

Technická univerzita v Liberci

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A  
PEDAGOGICKÁ**

**Katedra:** Katedra českého jazyka a literatury

**Studijní program:** Filologie

**Studijní obor  
(kombinace):** Český jazyk a literatura

**NEOLOGISMY A OKAZIONALISMY V SOUČASNÉ  
ŽURNALISTICE**

**Neologisms and Occasionalisms in Contemporary Journalism**

**Bakalářská práce:** 09-FP-KCL- B – 37

**Autor:**

Ondřej Sýkora

**Podpis:**

**Adresa:**

Kodešova, 693

Frýdlant

464 01

**Vedoucí práce:** Mgr. Václav Lábus

**Konzultant:**

**Počet:**

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
68	3	0	0	44	0

V Liberci dne: 30. července 2010

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
**(pro bakalářský studijní program)**

Pro (kandidát): Ondřej Sýkora  
Adresa: Kodešova 693, Frýdlant, 464 01  
Studijní obor (kombinace): Filologie - český jazyk a literatura  
Název BP: **NEOLOGISMY A OKAZIONALISMY V  
SOUČASNÉ ŽURNALISTICE**  
Název BP v angličtině: **Neologisms and Occasionalisms in Contemporary  
Journalism**  
Vedoucí práce: Mgr. Václav Lábus  
Konzultant:  
Termín odevzdání: červenec 2010

V Liberci dne 30. července. 2009

---

Děkan

---

vedoucí katedry

Převzal  
(kandidát):

Datum:

Podpis:

- Cíl:** Zpracování neologismů/okazionalismů z vybraných titulů a postihnutí tendencí v obohacování českého lexika
- Požadavky:** Excerpce neologismů/okazionalismů (idnes, Právo), jejich rozdělení podle způsobu vzniku, analýza převažujících způsobů obohacování slovní zásoby, lexikografické zpracování
- Metody:** Popsat zvolenou oblast a jazykový materiál systematicky utřídit podle zvolených kritérií.
- Literatura:** Čeština doma a ve světě 3-4/98 (Svět médií a reklamy)  
Čeština doma a ve světě 1/02 (Vývojové tendence současné češtiny)  
Dokulil, M.: Tvoření slov v češtině 1. Teorie odvozování slov. Praha, Academia 1962.  
Encyklopedický slovník češtiny. Praha, NLN 2002.  
Hauser, P.: Nauka o slovní zásobě. Praha, SPN 1986.  
Hladká, Z.: Univerbizace – korpusy – slovníky. In: Jazyky a jazykověda. Praha, FFUK 2005.  
Janovec, L.: K projevům jazykových vývojových tendencí v současné češtině. NŘ 90, 2007, s. 57-66.  
Martincová, O. a kol.: Neologizmy v dnešní češtině. Praha, ÚJČ 2005. (Tam další literatura.)  
Martincová, O. a kol.: Nová slova v češtině. Slovník neologismů 2. Praha, Academia 2003.  
Martincová, O. a kol.: Nová slova v češtině. Slovník neologismů. Praha, Academia 1998.  
Martincová, O.: Problematika neologismů v současné češtině. Praha, Academia 1983.  
Příruční mluvnice češtiny. Praha, NLN 1995.  
Slovník spisovné češtiny. Praha : Academia, 2007.  
Staněk, V.: Okazionalismy v souč. české publicistice. NŘ 85, 2002, s. 57-67.  
Tichá, Z. – Rangelova, A. (eds.): Internacionalizmy v nové slovní zásobě. Praha, 2003.  
Český národní korpus

## **Prohlášení**

Byl jsem seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 27. července 2010

Ondřej Sýkora

---

## **Poděkování**

Děkuji Mgr. Václavu Lábusovi za odborné vedení, cenné rady a připomínky při zpracovávání této bakalářské práce. Též bych rád poděkoval především mé rodině, u které jsem vždy nacházel oporu. Nemohu opomenout své spolužačky, spolužáky a přátele, bez jejichž podpory bych se při vypracovávání této práce neobešel.

## ANOTACE

Tato bakalářská práce se zabývá neologismy a okazionalismy v české publicistice. Cílem práce byla excerptce neologismů ze dvou publicistických periodik a vyhodnocení tendencí v obohacování české slovní zásoby. V práci jsou neologismy a okazionalismy utříděny podle způsobu vzniku.

Klíčová slova: neologismus, okazionalismus, slovní zásoba, internacionalismus

## ANOTATION

The bachelor thesis deals with neologisms and occasionalisms in czech journalism. The aim of the thesis was selection from two journalistic periodic and evaluation of tendency in enrichment of vocabulary. The neologisms and occasionalisms are sorted out according to way of origin at work.

Key words: neologism, occasionalism, vocabulary, internationalism

## ANNOTATION

Diese Diplomarbeit beschäftigt sich mit den Neologismen und Okkasionalismen in der tscechischen Publizistik. Die Ziel dieser Diplomarbeit war die Wahl der Neologismen von den zwei publizistischen Periodika und Bewertung der Trends in der Bereicherung des Wortschatzes. In der Arbeit sind Neologismen und Okkasionalismen nach förderfähigen Vorkommen zusammengestellt.

Stichwort: Neologismus, Okkasionalismus, Wortschatz, Internationalismus

# Obsah

1	ÚVOD.....	3
2	<b>METODIKA ZPRACOVÁNÍ A POUŽITÉ ZDROJE.....</b>	<b>5</b>
3	<b>PUBLICISTIKA .....</b>	<b>7</b>
3.1	Publicistický styl a jazyk .....	8
3.2	Vlivy na jazyk žurnalistiky .....	9
4	<b>MASOVÁ MÉDIA .....</b>	<b>11</b>
4.1	Masový tisk a elektronická média .....	11
4.2	Výběr deníků.....	13
4.2.1	Právo .....	13
4.2.2	iDnes.cz.....	14
5	<b>NEOLOGISMY A JEJICH CHARAKTERISTIKA .....</b>	<b>15</b>
5.1	Okazionální pojmenování .....	16
5.2	Neologismy a slovní zásoba .....	16
5.3	Klasifikace neologismů.....	18
6	<b>SLOVNÍ ZÁSoba.....</b>	<b>19</b>
6.1	Obohacování slovní zásoby .....	20
7	<b>TVOŘENÍ SLOV .....</b>	<b>21</b>
7.1	Odvozování slov (derivace).....	21
7.1.1	Odvozování předponové (pomocí prefixů).....	22
7.1.2	Odvozování příponové (pomocí sufixů).....	26
7.1.3	Odvozování smíšené (prefixálně-sufixální).....	29
7.1.4	Kompozičně derivační tvoření slov .....	30
7.2	Kompoziční tvoření slov (skládání slov) .....	30
7.2.1	Způsoby kompozičního tvoření .....	31
7.3	Slova tvořená abreviací (zkracováním) .....	33
7.3.1	Způsoby Abreviačního tvoření slov.....	34
8	<b>PŘEJÍMÁNÍ LEXÉMŮ Z CIZÍCH JAZYKŮ .....</b>	<b>37</b>
8.1	Slova přejatá .....	37
8.1.1	Kategorie přejatých slov .....	38
9	<b>SÉMANTICKÉ TVOŘENÍ SLOV .....</b>	<b>40</b>

9.1	Neosémantismy.....	40
10	<b>POJMENOVÁNÍ VÍCESLOVNÁ A FRAZEOLOGICKÁ.....</b>	<b>43</b>
10.1	Víceslovná pojmenování.....	43
10.2	Frazeologická pojmenování.....	44
11	<b>UNIVERBIZOVANÁ POJMENOVÁNÍ.....</b>	<b>47</b>
12	<b>OKAZIONÁLNÍ POJMENOVÁNÍ – ROZBOR.....</b>	<b>49</b>
13	<b>ZHODNOCENÍ PRÁCE.....</b>	<b>50</b>
13.1	Grafické zhodnocení práce .....	50
14	<b>TEMATICKÉ OKRUHY (NEJČASTĚJŠÍ TYPY) .....</b>	<b>53</b>
15	<b>TRENDY V ČESKÉ SLOVNÍ ZÁSOBĚ.....</b>	<b>55</b>
15.1	Analýza obohacování slovní zásoby.....	56
16	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>57</b>
17	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>59</b>



# 1 ÚVOD

Tématem mé bakalářské práce jsou neologismy a okazionalismy v současné publicistice.

Česká společnost (spolu s žurnalistikou) prochází po roce 1989 pozoruhodným vývojem a proměnami. Se změnami kulturně-historickými a politicko-hospodářskými se stejně tak se mění i způsob a styl vyjadřování. Tomu odpovídá proměna používaného lexika. Zvláště v posledních letech, s masivním rozvojem techniky a dalších vědních oborů, je patrná snaha přesněji pojmenovávat nové jevy a úkazy. Informační média reflektují nové trendy ve vývoji vědních disciplín a odvětvích lidské činnosti a tlumočí je čtenáři tak, aby je co nejnáze zařadil a pochopil. V mediálních textech se proto stále setkáváme s novými pojmenovacími prostředky, které nám co nevístižněji charakterizují a popisují skutečnost.

Právě nová pojmenování hrají ve slovní zásobě žurnalistických textů důležitou roli. Skrze ně můžeme sledovat, jak se dynamicky proměňuje a utváří domácí slovní zásoba. Některé neologismy se objeví jen na určitý časový úsek, jiné se ve slovní zásobě ujmou (v odborné literatuře se uvádí zhruba šedesát procent).<sup>1</sup> K již známým lexikálním jednotkám se pojí nové významy (a zároveň zanikají původní), vznikají varianty formální stránky slova, než dojde k jejich ustálení.<sup>2</sup>

Rozhodně je důležité sledovat a zaznamenávat změny v lexikální zásobě. Vždyť lexikální prostředky zásoba žurnalistických textů slouží jako vzor pro mluvčí a jejich vyjadřování. Některé nové slovní prostředky tak nabývají uzuálního rázu, nebo se dokonce mohou stát noremnými.

V této práci si kladu za cíl popsat a zařadit alespoň malou část neologismů objevujících se v dnešní žurnalistice. Na základě zkoumaného vzorku posléze

---

<sup>1</sup> MARTINCOVÁ, Olga et al. *Nová slova v češtině : slovník neologizmů 2*. Praha : Academia, 2004. 14 s.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 15

určit, které tendence obohacování slovní zásoby jsou pro dnešní češtinu charakteristické.

V teoretické části představuji publicistiku, publicistický styl a masová média, ze kterých jsem čerpal materiál k této bakalářské práci. Dále vymezuji termíny neologismus a okazionalismus i jejich chápání v prostředí české lingvistiky.

V praktické části je vyexcerpovaný vzorek neologismů utříděn dle toho, na základě jakého způsobu obohatil slovní zásobu. K jednotlivým typům vniku nových pojmenování je přidáno i zhodnocení, do jaké míry jsou produktivní. Na závěr řadím vybrané neologismy do tematických okruhů a podle zkoumání jednotlivých typů obohacování domácího lexika komentuji směry a tendence ovlivňující slovní zásobu.

## 2 METODIKA ZPRACOVÁNÍ A POUŽITÉ ZDROJE

Nejprve jsem musel provést sběr materiálu neologismů a okazionalismů. Pro sběr lexikálního vzorku jsem si vybral dva zdroje, tím prvním byl deník Právo Právo, druhým internetový deník iDnes.cz.

Záměrně jsem volil zástupce tzv. „seriózního“ tištěného a internetového zpravodajství, a to proto, abych získal reprezentativní vzorek lexémů. Domnívám se, že pokud bych do práce zařadil některé jiné zdroje, zejména bulvárního charakteru, zkruslilo by to ve výsledku některé vysledované tendence a ovlivnilo výsledné závěry práce. Používají totiž pro ně specifický jazyk, tzv. parasystémové (přemíra lexikálních prostředků patřících do oblasti slangu, expresivních výrazů či výrazových prostředků z mluvy mládeže i zábavního průmyslu apod.).

Z obou zmiňovaných zdrojů jsem čerpal a získával materiál přesně týden (Právo 24.–30. srpna 2009, iDnes.cz 26.–30. října 2009). Mezi excerpceí neologismů z Práva a iDnes.cz jsem vynechal zhruba měsíc, což je dostatečný čas na to, aby se proměnila témata, která se v médiích objevovala. Tím pádem bylo možné očekávat rozmanitější vzorek neologismů. Zároveň nedošlo k tomu, aby se opakovaly články na podobná témata a k nim související některá nová pojmenování.

Aby tato práce znamenala jistý přínos do jazykovědy, zvolil jsem si za základní kritérium to, aby vyexcerpované neologismy nebyly slovníkově zachyceny.

Za směrodatné slovníky této práce, které jsem porovnával s vyexcerpovaným materiálem, považuji *Slovník spisovné češtiny* (2010), *Nová slova v češtině: Slovník neologizmů I. a II.* (Martincová a kol., 1998 a 2004). Mimo tyto slovníky jsem porovnával ještě s dalšími slovníkovými příručkami: *Nový akademický slovník cizích slov* (Kraus a kol., 2007), *Slovník české frazeologie a idiomatiky 1–4* (Čermák a kol., 2009), *Slovník slovesných, substantivních a adjektivních vazeb a spojení* (Svozilová, 2005), *Co ve slovnících nenajdete:*

*Novinky ve slovní zásobě* (Sochová, Poštolková, 1994), *Slovník spisovného jazyka českého* (II. vydání, 1989) a *Příruční slovník jazyka českého* (1957).

Pro rozsáhlost některých slovníků a velkého množství neologismů jsem při jejich určování využil u slovníkovou databázi DEBDict. I tak se ukázalo, že ověřování a kontrola toho, zda lexémy z vyexcerpovaném materiálu jsou skutečně neologismy, je poměrně náročný proces. Připočítám-li, že se v české lingvistice vyskytují i jazykovědné slovníky a příručky o slovní zásobě, které nejsou zahrnuty v této práci, nemohu zcela tvrdit, že všechny vyexcerpované neologismy nemohou již být někde zachyceny. Mohu se však domnívat, že většině případech se o neologismy opravdu jedná. Vybraný materiál nakonec obsahuje kolem pětiset neologismů, což je, jak se domnívám, pro tuto práci dostatečně rozsáhlý vzorek.

Vyexcerpované jednotky jsem roztřídil dle odborné literatury tak, jakým způsobem obohacují slovní zásobu. V závěru vyvozují, jaké trendy ovlivňují a formují českou slovní zásobu.

Za základní literaturu zabývající se neologismy, kterou jsem k tvorbě této práce využil, považuji publikaci *Problematika neologismů ve spisovné češtině* od Olgy Martinové z roku 1983. Také jsem se opíral o aktuální sborník *Neologismy v dnešní češtině*, který vyšel pod vedením O. Martinové v Praze roku 2003. Samozřejmě sem patří již výše zmíněný *Slovník neologismů I. a II.* (1998 a 2004). Platným se též ukázal sborník *Internacionalismy v nové slovní zásobě* (Tichá, 2003) a další časopisecké příspěvky.

