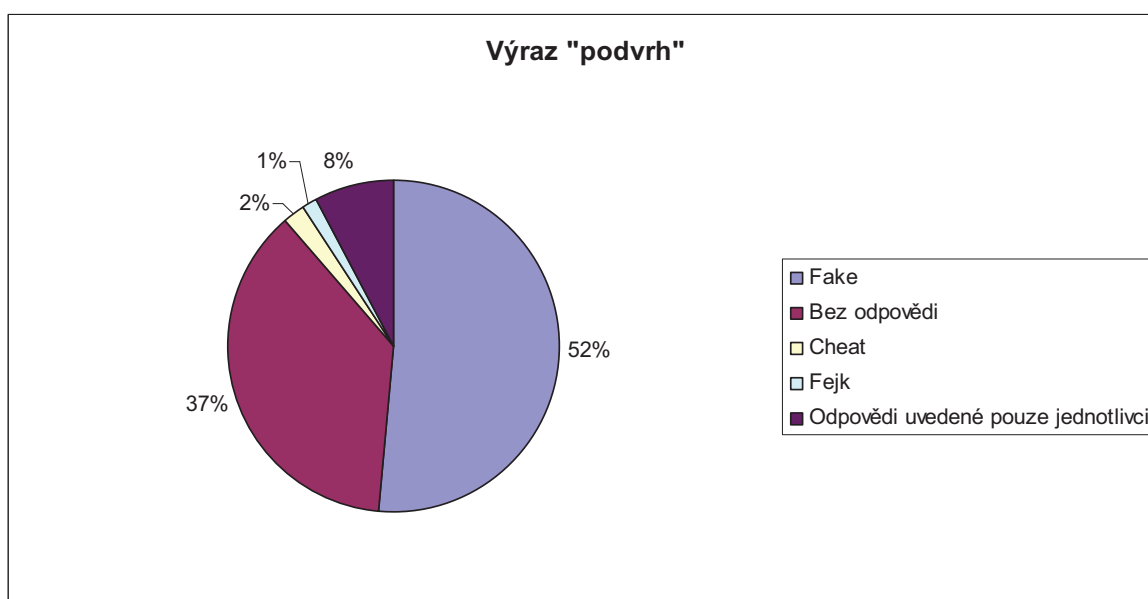
#### 9.4. Věta d) (Úspěšnost 51 %)

**Zadání:** Chci jen říct, že tohle je **podvrh** [http://www.bravoweb.cz/profily/\\*\\*\\*\\*\\*](http://www.bravoweb.cz/profily/*****). Kdyby něco psala tak jí nevěř :)

**Původní věta:** Chci jen říct, že tohle je **fake** [http://www.bravoweb.cz/profily/\\*\\*\\*\\*\\*](http://www.bravoweb.cz/profily/*****). Kdyby něco psala tak jí nevěř :)

Další možné odpovědi: fejk, counterfeit, sham

Graf č. 23



Výraz „fake“ je v současné době velmi často používán v internetových diskusích. Diskutující tak často upozorňují na to, že předmět diskuse je smyšlený, případně, že některý z diskutujících se vydává za někoho jiného. Jak prokázal výsledek našeho šetření, není tento výraz současné mládeži neznámý. Nahradit český ekvivalent tímto výrazem dokázala více než polovina dětí. Další dva účastníci výzkumu uvedli výraz s počeštěným pravopisem „fejk“, se kterým se také v psaných textech setkáváme. Více než jedna třetina dotazovaných nedokázala uvést žádnou odpověď. Někteří žáci uvedli anglické výrazy významově blízké, např. slovesa *falsify* či *lie*. Možná pod vlivem hraní počítačových her se objevil výraz „cheat“, který primárně znamená podvádět či švindlovat, ve slangu hráčů počítačových her pak označuje vylepšení hry ve prospěch hráče (např. získáním dalších životů). Opět se také objevila slova uvedená v předchozích částech dotazníku, u nichž se mohli respondenti pokoušet odhadnout jejich význam (link, flipchart, LOL).



Srovnání výsledků z hlediska věku ukázalo, že schopnost aktivně použít výraz fake mají spíše starší než mladší respondenti. Zatímco mezi mladšími jsme zaznamenali pouze 26 % správných odpovědí, mezi staršími to bylo už 83 %. Domníváme se, že pro mladší dotazované mohlo být problémem správně určit i význam českého slova podvrh. Jeden z mladších respondentů dokonce uvedl jako odpověď „náčrtek“. Pomineme-li nesplnění úkolu, protože se především nejedná o anglicismus, je zde patrné, že došlo k záměně slov „podvrh“ a „návrh“.

Rozdílly jsme zaznamenali i mezi výsledky obou analyzovaných škol. Gymnazisté uvedli v 67 % dotazníků správnou odpověď, žáci základní školy odpověděli správně ve 41 % případů. Toto číslo podstatně ovlivňuje vysoké číslo dotazníků bez odpovědi odevzdaných žáky šestých tříd, kde ze 48 žáků jich 39 odevzdalo dotazník bez uvedené odpovědi na tuto otázku.

Srovnáním úspěšnosti odpovědí chlapců a děvčat jsme dospěli k podobným hodnotám. Výraze „fake“ uvedlo 56 % dívek a 46 % chlapců.

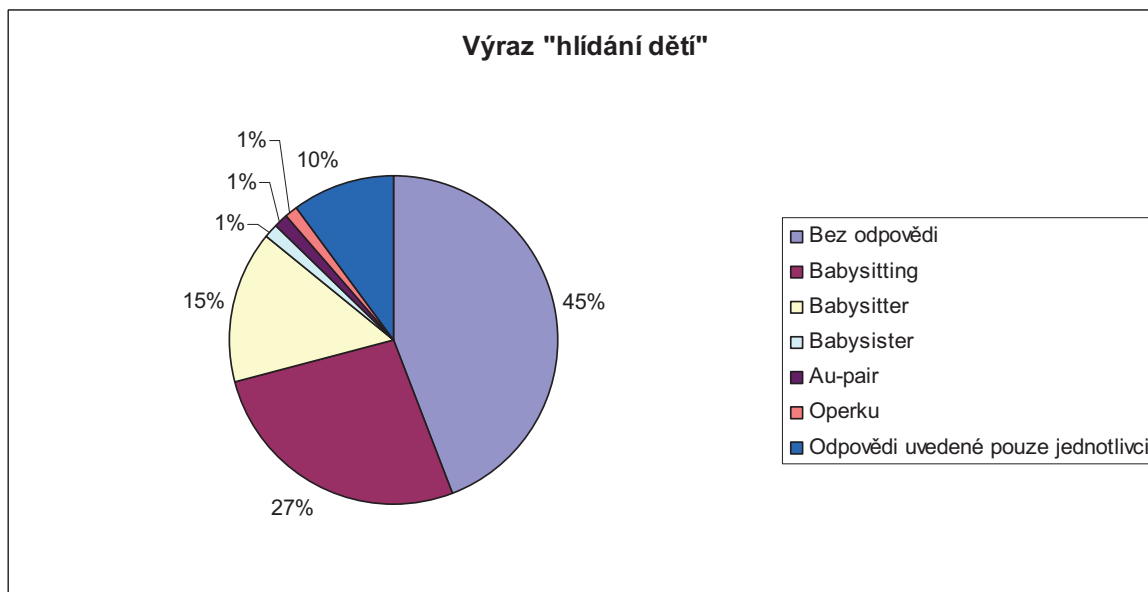
## 9.5. Věta e) (Úspěšnost 27 %)

**Zadání:** Uvítali bychom firemní školku nebo aspoň hlídání dětí.

**Původní věta:** Uvítali bychom firemní školku nebo aspoň *babysitting* .

Další možné odpovědi:

Graf č. 24



Výraz *babysitting* a *babysitter* se v češtině objevuje již od 90. let. (Uvádí jej i první díl Slovníku neologismů). Přesto není tak známý a rozšířený, jak by se mohlo zdát. V češtině více zdomácněl z francouzštiny pocházející související pojem *au-pair*, nejspíše v důsledku změny politické situace a otevření hranic, kdy se čím dál více mladých lidí (především dívek) začalo vydávat do zahraničí, kde si přivydělávají hlídáním dětí a zároveň studují cizí jazyk a získávají zkušenosti.

Při zadávání tohoto úkolu jsme očekávali spíše nižší úspěšnost správných odpovědí, což se také potvrdilo. Z celkového vzorku uvedlo výraz *babysitting* 27 % dotázaných. Poměrně velká skupina dětí uvedla výrazy od slova *babysitting* odvozené či pozměněné v důsledku nedostatečné znalosti správné psané podoby. V 16 % dotazníků se nám jako odpověď vrátil výraz *babysitter* (případně *babysiter*), což je výraz označující osobu, která *babysitting* vykonává. Tento výraz se používá jak v angličtině, tak v češtině, ovšem neodpovídá zcela zadání úkolu, které požadovalo nahradit podstatné jméno označující činnost. Další zaznamenané varianty, naznačující povědomí respondentů o hledaném

výrazu byly: *babysister*, *babysistr* či *babysistering*. Z těchto odpovědí lze usuzovat, že si žáci nejsou jisti správným tvarem a tak druhou část kompozita nahrazují výrazem, který je jim ze studia anglického jazyka bližší. V některých dotaznících se objevily i výrazy *Au-pair* či *operku*. Výraz *au-pair* se běžně používá i v angličtině, přestože se na první pohled jedná o francouzské slovo. Kromě toho, že jej tedy nemůžeme považovat za anglicismus, jedná se opět o výraz označující osobu, nikoliv činnost.

Vyhodnocení otázky vzhledem k věku respondentů ukázalo, že se výraz *babysitting* téměř výhradně objevuje ve slovní zásobě starších dětí. Pouze dva žáci ze skupiny mladších respondentů uvedli správný tvar, dalších 14 % jako odpověď uvedlo substantivum *babysitter*. Avšak celých 74 % neuvedlo žádnou odpověď. Ve skupině starších dokázala správnou odpověď v náležitém tvaru uvést více než polovina dětí (55 %) a procento vynechaných odpovědí kleslo na 9 %.

Hlídaní dětí a péče o ně je považována spíše za ženskou aktivitu, a tudíž jsme předpokládali vyšší obeznamenost dívek s anglickým pojmenováním této činnosti. Tento předpoklad se v našem výzkumu potvrdil. Mezi dívkami uvedlo správnou odpověď 35 % z nich, zatímco úspěšnost chlapců byla pouze 16 %. Lze se domnívat, že především starší dívky do budoucna uvažují o brigádě jako chůvy, případně znají články či dívčí romány věnující se tomuto tématu.

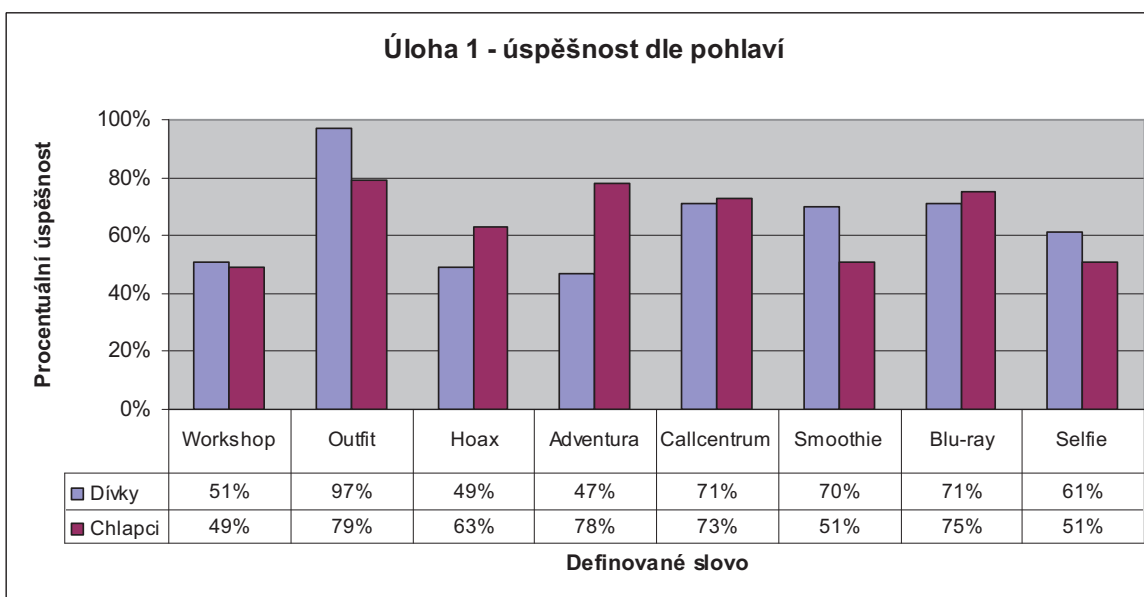
V hodnotách úspěšnosti odpovědí žáků základní školy a gymnázia jsme nezaznamenali téměř žádný rozdíl. Z reakcí žáků pražské základní školy tvořily správné odpovědi 25 %, úspěšnost gymnazistů byla 28 %. Avšak pokud porovnáme procento vynechaných odpovědí, zjistíme, že žádnou odpověď neuvedlo 55 % žáků základní školy, zatímco gymnazisté odpověď vynechali pouze v 28 % případů. Z toho výsledku se můžeme domnívat, že gymnazisté jsou kreativnější a mají širší slovní zásobu z této oblasti, neboť dokázali uvést více alternativních či příbuzných výrazů.

## 10. Zhodnocení výsledků dle sledovaných proměnných

### 10.1. Vyhodnocení dle pohlaví respondentů

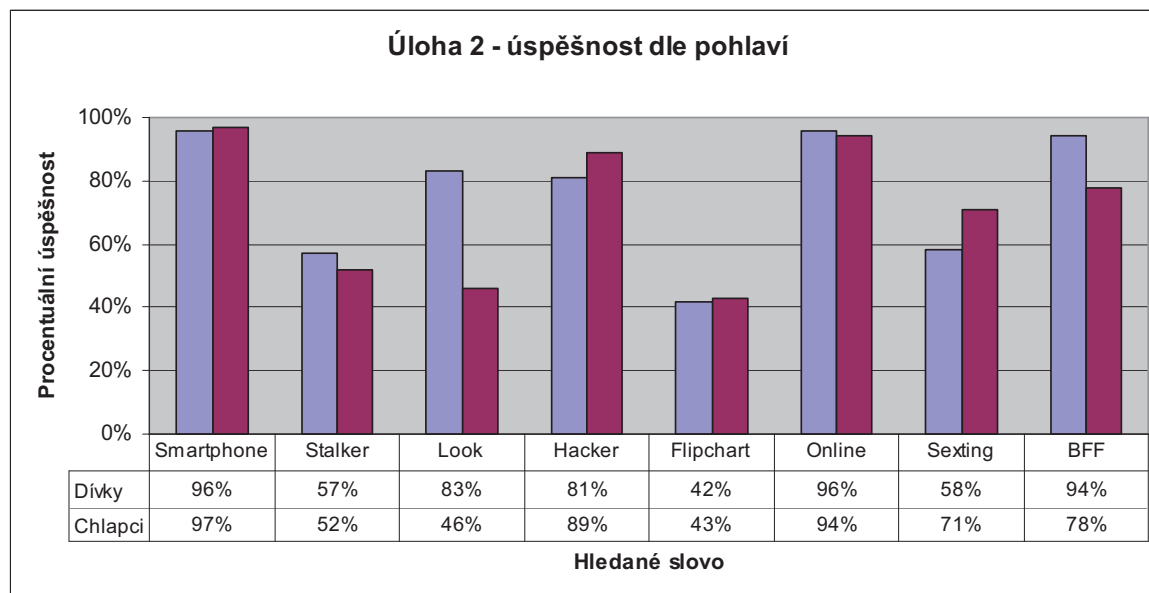
Vliv pohlaví na úspěšnost odpovědí respondentů nebyl příliš vysoký. V prvních dvou úlohách testujících pasivní znalost vybraných anglicismů byla úspěšnost chlapců a dívek vyrovnaná. Na polovině otázek z obou úkolů prokázaly vyšší úspěšnost dívky a na polovině úkolů chlapci. Rozdíl v úspěšnosti zvolených odpovědí závisí též na oblasti v níž se definované slovo obvykle používá. Tak jsme v první úloze zaznamenali podstatně vyšší úspěšnost dívek u slov souvisejících s módou a zdravým životním stylem (*outfit, selfie*), zatímco nejvyšší úspěšnost odpovědí mezi chlapci byla zaznamenána u slov z oblasti počítačů (*adventura, hoax*).