### 3 PUBLICISTIKA

Termín publicistika je definován Slovníkem spisovného jazyka českého jako novinářská (také časopisecká, rozhlasová) činnost publicisty nebo hromadných sdělovacích prostředků, které nám přinášejí texty za účelem předání informace. Jan Chloupek se k publicistice vyjadřuje takto: „*Publicistika je známa jako mezilidská komunikace informující o aktuálních společenských a politických tématech, která komentuje.*“<sup>3</sup> J. V. Bečka v o něco starší publikaci uvádí, že „*publicistika je za prvé informuje čtenáře o tom, co by měl vědět; za druhé jej formuje k tomu, jaký by měl zaujmout postoj k tématu a poskytnout mu všeobecný rozhled o aktuálních a společenských tématech.*“<sup>4</sup>

Termín publicistika bývá chápán synonymně k pojmu žurnalistika. Ta je definována jako novinářská činnost (SSČJ),<sup>5</sup> jako činnost v hromadných sdělovacích prostředků (SSČ).<sup>6</sup>

Samostatný obor – žurnalistika – chápe publicistiku rozdílně. Bere ji jako svou součást a staví ji po boku zpravodajství. Na rozdíl od zpravodajství, které má za úkol především informovat, publicistika má navíc charakter persvazivní a hodnotící. Z části najdeme i sdělená odborná, zábavná apod. Publicistika má adresáty získávat, přesvědčovat, vybízet.<sup>7</sup>

Při sběru materiálu jsem excerpoval jak z článků zpravodajských i publicistických. Celkově lze o těch publicistických říci, že jsou oproti zpravodajským bohatší na jak na neologismy, tak především na okazionalismy. U tiskového zdroje jsem využíval přílohy i víkendový magazín, u internetového veškeré články z určeného časového období prakticky ze všech rubrik a podrubrik.

---

<sup>3</sup> CHLOUPEK, Jan. *Stylistika češtiny*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1991. s. 85

<sup>4</sup> BEČKA, Josef Václav. *Sloh žurnalistiky*. Praha : Novinář, 1986. s. 3

<sup>5</sup> SSČJ – Slovník spisovného jazyka českého (definováno dle slovníkové databáze *DEBDict*)

<sup>6</sup> SSČ – Slovník spisovné češtiny (definováno dle slovníkové databáze *DEBDict*)

<sup>7</sup> BARTOŠEK, J. *Jazyk žurnalistiky*. In *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha, 1997, s. 42

Součástí internetových i tištěných periodik jsou také reklamy, inzeráty, diskuze pod články či informační letáky (letáky platí pro tištěná média). Těm jsem se však při excerpci nevěnoval.

### 3.1 Publicistický styl a jazyk

Funkční styly se užívají tak, aby svým obsahem i formou nejlépe vyhovovaly komunikačnímu záměru autora.<sup>8</sup> Pro média<sup>9</sup> je typické vyjadřování ve stylu publicistickém. Předchozí odstavec o publicistice ještě doplním citací Marie Čechové, která o publicistickém stylu píše, že je to „*styl novin a jiných hromadných sdělovacích prostředků, účelem je nejen adresáta o něčem informovat, ale i přesvědčovat.*“<sup>10</sup>

Publicistický styl považujeme na komplexní, sdružuje tedy zmíněné funkce zpravovací a přesvědčovací.

Základními publicistickými útvary jsou zpravodajské (zprávy, oznámení, reportáže aj.) a publicistické (komentáře, sloupky, glosy, fejetony aj.). Pestrost žánrů koresponduje s množstvím specifických stylistických, syntaktických, tvaroslovných a lexikálních prostředků. Podle toho, o jaký žánr jde, se volí jazykové prostředky. Nejprve však charakterizují rozdíl mezi formou mluvenou a psanou, protože jsou to právě psané texty, ze kterých vychází tato práce.

Publicistické projevy mluvené a psané blíže je specifikuje Jana Hoffmannová.<sup>11</sup> U obou forem se počítá se spisovností.

Pro mluvené projevy je typická větší míra improvizace a spontánnosti (mimo připravené projevy – přednášky, slavnostní projevy apod.), mívají jednodušší stavbu, větší dynamičnost, silnou vazbu k situaci, konkrétnost,

---

<sup>8</sup> ČECHOVÁ, Marie; KRČMÁŘOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha : Lidové noviny, 2008. s. 381

<sup>9</sup> Výraz médium se vyskytuje v mnoha významech a kontextech, v této práci je chápán jako soubor prostředků (tisk, televize, rozhlas atd.), které zprostředkovávají někomu určité sdělení.

<sup>10</sup> ČECHOVÁ, Marie. *Čeština - řeč a jazyk*. Praha : ISV, 2000. s. 377

<sup>11</sup> HOFFMANNOVÁ, Jana. *Stylistika a- : současná situace stylistiky*. 1. vyd. Praha : Trizonia, 1997. 200 s. Jazykové příručky. ISBN 80-85573-67-9.

subjektivitu, emocionálnost, dále jsou u nich používány specifické jazykové prostředky, např. nadbytečná deiktická a neurčitá zájmena).

Psané projevy bývají uspořádanější a stylizačně propracovanější, racionálnější, mají složitější stavbu s orientací na obsah, jsou zaměřené retrospektivně, komplexněji a mohou si dovolit větší míru explicitnosti. Psaný text je dále úspornější, hutnější, lze se v něm opřít o delší a složitější souvětí. Výše popsané vlastnosti psaného publicistického projevu souvisejí i se složkou lexikální, jejíž sledování je pro tuto práci nejpřednější, a proto ji stručně popíši.

Téměř polovina slov v publicistice je monosémních, významově určitých – označují osoby, místa, data, instituce apod.<sup>12</sup> Na jednu stranu se dá říci, že v publicistických (žurnalistických) textech je jazyk konzervován (obliba v používání knižních, zastaralých, archaických výrazů), na stranu druhou publicistické texty jazyk obohacují novými výrazy. Předně se jedná o neologismy a okazionalismy (nová pojmenování a pojmenování příležitostná), v oblibě je používání slov přejatých (zvláště anglicismů), dále synonymických a obrazných pojmenování (metaforických, metonymických), expresivně zabarvených slov a frazeologických spojení (tzv. frazémů, např. u hyperbolických výrazů), a to i frazémů kulturních. Typické pro dnešní publicistiku je používání odborných a vědeckých termínů, slov vzniklých univerbizací (spojení dvou a více slov). Také se mluví o publicismech – osobitých slovních výrazů typických pro publicistický styl (např. *masmédiium*, *živná půda*, *konsenzus*). Do publicistiky nezřídka pronikají i výrazy slangové, hovorové, vulgární.

### **3.2 Vlivy na jazyk žurnalistiky**

Ve studii o profesním tlaku ovlivňující jazyk žurnalistiky popisuje Jaroslav Bartošek, jak „*novinářský jazyk ovlivňují slohotvorní činitelé*“<sup>13</sup> (ať už objektivní nebo subjektivní). Podle něj obsahuje komplex činitelů tyto složky:

---

<sup>12</sup> BARTOŠEK, J. *Jazyk žurnalistiky*. In *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha, 1997, s. 42

<sup>13</sup> Slohotvorní činitelé – soubor podmínek, okolností a okolností motivující výběr jazykových prostředků

Tlak času a prostoru – typický pro všechna masmedia. Tlak času souvisí to s potřebou být aktuální – první, kdo podá informaci. Mimo jiné se od tohoto odvíjí i úspěch na trhu. Tlak prostoru se týká především psaných sdělení, kdy autor sepisuje zprávu na stanovený počet vět – dochází ke kondenzaci sdělení, místo větných konstrukcí bývají používány příčestí a přechodníky, používají se málo známé zkratky, v titulcích se volí kratší synonyma, volí se modelová stereotypní sdělení (naproti takovému vyjadřování jsou užívány různé typy jazykových aktualizací, o nichž jsem se zmiňoval).

Tlak prostředí – vliv okolního prostředí na získávání zpráv (mohou nastat případy, kdy se informace obtížně získávají, např. demonstrace, živelní pohromy)

Tlak osobního pohledu – zaznamenané události a souvislosti jsou tlumočeny autorem, nejedná se o zaznamenání reality, nýbrž o její odraz .

Tlak média – s tím jak má být médium profilováno se mění styl zpravodajství, samozřejmý je vliv na jazyk a používání specifických jazykových prostředků.

Tlak mediální scény – mediální scéna prochází z mnoha různých důvodů (ekonomických, politických, sociálních) procesy, jejichž důsledkem je míchání stylů a žánrů, míšení zpráv bulvárního charakteru a „seriozního“ zpravodajství apod.

Tlak jazykové situace – podobné rysy a příznaky žurnalistického jazyka jsem zmínil v kapitole Publicistický styl a jazyk. Jazyková situace je příznačná míšením a variant v rámci v rámci jednoho jazyka a z toho vyplývající jazyková nestabilita a variantnost.<sup>14</sup> Prosazují se vybraná módní slova, anglicismy, odborné termíny, iniciálová zkratková slova či frazeologická klišé. Obnovuje se používání zaniklých slov a také je registrována tendence tvořit slova nová. Postupně se tříští československá bilingvní scéna, pro mladé se slovenština stává nesrozumitelnou. Je třeba podotknout, že rozdíly mezi celostátními a „druhořadými“ médii jsou propastné.

---

<sup>14</sup> DANEŠ, František. *Situace a celkový stav dnešní češtiny*. In: Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha, 1997, s. 15



## 4 MASOVÁ MÉDIA

Pojem hromadných sdělovacích prostředků jsem zmínil v definici publicistiky. Jinak je též označujeme jako masová média (masmédia). McQuail je definuje jako „*společenské instituce s vlastní svébytnou množinou pravidel a postupů, které jsou ale v celém svém rozsahu svých činností určována a omezována společností, v níž působí.*“<sup>15</sup> Jsou tedy závislá na společnosti, politických a ekonomických institucích, ale také je ovlivňují.

V komunikačním procesu působí svým sdělením na publikum – institucionalizovaného kolektivního uživatele či příjemce sdělení. V dnešní době mají masová média zásadní vliv na společnost a sociální vztahy. Reflektují proběhnuvší události, a podle toho, jak se k nim postaví, jsou schopná působit na veřejné mínění, vymezovat normy chování apod. Masmédia podávají obraz vývoje společnosti a člověka, narážejí však na mnohé mantinely související s etikou, zkreslováním reality (ať už záměrně či bezděčně), dodržováním objektivitu, problémy spojené s neutrálním postojem vůči zobrazeným událostem aj.

Mezi masmédia počítáme jak noviny, časopisy, rozhlas a televizi, tak i knihy, internetové stránky, filmy, počítačové hry apod. Už z tohoto výčtu je zřejmé, že masová média působí na cílovou skupinu s cílem např. přesvědčit adresáta (reklama), pobavit ho (film) či informovat (noviny; z toho vyplývá termín *informační hromadné sdělovací prostředky*).

### 4.1 Masový tisk a elektronická média

Materiál k této práci jsem čerpal jsem ze dvou zástupců informačních médií na české žurnalistické scéně. První zdroj byl v tištěné, druhý v elektronické formě.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. První. Praha : Portál, 1999, s. 118

<sup>16</sup> Při sběru materiálu jsem excerpoval z článků zpravodajských i publicistických. Celkově lze o těch publicistických říci, že jsou oproti zpravodajským obecně bohatší na neologismy a především

Termínem masový tisk označujeme listy (noviny) z třicátých let 19. století, které se obracely na stále početnější, i méně vzdělanější, skupiny čtenářů. Byly veřejně distribuovány (kiosky, pouliční prodej) a určeny pro masového diváka.<sup>17</sup> Noviny se následně začaly formovat a vyvíjet tak, aby se přizpůsobily vkusu a potřebám čtenářů. Specifickým se pro ně stalo výrazné grafické zpracování a úprava (nadpisy, podnadpisy, obrázky, fonty tvary a barvy písmen), obsah a záměrná stylizace textů určená konkrétnímu čtenáři, tomu odpovídala i jazyková stránka, v neposlední řadě také zvýšený náklad a poměrně nízká cena. Tyto vlastnosti se staly charakteristickými pro novinový tisk až do dnešní doby.

Přesto procházejí noviny spolu s žurnalistikou poměrně dynamických vývojem, u nás to se to zvláště projevilo po pádu komunismu.

V současnosti se mluví o „nových“ médiích (opak tradičních – tiskových). Má se tím na mysli internet i aplikace přes něj fungující (icq, skype aj.). S tím, jak se internet zpřístupnil a otevřel širokým uživatelských vrstvám, stoupá i úroveň internetového zpravodajství. Jak dokládá Miloš Čermák, čtenost tiskových novin neustále klesá, naopak internetové zpravodajství je stále populárnější (Čermák, 2009). Dnes už se vliv internetových i tištěných medií takřka vyrovnává (přestože se předpokládá, že větší autoritu i prestiž zůstává na straně tisku). Do budoucna se soudí, že internetová média překonají svým významem média tištěná (nebo je minimálně se vyrovnají, což se dle mého názoru dosud na české mediální scéně nestalo).

S rozšiřováním a zdůrazňováním elektronických médií souvisí i změny, které internetová žurnalistika prodělává. Informace se přenášejí v co nejkratším čase k širokým vrstvám publika. Důraz je kladen na exkluzivitu zpráv, což se projevuje na tempu a rychlosti, s jakou jsou informace vydávány. Na konkrétních textech se to projevuje mnohdy nepříznivě, např. chybami a překlepy (o vydávání

---

na okazionalismy. U tiskového zdroje jsem využíval přílohy i víkendový magazín, u internetového veškeré články z určeného časového období prakticky ze všech rubrik a podrubrik. Součástí internetových i tištěných periodik jsou také reklamy, inzeráty, diskuze pod články či informační letáky (letáky platí pro tištěná média). Těm jsem se však při excerpci nevěnoval.

<sup>17</sup> JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha : Portál, 2007. s. 30

nepravdivých či zkreslených informací nemluvě). Můžeme pozorovat řadu slohových nedostatků, klišovitých frází nebo používání jednotvárné omezené lexikální zásoby.

Pochopitelně i internetová žurnalistika má své klady. Texty se dají opravovat a zpětně doplňovat (jak o informace, tak obrázky či videa). Objevily se tzv. hypertextové texty, přes které má uživatel (i autor textu) možnost sledovat historii události i ostatní články týkající se tématu. Uživatel má možnost reagovat v diskuzi nebo na vlastním blogu. Internetová žurnalistika přinesla i nové formy zpravodajství, jako např. online reportáž.

## **4.2 Výběr deníků**

Na české mediální scéně se v tuto chvíli nachází poměrně bohaté množství periodik, která jsou za měřena na regionální, republikové a celosvětové zpravodajství.