Graf č. 25



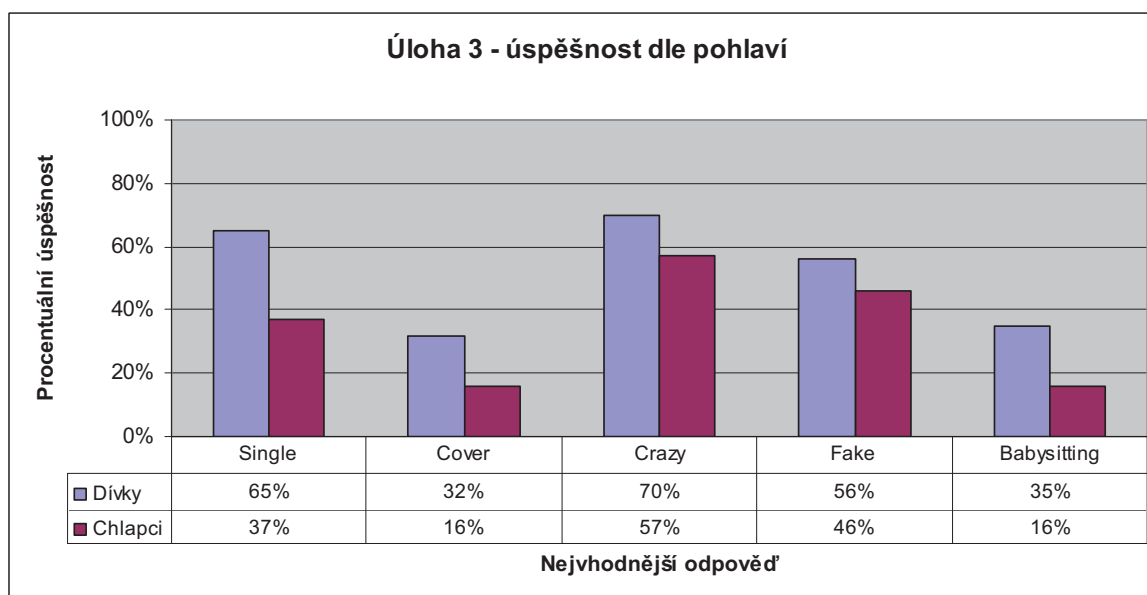
Ve druhé úloze, jejímž cílem bylo doplňování vhodného slova do kontextu, dosáhli respondenti téměř vyrovnaných výsledků. Největší rozdíl v procentu správných odpovědí uvedených děvčaty a chlapci jsme zaznamenali u výrazu z oblasti módy a líčení *look*, který správně zvolilo 83 % dívek, oproti 46 % správně zvolených chlapeckých odpovědí.

Graf č. 26



Ve třetí úloze, která sledovala opačný cíl, než předchozí dvě, tedy schopnost aktivního použití anglicismů v češtině, jsme zaznamenali jednoznačně převahu dívek.

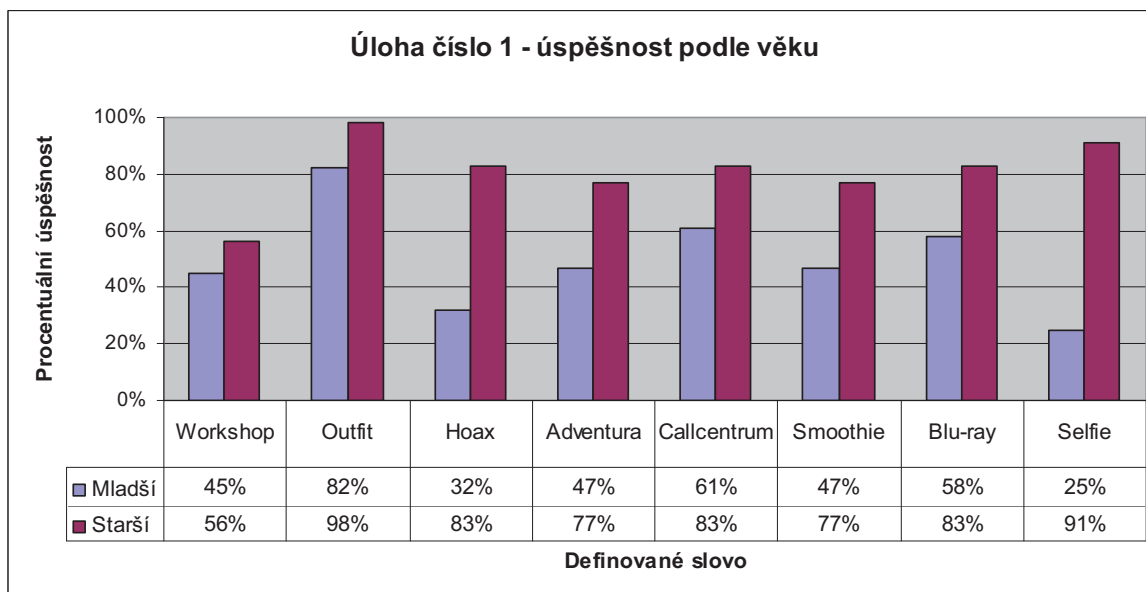
Graf č. 27



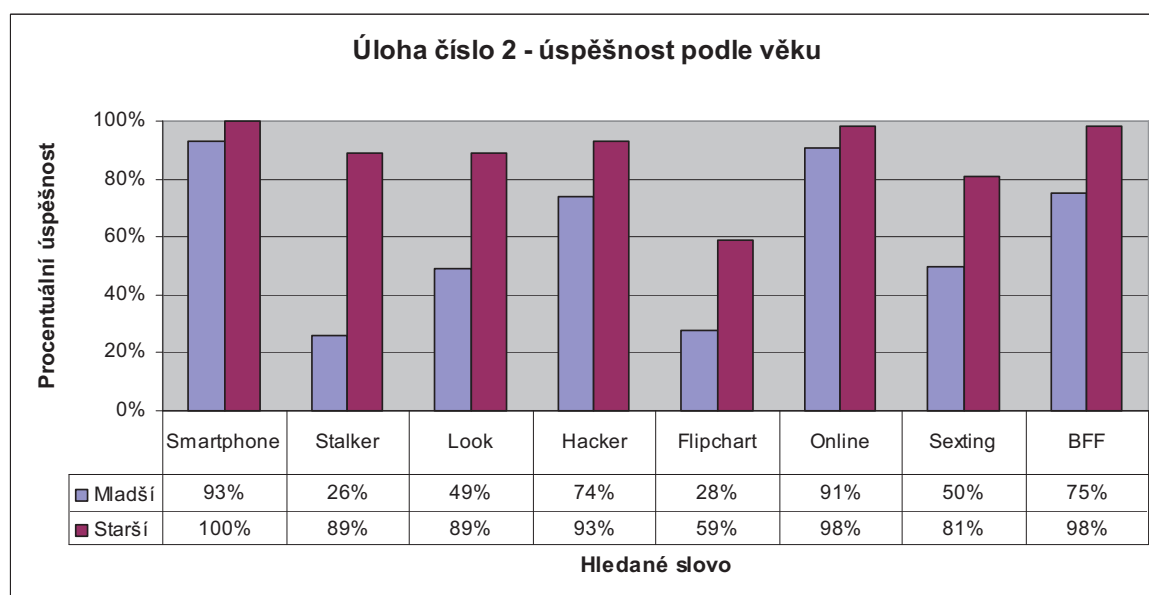
## 10.2. Vyhodnocení dle věku respondentů

Věkové kritérium považujeme za nejpodstatnější z celého výzkumu. Výsledky dotazníkového šetření potvrdily naši hypotézu. Starší respondenti oproti svým mladším spolužákům zaznamenali vyšší procento správných odpovědí ve všech zadaných úlohách.

Graf č. 28

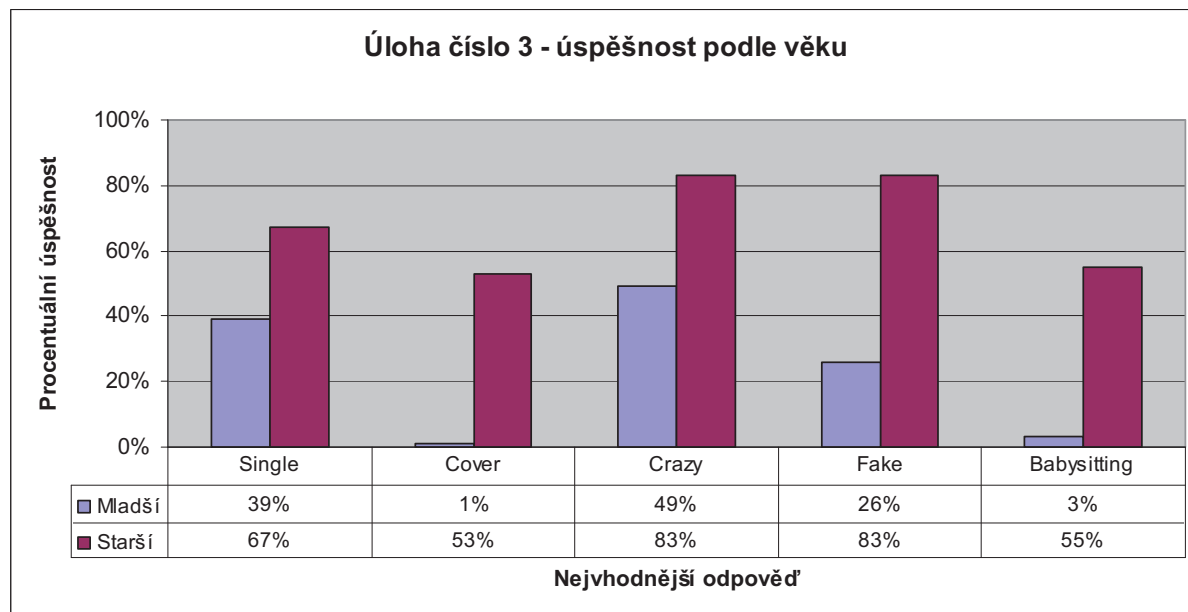


Jak ilustrují grafy, jedná se mnohdy o rozdíly v desítkách procent. Ve druhé úloze zaměřené na doplnění vhodného výrazu do kontextu se odpovědi starších respondentů blížily hranici sta procent (v jednom případě jí dokonce dosáhly).



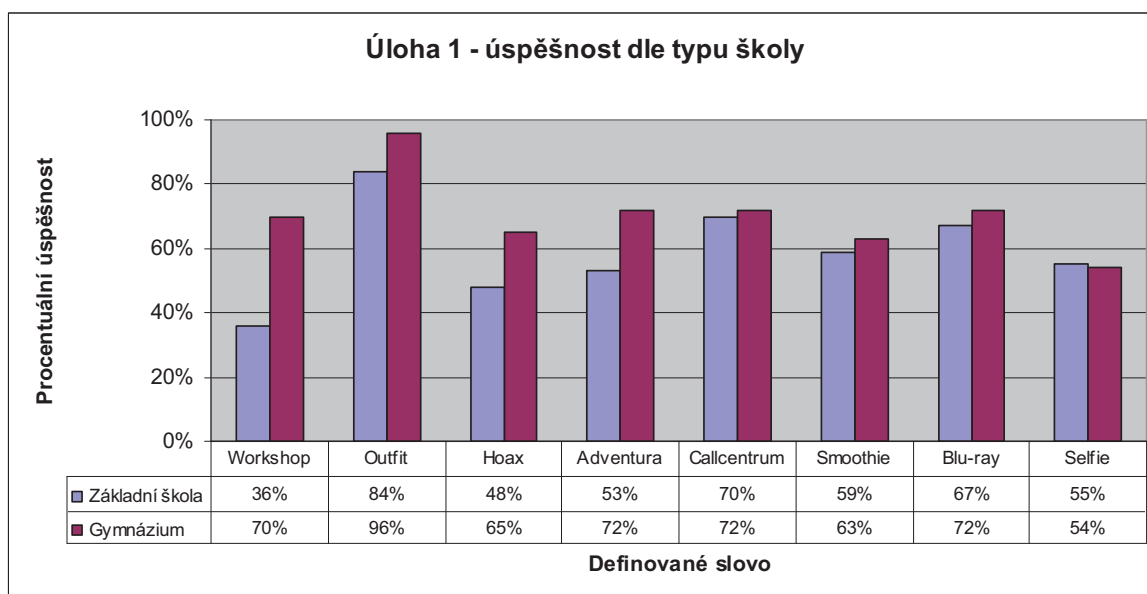
Širší slovní zásobu starších respondentů a také vyšší znalost anglicismů nám dokreslují výsledky zanesené do grafu k úloze číslo tři. Zatímco nadpoloviční většina starších respondentů dokázala aktivně použít nově přejaté anglicismy, pro mladší žáky bylo vymýšlení z angličtiny přejatých ekvivalentů k výrazům *obálka* [časopisu] a *hlídání dětí* nad jejich síly.

Graf č. 30



### 10.3. Vyhodnocení dle navštěvovaného typu školy

Graf č. 31

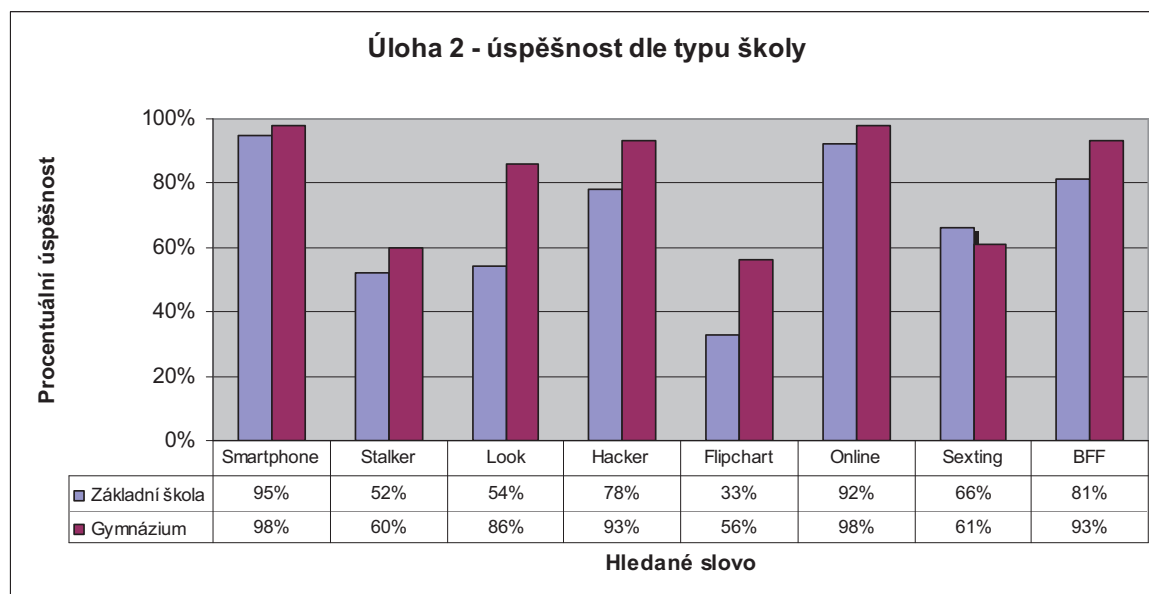


Z hlediska navštěvovaného typu školy dopadli v našem výzkumu mírně lépe studenti výběrové školy, opavského osmiletého gymnázia, oproti stejně starým žákům pražské základní školy. Převahu gymnazistů jsme zaznamenali ve všech typech cvičení, avšak ne tak významnou, jako tomu bylo při posuzování výsledků z hlediska věku. Mírně vyšší procento

správných odpovědí u žáků základní školy v porovnání se studenty gymnázia jsme v první úloze zaznamenali pouze u výrazu *selfie*, avšak rozdíl je téměř zanedbatelný.

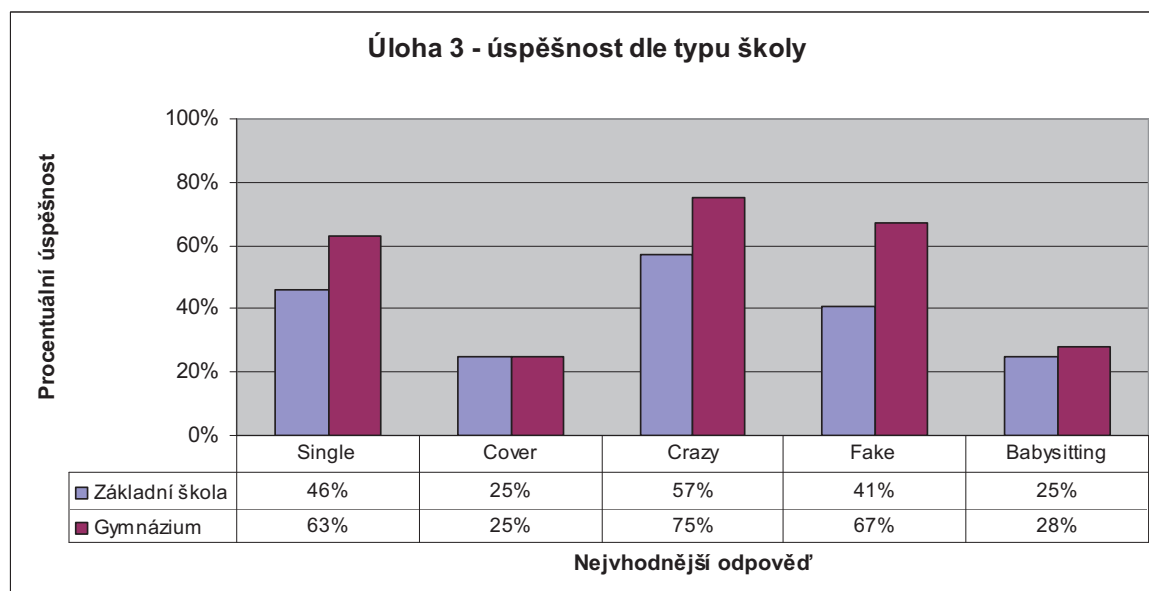
I ve druhé úloze si lépe vedli studenti gymnázia. O několik procentních bodů vyšší procento správných odpovědí mezi žáky základní školy než mezi gymnazisty jsme zaznamenali pouze u výrazu *sexting*

Graf č. 32



Rozdíly většího charakteru jsme zaznamenali až ve třetí úloze zaměřené na aktivní použití nově přejatých anglicismů. Na třech z pěti zadaných výrazů se projevila lepší znalost anglického jazyka i širší slovní zásoba gymnazistů. Ovšem na problematických výrazech (*cover*, *babysitting*) dosáhli podprůměrných výsledků obě skupiny zároveň.

Graf č. 33





## Závěr

Intenzivní obohacování slovní zásoby češtiny a její neologizace v posledních desetiletích byly v důsledku společenských a kulturních změn doprovázeny velkým přílivem anglicismů. Naše diplomová práce si kladla za cíl prozkoumat schopnost žáků porozumět nově přejatým anglicismům.

Problematika byla nejprve uvedena v teoretické části, která se zabývá slovní zásobou češtiny a jejím obohacováním, především pomocí slov přejímaných z cizích jazyků. Na teoretickou část navazuje popis použité metodologie. V dubnu roku 2014 bylo provedeno dotazníkové šetření na dvou typech škol. První z nich byla Základní škola Campanus nacházející se na pražském sídlišti, druhou pak opavské Mendlovo gymnázium. Celkem se nám vrátilo 140 vyplněných dotazníků. Výsledky dotazníkového šetření jsme zpracovali v praktické části této diplomové práce. Nepotvrdilo se nám, že by slova uvedená ve slovnících neologismů byla pro naše respondenty snáze definovatelná v porovnání s anglicismy objevujícími se v češtině po krátkou dobu. Úspěšnost odpovědí závisí spíše na oblasti použití daného výrazu. Zaznamenali jsme tak téměř 100% úspěšnost u výrazu *smartphone*, který patří mezi výrazy mládeží běžně používané a který především označuje entitu mládeži blízkou. Naopak o něco déle se v jazyce vyskytující výraz *workshop*, který je jako jediný z námi zkoumaných výrazů uveden i v Novém akademickém slovníku cizích slov, dokázala s nápovědou definovat pouze polovina respondentů.

Přesvědčili jsme se také, že velký vliv na množství úspěšných odpovědí má i typ zadání úlohy. Nejvyšší úspěšnost jsme zaznamenali v otázkách požadujících doplnění jednoho z nabízených výrazů do kontextu, naopak největší potíže měli respondenti s aktivním vymýšlením výrazů přejatých z angličtiny, jimiž měli nahradit české slovo v české větě. Na náročnosti této úloze přidal i fakt, že neposkytovala žádné nápovědy.

Při porovnání úspěšných odpovědí dle pohlaví jsme zaznamenali vyšší úspěšnost u dívek, případně byly výsledky vyrovnané. Podle předpokladů byli chlapci úspěšnější v otázkách z oblasti moderních technologií a počítačových her (*hoax, aventura, hacker*).

Při porovnání úspěšnosti odpovědí z hlediska věku se naše úvodní hypotéza zcela naplnila. Starší respondenti uvedli procentuálně více správných odpovědí než mladší respondenti a mnohdy byl rozdíl velmi výrazný.

Podle původních předpokladů se naplnil též předpoklad, že žáci gymnázia budou ve svých odpovědích úspěšnější než žáci základní školy. Rádi bychom výsledky tohoto výzkumu

navázali na dosavadní práce věnované této problematice a odnesli si z něj poučení do praxe, že je potřeba věnovat ve výuce prostor i nově přejímaným slovům do češtiny. Slovům, která nás všechny obklopují a jejichž znalost je mnohdy důležitá pro kvalitní moderní komunikaci.

## Použité zdroje:

### **Literatura:**

ADAM, Robert. Anglicizace češtiny a českého komunikačního prostoru. In: HASIL, J. (ed): Přednášky z 55. běhu Letní školy slovanských studií. Praha: FF UK, 2012, s. 21–36.

BOZDĚCHOVÁ, Ivana. Vliv angličtiny na češtinu. In: DANĚŠ, František a kol., *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha, Academia, 1997, s. 271-279. ISBN 80-200-0617-6

ČERMÁK, František. *Lexikon a sémantika*. Vyd. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2010, 357 s. ISBN 978-807-4220-203.

ČERVENÁ, Vlasta. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost: s Dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky*. Vyd. 4., dotisk. Praha: Academia, 2009, 647 s. ISBN 978-80-200-1080-3.

ENDRŠTOVÁ, Zdeňka. *Czech Attitudes to English Lexical Borrowings* Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2010. 101 s. Vedoucí práce Klára Matuchová.

GESTER, Silke. *První empirická analýza recepce anglicismů v českém jazyce*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2001, 46 s. ISBN 80-244-0378-1.

HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 1.vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1980, 195 s.

HLADKÁ, Zdeňka. Lexikologie. KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Zdenka RUSÍNOVÁ. *Příruční mluvnice češtiny*. 2. opravené. Praha: Nakladatelství Lidové Noviny, 2003, s. 65–108. ISBN 80-7106-134-4.

CHEJNOVÁ, Pavla. Znalost cizích slov u žáků 2. stupě základních škol. In: HÁJKOVÁ, Eva. *Didaktické studie II.: Kapitoly z moderní didaktiky českého jazyka*. Univerzita Karlova v Praze - Pedagogická fakulta, 2005, s. 73-86. ISBN 80-7290-293-3.

KADLECOVÁ, Kateřina. *Divky a girls podle českých dívčích časopisů: jazyk, ideologie, publikum a jeho přístup*. Liberec: Bor, 2007, 190 s., [12] s. barev. obr. příl. Jazyky a texty. ISBN 978-808-6807-577.

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, 604 s. ISBN 9788071064848.

KRAUS, Jiří et al. *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 879 s. ISBN 8020013512.

Kučera, K.: K nejnovějším vlivům angličtiny na český jazyk. In: *Přednášky z XXXIV. a XXXV. běhu LŠSS*. Praha 1995, s. 77-82

MARTINCOVÁ, Olga. *Nová slova v češtině: slovník neologizmů*. 1. vyd. Praha: Academia, 1998, 356 s. ISBN 80-200-0640-0.

MARTINCOVÁ, Olga. *Nová slova v češtině: slovník neologizmů 2*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2004, 568 s. ISBN 80-200-1168-4.

MRAVINACOVÁ, Jitka. Přejímání cizích lexémů. In: MARTINCOVÁ, Olga. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: ÚJČ AV ČR, 2005, s. 187-211. ISBN 808649621x.

NEKULA, Marek. Anglicismy v češtině. In: VIERECK, Wolfgang, Karin VIERECK a Heinrich RAMISCH. *Encyklopedický atlas anglického jazyka*. Marek Nekula. Jiří Flaišman. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2005, s. 259-275. ISBN 80-7106-569-2.

*Nový slovník cizích slov pro 21. století*. Vyd. 1. Editor Matěj Barták, Jitka Vebrová, Renata Rychlá. Praha: Plot, 2008, 367 s. ISBN 978-80-86523-89-7.

POLIŠENSKÝ, Josef. Dlouhá tradice česko-britských styků. In: MORGAN, Kenneth O. *Dějiny Británie*. 1. vyd. Brno: Nakladatelství Lidové noviny, 1999, s. 516-532. ISBN 80-7106-347-9.

*Příruční slovník jazyka českého*. Praha: Státní nakladatelství, 1935-1957, 9 sv.

Riziková komunikace: Kyberšikana a další elektronické ústrky. In: ECKERTO VÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na Internetu: rádce zodpovědného rodiče*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013, s. 68-69. ISBN 9788025138045.

TEJNOR, Antonín. Přejatá slova a veřejné mínění. *Naše řeč*. 1972, roč. 55, č. 4, s. 185-202.

## **Elektronické zdroje:**

*ABZ Slovník cizích slov* [online]. [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: [www. http://slovník-cizich-slov.abz.cz/](http://slovník-cizich-slov.abz.cz/)

BONTONFILM. Blu-ray filmy jsou na českém trhu už rok. ARGONIT S.R.O. *HDmag* [online]. Argonit s.r.o., 2008, 3.4.2008 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://hdmag.cz/clanek/blu-ray-filmy-jsou-na-ceskem-trhu-uz-rok-aktualizovano>

*Cambridge dictionaries online: The most popular online dictionary and thesaurus for learners of English* [online]. Cambridge University Press, 2014 [cit. 2014-06-10]. Dostupné z: <http://ht.ly/5CuVY>

*Cestovní kancelář Adventura* [online]. [cit. 2014-06-11]. Dostupné z: [www.adventura.cz](http://www.adventura.cz)

*Český národní korpus - SYN*. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha. Cit.10.06.2014, dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>.

Databáze Neomat [online]. Verze 2.0 [cit. 2014-06-10]. Praha : Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i., 2011. Dostupná na: <http://www.neologismy.cz/>

DOSTÁLOVÁ, Alena. Analýza anglicismů užívaných v časopisech pro mládež a jejich místo ve slovní zásobě žáků 2. stupně základních škol [online]. 2012 [cit. 2014-06-09]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce Ivana Kolářová. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/215926/pdf\\_m/](http://is.muni.cz/th/215926/pdf_m/).

CHRÁMECKÝ, Tomáš a Romana MALEČKOVÁ. Na internet je připojeno 62 českých domácností ze sta. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Český statistický úřad* [online]. 29. 11. 2011 [cit. 2014-05-15]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/na\\_internet\\_je\\_pripojeno\\_62\\_ceskych\\_domacnosti\\_ze\\_sta2011129](http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/na_internet_je_pripojeno_62_ceskych_domacnosti_ze_sta2011129)

KOLAFA, Ondřej. *Využití instant messagingu pro komunikaci mezi firmou a zákazníkem* [online]. Praha, 2010, 30. 4. 2012 [cit. 2014-05-31]. Dostupné z: [http://www.vse.cz/vskp/show\\_evskp.php?evskp\\_id=23093](http://www.vse.cz/vskp/show_evskp.php?evskp_id=23093). Bakalářská. VŠE. Vedoucí práce Antonín Pavlíček.

KUBÍČKOVÁ, Blanka. Smoothie: Jaké vám pomůže zhubnout nebo dodat energii?. In: *Seznam.cz: Proženy.cz* [online]. 11.4.2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.prozeny.cz/magazin/zdravi-a-zivotni-styl/nase-zdravi/38991-smoothie-jake-vam-pomuze-zhubnout-nebo-dodat-energii>

LATKO, Karel. Historie spotřební elektroniky: 1. díl: Jaký byl vývoj?. In: *TV Freak* [online]. 30.5.2011 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.tvfreak.cz/historie-spotrebni-elektroniky-1-dil-jaky-byl-vyvoj/4271-4>

*Mendelovo gymnázium Opava* [online]. 2014 [cit. 2014-06-10]. Dostupné z: [www.mgo.opava.cz](http://www.mgo.opava.cz)

Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. 126 s. [cit. 2014-06-07]. Dostupné z WWW:<[http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPZV\\_2007-07.pdf](http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPZV_2007-07.pdf)>.

Selfie. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, 5.5.2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Selfie>

URBÁNKOVÁ, Alena. Slovní zásoba a anglicismy u dětí vyšších ročníků 2.st. ZŠ [online]. 2009 [cit. 2014-06-09]. Diplomová práce. JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce Milena Nosková. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/5ig8l8/>>.

VOKÁČ, Luděk. Smartphonům je 20 let. Projděte si jejich historii. In: *Mobil.idnes.cz* [online]. MAFRA a.s., 2. 11. 2012 [cit. 2014-05-15]. Dostupné z: [http://mobil.idnes.cz/smartphonum-je-20-let-projdete-si-jejich-historii-fus-mob\\_tech.aspx?c=A121028\\_220246\\_mob\\_tech\\_vok](http://mobil.idnes.cz/smartphonum-je-20-let-projdete-si-jejich-historii-fus-mob_tech.aspx?c=A121028_220246_mob_tech_vok)

Základní informace o technologii Blu-ray. *Samsung* [online]. 12.10.2011 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.samsung.com/cz/article/blu-ray-101>

Základní informace o technologii Blu-ray: Co je formát Blu-ray?. *Samsung* [online]. 12.10.2011 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.samsung.com/cz/article/blu-ray-101>

*Základní škola Campanus* [online]. [cit. 2014-06-10]. Dostupné z: [www.campanus.cz](http://www.campanus.cz)

*Zkratky.cz* [online]. [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: [www.zkratky.cz](http://www.zkratky.cz)

## Resumé

Tato diplomová práce se zabývá výzkumem porozumění anglicismům nově přejatých do českého jazyka u žáků základní školy a studentů nižšího gymnázia. Za nově přejaté považujeme ty, které jsou uvedeny ve slovnících neologismů, případně ještě do slovníků zařazeny nebyly. V teoretické části jsou popsány způsoby obohacování slovní zásoby, především přejímáním z cizích jazyků. Hlavní výzkumnou metodou bylo dotazníkové šetření, které proběhlo v měsíci dubnu roku 2014 mezi žáky 6. a 9. tříd jedné pražské základní školy a odpovídajících ročníků opavského gymnázia. Výsledky, prezentované v praktické části, byly vztaženy k pohlaví a věku respondentů a také k typu navštěvované školy. Větší množství úspěšných odpovědí jsme zaznamenali v uzavřených otázkách testujících pasivní znalost anglicismů než v úloze s otevřenými otázkami testujícími aktivní znalost anglicismů. Při srovnávání odpovědí dle pohlaví jsme zaznamenali vyšší úspěšnost dívek, případně byly výsledky vyrovnané. Nejvýraznější rozdíly přineslo srovnání respondentů dle věku. Starší žáci dosáhli na všech otázkách podstatně vyšší úspěšnosti než mladší žáci. Rozdíly jsme zaznamenali i ve výsledcích žáků základní školy a studentů gymnázia. Gymnazisté vykazovali vyšší úspěšnost téměř na všech otázkách. Jako nepodstatná se ukázala doba převzetí daného výrazu do češtiny. Důležitějším faktorem je oblast komunikace v níž se daný výraz používá.

## Summary

This diploma thesis deals with comprehension of newly borrowed anglicisms into the Czech language. As newly borrowed we considered those which are listed in the dictionaries of neologisms, or have not been included in them yet. The comprehension was tested at primary school pupils and students of lower secondary school. The theoretical part describes ways of enriching vocabulary, especially borrowing from foreign languages. The main research method used in the practical part was a survey. It took place in April 2014 among the pupils of the 6th and 9th classes at one of Prague's primary schools and in corresponding classes at Opava secondary school. The results were related to the sex and age of the respondents and also to the type of school they are attending. We observed increased number of successful responses in closed questions testing the passive comprehension of anglicisms than in the open-ended questions testing the active comprehension of anglicisms. Comparing

responses by gender, girls reached higher percentage of successful answers or the successful answers of boys and girls were balanced. The most striking differences brought comparison of respondents by age. Older pupils reached on all issues significantly higher success rate than younger pupils. Differences were also observed in the results of primary school pupils and secondary school students. Lower secondary school students showed a higher success rate on almost all issues. Factor of period the term appeared for the first time in Czech proved irrelevant. More important factor is the communication sphere in which term is used.