Jak už jsem zmínil výše, získaný materiál potřebný k této práci jsem sbíral v deníku *Právo* a internetovém deníku *iDnes.cz*, a to včetně všech příloh (*Právo*) a rubrik (*iDnes.cz*).

Oba deníky jsou na české mediální scéně respektovány a uznávány.

### **4.2.1 PRÁVO**

Deník *Právo* vycházel již od roku 1920, tehdy pod názvem *Rudé Právo*. Za totalitní éry fungoval jako propagační list komunistické ideologie. Po sametové revoluci změnil deník majitele a přešel do soukromého vlastnictví šéfredaktora Zdeňka Porybného, který je jím doteď. V roce 1995 se definitivně byla dokončena transformace novin, ty změnilly svůj název na *Právo*.

Dnes jsou tyto noviny třetí nejprodávanější na českém trhu (po *Blesku* a *MF Dnes*), stále se o nich mluví jako o levicovém listu. Jeho průměrně prodaný

náklad činí něco mezi 135 a 140 tisíc kusy<sup>18</sup>. Mezi přílohy vycházející spolu s novinami patří Styl pro ženy, Dům a bydlení, Cafe a víkendový Magazín TV.

Mimo Porybného jsou v redakci dlouhodobě zástupci šéfredaktora L. Kazda, R. Dengler a V. Dušánek.

Právo spolu s portálem Seznam.cz provozuje internetový zpravodajský portál novinky.cz.

#### **4.2.2 iDNES.CZ**

Server iDnes.cz funguje od 12. ledna 1998 a v současné době je patrně nejnavštěvovanější zpravodajský portál u nás (uvádí se kolem 3 milionů čtenářů za měsíc). Původně odnož Mladé Fronty, dnes s ní sice stále spolupracuje (vydává články apod.), má však vlastní redakci i vedení. Je to jeden z největších a nejvšestraněji zaměřených informačních portálů u nás. Zprávy jsou členěny do sedmnácti hlavních rubrik, za stěžejní by se daly označit Zprávy z domova, ze světa, ze sportu, kultury, ekonomiky a financí. V těchto rubrikách je také vydáváno nejvíce příspěvků.

Ředitelem těchto internetových novin je Josef Kábele, šéfredaktorem Michal Hanák. Provozovatelem iDnes.cz je česká mediální společnost MAFRA, a. s.

(Informace o zpravodajských denících čerpány z: Wikipedia.cz; Pravo.novinky.cz a iDnes.cz, viz. Použité zdroje/ elektronické zdroje)

---

<sup>18</sup> Průměrný náklad novin v listopadu meziročně klesl. *Finanční noviny* [online]. 10.1.2010, 1, [cit. 2010-07-27]. Dostupný z WWW: <<http://citace.com/generator.php?druh=4&ukol=1>>.

## 5 NEOLOGISMY A JEJICH CHARAKTERISTIKA

V Encyklopedickém slovníku češtiny jsou neologismy vymezeny jako lexikální jednotky, které se ve vztahu k již existujícím lexikálním jednotkám současné slovní zásoby vyznačují novostí, a to jak z hlediska vzniku, tak z hlediska funkčního (funkčně systémového, stylistického, komunikačního).

Vznikají napříč slovní zásobou „ve všech komunikačních sférách a útvech národního jazyka.“<sup>19</sup> Velké množství jich vzniká v hovorové řeči, slangu či v publicistice. Jsou utvořeny z příčin vnějších (společenská potřeba nově pojmenovat věci, jevy apod.) a vnitřních (jazykové důvody stylistické<sup>20</sup> – odstínění stylů; strukturní – staré pojmenování nahrazeno vhodnějším).<sup>21</sup>

Josef Filipec považuje neologismus za „*lexikální jednotku úseku slovní zásoby hodnocené z hlediska současných platných norem, ve srovnání s jednotkami běžnými jako časově nové, užívané, perspektivní – tyto jednotky jsou kandidáty běžné slovní zásoby.*“ (Čermák, Filipec 1985)

Podle Olgy Martinové je „*podstata neologismů v tom, že pojmenovávají nový předmět, jev či skutečnost, a že obohacují vyjadřovací prostředky jazyka.*“ (Martinová, 1987)

Dále charakterizuje „rys novosti,“ který neologismy, jakožto charakteristický jev, vymezuje. Chápe jej jako buď jako „novost“ pojmenovaného předmětu či neotřelost výrazu, nebo jej ztotožňuje s pociťováním novosti, neobvyklosti, zvláštnosti ze strany uživatelů jazyka (Martinová, 1987).

Jak jsem již napsal v úvodu této bakalářské práce, hlavním kritériem pro zařazení příslušné lexikální jednotky do kategorie neologismů je pro mě to, že nejsou nikde slovníkově zaznamenány (kodifikovány).

---

<sup>19</sup> KARLÍK, Petr et al. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha : Lidové noviny, 2002. s. 284

<sup>20</sup> Protipólem neologismů v rovině stylistické jsou archaismy (slova zastaralá).

<sup>21</sup> HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vyd. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1986. s. 44

Vedle (perspektivních) neologismů rozlišuje Josef Filipec ještě další skupiny nových slov, dělí je na:

- a) neologismy neperspektivní (mají povahu návrhů, nepřijatých náhrad; auto = *silec, siloun*)
- b) pojmenování etapová a módní (*nylon, kovomat*)
- c) pojmenování okazionální (tzv. okazionalismy, viz.5.1)

## **5.1 Okazionální pojmenování**

Okazionální pojmenování, tzv. okazionalismy, jsou neologické prostředky, které obvykle nemají možnost včlenit se do lexikálního systému nebo ji mají nízkou.<sup>22</sup> Pokud se ve slovní zásobě neujmou, většinou zanikají.

Užívají se příležitostně, jednorázově, často mají hodnotící rysy. Mohou obzvlášťňovat situaci nebo vyjadřovat postoj mluvčího; jejich komunikační funkce je často snížena.<sup>23</sup> Důležitá je především funkce jakou okazionalismy zastávají, většinou jako silně expresivní výrazy na sebe přitahují pozornost, často má široké spektrum konotací či silný ironický nádech, situaci obzvlášťňují nebo mohou hyperbolizovat. Proto se vyskytují velmi často v básnických i prozaických dílech, častý je též výskyt v publicistické sféře. Jejich motivace bývá patrná, ale nemusí tak tomu být vždy.

Na rozdíl od neologismů nemají šanci proniknout plošně mezi uživatele jazyka, tudíž se nikdy nezačlení do slovní zásoby.

## **5.2 Neologismy a slovní zásoba**

Než se neologismus uchytí ve slovní zásobě (přesune se z periferie do centra slovní zásoby), musí podstoupit proces, kdy jej nejprve musí někdo objevit a prvně použít, až se následně užíváním uplatní v běžném komunikačním procesu.

---

<sup>22</sup> MARTINCOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha : Univerzita Karlova, 1983. 131 s.

<sup>23</sup> STANĚK, Václav. *Okazionalismy v současné české publicistice*. In: Naše řeč 85, 2002, s. 57

Jakmile se začne neologismus užívat v komunikační praxi (je tedy uživatelům znám), ztrácí rys novosti a přestává být chápán jako nové pojmenování. Postihnout kdy se tak přesně stalo je nemožné, lze však sledovat frekvenci a vývoj toho, jakým způsobem se projevuje v komunikaci.

Při procesu začleňování nových jednotek do lexikálního systému (pohyby ve slovní zásobě) rozděluje Martincová nová pojmenování na dvě skupiny, v první jsou neologismy do slovní zásoby pouze zařazeny (doplňují ji), mají izolovaný, často specializovaný význam nebo se jedná o jazykově příznakové jednotky terminologické, umělecké neologismy. Ve druhé se uplatňují jako prostředky variantní, konkurenční, vyvolávající napětí v dílčích systémech (tato pojmenování se dají označit jako lexikální inovace).<sup>24</sup>

Tvoření nových jednotek probíhá jak v mluveném, tak spisovném jazyce. Některá pojmenování jsou motivována vnějšími činiteli ve spisovném jazyce, vznikají jako prostředky spisovného jazyka.<sup>25</sup> Analogický proces probíhá i v jazyce mluveném. Neologické jednotky mají za určitých podmínek možnost se zařadit do spisovné slovní zásoby, nebo aspoň sloužit typologicky jako předloha pro vznik dalších jednotek. Jazyková norma je obvykle rezistentní vůči změnám i co se týká slovní zásoby. Snadněji se prosazují názvy nových věcí (výrobků, jevů apod.). Jak jsem zmínil v kapitole Publicistický styl a jazyk, pro různé stylové vrstvy jsou charakteristické určité specifické jazykové prostředky. Proto i původně odborné či profesní termíny (které mohly být hodnoceny jako nespisovné), a hojně je využívá např. publicistika, mají usnadněnou cestu ke kodifikaci (popř. k uznání spisovnosti).

---

<sup>24</sup> MARTINCOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha : Univerzita Karlova, 1983. s. 28

<sup>25</sup> Tamtéž, s. 29

### 5.3 Klasifikace neologismů

Nová pojmenování jsou silně vázána na dobu vzniku, dělíme je tedy podle časového hlediska na **synchronní** (mohou se stát plnohodnotnou lexikální jednotkou) a **diachronní** (vyskytly se v lexiku minulého období).

Často se uplatňuje hledisko **strukturní** a **funkční**. Mezi neologismy ze strukturního hlediska řadíme nová slova utvořená tvořením (přidávání sufixů, prefixů aj.), přejímáním z cizích jazyků či útvarů jazyka, slova s novým významem (tzv. neosémantismy), víceslovná pojmenování, frazémy a slova vzniklá univerbizací. Z tohoto pohledu je především vybudovaná i tato práce.

Z funkčního hlediska se za neologismy pokládají jednotky, u nichž se jejich původní užití (vázané na pracovní, sociální apod. prostředí) mění a spolu s tím se přehodnocuje původní (profesní, slangová, odborná atp.) příznakovost. Za neologismy jsou považovány i ty lexikální jednotky, které se přestaly po určité době používat a jejich užití se obnovilo (radní – člen obecní rady).<sup>26</sup>

Z hlediska **onomaziologického** (onomaziologie – nauka o pojmenování jevů) jsou neologismy označovány jako nová pojmenování, z hlediska **sémaziologického** (sémaziologie – nauka o významu slov) se pro jejich označení používá termínu nová slova, nové výrazy.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> KARLÍK, Petr et al. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha : Lidové noviny, 2002. s. 285

<sup>27</sup> Tamtéž, s. 285



## 6 SLOVNÍ ZÁSoba

Slovní zásoba tvoří základ každého jazyka a stojí na ní většina lingvistických oborů. Její základní vlastností je tvárnost, nestálost a proměnlivost. Velmi rychle reaguje na okolní podmínky a změny, ať už se jedná např. o změny charakteru sociálního či politického. Neustále se dostává do konfrontace s vlivy slovních zásob cizích jazyků a z této konfrontace se snaží co nejlépe uzpůsobit jazyk tak, aby vyhovoval co nejlépe komunikačním potřebám. Rozsah slovní zásoby není přesně zjistitelný, počet slov se neustále mění. Nové lexémy neustále vznikají, zanikají či mění svůj význam.

Příruční mluvnice češtiny popisuje slovní zásobu jako „*souhrn všech jeho lexikálních jednotek, tj. jednovýznamových i vícevýznamových slov a ustálených spojení.*“<sup>28</sup> Česká lexikologie ji specifikuje jako „*soubor lexémů (lexikálních jednotek) různého typu: slov motivovaných-nemotivovaných, monosémních-polysémických, spojení slov, (pojmenovávacích) souslovných a frazeologických (idiomatických).*“

Ve spojení s určitým národem (společenstvím) se mluví o *slovní zásobě celonárodní*. „Její národně reprezentativní složkou“ je spisovná lexikální zásoba (většinou se jedná o slova bezpříznaková, neutrální), vedle ní rozlišujeme i nespisovné jazykové útvary, nářeční/polonářeční útvary (dialektismy, regionalismy) či sociální útvary (slang, argot, profesní mluvu).

Věda zabývající se slovní zásobou se nazývá lexikologie. Dále se člení na další lexikologické disciplíny, např. sémaziologii, sémantiku (nauka o významu slov), onomaziologii (nauka o pojmenování), frazeologii (zkoumá ustálená spojení), etymologii (nauka o původu slov), onomastiku (nauka o vlastní jménech) lexikografii (nauka o slovnících), toponomastiku (nauka o místních jménech) aj.

---

<sup>28</sup> KARLÍK, Petr; NEKULA, Marek; ROUSÍNOVÁ, Zdeňka et al. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 92

Jak jsem v této práci několikrát podotknul, proměny ve slovní zásobě jsou poměrně dynamické. S tím jak se slova stávají frekventovanější nebo jsou naopak vytlačovány na okraj slovní zásoby z užívání, rozeznáváme pojmy centrum a periferie slovní zásoby.

V centru slovní zásoby stojí určité jádro, souhrn lexémů nejdůležitějších a nejběžnějších pojmenování potřebných ke komunikaci. Zároveň se jedná o nejstabilnější a nejfrekventovanější prvky, které jsou ve většině slovníkové zachycené. Na periférii slovní zásoby se oproti jádru vyskytují málo frekventovaná slova, jako archaismy, historismy či okazionální slova.

## **6.1 Obohacování slovní zásoby**

Obohacování slovní zásoby o nově utvořená slova probíhá v češtině několika způsoby. Podle typu vzniku je obvykle dělíme na následující kategorie: **tvoření slov, přejímání lexémů z cizích jazyků** popř. z jiných útvarů národního jazyka), **sémantické tvoření** (přenášení významu), a spojování slov v sousloví, na jejich pozadí může docházet k **univerbizovaným pojmenováním**. Je třeba také zmínit tvoření **slov značkových**,<sup>29</sup> k tomu však dochází poměrně zřídka.

---

<sup>29</sup> Značková slova nejsou motivovaná (např. *dům, voda*) .

## 7 TVOŘENÍ SLOV

Jeden ze základních typů obohacování české slovní zásoby je **tvoření slov**. Vychází ze slov již známých, a od nich jsou odvozovány různými prostředky a postupy nově motivované slovní tvary. Podstata tohoto způsobu tkví v tom, že nová jednoslovná pojmenování vznikají na základě existujících slov jistými obměnami jejich morfologické (morfémové) struktury.<sup>30</sup> Při tomto procesu se k základu (popř. ke dvěma a více základům) jednoslovného pojmenování přidává odvozovací prostředek (formant), který slouží jako jeho určující složka. Formantem bývají afixy (prefixy a sufixy), koncovka, kmenotvorná přípona nebo kombinace afixu a sufixu či prefixu a koncovky.

Do kapitoly Tvoření slov zahrnujeme **derivaci** (odvozování), **kompozici** (skládání), **abreviaci** (zkracování) a jejich kombinace.

### 7.1 Odvozování slov (*derivate*)

Jde o nejdůležitější způsob rozvíjení a obohacování slovní zásoby. Pro češtinu, jako jazyk flektivní, je derivování nejpřirozenějším slovotvorným prostředkem.

Tvoření, při němž se slovotvorný prostředek připojuje před slovní základ nazýváme **prefixální/předponové** (*nést – přinést*). Naopak pokud se slovotvorný prostředek přidává za slovní základ, určujeme ho jako tvoření **sufixální/příponové** (*les – lesník*). Spojením předponového a příponového tvoření vzniká tvoření **smíšené/prefixálně-sufixální** (*hora – pahorek*). Zvláštní skupinu tvoří tzv. **postfixy**, které se připojují k úplnému slovnímu tvaru až za koncovku (*kdo – kdosi*). V češtině se omezují jen na některé slovní druhy.

---

<sup>30</sup> DOKULIL, Miloš. *Tvoření slov v češtině: teorie odvozování slov*. Praha : Nakladatelství ČSAV, 1962. 263 s. 21

Při odvozování dochází k případům, kdy se nezmění slovtvorný kmen, vlastním nositelem odvození se stává změna tvaroslovné charakteristiky slova,<sup>31</sup> tento jev označujeme jako **konverzní/koncovkové** tvoření (*zlý – zlo*). Variantou konverze je prefixálně-konverzní tvoření, při kterém se při konverzním tvoření navíc připojuje předpona (voda – rozvodí).

Pro úplnost přehledu nelze opomenout způsob, který stojí principiálně proti derivaci, nazýváme derivací zpětnou. Jedna z možností zpětné derivace je **deprefixace**, děj opačný vůči prefixaci, při němž se ze základového slova odnímá předpona (*útes – tes*). Frekvence tvoření slov deprefixací je velmi malá. Stejně je na tom další způsob zpětného tvoření – **desuffixace**, při níž se od slovtvorného základu vypouští přípona (*necitelný – necita*). Spojení desuffixace s následnou sufixací nazýváme **resuffixací** (*humanismus – humanista*), probíhá tedy „odvozování (sufixací) z přípony zbaveného kmene.“<sup>32</sup>

### 7.1.1 ODVOZOVÁNÍ PŘEDPONOVÉ (POMOCÍ PREFIXŮ)

Odvozování, při němž se předpona přidává k slovtvornému základu.

→ **NEPŘEDLOŽKOVÉ (PRAVÉ) PREFIXY**

Vznikly spojením základového slova a předložky, která nemůže stát mimo slovo sama o sobě.

**ne-**: neauditovaný, nedoléčený, nefarmakologický, nepodsklepený, nepřejít,

nerajcovat, nenazrát, nezareagovat, negolfista, nenabýt, nereprezentant

**od-**: *odmakat, odřídít*

**pro-**: *pronadávat se*

**pře-**: *přemotivovat, přemotivování, přeštelovat*

**po-**: *pokopnout*

**při-**: *přilosovat*

**roz-**: *rozbombardovat*

---

<sup>31</sup> DOKULIL, Miloš. *Tvoření slov v češtině: teorie odvozování slov*. Praha : Nakladatelství ČSAV, 1962. 263 s. 24

<sup>32</sup> Tamtéž, s. 24

**ve-**: *vevařený*

**vy-**: *vymazlit si*

**za-**: *zahajlovat, zakempovat, zamachrovat, zavekslovat*

**z-**: *zblokovat, zlobovat*

#### → PŘEDLOŽKOVÉ (NEPRAVÉ) PREFIXY

Při připojení ke jménu se chovají stejně jako pravé před změny, jejich mluvnické charakteristiky se nemění.

**bez-**: *bezpatkový, bezpilotní, bezsmluvní*

**do-**: *dopíchnout, doprogramovat, doplácet, dovidí, dovyladit*

**na-**: *nafrázovat, nemotivovaný, namotivovat, natipovat, nainfikovaný, našláplý*

**mimo-**: *mimofotbalový, mimoběžnost*

**pod-**: *podpasák, podúkol*

**proti-**: *protilisabonský, protifrankistický, protiromský, protinádorový,  
protisystémový, protiúkol*

**před-**: *předelektrický, předodjezdový, předzápasový, předprototyp, předpříběh,  
předtancování*

**sebe-**: *sebenenávistný*

**spolu-**: *spoluorganizovat*

#### → INTERNACIONÁLNÍ PREFIXY

Internacionální prefixy jsou jednotky (morfém, slovo, konstrukce), které mají převážně řecký a latinský původ (některé novější anglické neologismy jsou také vnímány jako internacionální), a přecházejí (adaptují se) do cizích jazyků a jejich přebírání má internacionální charakter.<sup>33</sup>

**anti-**: *antiparazitika, antidepresiva, antirekord, antistar, antivirotika,  
antikonfliktní, antiradarový*

**arci-**: *arcipadouch, arciterorista*

---

<sup>33</sup> BUZÁSSYOVÁ, Klára. *K dimenziám internacionalizácie slovej zásoby*. In: *Internacionalismy v nové slovní zásobě*. Praha : UJC, 2003. s.8

**ex-:** *exstudent, exšéf, exproděkan, extraligista*

**ko-:** *kogenerace*

**neo-:** *neoestébáctví, neoestébácký*

**sub-:** *suborbitální*

**super-:** *superrychlý, superúspěšný, superlicence, superskupina, supersport, supertalent, superzakázka, super úřad*

**trans-:** *transrežimní*

#### → INTERNACIONÁLNÍ PREFIXY JAKO KOŘENOVÉ MORFÉMY

Některé z internacionálních předpon jsou vnímány jako kořenové morfémy. Vlivem častého užívání „dochází k sémantickému oslabování kořenových morfémů.“<sup>34</sup> Ve spojení s jiným domácím kořenovým morfémem je vnímáme jako hybridní, tento typ je velmi častý.

Problematičtější je zařazení do slovtvorné kategorie. Některé tyto kořenové morfémy (*video, euro*) mají internacionální povahu, stejně tak většinu příkladů můžeme určit jako složeniny nevlastní (7.2.1)

**bio-:** *biobenzíní, biozóna, biocidní*

**eko-:** *ekožárovka*

**euro-:** *eurocity, eurokomisař, euroskeptik, euroskeptický*

**čoko-:** *čokomasáž*

**foto-:** *fotogalerie, fotoobrázek*

**termo-:** *termokamera*

**video-:** *videoserver, videoterminál, videovzkaž, videozdravice, videorecenze, videoherní*

---

<sup>34</sup> LOTKO, Eduard. *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny)*, In: *Studia Slavica* 5, Ostrava 2002, s. 13

### → PREFIXOIDY (PŘECHODNÉ MORFÉMY)

Skupina internacionálních prefixů se překrývá s následující skupinou prefixoidů. Souhrnně se nazývají internacionální prefixoidy.

Vlastností prefixoidů je to, že mají funkční i významové vlastnosti jak předpony, tak kořenové morfémy.<sup>35</sup> Uplatňují se zejména při intenzifikaci (či zeslabování) významu.

#### Domáci:

**celo-:** *celotělový*

**pidi-:** *pidiprostor*

**polo-:** *poloscénický*

**rychlo-:** *rychloobrátkový, rychlokurz, rychlostudent*

**plno-:** *plnovýsuvný*

**více-:** *víceproudý*

**vele-:** *velehod*

**vysoko-:** *vysokorychlostní*

#### Cizí:

**extra-:** *extraprodloužený*

**mikro-:** *mikroporézni, mikrokontakt, mikropaprsek, mikroprasátko*

**mini-:** *miniinvazivní, miniskupina*

**ultra-:** *ultrajednoduchý, ultraslavný*

Ze sledovaného vzorku lze vyčíst, že největší frekvenci při vytváření neologismů mají předpony *ne-*, *proti-*, *anti-*, tedy předpony vyjadřující negaci a protikladné zaměření. Jako produktivní se ukazují prefixy *do-*, *na-*, *před-*.

Zajímavé shledávám to, že internacionální prefixy a prefixoidy se počtem vyrovnají tradičním předložkovým/nepředložkovým prefixům. Co se však týká frekvence používání, mnohonásobně je převyšují. Jako jeden z důvodů bych se

---

<sup>35</sup> KOCHOVÁ, Pavla. *Prefixace u nových substantiv*. In: Neologismy v dnešní češtině. ÚJČ AV ČR, Praha 2005, s.75

mohl uvést, že se na ně pohlíží pozitivně, jejich používání vypadá odborněji, také jsou stručné a implikují něco zvláštního.

### **7.1.2 ODVOZOVÁNÍ PŘÍPONOVÉ (POMOCÍ SUFIXŮ)<sup>36</sup>**

Odvozování, při kterém se přidává k slovtvornému základu přípona.

→ **SUBSTANTIVA UTVOŘENÁ ZE SUBSTANTIV**

#### a) Jména konatelská

**-ař/lář:** *bitkař, driftař, průšvihář, podvozkář, ranař, skeetař, smykař, stínař*

**-íř:** *hecíř*<sup>37</sup>

• Koncovky konatelské internacionální povahy

**-er/ér:** *bloger, bomber, striker, organizér, raper, skóre*

#### b) Jména dle příslušnosti

• Příslušnost k místu (tzv.obyvatelská jména)

**-ák:** *lázeňák*

• Příslušnost ke skupině lidí

**-ovec:** *baníkovec*

**-ista:** *konzolista*

• Odvozené od obecného jména

**-ky:** *aladinky*

#### c) Jména přechýlená

**-ka:** *blogerka*

#### d) Názvy specifikační

**-(ov)né:** *šrotovné, regálné*

---

<sup>36</sup> Třídění jsem prováděl podle kategorického uspořádání Příruční mluvnice češtiny a Problematika neologismů v českém jazyce (Martincová)

<sup>37</sup> Lexém „Hecíř“ mohl vzniknout ze základů „hec“ nebo „hecovat“, motivace vzniku je neprůhledná; Nekula, Martincová a další autoři mluví o paralelní motivaci – není zřejmé z jakého základu slovo pochází .



→ **SUBSTANTIVA UTVOŘENÁ Z ADJEKTIV**

a) Feminina

**-ka:** *tutovka, tutovka*

b) Neutra

**-ství/ctví** (slova odvoz. od názvů osob, podniků a živností): *pcčkářství*

c) Názvy vlastností (od adjektiv s příponou -ský)

**-ina:** *stavbařina*

→ **SUBSTANTIVA UTVOŘENÁ ZE SLOVES**

a) Jména konatelská

**-áč/áč:** *kývač*

**-l:** *remcal* (ve spojení se základy sloves –at a -it)

b) Názvy prostředků činnosti

**-čka:** *děrovačka*

**-dlo:** *osvěžovalo, přibližovalo*

c) Názvy dějů

**-čka:** *rubačka, tipovačka*

d) Substantiva verbální

**-ení/ění:** *plošinovkaření*

**-ání:** *patchování, přemotivování*

→ **ADJEKTIVA UTVOŘENÁ ZE SUBSTANTIV**

a) Adjektiva kvalitativní (jakostní)

**-ovaný:** *embossováný* (sufix připomíná zakončení deverbativních adjektiv,  
vyjádření vnější vzhled)

**-oidní:** *golfoidní*

- Adjektivna vyjadřující podobnost
- ovský**: *coperfieldovský, haškovský, montypythonovský, donkichotský* (adjektiva odvozená od vlastních jmen)

- Adjektivní pojmenování od obecných jmen osob

- ský**: *ironmanský*

b) Adjektiva vztahová (relační)

- Adjektiva utvořená ze slov cizího původu
- ový**: *loadingový, grincorový, rallycrossový, ratingový, remasterový*
- ální**: *proprietální*

- Adjektiva obecně vztahová

- ní**: *loterijní* ( u obecně vztahových adjektivech)
- ní**: komparšní (význam účelu, funkční určení)
- ský**: *odpadářský, útěkářský* (odvozená od substantivních názvů osob končících na ař/ář)
- ický**: *karmický*

c) Adjektiva vyjadřující neaktuální vykonávání

- ný**: *rozbombardovaný, vystresovaný*

d) Adjektiva vyjadřující potencionální zasažení dějem

- telný**: *kompletovatelný, skinovatelný, zapisovatelný*

→ **POJMENOVÁNÍ SLOVESNÁ UTVOŘENÁ ZE SUBSTANTIV**

- ovat**: *dropovat, metastázovat*

→ **SUFIXOIDY A SUFIXOIDNÍ LEXÉMY**

Stejně jako prefixoidy mají sufixoidy vlastnosti jak sufixu, tak kořenového morfému –je možné je zařadit i mezi slova složená.

**-man:** *grafoman*

**-mil:** *krylomil*

Sufixace se ukázala jako velmi produktivní jako slovotvorný prostředek. Ač svým počtem nedosáhla na prefixální tvoření, frekvence používání příslušných přípon je vyšší než u předponového tvoření.

Ze zkoumaného vzorku vyplývá, že u substantivních neologismů utvořených přidáním sufixu je produktivní přípona *-ař/-ář* a *er/-ér*, u adjektivních neologismů *-ový* a *-ovský*. Mimo skupinu s příponou *-ovský* se jedná o jedná o pojmenování osob nebo pojmenování od osob odvozených.

Co se týče způsobu odvozování pomocí postfixace, deprefixace, desufixace a konverze, nebyly v vzorku nalezeny.

### **7.1.3 ODVOZOVÁNÍ SMÍŠENÉ (PREFIXÁLNĚ-SUFIXÁLNÍ)**

Odvozování, při kterém se přidává k slovotvornému základu jak předpona, tak přípona.

#### **→ POJMENOVÁNÍ PŘEDPONOVĚ PŘÍPONOVĚ**

##### Podstatná jména

**Anti-** slov. základ **-ismus:** *antiamerikanismus, antibudhismus*

**Po-** slov. základ **-čko:** *pokoukáníčko*

**Pod-** slov. základ **-(ov)ka:** *podpásovka*

##### Přídavná jména

**Bez-** slov. základ **-ový:** *bezzákluzový*

**Data-** slov. základ **-ový:** *datadiskový*

**Kyber-** slov. základ **-ový:** *kyberpunkový*

**Ne(vy)-** slov. základ **-elný:** *nevynechatelný*

**Po-** slov. základ **-(ova)ný:** *poplastovaný*

**Pře-** slov. základ **-(ova)ný:** *přepigmentovaný*

## Slovesa

**Vy-** slov. základ **-(ova)t**: vygooglovat

## Příslovce

**Pře-** slov. základ **-(ová)no**: přibetonováno

→ **POJMENOVÁNÍ PŘEDPONOVĚ KONCOVKOVÉ**

## Podstatná jména

**Roz-** slov. základ **-í**: rozchozí

### **7.1.4 KOMPOZIČNĚ DERIVAČNÍ TVOŘENÍ SLOV**

Kompozičně derivační způsob tvoření slov je pomezí mezi odvozováním a skládáním slov, protože se na vzniku slova podílejí oba druhy tvoření (tedy jak kompozice, tak derivace).