## **Klíčová slova**

anglicismy, neologismy, slova přejatá, znalost cizích slov, žáci zš

## **Přílohy**

## Příloha 1:

# Dotazník

**Věk:**                      **Třída:**                      **Pohlaví: dívka/ chlapec**                      **Kolik let se učíš anglicky:**

**1) Ze čtyř možností vyberte tu, které nejlépe definuje uvedené slovo:**

### **workshop**

- a) seminář, pracovní konference
- b) úřad práce
- c) obchod se zbožím pro kutily
- d) člověk závislý na práci

### **outfit**

- a) člověk ve špatné fyzické kondici
- b) tělocvična s posilovacími stroji
- c) člověk vyřazený ze společnosti
- d) celkový vzhled někoho tvořený kombinací oblečení, bot a doplňků

### **hoax**

- a) přenosný počítač
- b) nevyžádaná poplašná zpráva
- c) program umožňující internetovou komunikaci
- d) inzerát

### **adventura**

- a) akčně laděná počítačová hra s dobrodružným námětem
- b) společnost zajišťující určité služby
- c) předehra
- d) mučení, týrání (především za účelem dosáhnout doznání obviněného)

### **callcentrum**

- a) středisko poskytující na zavolání informace
- b) prodejna mobilních telefonů
- c) pobočka telefonního operátora
- d) soutěžní telefonní linka

### **smoothie**

- a) kosmetický přípravek určený k odstraňování odumřelých, zrohovatělých buněk z povrchu pokožky
- b) nápoj hustší konzistence z mixovaného čerstvého ovoce či zeleniny, často doplněný ledem, jogurtem či smetanou
- c) symbol vytvořený pomocí grafických znaků nebo obrázků sloužící pro vyjádření pocitů, duševních stavů, užívaný v písemné elektronické komunikaci
- d) pánský společenský oblek

### **Blu-ray**

- a) styl country hudby pocházející z Kentucky
- b) formát optických disků, který se používá k ukládání videí a her ve vysokém rozlišení
- c) dobře obchodovatelné akcie společností s dobrou obchodní pověstí
- d) technologie bezdrátového přenosu dat na krátkou vzdálenost

### **selfie**

- a) typ fotografického autoportrétu, pořízeného z ruky
- b) propagace sebe samého, své vlastní firmy
- c) člověk, který vlastním úsilím dosáhl významného postavení
- d) sebezpozorování

## 2) Následující věty doplňte vhodným slovem z nabídky

1. Pokud máš ..... s iOs nebo Androidem, tak najdeš aplikaci Instagram volně ke stažení na AppStoru nebo Android Marketu!  
a) smoothie b) smajlík c) smartphone d) e-shop
2. Šílený....., který pronásledoval Sel, se svému psychiatrovi svěřil, že ji chce zabít.  
a) stalker b) babysitter c) dealer d) rapper
3. I tento rebelský ..... může působit elegantně a žensky.  
a) cool b) catering c) look d) billboard
4. Gang ..... pravděpodobně pronikl do systému, který zpracovává karetní transakce z platebních terminálů a bankomatů.  
a) hackerů b) stalkerů c) frontmanů d) smartphonů
5. Průběh diskuse by měl určený člověk zapisovat na viditelné místo, oblíbené jsou tabule či ..... (archy papíru na stojan).  
a) covery b) billboardy c) flipcharty d) hoaxy
6. Zájemci, kteří by si chtěli pejska z útulku pořídít, ale nemají čas se tam zastavit osobně, si mohou fotografie psů prohlédnout .....  
a) outfit b) single c) online d) look
7. Skoro čtvrtina britských rodičů si myslí, že jejich dospívající děti posílají po internetu zprávy se sexuálním obsahem, tzv.....  
a) chat b) VoIP c) kyberstalking d) sexting
8. Ahoj BRAVO, moje kámoška mě a mou ..... pomlouvá proto, že se nám líbí Justin Bieber a Austin Mahone.  
a) BFF b) WTF c) BRB d) LOL

## 3) Nahrad'te podtržené výrazy vhodnými anglicismy.

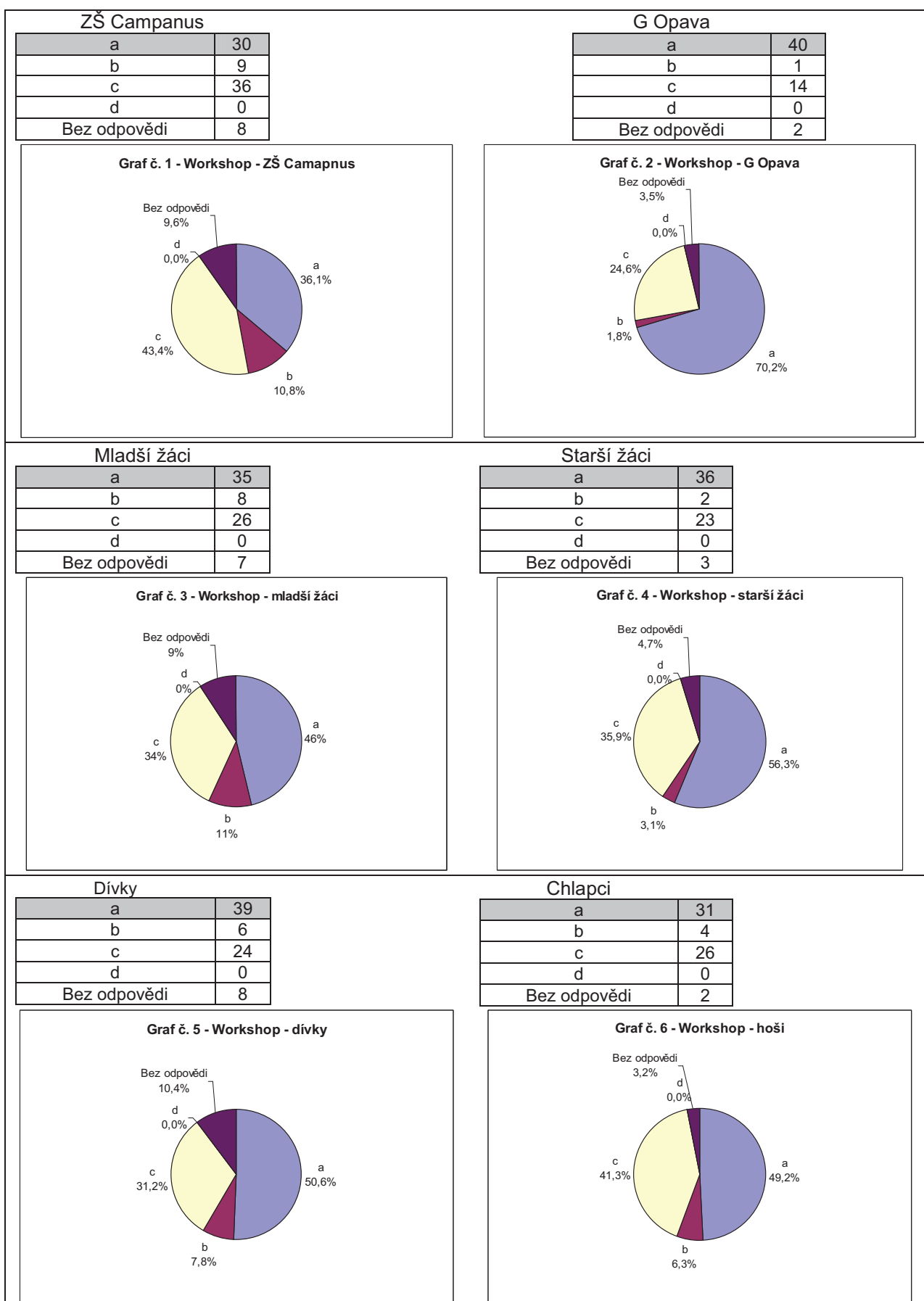
- a) Niall z One Direction je aktuálně podle všeho nezadaný.
- b) Máš jedinečnou možnost ovlivnit, jak bude vypadat příští obálka oblíbeného dívčího teen časáku!
- c) 10 šilených momentů z nového klipu One Direction!
- d) Chci jen říct, že tohle je podvrh [http://www.bravoweb.cz/profily/\\*\\*\\*\\*\\*](http://www.bravoweb.cz/profily/*****). Kdyby něco psala tak jí nevěř :)
- e) Uvítali bychom firemní školku nebo aspoň hlídání dětí.

Děkuji za vyplnění  
Bc. Jana Jindřichová ([J.Jindrichova@centrum.cz](mailto:J.Jindrichova@centrum.cz))

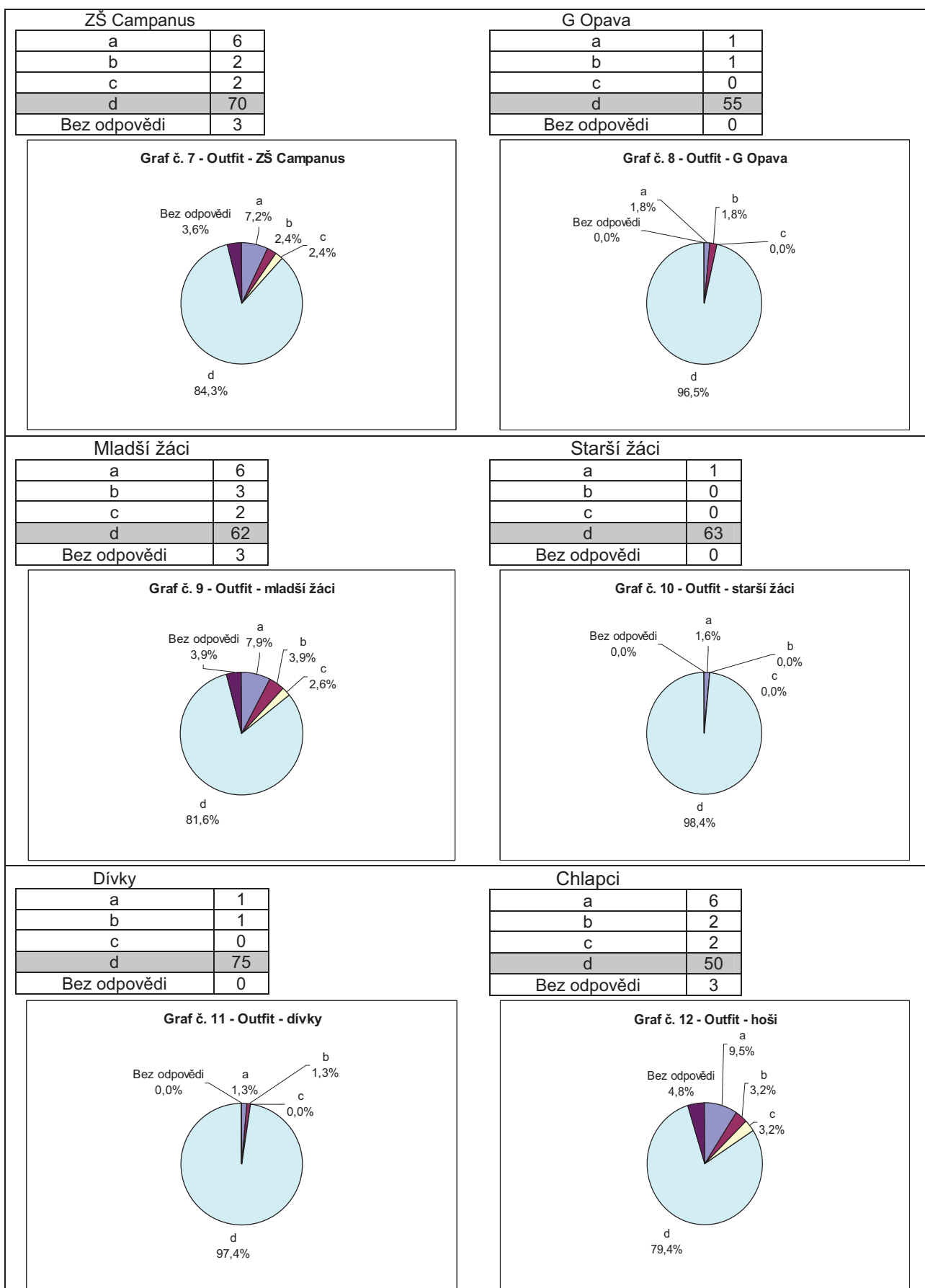
## **Příloha 2:**

Do této přílohy byly zahrnuty všechny dílčí tabulky ilustrující množství odpovědí na jednotlivé otázky a grafy vyjadřující procentuální vyjádření těchto odpovědí dle sledovaného kritéria. Grafy a tabulky jsou řazeny za sebou tak, jak byly zadané v dotazníku.