#### Podstatná jména:

Složenina + **-ost**: obounohost

Složenia + **-ista**: prvooligista

#### Přídavná jména:

Složenina + **-ový**: singleplayerový

Složenina + **-ký**: sklokeramický

Celkově lze říci, že odvozování slov pomocí prefixů a sufixů se ukázalo v této práci jako nejproduktivnější prostředek tvoření nových neologismů.

## **7.2 KOMPOZIČNÍ TVOŘENÍ SLOV (SKLÁDÁNÍ SLOV)**

Kompozice je proces, při němž se k sobě připojují dva (příp. tři) slovotvorné základy a vzniká motivované pojmenování. Kompoziční tvoření slov je typické pro polysyntetické jazyky jako němčina nebo čínština aj.

Slova utvořená kompozicí se dělí na **složeniny nevlastní**, která vznikla pouhým sloučením syntakticky spojených slov (okamžik). Tato slova je možné zpětně rozdělit, z pravidla se změněným slovosledem.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. Praha : SPN, 1986. 150 s.

VARIANTOU složenin nevlastních je **spojení spřežkové** (tzv. juxta poziční), kdy se k základovému slovu připojí předložka, nemění se morfologická charakteristika. Spřežková spojení mohou být původem i větná (*budižkničemu*). U dalšího typu složenin, tzv. **složenin vlastních**, nemůžeme slovo zpětně rozdělit. Jedna či obě části tohoto slova vznikají až ve složenině, tzn. že mimo slovo nejsou samostatné. Jednotlivé části kompozita bývají propojeny spojovacím vokálem (nejčastěji -o-, -e-, -i- ), není to vždy pravidlem (např. *dvojhlas* ).

Na pomezí skládání a odvozování se nachází tvoření tzv. **kompozičně derivační**. Jedná se proces, při kterém se ke kompozitu připojuje afix (většinou přípona). Jednotlivé příklady jsou popsány výše (viz. kapitola 7.1.4)

Na hranici skládání a zkracování další slovo tvorná varianta, při které se připojuje **jednopísmenový komponent k plnovýznamovému slovu** (*e-mail*, *m -anking*). Tato varianta je oblíbená především v oblasti technologií, bankovníctví apod.

### 7.2.1 ZPŮSOBY KOMPOZIČNÍHO TVOŘENÍ<sup>39</sup>

#### → SLOŽENINY NEVLASTNÍ

*autoboom, automagazín, datadisk, diskoshow, podržtaška, popmuseum, popzpěvák*

Některé příklady uvedené pro tuto kategorii jsou sporné. Ani odborná literatura při uvádění podobných příkladů není jednotná. Mohly by tak být zařazeny jako příklady univerbizovaných jednotek (zvláště to platí pro *autoboom*, *automagazín* atd.)

#### → SLOŽENINY SPŘEŽKOVÉ, TZV. JUXTAPOZICE

*kolemjedoucí, meziprobuzení*

---

<sup>39</sup> Tuto kategorii třídím podle publikace *Nauka o slovní zásobě* (Hauser) a *Příruční mluvnice češtiny*

→ **SLOŽENINY VLASTNÍ**

*audiokonektor, deblkanoe, deblkanoista, cyklotaxi, čechoindka, čokomasáž, fotogalerie, fotoobrázek, gastroprůvodce, geoelektrikář, geophon, kyberválka, kyberšikana, metarealita, monopol, pracemil, samoživitelka, středopolař, starofolkařský, židobraní*

Ke složeninám vlastním řadíme některé předpony internacionálního charakteru (např. foto-, termo-) které je možné určit jako kořenové morfémy (viz. kapitola 1.1.4.).

→ **JEDNOPÍSMENOVÝ KOMPONENT + PLNOHODNOTNÉ SLOVO**

Redukce morfémů v jednopísmenový komponent souvisí s oslabováním významu,<sup>40</sup> pro jednoduché tvoření a jazykovou úspornost těchto spojení lze do budoucna počítat s jejich rozšiřováním.

- Komponent „a“ – ve významu hlavní: *A-tým*
- Komponent „e“ – ve významu elektronický: *e-Tiket*
- Komponent „d“ – ve významu dvojité (dual): *D-pad*
- Komponent „i“ – ve významu internetový: *iPod, iPhone, iTunes*

U jednopísmenových komponentů narážíme na rozkolísané pravopisné varianty u psaní velkých a malých písmen. Příklady jsou uvedeny tak, jak byly převzaty. Nelze však tvrdit, že pokud je komponent velkého písmena tak základové slovo bude začínat malým (a naopak). Například u kompozita A-tým se vyskytla varianta a-tým.

Většina ze zkoumaných neologických kompozit jsou substantiva ve vztahu prostě slučovací, převažují složeniny vlastní. Kompozitní neologismy jsou nejsou úplně pro češtinu typické, avšak ve zkoumaném vzorku jsou zastoupeny velmi hojně. To jen naznačuje trend, který sleduje jazyk žurnalistiky.

---

<sup>40</sup> LOTKO, Eduard. *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny)*, In: *Studia Slavica* 5, Ostrava 2002, s. 19

+Rozšiřování kompozit do české slovní zásoby je patrné v kapitole zabývající se přejímáním cizích lexémů. Velké množství složených slov se do slovní zásoby dostává již ve složeném tvaru, které vzniklo v cizím jazyce.

### 7.3 SLOVA TVOŘENÁ ABREVIACÍ ( ZKRACOVÁNÍM)

Při abreviačním tvoření slov bývají slova redukována na písmena či slabiky, významově jsou totožné s plným zněním zkracovaného slova. Zkratky vycházejí z víceslovných pojmenování a vznikají převážně ve psaném projevu. K rysům zkratkových slov patří to, že mluvnicky se chovají jako podstatná jména a jedná se především o jména vlastní.<sup>41</sup>

Mimo grafické zkracování některých slov (*př. Kr.; apod.*) a chemických či matematicko-fyzikálních (*MP; km; CO*) značek, rozlišujeme také zkratky stažené (*paní – pí*) a skeletové (*funkce – fce*). Těmito zkratkami se nezabývám.

Jako jednu z nejčastějších typů zkratk shledáváme **zkratky iniciálové** (graficko-fonické). Tyto zkratky jsou odvozeny od několikaslovného pojmenování, velmi často se uplatňují v názvech institucí, úřadů či politických stran. Iniciálové zkratky se obvykle píší velkými písmeny, při čtení se hláskují po písmenech (*ČT*), nebo se čtou jako slova (*Opec*).

**Skupinové zkratky** (fonické) se od iniciálových liší tím, že jsou utvořeny ze skupiny počátečních hlásek z několikaslovného pojmenování. (*Družstvo tělesně vadných – DRUTĚVA*). Neplatí však, že ve zkratce musí být zahrnuto každé slovo z názvu. U slangových a hovorových výrazů probíhá často tzv. mechanické krácení (*máťa, mařka*).

---

<sup>41</sup> HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1986. s. 155

### 7.3.1 ZPŮSOBY ABREVIACNÍHO TVOŘENÍ SLOV

→ INICIÁLOVÉ ZKRATKY (GRAFICKO-FONICKÉ)

Politické strany, úřady:

*TOP* (Tradice – Odpovědnost – Prosperita)

*SÚKL* (Státní úřad pro kontrolu léčiv)

*NerV* (Národní ekonomická rada vlády)

*ČLnK* (Česká lékárnická komora),

*ČTÚ* (Český telekomunikační úřad)

*ÚOOÚ* (Úřad pro ochranu osobních údajů)

Počítače a video:

*AVI* (audio video interleave)

*i.d.k.* (I don't know)

*HD* (high definition)

*MMORPG* (masive multi-online role playing games)

Iniciálové zkratky tíhnou k morfológickému zformování a k vytváření **zkratkových slov**.<sup>42</sup> Vznikají slova, která při čtení odpovídají zápisu, např. *WAP* (Wireless Application Protocol – systém pro zajištění provozu elektronických služeb na mobilních telefonech), *LAN* (local network area – lokální/místní síť) nebo zmíněné *TOP*, *NerV*. Zkratková slova může skloňovat (gen. *NerVu*, *Topky*, dat. *NerVu*, *Topce*)

I když zápis některých zkratků je iniciálový, při čtení se blíží ke zkratkám fonickým. Jedná se o příklady slov *dvd* (digital versatile disc), *fps* (frame per second – počet obrázků za sekundu nebo first person shooter – akční počítačová hra viděná z pohledu první osoby), *LCD* (liquid crystal display – displej z tekutých krystalů), *PvE* (Player vs. Environment – hráč versus prostředí), *PvP*

---

<sup>42</sup> KOCHOVÁ, Pavla. *Nové iniciálové zkratky*. In: Neologismy v dnešní češtině. ÚJČ AV ČR, Praha 2005, s.242



(player vs. player, hráč versus hráč), *USB* (universal serious bus). Citované příklady jsou původem z angličtiny.

*dvd* – čteme jako [dé-vé-dé / dý-vý-dý] nebo [dývýdýčko]

*fps* – čteme jako [ef-pé-es] nebo [efpéesko]

LCD – čteme jako [el-cé-dé/ el-sí-dý] nebo [elcédéčko]

PvE – čteme jako [pé-vé-é] nebo [pévéečko]

PvP – čteme jako [pé-vé-pé] nebo [pévépéčko]

USB – čteme jako [ú-es-bé] nebo [úesbéčko]

→ **SKUPINOVÉ ZKRATKY (FONICKÉ)**

*Eurostat* (Evropský statistický úřad)

*Wifi/wi-fi* (wireless LAN – bezdrátová síť)

→ **DERIVÁTY A HYBRIDNÍ NÁPISY**

Nežádka dochází k případům, kdy vzniká nové slovo spojením derivátu a zkratky, výrazy takto vzniklé se nazývají **hybridní nápisy**.

Zkratka + derivát: *PCčkárství*, *A-bomba*<sup>43</sup>

Zkratky a zkratkové výrazy se adaptují do slovní zásoby rychleji než sousloví či složité názvy. Podporují též jazykovou racionalitu a úspornost, která je vyžadována nejen v žurnalistických textech.

V odborné literatuře (např. Hauser, 1987) se dočteme, že zkracování je okrajový způsob tvoření slov, příznačný pro slang a profesní mluvu. Množství jež jsem vyexcerpoval, oproti ostatním druhům tvoření slov, tomu dosvědčuje.

Ze zkoumaného vzorku vyplývá, že množství zkratek je internacionální povahy (*AVI*, *dvd*, *fps*, *HD*, *LCD*, *USB*, *AVI*, *MMORPG* apod.). Zkratkám

---

<sup>43</sup> A-bomba pochází z anglického atomic bomb

internacionální povahy se v domácí zásobě objevují hojně. Dále konstatuji, že mimo názvů stran a úřadů jsou zkratky ve většině z oblasti počítačů a informatiky.

## 8 PŘEJÍMÁNÍ LEXÉMŮ Z CIZÍCH JAZYKŮ

Přejímání slov z cizích jazyků je jeden ze plodných způsobů obohacování české slovní zásoby, přičemž přejímáme jak z jednotlivých vrstev národního jazyka, tak především z jazyků cizích. Přejímané termíny často pojmenovávají věci a skutečnost, pro kterou domácí jazyk nemá vlastní pojmenování. Dříve byly do češtiny přejímány slova z především z latiny, řečtiny, němčiny a ruštiny; v posledních letech je nejpatrnější vliv angličtiny. Snadno se ve slovní zásobě uchycují mezinárodní pojmenování (internacionalismy), a to především pro srozumitelnost, transparentnost a významovou jednoznačnost.

### 8.1 Slova přejatá

Přejímky z cizích jazyků pocházejí tematicky z rychle se rozvíjejících oborů, jako informatika, bankovníctví, marketing nebo sport. Jak uvádí M. Dokulil, je třeba si uvědomit, že „*přejímané slovo se musí adaptovat ve slovní zásobě po stránce zvukové, také musí být slovnědruhově zařazeno a morfologicky formováno.*“<sup>44</sup> Dle míry přizpůsobení řadíme přejatá slova do následujících kategorií (řazení dle PMČ). **Lexikální jednotky citátové** si zachovávají původní pravopis, často i výslovnost, z morfologického hlediska nepřejímají české koncovky (např. *fair play*). **Lexikální jednotky částečně přizpůsobené** kolísají v pravopisně a stále jsou pocíťovány spíše jako cizí (např. *computer i komputer*). Také existují slova, které se přizpůsobily českému prostředí do té míry, že je nepovažujeme za cizí, ty nazýváme **lexikální jednotky zcela zdomácnělé** (např. *anděl, víkend*). Některá slova cizího jazyka mohou sloužit jako vzor pro tvoření domácích pojmenování (př. Augenblick – okamžik), takto utvořená slova nazýváme **kalky**. Autoři Příruční mluvnice češtiny sem zařazují kategorii **slov hybridních**, což jsou slova vytvořená z části domácí a z části cizí

---

<sup>44</sup> DOKULIL, Miloš. *Tvoření slov v češtině: teorie odvozování slov*. Praha : Nakladatelství ČSAV, 1962. s.21

(např. *supravodivý*). Toto rozdělení doplňuji poslední skupinou slov, na kterou upozorňuje Dokulil,<sup>45</sup> jedná se o již výše zmíněná **slova mezinárodního charakteru** (internacionalismy). Ty v oblasti přejatých slov zaujímají výraznou pozici.

### 8.1.1 KATEGORIE PŘEJATÝCH SLOV<sup>46</sup>

#### → LEXIKÁLNÍ JEDNOTKY CITÁTOVÉ

*addon, backup, badboy, batle, birdie, boogey, bug, cadie, crossover, double double, downsizing, eagle, eargasm, engine, feed, first step, flash, green, handling, hole-in-one, jetpack, line up, patch, playlist, plug-in, putt, quest, race truck, ranger, realtime, safety car, savepoint, set-top box, showroom, sky box, slam poetry, smarthphone, sound, soundbar, stand by (režim), trip, triple double, turboboost, turner*

#### → LEXIKÁLNÍ JEDNOTKY ČÁSTEČNĚ PŘIZPŮBENÉ

*emboss i embos, bukovat i bookovat, dizajnér i designér, drajv i drive, gamemástr i gamemaster, kombo i combo, megabajt i megabyte, kodek i codec, power jóga, power play, prealfa (verze), rajd i ride, singl i single, skil i skill*

#### → LEXIKÁLNÍ JEDNOTKY ZCELA ZDOMÁCŇELÉ

*driftování, sommelier, mód, rallykros, čip*

#### → KALKY (SLOVOTVORNÉ, FRAZEOLOGICKÉ A SÉMANTICKÉ)

- pro tuto práci nebyly vyexcerpovány žádné příklady

#### → HYBRIDNÍ PRVKY

*afterpárty, PCčkářství*

---

<sup>45</sup> DOKULIL, Miloš. *Tvoření slov v češtině: teorie odvozování slov*. Praha : Nakladatelství ČSAV, 1962. s.21

<sup>46</sup> Přejaté lexikální jednotky jsem třídil do kategorií uvedených v Příruční mluvnici češtiny.

Dále sem řadíme i slova s cizími předponami, například **foto-** (*fotoobrázek*) **mikro-** (*mikroprasátka*), **ultra-** (ultraslavný) apod. (viz 7.11. Internacionální prefixy a Prefixoidy).

→ **INTERNACIONALISMY**

*black out, bluegrass, bluetooth, brownfield, bruxismus, blue-ray, cashflow, downburst, fairway, mentoring, leaderboard, low cost, monitoring, netbook, pita, pole position, preview, teambuilding, zumba*

Hranice mezi přejatými internacionalismy a lexikálními jednotkami citátovými je neostrá. Mnohdy tyto kategorie splývají, proto je zařazení některých příkladů do těchto kategorií sporné.

Přejímání slov se skutečně ukázalo jako jeden z produktivních způsobů obohacování slovní zásoby a ve zkoumaném vzorku zaujalo velký podíl. Přejímky jsou příznačné právě pro žurnalistické texty.

Drtivá většina přejatých slov pochází z angličtiny, zjevný je i podíl prosazujících se internacionalismů. Jak už jsem upozornil v kapitole 7. Skládání slov, více jak polovina přejatých slov jsou složeniny vzniklé v anglickém jazyce.

Souhrnně by se daly rozdělit do dvou skupit, a to sportovních lexémů a odborných termínů, především z bankovníctví a informatiky, u nichž je patrná tendence k intelektualizaci („zvědečťování“ termínů).

## 9 SÉMANTICKÉ TVOŘENÍ SLOV

Nově sémanticky utvořená pojmenování staví na lexikálních jednotkách, které se v domácí slovní zásobě už vyskytují. Rys novosti spočívá právě na novém významu již známého pojmenování, a to na základě pojmenování metonymické a metaforické souvislosti tohoto pojmu s pojmem přímého pojmenování. Tímto postupem nevzniká totiž primárně nové pojmenování, nýbrž se jen rozmnožuje počet významů již existující pojmenovávací jednotky.<sup>47</sup> Při tomto ději obvykle nedochází ke slovotvornému formování.

Podle Martinové lze sémantické tvoření slov charakterizovat jako způsob tvoření nových pojmenování, který spočívá v tom, že jeden význam motivuje význam druhý (Martinová, 1983, 82 s.). Takto motivovaná pojmenování vznikají na základě významových procesů metaforických a metonymických.

Nový metaforický význam vzniká na základě vnější podobnosti (na základě tvaru, funkce, barvy atd.), nový metonymický význam vzniká pro změnu na základě vnitřní souvislosti (např. název dějů přenášející se na pojmenování osoby).

### 9.1 NEOSÉMANTISMY

Asi nejpřehledněji dělí Martinová (1983, 83 s.) neosémantismy na **pojmenování substance podle podobnosti s jinou substancí**, tj. na pojmenování metaforické, dále na pojmenování **pojmenování substance podle vnitřního souvislosti znaků s jinou substancí**, tj. pojmenování metonymické. Třetí skupinu tvoří **pojmenování podle výrobce, výrobní značky, výrobků i podle jmen místních**.

---

<sup>47</sup> DOKULIL, Miloš. *Tvoření slov v češtině: teorie odvozování slov*. Praha : Nakladatelství ČSAV, 1962. 263 s. 20

→ **POJMENOVÁNÍ SUBSTANCE PODLE PODOBNOSTI S JINOU SUBSTANCÍ**  
(**POJMENOVÁNÍ METAFORICKÉ**)

*bunkr* – písková překážka chránící hřiště (pův. vojenský kryt)

*být chcípělý* – [slang.] unavený, malátný (pův. dysfemisticky být posmrtní)

*být našlapanej* – [slang.] mít např. silný tým (pův. dost se nachodit)

*pavouk* – grafická podoba rozlosování (původně hmyz)

*platforma* – herní platforma, druh používaného přístroje ke hraní, např.

playstation, x-box, pc (pův. základna, báze, lidé stejných názorů,  
zájmů)

*hodinář* – člověk dělající s autem hodiny (pův. člověk zabývající se hodinami)

*hit* – úder nebo tvrdá rána částí způsobená částí těla (pův. velmi populární píseň)

*rozejít se* – nespolupracovat (pův. vzdálit se od sebe)

*odtáhnout* – odběhnout závod v čele (pův. přemístit něco někam)

*přepálit* – zvolit si příliš rychlé tempo (pův. něco rozdělit pálením)

*napráskat* – [slang.] ve významu napráskat někoho, žalovat na něj (pův. napráskat  
se ve významu přejít se)

*škatulata* – přesun někoho z jedné pozice na jinou, např. trenérská (pův. dětská  
hra)

*šunka* – něco, co má slabý výkonem (pův. pokrm z masa)

*nepřejít* – nepostoupili v turnaji (pův. nepostoupit)

*zakempovat/ zakempit* – [slang.] postávat na jednom místě (pův. utábořit se)

*grilovat* – ve významu grilovat někoho, tedy činit (pův. tepelně upravovat  
potravinu)

*sjíždět se* – [slang.] dostat se pomocí drogy do určitého stavu (pův. setkávat se na  
jednom místě)

*velký* (člověk, hráč) – člověk zasloužilý, něčím významný (pův. šlo o měřítko  
velikosti)

→ **POJMENOVÁNÍ SUBSTANCE PODLE VNITŘNÍHO SOUVISLOSTI ZNAKŮ  
S JINOU SUBSTANCÍ (POJMENOVÁNÍ METONYMICKÉ)**

*Kraj rozhodl* (ve smyslu „vedení kraje“ rozhodlo, jedná se o synekdochu, tedy podtyp metonymie)

V širokém slova smyslu spadají do této kategorie objekty činností zasažené. Takovéto mechanické systémové tvoření probíhá jako běžná součást onomaziologického procesu, tendence k těmto tvořením je poměrně značná. Otázkou je, zda má cenu je hodnotit jako izolované neologismy.

→ **POJMENOVÁNÍ PODLE VÝROBCE, VÝROBNÍ ZNAČKY, VÝROBKŮ I PODLE  
JMEN MÍSTNÍCH.**

*Jihlavanka* – káva (pův. obyvatelka Jihlavy)

Sémantické tvoření je dnes velmi častým způsobem obohacování češtiny.<sup>48</sup> Jsou rozšířeny jak ve slangové a profesní mluvě, tak zvláště v žurnalistických textech. Motivem, proč tomu tak je, bývá to, že jazyková různost (formální i sémantická) je záměrně hledána a využívána. Motivem vzniku neosémantismů je označit nový předmět, snaha o výstižnější označení (hledání obraznosti, asociativnosti) apod.<sup>49</sup>

Analyzované neosémantismy se nejčastěji týkají sportovní oblasti. Dohromady tvoří sémantické tvoření slov, jehož jsou nesémantické procesy součástí, třetí nejvýraznější skupinu vzniku neologismů.

---

<sup>48</sup> LOTKO, Eduard. *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách* In: *Studia Slavica* 5, Ostrava 2002, s. 19

<sup>49</sup> RANGELOVA, Albená. *Neosémantizmy a neosémantizační procesy*. In: *Neologismy v dnešní češtině*. ÚJČ AV ČR, Praha 2005, s.159



## 10 POJMENOVÁNÍ VÍCESLOVNÁ A FRAZEOLOGICKÁ

Charakteristickým rysem pojmenování víceslovných a frazeologických je jejich ustálenost ve slovní zásobě. Tím se liší od spojení volných, jež charakterizují předmět v rámci promluvy. Tyto útvary vznikají v jisté situaci (v aktuálním kontextu), po jejím skončení se dále neuplatňují.<sup>50</sup>

### 10.1 Víceslovná pojmenování

Víceslovná pojmenování mají charakter formálně vícečlenných významově celistvých lexikálních jednotek, reprodukovatelných pouze jako celek.<sup>51</sup> Často mají charakter termínů a jejich motivační utvořenost je zřejmá (*kyselina sírová, rýžový nákyt*), mohou mít i metaforický charakter.<sup>52</sup> Zpravidla bývají dvoučlenná, mohou však být i vícečlenná.

Nejčastější typy víceslovných pojmenování rozděluje O. Martinová, stejně jako autoři PMČ, následovně: dle členu určovaného a určujícího. Asi nejpočetnější skupinou jsou **substantivní pojmenování se shodným adjektivním přívlastkem**. Do druhé skupiny patří víceslovná **substantivní pojmenování se shodným substantivním přívlastkem** (*borovice kleč*) a **substantivní pojmenování s neshodným adjektivním přívlastkem** (*hod oštěpem*).

#### → SUBSTANTIVNÍ POJMENOVÁNÍ SE SHODNÝM ADJEKTIVNÍM PŘÍVLASTKEM

*čistá energie, hamburgerová kultura, mediální šum, morální imperativ, nekonečný seriál, sexuální turistika, stabilizační byty, střednědobý horizont, střelecká exploze, vysoká politika, zelená technologie*

---

<sup>50</sup> MARTINOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha : Univerzita Karlova, 1983. s. 82

<sup>51</sup> KARLÍK, Petr; NEKULA, Marek; ROUSÍNOVÁ, Zdeňka et al. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 70

<sup>52</sup> Tamtéž, s. 70

→ **SUBSTANTIVNÍ POJMENOVÁNÍ SE SHODNÝM SUBSTANTIVNÍM  
PŘÍVLASTKEM**

*právo šaria, stand by režim*

→ **SUBSTANTIVNÍ POJMENOVÁNÍ S NESHODNÝM ADJEKTIVNÍM PŘÍVLASTKEM**

*střela z jumpu*

Tato kategorie se nese snadně hodnotí především proto, že při výběru víceslovných pojmenování se těžko určuje, zda o spojení textové, nebo systémové. Zkoumané materiálové zdroje by musely být mnohem obsáhlejší, což však přesahuje možnosti této práce (to však platí nejen pro tuto kategorii neologických jednotek).

Nejčastějším typem se skutečně ukázala být substantivní pojmenování se shodným adjektivním přívlastkem. Víceslovná pojmenování mají tendenci k univerbizaci, tedy sloučením v jednu lexikální jednotku, čímž se stávají využitelnějšími v žurnalistice, která usiluje o jazykovou hospodárnost.

## **10.2 Frazeologická pojmenování**

Frazeologická pojmenování, tzv. frazémy, jsou ustálená slovní spojení (alespoň dvou a více slovných forem), která nejsou rozložitelná a významově vystupují jako celek.

Pohled lingvistiky na definici a určování frazémů je rozrůzněný, uvedu tedy alespoň výčet nejcharakterističtějších vlastností. Kromě výše zmíněným typických rysů frazémů, víceslovnosti a ustálenosti, sem patří metaforičnost (přenesená obraznost), výrazná expresivita (emocionálnost), nezaměnitelnost komponentů, nerozložitelnost, přítomnost polysémiích prvků, přítomnost archaismů či výrazů monokolokabilních<sup>53</sup> aj. (Čermák, Filipec 1985; Martincová 1983; Hauser 1986).

---

<sup>53</sup> Monokolokabilních výrazy: nevyskytující se ve slovní zásobě mimo frazém

V zásadě platí, že čím je frazém frekventovanější, tím je ustálenější,<sup>54</sup> a naopak, řidšeji užívané frazémy stojící na periferii jsou náchylné k aktualizacím či transformačním procesům, a takto vzniklé je můžeme označit za neologické.

Vedle frazeologických spojení rozeznáváme idiomy. V dnešním chápání se tento pojem přiřazuje synonymicky k výrazu frazém. Idiom akcentuje stránku sémantickou, kdežto frazém formální stránku frazeologické jednotky.<sup>55</sup>

Frazémy nejjednodušeji dělíme na **větné** a **nevětné**.

#### → FRAZÉMY NEVĚTNÉ

Zapojují se do vět až v konkrétních textech a podle potřeby jsou v nich gramaticky formovány.<sup>56</sup> Kategorie nevětných frazémů se může překrývat s víceslovnými spojeními.

Příruční mluvnice třídí nevětné frazémy na tyto nejčastější strukturní typy:

a) frazémy s funkcí slovesnou (obsahující sloveso): *dát výzvu, dostat ho do čela, dostat černého Petra, říct on-line, mít drive, hodit se do pohody, honit statistiky, krmit daty, nastoupit vychladný, změnit jazyk, změnit dres, nasadit kůži, nemazat se (s nečím), otevřít dveře něčemu, vymazlit si něco, zvlhnul mu prach*

b) frazémy s funkcí jména v nominativu (vzniklé kombinací adjektiva a substantiva): *černé košile, rozehraná partie*

Další typy frazémů, jako frazémy s funkcí jména v nominativu (vzniklé kombinací substantiv), frazémy s funkcí adverbialní (vzniklé v kombinaci substantiva a adjektiva, případně několika substantiv v jiných pádech než v nominativu), frazémy s funkcí adverbialní (vzniklé v kombinaci substantiva a adjektiva, případně několika substantiv v jiných pádech než v nominativu) a frazémy s neautosématických komponentů se ve sledovaném vzorku nevyskytly.

---

<sup>54</sup> FILIPEC, Josef; ČERMÁK, František. *Česká lexikologie*. Praha : Academia, 1985. s. 166

<sup>55</sup> KARLÍK, Petr; NEKULA, Marek; ROUSÍNOVÁ, Zdeňka et al. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 71

<sup>56</sup> Tamtéž, s. 71

Do kategorie nevětných frazémů spadají též **ustálená přirovnání**. Naznačují větnou strukturu, avšak některé pozice v ní obsazují až v určitých kontextech (spát na vodě – někdo spí jako na vodě – dědeček spí jako na vodě).<sup>57</sup> jeho hlavní funkcí bývá intenzifikace, zdůraznění či zhodnocení (kladné, záporné).

- *chovat se jako rybička v akváriu*

#### → FRAZÉMY VĚTNÉ

Jak je patrné z názvu, jedná se o frazeologické spojení, které má podobu věty. Větné frazémy rozeznáváme buď slovesné (Ranní ptáče dál doskáče), nebo neslovesné (Všude dobře, doma nejlíp). Členění větných frazémů je široké, obvykle se z frazémů větných zahrnujeme **pořekadla** (I mistr tesař se utne), **pranostiky** (Únor bílý, pole sílí), **příslloví** (Kdo jámu kopá, sám do ní padá) a **okřídlená slova** (Veni, vidi, vici).