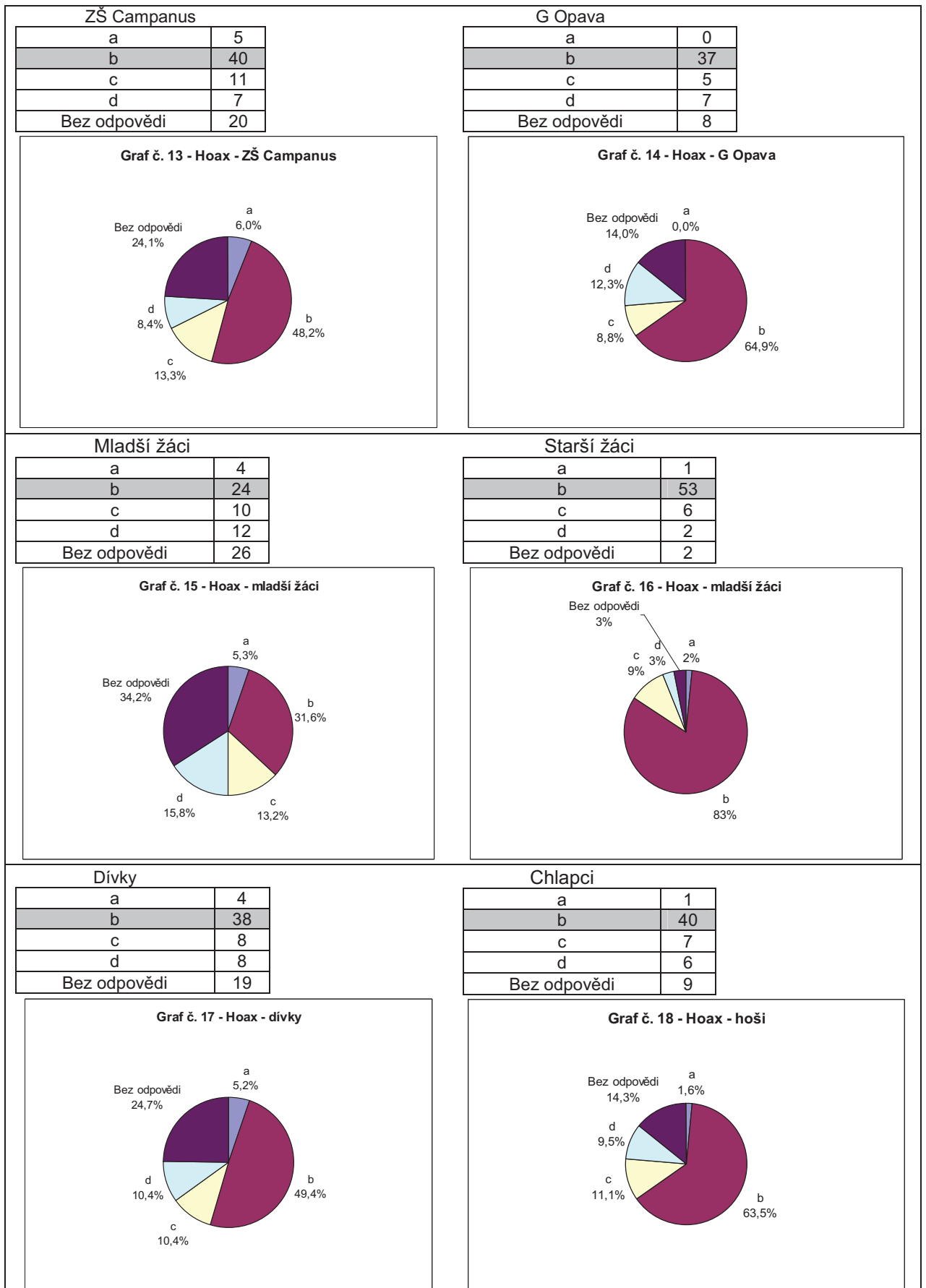
Tabulka č. 1 – workshop



Tabulka č. 2 - Outfit

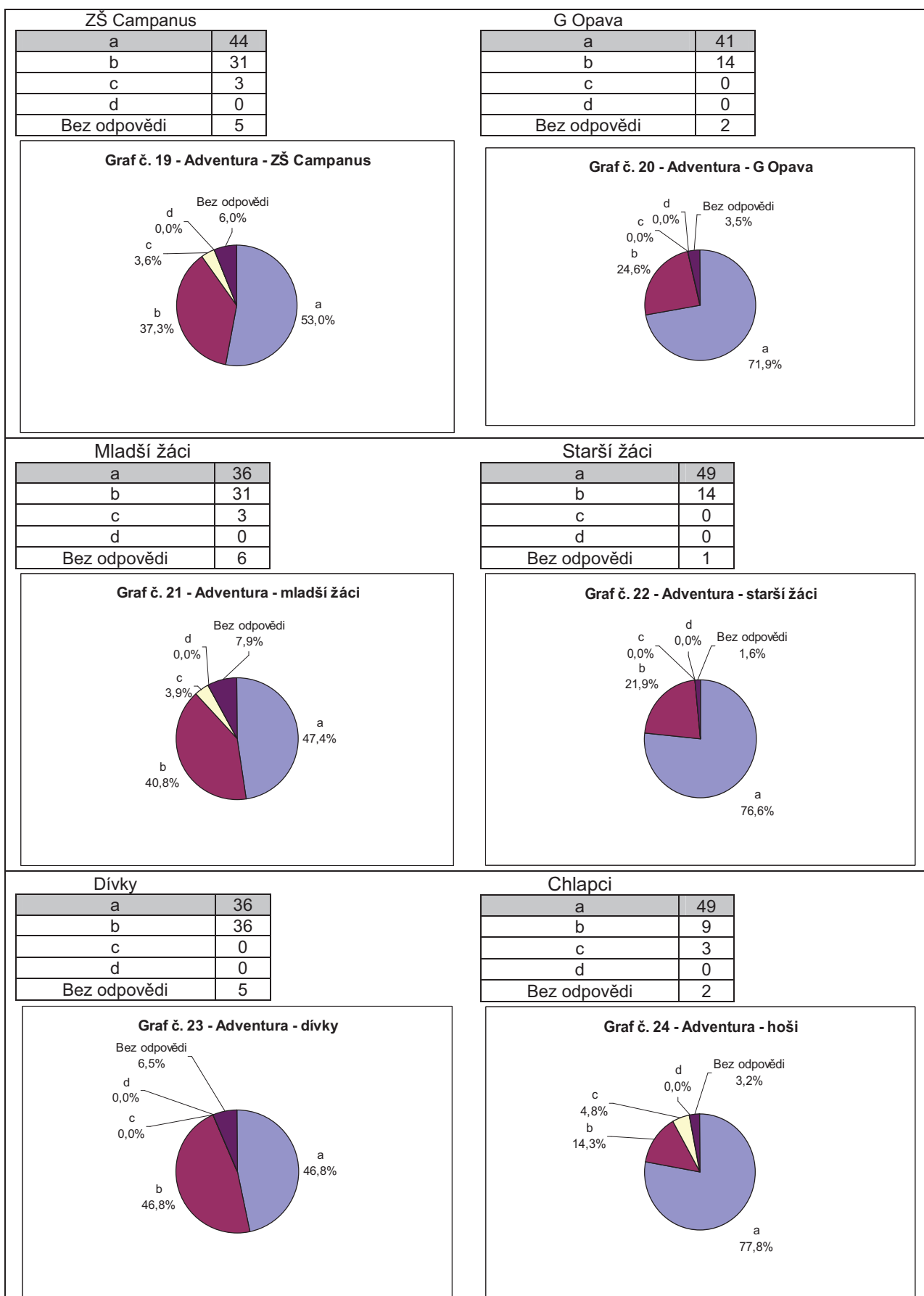


Tabulka č. 3 - Hoax

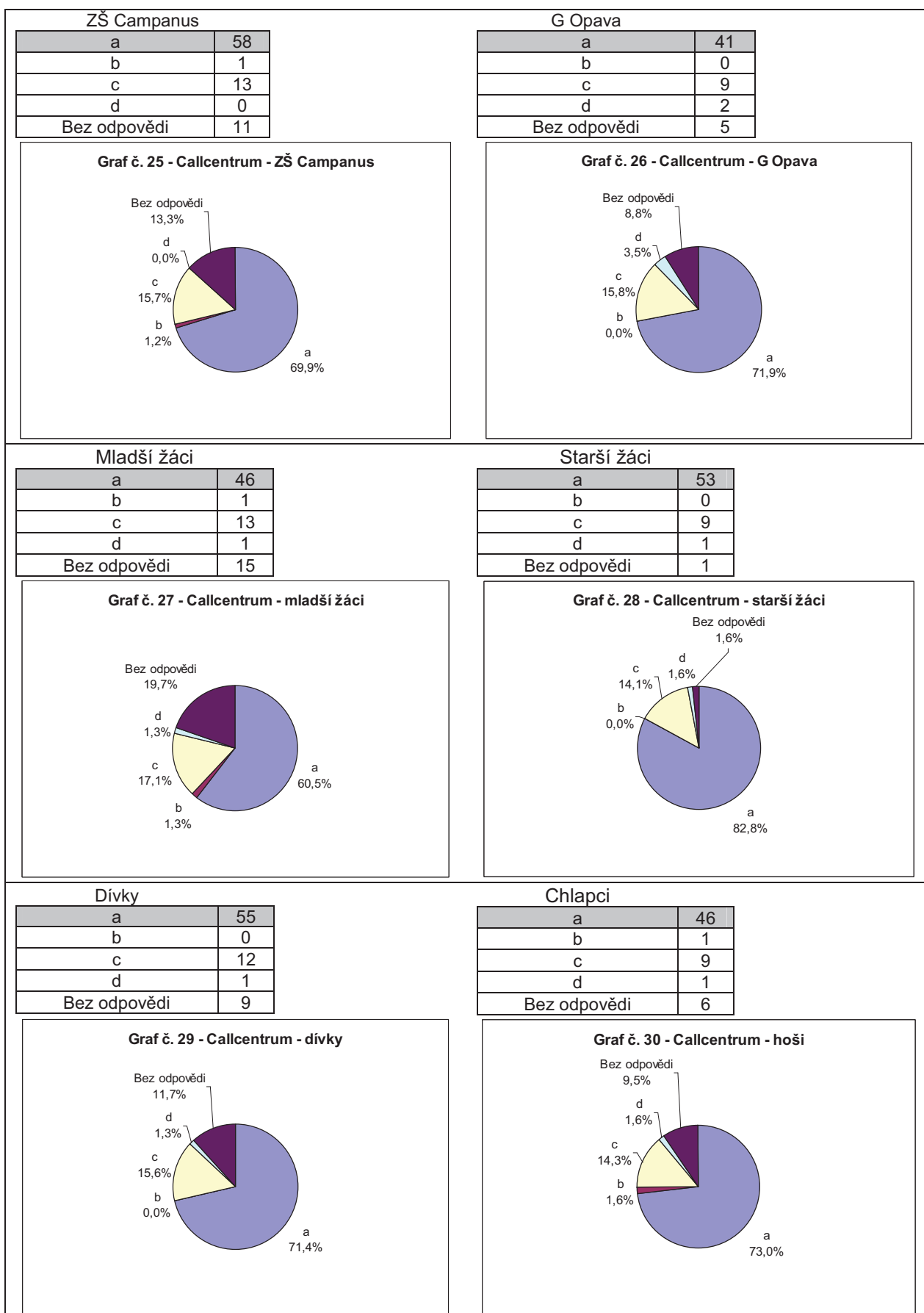




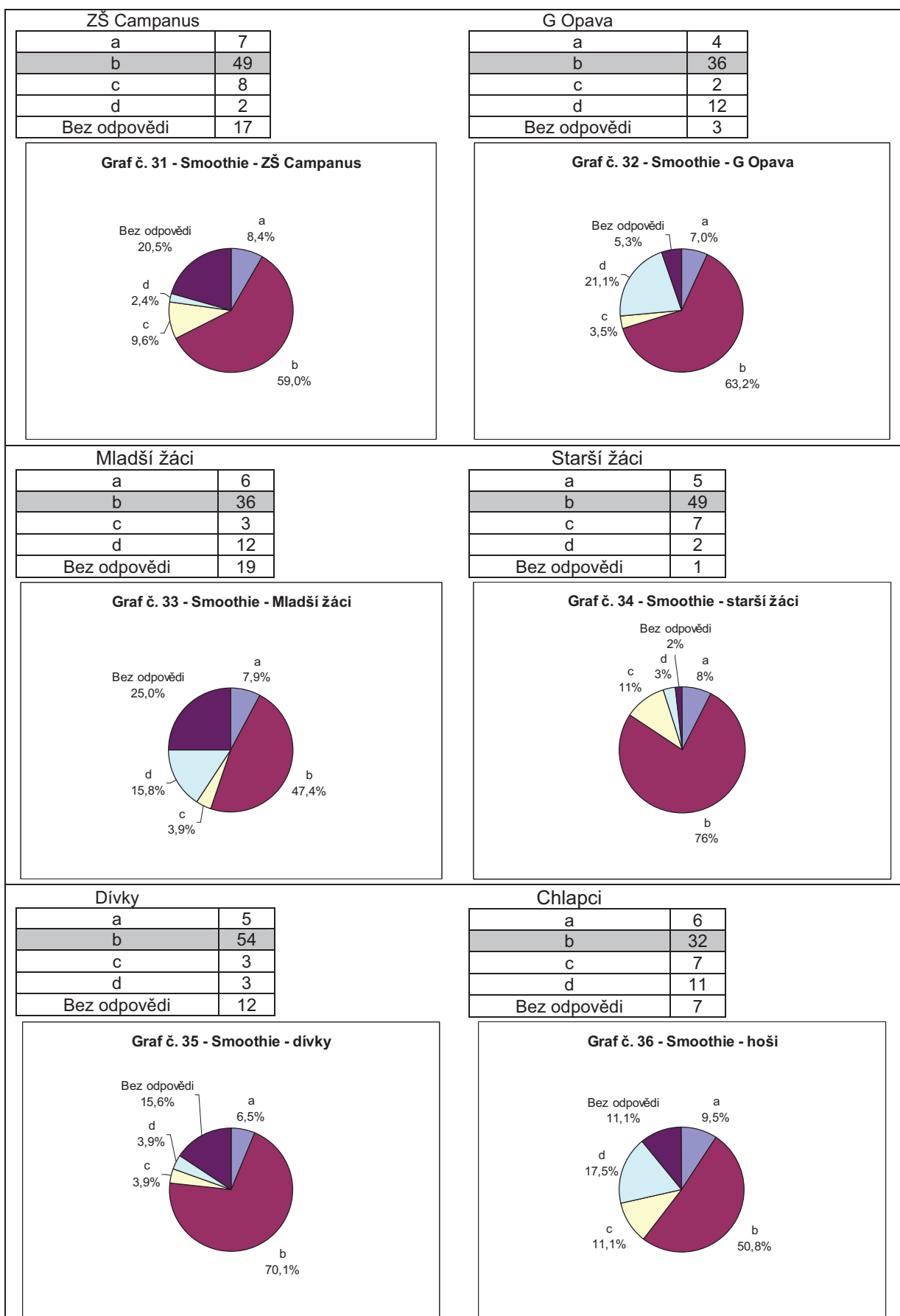
Tabulka č. 4 - Adventura



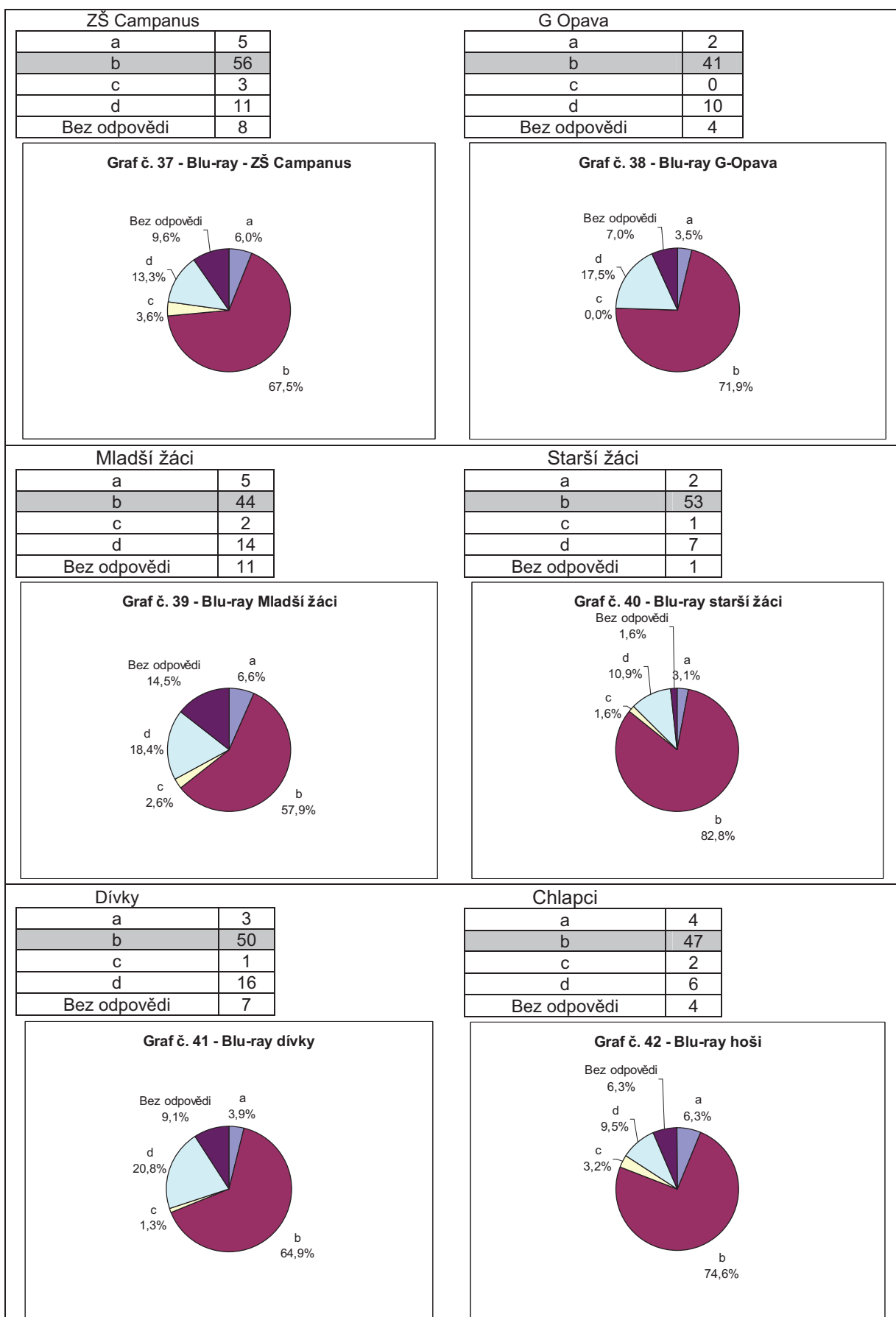
Tabulka č. 5 - Callcentrum



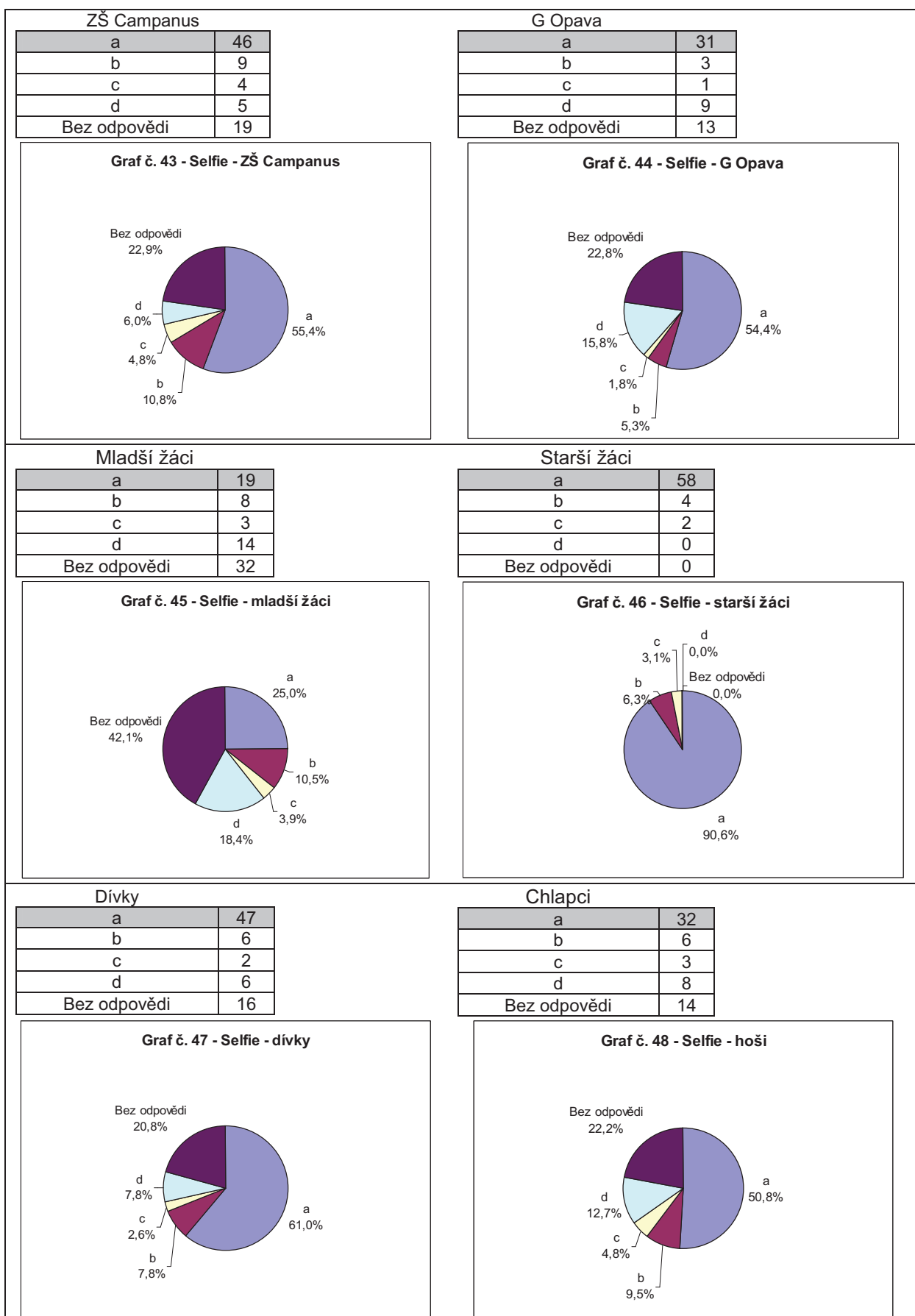
Tabulka č. 6 - Smoothie



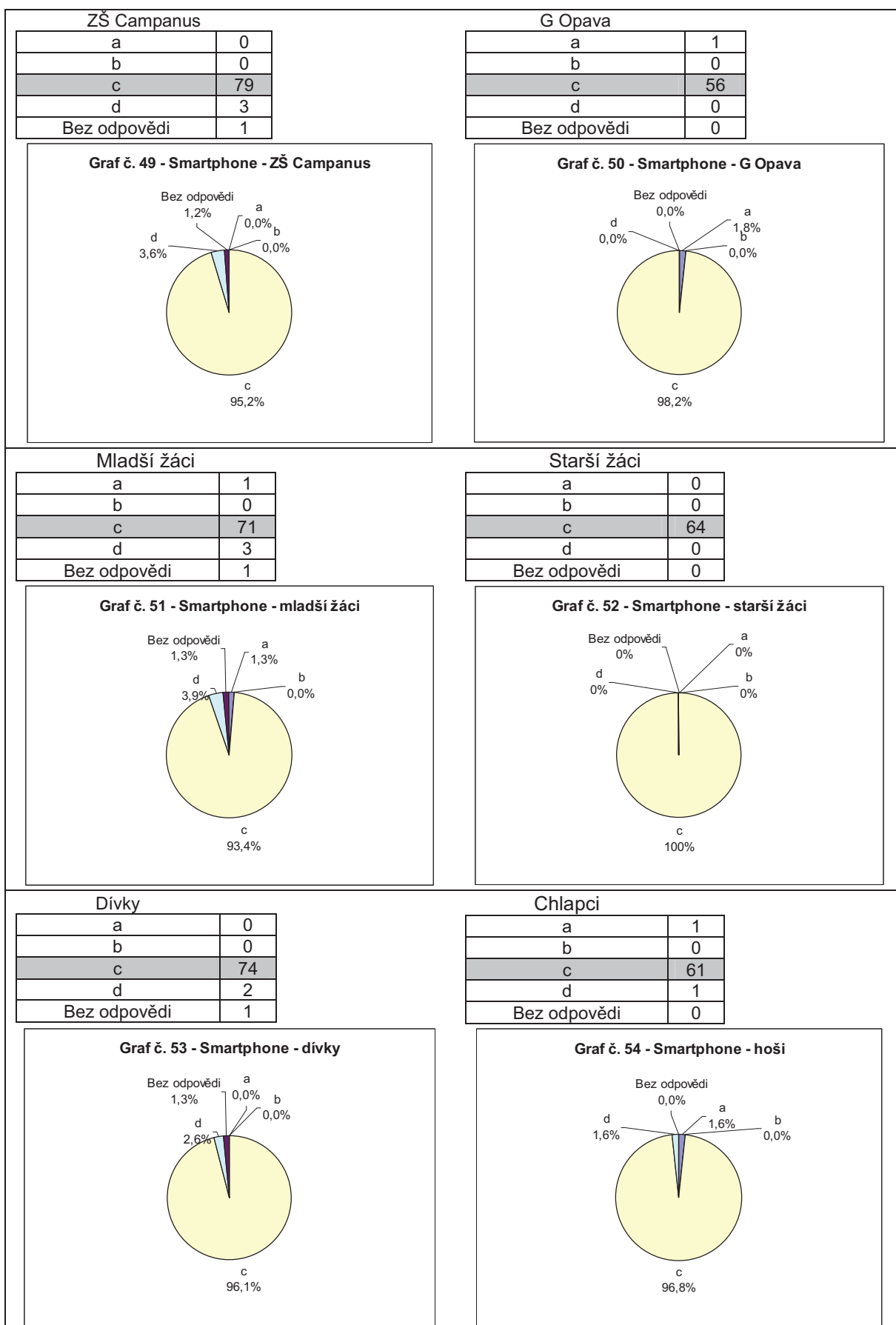
Tabulka č. 7 – Blu-ray



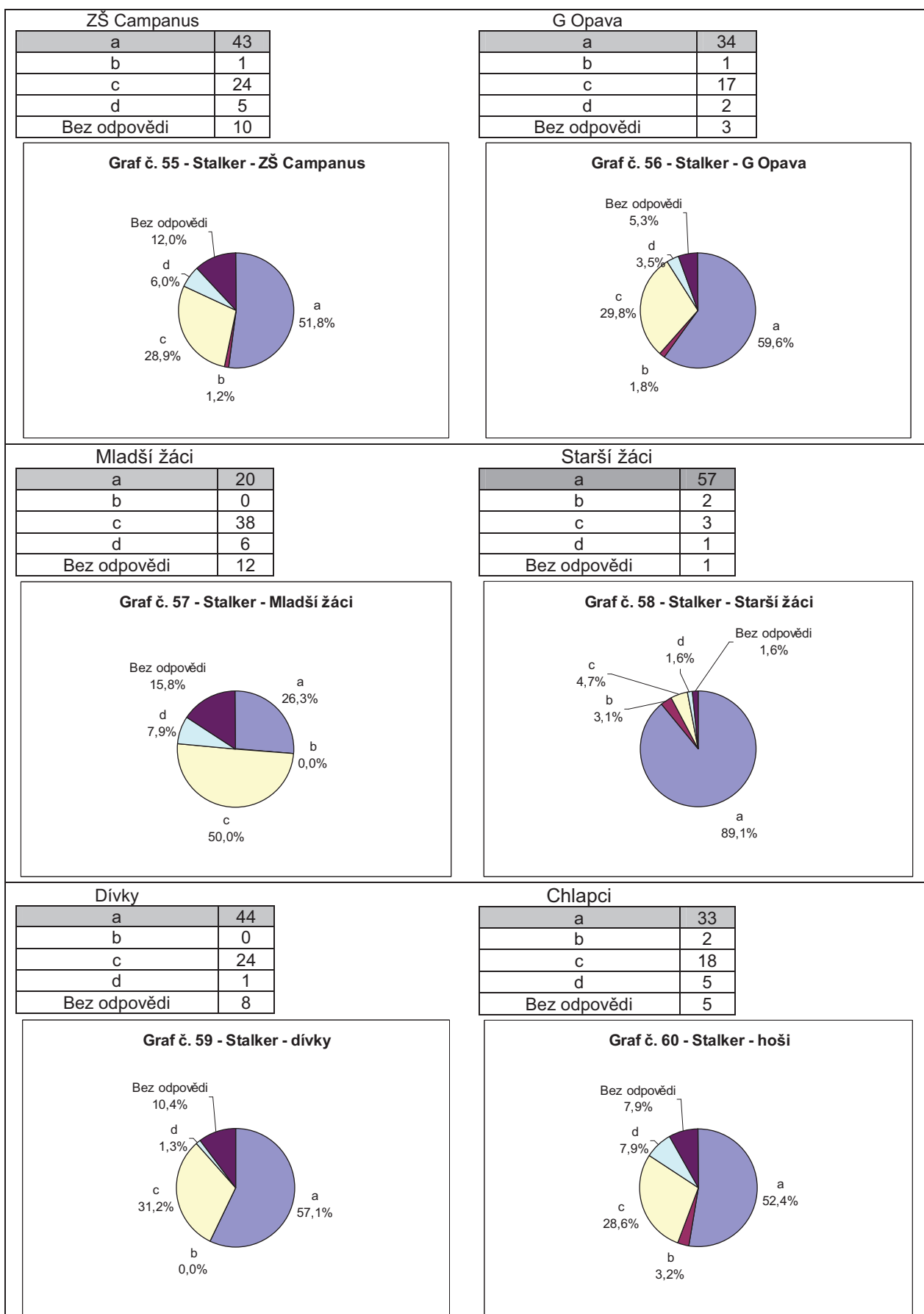
Tabulka č. 8 - Selfie