- *dítě se narodilo a to zdravé* (ve smyslu: něco se podařilo vyjednat)
- *hack 'n' slash* (převzatý z angličtiny, označuje konflikt s bodnými zbraněmi, nemá český ekvivalentní překlad)

Největší výskyt neologických frazémů je právě na poli žurnalistickém. Mediální a publicistické texty mají tu vlastnost, že musí na svého adresáta působit (persvazivně, ironicky apod.). Používají se k tomu prostředky, které text nějakým způsobem obzvlášťují nebo vyjadřují postoj mluvčího k tématu, a děje se tak právě používáním frazémů. Nová frazeologická pojmenování nezastávají ve zkoumaném vzorku takové zastoupení jako některé jiné způsoby tvoření neologismů. Jejich množství bylo poměrně značné, mnohdy se ale jednalo o pouze o varianty ustálených frazémů, které nemohly být ohodnoceny jako neologické. Jak je patrné, že se nejčastěji objevovaly varianty nevětné, s funkcí slovesnou.

---

<sup>57</sup> KARLÍK, Petr; NEKULA, Marek; ROUSÍNOVÁ, Zdeňka et al. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha : Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 72

## 11 UNIVERBIZOVANÁ POJMENOVÁNÍ

Proces univerbizace je poměrně oblíbeným procesem při tvoření nových neologismů. Při univerbizaci dochází k tomu, že se z víceslovné lexikální jednotky stává jednoslovná (vlašský salát – vlašák). Nejčastěji se jedná o případy, kdy „určující člen (pojmenování adjektivní) vstupuje jako základ odvození, určovaný člen (pojmenování substantivní) je v nově vzniklém útvaru zastoupeno příponou.“<sup>58</sup> Mezi nejproduktivnější přípony univerbizovaných výrazů patří -ář, -ák, -(ov)ka, -ina.

Pro jazykovou úspornost a hospodárnost se objevuje především v řeči mluvené ve slangu a profesní mluvě.

Nevýhodou procesu univerbizace je motivační neprůhlednost (*dálkař* – závodník ve skoku dalekém, ve druhém *student dálkového studia* apod.). Děje se tak proto, že první určující členy jsou stejné, kdežto liší se členy určované, vzniklé univerbizované slovo je homonymní.

Opakem jevem k univerbizaci je multiverbizace, množství takto vzniklých termínů je vůči univerbizaci zanedbatelné.

### → UNIVERBIZOVANÉ JEDNOTKY UTVOŘENÉ Z ODVOZUJÍCÍHO KMENE ADJEKTIVNÍHO POJMENOVÁNÍ A Z PLNÉHO ADJEKTIVNÍHO KMENE MOTIVUJÍCÍHO ZÁKLADU

Substantivní pojmenování:

**-ák:** *národ'ák* – národní rekord, národní tým

*teréňák* – terénní auto

**-ka:** *benzinka* – benzinová pumpa

*instalačka* – instalační disk

---

<sup>58</sup> MARTINCOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha : Univerzita Karlova, 1983. 86 s

standardka – standardní situace

**-ovka:** *stowattovka* – stowattová žárovka

*webovka* – webová adresa, webová kamera

*jamkovka* – jamková hra

*bojovka* – bojová hra

Proces univerbizace je bohatý na způsoby tvoření nových termínů, které se často liší tím, jak se v konečném důsledku promítnou v univerbizovaném termínů slova základová. Olga Martinová řadí do kategorie univerbizovaných lexikálních jednotek také některá pojmenování složená (např. *fotopapír*, *mikrosnímek*, *akuvožík* apod.). V této práci jsem se kompozičním tvořením zabýval v kapitole 7.2.

Do kategorie univerbizace by se daly zařadit, jak navrhuje Martinová, některá kompozita, která mají původ ve víceslovném pojmenování.

Univerbizované jednotky se těší oblibě v žurnalistice a publicistických textech, a to pro již zmíněnou jazykovou úspornost a hospodárnost. Jejich užívání v má stoupavou tendenci.

## 12 OKAZIONÁLNÍ POJMENOVÁNÍ – ROZBOR

Na závěr připojuji kapitolu o okazionálních pojmenováních, tzv. okazionalismech. Těmto lexikálním jednotkám, které jsou příznačné svým příležitostným využitím i silným expresivním rysem, jsem se věnoval v kapitole 5.1.

### → TRÍDĚNÍ OKAZIONALISMŮ

Třídím do stejných slovtvorných a sémantických kategorií jako neologismy.

Mezi substantivní okazionalismy jsem vyexcerpoval:

- substantivní činitelské jméno *krmič*, jméno prostředku *přibližovadlo*
- adjektivní derivát *předelektrický*
- sloveso odvozené z substantiva *nudlit se* a *mikrovlnit*
- složeniny vlastní *obaláma*, složeninu spřežkovou *někdyšermování*
- neosémantismus *skoročlověk* (pův. ve významu: podobný člověku), který vznikl kompozicí, přijal význam nadčlověk (člověk se zvláštními schopnostmi)

Za okazionální výrazy by se daly označit i následující slovní spojení:

*analogový divák, daňový serpenízek, darebácký stát, letní vláda, náhubkový zákon, vajíčková kampaň, velrybářská kauza, multimediální kontejner, politická bigamie*

Do kategorie okazionálních slovních hříček řadím *pejsbook* (utvořené od slova facebook), originální okazionální frazém (bez toho, jak upozorňuje Čechová, abych se jednalo jen o kontextovou aktualizaci ) se vyskytl jen jeden: *zavánět po entropsku*

Nasbírané okazionalismy pocházejí takřka výlučně z publicistické rubriky deníku Právo, kde se hojně vyskytují komentářích, glosách, sloupcích. Pouze dva byly nalezeny na internetovém serveru iDnes.cz.

## 13 ZHODNOCENÍ PRÁCE

Dosud jsem se analyzoval neologismy podle toho, jakým způsobem obohatily slovní zásobu. V následujícím zhodnocení celkově posuzuji převažující typy obohacování slovní zásoby a popisuji, z kterých oborů nejčastěji nové lexikální jednotky pocházejí.

### 13.1 Grafické zhodnocení práce

Vyexcerpovaný jazykový vzorek celkem obsahuje téměř pět set neologických lexikálních jednotek. Následující grafy demonstrují, jakým způsobem jsou neologické jednotky utvořeny.<sup>59</sup>

Samostatné zhodnocení by si zasloužily i okazionalismy. Protože jsem jich vyexcerpoval poměrně málo, rozhodl jsem se, že do grafů zahrnu pouze neologismy.

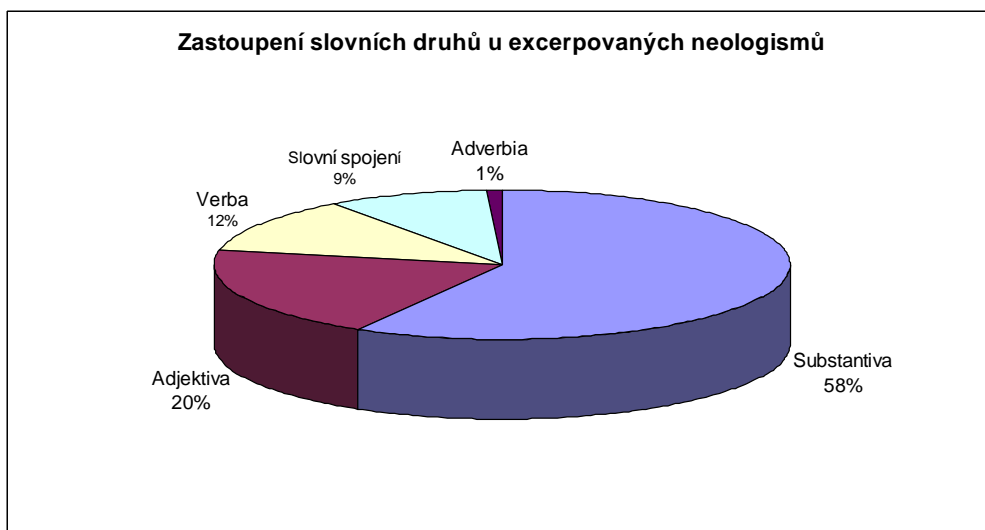
Jak ukazuje *graf č. 1*, neologické jednotky vznikají nejčastěji jako substantiva (v nadpoloviční většině). Za substantivy následují adjektiva, která jsou sice druhou nejpočetnější skupinou, avšak jejich výskyt oproti podstatným jménům zhruba třetinový. Na opačném pólu nových lexikálních jednotek stojí adverbia. Slovní spojení (kam jsem zařadil i frazeologismy) se mohou skládat z různých slovních druhů (nejčastěji z podstatných jmen, přídavných jmen a sloves), nejsou tak úplně zařaditelné a v grafu jsou pro úplnost.

---

<sup>59</sup> Některá slova mohla vzniknout např. jak skládáním, tak příponovým tvořením. Jestliže se takto překrývají způsoby tvoření nových lexémů, v údajích pro graf se pak lexém objevil v obou skupinách.



**Graf č. 1**



Podobně jako první graf vypadá i *graf č. 2*, který znázorňuje produktivitu tvoření neologismů dle jednotlivých způsobů. Potvrdilo se, že při vzniku nových slov je pro češtinu nejdůležitějším způsobem *tvoření slov* (tvoření pomocí sufixů, prefixů apod.). Početnou se ukazuje být i kategorie *přejatých slov*, o kterém se zmíním ještě v souvislosti s *grafem č. 3*.

**Graf č. 2**



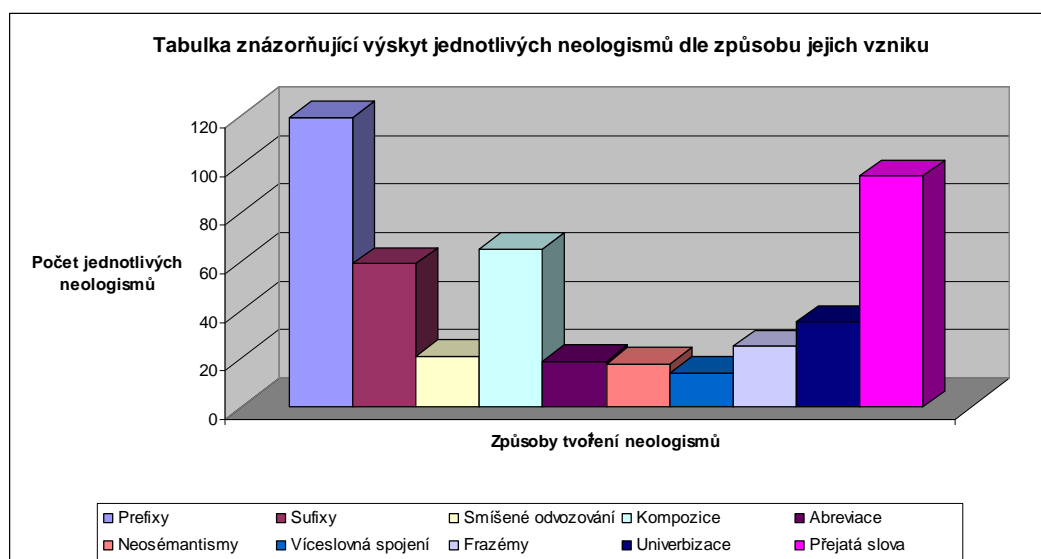
Na *grafu č. 3* je zobrazen konkrétní počet lexikálních jednotek příslušných k jednotlivým způsobům tvoření.

Z *grafu* vyplývá, že nejvíce neologismů obsahuje kategorie prefixálního tvoření. Výraznou skupinou se ukázala i kategorie slov přejatých. Slova utvořená

kompozičně dokonce převyšují neologické varianty vzniklé sufixálně a jenom se potvrzuje to, jakým způsobem se v dnešní lexikální zásobě skládání slov prosazuje. O univerbizovaných jednotkách jsem již zmiňoval v kapitole 10., její využití v publicistických textech je také značné.

Podotknul bych, že dotyčná čísla z grafu nesledují frekvenční výskyt vybraných slov v denících. Z hlediska frekvenčního by se zřejmě navýšila kategorie sufixálního tvoření, složených a univerbizovaných lexikálních jednotek.

**Graf č. 3**



V kapitole o vícetřnových pojmenováních (kap. 9.3) jsem zmínil, že k odhalení systémových spojení je třeba dlouhodobější sledování jazykových materiálů. Lze předpokládat, že tento způsob obohacování slovní české slovní zásoby hraje jednu z nejdůležitějších rolí (zvláště se to projevuje např. v publicistice). Odhaduji to i navzdory tomu, že to explicitně nevyplývá z grafu.

## 14 TEMATICKÉ OKRUHY (NEJČASTĚJŠÍ TYPY)

Jelikož je můj sledovaný vzorek lexémů poměrně rozsáhlý, uvedu jen nejméně výraznější tématické okruhy, ze kterých neologismy pocházejí. Při koncipování kategorií, do kterých jsem slova řadil, jsem se inspiroval Slovníkem neologismů II.: Nová slova v češtině (Martincová, 2004) .

Z osmi nejpočetnějších kategorií vyčnívají okruhy kolem počítačů/informatiky a sportu. Zvláště na okruzích „Počítače, informatika“, „Stavebnictví a technika“ a Bankovníctví, finančníctví, ekonomika“ je patrné množství odborných termínů.

### • **Počítače, informatika**

*doprogramovat, videoherní, blogger(ka), konzolista, pcčkářství, plošinovkaření, patchování, loadingový, datadiskový, vygooglovat, singleplayerový, datadisk, videosever, videoterminál, videovzkaz, videozdravice, videorecenze, videoherní, kyberválka, kyberšikana, D-pad, AVI, HD, MMORPG, dvd, fps, LCD, PvE, PvP, USB, Wifi, PCčkářství, addon, bug, engine, patch, plug-in, quest, savepoint, gamemaster, megabyte, kodek, bluetooth, blue-ray, netbook, kyberválka, kyberšikana, iPod, iPhone, iTunes, set-top box, smarphone, vysokorychlostní, kombo, multimediální kontejner, instalačka, webovka, krmít daty*

### • **Sportovní oblast**

*Negolfista, nereprezentant, dopíchnout, natipovat, mimofotbalový, předzápasový, antirekord, extraligista, superlicence superskupina supersport, velehod, bomber, skórer, baníkovec, ranař, skeetař, golfovní, haškovský, ironmanský, překopávaná, obounohost, prvoligista, deblkano, deblkanoista, středopolař, a-tým, backup, boogey, cadie, crossover, double double, eagle, first step, flash, handling, hole-in-one, line up, putt, triple double, drajv, power jóga, power play, zumba, změnit dres, jamkovka*

• **Stavebnictví a technická oblast**

*nepodsklepený, stavbařina, přibetonováno, předprototyp, předelektrický, dovyldit (slang), mikrokontakt, mikropaprsek, sklokeramický, audiokonektor, geoelektrikář, jetpack, sound, soundbar, turner, kompletovatelný*

• **Medicína**

*nedoléčený farmakologický, nainfikovaný, protinádorový, antiparazitika, antidepressiva, antivirotika, miniinvazivní, přepigmentovaný, bruxismus*

• **Motorismus**

*tréňač, driftař, smykař, rallycrossový, přibližovalo, podvozkář, autoboom, automagazín, race truck, safety car,*

• **Bankovníctví, finančnictví, ekonomika**

*bezsmulvní, superzakázka, dospláčet, neauditovaný, trip, downsizing, cashflow, ratingový, low cost*

• **Politika**

*protisabonský, protifrankistický, eurokomisař, euroskeptik, euroskeptický, transrežimní, protisystémový, darebácký stát, letní vláda, náhubkový zákon, politická bigamie*

## 15 TRENDY V ČESKÉ SLOVNÍ ZÁSOBĚ

Při posuzování toho, jaké trendy a tendence panují v obohacování české slovní zásoby, se opírám o studie, které se touto problematikou zabývají. Jmenovitě se jedná o příspěvky Edvarda Lotka: *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách* (2002) a Ladislava Machovce: *K projevům jazykových vývojových tendencí v současné češtině* (2007).

Za základní tendence v české slovní zásobě obě studie, Lotkova i Machovcova, uvádějí příklon k **demokratizaci** a **intelektualizaci** jazyka.

Demokratizace je jev, při němž se uplatňují ty prvky ve spisovné formě, které jsou shodné s běžně mluveným jazykem. Z jiného ji lze nazvat jako internacionalizační, protože se jedná speciální prostředky (zvl. lexikální a syntaktické), které se vypracovaly ve starých evropských jazycích. K příznakům demokratizace jazyka patří zvýšená míra hovorovosti, zvýšené užívání slangismů a profesionalismů či přechod slangové lexikální slovní zásoby k zásobě neutrální. Patří sem i kategorie okazionalismů, používání univerbizovaných jednotek či výpůjčky z cizích jazyků. fonetické/fonologické.

Intelektualizace je základní tendencí charakterizující spisovný jazyk, který musí být schopen zachytit složitost myšlení (typický jev pro odbornou sféru a publicistiku). Projevuje se zvyšováním podílu odborného jazyka v běžné komunikaci (přesun termínů z odborného prostředí do jiných komunikačních sfér, např. publicistiky) – terminologizace a determinologizace. Internacionalizace se též projevuje ve zvýšeném výskytu abstrakt (abstraktní výrazy u konkrétní) a neosémantiačními procesy.

Oproti univerbizaci zde stojí multiverbizace (např. akrobatické lyžování, adrenalinové sporty apod.). Intelektualizace projevuje se zejména v rovině lexikální a syntaktické.

## 15.1 Analýza obohacování slovní zásoby

**Za základní tendence a trendy obohacující slovní zásobu (nejen publicistických textů), které jsem v této práci jsem vysledoval, považuji:**

→ výrazný nárůst lexémů, které přejímáme z cizích jazyků. Drtivá většina jich pochází z anglického jazyka. Zvýšený počet původně cizích lexémů se projevuje také rozkolísaností pravopisné formy v českém jazykovém prostředí. S tímto nárůstem přejatých lexémů souvisí výše popsany jev - terminologizace a determinologizace. Odborné termíny se řadí do běžné slovní zásoby především z oborů jako informatika (*wifi, USB*), bankovníctví/finančnictví (*cash flow*) či sport (*zumba, rallycros*);

→ početný výskyt tzv. internacionalismů, především internacionálních předpon a sufixoidů (nárůst internacionálních kořenových morfémů, zkratkových a přejatých lexémů);

→ univerbizované jednotky a jejich výskyt je v dnešní žurnalistice velmi rozšířen, dá se předpokládat, že tento trend bude pokračovat;

→ nárůst výskytu hybridních složenin, které dříve bývaly nespisovné, dnes se užívají poměrně často, jedná se o lexémy s domácím základem a předponou či částí pocházející z cizího jazyka např. *biobenzín, fotogalerie*), nelze opomenout neologismy vzniklé z jednopísmenových komponentů a českého slovního základu;

→ přesun lexikálních jednotek slangových do neutrální oblasti slovní zásoby;

→ nové víceslovné jednotky, které jsem zmínil výše, se vyskytují v publicistických textech velmi často. Přestože to z bakalářské z praktické části úplně nevyplývá, jistě se jedná o jeden z výraznějších způsobů obohacování slovní zásoby.

Tím, jak se domácí slovní zásoba neustále proměňuje a vyvíjí, soustavně působí na všechny její uživatele. Neustále tak vznikají nové lexikální jednotky, které se mohou i nemusejí ve slovní zásobě ujmout. Současný člověk se v záplavě neologických jednotek orientuje dle jazykových vzorů, aby svůj jazyk uměl lépe a účelněji používat. Jedním z těchto předloh jsou jistě i publicistické texty, které silně ovlivňují vyjadřování a lexikální zásobu každého z nás. Zároveň obsahují řadu neologických a okazionálních jednotek, které je třeba zkoumat. Právě jejich analýzou jsem se v této práci zabýval.

Z publicistických textů deníků Právo a iDnes.cz jsem excerpoval neologické lexikální výrazy, abych je podrobil dalšímu zkoumání. Z obou výše zmíněných periodik jsem sbíral materiál k této práci pouze týden a přesto jich analyzuji téměř na pět set. Už jen tato skutečnost dokumentuje, jakou rychlostí se slovní zásoba mění a formuje.

Analýzou nových lexikálních jednotek jsem zjistil, že nejčastěji vznikají jako substantiva. Nejběžnější způsobem pro tvoření neologických jednotek v publicistice se podle mého zkoumání ukázalo prefixální tvoření a přejímání lexémů z cizího jazyka. Za další výrazně produktivní způsoby se dají označit sufixální a kompoziční tvoření slov. K převaze prefixálního tvoření slov nad ostatními přispělo krom českým předpon výrazné množství prefixů internacionálních a tzv. prefixoidů. Dále se ukazuje, že tlak okolních jazyků na českou zásobu je značný – patně největší vliv má angličtina, což mimo jiné dokládá tato práce. Souvisí to zřejmě jak s uživatelskou benevolencí používat místo domácích výrazů zástupné cizojazyčné náhražky, tak i s tím, že s přílivem nových termínů a slov si čeština nejrychleji adaptuje lexém z cizí slovní zásoby.

Z tematických okruhů u nových neologismů převládají lexémy především z kategorie počítače/informatika a sport. U počítačů/informatiky se vyskytuje množství profesních či úzce zájmových slov z tohoto odvětví, to samé se týká sportovní oblasti. V okruhu sportu se daří termínům z odvětví, které u nás nemají

dlouhou tradici ani propracovanou terminologii (např. golf). Jestli je však pro vybrané kategorie něco typické, pak to je zvýšené množství odborných termínů vztahujících se k jednotlivým okruhům.

Tato práce směřovala k určení základních tendencí v obohacování české slovní zásoby. Již jsem zmínil to, jakým výrazným způsobem se v domácí lexikální zásobě prosazují přejímky z cizích jazyků, zejména z angličtiny. Českou lexikální zásobu též silně ovlivňují internacionalismy (popř. internacionální předpony, přípony, zkratky, kořenové morfémy atd.). Dále nelze opomenout stále oblíbenější tvoření slov pomocí univerbizace (s tím souvisí i výskyt hybridních složenin), také vzniká velký počet systémově utvořených víceslovných jednotek. Z hlediska stylu jsou mnohé dříve slangové výrazy postupně považovány za neutrální.

Zmíněné tendence obohacování slovní zásoby skrze žurnalistický jazyk napovídají, jaký mají na českou lexikální zásobu zvýšený vliv cizí jazyky. Můžeme se dohadovat, jestli tento jev hodnotit příznivě či nepříznivě, avšak nezbyvá než tento proces sledovat. V slovní zásobě stejně nakonec zůstanou ty výrazy, které budou pro jazyk a komunikaci nejvýhodnější.



## 17 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### **Primární literatura**

Deník Právo : nezávislé noviny. Praha : Borgis, 2009. ročník 19. č. 207 (24.sprna)  
Č. ISSN 1211-2119.

Deník Právo : nezávislé noviny. Praha : Borgis, 2009. ročník 19. č. 208 (25.sprna)  
Č. ISSN 1211-2119.

Deník Právo : nezávislé noviny. Praha : Borgis, 2009. ročník 19. č. 209 (26.sprna)  
Č. ISSN 1211-2119.

Deník Právo : nezávislé noviny. Praha : Borgis, 2009. ročník 19. č. 210 (27.sprna)  
Č. ISSN 1211-2119.

Deník Právo : nezávislé noviny. Praha : Borgis, 2009. ročník 19. č. 211 (28.sprna)  
Č. ISSN 1211-2119.

Deník Právo : nezávislé noviny. Praha : Borgis, 2009. ročník 19. č. 212 (30.sprna)  
Č. ISSN 1211-2119.

Deník Právo : nezávislé noviny. Praha : Borgis, 2009. ročník 19. č. 213 (31.sprna)  
Č. ISSN 1211-2119.

iDnes.cz — Nejdůvěryhodnější zpravodajský portál [online]. Dostupné z:  
<<http://idnes.cz>>.

Citovány všechny články všechny články od 26.–30. října 2009

### **Sekundární literarura**

BARTOŠEK, J. *Jazyk žurnalistiky*. První. In *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha, 1997, 42-67. ISBN 80-200-0617-6.

BEČKA, Josef Václav. *Sloh žurnalistiky*. Praha : Novinář, 1986. 254 s.

ČECHOVÁ, Marie. *Čeština - řeč a jazyk*. Praha : ISV, 2000. 407 s.  
ISBN 80-85866-57-9.

ČECHOVÁ, Marie; KRČMÁŘOVÁ, Marie; MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*.  
1. Praha : Lidové noviny, 2008. 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.

CHLOUPEK, Jan. *Stylistika češtiny : Nár. vysokošk. učebnice pro stud. filoz. a pedagog. fakult studijních oborů Český jazyk a literatura a Filologie*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1991. 294 s. ISBN 80-04-23302-3

ČERMÁK, Miloš et al. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky : proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha : Karolinum, 2009. 195 s. ISBN 978-80-246-1684-1.

ČERMÁK, František et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 1: Přirovnání*. Praha : Leda, 2009. 507 s. ISBN 978-80-7335-215-8.

ČERMÁK, František et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 2: Výrazy neslovesné*. Praha : Leda, 2009. 547 s. ISBN 978-80-7335-215-8.

ČERMÁK, František et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 3: Výrazy slovesné*. Praha : Leda, 2009. 1247 s. ISBN 978-80-7335-215-8.

ČERMÁK, František et al. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 4: Výrazy větné*. Praha : Leda, 2009. 1267 s. ISBN 978-80-7335-215-8.

DOKULIL, Miloš. *Tvoření slov v češtině: teorie odvozování slov*. Praha : Nakladatelství ČSAV, 1962. 263 s.

FILIPEC, Josef et al. *Slovník spisovné češtiny*. Praha : Academia, 2010. 648 s. ISBN 978-80-200-1080-3.

FILIPEC, Josef; ČERMÁK, František. *Česká lexikologie*. 1. vyd. Praha : Academia, 1985. 281 s.

HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vyd. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1986. 195 s.

HOFFMANNOVÁ, Jana. *Stylistika a- : současná situace stylistiky*. 1. vyd. Praha : Trizonia, 1997. 200 s. Jazykové příručky. ISBN 80-85573-67-9.

JANOVEC, Ladislav. K projevům jazykových vývojových tendencí v současné češtině. In: *Naše řeč* 90, 2007, s. 57-66.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha : Portál, 2007. 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

KARLÍK, Petr et al. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha : Lidové noviny, 2002. 604 s. ISBN 80-7106-484-X.

KARLÍK, Petr; NEKULA, Marek; ROUSÍNOVÁ, Zdeňka et al. *Příruční mluvnice češtiny*. Vyd 2., Praha : NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. 799 s. ISBN 978-80-7106-980-5

KRAUS, Jiří. *Slovník české frazeologie a idiomatiky*. Praha : Academia, 2006. 879 s. ISBN 80-200-1415-2.

LOTKO, Eduard. *O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny)*, In: *Studia Slavica* 5, Ostrava 2002, s. 7-23.

MARTINCOVÁ, Olga et al. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha : Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, 2005. 248 s. ISBN 80-86496-21-X.

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

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

MARTINCOVÁ, Olga. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha : Univerzita Karlova, 1983. 160 s.

McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. První. Praha : Portál, 1999, 448 s. ISBN 80-7178-200-9.

SOCHOVÁ, Zdeňka; POŠTOLKOVÁ, Běla. *Co v slovnících nenajdete : Novinky v současné slovní zásobě*. Praha : Portál, 1994. 204 s. ISBN 80-7178 000-6

STANĚK, Václav. *Okazionalismy v současné české publicistice*. In: *Naše řeč* 85, 2002, s. 57-67 s.

SVOZILOVÁ, Nad'a; PROUZOVÁ, Hana; JIRSOVÁ, Anna. *Slovník slovesných, substantivních a adjektivních vazeb a spojení*. Praha : Academia, 2005. 579 s. ISBN 80-200-1310-5.

TICHÁ, Zdeňka; RANGELOVA, Albena et al. *Internacionalizmy v nové slovní zásobě : sborník příspěvků z konference*. Praha : Ústav pro jazyk český AV ČR, 2003. 239 s. ISBN 80-86496-11-2

### **Internetové zdroje:**

Český národní korpus - *SYN20096PUB*. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2006. Dostupný z WWW: <<http://www.korpus.cz>>

*DEB: DEBDict — obecný prohlížeč slovníků* [online]. 2009 [cit. 2. listopadu 2009]. Dostupné z: <<http://deb.fi.muni.cz/debdict/index-cs.php>>.

Deník Právo — Elektronická verze archivu [online]. 2010. [citováno 27. 07. 2010] Dostupné z: <<http://pravo.novinky.cz>>.

Průměrný náklad novin v listopadu meziročně klesl. *Finanční noviny* [online]. 10.1.2010, 1, [cit. 2010-07-27]. Dostupný z WWW: <<http://citace.com/generator.php?druh=4&ukol=1>>.

*Wikipedie: Otevřená encyklopedie: Právo (deník)* [online]. c2010 [citováno 27. 07. 2010]. Dostupný z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Pr%C3%A1vo\\_\(den%C3%ADk\)&oldid=5462669](http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Pr%C3%A1vo_(den%C3%ADk)&oldid=5462669)>

*Wikipedie: Otevřená encyklopedie: IDNES.cz* [online]. c2010 [citováno 27. 07. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=IDNES.cz&oldid=5597360>>