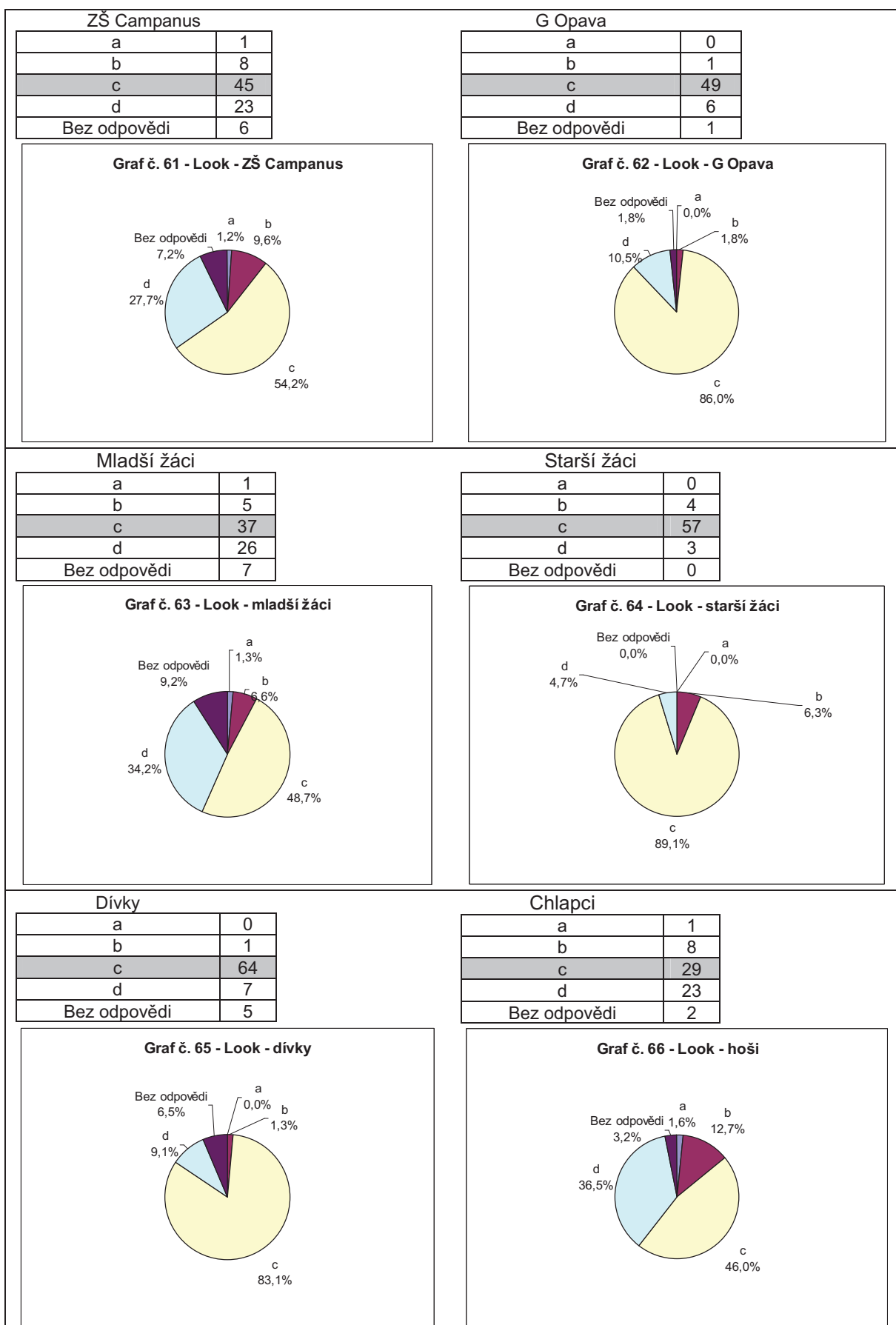
## Tabulka č. 9 - Smartphone



Tabulka č. 10 - Stalker

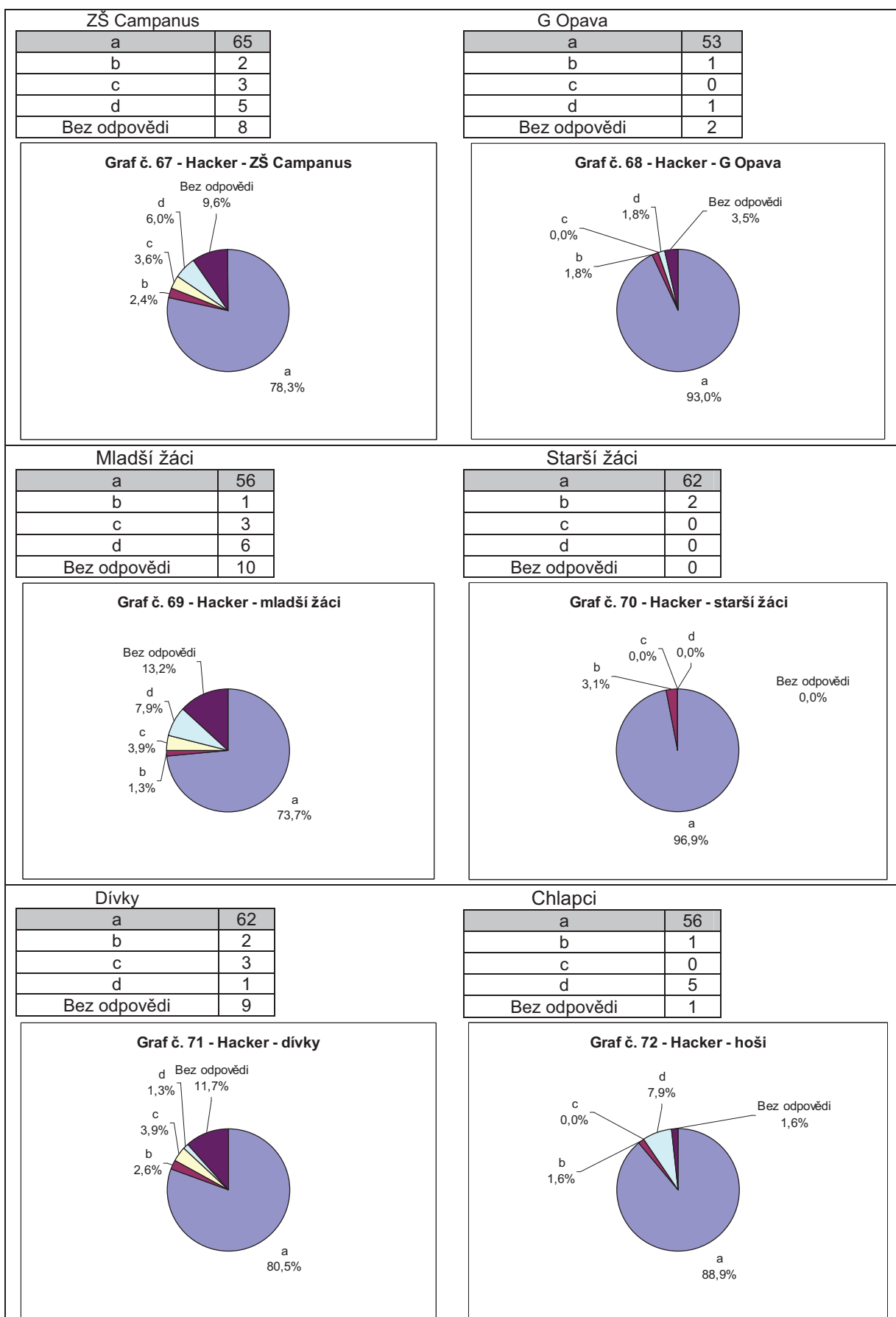


Tabulka č. 11 - Look

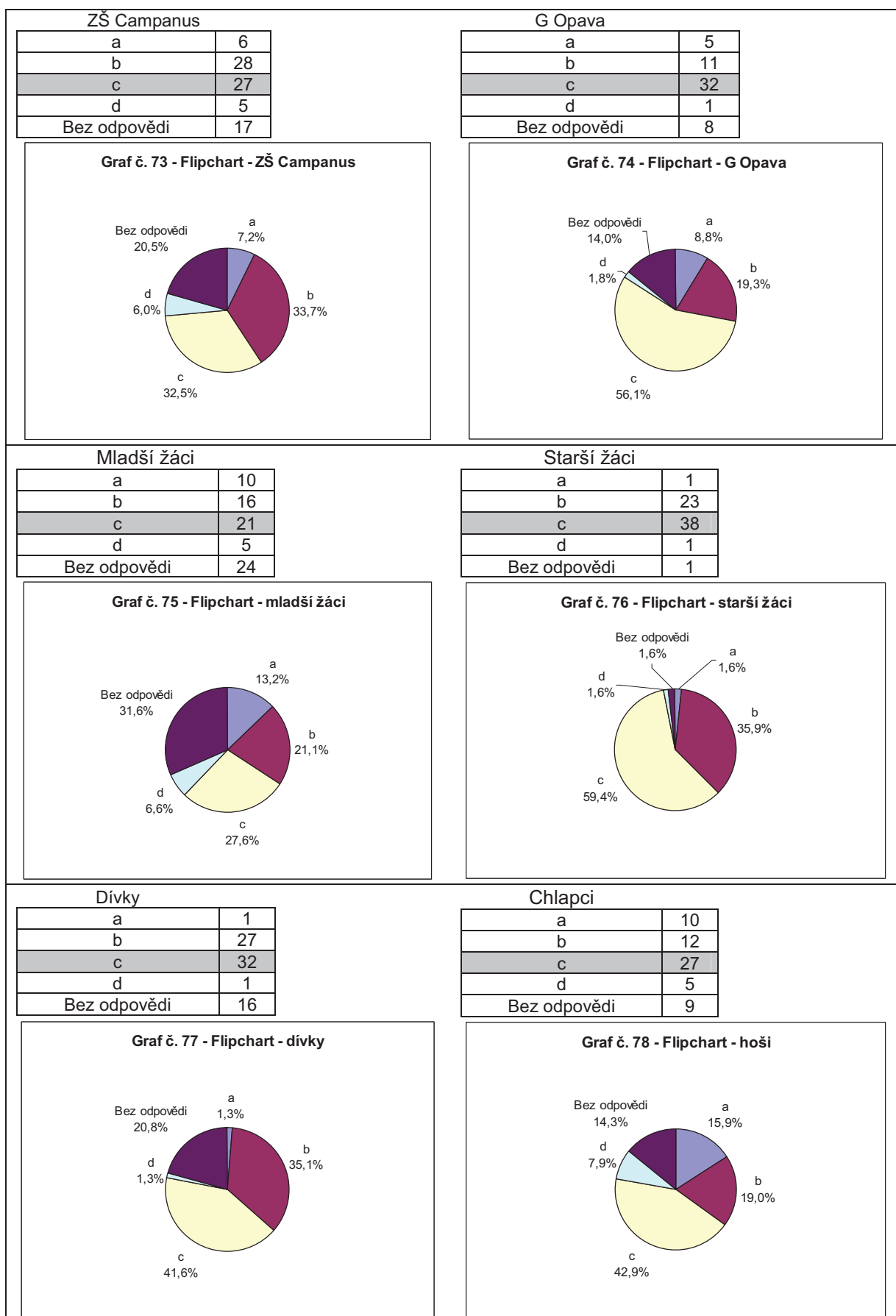




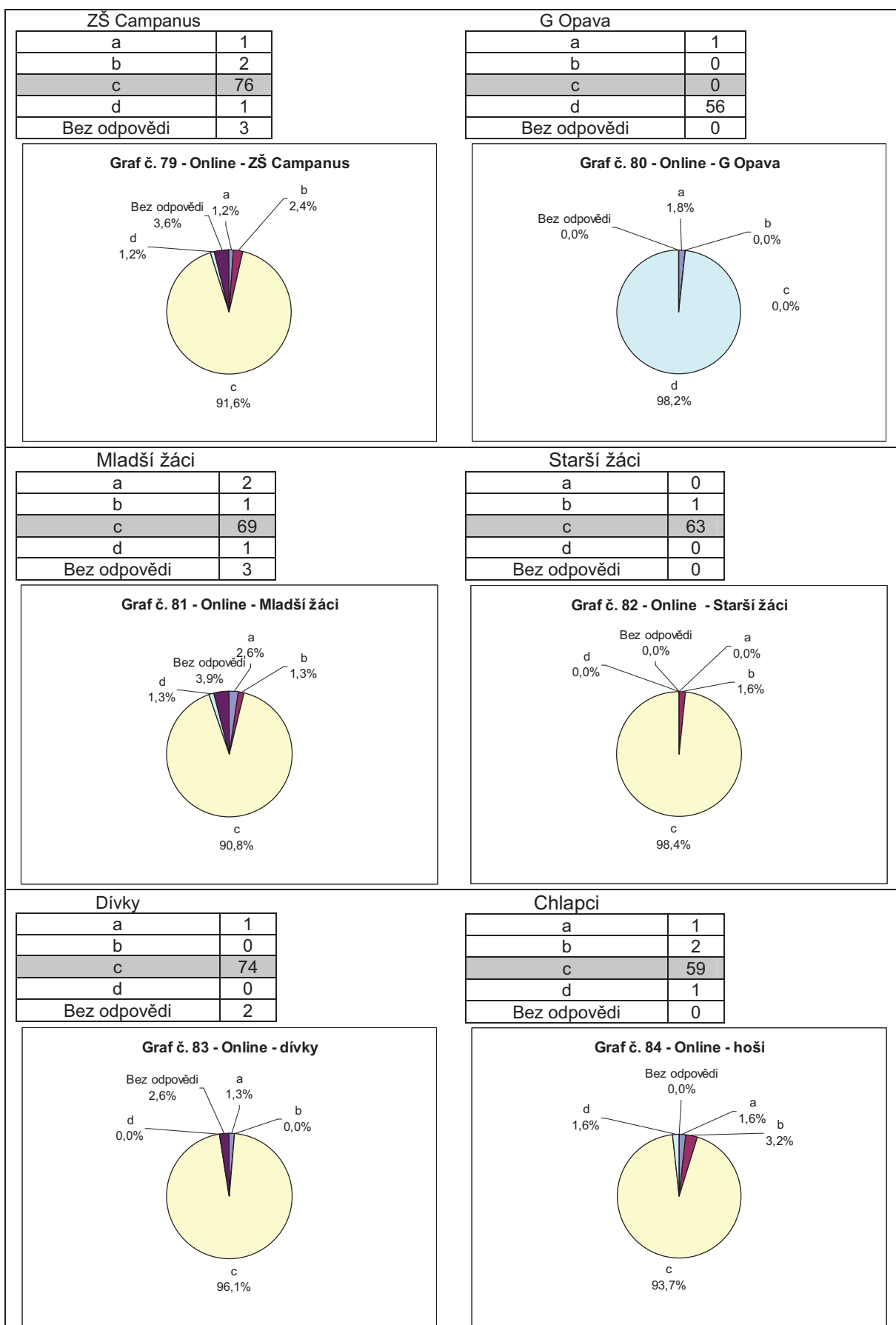
Tabulka č. 12 - Hacker



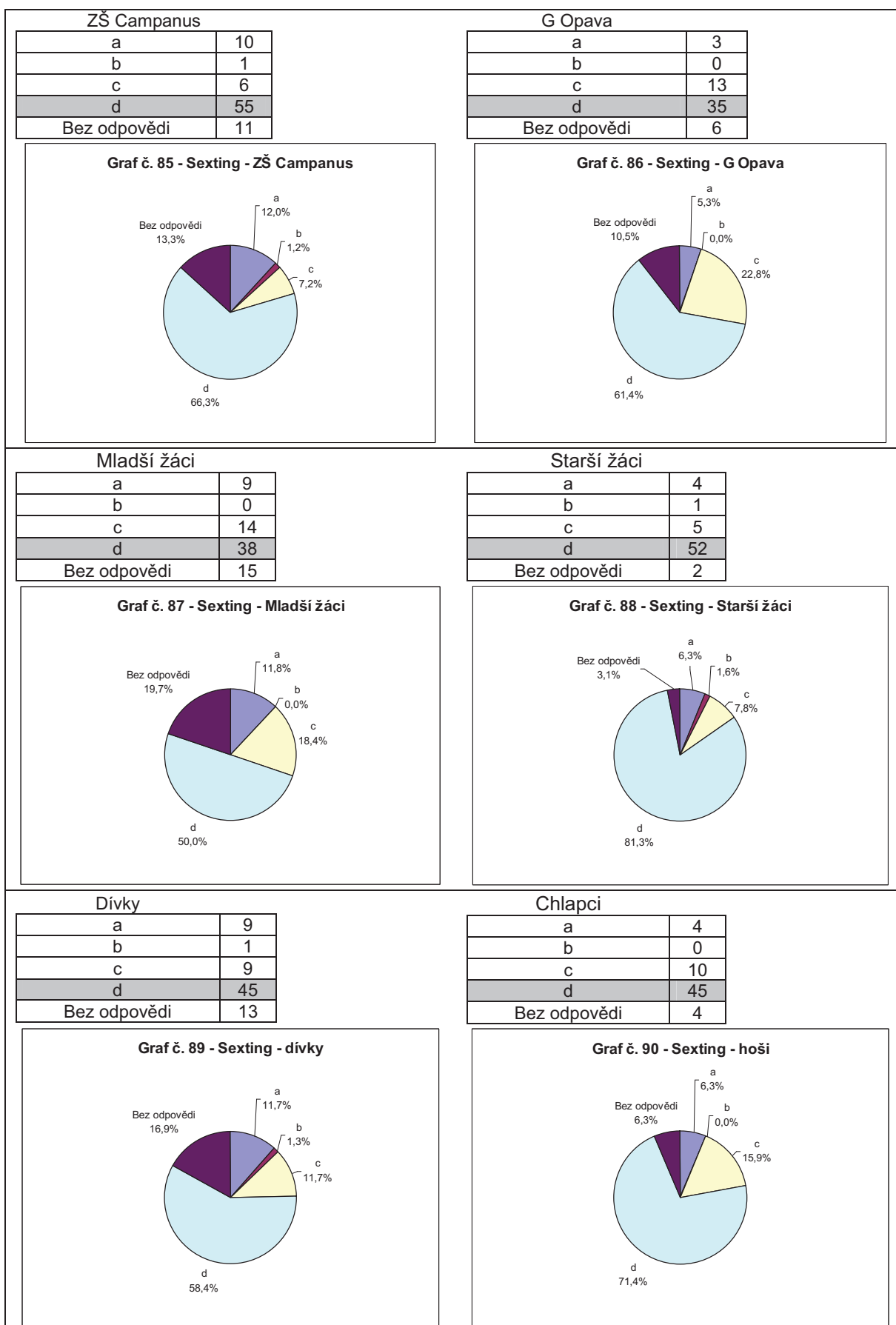
Tabulka č. 13 - Flipchart



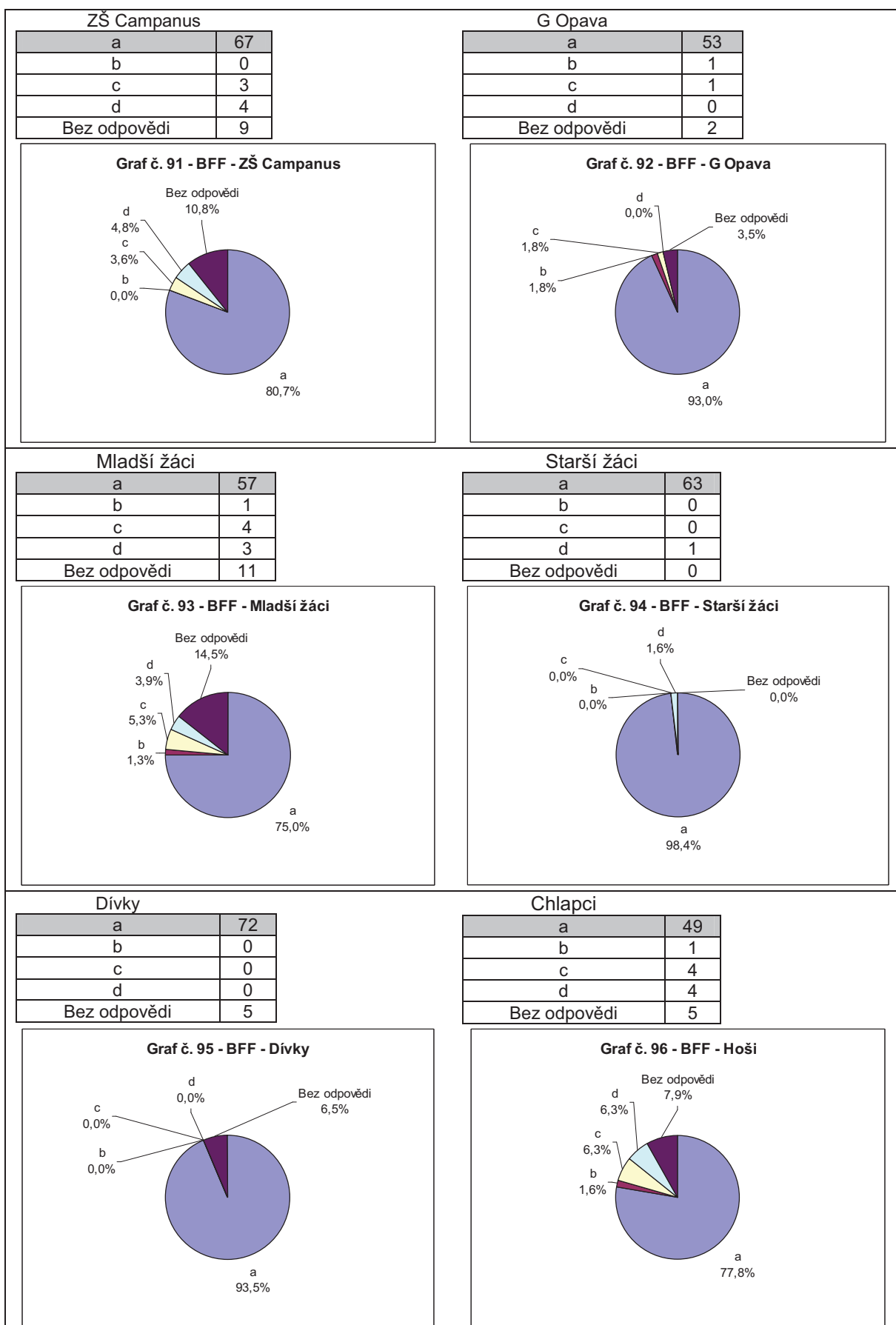
Tabulka č. 14 - Online



Tabulka č. 15 - Sexting



Tabulka č. 16 - BFF

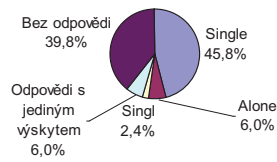


Tabulka č. 17 - Nezadaný

ZŠ Campanus

Single	38
Alone	5
Singl	2
Odpovědi s jediným výskytem	5
Bez odpovědi	33

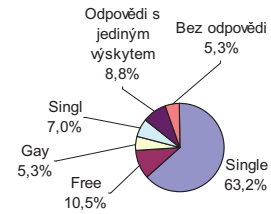
Graf č. 97 - Nezadaný - ZŠ Campanus



G Opava

Single	36
Free	6
Gay	3
Singl	4
Odpovědi s jediným výskytem	5
Bez odpovědi	3

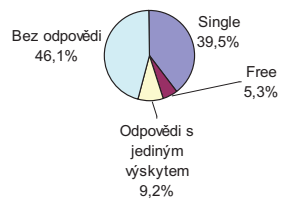
Graf č. 98 - Nezadaný - G Opava



Mladší žáci

Single	30
Free	4
Odpovědi s jediným výskytem	7
Bez odpovědi	35

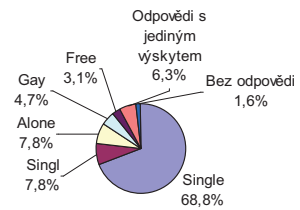
Graf č. 99 - Nezadaný - mladší žáci



Starší žáci

Single	44
Singl	5
Alone	5
Gay	3
Free	2
Odpovědi s jediným výskytem	4
Bez odpovědi	1

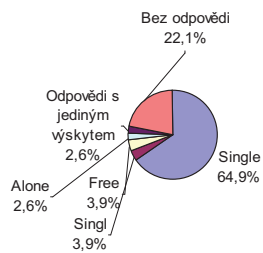
Graf č. 100 - Nezadaný - starší žáci



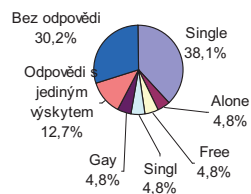
Dívky	
Single	50
Singl	3
Free	3
Alone	2
Odpovědi s jediným výskytem	2
Bez odpovědi	17

Chlapci	
Single	24
Alone	3
Free	3
Singl	3
Gay	3
Odpovědi s jediným výskytem	8
Bez odpovědi	19

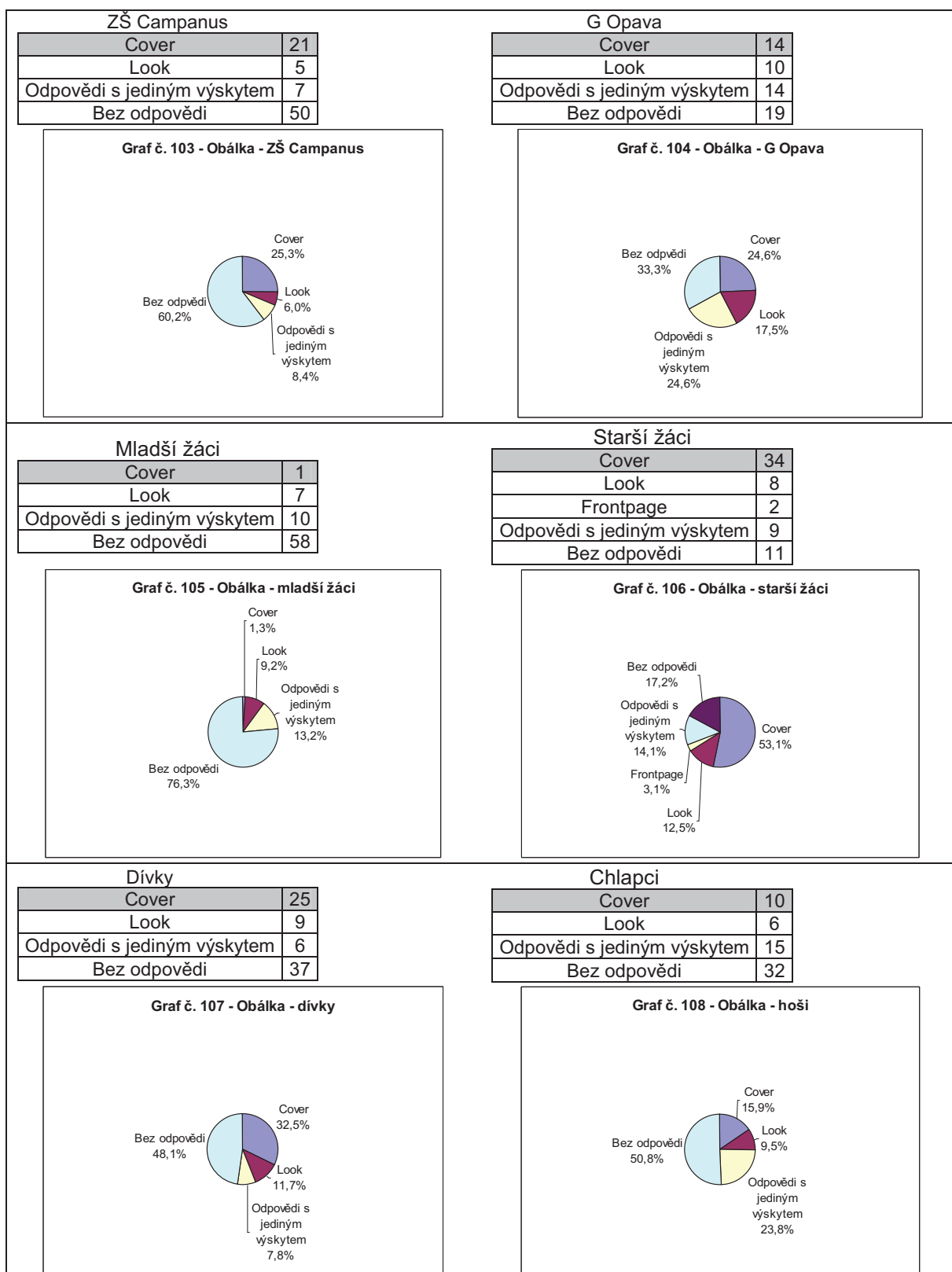
Graf č. 101 - Nezadaný - dívky



Graf č. 102 - Nezadaný - hoši

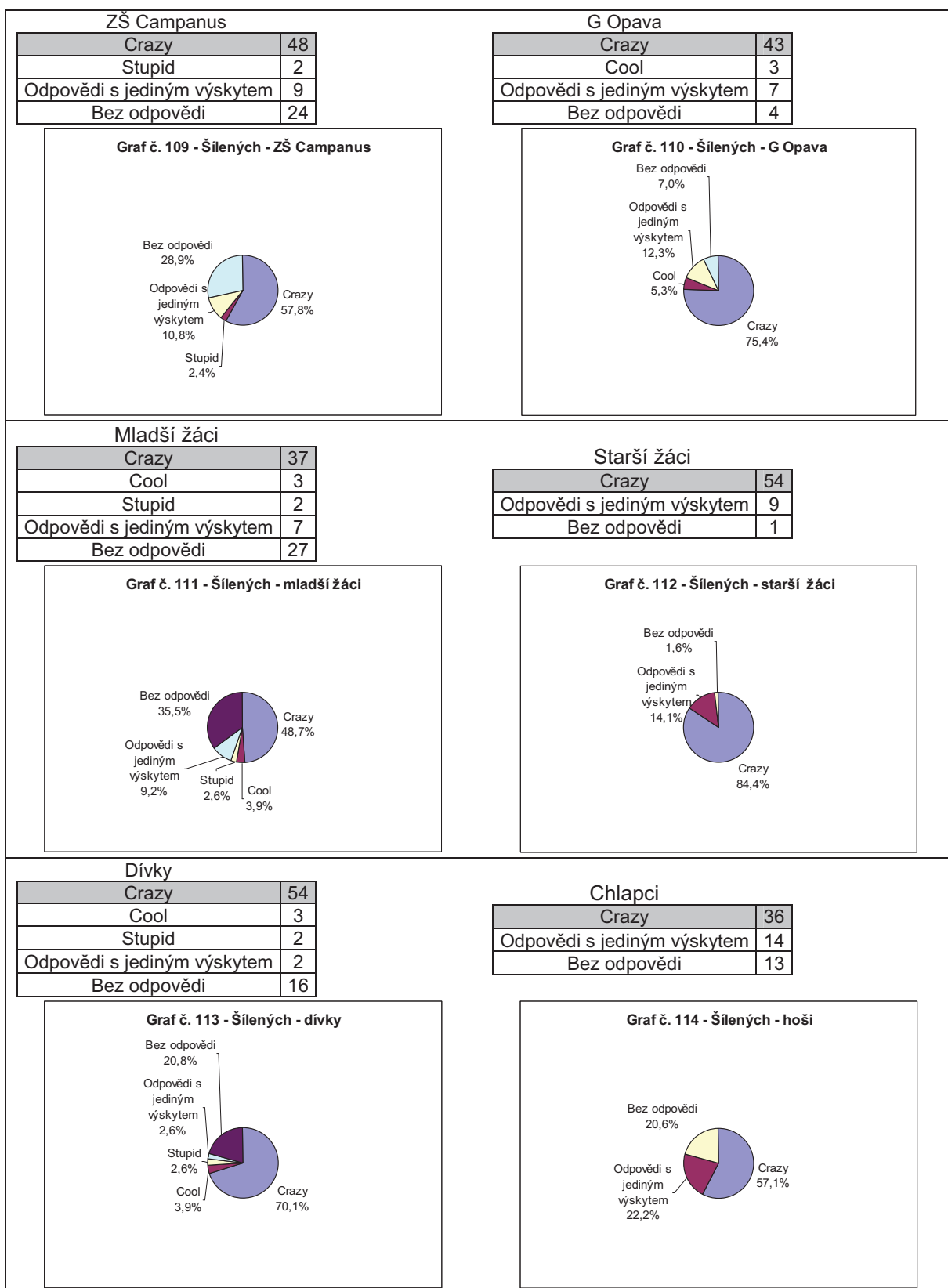


Tabulka č. 18 - Obálka

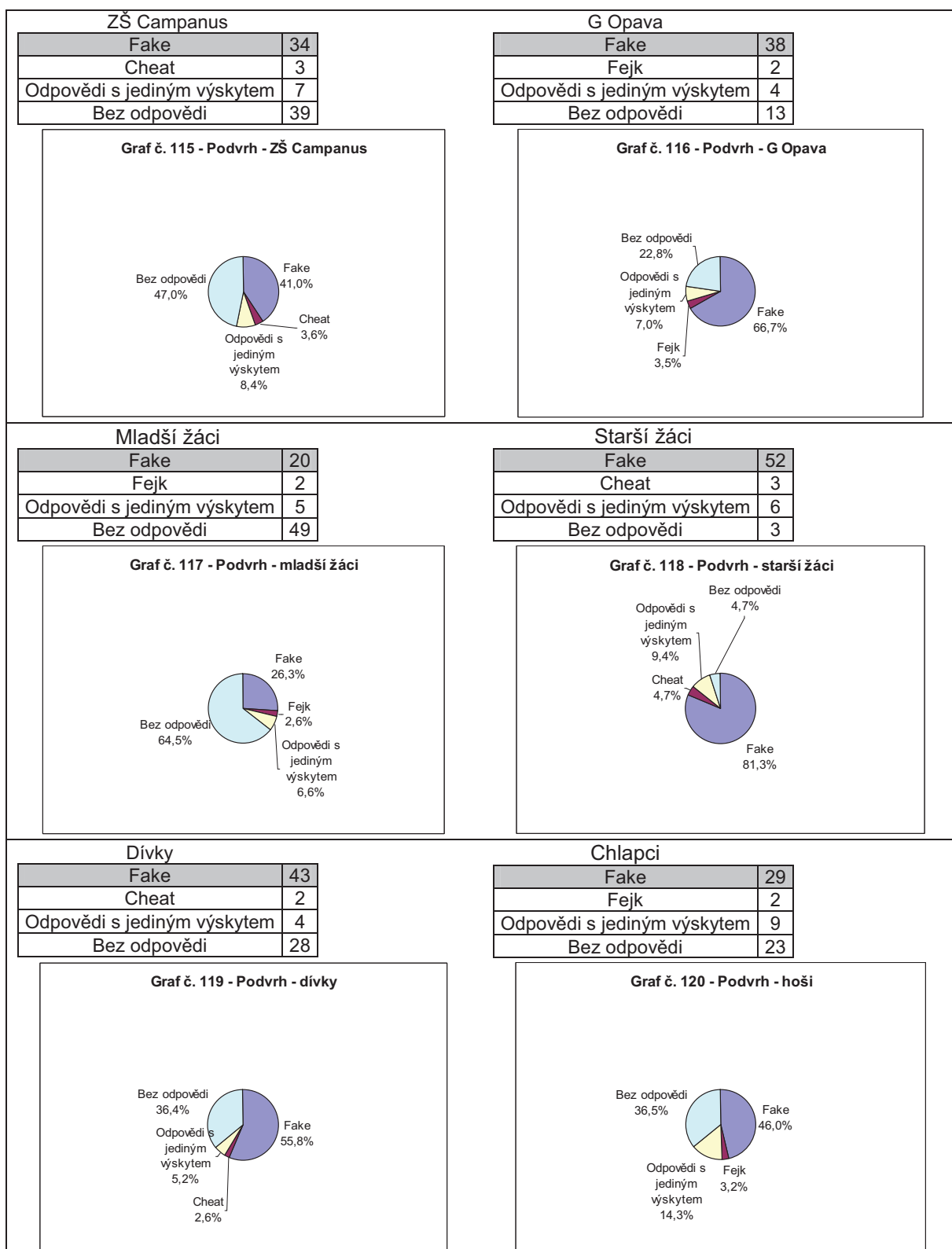




Tabulka č. 19 - Šílených



Tabulka č. 20 - Podvrh



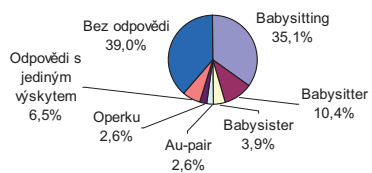
Tabulka č. 21 – Hlídaní dětí



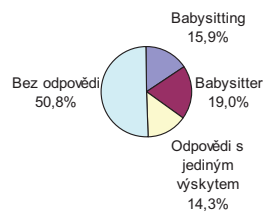
Dívky	
Babysitting	27
Babysitter	8
Babysister	3
Au-pair	2
Operku	2
Odpovědi s jediným výskytem	5
Bez odpovědi	30

Chlapci	
Babysitting	10
Babysitter	12
Odpovědi s jediným výskytem	9
Bez odpovědi	32

Graf č. 125 - Hlídaní dětí - dívky



Graf č. 126 - Hlídaní dětí - hoši



**Příloha č. 3**

**Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta  
M.D. Rettigové 4, 116 39 Praha 1**

**Prohlášení žadatele o nahlédnutí do listinné podoby závěrečné práce  
Evidenční list**

Jsem si vědom/a, že závěrečná práce je autorským dílem a že informace získané nahlédnutím do zveřejněné závěrečné práce nemohou být použity k výdělečným účelům, ani nemohou být vydávány za studijní, vědeckou nebo jinou tvůrčí činnost jiné osoby než autora.

Byl/a jsem seznámen/a se skutečností, že si mohu pořizovat výpisy, opisy nebo rozmnoženiny závěrečné práce, jsem však povinen/povinna s nimi nakládat jako s autorským dílem a zachovávat pravidla uvedená v předchozím odstavci tohoto prohlášení.

Poř. č.	Datum	Jméno a příjmení	Adresa trvalého bydliště	Podpis
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				